



Research and Development Journal Loei Rajabhat University (Online)

วารสารวิจัยและพัฒนา
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Online)



VOL 21, NO 77, July - September 2026

ปีที่ 21 ฉบับที่ 77 กรกฎาคม - กันยายน 2569





วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

Research and Development Journal, Loei Rajabhat University

ปีที่ 21 ฉบับที่ 77 กรกฎาคม – สิงหาคม 2569

Vol. 21, No. 77, July – September 2026

วัตถุประสงค์

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารระดับชาติที่ส่งเสริมและเผยแพร่ผลงานทางวิชาการที่มีคุณภาพในลักษณะของบทความวิชาการ (Academic article) บทความวิทยานิพนธ์ (Thesis article) และบทความวิจัย (Research article) ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา ในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยครอบคลุมสาขามานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เป็นต้น ทั้งนี้บทความที่ลงตีพิมพ์และเผยแพร่จะต้องผ่านการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer review) ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน โดยผู้พิจารณาไม่ทราบ ชื่อผู้แต่ง และผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้พิจารณา (Double-blind peer review)

ที่ปรึกษา

ผศ.ดร.ภาณุมาศ พรหมเทศ

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

ผศ.ดร.สุพรรณิ พุกษา

รองอธิการบดีฝ่ายวิจัยและประกันคุณภาพ

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Reviews)

รศ.ดร.พัฒนา สุขประเสริฐ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยวิวัฒน์

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.ดลฤทัย ไกรวรรณกุล

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.เมษัธวีน พลโยธี

มหาวิทยาลัยขอนแก่น

ผศ.ดร.นิกร กรรณิกากลาง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

ผศ.ดร.พงษ์นรินทร์ ปิตจัตรัส

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน

รศ.ดร.วัลลีย์ พุทโสม

มหาวิทยาลัยนานาชาติเอเชีย-แปซิฟิก

ผศ.ดร.จิตรลดา ปิ่นทอง

มหาวิทยาลัยบูรพา

ผศ.ดร.วรัญญู แก้วดวงตา

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ดร.อารีรัตน์ ปานสุภวัชร

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผศ.ชัยวิจิต ไพรินทรภา

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ดร.จารุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

ผศ.ดร.ลาวัลย์ ศิริศรีมังกร

มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา

รศ.ดร.อนันตกุล อินทรผดุง

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

รศ.ดร.กานดา เต๊ะขันหมาก

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผศ.ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธนูวัฒน์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

ผศ.นงเยาว์ ประสมทอง

มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

ดร.นริศรา คำสิงห์

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

ผศ.ดร.สุวิชาน อุณอดม
รศ.ดร.กนิษฐา เรืองวรศักดิ์
ผศ.ดร.ชนัญญา ลินชื่น
ผศ.ดร.วินัย มีแสง
ผศ.ดร.ชรินทร์ญา หวังวัชรกุล
ดร.เมทยา อิมเอิบ
ดร.สัณชัย เกียรติทรงชัย

มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

กองบรรณาธิการ

ศ.ดร.เทิดชาย ช่วยบำรุง
ผศ.ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ผศ.ดร.พิมพ์มาดา วิชาศิลป์
รศ.ดร.รุ่งระวี วีระเวสส์
ผศ.ดร.ไพโรจน์ นวลนุ่ม
ผศ.ดร.อรทัย เลียงจินดาถาวร
รศ.ดร.เอมอร แสนภูวา
ผศ.จักรกฤษ สถาปนศิริ
รศ.ดร.วีระกิตติ์ เสาร่ม
รศ.ดร.รักชนก แสงภักดีจิต
รศ.ดร.ขวัญฤดี พรชัยทิวัดธ์
ผศ.ดร.วิภาวี กฤษณะภูติ
รศ.ดร.โสวิทย์ บำรุงภักดี
รศ.ดร.สุทธิชัย หล่อตระกูล
รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม
รศ.ดร.นัยนา อรรถนันท
รศ.ดร.พรสวรรค์ ศิริกิจญาณภรณ์
ผศ.ดร.ยิ่งศักดิ์ คชโคตร

สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
มหาวิทยาลัยนเรศวร
มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยขอนแก่น
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

บรรณาธิการ

ผศ.ดร.เนตรนภา พงเพ็ชร

ผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

คณะทำงาน

ดร.วิศิษฐ์ศิริ ชูสกุล
นางวิไลพร ยาขามป้อม
นายธีรภัทร์ อนุชาติ
ดร.วรรณวิสา ไพศรี
ผศ.ไหมคำ ตันติปทุม
นางสาวเพ็ญภา แสงโสภา

รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
รองผู้อำนวยการสถาบันวิจัยและพัฒนา
หัวหน้างานวิจัยและพัฒนา
หัวหน้างานสารสนเทศการวิจัย
หัวหน้างานบริการวิชาการและทรัพยากรมนุษย์

เจ้าหน้าที่ประจำวารสาร

นางสุพัตรา จันทรรอด	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นางสาวปรีตกร พลตาหาญ	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป ชำนาญการ
นายปริญญา จิตรโคตร	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวกมลศรี ราชวงษา	เจ้าหน้าที่บริหารงานทั่วไป
นางสาวจิตรานนท์ วรรณพงศ์	นักวิจัย สถาบันวิจัยและพัฒนา
นายธนพงษ์ สุนทรวีรัตน์	นักวิชาการคอมพิวเตอร์

เจ้าของวารสาร

สถาบันวิจัยและพัฒนา ชั้น 4 อาคาร 20 มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ถนนเลย-เชียงคาน ตำบลเมือง อำเภอมือง จังหวัดเลย 42000
โทร. 042-835223-8 ต่อ 41141-2, 042-808000 ต่อ 51143, 086-643-7010 โทรสาร 042-813061
E-mail: research_lru@hotmail.com
เว็บไซต์สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย: <http://www.research.lru.ac.th/>

กำหนดออก ปีละ 4 ฉบับ ฉบับที่ 1 มกราคม-มีนาคม, ฉบับที่ 2 เมษายน-มิถุนายน,
ฉบับที่ 3 กรกฎาคม-กันยายน, และ ฉบับที่ 4 ตุลาคม-ธันวาคม

ปีที่เผยแพร่ พ.ศ. 2569

ISSN 2774-1109 (Online)

การเผยแพร่ เผยแพร่เป็นวารสารอิเล็กทรอนิกส์ ผ่านเว็บไซต์วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>

- ข้อความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นความคิดเห็นของผู้เขียนแต่ละท่าน สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และกองบรรณาธิการ ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วยและไม่มีส่วนรับผิดชอบใดๆ
- สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ขอให้ผู้อ่านอ้างอิงในกรณีที่ท่านคัดลอกเนื้อหาบทความในวารสารฉบับนี้

บทบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา ของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นวารสารที่นำเสนอผลงาน บทความทางวิชาการ/บทความวิทยานิพนธ์/บทความวิจัย ของนักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษาในด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ และสาขาอื่นๆ ในด้านสหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ดังต่อไปนี้ มานุษยวิทยา นิเทศศาสตร์ วารสารศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจและการจัดการ ประวัติศาสตร์ นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ สังคมวิทยา ภาษาศาสตร์ พัฒนาสังคม พัฒนาชุมชน เพื่อการเผยแพร่ผลงานแก่ผู้สนใจต่อไป

สำหรับนักวิจัย นักวิชาการ คณาจารย์ นิสิต นักศึกษา หรือผู้สนใจที่มีผลงานและมีความประสงค์จะเผยแพร่ผลงาน สามารถส่งผลงานของท่านตามหัวข้อและแบบฟอร์มของสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา จะส่งผลงานของท่านให้ผู้ทรงคุณวุฒิอ่านและประเมินผลงานของท่าน เพื่อให้ผลงานของท่านเป็นที่ยอมรับและได้รับการเผยแพร่ต่อไป

ขอขอบคุณผู้เขียน ผู้ทรงคุณวุฒิ คณะที่ปรึกษา และผู้ที่เกี่ยวข้องตลอดจนผู้อ่านที่ให้ความสนใจจนทำให้วารสารฉบับนี้สำเร็จลุล่วงไปด้วยดี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ปีที่ 21 ฉบับที่ 77 จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาค้นคว้าและนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในทางวิชาการ หากมีข้อบกพร่องประการใด สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ยินดีน้อมรับคำแนะนำเพื่อปรับปรุงแก้ไขต่อไป

กองบรรณาธิการ

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

สารบัญ

หน้า

สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย: การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า ในจังหวัดเลย สำหรับ การใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) โดย ไทยโรจน์ พวงมณี, สุภาวดี สำราญ, ณัฐธิญา ทรัพย์บุญญากุล, ศุภสิทธิ์ เจริญสุข และ ดวงเด่น ไชยสุรินทร์	1
การพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด โดย นิกร น้อยพรม, สุไพลิน พิชัย และ ณรงค์ กมลชิต	15
สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่ สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดย นิติกรณ์ จันทรสุนทรียะศักดิ์, นริศรา ไชยรณ, ณัฏฐริยา ยางนอก และ รัชณี ศิริประพิมพ์	32
ภูมินิเวศวัฒนธรรม: การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา โดย วชิร หิรัญพันธุ์, ปัทมาสน์ พิณนุกูล และ รุ่งรัตน์ ทองสกุล	46
แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ตามแนวคิด โมเดลอารมณดี มีความสุข โดย วรากรณ์ ใจน้อย	62
ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ โดย กนกกานต์ แก้วนุช และ ฐานิยา สิงห์ครุฑ	76
การพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยวในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร โดย ณัฐธยาน์ ตุงรงค์, ระชานนท์ ทวีผล, ภฤศญา ปิยนุสรณ์ และ ปฏิพัทธ์ ตันมิ่ง	87
การศึกษาลงของชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่อความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ กรณีศึกษา พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย โดย ศิริจิตรา นวรัตน์ภรณ์	105
ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกรในอำเภอบางกระทุ่มจังหวัดพิษณุโลก โดย สุวจิ ยะตา, นาริรัตน์ สิริสาร และ สนิษฐา ครุฑเมือง แสนเสริม	120
ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดย มยุรี ชาวดอน	133

สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย: การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า ในจังหวัดเลย สำหรับการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)

Loei Cotton Products: Driving Community Enterprise

Groups and Weaving Entrepreneurs in Loei Province for the Application
of the Geographical Indication (GI)

ไทยโรจน์ พวงมณี^{1*} สุภาวดี สำราญ² ณัฐธิญา ทรัพย์บุญญากุล³ คชสิทธิ์ เจริญสุข¹ ดวงเด่น ไชยสุรินทร์⁴
Thairoj Phoungmanee^{1*} Supawadee Sumran² Nattiya Sappunyakun³ Kochasee Jarearnsuk¹
Duangden Chaisurin⁴

Corresponding Author's Email: thai-roj@hotmail.com

(Received: August 21, 2025; Revised: June 9, 2026; Accepted: June 12, 2026)

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) นำเสนออัตลักษณ์ผ้าฝ้ายเมืองเลยกับการประกาศเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย และ 2) ขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าสู่การขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ้าฝ้ายเมืองเลย โดยการศึกษาเอกสาร และการลงพื้นที่จัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ ใช้แนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ แนวคิดการขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ยั่งยืนในการศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา พบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า จำนวน 31 กลุ่ม ใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในการผลิตผ้าทอทำให้ผ้ามีคุณลักษณะเฉพาะจากผิวสัมผัสและความนุ่มฟู ซึ่งกรมทรัพย์สินทางปัญญาได้ประกาศให้สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2567 แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและสถานประกอบการทอผ้าขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนั้นภาครัฐโดยสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย และภาคีเครือข่ายความร่วมมือได้เห็นความสำคัญของตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงขับเคลื่อนด้วยการจัดกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการ 4 กิจกรรม ดังนี้ 1) กิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย 2) กิจกรรมการเรียนรู้เกณฑ์การตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยในระดับควบคุมภายใน 3) กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ตามเกณฑ์การพัฒนาแผนการควบคุมคุณภาพสินค้า ผ้าฝ้ายเมืองเลย และ 4) กิจกรรมการลงพื้นที่ให้คำปรึกษาตามเกณฑ์การตรวจประเมินตามการควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย ส่วนปัจจัยหนุนเสริมการขับเคลื่อนการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีดังนี้ (1) แรงขับเคลื่อนจากตลาด (2) อัตลักษณ์เชิงคุณค่าทางวัฒนธรรม (3) ระบบการผลิตและการตรวจสอบย้อนกลับ (4) เครือข่ายความร่วมมือ และ (5) กลไกเชิงนโยบายของภาครัฐ

คำสำคัญ: สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้า ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

Abstract

This academic article aimed to: 1) present the identity of Loei cotton fabric and its declaration as a Geographical Indication (GI) of Loei cotton fabric products; and 2) drive community enterprise groups and fabric weaving entrepreneurs toward applying for the Geographical Indication of Loei cotton fabric by collecting the data from document studies and doing on-site workshop activities based on the concepts of geographical indications and sustainable driving and development for the analysis, with data analyzed using content analysis. The study found that 31 community enterprise groups and weaving entrepreneurs utilized local wisdom in producing woven fabrics with unique characteristics texture and fluffiness. The Intellectual

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

⁴ กลุ่มคัสเตอร์ผ้าฝ้ายเมืองเลย จังหวัดเลย

¹ Faculty Humanities and Social Science, Loei Rajabhat University

² Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

³ Faculty of Management, Loei Rajabhat University

⁴ The Federation of Thai SMEs, Loei Province

Property Department declared Loei cotton products a geographical indication on December 26, 2024; however, the community enterprise groups and weaving establishments lacked knowledge and understanding regarding the application for the Geographical Indications symbol. Consequently, government sectors led by the Loei Provincial Commerce Office and collaborative network partners recognized the importance of the GI symbol and have driven the process by organizing four workshop activities as follows: 1) an activity to enhance knowledge and understanding of GI products for Loei cotton, 2) an activity to learn the criteria for quality control inspection of Loei cotton products at the internal control level, 3) a workshop activity on learning the criteria for developing a quality control plan for Loei cotton products, and 4) an on-site advisory activity according to the assessment criteria for quality control of Loei cotton products. The supporting factors that enhanced the driving force for applying for the GI symbol include: (1) market-driven forces, (2) cultural value identity, (3) production systems and traceability, (4) collaborative networks, and (5) government policy mechanisms.

Keywords: Loei cotton fabric products, product's geographical indication, geographical indication (GI)

ความนำ

วัฒนธรรมฝ้ายเมืองเลยถูกเชื่อมโยงเข้ากับวิถีชีวิตของชาวจังหวัดเลยมาตั้งแต่บรรพบุรุษ ตั้งแต่แรกเกิด เช่น การใช้ผูกสายสะดือในพิธีกรรมแรกเกิด การผูกข้อมือรับขวัญ การอบรมสั่งสอนความเป็นผู้หญิงจากแม่ปู่ย่าตายายผ่านการทอผ้า สำหรับการปลูกฝ้ายนั้นชนบ้านจะปลูกไว้วัดตามพื้นที่ว่างในเขตบ้านและตามหัวไร่ปลายนา เป้าหมายคือการนำมานำมาใช้ทอผ้า หรือการทำที่นอนไว้ใช้ในครัวเรือน ส่วนที่เหลือจากการใช้ชาวบ้านจะจำหน่ายให้กับผู้สนใจ การปลูกฝ้ายในจังหวัดเลยนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 ผู้ว่าราชการจังหวัดเลยได้ส่งเสริมให้ชาวบ้านปลูกฝ้ายพันธุ์พื้นเมืองที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ทั่วจังหวัดเลย โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมเศรษฐกิจฐานรากของจังหวัด จุดเด่นของฝ้ายคือต้นใหญ่ แข็งแรง และให้ฝ้ายมาก ทั้งนี้มาจากปัจจัยหลักคือสภาพพื้นที่ ดิน และอุณหภูมิที่เหมาะสม ส่งผลทำให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือ (Phoungmanee et al., 2024) นับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2541 เป็นต้นมานั้น หน่วยงานภาครัฐในจังหวัดเลย ได้แก่ สำนักงานพัฒนาชุมชนจังหวัดเลย สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดเลย สำนักงานเกษตรจังหวัดเลย สำนักงานอุตสาหกรรมจังหวัดเลย และสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลยได้ร่วมมือกันขับเคลื่อนผ้าฝ้ายตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ และปลายน้ำให้มีคุณภาพมาอย่างต่อเนื่อง เช่น มีกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการส่งเสริม และกระตุ้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกฝ้าย กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน และสถาบันการศึกษาให้ตระหนักรู้ถึงคุณค่าผ้าฝ้ายเมืองเลยที่ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว เช่นเดียวกับการต่อยอดให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้เห็นความสำคัญของการรู้ถึงเรื่องราวของผ้าฝ้ายทอมือในฐานะภูมิปัญญาท้องถิ่นในเชิงวิชาการ จนสามารถนำสู่การไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนา และการสื่อสารได้อย่างชัดเจน (Bailee, 2017) ดังนั้นกิจกรรมการพัฒนาเพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์จึงครอบคลุมประเด็นการบริหารจัดการกลุ่ม ทักษะการทอผ้า การย้อมสี การแปรรูปผลิตภัณฑ์ การรู้รูปแบบการทอ และการสร้างสรรค์รูปแบบผ้าทอใหม่บนฐานอัตลักษณ์จังหวัดเลย โดยให้ความสำคัญกับการตลาด และรสนิยมของผู้บริโภคเป็นหลัก ได้แก่ การพัฒนาผ้าทอลายดอกฝ้ายเมืองเลยให้เป็นผ้าประจำจังหวัดเลย หรือการผลิตข้าวลวดลายพระราชทาน เช่น ลายขอเจ้าฟ้าสิริวัณณวรีฯ เน้นการพัฒนาการคิดสร้างสรรค์ ทักษะการเลือกวัตถุดิบ กระบวนการทอผ้าที่ละเอียดประณีต การเลือกใช้ออกกำลังกายจากงานวิจัย และการทดลองจัดวางตำแหน่งสีจนเป็นลายชั้น ซึ่งการทดลองอย่างต่อเนื่องจนผ้าทอได้มาตรฐานตามเกณฑ์ที่กำหนด และเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่มีคุณภาพ จึงนำไปขึ้นทะเบียนขอมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน [มผช.] (Bailee, 2017; Phoungmanee et al., 2024)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าเป็นรากฐานสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ ซึ่งชุมชนที่เข้มแข็งนั้น จะพึ่งพาตนเองได้ในมิติเศรษฐกิจและวัฒนธรรมของชุมชน (Sittinoppan & Panbarnrung, 2019) จากสภาพการณ์การแข่งขันทางเศรษฐกิจและการค้าระดับชุมชน จังหวัด ประเทศ และนานาชาติปัจจุบัน ได้ส่งผลทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าจังหวัดเลยตระหนักรู้ถึงผลที่จะเกิดขึ้นเป็นอย่างดี จึงสร้างเครือข่ายคลัสเตอร์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้า เพื่อต่อรองและสร้างเงื่อนไขกับภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาให้เข้ามาหนุนเสริมศักยภาพผ้าฝ้ายทอให้มีคุณภาพสูงสุดทุกมิติ เช่น จัดกิจกรรมพัฒนาศักยภาพการออกแบบการทอ หรือกิจกรรมย้อมเส้นใยฝ้ายจากสีธรรมชาติจาก

พืชท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้ตระหนักถึงภูมิปัญญาดั้งเดิมในมิติการปลูก มิติการเก็บฝ้าย มิติการขึ้นฝ้าย มิติการย้อมสี มิติการทอ มิติการพัฒนาจากกระบวนการผลิตแบบใหม่ จนเป็นผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายทอมือที่มีรูปแบบใหม่ เช่น รูปแบบผ้าทอ เส้นใย ขนาด ความกว้าง และความยาวตามเกณฑ์มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน [มผช.] (Pommarang, 2025) การพัฒนาดังกล่าวได้ทำให้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้มองเห็นโอกาสที่จะพัฒนาศักยภาพของตนเองเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ Bailee (2017) ที่กล่าวว่า การพัฒนาศักยภาพผ้าทอด้วยการใช้วัสดุ การย้อมสี ลวดลายใหม่ และการบริการที่มีประสิทธิภาพ ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการผ้าทออย่างต่อเนื่องและสม่ำเสมอ จะช่วยสร้างโอกาสในการจำหน่ายสินค้าผ้าฝ้าย เมืองเลยได้มากขึ้น เช่นเดียวกับการค้นหาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของผ้าฝ้ายทอมือ ก็จะช่วยสร้างการรับรู้ในคุณค่าและพึงพอใจ ในคุณลักษณะที่โดดเด่นของผ้าฝ้ายเมืองเลย ดังเช่น กลุ่มวิสาหกิจชุมชนฝ้ายตุ๋ยเลือกใช้ฝ้ายสีขาว และฝ้ายสีน้ำตาลมาทอผ้า สีพื้น ผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอลวดลายริ้วหรือลายชั้น ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ และจดจำรูปลักษณ์ได้เป็นอย่างดี (Phoungmanee et al., 2024) ซึ่งอัตลักษณ์ผ้าฝ้ายเมืองเลยนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนหลายกลุ่มที่ยังคงรักษารูปแบบการทอแบบดั้งเดิมไว้ ดังเช่น การใช้เส้นฝ้ายขึ้นมือทอเป็นผืนผ้าด้วยเส้นพุ่งและเส้นยืน และการใช้พิมพ์แบบสอเส้นฝ้ายรูปเดียว รูปแบบการทอดังกล่าว จะทำให้ผ้าฝ้ายมีผิวสัมผัสบริเวณผิวหน้าผ้าขรุขระ หยิบ และไม่เรียบ (Mantracrafts, 2020)

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนทอผ้าจังหวัดเลยจำนวน 31 กลุ่มที่อยู่ในกลุ่มคลัสเตอร์สิ่งทอยังไม่มีการขอ การใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) กับสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย ดังนั้นการเตรียมความพร้อมกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าให้เข้าใจถึงเกณฑ์การขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงมีความสำคัญและ จำเป็นต้องขับเคลื่อนเพื่อให้ผ้าฝ้ายทอมือได้ก้าวหน้าต่อไป (Department of Intellectual Property [DIP], 2025) ส่วน ปัญหาการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่เกี่ยวข้องต้องพิจารณาในประเด็นปัญหาความรู้ความเข้าใจถึงขั้นตอนการขึ้น ทะเบียนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า รวมถึงการมีศักยภาพด้านความรู้ความสามารถของเจ้าหน้าที่ภาครัฐ ที่อาจมีไม่เพียงพอ (Phonpanich, 2018) นอกจากนี้ Chooduang (2007) กล่าวว่า ประธานกลุ่มและสมาชิกกลุ่มขาด ศักยภาพการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จึงไม่สามารถปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ได้ เนื่องจากผู้ขอขึ้นทะเบียนไม่มีทักษะ และประสบการณ์ หรือจากหลักเกณฑ์ของตัวบทกฎหมายทางการค้าที่ทำให้ผู้ที่ประสงค์ขอขึ้นทะเบียนไม่อาจปฏิบัติได้ สำหรับ Division of Agricultural Trade Policy and Strategy, Governmental Organization Responsible for Trade and Economic Policy Analysis, Ministry of Commerce (2024) กล่าวว่า กลุ่มผู้ผลิตสินค้าชุมชนนั้นส่วนใหญ่ขาดข้อมูล สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ไม่มีทักษะการลงทะเบียนของกรมทรัพย์สินทางปัญญา ไม่มีวิธีการควบคุมมาตรฐานคุณภาพการผลิต และไม่ทราบว่าการขึ้นทะเบียนจะช่วยยกระดับราคาสินค้าผ้าฝ้ายทอมือได้ ซึ่งการขาดความรู้ความเข้าใจถึงรายละเอียด สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการไม่มีทักษะลงข้อมูลในระบบของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าดังกล่าว จึงทำให้ ไม่สามารถนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาใช้ได้ ดังนั้นภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาจึงร่วมมือกัน ขับเคลื่อนศักยภาพผ้าฝ้ายทอมือให้มีคุณภาพ ตั้งแต่ต้นทางไปจนถึงปลายทาง ได้แก่ การแสวงหาเมล็ดพันธุ์ฝ้ายที่มีคุณภาพ กระบวนการปลูก และกระบวนการผลิตผ้าฝ้ายทอมือที่ได้มาตรฐาน (Phoungmanee et al., 2024; Office of the Permanent Secretary for Ministry of Agriculture and Cooperatives [OPS MOAC], 2025; Pommarang, 2025)

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) นำเสนออัตลักษณ์ผ้าฝ้ายเมืองเลยกับการประกาศเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย และ 2) ขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าการสู่การขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทาง ภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย

ส่วนขอบเขตของบทความวิชาการนี้ผู้เขียนได้นำเสนอเนื้อหาข้อมูลด้วยการวิเคราะห์และสังเคราะห์ในประเด็นหลัก ดังนี้ การขอขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย กระบวนการขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและ ผู้ประกอบการทอผ้าจังหวัดเลยที่มุ่งขอขึ้นทะเบียนใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สำหรับคำจำกัดความที่คณะผู้เขียนนำมาใช้ในการเขียนบทความมีรายละเอียดดังนี้ 1) สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย หมายถึง ผ้าทอจากเส้นฝ้ายทั้งเส้นยืนและเส้นนอน ผลิตตามรูปแบบดั้งเดิม เป็นฝ้ายสีธรรมชาติ หรือย้อมสีธรรมชาติจะมี ลวดลาย หรือไม่มีลวดลายก็ได้ แก่ ผ้าพันคอ ผ้าคลุมไหล่ และผ้าผืน 2) สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง สินค้าที่มาจาก แหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจงทางภูมิศาสตร์ ซึ่งมีคุณลักษณะพิเศษ มีคุณภาพ และมีชื่อเสียง อันเป็นผลผลิตในแหล่งภูมิศาสตร์ ที่มีปัจจัยทางธรรมชาติ เช่น สภาพดิน ฟ้า อากาศ แหล่งน้ำ และปัจจัยทางมนุษย์ เช่น ภูมิปัญญา ทักษะ หรือกรรมวิธีแบบ ดั้งเดิมของท้องถิ่นเกี่ยวข้อง 3) การขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ หมายถึง กระบวนการทางกฎหมายในการยื่นคำขอ ต่อกรมทรัพย์สินทางปัญญา เพื่อให้การรับรองและคุ้มครองชื่อสินค้าหรือสัญลักษณ์ของ "สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์" ที่มี

แหล่งผลิต คุณภาพ และคุณลักษณะเฉพาะผูกพันอยู่กับพื้นที่ทางภูมิศาสตร์อย่างเป็นทางการ 4) เกณฑ์การควบคุมคุณภาพ หมายถึง ข้อกำหนด มาตรฐาน หรือแนวทางปฏิบัติที่เป็นรูปธรรม ซึ่งถูกกำหนดขึ้นเพื่อใช้เป็นเครื่องมือตรวจสอบ วัดผล และประเมินคุณลักษณะสินค้าหรือบริการ ให้เป็นไปตามมาตรฐาน มีความถูกต้อง และยังคงรักษาอัตลักษณ์ดั้งเดิมอย่างสม่ำเสมอ ในบริบทของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น มีเกณฑ์การควบคุมคุณภาพ ที่ถูกระบุไว้ใน "คู่มือปฏิบัติงานและแผนการควบคุม ตรวจสอบ" ซึ่งผู้ผลิตในชุมชนทุกคนต้องปฏิบัติตามอย่างเคร่งครัด โดยครอบคลุมเกณฑ์ 3 ด้าน ดังนี้ (1) เกณฑ์ด้าน กระบวนการผลิต (Process criteria) ที่กำหนดขั้นตอน วิธีการ และภูมิปัญญาชัดเจน ตั้งแต่การคัดสรรวัตถุดิบเฉพาะถิ่น กรรมวิธีการผลิตดั้งเดิม และบรรจุภัณฑ์ เพื่อให้มั่นใจว่าสินค้าถูกต้องตามอัตลักษณ์พื้นที่ (2) เกณฑ์ด้านคุณลักษณะของสินค้า (Product criteria) ที่กำหนดมาตรฐานทางกายภาพ เคมี หรือสุนทรียภาพที่วัดผลได้ เช่น สี รสชาติ กลิ่น ขนาด รูปทรง หรือ ความประณีตของชิ้นงาน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์จำเพาะที่ไม่สามารถลอกเลียนแบบได้จากภายนอก (3) เกณฑ์ด้านการตรวจสอบย้อนกลับ (Traceability criteria) ที่กำหนดระบบการบันทึกข้อมูลและจัดทำบัญชีรายชื่อผู้ผลิต เพื่อให้ตรวจสอบย้อนกลับได้ว่า สินค้าผลิตจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ขึ้นทะเบียนไว้จริง โดยผู้ผลิตที่ผ่านเกณฑ์การควบคุมคุณภาพจะได้รับสิทธิในการใช้ "ตราสัญลักษณ์ GI" และ 4) การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการท้องถิ่น หมายถึง การจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติการ สร้างความเข้าใจถึงสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าฝ่ายเมืองเลยเพื่อนำองค์ความรู้ไปขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

นับตั้งแต่ปลายคริสต์ศตวรรษที่ 19 ประเทศต่างๆ ในยุโรป เช่น ฝรั่งเศส เบลเยียม สหรัฐอเมริกา ฯลฯ ได้พัฒนา วิธีคุ้มครองชื่อทางการค้า (Trading names) และเครื่องหมาย (Marks) ที่เกี่ยวข้องกับสินค้าของตน โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหาร ผ่านการออกกฎหมายและสิทธิบัตรที่ให้ความคุ้มครองความเป็นต้นกำเนิด คุณภาพ และลักษณะเฉพาะของแต่ละภูมิภาค โดยคำนึงถึงการให้ความคุ้มครองและประโยชน์ที่ผู้บริโภคจะได้รับ ปัจจุบันเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีความสำคัญกับธุรกิจการค้าเพิ่มขึ้นเป็นอย่างมาก โดยเฉพาะเมื่อประเทศไทยได้เปิดเสรีทางการค้าภายใต้ข้อตกลงของ องค์การการค้าโลก [WTO] ทำให้เกิดปรากฏการณ์แข่งขันทางการค้ามากขึ้น ดังนั้นแต่ละประเทศจึงต้องสร้างสินค้า ผลิตภัณฑ์สัญลักษณ์ หรือเครื่องหมายสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical indications) เพื่อแสดงสิทธิถึงการเป็นต้นกำเนิด และสร้างจุดขายที่แตกต่างให้กับสินค้าของตนเอง อันมีเป้าหมายมุ่งใจให้กลุ่มผู้ซื้อที่สนใจสินค้าที่มีความพิเศษได้เลือกนำไปใช้ ส่วนประเทศไทยได้เร่งหนุนเสริมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในระดับประเทศ เช่น กรมทรัพย์สินทางปัญญา และ สำนักงานพาณิชย์ในแต่ละจังหวัดจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้เพื่อการคัดเลือกสินค้าที่มี คุณลักษณะเข้าข่ายตามเกณฑ์ที่กำหนดไว้ โดยเฉพาะสินค้าที่สามารถแสดงแหล่งกำเนิดที่มีผลต่อผลผลิตทางการเกษตร หรือ ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาไทย (Sriwiboon, 2008) นอกจากนี้ยังเป็นวิธีการตัดโอกาสประเทศคู่ค้ากับประเทศไทย ไม่ให้ถกฉวยภูมิปัญญาไทยที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจไปผลิตเอง หรือแสวงหาผลประโยชน์โดยไม่จ่ายค่าตอบแทน (Yimfuang & Yoowattana, 2019)

สำหรับประเด็นขั้นตอนการขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้ 1) การรวมกลุ่ม ผู้ผลิต ผู้ประกอบการค้า และหน่วยงานในพื้นที่ร่วมกันปรึกษาหารือ สำรวจ สืบค้น ศึกษาความเป็นไปได้ และรวบรวมข้อมูล สินค้าที่จะขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ขั้นตอนต่อมา 2) ผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐร่วมดำเนินการ ดังนี้ การจัดทำคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีรายละเอียดได้แก่ ประวัติความเป็นมา และชื่อเสียงของสินค้า คุณภาพ ลักษณะพิเศษ กระบวนการผลิตที่เชื่อมโยงกับแหล่งภูมิศาสตร์ และการระบุขอบเขตพื้นที่การผลิต นอกจากนี้ยังต้อง จัดทำคู่มือปฏิบัติงานสำหรับสมาชิกผู้ใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รวมถึงจัดทำแผนการควบคุมตรวจสอบสำหรับให้คณะกรรมการ ผู้มีหน้าที่ตรวจสอบสินค้าด้วย 3) การยื่นคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่กรมทรัพย์สินทางปัญญา หรือสำนักงาน พาณิชย์จังหวัด หรือทางไปรษณีย์ หรือผ่านระบบบริการทรัพย์สินทางปัญญาอิเล็กทรอนิกส์ (E-service) 4) กรมทรัพย์สินทางปัญญา ตรวจสอบคำขอขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีระยะเวลา 120 วัน นับจากวันที่ได้รับคำขอขึ้นทะเบียน 5) กรมทรัพย์สินทางปัญญา จะทำการประกาศรับขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ โดยมีระยะเวลา 90 วัน เพื่อเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียได้ยื่นคำคัดค้าน หากไม่มีผู้คัดค้าน หรือมีการคัดค้านและมีคำวินิจฉัยอันเป็นที่ยุติแล้ว ก็ให้ขึ้นทะเบียนได้ 6) กรมทรัพย์สินทางปัญญาจะประกาศขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เมื่อสินค้าได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เรียบร้อยแล้ว ซึ่งการคุ้มครองนั้นจะมีผลตั้งแต่วันที่ยื่นคำขอขึ้นทะเบียน 7) ผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้า ดำเนินการจัดทำ

ระบบควบคุมคุณภาพ และยื่นคำขออนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย เพื่อนำตราสัญลักษณ์ไปใช้เป็นองค์ประกอบบนฉลากสินค้า หรือบรรจุภัณฑ์ โดยตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีอายุ 2 ปี (DIP, 2025) ดังแสดงใน Figure 1

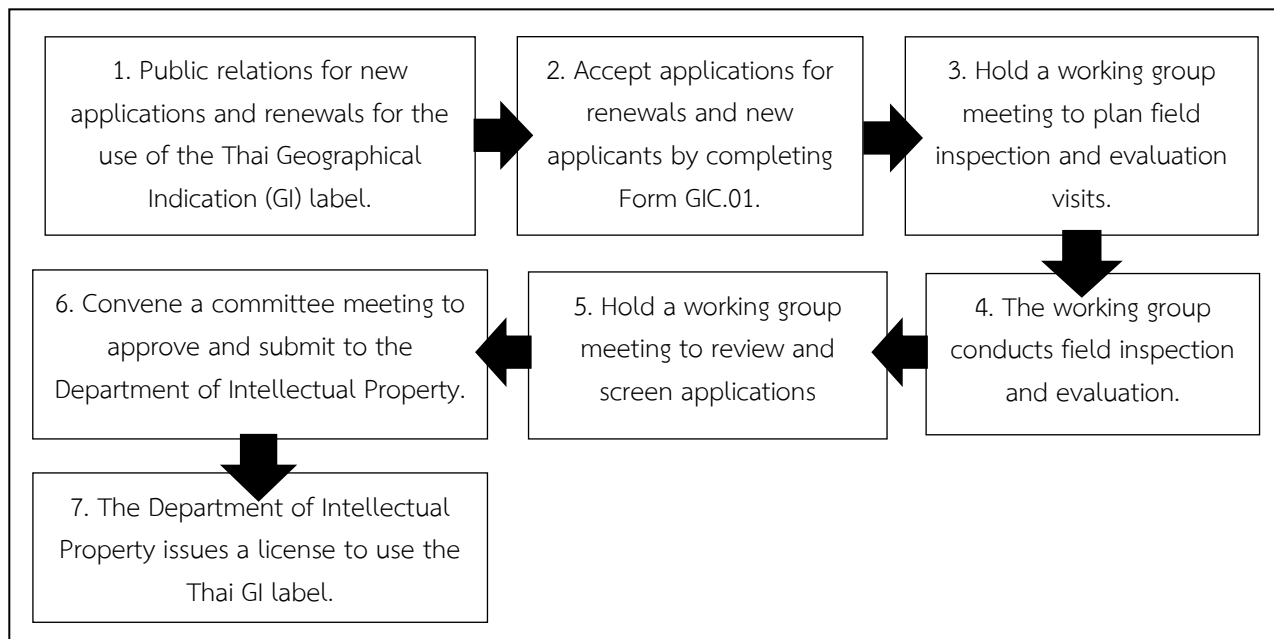


Figure 1 Process for Applying for Permission to Use the Thai Geographical Indication (GI)

Note. Division of Agricultural Trade Policy and Strategy, Governmental Organization Responsible for Trade and Economic Policy Analysis, Ministry of Commerce (2024)

กล่าวได้ว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เป็นสินค้าเฉพาะแหล่งที่มีรากเหง้าทางประวัติศาสตร์ และภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างชัดเจน โดยกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้ยกระดับไปสู่สินค้าและผลิตภัณฑ์ร่วมสมัยที่ตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้ซื้อระดับชาติและนานาชาติได้ สำหรับจำหน่ายสร้างรายได้ คำว่า “สินค้า” มีนัยถึงสิ่งของที่สามารถซื้อขาย แลกเปลี่ยน หรือโอนกันได้ ไม่ว่าสินค้านั้นจะเกิดโดยธรรมชาติหรือเป็นผลิตผลทางการเกษตร รวมถึงผลิตภัณฑ์หัตถกรรมและอุตสาหกรรม (Chooduang, 2007) สำหรับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นจะมีลักษณะเฉพาะคือ ภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ทำให้สินค้าแตกต่างจากพื้นที่อื่น ๆ ทั้งคุณลักษณะ คุณภาพ วิธีการผลิต วัตถุดิบเหล่านี้จะช่วยสร้างความเชื่อมั่นและความมั่นใจให้กับผู้บริโภคจากการที่สินค้ามีคุณภาพ มีชื่อเสียง และมีคุณลักษณะเฉพาะตามแหล่งของภูมิศาสตร์ ที่ส่งผลให้สินค้านั้นแตกต่างกับสินค้าโดยทั่วไปที่เป็นสินค้าชนิดเดียวกัน แต่ผลิตต่างสถานที่กันและลักษณะเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคเล็งเห็นว่าสินค้านั้นมีความพิเศษ ไม่เหมือนกับสินค้าอื่น ๆ (Phadungkwan, 2024) อย่างไรก็ตามสินค้าเหล่านี้อาจถูกละเมิดด้วยการผลิตซ้ำ หรือการถูกสวมสิทธิ์จากคนนอกพื้นที่และนอกประเทศ ดังนั้นประเทศไทยในฐานะที่ผลิตสินค้าที่มีคุณลักษณะเฉพาะ จึงได้กำหนดกฎหมายเฉพาะ และพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 มีความมุ่งหมายเพื่อคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ หรือสิ่งที่สื่อถึงสินค้าท้องถิ่นที่มีคุณภาพ มีชื่อเสียงและมีลักษณะเฉพาะที่สัมพันธ์กับสภาพภูมิศาสตร์ท้องถิ่นที่ต่างกัน ทั้งนี้เพื่อป้องกันไม่ให้ผู้บริโภคสับสน หรือหลงผิดในแหล่งผลิตสินค้า อันเป็นการให้สิทธิร่วมรักษาและพัฒนาคุณภาพสินค้าท้องถิ่นของตน ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นคือ ความเข้มแข็งชุมชน (Phonpanich, 2018) ส่วนประเด็นที่ผู้บริโภคมีความนิยมสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มีจำนวนมากขึ้นนั้น จะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพสินค้าของผู้ประกอบการให้มีมาตรฐานสูงมากยิ่งขึ้น และสินค้ามีขีดความสามารถที่จะแข่งขันระดับสากลได้ (Yimfuang & Yoowattana, 2019) สำหรับตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นมีความสำคัญต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า ที่จะนำมาใช้วางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งการบริโภคของกลุ่มผู้ซื้อเฉพาะ (Sriwiboon, 2008) ส่วนประโยชน์จากการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ในประเด็นแรกคือ การคุ้มครองชื่อทางการค้าและคุณค่าเชิงวัฒนธรรม โดยเฉพาะการลอกเลียนแบบ และการใช้ชื่อโดยไม่ชอบธรรมจากคนนอกพื้นที่ ประเด็นที่สองคือ การเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์และช่องทางการตลาด ด้วยการนำตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาประกอบบนบรรจุภัณฑ์และสินค้า เป้าหมายหลักคือ การสร้างการรับรู้และการจดจำ

ถึงคุณภาพ ที่มาของสินค้า การจำหน่ายตลาดเฉพาะ (Niche markets) และการเพิ่มช่องทางส่งออกต่างประเทศ ประเด็นที่สามคือ การจัดการคุณภาพและมาตรฐานร่วมของผู้เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะภาครัฐที่ต้องผลักดันกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐานการผลิต รวมถึงการสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย อย่างไรก็ตามสิ่งที่สำคัญของการพัฒนานี้คือ การตรวจสอบย้อนกลับของสินค้าได้ และ ประเด็นสุดท้ายคือ การบริหารจัดการชุมชนและการสร้างเครือข่ายให้เข้มแข็งและมีคุณภาพ ด้วยการรวมกลุ่ม การตั้งข้อกำหนดการแบ่งปันทรัพยากร และเทคนิคการผลิตร่วมกัน (DIP, 2025)

2. แนวคิดการขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดการขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ยั่งยืนในสภาพการณ์ของโลกปัจจุบันนั้นได้มุ่งเน้นความยั่งยืน (Sustainability) โดยใช้โมเดลเศรษฐกิจ BCG (Bio-Circular-Green) ส่วนการขับเคลื่อนผ่านยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ประกอบด้วย 6 ด้านหลัก คือ ด้านความมั่นคง ด้านขีดความสามารถในการแข่งขัน ด้านการพัฒนาคุณภาพมนุษย์ ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาค ด้านการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และด้านการปรับสมดุลของภาครัฐ ทั้งนี้เพื่อยกระดับขีดความสามารถการแข่งขัน การสร้างความเท่าเทียม การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และการปรับสมดุลภาครัฐสู่ดิจิทัล การดำเนินการจึงมุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของภาคีเครือข่ายเป็นสำคัญ โดยทำการพัฒนาภาพรวม 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ มิติเศรษฐกิจชีวภาพ (Bioeconomy) ด้วยการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่า มุ่งเน้นการพัฒนาผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง ส่วนมิติเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) มุ่งเน้นการรักษาคุณค่าทรัพยากรด้วยแนวคิด “การลดการใช้ หมุนเวียนนำกลับมาใช้ ลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ลดปัญหามลพิษ และสร้างเศรษฐกิจใหม่” และมิติเศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) เน้นการพัฒนาสังคมควบคู่กับการรักษาสภาพสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล สู่เป้าหมายหลักคือ ความมั่นคง และความยั่งยืน (National Science and Technology Development Agency, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation, 2022) ส่วนการพัฒนาสังคมให้เกิดความยั่งยืนนั้นเป็นแนวคิด และแนวปฏิบัติการพัฒนาที่ทุกภาคส่วนต้องคำนึงถึงข้อจำกัดของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม โดยมุ่งตอบสนอง 3 ด้าน คือ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสังคม และด้านสิ่งแวดล้อม โดยสร้างกระบวนการขึ้นมาเพื่อเปิดโอกาสให้เครือข่ายสังคมเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินการ เช่น การเลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมเพื่อควบคุมคุณภาพให้มีประสิทธิภาพ โดยไม่ส่งผลกระทบหรือผลเสียเกิดขึ้น ทั้งนี้การดำเนินการดังกล่าวจะคำนึงถึงบริบทชุมชน สังคม วัฒนธรรม และศักยภาพของสินค้าในแต่ละพื้นที่ เป้าหมายคือ การเป็นชุมชนที่มีความสมดุลและยั่งยืนในระยะยาว (Bunyadit et al., 2022) สำหรับประเด็นกระบวนการพัฒนานั้นจะต้องอยู่บนฐานการมีส่วนร่วมจากภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมภายใต้เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน [SDGs] ในระดับพื้นที่ (SDG localization) ส่วนแนวคิดการพัฒนาแบบมีส่วนร่วม (Participatory development) คือ กระบวนการที่เปิดโอกาสให้ประชาชน หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียได้เข้ามามีบทบาทหลักร่วมดำเนินกิจกรรมการพัฒนา โดยเริ่มตั้งแต่การคิดวิเคราะห์ การวางแผน การตัดสินใจ การลงมือทำ และการแบ่งปันผลประโยชน์ร่วมกัน ซึ่งผลจากการมีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาจะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการที่แท้จริง และอยู่บนฐานการพึ่งพาตนเองและการพัฒนาที่ยั่งยืน (Kasemsuk, 2018)

จากที่กล่าวมาประเด็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทำให้เห็นว่ามีผลสำคัญต่อสินค้าที่มีลักษณะเฉพาะถิ่นที่เกิดขึ้นจากภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะต้องมีความรู้และเข้าใจอย่างถ่องแท้ เพื่อนำเข้าสู่กระบวนการขอขึ้นทะเบียนกับกรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ โดยมีเป้าหมายเพื่อการปกป้องสินค้าไม่ให้มีการลอกเลียนแบบ และสร้างโอกาสให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการได้ขยายตลาดไปสู่ระดับชาติและนานาชาติ ดังนั้นการใช้แนวคิดการขับเคลื่อนและการพัฒนาที่ยั่งยืนตามยุทธศาสตร์ของชาติ จึงมุ่งหวังให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้มีศักยภาพด้านความรู้ความเข้าใจ สำหรับการนำไปพัฒนาตามเกณฑ์การควบคุมคุณภาพภายใน และมีทักษะการกรอกข้อมูลการขอใช้ตราสัญลักษณ์ สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย จึงเป็นกระบวนการทำให้กลุ่มมีศักยภาพ สามารถที่จะแข่งขันทางการค้ากับผู้ประกอบการรายอื่น ๆ ได้ เช่นเดียวกับการรักษาภูมิปัญญาท้องถิ่นและการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า

อัตลักษณ์ผ้าฝ้ายเมืองเลยกับการประกาศเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

คำว่า “อัตลักษณ์ผ้าฝ้ายเมืองเลย” หมายถึง คุณลักษณะของผ้าฝ้ายเมืองเลย เช่น ความนุ่มฟู ความบางเบา ระบายอากาศได้ดี การทอเส้นใยลักษณะแน่นหรือการทอเส้นใยลักษณะหลวมตามรสนิยมของช่างทอ ทอจากเส้นฝ้ายธรรมชาติ 100% ทั้งเส้นยืนและเส้นพุ่ง โดยเส้นฝ้ายผ่านการเข็นด้วยมือ (Phoungmanee et al., 2024; DIP, 2025) สำหรับรายละเอียดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยนั้น กรมทรัพย์สินทางปัญญา กระทรวงพาณิชย์ ได้ประกาศเมื่อ 26 ธันวาคม พ.ศ. 2567 โดยผลของการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้กับสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับสินค้าผ้าทอให้ก้าวไป

สู่นานาชาติและสากล อย่างไรก็ตามการที่ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์เมื่อนำไปประกอบบนบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ผ้าฝ้ายเมืองเลย จะส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้กับกลุ่มเป้าหมาย และยังช่วยคุ้มครองภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย และตราสัญลักษณ์ยังใช้เป็นเครื่องมือส่งเสริมการตลาด และการประชาสัมพันธ์ไปยังกลุ่มเป้าหมายในประเทศ และต่างประเทศที่ให้คุณค่ากับผลิตภัณฑ์ที่มีความพิเศษ มีรายละเอียดดังนี้ (DIP, 2025)

มิติที่ 1 การระบุถึงคุณลักษณะเฉพาะของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่คำว่า “ผ้าฝ้ายเมืองเลย” หรือคำว่า Mueang Loei Cotton Fabric หรือคำว่า Pha Fai Mueang Loei โดยคำว่า “ผ้าฝ้ายเมืองเลย” นั้นมีนัยถึง ผ้าผืน ผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอที่ช่างทอได้ใช้ก็ทอมือในการทอผ้า โดยใช้เส้นใยฝ้ายธรรมชาติที่ปลูกในพื้นที่ 100% โดยโครงสร้างผืนผ้าทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืนเป็นเส้นใยฝ้าย รูปแบบผ้าจะมีลวดลายหรือไม่มีลวดลายก็ได้ สิ่งที่ต้องเห็นได้ชัดคือผืนผ้ามีสีตามธรรมชาติจากสีเส้นฝ้าย หรือการย้อมสีเส้นใยด้วยสีธรรมชาติให้มีโทนสีต่าง ๆ (OPS MOAC, 2025) ส่วนคุณลักษณะของเนื้อผ้านั้นเมื่อใช้สัมผัสผืนผ้าจะไม่เรียบเสมอกันทั่วทั้งผืนผ้า ซึ่งเมื่อใช้ไประยะหนึ่งเนื้อผ้าจะนุ่มฟู สำหรับความสำคัญของสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยที่จะขอตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือ ต้องผลิตอยู่ในครอบคลุมพื้นที่จังหวัดเลยเท่านั้น ส่วนสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยที่กลุ่มต้องเตรียมการขอตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ 1) ผ้าผืน จะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 1 เมตร ความยาวไม่เกิน 40 เมตร หรืออาจใช้ผ้าผืนที่มีเป้าหมายเพื่อการตัดแบ่งสำหรับการจำหน่ายตามขนาดความต้องการผู้ซื้อเป้าหมาย 2) ผ้าคลุมไหล่ จะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.5 เมตร และความยาวไม่เกิน 2 เมตร 3) ผ้าพันคอ จะต้องมีความกว้างไม่น้อยกว่า 0.35 เมตร ความยาวไม่เกิน 2 เมตร โดยสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยต้องมีลักษณะของผ้าฝ้ายประกอบด้วย 1) เนื้อผ้า จะต้องทอด้วยมือจากเส้นใยฝ้ายธรรมชาติ 100% ทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน มีความเหนียวนุ่มฟู เมื่อสัมผัสเนื้อผ้าจะไม่เรียบเสมอกันทั่วทั้งผืน เมื่อใช้ไประยะหนึ่งเนื้อผ้าจะนุ่มฟู 2) ผ้าฝ้ายมีโทนสีตามธรรมชาติของเส้นใยฝ้าย เช่น ขาวนวล น้ำตาลอ่อน น้ำตาลเข้ม เขียวนวล หรือมีโทนสีต่าง ๆ ที่ได้จากการนำเส้นฝ้ายไปย้อมสีที่มาจากธรรมชาติ และ 3) ลวดลาย ที่มาจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่แสดงถึงความคิดสร้างสรรค์ และจินตนาการ เช่น ลายดอกฝ้าย ลายมุกโบราณ ลายดอกพิกุล ลายเกล็ดเต่า ลายนํ้าเลย ลายช้าง และลายอื่น ๆ หรือทอเป็นผ้าพื้นแบบไม่มีลวดลาย (DIP, 2025)

มิติที่ 2 กระบวนการผลิตผ้าฝ้ายเมืองเลย มีรายละเอียด ดังนี้

1) วัตถุดิบและอุปกรณ์การผลิต มีรายละเอียดดังนี้ (1) เส้นใยฝ้าย ต้องผลิตจากฝ้ายธรรมชาติ 100% สายพันธุ์พื้นเมืองในจังหวัดเลย คุณภาพเฉพาะถิ่น ได้แก่ ฝ้ายตุ่ยใหญ่ ฝ้ายตุ่ยน้อย ฝ้ายขาวใหญ่ และฝ้ายขาวน้อย ซึ่งมีการปลูก การเก็บเกี่ยว และการผลิตเส้นใยฝ้ายแบบเข็นมือในพื้นที่จังหวัดเลย (2) สีย้อมผ้านั้นจะต้องเป็นสีที่ได้จากวัสดุตามธรรมชาติที่ผลิตในพื้นที่จังหวัดเลยเท่านั้น เช่น คราม ผาง สัก ฯลฯ โดยหลักการสำคัญของการย้อมสีธรรมชาติคือ การใช้สารช่วยติดสี หรือ Mordant เช่น สารส้ม สนิมเหล็ก มะนาว มะขาม หรือน้ำส้มสายชู (Sittinoppan & Panbarnrung, 2019) (3) อุปกรณ์ที่ใช้ผลิตเส้นใยฝ้าย การย้อมสี และการทอผ้า เช่น เครื่องอ้วฝ้าย กงติดฝ้าย แป้นล้อฝ้าย และไม้ล้อ ไนหรือหลาเข็นฝ้าย เครื่องเปียฝ้าย กง อัก และกั

2) การผลิตเส้นใยฝ้าย เริ่มจาก (1) การเก็บปุ๋ยฝ้าย โดยไม่ให้มีเศษใบฝ้าย หรือสิ่งปนเปื้อนอื่น ๆ ติดกับปุ๋ยฝ้าย จากนั้นนำไปใส่ภาชนะ เช่น ถังผ้าหรือถุงกระสอบ ทำการตากให้แห้งสนิท และให้เก็บไว้ในที่ที่อากาศถ่ายเทได้ ทั้งนี้เพื่อไม่ให้เปียชื้นและป้องกันเชื้อรา (2) การอ้วฝ้ายหรือหีบฝ้าย โดยนำปุ๋ยฝ้ายที่ผ่านการตากจนแห้งสนิทมาผ่านกระบวนการแยก ปุ๋ยฝ้าย และเมล็ดฝ้ายออกจากกันด้วยเครื่องมืออ้วฝ้าย หรือเข้าโรงหีบฝ้าย (3) นำฝ้ายที่ผ่านการอ้วฝ้าย หรือหีบฝ้าย จากนั้นจึงใช้กระบวนการทำให้ฝ้ายฟูขึ้นเป็นปุยคล้ายสำลีด้วยกงติดฝ้ายแบบดั้งเดิม หรืออาจนำเข้าโรงหีบฝ้ายเพื่อทำการติดฝ้ายด้วยเครื่องจักร ส่วนขั้นการล้อฝ้าย โดยนำฝ้ายที่ผ่านการติดฝ้ายแล้วมาม้วนให้คล้ายหลอดกลมยาวด้วยแป้นล้อฝ้าย และไม้ล้อ (4) การเข็นฝ้าย โดยนำฝ้ายที่ผ่านการล้อฝ้ายมาทำให้เป็นเส้นใยฝ้ายด้วยไน หรือหลาเข็นฝ้าย ซึ่งการเข็นฝ้ายด้วยมือจะได้เส้น ฝ้ายขนาดเล็ก (5) การเปียฝ้าย นำเส้นใยฝ้ายที่เข็นฝ้ายแล้วมาทำปอຍ หรือใจ ด้วยเครื่องเปียฝ้าย เพื่อให้เส้นใยฝ้ายเรียงเป็นเส้น (6) การฆ่าฝ้าย นำเส้นใยฝ้ายที่เปียฝ้ายแล้ว มาทำความสะอาดด้วยการล้างน้ำให้เส้นฝ้ายดูดซึมน้ำทั่วทั้งเส้น จากนั้นทุบด้วยไม้ บิดให้หมด ชีง และเกลี่ยเส้นฝ้ายให้เรียงเส้นเสมอกัน นำไปแช่น้ำข้าวต้มสุก บิดให้หมด นำไปตาก โดยขณะตากนั้นให้กระตุก เส้นใยฝ้ายด้วยเพื่อให้เส้นใยฝ้ายกระจายตัว และจะได้เส้นใยฝ้ายที่มีเส้นตรง (7) การกวักฝ้าย นำเส้นใยฝ้ายที่ผ่านการฆ่าฝ้าย มากรอด้วยกง เพื่อให้เส้นฝ้ายเรียงตึงเสมอกัน และนำไปม้วนเก็บด้วยอัก หรือนำเส้นฝ้ายไปย้อมสีก่อนที่จะนำมากรอ และ ม้วนเก็บด้วยอักสำหรับรอนำไปใช้ในการทอผ้าต่อไป

3) การย้อมสี มีรายละเอียดดังนี้ (1) จัดเตรียมอุปกรณ์ และน้ำสีย้อมเส้นใยฝ้าย โดยใช้สีจากวัสดุตามธรรมชาติที่ผลิตในพื้นที่จังหวัดเลย (2) น้ำต้มย้อมสีต้องมีอุณหภูมิที่เหมาะสม หรือช่วง 70 – 120 องศาเซลเซียส จากนั้นจึงนำเส้นฝ้าย

ลงย้อมในหม้อ และ (3) การย้อมเส้นฝ้าย ใช้เวลาไม่เกิน 30 นาที เมื่อย้อมได้เฉดสีที่ต้องการแล้ว ให้นำเส้นฝ้ายไปล้างน้ำ และนำไปตากให้แห้ง (DIP, 2025; Phoungmanee et al., 2024)

มิติที่ 3 การทอผ้าฝ้าย มีรายละเอียดดังนี้ 1) การคันหูกและสับหูก นำเส้นใยฝ้ายที่ม้วนเก็บไว้ในอึก จัดเรียงให้เป็นแถวพับไปมา และนำเส้นฝ้ายจากการคันหูกมาต่อกับการสับหูกให้เป็นเส้นยืน เพื่อเตรียมนำไปทอ 2) ผ้าฝ้ายเมืองเลย มีกระบวนการทอแบบภูมิปัญญาคนเมืองเลย โดยใช้ฝ้ายขนาดพิเศษ ซึ่งการทอผ้าต้องใช้เส้นใยฝ้ายทั้งเส้นพุ่งและเส้นยืน วัสดุ 1 วัสดุ ใช้เส้นยืน 1 เส้น ทอแบบสอดขัดกันด้วยกระสวย ในระหว่างการทอนั้นอาจเกิดบมเล็ก ๆ จึงทำให้เนื้อผ้าไม่เรียบเสมอกัน ประเด็นลวดลายนั้นอาจเป็นไปตามภูมิปัญญาท้องถิ่น หรือตามจินตนาการของช่างผู้ทอได้ เช่น ลายมุกโบราณ ลายดอกพิกุล ลายเกล็ดเต่า ลายนํ้าเลย ลายช้าง หรือเป็นผ้าพื้นๆที่ทอโดยไม่มีลวดลาย (DIP, 2025)

มิติที่ 4 การบรรจุหีบห่อ เป็นสิ่งแสดงศักยภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย ต้องปรากฏรายละเอียดบนบรรจุภัณฑ์ หรือผลิตภัณฑ์ดังนี้ 1) คำว่า “ผ้าฝ้ายเมืองเลย” หรือ “Mueang Loei Cotton Fabric” หรือ “Pha Fai Mueang Loei” 2) ชื่อผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการค้า สถานที่ผลิตหรือจัดจำหน่าย หรือข้อมูลอื่น ๆ เช่น ประเภทผ้า ชนิดเส้นใย ขนาดผ้า ข้อเสนอแนะการดูแลรักษา และราคา เพื่อเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อผู้บริโภค และสามารถตรวจสอบย้อนกลับได้

มิติที่ 5 การพิสูจน์แหล่งกำเนิด ข้อมูลจากแหล่งพื้นที่ วัฒนธรรม วิถีชีวิตและภูมิปัญญาท้องถิ่น มีรายละเอียดดังนี้ 1) ผ้าฝ้ายเมืองเลย ต้องผลิตในเขตพื้นที่ที่กำหนดและตามกระบวนการผลิตในจังหวัดเลย และ 2) กระบวนการผลิตจะต้องผ่านการควบคุมตรวจสอบ คือ การขึ้นทะเบียนสมาชิกผู้ผลิต และผู้ประกอบการค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย รวมทั้งต้องมีเอกสารกำกับ เพื่อให้สามารถทำการตรวจสอบย้อนกลับได้ (Chooduang, 2007; DIP, 2025)

กล่าวได้ว่าสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยนั้นเป็นรายละเอียดที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าต้องเข้าใจถึงคุณลักษณะเฉพาะอย่างแท้จริง สามารถอธิบายข้อมูลประวัติศาสตร์ท้องถิ่น และภูมิปัญญาการปลูกฝ้ายในจังหวัดเลย จนทำให้ฝ้ายมีคุณลักษณะเฉพาะตัวมากขึ้น นอกจากนี้ยังต้องสื่อสารรายละเอียดถึงปัจจัยด้านลักษณะเส้นฝ้ายตามภูมิประเทศและภูมิอากาศของจังหวัดเลยได้ สำหรับต้นฝ้ายของจังหวัดเลยมี 4 สายพันธุ์ ได้แก่ ฝ้ายตุน้อย ฝ้ายตุน้อย ฝ้ายขาวน้อย ฝ้ายขาวใหญ่ (Loei Province, 2023) ซึ่งเป็นสายพันธุ์ที่ชุมชนนิยมนำมาปลูก เนื่องจากมีความแข็งแรง เจริญเติบโตได้ดีในสภาพดินร่วน การดูแลรักษาง่าย ให้ดอกมาก ฝ้ายมีคุณภาพ เมื่อนำฝ้ายมาปั่นเป็นเส้นใยฝ้าย ซึ่งจะได้เส้นใยที่มีความเหนียว และทนทาน เหมาะสมกับการทอเป็นผืนผ้าฝ้ายที่มีคุณภาพ คือ จากลักษณะความโปร่ง จึงสามารถระบายความร้อนได้ดี ขณะเดียวกันผ้าฝ้ายเมืองเลยได้สะท้อนถึงแหล่งภูมิศาสตร์อย่างชัดเจน จึงเป็นผ้าที่แฝงไว้ด้วยข้อมูล สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่มีขอบเขตพื้นที่ชัดเจน เช่น ประเทศ ภูมิภาค หรือท้องถิ่น รวมถึงลักษณะทางธรรมชาติ เช่น ทะเล แม่น้ำ เกาะ หรือภูเขา ซึ่งรายละเอียดเหล่านี้ได้ส่งผลต่อการมีคุณภาพและอัตลักษณ์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยที่ถูกประกาศขึ้นเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าสู่การใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์

สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยได้รับการประกาศขึ้นทะเบียนเป็นสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (Geographical Indications: GI) เมื่อวันที่ 3 เมษายน พ.ศ. 2568 โดยครอบคลุมผลิตภัณฑ์ประเภทผ้าผืน ผ้าคลุมไหล่ และผ้าพันคอที่ผลิตจากเส้นใยฝ้ายธรรมชาติทั้งในส่วนของเส้นพุ่งและเส้นยืน (Phoungmanee et al., 2024) การพัฒนาที่เกี่ยวข้องกับฝ้ายของภาครัฐนั้น ส่วนใหญ่มุ่งขับเคลื่อนไปตามตามโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ-เศรษฐกิจหมุนเวียน-เศรษฐกิจสีเขียว (Bio-Circular-Green economy: BCG model) ของประเทศ ประเด็นที่ภาครัฐของจังหวัดเลยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาใช้เป็นกิจกรรมการส่งเสริมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า ดังนี้ โครงการส่งเสริมและพัฒนาให้เกษตรกรผลิตฝ้ายทั้งกระบวนการให้เป็นธรรมชาติ การปลูกโดยไม่ใช้สารเคมีบำรุงดิน และโครงการพัฒนาเส้นใยฝ้ายโดยใช้ภูมิปัญญาท้องถิ่นในกระบวนการปั่นเส้นใยฝ้าย และโครงการย้อมสีจากธรรมชาติ ทั้งนี้มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล โดยคำนึงถึงความหลากหลายทางชีวภาพที่เชื่อมโยงกับแนวคิดการพัฒนาที่ยั่งยืน (Loei Province, 2023) ความสำเร็จจากการพัฒนาและส่งเสริมให้ฝ้ายมีคุณภาพดี มีมาตรฐานตามที่ระบุไว้ในคู่มือและตามแผนควบคุมคุณภาพ ผลการประกาศการขึ้นทะเบียนจากกรมทรัพย์สินทางปัญญา ได้สร้างความสนใจ และความกระตือรือร้นให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้า จำนวน 31 กลุ่ม ที่ต้องการจะขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์มาเป็นองค์ประกอบบนบรรจุภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์ เพื่อใช้สร้างการรับรู้ภาพลักษณ์ใหม่ให้กับผู้บริโภคและสังคม รวมถึงเป็นเครื่องหมายที่ตอกย้ำให้เห็นว่ากลุ่มต้องผลิตผ้าฝ้ายให้มีความปลอดภัยทัดเทียมกับต่างประเทศ ดังที่ Bailee (2020) กล่าวว่า กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าต้องการให้

ภาครัฐเพิ่มขีดความสามารถในการผลิตผ้าฝ้ายทอมือให้มีคุณภาพดี โดยมีสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องร่วมกันกำหนดกิจกรรมขับเคลื่อนและพัฒนาที่มีประสิทธิภาพด้วยกิจกรรมการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการมีรายละเอียด ดังนี้

1. กิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย ที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องรู้เพื่อเตรียมดำเนินการพัฒนาและปรับปรุงให้สามารถผ่านเกณฑ์การประเมินจากคณะกรรมการดังนี้

1.1 การเรียนรู้มิติหลักการสำคัญของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ดังนี้ 1) ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย (Thai Geographical Indication: GI) เป็นตราของกรมทรัพย์สินทางปัญญาที่รับรองว่าเป็นสินค้านั้นมาจากแหล่งภูมิศาสตร์ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนไว้แล้ว โดยผู้ผลิตต้องปฏิบัติตามคู่มือ และแผนการควบคุมที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด 2) กระบวนการออกใบอนุญาตกรมทรัพย์สินทางปัญญาเป็นหน่วยงานเดียวที่มีอำนาจออกใบอนุญาตให้แก่ผู้ผลิตสินค้า โดยใบอนุญาตให้ใช้เฉพาะกับสินค้าที่ขึ้นทะเบียนแล้วเท่านั้น 3) ตราสัญลักษณ์ มีอายุการใช้งาน 2 ปี 4) ส่วนผู้ประกอบการที่รับสินค้ามาจากผู้ผลิตที่ได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ จะไม่สามารถใช้ตราดังกล่าวได้โดยอัตโนมัติ ทั้งนี้ผู้ประกอบการจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบเช่นเดียวกับผู้ผลิตที่ได้รับอนุญาต 5) ผู้มีสิทธิได้รับอนุญาตให้ใช้ตราสัญลักษณ์ ต้องมีคุณสมบัติ ดังนี้ (1) เป็นผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการที่ดำเนินการผลิตในพื้นที่ที่กำหนด (2) มีคู่มือปฏิบัติงานสำหรับสมาชิก (3) มีแผนการควบคุมตรวจสอบในระดับผู้ผลิต หรือระดับจังหวัด และ (4) ปฏิบัติตามคู่มือและแผนการควบคุมได้อย่างเคร่งครัด (DIP, 2025)

1.2 การเรียนรู้เพื่อให้เข้าใจในมิติลักษณะของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ มีรายละเอียดดังนี้ 1) สินค้าหรือผลิตภัณฑ์ต้องอยู่ในประกาศให้ได้รับการอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จากกรมทรัพย์สินทางปัญญา 2) การมีชื่อเสียงของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ได้แก่ การเป็นสินค้าที่รู้จักและมีชื่อเสียงมาอย่างยาวนาน รวมถึงการเป็นสินค้าที่ได้รับความนิยม จนกลุ่มผู้ซื้อสามารถจดจำ การรับรู้ และมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้านั้น นอกจากนี้ยังต้องนำเสนอเรื่องราวที่น่าสนใจ มีร่องรอยทางประวัติศาสตร์และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สืบทอดต่อกันมา 3) คุณภาพของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ที่ต้องผลิตสินค้าตรงตามมาตรฐาน และตรงตามแหล่งภูมิศาสตร์หรือท้องถิ่นที่กำหนดไว้ รูปแบบและคุณลักษณะผลิตภัณฑ์เหมาะสมต่อการใช้งาน การออกแบบมีคุณภาพ และกระบวนการผลิตได้มาตรฐาน จนทำให้สินค้ามีความแข็งแรง คงทน มีรูปแบบสวยงามใช้ได้ดี และไม่เป็นอันตรายต่อผู้ใช้งาน และ 4) มีคุณสมบัติเฉพาะของสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ลักษณะเฉพาะตัวทางกายภาพ ทางเคมี และทางจุลชีวภาพ ซึ่งแตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกันที่ผลิตในพื้นที่อื่น ๆ (Phadungkwan, 2024)

1.3 การเรียนรู้มิติประโยชน์สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ต่อผู้ผลิต ผู้บริโภค และการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน มีดังนี้ 1) การคุ้มครองชื่อสินค้า เพิ่มอำนาจต่อรอง โดยสินค้าที่ได้ขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น จะได้รับความคุ้มครองตามพระราชบัญญัติคุ้มครองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ พ.ศ. 2546 เพื่อไม่ให้ผู้ผลิตจากแหล่งอื่น ๆ หรือพื้นที่อื่นไม่สามารถนำชื่อสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไปแอบอ้าง หรือปลอมแปลงได้ อันเป็นการช่วยป้องกันความสับสนที่จะเกิดขึ้นกับผู้บริโภค รวมถึงการรักษาชื่อเสียงที่ชุมชนได้สั่งสมมาอย่างยาวนาน 2) การเพิ่มมูลค่าตลาดและรายได้ให้ชุมชน ซึ่งการติดตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ทำให้สินค้าเป็นที่ต้องการในตลาดมากยิ่งขึ้น เนื่องจากเป็นสัญลักษณ์ของความเชื่อมั่นในคุณภาพ และเอกลักษณ์ผลที่ตามมาคือ ราคาสินค้าสูงขึ้นทำให้ผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น 3) การกระตุ้นการรักษามาตรฐานคุณภาพ โดยที่ผู้ผลิตสินค้านั้นต้องรักษามาตรฐานตามข้อกำหนดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์อย่างเคร่งครัดและต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความเชื่อมั่นในสินค้า ส่วนชุมชนได้พัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ให้ดีขึ้น จนมีค่านิยมการผลิตที่ดีและเกิดความยั่งยืน เช่นเดียวกับความสามารถกระตุ้นให้คนรุ่นใหม่ได้เข้ามาร่วมสืบทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นด้วย 4) การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ โดยที่สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวได้ เช่น ไร่กาแฟดอยตุงหรือสวนทุเรียนจังหวัดนนทบุรี เมื่อนักท่องเที่ยวได้สัมผัสกระบวนการผลิตจริง เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มรายได้ให้ชุมชน 5) ผู้บริโภคได้รับสินค้ามาตรฐานสูง เมื่อเห็น “ตราสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI)” บนสินค้า ผู้บริโภคจะมั่นใจว่าเป็นสินค้าแท้ที่มาจากแหล่งผลิตจริง มีกระบวนการผลิตและตรวจสอบคุณภาพตรงตามเกณฑ์ที่จดทะเบียนไว้ ช่วยเพิ่มตัวเลือกสินค้าที่มีคุณภาพสูงในตลาดผลิตภัณฑ์ผ้าทอมือ และ 6) การช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น โดยที่สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์จะช่วยเป็นเครื่องมือในการส่งเสริมให้คนในพื้นที่ได้อนุรักษ์ภูมิปัญญาและวัฒนธรรมการผลิตดั้งเดิมไว้ โดยไม่ต้องละทิ้งอาชีพ ถิ่นฐาน หรือวิถีชีวิตประจำถิ่น ข้อมูลเหล่านี้จึงเป็นกลไกการสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชนอย่างยั่งยืน (Panitsettakorn, 2026)

2. กิจกรรมการเรียนรู้เกณฑ์การตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยในระดับควบคุมภายใน (Internal controls) มีรายละเอียดดังนี้

2.1 กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างความรู้ความเข้าใจมิติการตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าในระดับควบคุมภายใน (Internal controls) ตามที่กรมส่งเสริมทางปัญญาได้จัดทำขึ้น โดยที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าต้องผ่านการตรวจรับรองระดับควบคุมภายนอก (External controls) เพื่อให้ได้รับการอนุญาตใช้ตราสัญลักษณ์อย่างต่อเนื่อง สำหรับวัตถุประสงค์การควบคุมตรวจสอบสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้นเพื่อให้สินค้าที่ได้รับการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์แล้ว ได้ดำเนินการผลิตให้มีคุณภาพตามที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ นอกจากนี้ยังมีเป้าหมายให้สินค้าแต่ละประเภทนั้นสามารถทำการตรวจสอบย้อนกลับไปยังแหล่งที่มาของสินค้าได้ อันเป็นการรับรองว่าสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์นั้น มีการผลิตสินค้าในพื้นที่จริงอย่างมีคุณภาพ และมีมาตรฐานตามที่ได้ขึ้นทะเบียนไว้ จึงเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ซื้อสินค้า

2.2 กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการสร้างความรู้ความเข้าใจระบบควบคุมตรวจสอบคุณภาพ มีรายละเอียดการเรียนรู้ดังนี้ การเรียนรู้รายละเอียดของคู่มือผู้ปฏิบัติงาน ที่ประกอบด้วยข้อปฏิบัติการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ รายละเอียดของสินค้าที่ลงทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น คุณลักษณะของสินค้า กระบวนการผลิต กระบวนการแปรรูป การบรรจุหีบห่อ ตลอดจนข้อกำหนดการใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ ทั้งนี้การเรียนรู้แบบละเอียดของเงื่อนไขต่าง ๆ ร่วมกัน จะทำให้สมาชิกได้เข้าใจจนนำไปสู่การปฏิบัติ และยอมรับข้อตกลงร่วมกันได้ นอกจากนี้ยังต้องรับรู้ถึงข้อมูลเกี่ยวกับสมาชิกที่ว่า ถ้าสมาชิกไม่ปฏิบัติตามข้อตกลงก็จะต้องมีบทกำหนดโทษด้วย ในส่วนการเรียนรู้แผนการควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยนั้น จะเรียนรู้รายละเอียดการตรวจสอบคุณภาพสินค้า เช่น หลักเกณฑ์ และเงื่อนไขการควบคุมการตรวจสอบ วิธีการและเครื่องมือที่ใช้ตรวจสอบและประเมิน ข้อมูลเหล่านี้มีส่วนสำคัญต่อกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าที่จะนำไปปรับวิธีการดำเนินการของกลุ่มให้สอดคล้องกับเกณฑ์ดังกล่าว ส่วนประเด็นที่ต้องเรียนรู้คือ ผู้มีบทบาทหน้าที่ตรวจสอบ ได้แก่ คณะกรรมการจังหวัดที่ได้รับการแต่งตั้งจากผู้ว่าราชการจังหวัดเลย เรียกว่า “ระบบควบคุมภายใน” และ หน่วยตรวจรับรอง เรียกว่า “ระบบควบคุมภายนอก” โดยคณะกรรมการมีอำนาจหน้าที่ตรวจสอบคุณภาพสินค้าให้เป็นไปตามคู่มือผู้ปฏิบัติงาน และแผนการควบคุมตรวจสอบ และท้ายสุดคือ การจัดระเบียบแบบแผนการดำเนินการให้เป็นระบบ ได้แก่ ทะเบียนผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้า ข้อมูลผู้ผลิตและผู้ประกอบการค้าที่ต้องการใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ เช่น ประเภทสมาชิก ที่อยู่ เบอร์โทรศัพท์ที่ติดต่อได้ ข้อมูลที่ตั้งของแหล่งผลิตหรือสถานที่ใช้ประกอบการค้า รายละเอียดของการจดบันทึกกระบวนการทำงาน ข้อมูลการซื้อขายสินค้า วันเวลาจำหน่ายสินค้า และผู้ซื้อ (DIP, 2025)

3. กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ตามเกณฑ์การพัฒนาแผนการควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย มีรายละเอียดดังนี้ (DIP, 2025)

3.1 การศึกษาเรียนรู้ขอบเขตและการกำหนดเกณฑ์การควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย มีรายละเอียดดังเช่น มิติของขอบเขตพื้นที่การผลิตผ้าฝ้ายเมืองเลย มีมาตรฐานการตรวจสอบตำแหน่งของพื้นที่การผลิตที่ระบุไว้ในคู่มือปฏิบัติการ แผนที่การปลูกฝ้าย สถานที่ผลิตเส้นใยฝ้าย และสถานที่ทอผ้า ในส่วนมิติคุณลักษณะสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย โดยมีมาตรฐานการตรวจสอบรายการ และลักษณะผ้าฝ้ายเมืองเลยเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่ ด้านวัตถุดิบของสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยนั้นมีข้อกำหนดตามคู่มือการปฏิบัติงาน เช่น มิติเส้นใยฝ้ายธรรมชาติที่ผลิตในพื้นที่จังหวัดเลย มิติสีย้อมผ้าต้องเป็นสีที่ได้จากธรรมชาติ ส่วนมาตรการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบสถานที่ และแหล่งที่มาของวัตถุดิบว่าเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่ มิติอุปกรณ์การผลิตนั้นมีข้อกำหนดตามคู่มือปฏิบัติงาน คือ ลักษณะอุปกรณ์ โดยใช้มาตรการตรวจสอบอุปกรณ์ว่าเป็นตามข้อกำหนดหรือไม่ มิติกระบวนการผลิต มีข้อกำหนดตามคู่มือปฏิบัติงาน คือ ขั้นตอนการผลิตเส้นฝ้าย การย้อมสี การทอผ้าฝ้าย โดยใช้มาตรการตรวจสอบวิธีการผลิตว่าได้ดำเนินการตามข้อกำหนดหรือไม่ สุดท้ายคือมิติการบรรจุหีบห่อ มีข้อกำหนดตามคู่มือการปฏิบัติงาน คือ รายละเอียดบนฉลาก หรือบรรจุภัณฑ์ ต้องประกอบด้วย คำว่า “ผ้าฝ้ายเมืองเลย หรือ Mueang Loei Cotton fabric หรือ Pha Fai Mueang Loei” และให้ระบุชื่อผู้ผลิต หรือผู้ประกอบการค้า สถานที่ผลิตหรือจำหน่าย หรือข้อมูลอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง คณะกรรมการจะใช้มาตรการตรวจสอบบรรจุภัณฑ์ว่าเป็นไปตามข้อกำหนดหรือไม่

3.2 กิจกรรมทดลองขึ้นทะเบียน ตามมาตรการตรวจสอบการขึ้นทะเบียนของกลุ่ม สำหรับเอกสารที่ใช้อ้างอิงการตรวจสอบ ประกอบด้วย 1) ทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 2) คู่มือผู้ปฏิบัติงานของสมาชิกผู้ขอใช้สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ 3) ทะเบียนสมาชิกผู้ผลิต ผู้ประกอบการ และ 4) แบบบันทึกการผลิตและแบบบันทึกการจำหน่าย โดยมีคณะกรรมการที่ถูกต้องแต่งตั้งขึ้นในระดับจังหวัดที่มีคุณสมบัติสอดคล้องกับข้อกำหนดสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย

4. กิจกรรมการลงพื้นที่ให้คำปรึกษาตามเกณฑ์การตรวจประเมินการควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย

มีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าเข้าร่วมดำเนินการตามรายละเอียดตามที่ได้จัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ จำนวน 12 แห่ง ส่วนปัญหาที่พบมีรายละเอียดดังนี้ 1) อุปกรณ์และเครื่องมือ เช่น ฝั่มขนาดไม่ได้มาตรฐานตามคุณลักษณะสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย 2) รูปแบบการสอดเส้นฝ้ายในรูฝั่ม ส่วนใหญ่เป็น 2 เส้น แต่ในข้อกำหนดของสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์คือ เส้นฝ้าย 1 เส้นต่อ 1 รูฝั่ม 3) ไม่สามารถบันทึกข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนดได้ แต่มีการบันทึกแบบไม่เป็นระบบ 4) การไม่มีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน 5) พื้นที่เก็บวัสดุอุปกรณ์ และการบันทึกข้อมูลไม่เป็นระบบ 6) ใช้ด้ายและฝ้ายโรงงานเป็นวัสดุการทอ 7) การดำเนินการกลุ่มยังไม่มีระบบ และ 8) พื้นที่การทอยังไม่ได้ตามเกณฑ์มาตรฐาน เช่น ไฟไม่ส่องสว่าง พื้นที่อับชื้น สิ่งของวางไม่เป็นระเบียบ พื้นที่การทอผ้ามีฝุ่นผง จากผลการลงพื้นที่ดังกล่าวคณะผู้ดำเนินกิจกรรมได้ทดลองตรวจประเมิน และให้ข้อเสนอแนะตามเกณฑ์การควบคุมคุณภาพภายใน ทั้งนี้เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้นำไปแก้ไขและปรับปรุงจนรูปแบบการบริหารจัดการทุกมิติของกลุ่มเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐานการควบคุมคุณภาพภายในสำหรับการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย (DIP, 2025) ดังแสดงใน Figure 2 และ Figure 3



Figure 2 (Left) Members of the Ban Lat weaving Group Weave Shawls Using Cotton that is Grown and Maintained to Be Free from Toxins. (Right) Muang Loei Cotton Uses Off-white and White Fibers Dyed with Muang Loei Indigo in the Weaving Process.

Note. Muang Loei Cotton [Photograph], by Phoungmanee, T. (2025)



Figure 3 (Left) The Committee Measuring the Size of Loei Cotton Fabric for the Application to Use the Geographical Indication (GI) Certification Mark. (Right) A Committee Comprising Representatives From the Public Sector, Private Sector, and Network Groups Jointly Conducted a Field Visit to Provide Recommendations in Preparation for the Evaluation by the Committee.

Note: Muang Loei Cotton [Photograph], by Sumran. S. (2026)

ดังนั้น การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าผ่านกิจกรรมการอบรมเชิงปฏิบัติการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ด้วยกิจกรรมการลงพื้นที่ตรวจสอบและให้คำปรึกษากลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าให้เกิดการพัฒนา เน้นกระบวนการมีส่วนร่วมแลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อให้ได้แนวทางการดำเนินการพัฒนาศักยภาพของกลุ่มทุกมิติ ได้แก่ มิติการบริหารจัดการกลุ่ม มิติกระบวนการทอ มิติการเก็บวัสดุอุปกรณ์การทอให้ได้มาตรฐาน มิติการบันทึกข้อมูลการดำเนินงาน มิติการสื่อสารที่แสดงถึงความเข้าใจขั้นตอน และกระบวนการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ การทำความเข้าใจกับเกณฑ์ควบคุมคุณภาพภายในตามที่ปรากฏอยู่ในคู่มือสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ที่คณะกรรมการใช้เป็นแนวทางการตรวจสอบ ส่วนปัจจัยสำคัญของการขอขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ให้ประสบความสำเร็จนั้นมีรายละเอียด ดังนี้ (Phonpanich, 2018; Phadungkwan, 2024) 1) ความเข้มแข็งของผู้นำและการประสานงานที่เป็นระบบ อันมาจากความต้องการป้องกันไม่ให้สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ถูกละเมิดสิทธิ จึงมีการประสานเครือข่ายความร่วมมือ และมีการบูรณาการกับทุกภาคส่วน 2) แรงผลักดันจากภาครัฐที่มุ่งสนับสนุนให้สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยได้ขึ้นทะเบียนเพื่อเพิ่มมูลค่า และสร้างความมั่นใจให้กับผู้ซื้อในตลาดสินค้าจากภูมิปัญญาท้องถิ่นทั้งในประเทศและต่างประเทศ และ 3) การมีส่วนร่วมของภาครัฐ ภาคเอกชนและชุมชนมีส่วนร่วมกำหนดแผนการดำเนินการ การลงพื้นที่ประเมินการดำเนินการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และการร่วมสรุปผลการดำเนินงานการพัฒนาอย่างมีประสิทธิภาพ

บทสรุป

ผ้าฝ้ายเมืองเลยถูกทำให้เป็นสินค้าที่มีความเฉพาะและพิเศษของจังหวัดเลย โดยจังหวัดเลยได้จัดตั้งให้เป็นสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของจังหวัดเลย โดยการระบุคุณภาพ แหล่งผลิตที่ชัดเจน และเปิดโอกาสให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าได้ลงทะเบียนขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ จากการศึกษาพบว่า กลุ่มเป้าหมายยังขาดความรู้ความเข้าใจที่จะนำตราสัญลักษณ์มาใช้กับสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย ซึ่งการขึ้นทะเบียนสินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้ามีความสำคัญต่อการยกระดับผ้าทอพื้นบ้านของจังหวัดเลยให้สูงขึ้น ดังนั้นผู้เกี่ยวข้องจึงต้องกำหนดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการที่ชัดเจน เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สินค้าสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย การขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ และการเรียนรู้เกณฑ์การตรวจสอบการควบคุมคุณภาพผ้าฝ้ายเมืองเลยจากคณะกรรมการระดับจังหวัดที่ชัดเจน และเป็นระบบ ดังที่คณะผู้ดำเนินการใช้วิธีการอบรมเชิงปฏิบัติการ โดยกำหนดให้เครือข่ายความร่วมมือจากสำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย และภาคีเครือข่ายเป็นผู้ร่วมลงพื้นที่ให้คำแนะนำการบริหารจัดการผลิตที่เป็นระบบมาตรฐาน เช่น การเตรียมวัสดุการผลิต การย้อมสี การทอผ้า การบันทึกข้อมูลการผลิต และการบันทึกข้อมูลการจำหน่ายที่เป็นระบบตรวจสอบง่าย และสามารถใช้ทักษะการสื่อสารข้อมูลสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์ที่จะเกิดขึ้นคือ การเข้าใจและรับรู้เกณฑ์มาตรฐานการควบคุมคุณภาพภายใน และการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมกรรมการดำเนินการผลิตผ้าฝ้ายเมืองเลยให้เป็นไปตามรายละเอียดของมาตรฐานการควบคุมคุณภาพภายในเพื่อการขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ผ้าฝ้ายเมืองเลย

องค์ความรู้ใหม่

การขับเคลื่อนกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและผู้ประกอบการทอผ้าในจังหวัดเลยสู่การขอใช้ตราสัญลักษณ์สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) เป็นกระบวนการเชิงระบบแบบบูรณาการที่เชื่อมโยง “ตลาด-อัตลักษณ์-กระบวนการผลิต-เครือข่าย-นโยบาย” เข้าด้วยกัน ด้วยกิจกรรมดังนี้ 1) กิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์สินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย 2) กิจกรรมการเรียนรู้เกณฑ์การตรวจสอบควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลยในระดับการควบคุมภายใน 3) กิจกรรมประชุมเชิงปฏิบัติการเรียนรู้ตามเกณฑ์การควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย และ 4) กิจกรรมการลงพื้นที่ให้คำปรึกษาตามเกณฑ์การตรวจประเมินตามการควบคุมคุณภาพสินค้าผ้าฝ้ายเมืองเลย ทั้งนี้มีปัจจัยสำคัญดังนี้ 1) แรงกระแทกจากการขับเคลื่อนจากตลาด จากการยกระดับสินค้าให้มีมาตรฐาน และการเข้าสู่ระบบสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ สู่ตลาดระดับชาติและนานาชาติ 2) อัตลักษณ์เชิงคุณค่าทางวัฒนธรรม จากกระบวนการผลิตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและภูมิปัญญาท้องถิ่นได้ทำให้ผ้าทอมีความแตกต่าง และโดดเด่น 3) ระบบการผลิตและการตรวจสอบย้อนกลับ เช่น การบันทึกข้อมูลการดำเนินงานของกลุ่มตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ ได้แก่ การปลูก การแปรรูป การย้อมสี การทอ การเตรียมวัตถุดิบ การจำหน่าย การเก็บรักษา การลงรหัสผลิตภัณฑ์ผ้าทอเมื่อทำการทอเสร็จสิ้น การตรวจรับผลิตภัณฑ์ผ้าทอจากสมาชิก และการนำออกจำหน่าย 4) การมีเครือข่าย

ความร่วมมือ จากหน่วยงานภาครัฐ เช่น สำนักงานพาณิชย์จังหวัดเลย สำนักงานอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย และภาคเอกชน เช่น เครือข่ายผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ชุมชน กลุ่มคัลสเตอร์ผ้าทอ และชุมชน จึงมีระบบการหนุนเสริมความรู้ การสร้างมาตรฐาน และการบริหารจัดการตลาด และ 5) การสร้างกลไกเชิงนโยบายของภาครัฐ ขับเคลื่อนอย่างต่อเนื่องและเป็นรูปธรรม ดังแสดงใน Figure 4

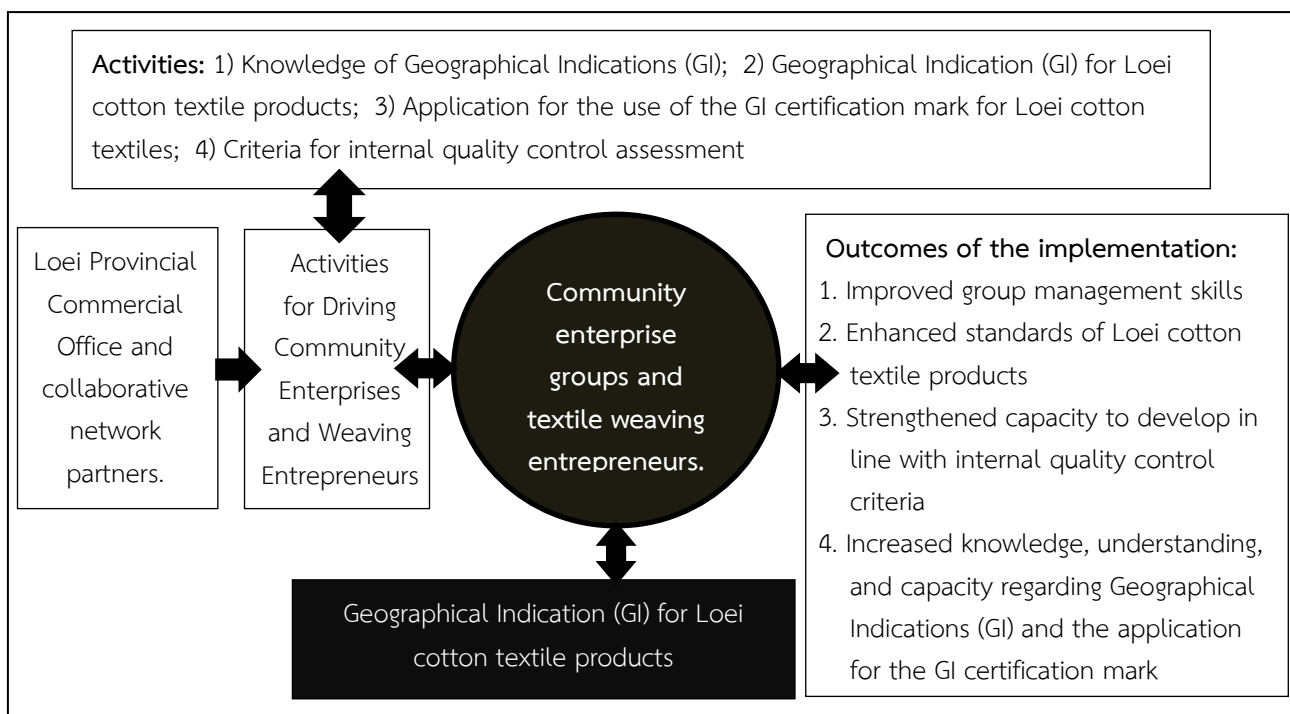


Figure 4 Driving Community Enterprises and Entrepreneurs Toward Obtaining the Geographical Indication (GI) Certification Mark for Loei Cotton Textiles

เอกสารอ้างอิง

- Bailee, C. (2017). Problems and Needs of Textiles Product in Loei Province. *Ratchaphruek Journal*, 15(3), 88-96. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Ratchaphruekjournal/article/view/125693/95183>.
- Bailee, C. (2020). Research and Development Plan for Local Woven Groups in Loei Province. *Walailak Abode of Culture Journal*, 17(2), 109-126. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/cjwu/article/view/109183>.
- Bunyadit, W., Arunno, S., Surisaeng, C. & Bunmas, P. (2022). Principles and Theories of Learning and Sustainable Development. *Journal Maha Chula Tani Review*, 4(1), 52-60. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mcupnpbcr/article/view/257220>.
- Chooduang, N. (2007). *Analyzing the Problem and Any Obstacle Involves the Geographical Indications (GI) Registration in Thailand*. [Master' thesis, Bangkok University]. (In Thai). http://dspace.bu.ac.th/bitstream/1234_56789/913/1/naret_choo.pdf.
- Department of Intellectual Property [DIP]. (2025). *Development of an Internal Control System for Quality Assurance and Standards of Thai Geographical Indication (GI) Products: Loei Cotton Textiles*. (In Thai). Bangkok: Department of Intellectual Property.
- Division of Agricultural Trade Policy and Strategy, Governmental Organization Responsible for Trade and Economic Policy Analysis, Ministry of Commerce. (2024). *A Study Report on the Promotion of Geographical Indication (GI) Products*. (In Thai). Bangkok: Trade Policy and Strategy Office.
- Kasemsuk, C. (2018). Public Participation Approach for Sustainable Community Development. *Academic Journal of Humanities and Social Sciences Burapha University*, 26(50), 169-186. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/husojournal/article/view/116188>.

- Loei Province. (2023, July 26). *Loei Province Opens the Cotton Growing Season for the Year 2023*. (In Thai). <https://ww2.loei.go.th/news/detail/1099>.
- Mantracrafts. (2020, June 2). *The Cultural Charm and Identity of Loei Cotton*. <https://mantracrafts.com/loei-thailand-handwoven-spun-cotton/>. (In Thai)
- National Science and Technology Development Agency, Ministry of Higher Education, Science, Research and Innovation. (2022, February 8). *Action Plan for Driving Thailand's Development with the BCG Economic model (2021–2027)*. (In Thai). <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/bcg/BCG-Action-Plan-2564-2570-256502-02.pdf>.
- Office of the Permanent Secretary for Ministry of Agriculture and Cooperatives [OPS MOAC]. (2025, July 16). *Loei Cotton: Towards Geographical Indication (GI) Registration by the Department of Intellectual Property*. (In Thai). <https://www.opsmoac.go.th/news-preview-471491791707>.
- Panitsettakorn, W. (2026, April 18). *Geographical Indication (GI) Registration in Thailand: Significance, Process, and Opportunities for the Community Economy*. (In Thai). <https://www.tibdglocal.com/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%82%E0%B8%B6%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B8%97%E0%B8%B0%E0%B9%80%E0%B8%9A%E0%B8%B5%E0%B8%A2%E0%B8%99-gi/>.
- Phadungkwan, S. (2024). *The Elements of Geographical Indication (GI) Product Creation Towards Customer's Purchase Decision in Bangkok and Metropolitan Areas*. [Master' thesis, Bangkok University]. (In Thai).
- Phonpanich, P. (2018). Development of Geographical Indication Products Model. *Burapha University Commerce Review*, 13(1), 97–112. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/GSC/article/view/131530>.
- Phoungmanee, T., Jitthaisong, O., & Wongsas, T. (2023). Developing the Potential of Ban Phon Thong Native Cotton Weaving Group, Pak Chom District, Loei Province. *Journal for Community Development and Quality of Life*, 11(3), 178–190. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JCDLQ/article/view/263891>.
- Phoungmanee, T., Phiromtan De Bels, M. & Jitthaisong, O. (2024). A Strategic Roadmap for Ban Sricharoen's Cotton Learning and Handwoven Crafts Center, Phu Luang District, Loei Province. *Journal of Liberal Arts and Management Science, Kasetsart University*, 11(1), 72–89. <https://so14.tci-thaijo.org/index.php/jlams/article/view/803>.
- Pommarang, S. (2025). Guidelines for Driving the Upgrading of Handwoven Cotton to Community Product Standards (CPS) Based on Local Identity in Loei Province. *Journal of Modern Management Science*, 18(1), 42-59. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMMS/article/view/285739>.
- Sittinoppan, P. & Panbamrung, P. (2019). *Development of Patterns and Value-added of Hand-woven Cotton Fabrics by Designing the Color Scheme of Natural Dyed Yarns*. Bangkok: Thailand Science Research and Innovation (TSRI).
- Sriwiboon, S. (2008). Factors Contributing to the Design of Geographical Indications of Agriculture or Non-Agriculture Products: Case Study of Samut Sakhon and Samut Songkhram Provinces. *Arch Journal*, (6), 57-68. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/3514?mode=full>.
- Yimfuang, C. & Yoowattana, K. (2019). Geographical Indication and Small and Medium Enterprises Promotion: a Comparative Study Between European Union Law and Geographical Indication Act, 2013. *Prae-wa Kalasin Journal of Kalasin University*, 6(3), 396-411. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/Praewa-ksu_Journal/article/view/232713.

การพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด The Development of Intelligent Information System Model for Provincial Economic Forecast

นิกร น้อยพรม¹ สุไพลิน พิชัย² ณรงค์ กมลชิต³

Nikorn Noiprom¹ Supailin Pichai² Narong Kamonchit³

Corresponding Author's Email: Jose_097134124@hotmail.com

(Received: October 10, 2025; Revised: July 15, 2026; Accepted: July 21, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษา วิเคราะห์ รูปแบบการจัดทำแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด 2) พัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะที่มีความเหมาะสมสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด และ 3) ประเมินประสิทธิภาพการใช้งานแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด โดยศึกษารูปแบบการจัดทำแบบจำลองเดิมที่ใช้ในสำนักงานคลังจังหวัดเขต 4 จำนวน 12 แห่ง ผ่านการเก็บข้อมูลและสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้เกี่ยวข้อง 108 คน พบว่าการจัดทำแบบจำลองเดิมยังมีข้อจำกัดหลายด้าน เช่น ขาดบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญความแตกต่างของฮาร์ดแวร์-ซอฟต์แวร์ และรูปแบบฐานข้อมูลที่ไม่เหมาะสม ในการพัฒนาแบบจำลองใหม่นี้ใช้เทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน ฐานข้อมูล MySQL และภาษา Python โดยเลือกใช้โมเดล Random forest regression สำหรับพยากรณ์ ซึ่งสามารถจัดการข้อมูลที่ซับซ้อนและผันผวนได้ดี ผลการทดสอบประสิทธิภาพของแบบจำลองพบว่ามีความแม่นยำสูง โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.92 ค่ารากที่สองของความคลาดเคลื่อนกำลังสองเฉลี่ย (RMSE) เท่ากับ 3,034.41 และค่าความคลาดเคลื่อนสมบูรณ์เฉลี่ย (MAE) เท่ากับ 2,018.00 ซึ่งแสดงว่าโมเดลสามารถพยากรณ์ได้ใกล้เคียงค่าจริง โมเดลสามารถพยากรณ์ได้ใกล้เคียงค่าจริง การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองพบว่าผู้ใช้งานมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$ จาก 5.00) โดยด้านที่มีความพึงพอใจสูงสุดคือรูปแบบการแสดงผลที่หลากหลาย ($\bar{X} = 4.94$) รองลงมาคือความชัดเจนของรายงานการวิเคราะห์ ($\bar{X} = 4.88$) ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของแบบจำลองนี้ในการเป็นเครื่องมือสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายด้านเศรษฐกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: แบบจำลอง สารสนเทศ อัจฉริยะ พยากรณ์เศรษฐกิจ

Abstract

This research aims to: 1) Study and analyze current modeling practices for provincial economic forecasting; 2) Develop an appropriate intelligent information model for provincial economic forecasting; and 3) Evaluate the operational efficiency of the developed model. The study examines current modeling practices used by 12 Provincial Treasury Offices under Region 4, collecting in-depth data through interviews with 108 relevant personnel. Findings reveal several limitations in existing models, including a lack of expertise among staff, inconsistencies in hardware and software, and inappropriate data recording formats that do not align with database design principles. The newly developed model utilizes web application technology, MySQL for database management, and Python for programming. It employs the Random Forest Regression model for forecasting, which is capable of handling complex and highly volatile data. The model's performance evaluation yielded high accuracy, with a Coefficient of Determination (R^2) of 0.92, a Root Mean Square Error (RMSE) of 3,034.41, and a Mean Absolute Error (MAE) of 2,018.00. Analysis results show that the model closely fits historical data. Performance evaluation indicates a high level of user very satisfaction, with an average score of ($\bar{X} = 4.28$ out of 5.00). The highest satisfaction was with the variety of data presentation formats ($\bar{X} = 4.94$), followed by the clarity of analytical reports ($\bar{X} = 4.88$). These results demonstrate the model's effectiveness in meeting user needs and its potential as a decision-support tool for economic policy

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

² คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

³ กลุ่มงานระบบการคลัง สำนักงานคลังจังหวัดเลย

¹ Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

² Faculty of Science and Technology, Loei Rajabhat University

³ Fiscal System Subdivision, The Loei Provincial Office of The Comptroller General

planning by relevant agencies.

Keywords: model, information, intelligent, economics forecasting

ความเป็นมาของปัญหา

ในปัจจุบัน โลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งข้อมูลและสารสนเทศมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและประเทศ ระบบสารสนเทศทางธุรกิจ (Business Intelligence: BI) จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อช่วยสนับสนุนการตัดสินใจและบริหารธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และสร้างข้อได้เปรียบในการแข่งขันเพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Leelathaweewut et al., 2018) และข้อมูลจำนวนมากมหาศาลที่เกิดขึ้นจากการดำเนินงานของภาครัฐและเอกชนในแต่ละวันหากได้รับการจัดเก็บ วิเคราะห์ และเผยแพร่อย่างมีระบบ ย่อมสามารถต่อยอดเป็นองค์ความรู้เพื่อใช้ในการกำหนดนโยบาย การวางแผน และการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะข้อมูลภาครัฐที่ถือเป็นสินทรัพย์สาธารณะซึ่งสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ทั้งในเชิงเศรษฐกิจและสังคม

จากบริบทดังกล่าว ทำให้แนวคิดเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (Data economy) ได้รับความสนใจมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะการใช้ข้อมูลภาครัฐเพื่อประโยชน์ในการพัฒนาประเทศ เช่น ข้อมูลด้านเศรษฐกิจมหภาคอย่างผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (Gross Provincial Product: GPP) ที่สามารถนำมาใช้ในการวางแผนยุทธศาสตร์และประเมินสถานการณ์เศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเหล่านี้ยังประสบปัญหาเรื่องความล่าช้าและขาดการนำเสนอในรูปแบบที่ทันสมัยและสามารถนำไปใช้งานได้จริงในระดับจังหวัด

จากสถานการณ์ข้างต้นสะท้อนให้เห็นความจำเป็นในการพัฒนาระบบสารสนเทศที่สามารถประมวลผลและแสดงผลข้อมูลเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในภูมิภาคที่มีบทบาททางเศรษฐกิจสำคัญ เช่น ภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย ซึ่งเป็นภูมิภาคที่มีขนาดเศรษฐกิจใหญ่เป็นอันดับสองของประเทศ โดยมีโครงสร้างเศรษฐกิจที่เน้นภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก ตามด้วยอุตสาหกรรมและการศึกษา อีกทั้งยังมีบทบาทสำคัญในฐานะศูนย์กลางการค้าชายแดนกับประเทศเพื่อนบ้านในกลุ่มอาเซียน แม้จะมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจเฉลี่ยสูงถึงร้อยละ 2.46 ซึ่งใกล้เคียงกับค่าเฉลี่ยประเทศที่มีค่าเฉลี่ยร้อยละ 2.34 (Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC], 2021) แต่การนำข้อมูลเศรษฐกิจระดับจังหวัดไปใช้เพื่อการตัดสินใจยังคงมีข้อจำกัด โดยเฉพาะในด้านการรวบรวมข้อมูลการประมวลผล และการเผยแพร่ข้อมูลที่ยังอาศัยกระบวนการแบบดั้งเดิม ส่งผลให้รายงานขาดความทันสมัยและไม่สามารถใช้ในการพยากรณ์สถานการณ์แบบเรียลไทม์

ในขณะที่หน่วยงานในระดับจังหวัด เช่น สำนักงานคลังจังหวัด ซึ่งมีบทบาทเป็นที่ปรึกษาด้านการเงิน การคลัง และเศรษฐกิจของจังหวัด มีหน้าที่จัดเตรียมข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจของผู้ว่าราชการจังหวัดและคณะกรรมการนโยบายในพื้นที่ ข้อมูลเศรษฐกิจที่จัดทำต้องสะท้อนภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน แนวโน้มการเปลี่ยนแปลง และผลกระทบจากปัจจัยภายนอกได้อย่างทันทั่วทั้ง (The Loei Provincial Office of The Comptroller General, 2016) อย่างไรก็ตาม จากการศึกษาสภาพปัญหาพบว่า ระบบการวิเคราะห์ข้อมูลเดิมที่ใช้ในสำนักงานคลังจังหวัดส่วนใหญ่ยังเป็นกระบวนการแบบดั้งเดิม (Traditional approach) ที่เน้นการรวบรวมข้อมูลและรายงานเหตุการณ์ในอดีตเป็นหลัก (Descriptive analytics) จึงยังขาดความสามารถในการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive analytics) ที่มีความน่าเชื่อถือและเป็นอัตโนมัติ ดังนั้น ความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะ (Intelligent model) เพื่อปิดช่องว่างด้านการพยากรณ์ดังกล่าว จึงเป็นสิ่งจำเป็นอย่างยิ่งต่อการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ในระดับท้องถิ่น

จากปัญหาดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะสำหรับการพยากรณ์เศรษฐกิจระดับจังหวัด โดยเน้นการประมวลผลข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ การนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่ทันสมัย เข้าใจง่าย และสามารถใช้ประโยชน์ได้จริง เพื่อสนับสนุนผู้บริหารในการวางแผนและกำหนดนโยบายพัฒนาเศรษฐกิจในระดับจังหวัดอย่างมีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษา วิเคราะห์ รูปแบบการจัดทำแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด
2. เพื่อพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะที่มีความเหมาะสมสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด
3. เพื่อประเมินประสิทธิภาพการใช้งานแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับแบบจำลองเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic model)

แบบจำลองเศรษฐกิจมหภาค (Macroeconomic model) เป็นเครื่องมือเชิงปริมาณที่สำคัญสำหรับวิเคราะห์แนวโน้มเศรษฐกิจและประเมินผลกระทบของนโยบายการคลังและการเงิน โดยมีพื้นฐานส่วนใหญ่จากทฤษฎีของเคนส์ (Keynesian economics) ปัจจุบันมีแบบจำลองหลายรูปแบบ เช่น แบบจำลองเศรษฐกิจมหภาคโครงสร้าง (Structural Macroeconometric model) Vector Autoregressive (VAR) และดุลยภาพทั่วไปเชิงพลวัตสุ่ม (DSGE) โดยแบบจำลองโครงสร้างมีข้อได้เปรียบในการอธิบายความเชื่อมโยงของภาคเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน (Kasetsart university, 2019) สำหรับโครงสร้างของแบบจำลอง โดยทั่วไปจะสะท้อนความเชื่อมโยงของภาคเศรษฐกิจหลัก 5 ส่วน แต่ในทางปฏิบัติมักถูกจัดโครงสร้างให้ง่ายขึ้นเป็น 2 ด้านหลัก ได้แก่

- 1) ด้านอุปทาน (Supply side) สะท้อนกิจกรรมการผลิตในสาขาต่างๆ เช่น ภาคเกษตร อุตสาหกรรม และบริการ
- 2) ด้านอุปสงค์ (Demand side) ประกอบด้วยองค์ประกอบการใช้จ่ายตามสมการ $GDP = C + I + G + (X - M)$

นอกจากนี้ แบบจำลองยังต้องรวม ตัวแปรด้านราคา เพื่อสะท้อนอัตราเงินเฟ้อ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วน ในบริบทของประเทศไทย หลายหน่วยงานสำคัญได้นำแบบจำลองเหล่านี้มาประยุกต์ใช้ เช่น ธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่ใช้แบบจำลอง BOTMM เพื่อสนับสนุนการกำหนดนโยบายการเงิน และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง (สศค.) ที่ใช้แบบจำลอง FPO-2005 เพื่อวิเคราะห์ผลของนโยบายการคลัง รวมถึงหน่วยงานอื่น ๆ เช่น สศช. และ TDRI

การทบทวนวรรณกรรมข้างต้นแสดงให้เห็นถึงความสำคัญและหลักการพื้นฐานของการสร้างแบบจำลองเศรษฐกิจมหภาค ซึ่งเป็นแนวทางสำคัญที่การศึกษานี้นำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาแบบจำลองพยากรณ์เศรษฐกิจในระดับจังหวัดต่อไป

2. แนวคิดแบบจำลองเศรษฐกิจจังหวัด

การศึกษานี้ได้พัฒนาแบบจำลองเศรษฐกิจจังหวัดขึ้นโดยประยุกต์ใช้แนวคิดจากแบบจำลองเศรษฐกิจมหภาค เพื่อเป็นเครื่องมือในการติดตามและพยากรณ์ภาวะเศรษฐกิจระดับจังหวัด โดยมีเป้าหมายเพื่อใช้วิเคราะห์ผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและนโยบายต่าง ๆ ที่มีต่อจังหวัด เช่น ผลกระทบจากภัยธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงของภาคการท่องเที่ยว การลงทุนในภาคอุตสาหกรรม และการใช้จ่ายภาครัฐ

2.1 แผนผังและโครงสร้างของแบบจำลอง (Model structure and framework)

แบบจำลองเศรษฐกิจจังหวัดถูกสร้างขึ้นบนหลักการของดุลยภาพทางเศรษฐกิจ ซึ่งกำหนดว่าระบบเศรษฐกิจจะสมดุลเมื่อ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดด้านอุปทาน มีค่าเท่ากับ ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดด้านอุปสงค์ (GPP demand side) ดังแสดงใน Figure 1 หากเกิดความไม่สมดุล เช่น เกิดอุปสงค์ส่วนเกิน (Excess demand) หรืออุปทานส่วนเกิน (Excess supply) ระบบจะมีกลไกปรับตัวผ่านตัวแปรด้านอุปสงค์และอุปทานเพื่อกลับเข้าสู่ดุลยภาพใหม่

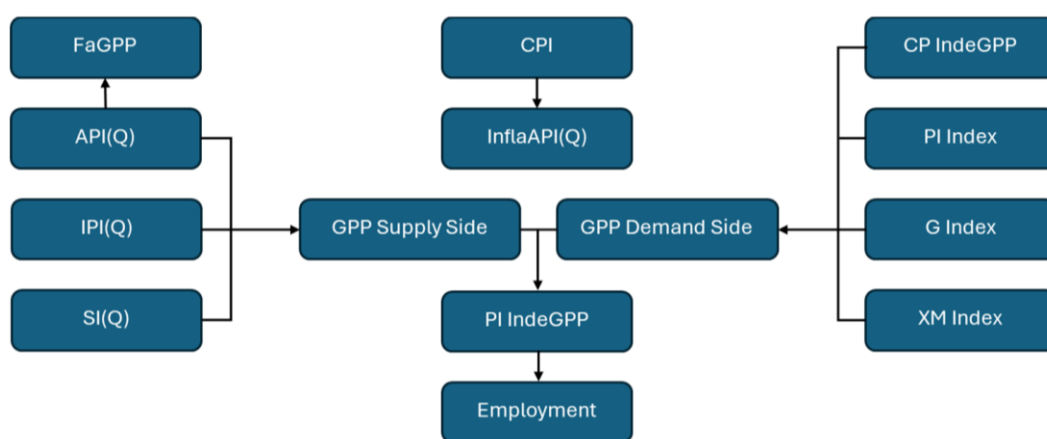


Figure 1 Diagram of the Provincial Economic Model

Note. The Loei Provincial Office of The Comptroller General. (2016). A Guide to Economic Forecasting Using the Management Chart Method. Ministry of Finance.

โครงสร้างทางคณิตศาสตร์ของแบบจำลองประกอบด้วย สมการพฤติกรรม (Behavioral equations) และ สมการเอกลักษณ์ (Identities) ซึ่งแสดงความสัมพันธ์ของตัวแปรต่าง ๆ ดังนี้

1) ด้านอุปทาน (GPPS) เป็นผลรวมถ่วงน้ำหนักของดัชนีชี้วัดในภาคการผลิตที่สำคัญ ได้แก่ ดัชนีผลผลิตภาคเกษตร (API) ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม (IPI) และดัชนีภาคบริการ (SI)

$$GPPS = w_1 * API + w_2 * IPI + w_3 * SI$$

2) ด้านอุปสงค์ (GPPD) เป็นผลรวมถ่วงน้ำหนักขององค์ประกอบการใช้จ่ายหลัก ได้แก่ ดัชนีการบริโภคภาคเอกชน (Cp) ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน (Ip) การใช้จ่ายภาครัฐ (G) และดัชนีการค้า (Xm)

$$GPPD = w_1 * Cp + w_2 * Ip + w_3 * G + w_4 * Xm$$

3) ผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัดที่แท้จริง (Real GPP) คำนวณจากค่าเฉลี่ยถ่วงน้ำหนักของ GPP ทั้งสองด้าน

$$Real\ GPP = w_1 * GPPS + w_2 * GPPD$$

4) ราคาคาและภาคการจ้างงาน (Price and employment)

GPP Deflator คำนวณจากดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) และดัชนีราคาผู้ผลิต (PPI) เพื่อปรับ Real GPP ให้เป็น Nominal GPP

อัตราเงินเฟ้อ (Inflation) คำนวณจากการเปลี่ยนแปลงของ CPI

การจ้างงาน (Employment) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ Real GPP ซึ่งประเมินค่าได้จากสมการถดถอย ($Employment = \alpha + \beta * GPP$)

2.2 กลไกการทำงานของแบบจำลอง (Model mechanism) แบบจำลองทำงานผ่านกระบวนการจำลองสถานการณ์ (Simulation) เพื่อปรับตัวเข้าสู่ดุลยภาพ โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) การเปลี่ยนแปลงตัวแปรภายนอก (Exogenous shock) เมื่อเครื่องชี้ภาวะเศรษฐกิจ (ตัวแปร X) ซึ่งเป็นตัวแปรภายนอกมีการเปลี่ยนแปลง จะส่งผลให้ค่า GPPS หรือ GPPD เปลี่ยนไป ทำให้เกิดความไม่สมดุล (Disequilibrium) หรือที่เรียกว่า GPP Gap

2) การปรับตัวสู่ดุลยภาพ (Adjustment to equilibrium) แบบจำลองจะทำการปรับค่าตัวแปรภายใน (Endogenous variables) เช่น การบริโภค (Cp) เพื่อปิด GPP Gap และทำให้ระบบกลับเข้าสู่ดุลยภาพอีกครั้ง

3) การจัดการความคลาดเคลื่อน (Error correction) ในกระบวนการทำงานจะมีการตรวจสอบค่าความคลาดเคลื่อน (Error) ที่เกิดขึ้นจากการประมาณการ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากการบันทึกข้อมูลผิดพลาด การกำหนดน้ำหนักไม่เหมาะสม หรือการเลือกเครื่องชี้ที่ไม่ถูกต้อง จากนั้นจะทำการแก้ไขเพื่อเพิ่มความแม่นยำของแบบจำลอง

3. แนวคิดการพยากรณ์ (Forecasting)

การพยากรณ์ (Forecasting) คือกระบวนการคาดการณ์แนวโน้มของเหตุการณ์ในอนาคต โดยอาศัยข้อมูลในอดีตและหลักการทางสถิติ เพื่อสนับสนุนการวางแผนและตัดสินใจภายใต้สภาวะความไม่แน่นอน (Sawanphothiphan, 2021) เทคนิคการพยากรณ์แบ่งได้เป็น 2 ประเภทหลัก คือ การพยากรณ์เชิงคุณภาพ (Qualitative methods) ซึ่งอาศัยความเชี่ยวชาญและดุลยพินิจ และการพยากรณ์เชิงปริมาณ (Quantitative methods) ซึ่งใช้แบบจำลองทางคณิตศาสตร์ โดยจำแนกได้เป็นแบบจำลองอนุกรมเวลา (Time-Series models) ที่ใช้ข้อมูลในอดีตของตัวแปรนั้น ๆ และ แบบจำลองเชิงสาเหตุ (Causal models) ที่วิเคราะห์ความสัมพันธ์กับปัจจัยภายนอก เช่น การวิเคราะห์การถดถอย

เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการพยากรณ์ข้อมูลเศรษฐกิจจังหวัดซึ่งมีลักษณะเป็นอนุกรมเวลา จึงได้ประยุกต์ใช้หลักการวิเคราะห์อนุกรมเวลา (Time-series analysis) ซึ่งมีหลักการสำคัญคือการจำแนกองค์ประกอบของข้อมูล (Decomposition) ออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ แนวโน้ม (Trend: T) การผันแปรตามฤดูกาล (Seasonal: S) การผันแปรตามวัฏจักร (Cyclical: C) และการผันแปรผิดปกติ (Irregular: I)

4. แนวคิดระบบธุรกิจอัจฉริยะ

ระบบธุรกิจอัจฉริยะ (Business Intelligence: BI) คือแนวทางและเทคโนโลยีที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเปลี่ยนข้อมูลดิบ (Raw data) ให้กลายเป็นสารสนเทศเชิงลึก (Actionable insights) สำหรับสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์

หัวใจสำคัญของสถาปัตยกรรม BI คือกระบวนการ ETL (Extraction, Transformation, Loading) ซึ่งประกอบด้วย การดึงข้อมูล (Extraction) จากแหล่งที่หลากหลายการแปลงข้อมูล (Transformation) เพื่อปรับปรุงคุณภาพและสร้างมาตรฐาน และการจัดเก็บข้อมูล (Loading) ลงในคลังข้อมูล (Data warehouse) ซึ่งเป็นฐานข้อมูลกลางที่ออกแบบมาเพื่อการวิเคราะห์ โดยเฉพาะ เมื่อข้อมูลถูกจัดเก็บในคลังข้อมูลแล้ว จะสามารถนำไปใช้ประโยชน์ผ่านเครื่องมือต่างๆ ได้แก่ 1) การประมวลผล

เชิงวิเคราะห์แบบออนไลน์ (OLAP) สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลหลายมิติ 2) การเรียนรู้ของเครื่อง (Machine Learning: ML) ซึ่งเป็นส่วนต่อขยายของการทำเหมืองข้อมูล (Data mining) เพื่อสร้างแบบจำลองการพยากรณ์อัจฉริยะ โดยใช้เทคนิคการประมวลผลข้อมูลที่มีความซับซ้อนและไม่เชิงเส้น เช่น โมเดล Random forest regression เพื่อค้นหาแนวโน้มและพยากรณ์ตัวเลขทางเศรษฐกิจได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น 3) เครื่องมือรายงานผล (Reporting tools) เพื่อสร้างรายงานและ Dashboard ที่เข้าใจง่าย

ในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดของระบบธุรกิจอัจฉริยะได้ถูกนำมาประยุกต์ใช้เป็นกรอบในการพัฒนาแบบจำลองฯ โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับกระบวนการทำงานเดิมที่ซับซ้อนและใช้เวลานาน ให้กลายเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพ น่าเชื่อถือ และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็วยิ่งขึ้น

5. ทฤษฎีเกี่ยวกับการประเมินระบบสารสนเทศ (Information system evaluation)

การประเมินผลระบบสารสนเทศเป็นขั้นตอนสำคัญในการวัดประสิทธิผลและคุณค่าของระบบที่พัฒนาขึ้น โดยในการศึกษานี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ แบบจำลองความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information systems success model) ของ DeLone and McLean (1992, 2003) ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่ได้รับการยอมรับในระดับสากลเพื่อใช้อธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของความสำเร็จในระบบสารสนเทศ โดยประกอบด้วย 6 มิติหลัก คือ มิติคุณภาพของระบบ (System quality) ที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพเชิงเทคนิคของเว็บแอปพลิเคชัน มิติคุณภาพของสารสนเทศ (Information quality) ที่มุ่งเน้นคุณภาพของผลลัพธ์ที่ได้จากโมเดลพยากรณ์ มิติคุณภาพของการบริการ (Service quality) ที่มุ่งเน้นการสนับสนุนและการดูแลผู้ใช้งานระบบ มิติการตั้งใจใช้งาน (Intention to use) ระดับความต้องการนำแบบจำลองไปใช้ในการปฏิบัติงานจริง มิติความพึงพอใจของผู้ใช้ (User satisfaction) การวัดทัศนคติและความรู้สึกตอบรับของผู้ใช้งานหลังจากได้ปฏิสัมพันธ์กับระบบ ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้สำคัญถึงความสำเร็จในระดับบุคคล และมีมิติผลประโยชน์สุทธิ (Net benefits) ผลลัพธ์ในระดับองค์กรที่เกิดขึ้นจากการใช้ระบบ

การนำแบบจำลองของ DeLone and McLean มาใช้เป็นฐานคิดในการวิจัยครั้งนี้ ไม่เพียงแต่ช่วยให้ผู้วิจัยสามารถประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองอัจฉริยะในเชิงเทคนิคได้เท่านั้น แต่ยังช่วยอธิบายได้ว่าคุณลักษณะของระบบและข้อมูลที่พัฒนาขึ้น ส่งผลต่อความพึงพอใจและประโยชน์ที่หน่วยงานจะได้รับอย่างไร ซึ่งช่วยปิดช่องว่างในการเชื่อมโยงทฤษฎีเข้ากับผลการทดลองเชิงประจักษ์ได้อย่างสมบูรณ์

6. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง พบว่ามีการประยุกต์ใช้ระบบธุรกิจอัจฉริยะ และการสร้างภาพข้อมูล (Data visualization) อย่างแพร่หลายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยสามารถสรุปแนวโน้มสำคัญได้ดังนี้

6.1 การใช้ BI เพื่อปรับปรุงกระบวนการและประสิทธิภาพ งานวิจัยจำนวนมากมุ่งเน้นการนำระบบ BI มาใช้เพื่อลดขั้นตอนที่ซ้ำซ้อนและลดระยะเวลาในการเตรียมข้อมูล ตัวอย่างเช่น Rodpoon et al. (2022) ได้ใช้โปรแกรม KNIME ลดระยะเวลาเตรียมข้อมูลในโรงพยาบาล Pipatjessadakul and Pinngern (2018) ใช้กระบวนการ ETL และสร้างคลังข้อมูลเพื่อสนับสนุนงานจำหน่ายไฟฟ้า และ Liangrocapath et al. (2016) ชี้ให้เห็นถึงปัญหาการเชื่อมโยงข้อมูลและเสนอแนวทางการจัดการข้อมูลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในโซ่อุปทานโรงพยาบาล

6.2 การใช้เครื่องมือ BI และ Visualization เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจ มีการนำเครื่องมือ BI สมัยใหม่มาใช้สร้าง Dashboard เพื่อช่วยให้ผู้บริหารวิเคราะห์ข้อมูลและตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ได้ดีขึ้น เช่น Chuasing (2021) ประยุกต์ใช้ Power BI สำหรับการวางแผนกลยุทธ์การตลาด Kaskasem (2020) พัฒนา Data visualization ด้วยโปรแกรม Tableau เพื่อแสดงผลการดำเนินงานทางการเงิน Sukijboriharn (2020) สร้าง Dashboard เพื่อสนับสนุนการให้บริการสุขภาพ และ Sitthisorn et al. (2023) ที่ได้ศึกษาการพัฒนากระบวนการธุรกิจอัจฉริยะเพื่อการตัดสินใจด้านงบประมาณภาครัฐ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนรูปแบบการนำเสนอข้อมูลจากตารางตัวเลขมาเป็นภาพข้อมูล (Visualization) ช่วยให้ผู้บริหารสามารถระบุจุดผิดปกติของงบประมาณและตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างแม่นยำยิ่งขึ้น นอกจากนี้ Chen (2013) ยังเน้นความสำคัญของการนำเสนอข้อมูลที่ซับซ้อนให้เข้าใจง่ายในระบบสารสนเทศ

6.3 การบูรณาการเทคนิคการพยากรณ์เข้ากับระบบ BI งานวิจัยบางส่วนเริ่มนำเทคนิคเชิงปริมาณมาผนวกกับระบบ BI เพื่อคาดการณ์แนวโน้มในอนาคต เช่น Phadungphot (2018) ที่ใช้เทคนิคทางสถิติ Markov chain ร่วมกับ Power BI เพื่อพยากรณ์ความเสี่ยงทางการเงิน และ Amatayakul (2018) ที่ใช้การวิเคราะห์การถดถอยเพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้ใช้บริการสินเชื่อ รวมถึง Bank of Thailand (2023) ที่ได้ริเริ่มการนำเทคนิค Machine learning มาใช้ในการประมาณการ

อัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจ (GDP) เพื่อเพิ่มความรวดเร็วในการพยากรณ์ให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน ซึ่งแสดงให้เห็นถึงทิศทางการเปลี่ยนแปลงจากการใช้สถิติดั้งเดิมไปสู่การใช้แบบจำลองอัจฉริยะที่มีความซับซ้อนมากขึ้น

สำหรับการเลือกเทคนิคในการพยากรณ์ งานวิจัยในปัจจุบันเริ่มมีการเปรียบเทียบประสิทธิภาพระหว่างโมเดลทางสถิติดั้งเดิมและการใช้ Machine Learning อย่างกว้างขวาง โดยพบว่าในบริบทที่มีข้อมูลตัวแปรทางเศรษฐกิจจำนวนมากและมีความผันผวนสูงจากปัจจัยภายนอก (เช่น นโยบายรัฐหรือสถานการณ์ภัยแล้ง) โมเดล Random forest regression ซึ่งจะให้ค่าความแม่นยำที่เสถียรมากกว่าโมเดล ARIMA หรือ Linear regression แบบดั้งเดิม เนื่องจากเป็นเทคนิคการเรียนรู้แบบกลุ่ม (Ensemble learning) ที่มีความทนทานต่อข้อมูลที่ผิดปกติ (Outliers) และสามารถจับความสัมพันธ์แบบไม่เป็นเส้นตรง (Non-linear) ได้ดีกว่าโมเดลเดี่ยว (Bank of Thailand, 2023) นอกจากนี้ Random forest ยังมีความเหมาะสมกับข้อมูลเศรษฐกิจระดับจังหวัดที่มีข้อจำกัดด้านขนาดของชุดข้อมูล (Sample size) โดยสามารถช่วยลดความแปรปรวน (Variance) ของการพยากรณ์ได้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้เทคนิคดังกล่าวเป็นหลักในการพัฒนาแบบจำลองเพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่มีความน่าเชื่อถือสูงสุด

สรุปและช่องว่างทางการวิจัย จากการสังเคราะห์งานวิจัยข้างต้น พบว่า การประยุกต์ใช้ระบบ BI ส่วนใหญ่มักดำเนินการตามวงจรการพัฒนาแบบ SDLC โดยใช้เครื่องมือยอดนิยมอย่าง Power BI และ Tableau อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเหล่านี้มุ่งเน้นไปที่การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive analytics) และการวิเคราะห์เชิงวินิจฉัย (Diagnostic analytics) ซึ่งเป็นการรายงานและวิเคราะห์เหตุการณ์ในอดีตเป็นหลัก ดังนั้น จึงยังคงมีช่องว่างทางการวิจัยที่สำคัญในการบูรณาการการวิเคราะห์เชิงพยากรณ์ (Predictive analytics) เข้ากับระบบ BI อย่างเต็มรูปแบบ โดยเฉพาะการก้าวข้ามจากระบบแบบดั้งเดิมที่เน้นเพียงการรายงานผลในอดีต (Descriptive) ไปสู่ระบบที่สามารถพยากรณ์แนวโน้มในอนาคตได้อย่างอัตโนมัติในบริบทของข้อมูลเศรษฐกิจระดับจังหวัดของไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน อนุรักษ์ภูมิปัญญา และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 ประชากร: ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานในสังกัดสำนักงานคลังจังหวัดภายในเขต 4 จำนวน 12 แห่ง หน่วยงานเครือข่ายที่สนับสนุนข้อมูลเศรษฐกิจ และผู้ใช้ข้อมูลภายใต้ความร่วมมือกับสำนักงานคลังจังหวัด

2.2 กลุ่มตัวอย่าง: ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) รวมทั้งสิ้น 108 คน แบ่งเป็น

1) ผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 108 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota sampling) แบ่งเป็น 3 กลุ่ม กลุ่มละ 36 คน ได้แก่ กลุ่มผู้ผลิตโมเดล (สำนักงานคลังจังหวัด) ผู้สนับสนุนข้อมูล และผู้ใช้ข้อมูล เพื่อให้น้ำหนักของข้อมูลจากแต่ละภาคส่วนมีความสมดุลไม่เกิดความเอนเอียง (Bias) ไปทางกลุ่มใดกลุ่มหนึ่ง และสอดคล้องกับเกณฑ์ของ Roscoe (1975) ที่ระบุว่ากลุ่มตัวอย่างย่อยที่มีขนาดมากกว่า 30 คนขึ้นไปเพียงพอสำหรับการวิเคราะห์สถิติพื้นฐาน

2) ผู้ให้สัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ คลังจังหวัด ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและเศรษฐกิจจังหวัด หรือผู้ที่ได้รับหมายให้กำกับดูแลการจัดทำรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัด และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน จำนวน 36 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเชิงนโยบาย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้แนวทางการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) จึงได้พัฒนาเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 ประเภท เพื่อให้ครอบคลุมทั้งข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ดังนี้

3.1 แบบสอบถามความพึงพอใจ (Questionnaire) ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามความพึงพอใจตามกรอบแนวคิดความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (Information systems success model) ของ DeLone & McLean (2003) เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 คน โดยแบ่งโครงสร้างของแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ตอบแบบสอบถาม และผู้ให้สัมภาษณ์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาสาขาที่จบการศึกษา ตำแหน่ง ระดับการปฏิบัติงาน (เช่น ปฏิบัติการ ชำนาญการ ฯลฯ) และระยะเวลาในการใช้แบบจำลองประมาณการเศรษฐกิจจังหวัด

2) ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานแบบจำลองฯ เพื่อประเมินประสิทธิภาพโดยการใช้ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน เป็นตัวแทนในการวัดประสิทธิภาพ โดยอ้างอิงตาม ทฤษฎีความสำเร็จ

ของระบบสารสนเทศ (DeLone & McLean IS Success Model) ซึ่งระบุว่าคุณภาพของระบบ (System effectiveness) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความแม่นยำทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับการยอมรับและการนำไปใช้งานจริงภายใต้กรอบแนวคิดนี้ “คุณภาพของระบบ” และ “คุณภาพของข้อมูล” (Information quality) จะนำไปสู่ “ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน” โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert scale 5 ระดับ ตั้งแต่ “พึงพอใจมากที่สุด” (5 คะแนน) ถึง “พึงพอใจน้อยที่สุด” (1 คะแนน)

ขั้นตอนการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม: 1) การหาความตรงเชิงเนื้อหา ผู้วิจัยนำร่างแบบสอบถามเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และนิยามศัพท์ โดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่ามีค่าอยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (ไม่น้อยกว่า 0.50) ทุกข้อ 2) การหาค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Pilot test) กับกลุ่มบุคลากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมายจำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ ครอนบาค (Cronbach's alpha) ผลการวิเคราะห์พบว่ามีความน่าเชื่อถือเท่ากับ 0.89 ซึ่งแสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูงเพียงพอสำหรับการนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลจริงกับกลุ่มตัวอย่าง

3.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) เพื่อประโยชน์ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างขึ้นมาเป็นเครื่องมืออีกหนึ่งชุดแตกต่างจากแบบสอบถาม สำหรับใช้สัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะที่เป็นผู้บริหารและปฏิบัติงาน รวมทั้งสิ้น 36 คน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินผลกระทบข้อจำกัด และข้อเสนอแนะเชิงนโยบายในการนำระบบไปใช้ในระดับองค์กร โครงสร้างของแบบสัมภาษณ์ประกอบด้วยประเด็นหลัก 3 ส่วน ได้แก่ 1) ด้านการนำแบบจำลองฯ ไปใช้ประโยชน์ในการบริหารงานคลังจังหวัด 2) ปัญหาและอุปสรรคที่พบจากการใช้งานในมิติต่าง ๆ และ 3) ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศอัจฉริยะในอนาคต

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ขั้นตอนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลของการวิจัยมีดังนี้

4.1.1 แบบสอบถาม (Questionnaires) ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 108 คน โดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ร่วมกับหนังสือขอความอนุเคราะห์จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย จัดส่งผ่านทางไปรษณีย์และระบบอิเล็กทรอนิกส์ (QR code) พร้อมซองจดหมายตอบกลับเพื่ออำนวยความสะดวก ในกรณีที่ได้รับข้อมูลไม่ครบตามกำหนด ผู้วิจัยได้ดำเนินการติดตามผ่านทางโทรศัพท์และจัดส่งแบบสอบถามเพิ่มเติม จนกระทั่งได้รับข้อมูลที่มีความสมบูรณ์ครบถ้วน จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ตรวจสอบแล้วไปดำเนินการวิเคราะห์ผลทางสถิติต่อไป

4.1.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ใช้สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพจากผู้บริหารและปฏิบัติงาน เพื่อประเมินผลกระทบและข้อเสนอแนะในการนำระบบไปใช้ในระดับองค์กร โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์บุคลากรสำนักงานคลังจังหวัด จำนวน 12 แห่งๆ ละ 3 คน ได้แก่ คลังจังหวัด ผู้อำนวยการกลุ่มนโยบายและเศรษฐกิจจังหวัด หรือผู้ที่ได้รับหมายให้กำกับดูแลการจัดทำรายงานประมาณการเศรษฐกิจจังหวัด และเจ้าหน้าที่ปฏิบัติงาน รวมทั้งสิ้น 36 คน

4.2 ขั้นตอนการเตรียมข้อมูล (Data preprocessing)

4.2.1 การจัดการข้อมูล (Data cleaning) ดำเนินการตรวจสอบค่าที่สูญหาย และจัดการกับค่าผิดปกติที่อาจเกิดขึ้นจากความผันผวนทางเศรษฐกิจในช่วงเวลา

4.2.2 การคำนวณดัชนีและอัตราการเปลี่ยนแปลง ข้อมูลปริมาณจะถูกนำมาคำนวณเป็นดัชนี (Index) โดยใช้ปีฐาน 2560 และคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (%YoY) เพื่อขจัดปัจจัยทางฤดูกาลของข้อมูล

4.2.3 การปรับค่า (Data transformation) ดำเนินการ Feature scaling เพื่อปรับช่วงของข้อมูลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสมสำหรับการประมวลผลด้วยโมเดล Random forest เพื่อป้องกันไม่ให้ตัวแปรที่มีค่าสูง (Scale ใหญ่) ส่งผลกระทบบต่อโมเดลมากกว่าตัวแปรอื่นโดยไม่สมเหตุสมผล

4.3 ตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลอง (Features/Variables)

4.3.1 ตัวแปรด้านอุปทาน (Supply Side/API, IPI, SI) ประกอบด้วย ดัชนีผลผลิตภาคเกษตร ดัชนีผลผลิตภาคอุตสาหกรรม และดัชนีภาคบริการ

4.3.2 ตัวแปรด้านอุปสงค์ ประกอบด้วย ดัชนีการบริโภคภาคเอกชน ดัชนีการลงทุนภาคเอกชน และการใช้จ่ายภาครัฐ

4.3.3 ตัวแปรสนับสนุนอื่น ๆ ได้แก่ มูลค่าการค้าชายแดน (กรณีจังหวัดติดชายแดน) และดัชนีราคาผู้บริโภค (CPI) เพื่อประเมินเสถียรภาพราคา

4.4 การกำหนดพารามิเตอร์และการแบ่งข้อมูล (Model configuration)

4.4.1 พารามิเตอร์หลัก กำหนดจำนวนต้นไม้ ($n_estimators$) เท่ากับ 100 ต้น เพื่อสร้างความเสถียรในการพยากรณ์ และกำหนด max_depth (ความลึกสูงสุดของต้นไม้) แบบอัตโนมัติเพื่อให้โมเดลสามารถจับความสัมพันธ์ที่ซับซ้อนของข้อมูลเศรษฐกิจได้ดีที่สุด

4.4.2 การแบ่งชุดข้อมูล (Train-test split) ผู้วิจัยแบ่งข้อมูลออกเป็น 2 ชุด คือ Training set (80%) เพื่อใช้สอนโมเดลให้เรียนรู้รูปแบบความสัมพันธ์ของเครื่องชี้ในอดีต และ Testing set (20%) เพื่อใช้ทดสอบความแม่นยำในการพยากรณ์ข้อมูลที่ไม่เคยเห็นมาก่อน (Unseen data) เพื่อป้องกันปัญหา Overfitting

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ แจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยนำค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมาแปลผลตามเกณฑ์อันตรภาคชั้น โดยการแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ตามแนวคิดของ Best (1977) ดังนี้ 1) 1.00 - 1.79 ระดับความพึงพอใจน้อยที่สุด 2) 1.80 - 2.60 ระดับความพึงพอใจน้อย 3) 2.61 - 3.40 ระดับความพึงพอใจปานกลาง 4) 3.41 - 4.20 ระดับความพึงพอใจมาก 5) 4.21 - 5.00 ระดับความพึงพอใจมากที่สุด

สำหรับการเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประสิทธิภาพที่ตั้งไว้ คือต้องมีค่าเฉลี่ย 3.41 ขึ้นไป จึงจะถือว่าแบบจำลองบรรลุวัตถุประสงค์

5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาจากผลการสัมภาษณ์ โดยสร้างความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้าด้านแหล่งข้อมูล เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายระดับให้ได้ข้อสรุปที่ถูกต้องตามข้อเท็จจริง

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ผลการศึกษา วิเคราะห์ รูปแบบการจัดทำแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด

จากการศึกษารูปแบบการจัดทำแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดด้วยวิธี Management chart สามารถจำแนกกระบวนการดำเนินงานออกเป็น 2 มิติหลัก ดังนี้

1) ส่วนที่ 1: ขั้นตอนการดำเนินงานภาพรวม (Workflow & Administration) เป็นกระบวนการบริหารจัดการเชิงโครงสร้างตั้งแต่เริ่มต้นจนถึงขั้นตอนการเผยแพร่ข้อมูล ประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก (1) การเตรียมการและวางแผนงาน สำนักงานคลังจังหวัดดำเนินการใน 2 ลักษณะ คือ กรณีแต่งตั้งคณะทำงานระดับจังหวัดซึ่งประกอบด้วยผู้แทนจากภาครัฐและเอกชนเพื่อบูรณาการข้อมูลเชิงพื้นที่ หรือกรณีไม่มีคณะทำงานจะมอบหมายให้กลุ่มงานนโยบายและเศรษฐกิจจังหวัดเป็นผู้รับผิดชอบหลัก โดยมีการจัดทำแผนปฏิบัติงาน (Action plan) และแผนการใช้จ่ายงบประมาณให้สอดคล้องกับกรอบระยะเวลาของกรมบัญชีกลาง (2) การรวบรวมและจัดการข้อมูล ดำเนินการคัดเลือก "เครื่องชี้เศรษฐกิจที่สำคัญ" (Leading indicators) ใน 3 ด้านหลัก ได้แก่ ด้านการผลิต ด้านการใช้จ่าย และด้านเสถียรภาพเศรษฐกิจ โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิผ่านการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ และข้อมูลทุติยภูมิจากหน่วยงานเครือข่าย พร้อมตรวจสอบความถูกต้องเพื่อจัดทำฐานข้อมูลเบื้องต้น (3) การวิพากษ์และพิจารณาร่างรายงาน กลุ่มงานฯ จัดทำร่างรายงานประมาณการเศรษฐกิจ และนำเสนอต่อที่ประชุมคณะทำงานเพื่อร่วมพิจารณาให้ความเห็นชอบ โดยมุ่งเน้นให้ผลการประมาณการสะท้อนสถานะเศรษฐกิจที่แท้จริงของพื้นที่มากที่สุด (4) การสรุปและเผยแพร่สารสนเทศ จัดทำรายงานฉบับสมบูรณ์เพื่อนำเสนอผู้บริหารระดับจังหวัด และดำเนินการสื่อสารสู่สาธารณะผ่านช่องทางที่หลากหลาย อาทิ เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ และวารสารเศรษฐกิจจังหวัด

2) ส่วนที่ 2: ขั้นตอนเทคนิคการจัดทำแบบจำลอง (Technical process) เป็นกระบวนการเชิงสถิติและแบบจำลองคณิตศาสตร์เพื่อคาดการณ์ตัวเลขทางเศรษฐกิจ แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้ (1) ระดับที่ 1 การเตรียมข้อมูลอนุกรมเวลา ตรวจสอบข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจย้อนหลังตั้งแต่ปี 2548 เพื่อความครบถ้วน พร้อมดำเนินการจัดการข้อมูลที่ผิดปกติและปรับผลกระทบทางฤดูกาล (Seasonal adjustment) ให้มีความพร้อมในการคำนวณ (2) ระดับที่ 2 การสร้างดัชนีและคำนวณน้ำหนักแปลงข้อมูลรายเดือนเป็นดัชนีโดยใช้ปี 2560 เป็นปีฐาน (Base year) ครอบคลุม 3 มิติ ได้แก่ (2.1) ด้านการผลิต (เช่น API, IPI, SI) (2.2) ด้านการใช้จ่าย (เช่น C_p , G , I_p , X_m) และ (2.3) ด้านเสถียรภาพ (เงินเฟ้อและการจ้างงาน) เพื่อนำไปคำนวณค่าน้ำหนักสะท้อนภาพรวมผลิตภัณฑ์มวลรวมจังหวัด (GPP) (3) ระดับที่ 3 การประมาณการแบบฉันทามติ (Consensus) ดำเนินการสำรวจความเห็น (Focus group) จากผู้เชี่ยวชาญรายสาขาเพื่อคาดการณ์อัตราการเปลี่ยนแปลง (%YoY) และปรับค่าทางสถิติให้เกิดความสมดุล (Balancing) เพื่อสร้างตารางประมาณการเบื้องต้น (4) ระดับที่ 4 การวิเคราะห์ความอ่อนไหว (Sensitivity analysis) ทดสอบผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสมมติฐานหลัก (Scenario analysis) เพื่อประเมินความสมเหตุสมผลและทิศทางของ

ตัวเลขเศรษฐกิจในกรณีที่ปัจจัยภายนอกเปลี่ยนแปลงไป (5) ระดับที่ 5 การประมวลผลผลลัพธ์เพื่อการรายงาน สังเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านการทดสอบความอ่อนไหวแล้ว เพื่อจัดทำรายงานประมาณการเศรษฐกิจรายไตรมาสที่สามารถสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบายได้อย่างแม่นยำ

1.1 ผลการศึกษาศภาพปัจจุบันและปัญหาในการจัดทำแบบจำลองพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด จากการศึกษากระบวนการจัดทำแบบจำลองพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด โดยวิเคราะห์ตามกรอบปัจจัยนำเข้า (Input) กระบวนการ (Process) และผลลัพธ์ (Output) ผ่านมุมมอง 4M's จากการสัมภาษณ์ผู้บริหารและบุคลากรของสำนักงานคลังจังหวัดในเขต 4 จำนวน 12 แห่ง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พบประเด็นสภาพปัญหาปัจจุบันที่สำคัญดังนี้ 1) ด้านบุคลากร (Man) พบปัญหา "คอขวด" จากจำนวนเจ้าหน้าที่ที่จำกัดและภาระงานซ้ำซ้อน ในการบันทึกข้อมูลเข้าหลายระบบ นอกจากนี้ การขาดความต่อเนื่องจากการโยกย้ายตำแหน่ง และข้อจำกัดด้านทักษะเฉพาะทางในระดับ Machine learning หรือเศรษฐกิจขั้นสูง ทำให้การวิเคราะห์เชิงลึกทำได้ไม่เต็มประสิทธิภาพ 2) ด้านฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์ (Machine) พบช่องว่างทางเทคโนโลยีจากความหลากหลายของเวอร์ชันซอฟต์แวร์ประมวลผล ทำให้ฟังก์ชันการคำนวณและมาโครบางส่วนทำงานผิดพลาดเมื่อข้ามเครื่อง อีกทั้งกระบวนการรวบรวมข้อมูลผ่าน Google forms ยังเป็นแบบ "กึ่งอัตโนมัติ" ที่ต้องใช้แรงงานคนในการเชื่อมต่อข้อมูล (Manual integration) 3) ด้านข้อมูลและสถาปัตยกรรมจัดเก็บ (Material) โครงสร้างไฟล์ Excel เดิมขาดลักษณะของฐานข้อมูลที่ดี (Database schema) มีการใช้รูปแบบที่ซับซ้อนและการผสมผสานเซลล์ ซึ่งขัดขวางการประมวลผลแบบอัตโนมัติ (Automated processing) และทำให้การดึงข้อมูลย้อนหลังเพื่อทำ Big data analytics ทำได้ยากลำบาก 4) ด้านกระบวนการทำงาน (Method) มีสัดส่วนการบันทึกข้อมูลด้วยมือ (Manual input) สูงเกินไป ส่งผลให้เกิดความล่าช้าและเสี่ยงต่อความคลาดเคลื่อน (Human error) กระบวนการจัดทำรายงานใช้เวลาเฉลี่ยสูง ทำให้ผลลัพธ์ที่ได้ไม่ทันต่อสถานการณ์ และขาดระบบศูนย์กลางที่จะใช้เปรียบเทียบข้อมูลระหว่างจังหวัดได้แบบเรียลไทม์

1.2 แนวทางการพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะที่มีความเหมาะสมสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด จากสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนวทางการพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะ สำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด โดยมีองค์ประกอบสำคัญดังนี้ 1) การจัดการข้อมูลแบบรวมศูนย์ โดยพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่อนุญาตให้หน่วยงานผู้สนับสนุนข้อมูลสามารถบันทึกหรืออัปโหลดข้อมูลเข้าสู่ระบบได้โดยตรง เพื่อลดความซ้ำซ้อนและข้อผิดพลาดจากการบันทึกข้อมูลด้วยตนเอง พร้อมกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูลที่ชัดเจนระหว่างผู้จัดทำและผู้ใช้ข้อมูล 2) กระบวนการอัตโนมัติ โดยเปลี่ยนบทบาทของสำนักงานคลังจังหวัดจากการเป็นผู้บันทึกข้อมูลมาเป็นผู้ตรวจสอบและอนุมัติข้อมูล (Data verifier) จากนั้นระบบจะทำการประมวลผลข้อมูล จัดทำดัชนี และพยากรณ์ด้วยอัลกอริทึมมาตรฐานโดยอัตโนมัติ 3) การสร้างรายงานและการนำเสนอระบบควรสามารถสร้างรายงานตาม Template มาตรฐานได้ทันที พร้อมนำเสนอผลลัพธ์ในรูปแบบ Data visualization ที่เข้าใจง่าย เช่น Dashboard หรือกราฟเชิงโต้ตอบ (Interactive chart) 4) ช่องทางการเผยแพร่แบบดิจิทัล จัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เป็นศูนย์กลางในการเผยแพร่ข้อมูลเศรษฐกิจของทุกจังหวัด เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกภาคส่วนสามารถเข้าถึงเปรียบเทียบ และนำข้อมูลไปใช้ประกอบการตัดสินใจได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ

2. ผลการพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะที่มีความเหมาะสมสำหรับพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด

จากการวิเคราะห์ปัญหาของระบบเดิมที่ขาดความยืดหยุ่นและการประมวลผลที่ล่าช้า ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะโดยมีรายละเอียดทางเทคนิค ดังแสดงใน Figure 2

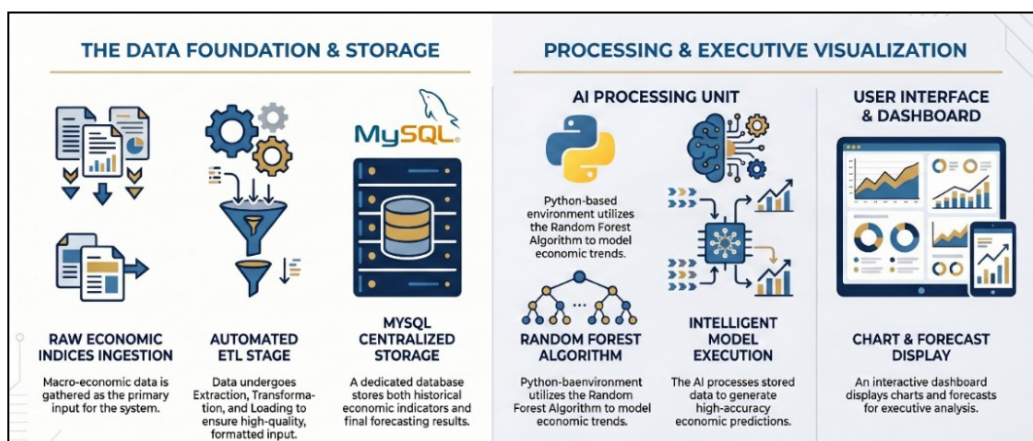


Figure 2 The Architecture of IT Intelligent Model and Data Processing Flow Using Random Forest Regression

จาก Figure 2 ระบบถูกออกแบบภายใต้โครงสร้างแบบ Three-tier architecture เพื่อแยกส่วนการแสดงผล การประมวลผล และการจัดเก็บข้อมูลออกจากกัน โดยส่วนของ Presentation tier พัฒนด้วยเทคโนโลยีเว็บแอปพลิเคชัน ส่วน Logic tier ใช้ภาษา Python ร่วมกับไลบรารี Scikit-learn ในการประมวลผลโมเดล Random forest และส่วน Data tier ใช้ระบบจัดการฐานข้อมูล MySQL ในการจัดเก็บข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจจังหวัด การทำงานของระบบเริ่มต้นจากการนำเข้า ข้อมูลดัชนีเศรษฐกิจมหภาคและระดับจังหวัด (Input) ผ่านกระบวนการ ETL เพื่อจัดระเบียบข้อมูลเข้าสู่ฐานข้อมูล จากนั้น โมเดลจะดึงข้อมูลไปประมวลผลพยากรณ์ค่า GPP และส่งผลลัพธ์ไปยังส่วนการแสดงผลในรูปแบบ Dashboard สำหรับ ผู้บริหารและนักวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ออกแบบโครงสร้างฐานข้อมูลเพื่อรองรับความซับซ้อนของข้อมูลเศรษฐกิจ โดยประกอบด้วย ตารางหลัก อาทิ ตารางดัชนีเศรษฐกิจ ที่เชื่อมโยงกับประเภทเครื่องชี้และช่วงเวลา และตารางผลการพยากรณ์ ที่จัดเก็บค่า พยากรณ์เปรียบเทียบกับค่าจริงเพื่อใช้ในการปรับปรุงโมเดลในอนาคต ดังตัวอย่างการใช้งานแบบจำลอง ดังแสดงใน Figure 3

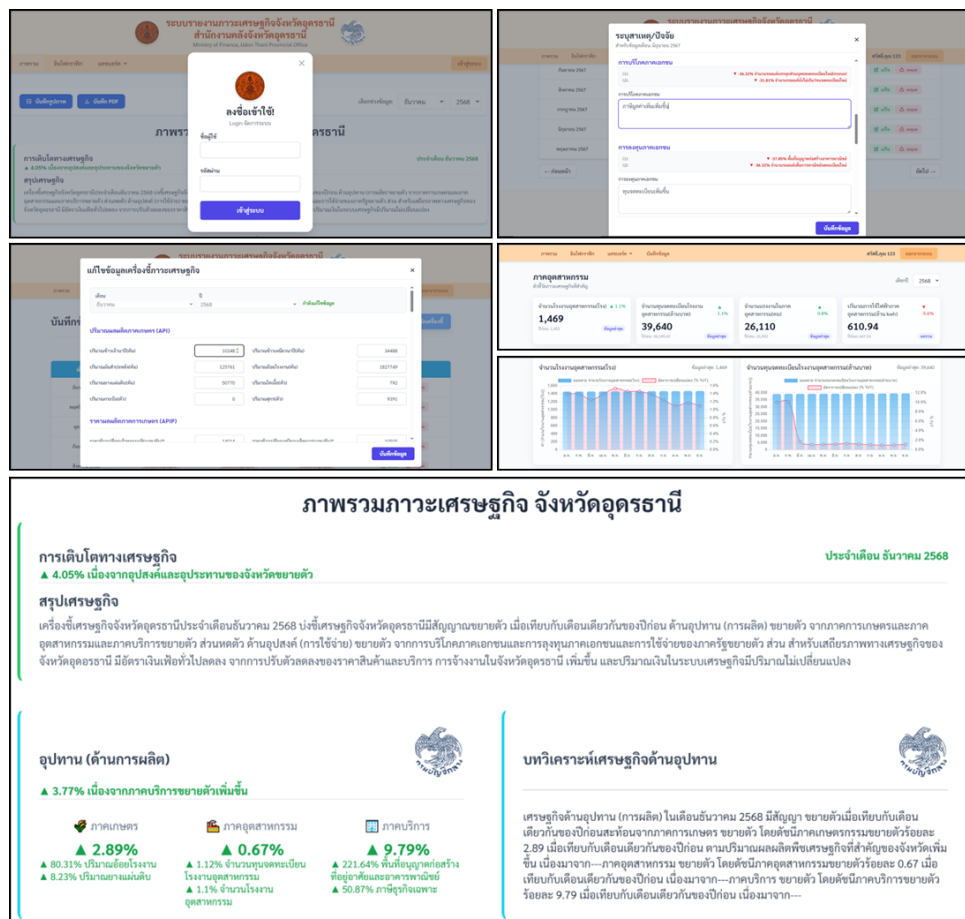


Figure 3 Screen for Login and Display of Data Additions

จาก Figure 3 ระบบถูกออกแบบภายใต้สถาปัตยกรรมที่มุ่งเน้นประสิทธิภาพการใช้งานและความปลอดภัยของข้อมูล โดยแบ่งการบริหารจัดการและฟังก์ชันการทำงานหลักออกเป็นสามส่วนสำคัญ ดังนี้

1) การบริหารจัดการสิทธิ์ผู้ใช้งาน ระบบรองรับผู้ใช้งาน 2 กลุ่มหลัก เพื่อให้เกิดความคล่องตัวแต่ยังคงไว้ซึ่งความปลอดภัยของฐานข้อมูล ประกอบด้วย กลุ่มผู้ใช้งานทั่วไป สามารถเข้าถึงสารสนเทศเศรษฐกิจที่ผ่านการอนุมัติและเผยแพร่แล้ว แสดงผลข้อมูลในรูปแบบภาพ (Visualization) และกลุ่มเจ้าหน้าที่จัดทำข้อมูล มีสิทธิ์ในการบริหารจัดการฐานข้อมูล ตั้งแต่การนำเข้า ปรับปรุง และแก้ไขข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจ เพื่อให้ฐานข้อมูลมีความถูกต้องและทันสมัยอยู่เสมอ

2) ฟังก์ชันการประมวลผลและวิเคราะห์เชิงลึก ระบบมีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบอัตโนมัติเพื่อช่วยลดภาระงานและเพิ่มความแม่นยำ โดยระบบจะคำนวณอัตราส่วน เมื่อมีการบันทึกข้อมูลเครื่องชี้รายเดือนคำนวณอัตราการเปลี่ยนแปลงเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน (%YoY) ให้ทันที เพื่อให้เจ้าหน้าที่ตรวจสอบความสมเหตุสมผลของข้อมูลก่อนการวิเคราะห์ เช่น การตรวจสอบกรณีตัวเลขจดทะเบียนรถยนต์บรรทุกส่วนบุคคลลดลงอย่างมีนัยสำคัญที่ร้อยละ -36.32 เป็นต้น ระบบจะสรุปผลการคำนวณแยกตามรายภาคการผลิตและรายเครื่องชี้เศรษฐกิจอย่างละเอียด ช่วยให้นักวิเคราะห์ระบุสาเหตุ

การขับเคลื่อนหรือการชะลอตัวของเศรษฐกิจในแต่ละภาคส่วน (อุปสงค์/อุปทาน) ได้อย่างแม่นยำ พร้อมทั้งการบันทึกข้อมูลเชิงคุณภาพสำหรับระบุสาเหตุการเปลี่ยนแปลงของเครื่องชี้ เพื่อใช้เป็นเหตุผลประกอบบทวิเคราะห์ภาวะเศรษฐกิจ ทำให้รายงานมีความลึกซึ้งและสะท้อนข้อเท็จจริงเชิงพื้นที่มากกว่าการรายงานเพียงตัวเลขเชิงปริมาณ

3) การแสดงผลสารสนเทศเชิงเปรียบเทียบ ผู้วิจัยได้พัฒนา Dashboard ที่แสดงผลในรูปแบบกราฟเชิงซ้อน (Hybrid chart) เพื่อประสิทธิภาพสูงสุดในการตีความข้อมูล ได้แก่ กราฟแท่ง (Bar chart) แสดงค่าข้อมูลเชิงปริมาณ (Volume / Value) ของเครื่องชี้แต่ละประเภท เพื่อให้เห็นขนาดและสัดส่วนที่ชัดเจน กราฟเส้น (Line chart) แสดงอัตราการเปลี่ยนแปลงรายเดือน (Monthly growth rate) เพื่อให้เห็นแนวโน้มความผันผวนและทิศทางของเศรษฐกิจในแต่ละช่วงเวลารวมทั้งสร้างรายงานอัตโนมัติ ระบบสามารถประมวลผลสรุปเป็นบทสรุปผู้บริหาร และนำเสนอในรูปแบบอินโฟกราฟิกได้ทันที ช่วยลดระยะเวลาในการจัดทำเอกสารและสื่อสารสารสนเทศให้เข้าถึงง่ายและทันต่อเหตุการณ์

ในส่วนของการพยากรณ์ข้อมูลเชิงปริมาณ แบบจำลองนี้ประยุกต์ใช้เทคนิคการพยากรณ์ด้วยการถดถอย (Regression forecasting) เพื่อคาดการณ์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (เครื่องชี้วัดเศรษฐกิจ) และตัวแปรตาม (เช่น GPP หรือดัชนีเศรษฐกิจ) โดยใช้ข้อมูลอนุกรมเวลาในอดีต (Historical Time-series data) เป็นฐานในการวิเคราะห์ จากการทดสอบพบว่าอัลกอริทึม Random forest regression มีประสิทธิภาพสูงในการจัดการข้อมูลที่มีความซับซ้อนและผันผวน โดยสามารถเรียนรู้และฟิตข้อมูลในอดีตได้ใกล้เคียงกับค่าจริง อย่างไรก็ตาม โมเดลดังกล่าวมีข้อจำกัดในการพยากรณ์นอกขอบเขตข้อมูลเดิม (Extrapolation) ทำให้ผลการพยากรณ์ในระยะยาวมีแนวโน้มเข้าสู่ค่าคงที่ (Stable) เนื่องจากธรรมชาติของโมเดลที่คำนวณผลลัพธ์จากค่าเฉลี่ยของการแบ่งชุดข้อมูลในโหนดสุดท้าย (Leaf nodes) ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากการพยากรณ์ที่คลาดเคลื่อนรุนแรงในระยะสั้น แต่ส่งผลให้ไม่แสดงแนวโน้มการเติบโตหรือลดลงที่ชัดเจนในระยะยาว ดังตัวอย่างผลการพยากรณ์ดัชนีภาพรวมรายปีด้วยแบบจำลอง Random forest regression ดังแสดงใน Figure 4

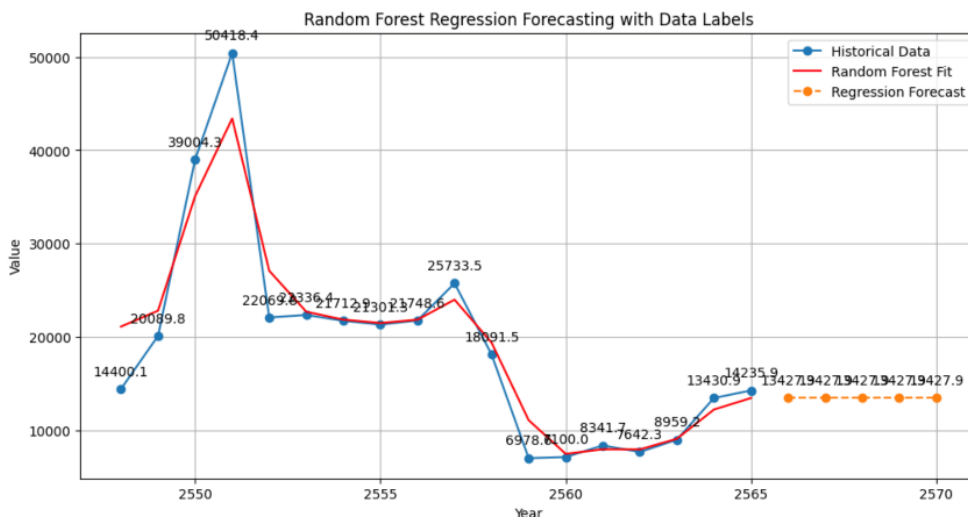


Figure 4 Results of Using the Random Forest Regression Forecasting Model in the Case of Annual Indices for the Overall Picture

จาก Figure 4 ผลการพยากรณ์ดัชนีภาพรวมรายปีด้วยแบบจำลอง Random forest regression สำหรับช่วงปี พ.ศ. 2566 ถึง พ.ศ. 2570 คาดการณ์ว่าดัชนีจะมีค่าคงที่อยู่ที่ 13,427.9 ในทุกปี โดยอธิบายได้ดังนี้

1) ผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลอง (Model evaluation) พบว่า การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลอง Random forest regression ผ่านกระบวนการ Train/Test Split และ 5-Fold Cross-validation พบว่าโมเดลพยากรณ์มีค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.94 ซึ่งสูงกว่าโมเดลพื้นฐาน (Linear regression) ที่มีค่า R^2 เพียง 0.82 นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาค่าความคลาดเคลื่อนพบว่าโมเดลที่พัฒนาขึ้นมีค่า MAE เท่ากับ 1.12 และ RMSE เท่ากับ 1.58 ซึ่งต่ำกว่าโมเดลพื้นฐานอย่างมีนัยสำคัญ (Baseline MAE= 2.45, RMSE= 3.12) แสดงให้เห็นว่าการใช้ Machine learning แบบ Random forest สามารถลดความคลาดเคลื่อนและให้ความแม่นยำในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดได้ดีกว่าวิธีการทางสถิติแบบเดิม

2) การวิเคราะห์ผลลัพธ์จากกราฟ ความสามารถในการอธิบายข้อมูลอดีต (Model fit) จากการวิเคราะห์กราฟพบว่า การพยากรณ์ในช่วงปี พ.ศ. 2566 ถึง 2570 ผลลัพธ์แสดงค่าคงที่อยู่ที่ 13,427.9 ซึ่งสะท้อนถึงข้อจำกัดทางเทคนิคของ

โมเดลประเภท Tree-based ในการคาดการณ์นอกขอบเขตข้อมูลที่เคยเรียนรู้ (Extrapolation) เมื่อข้อมูลในอดีตไม่มีแนวโน้ม (Trend) ที่ชัดเจนและมีความผันผวนสูง โมเดลจึงแสดงผลการพยากรณ์โดยอ้างอิงจากค่าเฉลี่ยของข้อมูลล่าสุดที่ได้รับอิทธิพลจากตัวแปรตามใน Training set อย่างไรก็ดีตาม ความคงที่นี้แสดงถึงความมีเสถียรภาพ (Stability) ของแบบจำลองที่ไม่พยากรณ์ค่าที่เบี่ยงเบนจากความเป็นจริงมากเกินไปในช่วงที่ปัจจัยทางเศรษฐกิจไม่มีทิศทางที่แน่นอน

จากการทบทวนจึงสรุปได้ว่า แบบจำลอง Random forest regression มีประสิทธิภาพสูงในการอธิบายและติดตามข้อมูลที่มีความผันผวนในอดีต แต่การพยากรณ์ในระยะยาวมีแนวโน้มที่จะมีค่าคงที่ ซึ่งเป็นข้อจำกัดของโมเดลประเภทนี้เมื่อต้องเผชิญกับข้อมูลที่ไม่มีแนวโน้มชัดเจน

3. ประเมินประสิทธิภาพการใช้งานแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด

จากการวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วยผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานของสำนักงานคลังจังหวัด ตลอดจนผู้แทนจากหน่วยงานภาคีเครือข่ายภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการจัดทำและใช้ประโยชน์จากแบบจำลองพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด จำนวนทั้งสิ้น 108 คน พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 71 คน (ร้อยละ 65.74) และเป็นเพศชาย จำนวน 37 คน (ร้อยละ 34.26) เมื่อพิจารณาในด้านอายุพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อายุต่ำกว่า 30 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 38.89) รองลงมาคือช่วงอายุ 30 - 35 ปี (ร้อยละ 34.26) อายุมากกว่า 40 ปี (ร้อยละ 14.81) และช่วงอายุ 36 - 40 ปี (ร้อยละ 12.04) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มวัยเริ่มต้นทำงาน (Early-career) สำหรับระดับการศึกษานั้น ส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 55.56) รองลงมาคือระดับปริญญาโท (ร้อยละ 33.33) และต่ำกว่าปริญญาตรี (ร้อยละ 11.11) โดยไม่มีผู้จบการศึกษาในระดับปริญญาเอก ในส่วนของประสบการณ์การทำงานด้านการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด พบว่า ส่วนใหญ่อายุงานระหว่าง 5 - 10 ปี (ร้อยละ 41.67) รองลงมาคือช่วงอายุงาน 11 - 20 ปี (ร้อยละ 37.04) อายุงานมากกว่า 20 ปี (ร้อยละ 13.89) และน้อยกว่า 5 ปี (ร้อยละ 7.41) ตามลำดับ บ่งชี้ว่าผู้ปฏิบัติงานส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในเกณฑ์ปานกลางถึงสูง และเมื่อจำแนกตามระดับตำแหน่งงาน พบว่า ส่วนใหญ่ดำรงตำแหน่งในระดับปฏิบัติงานสูงถึงร้อยละ 88.89 และดำรงตำแหน่งในระดับหัวหน้างานหรือผู้บริหารคิดเป็นร้อยละ 11.11

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไป ผู้วิจัยได้ดำเนินการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในมิติต่าง ๆ โดยอาศัยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของกลุ่มตัวอย่างข้างต้น ซึ่งผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อการใช้งานระบบ ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Results of the Satisfaction Assessment of the Intelligent Information Model for Provincial Economic Forecasting

User Satisfaction of Intelligent Information Model in Provincial Economic Forecasting	$\bar{X}$	S.D.	Level of Satisfaction
Speed and accuracy in entering data into smart business systems	4.03	0.78	Satisfied
System processing speed	3.94	0.85	Satisfied
Variety of display formats	4.94	0.27	Very Satisfied
The analysis report format is easy to understand	4.88	0.45	Very Satisfied
Accuracy and reliability of the system	4.11	0.84	Satisfied
Resolution of data analysis display	4.10	0.78	Satisfied
Beauty and interest of the system	4.54	0.74	Very Satisfied
Data can be updated as needed	3.89	0.82	Satisfied
Ease of use of the system	4.06	0.83	Satisfied
The system can support decision making	4.36	0.83	Very Satisfied
Overall	4.28	0.72	Very Satisfied

จาก Table 1 พบว่า ผู้บริหารและผู้ปฏิบัติงานมีความพึงพอใจต่อแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.28) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ประเด็นที่มีความพึงพอใจสูงสุด 2 ลำดับแรกคือ ความหลากหลายรูปแบบของการแสดงผล ($\bar{X}$ = 4.94) และรูปแบบรายงานการวิเคราะห์ที่มีความเข้าใจง่าย ($\bar{X}$ = 4.88) ซึ่งทั้งสองรายการอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนถึงคุณภาพด้านการนำเสนอข้อมูล (Information quality) ที่มีประสิทธิภาพ สำหรับประเด็นความ

ละเอียดในการแสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดอยู่ที่ 3.89 ซึ่งอยู่ในระดับมาก โดยผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า เนื่องจากระบบต้องผ่านกระบวนการทำความสะอาดข้อมูล (Data cleansing) และตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลนำเข้า อย่างละเอียดเพื่อป้องกันความผิดพลาดในการประมวลผลของโมเดล Random Forest อย่างไรก็ตาม ผลการทดสอบระดับนัยสำคัญและการแจกแจงข้อมูลพบว่าเป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน ยืนยันถึงการยอมรับและประสิทธิภาพของระบบตามกรอบแนวคิด DeLone and McLean ในมิติด้านคุณภาพของระบบและความพึงพอใจของผู้ใช้งาน

4. อภิปรายผล

จากการวิเคราะห์ปัญหาและกระบวนการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัด เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะ สามารถอภิปรายผลในเชิงวิชาการได้ดังนี้

4.1 ปัญหาเชิงโครงสร้างและเทคโนโลยี ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัญหาด้านบุคลากร (ความต่อเนื่อง) และด้านฮาร์ดแวร์ (ความล้าสมัยของระบบ) เป็นอุปสรรคสำคัญที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ Liangrocapath et al. (2016) ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีและอัตราการโยกย้ายตำแหน่งของบุคลากรภาครัฐ เป็นปัจจัยลบที่บั่นทอนความยั่งยืนในการปรับใช้ระบบสารสนเทศภายในองค์กร อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในเชิงลึกจะพบประเด็นที่ขัดแย้ง (Contradictory findings) กับแนวคิดเชิงทฤษฎีกลุ่ม Technology-Push (เช่น Dosi, 1982; Davenport, 1993) ที่เชื่อว่าการผลักดันเทคโนโลยีที่ทันสมัยเข้าสู่ระบบงานจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพได้โดยอัตโนมัติ โดยในบริบทของสำนักงานคลังจังหวัดพบว่า "ทักษะเฉพาะทางด้านเศรษฐศาสตร์และวิทยาการข้อมูล" ของบุคลากร ยังคงเป็นตัวแปรต้นที่มีความสำคัญมากกว่าตัวระบบเทคโนโลยี ซึ่งข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิด Socio-technical systems (Trist, 1981) และทฤษฎี Design-reality gaps ของ Heeks (2002) ที่อธิบายว่า ความสำเร็จของระบบสารสนเทศอัจฉริยะในภาครัฐจำเป็นต้องขับเคลื่อนในลักษณะที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-centric) เนื่องจากหากปราศจากบุคลากรที่มีความเข้าใจในความสัมพันธ์ของตัวแปรทางเศรษฐกิจอย่างแท้จริง แม้จะมีระบบการประมวลผลที่ล้าสมัยเพียงใด ก็อาจนำไปสู่ผลการพยากรณ์ที่คลาดเคลื่อนรุนแรงได้ จากการขาดกระบวนการตรวจสอบความสมเหตุสมผลของข้อมูล (Data validation) ในหน้างานจริง

4.2 ข้อจำกัดเชิงทฤษฎีของแบบจำลอง Random forest regression ในส่วนของการพยากรณ์ระยะยาวที่แบบจำลองแสดงผลเป็นเส้นตรงคงที่ (Stable line) นั้น สามารถอธิบายและสนับสนุนได้ด้วยข้อจำกัดทางทฤษฎีของแบบจำลองประเภทต้นไม้ตัดสินใจที่ไม่สามารถพยากรณ์นอกขอบเขตข้อมูลที่ใช้ในการเรียนรู้ได้ (Extrapolation problem of Tree-based models) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Breiman (2001) และ Hastie et al. (2009) ที่ระบุว่า Random forest เป็นโมเดลที่เรียนรู้จากการแบ่งพื้นที่ของข้อมูล (Decision boundary) และให้ผลลัพธ์เป็นค่าเฉลี่ยของข้อมูลในกลุ่มปลายทาง (Leaf nodes) ที่ใกล้เคียงที่สุดเท่านั้น 1) ในเชิงทฤษฎี เมื่อข้อมูลเข้าสู่ช่วงอนาคตที่มีแนวโน้มเติบโตหรือลดลงอย่างต่อเนื่องจนอยู่เหนือช่วงของค่าสูงสุด-ต่ำสุดที่เคยเรียนรู้ในเซตข้อมูลสอน (Training set) โมเดลประเภท Tree-based จะไม่สามารถ "ลากเส้นแนวโน้ม" (Trend line) ออกไปเหมือนสมการ Regression เส้นตรงทั่วไปได้ แต่จะให้ค่าพยากรณ์คงที่ที่เท่ากับค่าเฉลี่ยของกลุ่มข้อมูลสุดท้ายที่โมเดลรู้จัก ข้อค้นพบนี้จึงเป็นการตอกย้ำข้อจำกัดของอัลกอริทึมในการประยุกต์ใช้กับข้อมูลเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มโครงสร้าง (Structural trend) ระยะยาว 2) แนวทางการแก้ไข เพื่อก้าวข้ามข้อจำกัดดังกล่าว ผู้วิจัยเสนอแนวทางซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดแบบจำลองลูกผสม (Hybrid model) ของ Zhang (2003) โดยในอนาคตควรพัฒนาแบบจำลองร่วมระหว่างวิธีการทางสถิติดั้งเดิมและวิทยาการข้อมูล ด้วยการนำโมเดลที่เด่นด้านแนวโน้มในระยะยาว อาทิ ARIMA หรือ Linear regression มาใช้ในการจัดแนวโน้มข้อมูลก่อน (Detrend) แล้วจึงใช้ Random forest ในการพยากรณ์ส่วนข้อมูลที่เหลือ (Residuals) หรือเลือกใช้เทคนิคการแยกองค์ประกอบอนุกรมเวลา (Time series decomposition) เพื่อให้ผู้ใช้งานมองเห็นทั้ง "แนวโน้มระยะยาว" และ "ความผันผวนระยะสั้น" ควบคู่กันไป ซึ่งจะช่วยเพิ่มความแม่นยำในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดให้มีเสถียรภาพยิ่งขึ้น

4.3 ความสอดคล้องระหว่างความพึงพอใจและประสิทธิภาพ สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ที่เน้นการประเมินประสิทธิภาพนั้น ผู้วิจัยได้เลือกใช้ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน (User satisfaction) เป็นตัวแทน (Proxy variable) ในการวัดประสิทธิภาพ โดยอ้างอิงตาม ทฤษฎีความสำเร็จของระบบสารสนเทศ (DeLone & McLean IS Success Model) ซึ่งระบุว่าประสิทธิภาพของระบบ (System effectiveness) ไม่ได้ขึ้นอยู่กับความแม่นยำทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับ การยอมรับและการนำไปใช้งานจริง ภายใต้กรอบแนวคิดนี้ "คุณภาพของระบบ" และ "คุณภาพของข้อมูล" จะนำไปสู่ "ความพึงพอใจของผู้ใช้งาน" ดังนั้น ค่าความพึงพอใจที่อยู่ในระดับสูง ($\bar{X} = 4.28$) จึงเป็นดัชนีชี้วัดที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพเชิงประจักษ์ว่า

แบบจำลองนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ปฏิบัติงาน และมีความเป็นไปได้สูงที่จะถูกนำไปใช้งานอย่างต่อเนื่องในระดับนโยบาย ซึ่งถือเป็นเป้าหมายสูงสุดของการประเมินประสิทธิภาพในงานวิจัยนี้

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้สามารถสรุปผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 3 ข้อ ดังนี้

1. การวิเคราะห์สภาพปัญหา พบว่ากระบวนการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดในปัจจุบันประสบปัญหาตามกรอบ 4M's โดยมีสาเหตุหลักจากบุคลากรขาดความต่อเนื่อง (Man) เครื่องมือไม่มีมาตรฐานเดียวกัน (Machine) ข้อมูลกระจาย (Material) และกระบวนการทำงานซ้ำซ้อน (Method) ส่งผลให้การจัดทำรายงานล่าช้าและเสี่ยงต่อความคลาดเคลื่อน
2. การพัฒนาแบบจำลอง ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะในรูปแบบเว็บแอปพลิเคชัน (Python & MySQL) โดยประยุกต์ใช้โมเดล Random forest regression ซึ่งสามารถประมวลผลข้อมูลที่มีความผันผวนได้แม่นยำกว่าวิธีการเดิม ($R^2 = 0.94$) และช่วยลดขั้นตอนการทำงานด้วยระบบอัตโนมัติ
3. การประเมินประสิทธิภาพ จากการวัดผลผ่านความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ($n=108$) ตามแนวคิด DeLone & McLean พบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.28$) โดยผู้ใช้พึงพอใจสูงสุดในด้านความหลากหลายของการแสดงผล และรูปแบบรายงานที่เข้าใจง่าย ยืนยันถึงประสิทธิภาพของระบบในการสนับสนุนการตัดสินใจ

องค์ความรู้ใหม่

เพื่อแสดงให้เห็นถึงองค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัยอย่างเป็นรูปธรรม ดังแสดงใน Figure 4

A Framework for Intelligent Provincial Economic Forecasting

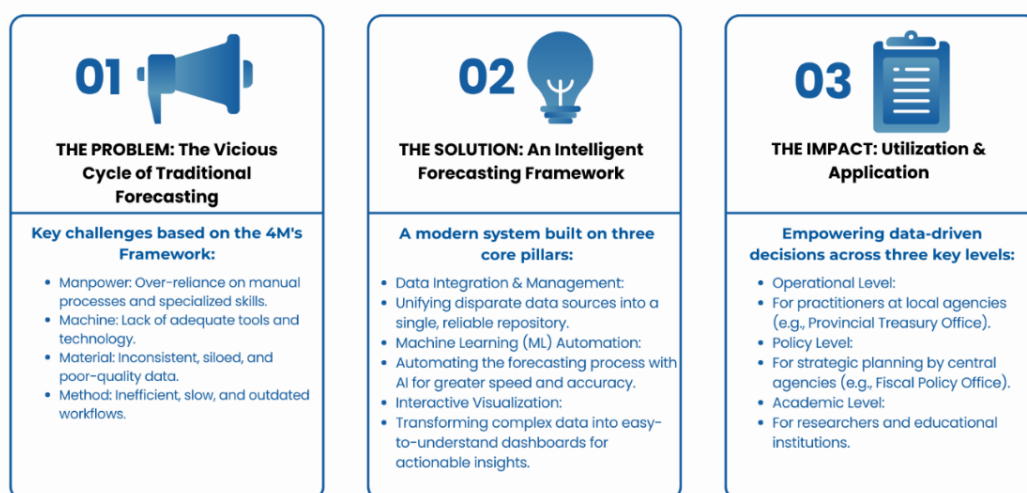


Figure 4 New Knowledge Visualization Diagram Obtained from the Development of Intelligent Information Models for Provincial Economic Forecasting

จากการวิจัยและสังเคราะห์กระบวนการทั้งหมด ผู้วิจัยได้สรุปองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการพัฒนาแบบจำลองสารสนเทศอัจฉริยะ (ดังแสดงใน Figure 4) ซึ่งประกอบด้วย 2 ส่วนที่สำคัญ ดังนี้

1. วงจรปัญหาการพยากรณ์เศรษฐกิจแบบดั้งเดิม เป็นการฉายภาพให้เห็นว่าปัญหาในด้านบุคลากร (Man), เครื่องมือ (Machine), ข้อมูล (Material) และกระบวนการ (Method) ไม่ได้เกิดขึ้นแยกจากกัน แต่มีความสัมพันธ์เชิงลบต่อกันแบบเป็นวงจร เช่น เมื่อเครื่องมือไม่เป็นมาตรฐาน (Machine) ส่งผลให้กระบวนการซับซ้อน (Method) และเมื่อบุคลากรมีการโยกย้าย (Man) ก็ทำให้ความเข้าใจในข้อมูลที่ขาดระบบ (Material) หายไปตามตัวบุคคล องค์ความรู้นี้ช่วยให้หน่วยงานตระหนักว่าการแก้ปัญหาต้องทำทั้งระบบ ไม่สามารถแก้เพียงจุดใดจุดหนึ่งได้

2. กรอบแนวทางการพัฒนาระบบพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดอัจฉริยะ คืออนวัตกรรมการสังเคราะห์ขึ้นเพื่อแก้ปัญหาวงจรเดิม โดยเปลี่ยนจากการทำงานแบบ Manual สู่ระบบอัตโนมัติ (Automation) ผ่าน 3 ขั้นตอนหลัก คือ

2.1 Data Integration บูรณาการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ เข้าสู่ฐานข้อมูล MySQL

2.2 Intelligent processing โดยใช้โมเดล Random forest regression ในการพยากรณ์ ซึ่งช่วยลดอคติจากการวิเคราะห์ด้วยบุคคล

2.3 Interactive visualization โดยเปลี่ยนรายงานแบบเดิมสู่ Dashboard ที่ตอบโต้ได้

โดยองค์ความรู้นี้จะสร้างผลกระทบใน 3 ระดับ ได้แก่ ระดับปฏิบัติการลดภาระงานและเพิ่มความถูกต้อง ระดับนโยบายช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่รวดเร็วขึ้น และระดับวิชาการสามารถเป็นต้นแบบการประยุกต์ใช้ Machine learning ในงานภาครัฐ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การกำหนดมาตรฐานการพัฒนาเทคโนโลยีภาครัฐ หน่วยงานระดับนโยบายควรสนับสนุนให้มีการนำแนวคิดการออกแบบที่เน้นผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง และ Design Thinking มาเป็นมาตรฐานในการพัฒนาระบบสารสนเทศของรัฐ เพื่อให้แน่ใจว่าเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นตอบโจทย์ผู้ปฏิบัติงานจริง และมี Interface ที่ใช้งานง่าย ลดอุปสรรคในการเรียนรู้ของบุคลากรทุกระดับ

1.2 การบูรณาการฐานข้อมูลข้ามหน่วยงาน ภาครัฐควรมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาแพลตฟอร์มที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างหน่วยงานเศรษฐกิจต่าง ๆ ได้โดยตรง เพื่อลดภาระการบันทึกข้อมูลซ้ำซ้อนและป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูลดิบ ซึ่งจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการพยากรณ์เศรษฐกิจจังหวัดได้แม่นยำยิ่งขึ้น

1.3 การส่งเสริมวัฒนธรรมการขับเคลื่อนด้วยข้อมูล ควรมีนโยบายส่งเสริมการฝึกอบรมทักษะดิจิทัล (Digital literacy) และการวิเคราะห์ข้อมูลให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง พร้อมทั้งสร้างเครือข่ายผู้ใช้งาน (User community) เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และรับฟังข้อเสนอแนะในการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การพัฒนาระบบการจัดการข้อมูล เนื่องจากงานวิจัยนี้พบความซับซ้อนของชุดข้อมูลเครื่องชี้เศรษฐกิจที่มีจำนวนมหาศาล ส่งผลให้การจัดการค่าผิดปกติยังทำได้ไม่สมบูรณ์ การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาการประยุกต์ใช้เทคนิค Machine learning ในขั้นตอนการทำความสะอาดข้อมูลโดยอัตโนมัติ เพื่อเพิ่มความแม่นยำและลดอคติจากการเตรียมข้อมูลด้วยมือ

2.2 การศึกษาโมเดลพยากรณ์รูปแบบใหม่ ควรมีการทดลองเปรียบเทียบประสิทธิภาพของโมเดล Random forest กับโมเดลกลุ่ม Deep learning หรือ Time series models อื่น ๆ เช่น LSTM (Long Short-term memory) เพื่อประเมินความสามารถในการพยากรณ์แนวโน้มระยะยาว ซึ่งเป็นข้อจำกัดที่พบในงานวิจัยนี้

2.3 การขยายขอบเขตและปัจจัยนำเข้า ควรมีการเพิ่มตัวแปรนำเข้าที่มีความถี่สูง (High-frequency data) เช่น ข้อมูลการใช้พลังงานไฟฟ้า ข้อมูลจากดาวเทียม หรือข้อมูลจากโซเชียลมีเดีย เพื่อเสริมความแม่นยำให้กับการพยากรณ์เศรษฐกิจในภาวะวิกฤตที่ข้อมูลดั้งเดิมอาจมีความล่าช้า

เอกสารอ้างอิง

- Amatayakul, N. (2018). *A Study of the Relationship Between Digital Lending Approval Factors and Technology Acceptance Affecting the Satisfaction of Digital Lending Service Users in Bangkok and Metropolitan Areas* [Master's thesis, Thammasat University]. Thammasat University Digital Repository.
- Bank of Thailand. (2023). *A Machine Learning Approach to Measure Quarterly Economic Growth from Nighttime Light Data* (Economic Pulse No. 2). <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/research/economic-pulse/economic-pulse-202308.html>.
- Best, J. W. (1977). *Research in Education* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- Breiman, L. (2001). *Random Forests*. *Machine Learning*, 45(1), 5-32.
- Chen, Y. (2013). *Data Visualization in Models for Healthcare Workflow Improvement* [Doctoral dissertation, The Pennsylvania State University]. Pennsylvania State University Repository.
- Chuasing, W. (2021). *The Development of a Data Visualization System to Support Strategic Marketing Planning for E-commerce Organizations* [Master's thesis, Sripatum University]. Sripatum University Digital Repository.

- Davenport, T. H. (1993). *Process Innovation: Reengineering Work Through Information Technology*. Harvard Business Press.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (1992). Information Systems Success: The Quest for the Dependent Variable. *Information Systems Research*, 3(1), 60–95. <https://doi.org/10.1287/isre.3.1.60>.
- DeLone, W. H., & McLean, E. R. (2003). The DeLone and McLean Model of Information Systems Success: A Ten-year Update. *Journal of Management Information Systems*, 19(4), 9–30. <https://doi.org/10.1080/07421222.2003.11045748>.
- Dosi, G. (1982). Technological Paradigms and Technological Trajectories: A Suggested Interpretation of the Determinants and Directions of Technical Change. *Research Policy*, 11(3), 147–162. [https://doi.org/10.1016/0048-7333\(82\)90016-6](https://doi.org/10.1016/0048-7333(82)90016-6).
- Hastie, T., Tibshirani, R., & Friedman, J. H. (2009). *The Elements of Statistical Learning: Data Mining, Inference, and Prediction* (2nd ed.). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-0-387-84858-7>.
- Heeks, R. (2002). Information Systems and Developing Countries: Failure, Success, and Local Improvisations. *The Information Society*, 18(2), 101–112. <https://doi.org/10.1080/01972240290075039>.
- Kasetsart University. (2019). *Thailand's Macroeconomic Model Framework*. Department of Economics, Kasetsart University. <http://pirun.ku.ac.th/~fecobdc/Model/Model.html>.
- Kaskasem, M. (2020). *The Development of Visualization of Financial Performance: A Case Study of Telecommunication Businesses in the Stock Exchange of Thailand* [Master's thesis, Sripatum University]. Sripatum University Digital Repository.
- Leelathaweewut, S., Duangpattra, J., & Paireekreng, W. (2018, December 1). Data Model of Business Intelligence System for ASEAN Economic Community. *Journal of Siam University*, 29(4), 512–530. <https://e-library.siam.edu/e-journal/wp-content/uploads/2018/12/EJSU-vol15-no31-jul-dec2015-1.pdf>.
- Liangrokapart, J., & Pitisan, P. (2016). *Business Intelligence System to Support Decision Making and Customer Relationship Management in Hospitals to Enhance Hospital Supply Chain Efficiency* [Research report]. The Thailand Research Fund. (In Thai).
- Office of the National Economic and Social Development Council [NESDC]. (2021). *Gross Regional and Provincial Product Chain Volume Measures 2021 Edition*. https://www.nesdc.go.th/main.php?file_name=gross_regional.
- Phadungphot, P. (2018). *Development of an Intelligent Information Model for Risk Analysis of Savings Cooperatives' Financial Statements Using Markov Chain Monte Carlo Methods* [Master's thesis, Sripatum University]. Sripatum University Digital Repository.
- Pipatjessadakul, P., & Pinngern, O. (2018). The Development of a Business Intelligence System to Support Electricity Distribution. *Journal of Project in Computer Science and Information Technology*, 5(2), 48. <https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/project-journal/article/view/204706>.
- Rodpoon, N., Khutranon, K., Leetachanon, N., & Paichamnan, S. (2022). *The Development of a Business Intelligence System for Service Information Reporting in Hospitals to Improve Pharmaceutical Services* [Research report]. Prince of Songkla University.
- Roscoe, J. T. (1975). *Fundamental Research Statistics for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Holt, Rinehart and Winston.
- Sawanphothipphan, N. (2021). *The Development of a Data Visualization System for Analysis and Success Prediction: A Case Study of the Digital Lending Project of the Bank for Agriculture and Agricultural Cooperatives* [Master's thesis, Sripatum University]. Sripatum University Digital Repository.

- Sitthisorn, P., Paireekreng, W., & Duangpattr, J. (2023). Development of Business Intelligence System for Data Analysis and Decision Making on Revenue Budget. *Journal of Information Science and Technology*, 13(1), 45–56.
- Sukijboriharn, A. (2020). *The Development of a Data Visualization System to Support Health Services: A Case Study of Health Service Agencies in the Country* [Master's thesis, Sripatum University]. Sripatum University Digital Repository.
- The Loei Provincial Office of the Comptroller General. (2016). *Manual for Economic Forecasting With the Management Chart Method*. Ministry of Finance. (In Thai).
- Trist, E. L. (1981). The Evolution of Socio-technical Systems: A Conceptual Framework and An Action Research Program. *Issues in the Quality of Working Life*, 22, 19–75.
- Zhang, G. P. (2003). Time Series Forecasting Using a Hybrid ARIMA and Neural Network Model. *Neurocomputing*, 50, 159–175. [https://doi.org/10.1016/S0925-2312\(01\)00702-0](https://doi.org/10.1016/S0925-2312(01)00702-0).

**สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี
ของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5**
Audit Professional Competency on Quality of Audit Work of Audit Practitioners
Area Cooperative Auditing office Region 5

นิติกรณ์ จันทรสุริยะศักดิ์^{1*} นริศรา ไชยธรรมา¹ ณัฏฐริยา ยางนอก¹ รชนี ศรีประพิมพ์¹
Nitigorn Junsuriyasak^{1*} Naritsara Chairas¹ Natchariya Yangnok¹ Ratchanee Siripraphim¹

Corresponding Author's Email: Junsuriyasak@gmail.com

(Received: February 5, 2025; Revised: April 27, 2026; Accepted: April 30, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 2) ศึกษาคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 และ 3) ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 จำนวน 153 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านทักษะทางวิชาชีพ 2) คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านความเที่ยงธรรม และด้านความชัดเจน และ 3) ผลการทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี พบว่า สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม ได้แก่ ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ นอกจากนี้สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับคุณภาพตรวจสอบบัญชีโดยรวม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีควรพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพ โดยเน้นความรู้ ทัศนคติ และเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี พร้อมทั้งพัฒนาทักษะและคุณลักษณะส่วนบุคคลอย่างเหมาะสม เพื่อป้องกันผลกระทบเชิงลบที่อาจเกิดขึ้นและส่งเสริมให้คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี คุณภาพงานตรวจสอบบัญชี ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

Abstract

The objective of this research were: 1) to examine the audit professional competency of audit practitioners area Cooperative Auditing office Region 5; 2) to examine the quality of audit work of audit practitioners area cooperative auditing office region 5; and 3) to test the relationship and effects audit professional competency on quality of audit work of audit practitioners area Cooperative Auditing office Region 5. This study is quantitative research, using a questionnaire as the research instrument. Data were collected from 153 audit practitioners in the Cooperative Auditing Office Region 5. Statistical methods for data analyses included percentage, mean, standard deviation, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that: 1) overall audit professional competency was at the highest level. By dimension, skills had the highest mean score; 2) the overall quality of audit work was at the highest level. By dimension, objectivity and clarity exhibited the highest mean scores; and 3) the results of the correlation and regression analyses indicated that audit professional competency had a positive relationship and effect on overall quality of audit work, specifically in terms of professional knowledge, professional attitudes, and

¹ คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยพิจญ์บัณฑิต

¹ Faculty of Business Administration, Pitchayabundit College

information technology. In contrast, professional skills and personal characteristics exhibited a negative relationship and effect on overall quality of audit work, at a statistical significance of .05. Therefore, audit practitioners should develop their professional competency, focusing on knowledge, attitudes, and information technology to enhance quality of audit work, while appropriately improving skills and personal characteristics to prevent potential negative effects and further promote overall audit effectiveness.

Keywords: audit professional competency, quality of audit work, audit practitioners area cooperative auditing office region 5

ความเป็นมาของปัญหา

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ได้เริ่มกระจายงานการตรวจสอบบัญชี ออกไปยังส่วนภูมิภาคโดยการจัดตั้งสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ประจำจังหวัด ขึ้นเพื่อให้ความช่วยเหลือแนะนำด้านการเงิน การบัญชี ให้สถาบันเกษตรกรได้อย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น ปัจจุบันกรมตรวจบัญชีสหกรณ์มีสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ประจำอยู่ทุกจังหวัดทั่วประเทศ โดยมีสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 1 - 10 ทำหน้าที่คอยกำกับดูแลการปฏิบัติงานของสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งอยู่ในสังกัดโดยมีพันธกิจ คือ ตรวจสอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรพัฒนาระบบการเงินการบัญชีและการสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานและสอดคล้องกับการจัดการธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร การให้คำปรึกษาแนะนำและพัฒนาศักยภาพการบริหารจัดการด้านการเงินและการบัญชีแก่สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกรและวิสาหกิจชุมชน การพัฒนาเทคโนโลยีและเผยแพร่สารสนเทศทางการเงินของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร และการเสริมสร้างความรู้และส่งเสริมการจัดทำบัญชีแก่บุคลากรเครือข่ายเกษตรกร เยาวชน ประชาชนทั่วไป กลุ่มอาชีพและกลุ่มเป้าหมายตามโครงการพระราชดำริ (Cooperative Auditing Department, 2024) ดังนั้น การสอบบัญชีจากข้อมูลทางการเงินในอดีตเป็นหนึ่งในขอบเขตความเชี่ยวชาญด้านบัญชีความสมรรถนะในขอบเขตต้องการความรู้ขั้นสูง อย่างไรก็ตาม ในบริบทของสหกรณ์แต่ละพื้นที่พบความแตกต่างทั้งด้านขนาดประเภทกิจการ และศักยภาพบุคลากร ส่งผลให้สมรรถนะของผู้สอบบัญชีมีบทบาทอย่างยิ่งต่อคุณภาพการสอบบัญชีและความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล (Chainet et al., 2024) ภายใต้บทบาทของผู้สอบบัญชีในสังกัดกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ ซึ่งมีหน้าที่กำกับดูแลและตรวจสอบการดำเนินงานของสหกรณ์ที่มีความหลากหลายทั้งด้านขนาดและลักษณะกิจการ ผู้สอบบัญชีจึงจำเป็นต้องพัฒนาสมรรถนะทางวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านความรู้เชิงเทคนิค ความน่าเชื่อถือและความโปร่งใสของข้อมูลทางการเงิน ตลอดจนความสามารถในการวิเคราะห์และให้คำปรึกษาเชิงบริหารจัดการ เพื่อยกระดับคุณภาพการสอบบัญชีให้สอดคล้องกับบริบทเฉพาะของแต่ละสหกรณ์ อันนำไปสู่การพิจารณาสมรรถนะทางวิชาชีพของผู้สอบบัญชีในมิติต่าง ๆ ต่อไป

สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี (Audit professional competency) หมายถึง ชีตความสามารถของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีในการปฏิบัติหน้าที่หรือภารกิจที่เกี่ยวข้องให้เป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด รวมถึงคุณลักษณะของบุคคลที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยสมรรถนะสะท้อนถึงผลการปฏิบัติงานจริงของผู้สอบบัญชี ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการใช้วิจารณ์อย่างมีสาระสำคัญในการตรวจสอบข้อมูลทางการเงินในอดีต และสามารถปฏิบัติงานได้ตามระดับที่กำหนดภายใต้สภาพแวดล้อมการทำงานจริง สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ 1) ด้านความรู้ทางวิชาชีพ (Knowledge) 2) ด้านทักษะทางวิชาชีพ (Skills) และ 3) ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ (Attitudes) โดย Federation of Accounting Professions (2017) ร่วมกับการประยุกต์แนวคิดสมรรถนะของ Rungruang et al. (2023) ซึ่งเพิ่มเติมองค์ประกอบอีก 2 ด้าน ได้แก่ 4) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) และ 5) ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics) ทั้งนี้ บริบทของสหกรณ์ในแต่ละพื้นที่มีความแตกต่างกัน ทั้งในด้านขนาด ประเภทกิจการ และศักยภาพของบุคลากร ส่งผลให้ผู้สอบบัญชีจำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนาสมรรถนะให้สอดคล้องกับบริบทการปฏิบัติงานจริง ดังนั้น การศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานในเขตพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 จึงมีความสำคัญเพื่อประเมินระดับสมรรถนะ ระบุปัญหา และเสนอแนวทางในการพัฒนา อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีให้เป็นไปตามมาตรฐานวิชาชีพ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นต่อข้อมูลทางการเงินของสหกรณ์ในระยะยาว

คุณภาพงานตรวจสอบบัญชี (Quality of audit work) เป็นตัวสะท้อนความเป็นมืออาชีพของผู้สอบบัญชีในการปฏิบัติงานตามความรับผิดชอบอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยผู้ปฏิบัติงานตรวจสอบต้องตระหนักถึง

ความสำคัญของคุณภาพงานสอบบัญชี และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ ได้แก่ ความเป็นอิสระ ความเที่ยงธรรม และความซื่อสัตย์สุจริต ตลอดจนปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพและมีความสงสัยอย่างมืออาชีพ (Professional skepticism) พร้อมทั้งปฏิบัติตามมาตรฐานการสอบบัญชี กฎระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้ คุณภาพงานสอบบัญชีมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมความตระหนักในองค์ประกอบสำคัญที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพงาน และสนับสนุนให้เกิดการสื่อสารระหว่างผู้มีส่วนได้เสียเกี่ยวกับคุณภาพงานสอบบัญชีมากยิ่งขึ้น โดยผู้สอบบัญชีจำเป็นต้องปฏิบัติตามมาตรฐานการสอบบัญชี มาตรฐานการควบคุมคุณภาพ ตลอดจนจรรยาบรรณและกฎระเบียบที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การปฏิบัติงานเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด แนวคิดคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีตามลักษณะเชิงคุณภาพ ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง (Accuracy) ด้านความเที่ยงธรรม (Objectivity) ด้านความชัดเจน (Clarity) ด้านความกะทัดรัด (Conciseness) ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ด้านความสมบูรณ์ (Completeness) และด้านความทันกาล (Timeliness) (Chansin, 2021; Jeenrian, 2017) อย่างไรก็ตามในบริบทของเขตพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ยังพบปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีหลายประการ ได้แก่ ความหลากหลายของขนาดและประเภทของสหกรณ์ซึ่งเพิ่มความซับซ้อนของงาน ข้อจำกัดด้านบุคลากรและระยะเวลาในการปฏิบัติงาน รวมถึงความรู้และประสบการณ์ของผู้สอบบัญชีในบางพื้นที่ที่ยังไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล นอกจากนี้ ยังมีข้อจำกัดด้านเทคโนโลยีและระบบบัญชีที่ล้าสมัย ส่งผลให้การรวบรวมและประมวลผลข้อมูลเกิดความล่าช้า อีกทั้งระบบการกำกับดูแลและการควบคุมคุณภาพยังไม่เข้มแข็ง และการสื่อสารกับผู้มีส่วนได้เสียยังขาดประสิทธิภาพ ประเด็นดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด International Auditing and Assurance Standards Board (2014) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าคุณภาพงานสอบบัญชีขึ้นอยู่กับความสามารถของผู้สอบบัญชี ระบบการควบคุมคุณภาพ ตลอดจนข้อจำกัดด้านทรัพยากรและการกำกับดูแล

ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 (Audit Practitioners Area Cooperative Auditing office Region 5) ผู้ปฏิบัติงานด้านการสอบบัญชี ซึ่งดำเนินการตรวจสอบบัญชีสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกรตามกฎหมายว่าด้วยสหกรณ์และกฎหมายอื่นที่เกี่ยวข้อง กำหนดระบบบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชีให้เหมาะสมกับธุรกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร การให้คำปรึกษาแนะนำให้ความรู้ด้านบริหารการเงินการบัญชีแก่คณะกรรมการและสมาชิกของสหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร และบุคลากรเครือข่าย การถ่ายทอดความรู้และส่งเสริมการจัดทำบัญชีให้แก่สหกรณ์ กลุ่มเกษตรกร กลุ่มอาชีพ วิสาหกิจชุมชน กลุ่มเป้าหมายตามโครงการพระราชดำริ เกษตรกรและประชาชนทั่วไป การกำกับดูแลการสอบบัญชีสหกรณ์ โดยผู้สอบบัญชีภาคเอกชน การจัดทำรายงานภาวะเศรษฐกิจของสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร เพื่อเป็นพื้นฐานในการกำหนดนโยบาย และวางแผนพัฒนาสหกรณ์และกลุ่มเกษตรกร และการปฏิบัติการอื่นใดที่กฎหมายกำหนด ให้เป็นอำนาจหน้าที่ของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ หรือตามที่กระทรวงหรือคณะรัฐมนตรีมอบหมาย ซึ่งผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ประกอบด้วย สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ขอนแก่น เลย สกลนคร หนองคาย หนองบัวลำภู อุดรธานี นครพนม และบึงกาฬ (Cooperative Auditing Department, 2025)

จากเหตุผลที่กล่าวมาแล้วข้างต้น ผู้ศึกษาจึงสนใจศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบว่าสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีส่งผลกระทบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 หรือไม่ อย่างไร ซึ่งทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ผลลัพธ์ที่ได้จากการศึกษาสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพในด้านสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี เพื่อนำไปเสริมสร้างคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีให้ได้มาตรฐาน มีความถูกต้อง สมบูรณ์ ตลอดจนสามารถเป็นแนวทางในการพัฒนาการสอบบัญชีให้มีประสิทธิภาพ เป็นประโยชน์ต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี อีกทั้งยังเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีให้มีประสิทธิภาพสูงสุด อันจะนำไปสู่การสร้างเชื่อมั่นแก่ผู้ที่เกี่ยวข้องหรือผู้ใช้งบการเงินต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5
2. เพื่อศึกษาคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5
3. เพื่อทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี

สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี (Audit professional competency) ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการปฏิบัติงานสอบบัญชี เนื่องจากผู้สอบบัญชีจำเป็นต้องอาศัยทั้งความรู้ ทักษะ และคุณลักษณะทางวิชาชีพในการใช้วิจารณญาณอย่างเหมาะสมภายใต้สถานการณ์ที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ในบริบทของการกำกับดูแลและมาตรฐานวิชาชีพระดับสากล หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาสมรรถนะของผู้ประกอบวิชาชีพบัญชีอย่างต่อเนื่อง โดย International Auditing and Assurance Standards Board (2020) ได้กำหนดมาตรฐานการศึกษาวิชาชีพบัญชีเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมทางธุรกิจและเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไป ขณะเดียวกันสภาวิชาชีพบัญชีได้พัฒนากรอบสมรรถนะทางวิชาชีพบัญชีที่ครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญทั้งด้านความรู้ ทักษะ ทักษะคิด และเทคโนโลยีสารสนเทศ ทั้งนี้ สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีสามารถจำแนกออกเป็นองค์ประกอบสำคัญ โดยอ้างอิงแนวคิดของ Federation of Accounting Professions (2017) ซึ่งครอบคลุม 3 ด้านหลัก ได้แก่ ความรู้ทางวิชาชีพ ทักษะทางวิชาชีพ และทัศนคติทางวิชาชีพ และเมื่อบูรณาการร่วมกับแนวคิดของ Rungruang et al. (2023) ที่ได้เสนอการขยายองค์ประกอบเพิ่มเติมในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล จึงสามารถสังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล โดยมีรายละเอียดดังนี้

1.1 ด้านความรู้ทางวิชาชีพ (Knowledge) หมายถึง ความรู้ด้านบัญชี การเงิน การสอบบัญชี กฎหมาย และภาษีอากร รวมถึงความรู้ด้านเทคโนโลยีและธุรกิจ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการวิเคราะห์และตัดสินใจ โดยการศึกษาพบว่าความรู้ทางวิชาชีพมีผลโดยตรงต่อคุณภาพการรายงานทางการเงินและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อค้นพบในทิศทางเดียวกัน โดย Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะการสอบบัญชีด้านความรู้ความสามารถในการสอบบัญชีมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี ขณะที่ Nanongkam and Chaiyakhet (2022) พบว่า การรับรู้สมรรถนะการสอบบัญชี โดยเฉพาะด้านความรู้ความสามารถในการสอบบัญชี มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพรายงานการสอบบัญชี ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความรู้ทางวิชาชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพงานสอบบัญชีโดยตรง จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานระหว่างตัวแปรดังนี้

H₁: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีด้านความรู้ทางวิชาชีพมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

1.2 ด้านทักษะทางวิชาชีพ (Skills) ครอบคลุมทักษะด้านสติปัญญา การคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การสื่อสาร และการทำงานร่วมกับผู้อื่น ซึ่งช่วยให้สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสม งานวิจัยสมัยใหม่ชี้ว่าทักษะดังกล่าวมีความสำคัญต่อการตัดสินใจและการเพิ่มประสิทธิภาพในการตรวจสอบบัญชี ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อค้นพบในทิศทางเดียวกัน โดย Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะการสอบบัญชีด้านทักษะการปฏิบัติงานตรวจสอบมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานระหว่างตัวแปรดังนี้

H₂: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีด้านทักษะทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

1.3 ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ (Attitudes) ประกอบด้วยความซื่อสัตย์ ความเป็นอิสระ ความรับผิดชอบ และการยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ รวมถึงการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของผู้ประกอบวิชาชีพ โดยสอดคล้องกับหลักจรรยาบรรณสากลและแนวทางของหน่วยงานกำกับดูแล ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อค้นพบในทิศทางเดียวกัน โดย Chainet et al. (2024) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในยุคดิจิทัลด้านทัศนคติทางวิชาชีพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี ขณะที่ Ratchasombat and Rattanaphaptham (2022) พบว่า ทัศนคติทางวิชาชีพมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม และ Kaveekhamkom et al. (2020) พบว่า ทัศนคติทางวิชาชีพมีอิทธิพลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของผู้สอบบัญชีภาษีอากร จากที่กล่าวมา จึงตั้งสมมติฐานระหว่างตัวแปรดังนี้

H₃: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีด้านทัศนคติทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

1.4 ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (Information technology) หมายถึง ความสามารถในการใช้ระบบสารสนเทศทางบัญชี และเครื่องมือดิจิทัล เช่น การวิเคราะห์ข้อมูลและการใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการตรวจสอบ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในยุคดิจิทัล งานวิจัยพบว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มความถูกต้อง ความรวดเร็ว และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อค้นพบในทิศทางเดียวกัน โดย Chainet et al. (2024) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในยุคดิจิทัลด้านการใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบมีอิทธิพลเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี ขณะที่ Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานระหว่างตัวแปรดังนี้

H₄: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

1.5 ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics) เป็นองค์ประกอบภายใน เช่น แรงจูงใจ ความมีวินัย ความสามารถในการจัดการตนเอง การปรับตัว และความระมัดระวังสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบการวิชาชีพ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมและประสิทธิภาพในการทำงาน โดยการศึกษาพบว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีและการตัดสินใจทางวิชาชีพ ทั้งนี้ งานวิจัยที่ผ่านมาให้ข้อค้นพบในทิศทางเดียวกัน โดย Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะการสอบบัญชีด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี จากที่กล่าวมาจึงตั้งสมมติฐานระหว่างตัวแปรดังนี้

H₅: สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี

คุณภาพงานตรวจสอบบัญชี (Quality of audit work) เป็นผลลัพธ์ของกระบวนการตรวจสอบที่สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือ ความถูกต้อง และความเหมาะสมของรายงานการสอบบัญชี โดย International Auditing and Assurance Standards Board (2018) อธิบายว่า คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีเกิดจากการปฏิบัติงานตามมาตรฐานสากล การใช้ดุลยพินิจทางวิชาชีพ และการสื่อสารผลการตรวจสอบอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับ International Auditing and Assurance Standards Board (2020) ที่ระบุว่าคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีขึ้นอยู่กับความครบถ้วนของกระบวนการตรวจสอบ ความเป็นอิสระของผู้สอบบัญชี และระบบการควบคุมคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์แนวคิดคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีตามลักษณะเชิงคุณภาพที่ดี ซึ่งกำหนดองค์ประกอบของคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีออกเป็น 7 ด้าน (Chansin, 2021; Jeenrian, 2017) เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการประเมินคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีให้สอดคล้องกับบริบทของการศึกษา โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 ด้านความถูกต้อง (Accuracy) หมายถึง ความถูกต้องของข้อมูลและผลการตรวจสอบที่ปราศจากข้อผิดพลาด และสะท้อนข้อเท็จจริงทางการเงินได้อย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นหัวใจของคุณภาพงานสอบบัญชี

2.2 ด้านความเที่ยงธรรม (Objectivity) หมายถึง การปฏิบัติงานโดยปราศจากอคติ ความเป็นอิสระ และยึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพ ซึ่งส่งผลต่อความน่าเชื่อถือของ

2.3 ด้านความชัดเจน (Clarity) หมายถึง การนำเสนอรายงานที่เข้าใจง่าย ชัดเจน ไม่คลุมเครือ ซึ่งช่วยให้ผู้ใช้งบการเงินสามารถตีความข้อมูลได้อย่างถูกต้อง

2.4 ด้านความกะทัดรัด (Conciseness) หมายถึง การนำเสนอข้อมูลอย่างกระชับ ครบถ้วน และไม่ซ้ำซ้อน ซึ่งช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสื่อสาร

2.5 ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) หมายถึง ความสามารถในการประยุกต์ใช้แนวคิดหรือเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในการตรวจสอบ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและคุณค่าให้กับงานสอบบัญชี

2.6 ด้านความสมบูรณ์ (Completeness) หมายถึง การดำเนินงานตรวจสอบอย่างครบถ้วนตามขั้นตอนและมาตรฐานครอบคลุมประเด็นสำคัญทั้งหมด

2.7 ด้านความทันกาล (Timeliness) หมายถึง การปฏิบัติงานและการรายงานผลการตรวจสอบได้ตรงตามระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งมีความสำคัญต่อการตัดสินใจของผู้ใช้งบการเงิน

จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสรุปกรอบแนวคิดการวิจัยในครั้งนี้ ดังแสดงใน Figure 1

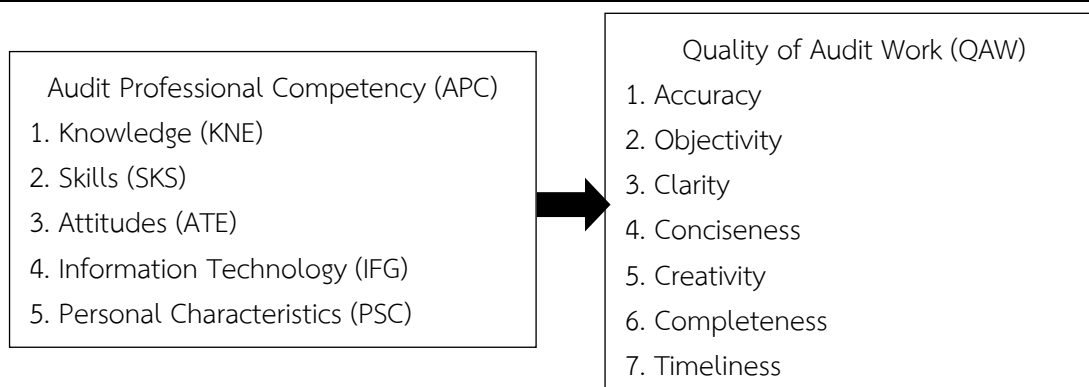


Figure 1 Research Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ประกอบด้วยสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ขอนแก่น เลย สกลนคร นครพนม บึงกาฬ อุดรธานี นครพนม และบึงกาฬ จำนวน 153 คน โดยการศึกษาครั้งนี้ใช้ข้อมูลจากประชากรทั้งหมด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจัดทำขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดที่กำหนด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่

1) ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 แบบสอบถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ครอบคลุมเพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ และตำแหน่งการทำงานด้านการสอบบัญชีสหกรณ์

2) ตอนที่ 2 ความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ ความรู้ทางวิชาชีพ (Knowledge) ทักษะทางวิชาชีพ (Skills) ทิศนคติทางวิชาชีพ (Attitudes) เทคโนโลยีสารสนเทศ (Information Technology) และ (5) คุณลักษณะส่วนบุคคล (Personal characteristics)

3) ตอนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี แบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ครอบคลุม 7 ด้าน ได้แก่ ด้านความถูกต้อง (Accuracy) ด้านความเที่ยงธรรม (Objectivity) ด้านความชัดเจน (Clarity) ด้านความกะทัดรัด (Conciseness) ด้านความคิดสร้างสรรค์ (Creativity) ด้านความสมบูรณ์ (Completeness) และด้านความทันกาล (Timeliness)

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน เพื่อประเมินความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถาม (Index of Item-objective Congruence: IOC) ผลการตรวจสอบพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ในช่วงระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสมและสามารถนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ (Soodsang, 2016) จากนั้นนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับประชากรที่ใช้ในงานวิจัย จำนวน 30 ชุด และการหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามเป็นรายข้อ (Discriminant power) โดยใช้เทคนิค Item-total correlation ซึ่งสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.523 – 0.981 และคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี มีค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.525 – 0.927 ซึ่งสอดคล้องกับ (Nunnally, 1978) ได้นำเสนอว่าการทดสอบค่าอำนาจจำแนกมีค่ามากกว่า 0.4 เป็นค่าที่ยอมรับได้ นอกจากนี้ผู้วิจัยมีการทดสอบการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (Reliability) โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach) สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.971 – 0.976 และคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา อยู่ระหว่าง 0.958 – 0.962 ซึ่งสอดคล้องกับ Nunnally and Bernstein (1994) ได้นำเสนอว่า ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟามีค่ามากกว่า 0.7 เป็นค่าที่ยอมรับได้ จึงนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัย

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยและแบบออนไลน์ (Online questionnaire) สร้างแบบสอบถามใน Google forms ไปยังประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 153 คน โดยมีระยะเวลาในการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนตุลาคมถึงพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ซึ่งได้รับการตอบกลับจำนวนทั้งหมด 153 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 และนำข้อมูลที่ได้ไปทำการวิเคราะห์ผลต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล แบ่งเป็น 4 ตอน ดังนี้

1) ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) ตอนที่ 2 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางวิชาชีพของบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

3) ตอนที่ 3 ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดยการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)

4) ตอนที่ 4 การทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดยใช้การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบพหุคูณ (Multiple correlation analysis) เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม และการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis) เพื่อทดสอบผลกระทบของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ซึ่งเขียนเป็นสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$\text{สมการ QAW} = \beta_0 + \beta_1\text{KNE} + \beta_2\text{SKS} + \beta_3\text{ATE} + \beta_4\text{IFG} + \beta_5\text{PCS} + e$$

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

จากการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล สามารถแสดงผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยและอภิปรายผลได้ตามลำดับ ดังนี้

1. สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

Table 1 Mean, Standard Deviation, and Level of the Audit Professional Competency of Practitioners Area Cooperative Auditing Office Region 5

Audit Professional Competency	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation
Knowledge	4.80	0.24	Highest
Skills	4.92	0.14	Highest
Attitudes	4.84	0.36	Highest
Information Technology	4.40	0.39	High
Personal Characteristics	4.44	0.38	High
Total	4.68	0.14	Highest

จาก Table 1 พบว่า ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดยรวมมีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.68$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 3 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทักษะทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.92$) ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.84$) และด้านความรู้ทางวิชาชีพ ($\bar{X} = 4.80$) และอยู่ในระดับมาก 2 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ($\bar{X} = 4.44$) และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ($\bar{X} = 4.40$)

2. คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

Table 2 Mean, Standard Deviation, and Level of Quality of Audit Work of Practitioners Area Cooperative Auditing Office Region 5

Quality of Audit Work	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation
Accuracy	4.74	0.38	Highest
Objectiveness	4.78	0.35	Highest
Clearness	4.78	0.39	Highest
Conciseness	4.56	0.38	Highest
Creation	4.65	0.41	Highest
Completion	4.68	0.36	Highest
Timeliness	4.37	0.42	High
Total	4.65	0.11	Highest

จาก Table 2 พบว่า ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 โดยรวม มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.65$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก ดังนี้ ด้านความเที่ยงธรรม ($\bar{X} = 4.78$) ด้านความชัดเจน ($\bar{X} = 4.78$) และด้านความถูกต้อง ($\bar{X} = 4.74$) และอยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ ด้านความทันกาล ($\bar{X} = 4.37$)

3. ความสัมพันธ์แบบพหุคูณของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

Table 3 Correlation Analysis of the Audit Professional Competency and the Overall Quality of Audit Work of Audit Practitioners in the Area of the Cooperative Auditing Office Region 5

Variable	QAW	KNE	SKS	ATE	IFG	PCS	VIF
$\bar{X}$	4.65	4.82	4.92	4.86	4.40	4.47	
S.D.	0.11	0.22	0.14	0.35	0.40	0.37	
QAW	-	0.157*	0.427*	0.022*	0.214*	0.157*	
KNE	-	-	0.443*	0.320*	0.294*	0.824*	3.773
SKS	-	-	-	0.722*	0.253*	0.447*	2.672
ATE	-	-	-	-	0.025*	0.307*	2.258
IFG	-	-	-	-	-	0.088*	1.339
PCS	-	-	-	-	-	--	3.622

* $p \leq .05$

จาก Table 3 พบว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.022 – 0.824 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กัน ซึ่งอาจทำให้เกิดปัญหา Multicollinearity ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบค่า VIF พบว่า ค่า VIF 1.339 – 3.773 ซึ่งมิต้าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระไม่ถึงขั้นก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Black (2006)

4. การทดสอบความสัมพันธ์ของสัมประสิทธิ์การถดถอยแบบพหุคูณของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพตรวจสอบบัญชีโดยรวมของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5

Table 4 *The Test on the Relationship Between a Regression Coefficient and the Overall Quality of Audit Work of Audit Practitioners Area Cooperative Auditing Office Region 5*

Audit Professional Competency	Total Quality of Audit Work (QAW)		t	p-value
	Regression coefficient	Standard tolerances		
Constant (a)	6.769	0.509	13.310	0.000*
Knowledge (KNE)	0.191	0.078	2.452	0.017*
Skills (SKS)	-0.917	0.103	-8.912	0.000*
Attitudes (ATE)	0.261	0.039	6.751	0.000*
Information Technology (IFG)	0.162	0.026	6.177	0.000*
Personal Characteristics (PCS)	-0.114	0.046	-2.468	0.016*
F = 19.184, p = .000, AdjR ² = 0.562				

*p ≤ .05

จาก Table 4 พบว่า สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ (KNE) ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ (ATE) ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ (IFG) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม (QAW) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1, 3 และ 4 ในขณะที่ด้านทักษะทางวิชาชีพ (SKS) และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล (PCS) มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับคุณภาพตรวจสอบบัญชีโดยรวม (QAW) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย สามารถเขียนสมการการพยากรณ์ ได้ดังนี้

$$QAW = 6.769 + 0.191KNE - 0.917SKS + 0.261ATE + 0.162IFG - 0.114PCS$$

5. อภิปรายผล

จากการศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

5.1 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีโดยรวม ด้านทักษะทางวิชาชีพ ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ และด้านความรู้ทางวิชาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล อยู่ในระดับมาก เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีจะต้องการวิเคราะห์ข้อมูลต่างๆ ในการปฏิบัติงานตรวจสอบได้อย่างฉับไว ทันต่อเหตุการณ์ มีความรอบรู้และสามารถเข้าใจในงานที่ตรวจสอบได้อย่างรวดเร็ว สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้องครบถ้วนและทันเวลา มีความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรม การรักษาความลับของข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติหน้าที่ มีความระมัดระวังสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพและทำหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ สามารถประยุกต์ใช้ความรู้ทางการสอบบัญชีในการปฏิบัติงานตรวจสอบได้เป็นอย่างดีสามารถแสดงความคิดเห็นต่อรายงานทางการเงินได้อย่างน่าเชื่อถือตามมาตรฐานที่กำหนด ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nalamphun and Penvutikul (2025) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมากมีความคิดเห็นต่ออิทธิพลของทักษะทางวิชาชีพบัญชีอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Jantarachasree and Leekpai (2025) พบว่า คุณลักษณะพื้นฐานของผู้ปฏิบัติงานบัญชี และสมรรถนะทางวิชาชีพของผู้ปฏิบัติงานบัญชี ด้านทักษะวิชาชีพ ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ และด้านความรู้ทางวิชาชีพ มีค่าระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kumchuen (2025) พบว่า ระดับทักษะนักบัญชียุคดิจิทัลในสำนักงานบัญชีคุณภาพ ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล อยู่ในระดับมาก

5.2 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 มีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม ด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความกะทัดรัด ด้านความสร้างสรรค์

และด้านความสมบูรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความทันกาล อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีการให้ ความสำคัญเกี่ยวกับความชัดเจนของรายงานการสอบบัญชีเพื่อป้องกันความเข้าใจผิดพลาดของผู้ใช้ข้อมูลเสมอ ปฏิบัติงาน การสอบบัญชีในหน่วยรับตรวจ โดยปราศจากอคติและความลำเอียง การให้ความสำคัญในหลักฐานการสอบบัญชี อย่างเพียงพอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสมบูรณ์ต่อการนำเสนอข้อมูลในรายงานการสอบบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัย ของ Kamnerd (2023) พบว่า ระดับความเห็นของผู้สอบบัญชีสหกรณ์ที่มีเกี่ยวกับคุณภาพงานสอบบัญชีสหกรณ์ด้านความ ถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความกะทัดรัด ด้านความสร้างสรรค์ ด้านความสมบูรณ์ และด้านความ ทันกาล โดยรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Jeenrian (2017) พบว่า ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ คุณภาพการสอบบัญชี ด้านความถูกต้อง ด้านความเที่ยงธรรม ด้านความชัดเจน ด้านความกะทัดรัด ด้านความสร้างสรรค์ ด้านความสมบูรณ์ อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความทันกาล อยู่ในระดับมาก

5.3 สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านความรู้ทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพ งานตรวจสอบบัญชีโดยรวม เนื่องจาก ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีให้ความสำคัญในการนำเสนอรายงานที่มีความถูกต้อง แม่นยำ อย่างสม่ำเสมอ การนำเสนอรายงานด้วยความเป็นกลาง และความอิสระเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ การใช้ภาษาที่ชัดเจนใน การสื่อสารให้ผู้ใช้อ้างอิงข้อมูลเข้าใจในส่วนสาระสำคัญของรายงานการสอบบัญชีได้ดี การนำเสนอรายงานที่ตรง ประเด็น และ ไม่อ้อมค้อมในการแสดงความเห็นในรายงานการสอบบัญชี และหลักฐานการสอบบัญชีอย่างเพียงพอ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ ครบถ้วนและสมบูรณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaveekhamkom et al. (2020) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีภาษีอากร ด้านองค์ความรู้ มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะการสอบบัญชี ด้านความรู้ความสามารถการสอบบัญชี มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการ สอบบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Nanongkam and Chaiyakhet (2022) พบว่า การรับรู้สมรรถนะการสอบบัญชี ประกอบด้วยปัจจัยด้านความรู้ความสามารถในการสอบบัญชี มีอิทธิพลทางตรงต่อการรับรู้คุณภาพรายงานการสอบบัญชี

5.4 สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านทักษะทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับคุณภาพงาน ตรวจสอบบัญชีโดยรวม เนื่องจาก ผู้สอบบัญชีจะสามารถวิเคราะห์ข้อมูลได้รวดเร็ว เข้าใจงานได้ดี ปฏิบัติงานได้ถูกต้อง ครบถ้วน และเลือกใช้เทคนิคการตรวจสอบได้อย่างเหมาะสมก็ตาม แต่การให้ความสำคัญกับทักษะเชิงเทคนิคหรือ ประสบการณ์มากเกินไป อาจทำให้ละเลยการปฏิบัติตามมาตรฐาน หรือไม่ปรับวิธีการให้สอดคล้องกับสถานการณ์ จึงส่งผลให้ คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมลดลง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chainet et al. (2024) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบ บัญชีรับอนุญาตในยุคดิจิทัล ด้านความรู้ในกระบวนการสอบบัญชี ไม่มีผลกระทบต่อคุณภาพการสอบบัญชีและสอดคล้อง กับงานวิจัยของ Khulsum et al. (2025) พบว่า แรงกดดันด้านงบประมาณเวลาที่ไม่ได้รับการจัดการอย่างเหมาะสมส่งผล กระทบเชิงลบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญ โดยอาจทำให้ผู้สอบบัญชีลดขั้นตอนการตรวจสอบหรือ ปฏิบัติงานอย่างไม่รอบคอบ ส่งผลให้คุณภาพของงานตรวจสอบบัญชีลดลง

5.5 สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพ งานตรวจสอบบัญชีโดยรวม เนื่องจาก ด้านทัศนคติทางวิชาชีพทางสภาวิชาชีพได้กำหนดจรรยาบรรณของผู้ประกอบวิชาชีพ สอบบัญชี ให้ผู้ประกอบวิชาชีพจะต้องรักษาความลับของข้อมูลที่ได้จากการปฏิบัติงานไม่นำไปใช้หาประโยชน์ส่วนตน หรือนำไปใช้ทางที่มีขอบด้วยกฎหมาย การปฏิบัติงานต้องปฏิบัติตามด้วยความซื่อสัตย์สุจริตและเที่ยงธรรม มีความระมัดระวัง สงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพและทำหน้าที่ด้วยความรับผิดชอบ สามารถนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อเป็นประโยชน์ต่อหน่วย รับตรวจอย่างสม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chainet et al. (2024) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตใน ยุคดิจิทัล ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ratchasombat and Rattanaphaptham (2022) พบว่า สมรรถนะทางวิชาชีพบัญชี ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ มีความสัมพันธ์และผลกระทบ เชิงบวกกับคุณภาพรายงานทางการเงินโดยรวม ผู้ที่มีหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านบัญชี ต้องเป็นผู้ที่มีทัศนคติที่ดีต่อวิชาชีพ ซึ่งการมีทัศนคติที่ดีจะทำให้บุคลากรที่ปฏิบัติงานด้านบัญชีมีความสามารถในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี และสอดคล้องกับ งานวิจัยของ Kaveekhamkom et al. (2020) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีภาษีอากร ด้านทัศนคติทางวิชาชีพมีความสำคัญ และมีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการทำงาน

5.6 สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบกับ คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม เนื่องจากคุณลักษณะส่วนบุคคลบางประการ เช่น ความมั่นใจในตนเองมากเกินไป

การยึดถือแนวทางเดิม และการขาดความยืดหยุ่น อาจส่งผลให้การใช้ดุลยพินิจทางวิชาชีพขาดความเป็นกลางและไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน ส่งผลให้คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมลดลง ทั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้สอบบัญชีไม่ได้ส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบเสมอไป แต่ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและบริบทในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง Chen et al. (2023) พบว่า บุคลิกภาพของผู้สอบบัญชีมีความสัมพันธ์กับคุณภาพงานตรวจสอบทั้งในเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับลักษณะของบุคลิกภาพและบางลักษณะอาจนำไปสู่พฤติกรรมที่ลดคุณภาพงานตรวจสอบ นอกจากนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Joshi (2025) พบว่า คุณลักษณะของผู้สอบบัญชีเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบ และอาจส่งผลทั้งเชิงบวกและเชิงลบ ขึ้นอยู่กับบริบทในการปฏิบัติงาน ซึ่งสะท้อนว่าคุณลักษณะส่วนบุคคลมิได้ส่งผลเชิงบวกเสมอไป แต่สามารถเป็นปัจจัยที่ลดทอนคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีได้อย่างมีนัยสำคัญ

5.7 สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ มีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวม เนื่องจาก ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการตรวจสอบตระหนักถึงความสมบูรณ์ของฐานข้อมูลการสอบบัญชี และความสามารถในการใช้ซอฟต์แวร์ทางการสอบบัญชีที่ทันสมัยทำให้คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nanongkam and Chaiyakhet (2022) พบว่า ด้านการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศมีผลต่อการรับรู้คุณภาพรายงานการสอบบัญชี กล่าวคือ การที่นักวิชาการตรวจสอบเงินแผ่นดินรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ด้านความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ ด้านตระหนักถึงความสมบูรณ์ของฐานข้อมูลการสอบบัญชี ด้านความสามารถในการเชื่อมโยงเครือข่ายทางการสอบบัญชี และด้านความสามารถในการใช้ซอฟต์แวร์ทางการสอบบัญชีที่ทันสมัย ทำให้การรับรู้คุณภาพรายงานการสอบบัญชีเพิ่มขึ้นในด้านความถูกต้อง ความชัดเจน ความกะทัดรัด ความสร้างสรรค์ และความทันกาล สอดคล้องกับงานวิจัยของ Chainet et al. (2024) พบว่า สมรรถนะของผู้สอบบัญชีรับอนุญาตในยุคดิจิทัล ด้านทักษะการใช้เทคโนโลยีในการตรวจสอบ มีผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพการสอบบัญชี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Rungruang et al. (2023) พบว่า สมรรถนะการสอบบัญชี ด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกกับคุณภาพการสอบบัญชี

สรุปผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 2) ศึกษาคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 และ 3) ทดสอบความสัมพันธ์และผลกระทบของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 5 มีความคิดเห็นต่อสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านทักษะทางวิชาชีพ ทศนคติทางวิชาชีพ และความรู้ทางวิชาชีพ ส่วนด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลและด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอยู่ในระดับมาก ขณะเดียวกัน คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีโดยรวมก็อยู่ในระดับมากที่สุดเช่นกันโดยด้านความเที่ยงธรรม ความชัดเจน และความถูกต้องมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ส่วนด้านความทันกาลอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทศนคติทางวิชาชีพ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติเป็นไปตามสมมติฐาน ขณะที่ด้านทักษะทางวิชาชีพและด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีมีผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีในรูปแบบเชิงบวกและเชิงลบแตกต่างกันไปตามด้านของสมรรถนะ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ต่อยอดจากงานวิจัยเดิม ดังนี้

1. ด้านเชิงบวก ประกอบด้วย ด้านความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทศนคติทางวิชาชีพ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ พบว่ามีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การมีความรู้ความเข้าใจในมาตรฐานวิชาชีพ การรักษาทศนคติที่เหมาะสม และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศสนับสนุนงานตรวจสอบ จะช่วยยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีได้

2. ด้านเชิงลบ ประกอบด้วย ด้านทักษะทางวิชาชีพและด้านคุณลักษณะส่วนบุคคลกลับมีความสัมพันธ์และผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นี่เป็นผลลัพธ์ที่แตกต่างจากสมมติฐานและแนวคิดทั่วไปในงานวิจัยก่อนหน้านี้ที่คาดว่าทักษะและคุณลักษณะส่วนบุคคลจะส่งผลเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี แสดงว่าการมีทักษะสูงแต่ไม่สามารถประยุกต์ใช้ได้อย่างเหมาะสม หรือมีลักษณะส่วนบุคคลบางประการอาจเป็นอุปสรรคต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี

3. ความสำคัญเชิงวิชาการและประยุกต์ใช้ ซึ่งผลการวิจัยนี้ให้แนวทางใหม่ในการพัฒนาผู้สอบบัญชี โดยเน้นการปรับสมดุลระหว่างทักษะทางวิชาชีพและคุณลักษณะส่วนบุคคล เพื่อไม่ให้ส่งผลกระทบเชิงลบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี นอกจากนี้ยังสะท้อนว่า การอบรมด้านความรู้ทางวิชาชีพ การส่งเสริมทัศนคติที่เหมาะสม และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถยกระดับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีได้

งานวิจัยนี้ยืนยันว่าบางด้านของสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี ได้แก่ ด้านทักษะความรู้ทางวิชาชีพ ด้านทัศนคติทางวิชาชีพ และด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ แต่บางด้านกลับส่งผลกระทบเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านทักษะทางวิชาชีพ และด้านคุณลักษณะส่วนบุคคล ซึ่งเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่ยังไม่เคยมีงานวิจัยใดรายงานในบริบทของสำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ โดยระบุชัดเจนว่ามีด้านของสมรรถนะที่ส่งผลกระทบทั้งบวกและลบต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ควรพัฒนาความรู้ทางวิชาชีพด้านการบัญชีและการสอบบัญชีอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะความรู้ที่เกี่ยวข้องกับมาตรฐานการบัญชีและมาตรฐานการสอบบัญชี เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้ในการตรวจสอบและแสดงความเห็นต่อการเงินได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ

1.2 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ควรพัฒนาทักษะทางวิชาชีพในการออกแบบวิธีการตรวจสอบและเลือกใช้เทคนิคการตรวจสอบให้เหมาะสมกับลักษณะงานและวัตถุประสงค์ของการตรวจสอบ เพื่อช่วยลดข้อผิดพลาดและเพิ่มคุณภาพของงานตรวจสอบบัญชี

1.3 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ควรเสริมสร้างทัศนคติทางวิชาชีพที่ดี โดยปฏิบัติงานด้วยความระมัดระวังสงสัยเยี่ยงผู้ประกอบวิชาชีพ (Professional skepticism) และมีความรับผิดชอบต่อหน้าที่ เพื่อยกระดับความน่าเชื่อถือของผลการตรวจสอบ

1.4 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ควรนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานตรวจสอบบัญชีอย่างเหมาะสม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความถูกต้อง และความรวดเร็วในการตรวจสอบ อันจะส่งผลให้คุณภาพงานตรวจสอบบัญชีสูงขึ้น

1.5 ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 ควรพัฒนาคุณลักษณะส่วนบุคคลให้เหมาะสมกับวิชาชีพ โดยยึดมั่นในคุณธรรม จริยธรรม และการประพฤติตนอย่างเหมาะสม เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้ใช้งบการเงิน และสนับสนุนให้เกิดคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีที่ยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาสมรรถนะของผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในด้านอื่นๆ และหาความสัมพันธ์และผลกระทบของสมรรถนะกับคุณภาพงานตรวจสอบบัญชีเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติงานสอบบัญชีให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาสมรรถนะทางวิชาชีพสอบบัญชีที่ส่งผลต่อคุณภาพงานตรวจสอบบัญชี โดยใช้ประชากรและกลุ่มตัวอย่างอื่นที่ไม่ใช่ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชี ในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ที่ 5 เช่น ผู้ปฏิบัติงานสอบบัญชีในพื้นที่สำนักงานตรวจสอบบัญชีสหกรณ์ภาคอื่น หรือผู้สอบบัญชีรับอนุญาต เพื่อให้งานวิจัยมีความหลากหลายทางข้อมูลมากขึ้น

เลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมวิจัยในมนุษย์ สำนักวิจัยและบริการวิชาการ วิทยาลัยพณิชยบัณฑิต หมายเลขเอกสารรับรอง 19/2567

เอกสารอ้างอิง

- Black, K. (2006). *Business Statistics for Contemporary Decision Making* (4th ed.). John Wiley & Sons.
- Chainet, H., Langkhunsaen, S., & Thitiyapramote, N. (2024). The Effect of Auditor Competency in the Digitalage on Audit Quality. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 12(2), 13-26. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/balahss/article/view/272088>.
- Chansin, S. (2021). Influence of Code of Ethics for Accounting Professional Skills of Auditing and Professionalism of Auditors Towards the Quality of Audit Reports in Point of View the Auditing Service in Bangkok. *Mahachula Academic Journal*, 8(2), 188-204. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMA/article/view/252439>.
- Chen, Y.-H., Wang, K.-J., & Liu, S.-H. (2023). How Personality Traits and Professional Skepticism Affect Auditor Quality? A Quantitative Model. *Sustainability*, 15(2), 1-15. <https://doi.org/10.3390/su1521547>.
- Cooperative Auditing Department. (2024). *Annual Report 2023, Cooperative Auditing Department*. (In Thai). Cooperative Auditing Department. <https://aced-content.nacc.go.th/upload/Book/10274/Book.pdf?csr=15464689196242609197>.
- Cooperative Auditing Department. (2025, December 4). *Organizational Structure of the Cooperative Auditing Department*. (In Thai). Cooperative Auditing Department. <https://www.cad.go.th/org-structure/>.
- Federation of Accounting Professions. (2017, October 20). *International Education Standard 8: Professional Competence Requirements for Audit Professionals*. (In Thai). Federation of Accounting Professions. https://acpro-std.tf.ac.or.th/uploads/files/2005_IES8.pdf.
- International Auditing and Assurance Standards Board. (2014). *A Framework for Audit Quality: Key Elements that Create an Environment for Audit Quality*. <https://www.iaasb.org/publications/framework-audit-quality-key-elements-create-environment-audit-quality>.
- International Auditing and Assurance Standards Board. (2018). *Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements* (2018 ed., Vol. 1). https://www.ifac.org/_flysystem/azure-private/publications/files/IAASB-2018-HB-Vol-1.pdf.
- International Auditing and Assurance Standards Board. (2020). *Handbook of International Quality Control, Auditing, Review, Other Assurance, and Related Services Pronouncements* (2020 ed., Vol. 1). <https://www.ifac.org/system/files/publications/files/IAASB-2020-Handbook-Volume-1.pdf>.
- Jantarachasree, P., & Leekpai, I. (2025). Influence of Qualifications and Professional Competencies of Accounting Practitioners on the Quality of Accounting in Government Agencies Under the Office of the Vocational Education Commission. *Academic Journal of Management Technology (AJMT)*, 6(3), 18–34. <https://doi.org/10.14456/ajmt.2025.19>.
- Jeenrian, K. (2017). *The Influence of Knowledge, Audit Evidence, and Management Skills on Audit Quality of Certified Public Accountants in Thailand* [Master's thesis, Sripatum University]. <https://dspace.spu.ac.th/handle/123456789/5667>.
- Joshi, P. L. (2025). Auditor Characteristics as Determinants of Audit Quality and Sustainability: An Interdisciplinary Review in Asian Contexts. *Asian Interdisciplinary and Sustainability Review*, 14(2), 1–20. <https://doi.org/10.14456/aisr.2025.32>.
- Kamnerd, T. (2023). The Relationship Between Audit Quality Control and Audit Quality Cooperatives: Case Study of Cooperative Public Auditors and Cooperative Private Auditors. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 11(1), 19–34. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/balahss/article/view/262863/>.

- Kaveekhamkom, R., Tawanthiang, P., & Nukchop, P. (2020). Competency of Tax Auditors Affecting Work Efficiency. *Srinakharinwirot Business Journal*, 11(1), 102–116. <https://ejournals.swu.ac.th/index.php/MBASBJ/article/view/13149/10740>.
- Khulsum, U., Suryanto, T., Ali, J., & Wardana, H. Y. (2025). Breaking Barriers in Audit Quality: The Dynamic Interactions of Competence, Time Budget Pressure, Complexity, and Motivation in Indonesia Landscape. *Social Sciences & Humanities Open*, 12(2025), 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101905>.
- Kumchuen, P. (2025). Digital Accountant Skills Affecting the Success of Quality Accounting Firms. *Journal of Management Science Review*, 27(1), 210-222. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/284825>.
- Nalamphun, T., & Penvutikul, P. (2025). The Influence of Accounting Professional Skills, Work Motivation and Work Environment on the Quality of Financial Reports of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Bangkok and Its Vicinity. *Journal of Academic Surindra Rajabhat*, 3(4), 113–140. <https://doi.org/10.14456/jasrru.2025.44>.
- Nanongkam, A., & Chaiyakhet, N. (2022). The Effect of Perceived Audit Competence on Perceived Audit Report Quality of Auditor of State Audit Office of the Kingdom of Thailand. *Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University*, 9(2), 97-113. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JMDUBRU/article/view/261200/>.
- Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill.
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric Theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Ratchasombat, R., & Rattanaphaphtham, K. (2022). Competency in Accounting Professions Affecting the Quality of Financial Reporting of Financial and Accounting Scholars in Mahasarakham University. *Journal of Management Science, Udon Thai Rajabhat University*. 4(1), 13-17. <https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/2869>.
- Rungruang, P., Yinjaroen, N., & Hanchaisuksakul, M. (2023). Effects of Auditors' Competencies on Auditing Quality of Certified Public Accountants in Bangkok Area. *Journal of Academic Management Science, Phetchabun Rajabhat University*, 5(2), 100-110. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jams/article/view/800>.
- Soodsang, N. (2016). *Research Methodology in Design*. Odeon Store.

ภูมิเนเวศวัฒนธรรม: การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน
ตำบลพรุใน อำเภอกะยง จังหวัดพังงา
Cultural Landscape: Multimedia Design to Promote Community Tourism
in Phru Nai Sub-district, Ko Yao District, Phang Nga Province

วัชร หิรัญพันธ์^{1*} ปัทมาสน์ พิณนุกูล² รุ่งรัตน์ ทองสกุล²
Watcharee Hiranphan^{1*} Patamas Pinnukul² Rungrat Thongsakul²

Corresponding Author's Email: rungrat.t@pkru.ac.th

(Received: October 29, 2025; Revised: May 19, 2026; Accepted: May 21, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) รวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมิเนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอกะยง จังหวัดพังงา 2) กำหนดเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมิเนเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพรุใน 3) ออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน และ 4) ประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยบูรณาการการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างเชิงคุณภาพแบบเจาะจง 37 คน ได้แก่ ปรมาจารย์ชุมชน ผู้นำชุมชน ตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน ผู้บริหารและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลพรุใน ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ชุมชน และผู้เชี่ยวชาญการผลิตสื่อ ประเมินเครื่องมือวิจัยผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยการสังเกต การสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ส่วนการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย ใช้กลุ่มตัวอย่างผู้ชม 420 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ทรัพยากรภูมิเนเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุในมีความหลากหลายทั้งด้านชาติพันธุ์ วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ โดยสะท้อนผ่านอัตลักษณ์ชุมชน ภูมิปัญญาท้องถิ่น นามสถาน เรื่องเล่าพื้นบ้าน และระบบนิเวศป่าชายเลน ซึ่งเป็นทุนทางวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อมที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน 2) การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชน 3 เส้นทาง เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และกิจกรรมการเรียนรู้ของชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน 3) การออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านเพจเฟซบุ๊ก “พรุในในกะยง” อินสตาแกรม และสื่อคลิปวิดีโอ 4 ชุด นำเสนอเรื่องราวอัตลักษณ์ชุมชนผ่านการเล่าเรื่องที่เชื่อมโยงธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ และ 4) ผลการประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.59$) ผลการวิจัยจะเห็นว่า การบูรณาการทรัพยากรภูมิเนเวศวัฒนธรรมกับการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว และการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย สร้างการรับรู้และส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวของตำบลพรุในได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจของชุมชน สนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและเป็นแนวทางการพัฒนาสื่อเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวสำหรับพื้นที่อื่นที่มีบริบทคล้ายคลึงกัน

คำสำคัญ: ภูมิเนเวศวัฒนธรรม สื่อมัลติมีเดีย การท่องเที่ยวชุมชน

Abstract

This research aimed to: 1) collect, study, and analyze data regarding eco-cultural resources within the context of community-based tourism in Phru Nai Sub-district, Koh Yao District, Phang Nga Province; 2) determine community-based tourism routes that align with the eco-cultural resources in Phru Nai Sub-district; 3) design and produce multimedia materials to promote community-based tourism; and 4) evaluate the effectiveness of the multimedia materials. A mixed-methods approach was employed, integrating both qualitative and quantitative research. For the qualitative phase, a purposive sample of 37 key informants was selected, consisting of local sages, community leaders, representatives of community tourism groups, executives and tourism personnel from the Phru Nai Sub-district Municipality, tourism entrepreneurs or local guides, and media production experts. The research instruments were validated by a panel of five experts.

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹ Faculty of Management Sciences, Phuket Rajabhat University

² Faculty of Humanities and Social Sciences, Phuket Rajabhat University

Qualitative data was collected through observation, in-depth interviews, and focus group discussions. For the evaluation of the multimedia's effectiveness, a quantitative sample of 420 viewers was utilized. The data were analyzed using descriptive statistics, specifically frequency, percentage, mean, and standard deviation. The research findings revealed that: 1) The cultural ecological resources of Phru Nai Sub-district are diverse in terms of ethnicity, culture, and natural resources. This is reflected through community identity, local wisdom, toponyms, folktales, and the mangrove ecosystem, which serve as crucial cultural and environmental capital for the development of community-based tourism; 2) Three community-based tourism routes were developed, linking the natural resources, ways of life, and learning activities across all 7 villages; 3) Multimedia was designed and produced to promote tourism via the Facebook page “Phru Nai Nai Koh Yao”, Instagram, and four sets of video media. These present the community's identity through storytelling that connects the nature, culture, and way of life of the local people; and 4) The overall effectiveness of the multimedia was evaluated at a very good level ($\bar{X} = 4.59$). Based on the research findings, integrating cultural ecological resources with the design of tourism routes and the development of multimedia effectively creates awareness and promotes the tourism image of Phru Nai Sub-district. Furthermore, it enhances the cultural and economic value of the community, supports community-based tourism, and serves as a guideline for developing media to promote tourism in other areas with similar contexts.

Keywords: cultural landscape, multimedia, community tourism

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นหนึ่งในกลไกสำคัญที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมของประเทศไทย มาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา รูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass tourism) ไปสู่การท่องเที่ยวที่เน้นประสบการณ์ วิถีชีวิต และอัตลักษณ์ของพื้นที่มากยิ่งขึ้น ส่งผลให้การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เปิดโอกาสให้ชุมชนท้องถิ่นมีบทบาทในการบริหารจัดการทรัพยากรของตนเอง รวมทั้งสามารถนำเสนออัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่ผู้มาเยือนได้อย่างแท้จริง (World Tourism Organization, 2018) การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงมิได้เป็นเพียงกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าให้แก่ทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

จังหวัดพังงาในฐานะที่เป็นส่วนหนึ่งของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวชายฝั่งทะเลอันดามัน เป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติและภูมิทัศน์ทางทะเลที่โดดเด่น โดยเฉพาะอำเภอเกาะยาว ซึ่งมีลักษณะภูมิประเทศเป็นหมู่เกาะที่รายล้อมด้วยเกาะเล็กเกาะน้อยมากกว่า 200 เกาะ ส่งผลให้พื้นที่ดังกล่าวมีความอุดมสมบูรณ์ทั้งในด้านทรัพยากรธรรมชาติ ระบบนิเวศทางทะเล และวิถีชีวิตชุมชนชายฝั่ง สำหรับตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว เป็นพื้นที่ที่มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ตั้งแต่ความงดงามของภูมิทัศน์ทางทะเล เช่น เกาะไขนอ เกาะไขนอก ซึ่งเป็นแหล่งดำน้ำที่ได้รับความนิยม หาดโล๊ะปาเหรตที่มีหาดทรายยาวขาวละเอียด ตลอดจนเสน่ห์ของวิถีชีวิตชุมชนที่ยังคงความเข้มแข็งผ่านวัฒนธรรมการประมง อาหารพื้นถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศในพื้นที่ป่าชายเลน ปัจจัยเหล่านี้เป็นองค์ประกอบสำคัญที่สนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทรัพยากรทางธรรมชาติและวัฒนธรรมดังกล่าวสามารถอธิบายผ่านแนวคิด “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” (Cultural landscape) ซึ่งเป็นแนวคิดที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ วิถีชีวิตของผู้คน และระบบสังคมวัฒนธรรมที่หล่อหลอมกันจนเกิดเป็นเอกลักษณ์ของพื้นที่ Wittayapak (2018) อธิบายว่า ทรัพยากรทางธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในมิติต่าง ๆ เรียกว่า “ภูมิทัศน์ทางธรรมชาติ” มีปฏิสัมพันธ์กับปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม วิถีชีวิต และเศรษฐกิจ จนเกิดเป็น “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” ที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติอย่างเป็นระบบ แนวคิดดังกล่าวนี้มีความสำคัญต่อการทำความเข้าใจศักยภาพของพื้นที่ท่องเที่ยว เนื่องจากช่วยให้เห็นถึงคุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่นในฐานะทุนทางวัฒนธรรมที่นำมาสร้างอัตลักษณ์และความแตกต่างของแหล่งท่องเที่ยวได้

แม้ว่าตำบลพรุในจะมีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่โดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ แต่จากการสอบถามและประชุมร่วมกับผู้นำชุมชน รวมทั้งผู้ที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ พบว่า ปัญหาสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวตำบลพรุใน

คือการรับรู้และความเข้าใจของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ (Territorial identity) เนื่องจากตำบลพรุในตั้งอยู่บนพื้นที่เกาะยาวใหญ่ ซึ่งมีชื่อพื้นที่สอดคล้องกับตำบล “เกาะยาวใหญ่” ส่งผลให้เกิดความเข้าใจคลาดเคลื่อนในกลุ่มนักท่องเที่ยวว่าพื้นที่ดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของตำบลเกาะยาวใหญ่ ทำให้ชื่อ “ตำบลพรุใน” ไม่เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ทั้งยังส่งผลให้ทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน ไม่ได้รับการนำเสนออย่างครบถ้วนและทั่วถึง

ในบริบทของการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยว “สื่อ” จึงมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลและสร้างการรับรู้แก่สาธารณชน Pota (2021) กล่าวว่า สื่อ (Media) เป็นองค์ประกอบสำคัญของกระบวนการสื่อสารที่ทำหน้าที่เป็นช่องทางการถ่ายทอดสารจากผู้ส่งสารไปยังผู้รับสาร โดยมีอิทธิพลต่อการรับรู้ เจตคติ และพฤติกรรมการตอบสนองของผู้รับสาร หากปราศจากสื่อกระบวนการสื่อสารไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างสมบูรณ์ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สื่อมัลติมีเดียเข้ามามีบทบาทสำคัญในการประชาสัมพันธ์และนำเสนอแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากสามารถผสมผสานองค์ประกอบของภาพ เสียง ข้อความ และวิดีโอเข้าด้วยกัน ทำให้การนำเสนอข้อมูลน่าสนใจ และเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือสำคัญในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนจากการเข้ามาของนักท่องเที่ยว (Kaewkobsaba & Houwongsakul, 2023) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาสื่อจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมจากหลายภาคส่วน โดยครอบคลุมตั้งแต่การรวบรวมข้อมูล การค้นหาอัตลักษณ์ชุมชน ไปจนถึงการออกแบบรูปแบบการสื่อสารให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับสารที่หลากหลาย ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การสื่อสารการท่องเที่ยวสามารถสร้างความสนใจ และสร้างการรับรู้แก่กลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ภูมิทัศน์สื่อในบริบทของการสื่อสารการท่องเที่ยวมีลักษณะเป็นระบบที่ซับซ้อนและมีพลวัตสูง เนื่องจากเป็นผลมาจากการหลอมรวมของเทคโนโลยีสื่อหลากหลายรูปแบบ ทั้งสื่อดิจิทัล แพลตฟอร์มออนไลน์ และอุปกรณ์สื่อสารสมัยใหม่ ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมของผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปในลักษณะที่สามารถเลือกและควบคุมการรับสารได้ด้วยตนเอง (Kaewthet, 2022) การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำให้สื่อในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวต้องปรับตัวอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการนำเสนอเนื้อหา ช่องทางการสื่อสาร และกลยุทธ์การสื่อสาร เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย และสามารถแข่งขันในระบบสื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในกรณีของชุมชนการท่องเที่ยวตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว ประสบกับความท้าทายสำคัญในการพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว โดยเฉพาะสื่อมัลติมีเดียที่สามารถนำเสนอศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ได้อย่างครอบคลุมทั้ง 7 หมู่บ้าน ปัญหาดังกล่าวเกิดจากข้อจำกัดด้านทรัพยากรของชุมชน ทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร และเทคโนโลยีสารสนเทศ รวมทั้งการขาดแคลนบุคลากรที่มีทักษะเฉพาะด้านในการออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดีย ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญของการศึกษาและพัฒนาแนวทางการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของตำบลพรุใน โดยมุ่งเน้นการนำเสนอทรัพยากรการท่องเที่ยว วิถีชีวิต อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชุมชนผ่านสื่อมัลติมีเดียในรูปแบบที่น่าสนใจ เพื่อสร้างการรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับพื้นที่แก่สาธารณชนและนักท่องเที่ยว ทั้งนี้ การออกแบบสื่อจะอยู่บนฐานข้อมูลศักยภาพของพื้นที่ เพื่อนำไปสู่การจัดทำเส้นทางท่องเที่ยว และการนำเสนอเรื่องราวของชุมชน เป็นการส่งเสริมภาพลักษณ์ และศักยภาพของการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุในให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อรวบรวม ศึกษา และวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
2. เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
3. เพื่อออกแบบ และผลิตสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา
4. เพื่อประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและยั่งยืน

Office of the National Economic and Social Development Council (2021) กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566–2570 มุ่งเน้นการพัฒนาประเทศสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ผ่านการกำหนดหมุดหมายการพัฒนา ที่สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมใน

ระดับโลก โดยเฉพาะหมุดหมายที่ 2 ซึ่งมุ่งให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ให้ความสำคัญกับการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขันของภาคการท่องเที่ยว การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ การสร้างมูลค่าเพิ่มจากอัตลักษณ์ท้องถิ่น ตลอดจนการส่งเสริมให้ชุมชนและผู้ประกอบการรายย่อยสามารถเชื่อมโยงกับห่วงโซ่มูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาคนสำหรับโลกยุคใหม่ การสร้างสังคมแห่งโอกาสและความเป็นธรรม รวมถึงการเปลี่ยนผ่านรูปแบบการผลิตและการบริโภคไปสู่ความยั่งยืน โดยเน้นการใช้ทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมอย่างสมดุลและรับผิดชอบ แนวทางดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวในปัจจุบันมิได้มุ่งเน้นเพียงการเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับคุณภาพของประสบการณ์การท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชน และการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่นเป็นฐานในการสร้างคุณค่าให้แก่แหล่งท่องเที่ยว

2. แนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น

แนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” (Cultural ecology landscape) เป็นกรอบสำคัญในการอธิบายความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม โดยมีรากฐานจากแนวคิด “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” Wittayapak (2018) อธิบายว่า เกิดจากการปฏิสัมพันธ์และการหลอมรวมกันของปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และเศรษฐกิจ เข้ากับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ก่อให้เกิดพื้นที่ที่มีความหมายเฉพาะ สะท้อนพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และระบบคุณค่าของผู้คนในพื้นที่ ซึ่งการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้มองเพียง “ภูมิทัศน์วัฒนธรรม” ในเชิงกายภาพเท่านั้น แต่ขยายความสู่แนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” ที่หมายถึงระบบความสัมพันธ์แบบพลวัตระหว่างธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนที่ดำรงอยู่ร่วมกันอย่างเกื้อกูล โดยพิจารณาทั้งมิติของทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อที่เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมเป็น “ระบบนิเวศทางวัฒนธรรม” ที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และเป็นทุนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งนี้ แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับการศึกษาของ Tienthavorn (2018) ที่กล่าวถึงการจัดการภูมิทัศน์วัฒนธรรมของชุมชนว่า มิได้เป็นเพียงการอนุรักษ์ทรัพยากรเดิมเท่านั้น หากแต่เป็นกระบวนการ “ปรับตัวอย่างพลวัต” ของชุมชนต่อการเปลี่ยนแปลง โดยอาศัยฐานทรัพยากรทางสังคม วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเป็นกลไกสำคัญในการจัดการพื้นที่ ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มชุมชน โครงสร้างทางสังคม องค์ความรู้ดั้งเดิม และการผสมผสานกับความรู้ใหม่ ซึ่งช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมไว้ได้อย่างต่อเนื่อง และนำไปสู่การสร้างสรรคูปแบบการใช้ประโยชน์พื้นที่ที่สอดคล้องกับบริบทของชุมชน

ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” มิใช่เพียงกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี หากแต่เป็นระบบที่มีการเคลื่อนไหวและปรับตัวอยู่ตลอดเวลา โดยชุมชนเป็นกลไกสำคัญในการกำหนดทิศทางการใช้ทรัพยากร การให้คุณค่า และการสร้างความหมายของพื้นที่ ซึ่งสามารถต่อยอดไปสู่การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ตั้งอยู่บนฐานของอัตลักษณ์และความยั่งยืนได้อย่างแท้จริง ดังนั้น ผู้วิจัยจึงนำแนวคิด “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” มาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์และคัดเลือกทรัพยากรของชุมชนตำบลพู่ใน เพื่อพัฒนาเป็นเส้นทางท่องเที่ยวและออกแบบสื่อมัลติมีเดีย โดยมุ่งเน้นการถ่ายทอดความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชนในรูปแบบที่สามารถสร้างการรับรู้และประสบการณ์เชิงลึกให้แก่นักท่องเที่ยว

3. แนวคิดการสื่อสารและการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

ในยุคดิจิทัล การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับภูมิทัศน์สื่อที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ซึ่งมีลักษณะเป็นการหลอมรวมระหว่างสื่อดั้งเดิมและสื่อดิจิทัล อันเป็นผลจากการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสารและแพลตฟอร์มออนไลน์ที่เข้ามามีบทบาทสำคัญ ส่งผลให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึงข้อมูลได้อย่างหลากหลาย และมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อมากยิ่งขึ้น (Kaewthet, 2022) ในบริบทดังกล่าว การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการท่องเที่ยวจึงต้องคำนึงถึงการบูรณาการองค์ประกอบของสื่อหลายรูปแบบ ได้แก่ ข้อความ ภาพ เสียง และวีดิทัศน์ เพื่อสร้างการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล โดยสื่อมัลติมีเดียหรือสื่อปฏิสัมพันธ์เป็นสื่อที่เปิดโอกาสให้ผู้รับรู้ผ่านประสาทสัมผัสหลายด้าน และสามารถโต้ตอบกับสื่อได้อย่างมีปฏิสัมพันธ์ ผู้ใช้สามารถควบคุมการแสดงผลของสื่อผ่านระบบดิจิทัลตามความต้องการ ทำให้สื่อมัลติมีเดียได้เป็นเพียงเครื่องมือในการถ่ายทอดข้อมูลเท่านั้น หากยังเป็นพื้นที่ในการสร้างประสบการณ์และการมีส่วนร่วมของผู้รับสารอีกด้วย (Waijittatragum, 2022) นอกจากนี้ การประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดียยังเป็นขั้นตอนสำคัญในการตรวจสอบว่าสื่อสามารถบรรลุเป้าหมายในการสื่อสารได้หรือไม่ โดยต้องอาศัยทั้งแรงจูงใจของผู้ผลิตสื่อ และการมีส่วนร่วมของผู้ใช้ในการสะท้อนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาสื่อให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น (Srisooksai, 2022)

แนวคิดดังกล่าวมีความสำคัญต่อการวิจัยครั้งนี้ เนื่องจากใช้เป็นกรอบในการออกแบบ การผลิต และการประเมินสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพู่ใน ให้สามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสร้างการมีส่วนร่วมของผู้รับสารในบริบทสื่อดิจิทัล

4. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Waijittragum (2022) ศึกษาการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดระนอง โดยใช้แนวคิดทุนทางทรัพยากรธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมมาออกแบบสื่อที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ทั้งในรูปแบบตราสัญลักษณ์ของที่ระลึก และสื่อมัลติมีเดียที่นำเสนอเส้นทางท่องเที่ยวผ่านเรื่องราวของท้องถิ่นที่มีลักษณะพหุวัฒนธรรม Narkkasem & Phanvisetsak (2025) ศึกษาการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนกรณีศึกษาตำบลนกกอก อำเภอบึงสามพัน จังหวัดนครราชสีมา พบว่า การพัฒนาสื่อเพื่อการท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตั้งแต่การสำรวจข้อมูล การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของพื้นที่ ไปจนถึงการออกแบบเนื้อหาและรูปแบบของสื่อ ทั้งนี้ สื่อที่พัฒนาขึ้นควรสะท้อนบริบททางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และทรัพยากรของชุมชนอย่างถูกต้อง และสามารถนำเสนอผ่านรูปแบบที่สอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้รับสารในยุคดิจิทัล

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยนำแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงคุณภาพและความยั่งยืน ซึ่งเป็นหนึ่งในเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจ ฉบับที่ 13 มาใช้เป็นแนวทางในการนำภูมิทัศน์วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นมาเป็นจุดเด่นเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเฉพาะการนำเสนอเรื่องราวของชุมชนที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตดั้งเดิม แต่ขณะเดียวกันก็ต้องปรับตัวให้เข้ากับภูมิทัศน์สื่อและเทคโนโลยีในยุคดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ดังนั้น การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียที่มีการออกแบบอย่างเหมาะสมจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการนำเสนอเรื่องราวท้องถิ่นที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods research) เพื่อศึกษาทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชนตำบลพุนใน อำเภอกะยง จังหวัดพังงา พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน และออกแบบผลิตสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน พร้อมทั้งประเมินผลการใช้สื่อที่พัฒนาขึ้น โดยประยุกต์ใช้แนวคิด ADDIE model ได้แก่ Analysis, Design, Development, Implementation และ Evaluation เพื่อให้กระบวนการออกแบบและพัฒนาสื่อมีความเป็นระบบ และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

1. ระยะของการวิจัย แบ่งออกเป็น 4 ระยะ ดังนี้

1.1 ระยะที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐาน และทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชนจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เก็บข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตแบบมีส่วนร่วมและไม่มีส่วนร่วม การประชุมกลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรม ภูมิศาสตร์ วิถีชีวิต ผลิตภัณฑ์ชุมชน แหล่งท่องเที่ยวทั้ง 7 หมู่บ้านในตำบลพุนใน

1.2 ระยะที่ 2 พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน นำข้อมูลที่ได้จากระยะที่ 1 มาวิเคราะห์และสังเคราะห์ร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในพื้นที่ เพื่อกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ และสอดคล้องกับทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชน

1.3 ระยะที่ 3 ออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดีย ดำเนินการออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียตามขั้นตอนของ ADDIE model เริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูลทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของชุมชน เส้นทางท่องเที่ยว และกลุ่มเป้าหมายของสื่อเพื่อกำหนดแนวคิดการสื่อสาร เนื้อหา และรูปแบบสื่อที่เหมาะสม กำหนดแนวคิดการออกแบบสื่อ โครงสร้างการเล่าเรื่อง โครงร่างสื่อ โดยยึดแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรมเป็นฐานในการเล่าเรื่อง พร้อมทั้งออกแบบรูปแบบการนำเสนอผ่านสื่อดิจิทัล ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิปวิดีโอ เพื่อสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ดำเนินการผลิตสื่อตามแนวคิดที่ออกแบบไว้ โดยใช้โปรแกรมและเครื่องมือดิจิทัล เช่น กล้อง Canon eos r, Macbook pro และโปรแกรมตัดต่อ Final cut pro ใช้ระยะเวลาการผลิตประมาณ 3 เดือน จากนั้นนำสื่อที่พัฒนาแล้วให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบคุณภาพ และปรับปรุงก่อนนำไปเผยแพร่

1.4 ระยะที่ 4 ทดลองใช้และประเมินผลสื่อ นำสื่อมัลติมีเดียที่พัฒนาแล้วเผยแพร่สู่สาธารณชน เก็บข้อมูลจากกลุ่มผู้ใช้สื่อ เพื่อประเมินผลประสิทธิภาพสื่อคลิปมัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลเชิงคุณภาพ คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 37 คน ประกอบด้วย ปราชญ์ชุมชน 7 คน ผู้นำชุมชน และตัวแทนกลุ่มท่องเที่ยวชุมชน 14 คน ผู้บริหารและบุคลากรด้านการท่องเที่ยวเทศบาลตำบลพุนใน 5 คน ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวหรือมัคคุเทศก์ชุมชน 6 คน ผู้เชี่ยวชาญด้านการผลิตสื่อ 5 คน กลุ่มนี้ใช้สำหรับการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์อัตลักษณ์ชุมชน และร่วมพัฒนาแนวทางการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย

2.2 ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินเครื่องมือและสื่อ คัดเลือกแบบเจาะจง จำนวน 5 คน ทำหน้าที่ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือวิจัย และประเมินคุณภาพของสื่อมัลติมีเดียก่อนนำไปเผยแพร่

2.3 กลุ่มตัวอย่างสำหรับประเมินผลการใช้สื่อ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ตามสูตรของ Cochran (1977) และคัดเลือกจากผู้รับสารหรือผู้ชมสื่อที่เข้าถึงสื่อมัลติมีเดียที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น เพื่อประเมินผลประสิทธิภาพสื่อคลิป์มัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการสังเกตภาคสนาม แบบบันทึกการประชุมกลุ่ม แบบประเมินคุณภาพสื่อคลิป์มัลติมีเดีย ช่องทางการเผยแพร่สื่อ และแบบสอบถามประเมินผลการใช้สื่อ โดยกลุ่มผู้ใช้เครื่องมือทั้งหมดผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นที่ศึกษา และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation technique) และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับความคิดเห็น และความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ยแบบ 5 ระดับ

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอกะยยา

ทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุใน พบว่า ประวัติของชุมชนเริ่มต้นจากชาวมุสลิมที่อพยพมาจากเมืองตรัง สตูล มณฑลไทรบุรี รวมถึงชาวจีนฮกเกี้ยนที่เข้ามาเผ่าถ่าน และตั้งถิ่นฐานในพื้นที่ที่สัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ มีร่องรอยปรากฏผ่านนามสถานที่ เช่น บ้านทับใต้ ท่าเจ้าหาย อ่าวโล๊ะปาเหนด สะท้อนการสร้าง ความหมายของพื้นที่โดยผู้คนในชุมชน ชื่อสถานที่จึงกลายเป็นเครื่องมือถ่ายทอดเรื่องราว และประวัติศาสตร์ของชุมชน มีเรื่องเล่าพื้นบ้าน เช่น ตำนาน “นาคใหญ่-นาคน้อย” “หินเต่า-หอยโข่ง” “แหลมหัวล้าน” เป็นตำนานท้องถิ่นที่สะท้อนความเชื่อของชาวประมงในเรื่องความศักดิ์สิทธิ์ การรำบวงสรวงเพื่อไม่ให้เกิดภัยพิบัติ การโกนหัวแหลมล้านหรือการเผาหญ้าประจำปี เป็นพิธีกรรมเพื่อพยากรณ์ผลผลิต และโชคชะตาในการทำมาหากิน ซึ่งเชื่อมโยงกับประวัติศาสตร์การค้าขายถ่านของชาวจีนในอดีตที่ไม่ได้เป็นเพียงนิทาน แต่เป็นหลักฐานทางภูมิวัฒนธรรมที่เชื่อมโยงคนเข้ากับสถานที่ นอกจากนี้ ชุมชนยังมีอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นทั้งศิลปะการแสดง “รองเง็ง” เพลงพื้นบ้าน “ลาฮู” สะท้อนหลักคำสอนทางศาสนาและวิถีชีวิต การนำเสนอเรื่องราวเหล่านี้ผ่านการท่องเที่ยวชุมชนที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีความหมาย และยั่งยืนแก่นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็ช่วยอนุรักษ์ และถ่ายทอดภูมิปัญญาท้องถิ่นให้แก่เยาวชนรุ่นหลัง

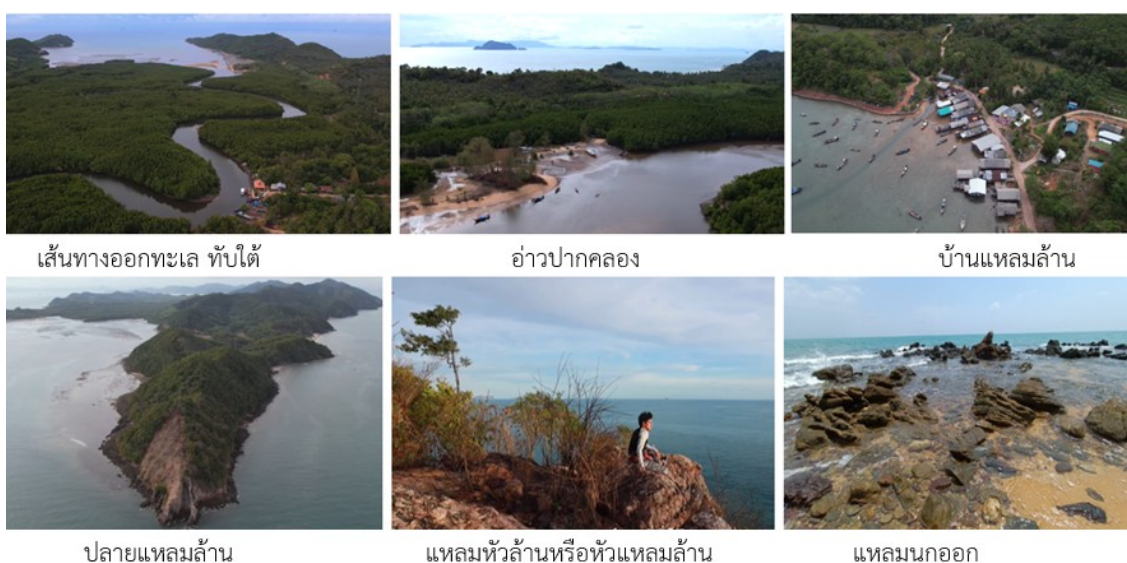


Figure 1 Natural Tourism Resources of Phru Nai Subdistrict, Ko Yao District, Phang-nga Province

จาก Figure 1 จะเห็นว่าตำบลพรุในมีทรัพยากรธรรมชาติที่สวยงามในหลายพื้นที่ และเป็นชุมชนที่มีศักยภาพสูงสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนเชิงภูมิโนเวศวัฒนธรรม ประกอบด้วยทุนทางธรรมชาติและทุนทางวัฒนธรรมที่เชื่อมโยง

กันอย่างมีเอกลักษณ์ ทรัพยากรธรรมชาติ “ภูมินิเวศวัฒนธรรม” ที่มีเอกลักษณ์ พื้นที่ธรรมชาติ เช่น ทั้ได้ อ่าวปากคลอง บ้านแหลมล้าน แหลมนกออก หาดโล๊ะปาเหรด เกาะไข่ มีความหลากหลายของระบบนิเวศทางทะเล และชายฝั่งที่อุดมสมบูรณ์ของระบบนิเวศ ช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์ของชุมชนที่อยู่ร่วมกับธรรมชาติ สะท้อนให้เห็นวิถีชีวิต และภูมิปัญญาดั้งเดิมของชาวบ้าน การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของพื้นที่จึงเป็นเป้าหมายเพื่อบูรณาการคุณค่าทางวัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ใน “เส้นทางท่องเที่ยวชุมชน” การออกแบบเส้นทางนี้ไม่เพียงสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำแก่นักท่องเที่ยว แต่ยังช่วยส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการรักษา และถ่ายทอดอัตลักษณ์ของตนเอง นำไปสู่การเติบโตทางเศรษฐกิจควบคู่กับการอนุรักษ์ได้อย่างยั่งยืน

2. เส้นทางท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมในพื้นที่ตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว

2.1 แนวคิดและโครงสร้างของเส้นทางท่องเที่ยวตำบลพรุใน การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวหลัก “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” (Culture–Ecology–Community) มีเป้าหมายเพื่อสะท้อนอัตลักษณ์ และทรัพยากรท้องถิ่น ซึ่งครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวหลักทางธรรมชาติและวัฒนธรรมที่สำคัญของทั้ง 7 หมู่บ้านในตำบลพรุใน รวมถึงตอบสนองต่อนโยบายของเทศบาลตำบลพรุใน การมีส่วนร่วมของชุมชน อาทิ ผู้นำศาสนา ผู้ใหญ่บ้าน กลุ่มชาวบ้าน กลุ่มวิสาหกิจ การท่องเที่ยว ผู้ประกอบการรายย่อย ที่เน้นระบบนิเวศป่าชายเลน ทรัพยากรทางทะเล วิถีประมงพื้นบ้าน ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประเพณีต่าง ๆ

2.2 โครงสร้างเส้นทางท่องเที่ยว (3 เส้นทางหลัก) มีการประชุมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นจากหลายภาคส่วน ทั้งผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ นักวิชาการ นำไปสู่การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวตำบลพรุใน โดยมีเป้าหมายหลักคือการพัฒนาเส้นทางที่สามารถต่อยอดในเชิงการตลาด สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน และเพื่อให้เกิดการตกผลึกแนวคิดร่วมกัน ทำให้เกิดเส้นทางท่องเที่ยวที่ภาคีเครือข่ายนำไปพัฒนา ต่อยอด ขยายตลาด และเป็นรากฐานสำคัญในการผลิตสื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในระยะยาว รวมทั้งช่วยให้ค้นพบ และบุกเบิกเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่น่าสนใจ ประกอบด้วย 1) เส้นทางวิถีเกษตรอินทรีย์ มุ่งเน้นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรแบบยั่งยืน เช่น การเยี่ยมชมสวนผักปลอดสาร การเรียนรู้การทำปุ๋ยหมักชีวภาพ การเลี้ยงสัตว์ทะเลในกระชัง 2) เส้นทางวัฒนธรรมและวิถีชุมชน ให้ความสำคัญกับการเรียนรู้วิถีชีวิต และประเพณีท้องถิ่น เช่น การเยี่ยมชมมัสยิด การเรียนรู้การทำขนมและอาหารพื้นบ้าน การร้องเพลงลาฮู และ 3) เส้นทางนิเวศทางทะเล เน้นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติทางทะเล เช่น การพายเรือคายัก ชมป่าโกงกาง การเรียนรู้วิถีประมงแบบยั่งยืน ทั้งนี้ เป้าหมายของทุกเส้นทาง คือ การเชื่อมโยงจุดเด่นของชุมชน ทั้งวิถีชีวิต อาหาร งานหัตถกรรม และธรรมชาติเข้าด้วยกัน ช่วยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการท่องเที่ยว สร้างการเรียนรู้ที่มีความหมาย สร้างรายได้ที่หลากหลาย และสร้างความยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่ ดังตารางที่แสดงความเชื่อมโยงระหว่างโครงสร้างเส้นทางหลักกับการออกแบบสื่อเส้นทางท่องเที่ยว ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Shows the Relationship Between the Main Route Structure and the Tourist Route Media Design

Structure of the Main Route	Tourism Route Media Design
1. Organic Farming Route: e.g., visiting pesticide-free vegetable gardens, learning about bio-composting, observing marine life in floating cages, and organic rice farming.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 4 Ultimate Happiness in Phru Nai
2. Cultural and Community Lifestyle Route: e.g., visiting the community's main mosque, singing Lahu songs in various ceremonies, learning to make local desserts, cooking local Koh Yao cuisine and seafood.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 3 Kayaking Along the Forest to Find the Stars Media Set 4 Ultimate Happiness in Phru Nai
3. Marine Ecological Route: Mangrove planting, kayaking to explore the mangrove forest and a secret beach, and experiencing the sustainable fishing lifestyle.	Media Set 1 Roi Roi Phru Nai Media Set 2 Hua Laem Lan Destination, View Beyond a Million Media Set 3 Kayaking Along the Forest to Find the Stars

2.3 การส่งเสริมด้านการตลาด แนวทางการตลาดที่ชุมชนควรพัฒนา ได้แก่ จัดทำสื่อเส้นทางท่องเที่ยว (Tourism map) หลากหลายรูปแบบ ทั้งแผ่นพับ และสื่อดิจิทัล พัฒนาเว็บไซต์ และระบบจองแบบออนไลน์ที่ใช้งานง่าย พร้อมข้อมูลภาษาไทย และอังกฤษ สร้าง Content marketing ผ่านเพจเฟซบุ๊ก ยูทูบ ดิจิต็อก ด้วยการเล่าเรื่องชุมชน ร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ และเอกชน เช่น การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) บริษัททัวร์ ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเชิงคุณค่า

2.4 แนวทางการสร้างแผนการตลาดดิจิทัล (Digital tourism marketing) จัดแคมเปญ #เที่ยวพรุใน #PRUNAIvibes โปรโมตตามฤดูกาล (เที่ยวทะเลช่วงเมษา/ชมอาหารพื้นถิ่นช่วงฮิจาเราะห์) สามารถเปิดรับการรีวิวจากนักท่องเที่ยวจริง แชร์เรื่องราวผ่านโพสต์ “รีวิวของคุณ คือ แรงบันดาลใจให้ชุมชน” ต่อยอดเป็น E-commerce ชุมชน จำหน่ายผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เช่น ปลาฉิ้งฉ้าง ขนมบ้าบิ่น ปลาแห้ง ผ่านช่องทางเพจ อีกทั้งสามารถเชื่อมโยงกับแพลตฟอร์มอื่น เช่น IG (รูปภาพ & reels) YouTube (คลิปสารคดีฉบับเต็ม) Line OA (ระบบแชตตอบคำถามนักท่องเที่ยว) และขอความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ/เอกชน เพื่อขยายผลด้านแผนที่ท่องเที่ยว สื่อแปลหลายภาษา หรือพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อการท่องเที่ยวชุมชนในการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงภูมินิเวศวัฒนธรรมตำบลพรุใน คาดหวังว่าจะช่วยสร้างรายได้ที่ยั่งยืนแก่ชุมชน ทำให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจภายในท้องถิ่น และลดการพึ่งพาจากภายนอก นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรม การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และภูมิปัญญาท้องถิ่น ซึ่งในสถานการณ์ปัจจุบันกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาเที่ยวมีทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทย ชาวต่างชาติส่วนใหญ่เดินทางมาด้วยบริษัททัวร์ เลือกพักในรีสอร์ท และสนใจแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ส่วนชาวไทยเดินทางมาด้วยตนเอง สนใจวิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่น การจัดการท่องเที่ยวแม้เริ่มจัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวโดยชุมชนแล้ว แต่ยังคงมีการรวมกลุ่มอย่างไม่เป็นทางการ และขาดการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวที่ชัดเจนร่วมกัน ทำให้การประชาสัมพันธ์ไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง จึงแก้ไขปัญหาดังกล่าวด้วยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญทางธรรมชาติ และวัฒนธรรมของทั้ง 7 หมู่บ้าน เพื่อเป็นจุดเริ่มต้น และช่วยประชาสัมพันธ์พื้นที่ รวมถึงทรัพยากรตำบลพรุในให้เป็นที่รู้จักมากขึ้น ตัวอย่างทรัพยากรการท่องเที่ยวชุมชนในเพจ “พรุในในเกาะยาว” ดังแสดงใน Figure 2

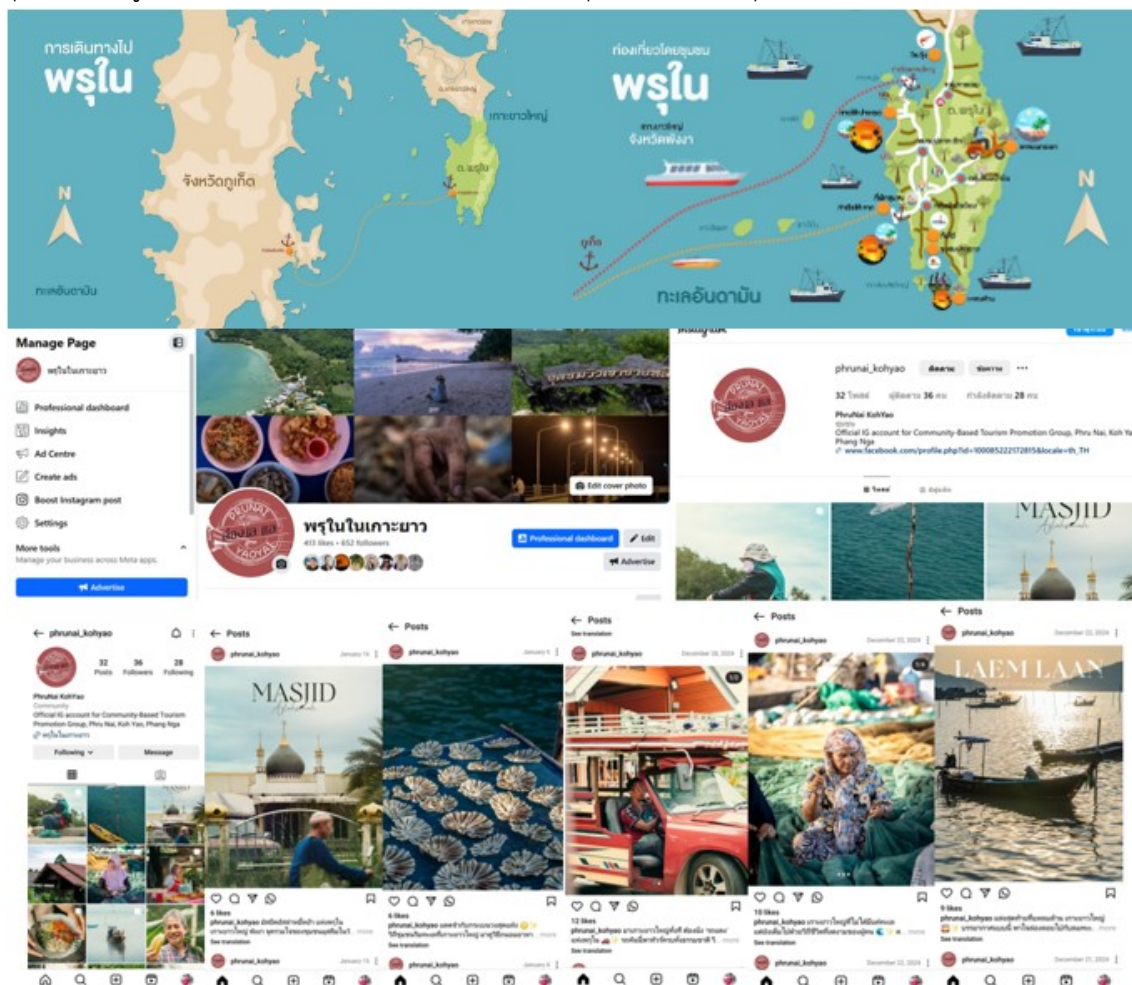


Figure 2 Presentation of Community-based Tourism Resources on the Pru Nai Page in Koh Yao

3. การออกแบบ และผลิตสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว

จากการศึกษาทรัพยากรภูมิโนเวศวัฒนธรรมและการกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวชุมชน ผู้วิจัยนำข้อมูลดังกล่าวมาพัฒนาและออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน โดยยึดแนวคิดภูมิโนเวศวัฒนธรรมเป็นฐานในการเล่าเรื่อง การนำข้อมูลทรัพยากรชุมชนมาถ่ายทอดผ่านรูปแบบการเล่าเรื่องที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่ ทั้งในด้านภาพ สี สัญลักษณ์ที่สื่อถึงธรรมชาติและวิถีชีวิตชุมชน เช่น การใช้ภาพกิจกรรมประมงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น และภูมิทัศน์ทางทะเลของเกาะยาว นำมาออกแบบให้เหมาะสมกับการสื่อสารในแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ และผู้ใช้สื่อออนไลน์ โดยสื่อที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 3 ประเภทหลัก ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก “พรุในในเกาะยาว” บัญชีอินสตาแกรม @phrunai_kohyao และคลิปวิดีโอสั้น 4 ตอน เพื่อนำเสนอ 3 เส้นทางหลัก ได้แก่

3.1 สื่อชุดที่ 1 “หรรอย หรรอย ที่พรุใน”

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 1 การออกแบบเส้นทางเพื่อนำเสนอ “ภูมิโนเวศวัฒนธรรม” (Eco-cultural system) ที่เชื่อมโยงจุดเด่นของชุมชนในด้านวิถีวัฒนธรรม อาหาร เช่น ข้าวยา โรตีสาน ขนมหิน งานหัตถกรรม และทรัพยากรธรรมชาติ สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในทุกระดับ ส่งเสริมการเรียนรู้วัฒนธรรมท้องถิ่นในรูปแบบที่จับต้องได้ การแวะซื้อของฝากที่เป็นอัตลักษณ์ชุมชน เช่น วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านเกษตรโละโปะ ผลิตภัณฑ์จากมะพร้าว วิสาหกิจชุมชนกลุ่มแม่บ้านแหลมล้าน ขนมหิน บ้านอ่าวกะพ้อ ของฝากปลาฉิ่งฉ้างที่ขึ้นชื่อของตำบลพรุใน รวมถึงที่พัก โฮมสเตย์ โรงแรม เป็นการส่งเสริมการสร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่คนในพื้นที่ รวมถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-based tourism) ซึ่งได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่นที่เข้มแข็ง การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว “สัมผัสวิถีชุมชนพรุใน” จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของชุมชน การกระจายรายได้สู่ฐานราก และการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่แท้จริงแก่นักท่องเที่ยว เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวชุมชน (CBT) ในระยะเวลาที่เหมาะสม คือ 2 วัน 1 คืน วันแรกเรียนรู้วิถีชุมชน สัมผัสเสน่ห์ยามค่ำคืน และทำกิจกรรม “โละกั้ง” ริมหาดกับปราชญ์ชุมชน วันที่ 2 ชมธรรมชาติ และวิถีชีวิตชุมชน รับประทานอาหารเช้าแบบพื้นถิ่น ซื้อของฝาก และเดินทางกลับ ดังภาพสื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุดที่ 1 ดังแสดงใน Figure 3



Figure 3 Media Set 1 “So Tasty at Phru Nai” and QR Code

3.2 สื่อชุดที่ 2 “พายคายักเกาะปาไปหาดาว” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 2 การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และนิเวศ ผ่านกิจกรรมหลัก คือ การพายเรือคายักลัดเกาะในป่าโกงกาง เพื่อสำรวจระบบนิเวศ และพันธุ์ไม้ป่าชายเลน “ธรรมชาติยังบริสุทธิ์ เพราะชาวบ้านช่วยกันรักษาไว้” เป็นการเชื่อมโยงความผูกพันระหว่างคนกับธรรมชาติ และสร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ เส้นทางนี้ออกแบบมาเพื่อเปิดประสบการณ์การเรียนรู้ผ่านการสัมผัสธรรมชาติอย่างใกล้ชิด เช่น การชมปูแสม นกน้ำ ปลากระพงขาว ปลาตาพลากสี และสัตว์น้ำท้องถิ่น พร้อมทั้งส่งเสริมกิจกรรมที่ได้ออกกำลังกายควบคู่กับการเรียนรู้ธรรมชาติ เล่าเรื่องราววิถีชีวิตพื้นที่ผูกพันกับธรรมชาติ เช่น การจับกุ้ง หอย ปู ปลา แบบดั้งเดิม เชื่อมโยงตำนาน ชื่อบ้าน และประวัติศาสตร์ในพื้นที่ (บ้านทับใต้) สร้างความน่าสนใจด้วยการเฉลยว่า “เห็นดาวตอนกลางวัน” (พบปลาตาพลากในทะเล) เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวใช้เวลาครึ่งวัน หรือ 1 วัน เน้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นหลัก เริ่มต้นจากพายเรือคายัก ชมธรรมชาติป่าโกงกาง ลิงแสม พายเรือไปจนถึงอ่าวปากคลองในช่วงน้ำทะเลลด เพื่อดูดาวทรายที่ฝังตัวตามสันดอนทราย จากนั้นชมพระอาทิตย์ตกที่หาดโละโปะหาดดังภาพสื่อนำเสนอการท่องเที่ยวชุดที่ 2 ดังแสดงใน Figure 4



Figure 4 Media Set 2 “Kayaking Through the Forest to Find the Stars” and QR Code

3.3 สื่อชุดที่ 3 “ปลายทางที่ห้วยแหลมล้าน วิวเกินล้าน” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 3 คือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนผ่านมุมมองธรรมชาติที่มีเสน่ห์เชิงผจญภัย และธรรมชาติ (Adventure and Nature-based tourism) ผ่านการนำเสนอทรัพยากรธรรมชาติอันบริสุทธิ์ และมีเสน่ห์แบบ เร้นลับ (Unseen) ของตำบลพรุใน โดยมุ่งเน้นไปยังพื้นที่ที่ยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง เช่น แหลมนอกอก แหลมหัวล้าน ซึ่งเป็นที่ยอมรับในท้องถิ่นว่าเป็น “ของดีที่ซ่อนเร้นด้วยความเชื่อ” แนวคิดหลักที่ใช้ในการขับเคลื่อนคือ “Unseen & Balance” เดินสายหาท ถ่ายภาพธรรมชาติ เป็นการเปิดพื้นที่ลับให้เป็นที่รับรู้ควบคู่ไปกับการสร้างความตระหนักในการอนุรักษ์ธรรมชาติ เพื่อให้เกิดความยั่งยืน การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวเพื่อมอบประสบการณ์ที่หลีกเลี่ยงความวุ่นวาย เริ่มจากถนนเลียบสวนยาง มุ่งสู่แหลมนอกอกที่มีกิจกรรม Balance art และสิ้นสุดที่แหลมหัวล้าน จุดชมวิวทะเลแบบ 180–360 องศา การนำเสนอทั้งหมดนี้เชื่อมโยงธรรมชาติเข้ากับวิถีชีวิต (Eco-cultural tourism) โดยให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชน เพื่อสื่อสารผ่านภาพ และเสียงจริง เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวใช้เวลาครึ่งวัน หรือ 1 วัน โดยจัดสรรเวลาช่วงบ่ายขับ รถจักรยานยนต์ไปเที่ยว “แหลมนอกอก” นั่งพักผ่อน ถ่ายรูปกับโขดหิน และรับประทานอาหารว่าง ช่วงเย็นนัดหมายไกด์ท้องถิ่นเดินเท้าขึ้น “แหลมหัวล้าน” และรอชมวิวพระอาทิตย์ตกดินแบบ 360 องศา ดังภาพสื่อแนะนำการท่องเที่ยวชุดที่ 3 ดังแสดงใน Figure 5



Figure 5 Media Set 3 “Destination: Hua Laem Lan, A Million-Dollar View” and QR Code

3.4 สื่อชุดที่ 4 “สุขสุดที่พรุใน” และ QR Code

แนวคิดสำคัญของสื่อชุดที่ 4 คือ การนำเสนอภาพรวมของชุมชนตำบลพรุในที่ไม่ได้เป็นเพียงหมู่บ้านบนเกาะ แต่เป็นพื้นที่ที่เต็มไปด้วย “วิถีชีวิตที่หลากหลาย” จากท้องทะเลถึงท้องนา จากความอรร่อบแบบพื้นถิ่นถึงจุดเช็คอินแสนสงบ ทุกหมู่บ้านล้วนมีเรื่องราว และมีของดีที่แตกต่างกัน แต่สามารถรวมกันเป็นผืนแผ่นดิน “พรุใน” เส้นทางนี้จัดทำโปรแกรมท่องเที่ยวภาพรวมของชุมชน 3 วัน 2 คืน ซึ่งวันเวลาสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความสนใจ เช่น วันแรก รับประทานอาหารพื้นถิ่น ชมการแปรรูปอาหารทะเล ทำกิจกรรมที่หมู่ 1 บ้านโละโปะ ชมพระอาทิตย์ตกที่หาดโละโปะหาด วันที่ 2 ตื่นเช้าไปรับแสงแรกที่บ้านนอก แวะเรียนรู้ธรรมชาติ และป่าชายเลนที่บ้านคลองดินเหนียว ช่วงบ่ายถึงคำทำกิจกรรมประมงพื้นบ้านที่บ้านอ่าวกะพ้อ วันที่ 3 ชมวิถีชีวิตชุมชน ซื้อของฝากพื้นถิ่น พักผ่อนริมทะเลก่อนเดินทางกลับ ดังภาพสื่อแนะนำการท่องเที่ยวชุดที่ 4 ดังแสดงใน Figure 6



Figure 6 Media Set 4 “Happiest at Phru Nai” and QR Code

4. การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน อำเภอเกาะยาว

การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย จำนวน 420 คน จากแบบสอบถามออนไลน์ ได้แก่ เจ้าของพื้นที่/ชุมชน ร้อยละ 47.90 นักสื่อสาร ร้อยละ 37.10 นักท่องเที่ยว ร้อยละ 9.00 ผู้ประกอบการด้านท่องเที่ยว ร้อยละ 3.80 และนักวิชาการ ร้อยละ 2.10 ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง และร้อยละ 87.60 ไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลพรุใน ผลการประเมินแบ่งเป็น 2 ประเด็น ดังนี้

4.1 การประเมินประสิทธิภาพสื่อคลิปมัลติมีเดีย ผลการประเมิน ดังแสดงใน Table 2

Table 2 Evaluation Results of Multimedia Effectiveness for Tourism in Phru Nai Subdistrict

Clip No.	Multimedia Video Clip Efficiency	Content	Design	Usability	$\bar{X}$	S.D.	Efficiency Level
1.	Clip "Roi Roi Phru Nai"	4.58	4.57	4.50	4.55	0.08	Excellent
2.	Clip "Kayaking Along the Forest to Find Stars"	4.58	4.55	4.48	4.54	0.09	Excellent
3.	Clip "Hua Laem Lan Destination, View Beyond a Million"	4.59	4.63	4.63	4.62	0.07	Excellent
4.	Clip "Ultimate Happiness at Phru Nai"	4.65	4.64	4.64	4.64	0.08	Excellent
Overall Average					4.59	0.08	Excellent

จาก Table 2 อธิบายได้ว่า การประเมินประสิทธิภาพสื่อคลิปวิดีโอทั้ง 4 ชุด ได้รับการประเมินประสิทธิภาพในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.59$) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

ตอนที่ 1 “หรรอย หรรอย พรุใน” คะแนนเฉลี่ยรวมสูงสุด 4.55 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นสูงสุดในด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.58 ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนว่าคลิปนำเสนอวิถีชีวิต และอาหารท้องถิ่นได้ดีด้วยบรรยากาศความเป็นกันเอง แต่เสนอให้เพิ่มภาพเชิงอารมณ์ (Emotional appeal) เสริมการเล่าเรื่องเชิงลึก (Deep storytelling) และสร้างจุดพิกเพื่อให้อรรถรสยิ่งขึ้น

ตอนที่ 2 “พายคายัคเลาะป่าไปหาดาว” คะแนนเฉลี่ยรวม 4.54 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นสูงสุดในด้านเนื้อหา ค่าเฉลี่ย 4.58 ผู้เชี่ยวชาญแนะนำให้ปรับปรุงโครงสร้างการเล่าเรื่อง (Story arc) ให้ชัดเจนขึ้น ใช้กราฟิก ซับไตเติล อธิบายข้อมูล และเพิ่มเทคนิคการถ่ายภาพให้เป็นมืออาชีพมากขึ้น

ตอนที่ 3 “ปลายทางหัวแหลมล้านวิวเกินล้าน” คะแนนเฉลี่ยรวม 4.62 อยู่ในระดับดีมาก มีจุดเด่นด้านการออกแบบและการใช้งาน มีค่าเฉลี่ย 4.63 เท่ากัน ผู้เชี่ยวชาญสะท้อนว่าคลิปถ่ายทอดบรรยากาศธรรมชาติได้ดี แต่ควรเพิ่มข้อมูลการเดินทางเชิงลึก การสร้างจุดพิกทางอารมณ์ให้ชัดเจน และเพิ่มการเชิญชวน (Call to action) ในตอนท้ายเพื่อกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวมากขึ้น

ตอนที่ 4 “สุขสุดที่พรุใน” คะแนนเฉลี่ย 4.64 อยู่ในระดับดีมาก และมีคะแนนรวมสูงสุดเมื่อเปรียบเทียบกับคลิปอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านเนื้อหา มีค่าเฉลี่ย 4.65 ผู้เชี่ยวชาญชื่นชมว่าเป็นคลิปที่สื่อสารถึงความสุข และความสมบูรณ์ของชุมชนได้ดีมาก สามารถใช้เป็นคลิปหลักในการโปรโมตได้ ข้อเสนอแนะ คือ การเพิ่มเสียงบรรยากาศจริง (Soundscape) ปรับจังหวะการเล่าเรื่อง และสร้างเวอร์ชันสั้นสำหรับนำเสนอในโซเชียลมีเดีย

4.2 การประเมินช่องทางการเผยแพร่สื่อ ผลการประเมิน ดังแสดงใน Table 3

Table 3 Evaluation Results of Multimedia Effectiveness for Tourism in Phru Nai Subdistrict

Clip No.	Media Distribution Channels	Content Suitability	Publishing Frequency	Target Audience Reach	$\bar{X}$	S.D.	Efficiency Level
1.	Facebook Page "Phru Nai in Koh Yao"	4.48	4.65	4.61	4.48	0.65	Good
2.	Video Clips	4.58	4.57	4.50	4.54	0.08	Excellent
3.	Instagram: @phrunai_kohyao	4.55	4.55	4.51	4.53	0.64	Excellent
Overall Average					4.52	0.46	Excellent

จาก Table 3 อธิบายได้ว่า การประเมินประเภทของสื่อมีผลดีมีเดียทั้ง 3 ประเภท ได้รับการประเมินประสิทธิภาพของช่องทางการเผยแพร่ อยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.52$) ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1) เพจเฟซบุ๊ก “พรุไนในเกาะยาว” มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.48 โดยมีความโดดเด่นด้านความถี่ในการเผยแพร่ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.65 อยู่ในระดับดีมาก

2) คลิปวิดีโอ มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านที่ 4.54 โดยมีความโดดเด่นด้านความเหมาะสมของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.58 อยู่ในระดับดีมาก

3) Instagram: @phrunai_kohyao มีค่าเฉลี่ยรวมทุกด้านเท่ากับ 4.53 อยู่ในระดับดีมาก โดยมีความโดดเด่นด้านความถี่ในการเผยแพร่ และความเหมาะสมของเนื้อหา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเท่ากันที่ 4.55

5. อภิปรายผล

5.1 ทฤษฎีการภูมินิเวศวัฒนธรรมภายใต้บริบทการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุไน ผลการศึกษาพบว่า ตำบลพรุไนมีทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมที่โดดเด่น ทั้งภูมิประเทศทางธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ ระบบนิเวศป่าชายเลน ทรัพยากรชายฝั่งทะเล และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่สัมพันธ์กับวิถีชีวิตของชุมชนมุสลิม สะท้อนให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมที่ดำรงอยู่อย่างสมดุล โดยชุมชนมีรูปแบบการดำรงชีวิตที่อิงกับธรรมชาติ และมีการจัดระเบียบพฤติกรรมการใช้ทรัพยากรอย่างเหมาะสมในลักษณะของ “การดำรงอยู่ร่วมกันกับธรรมชาติ” (Living with nature) สอดคล้องกับแนวคิด “ความรู้เชิงนิเวศท้องถิ่น” (Traditional ecological knowledge) ของ Berkes (2017) ซึ่งอธิบายว่าองค์ความรู้ด้านทรัพยากรธรรมชาติของชุมชนท้องถิ่นเกิดจากการเรียนรู้ และการปรับตัวกับสิ่งแวดล้อมอย่างต่อเนื่องยาวนาน กลายเป็นระบบความรู้ที่ใช้กับการดำรงชีวิตและการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืน ความรู้ดังกล่าวถือเป็นทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้ นอกจากนี้วิถีชีวิตของชุมชนไทยมุสลิมในตำบลพรุไนยังเป็นองค์ประกอบสำคัญของทุนวัฒนธรรมที่สร้างเอกลักษณ์การท่องเที่ยว สอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2018) ที่กล่าวว่าการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประสบความสำเร็จมักเกิดจากการนำเสนอวัฒนธรรมที่แท้จริงของพื้นที่ ซึ่งเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวร่วมสมัยให้ความสำคัญมากกว่าการท่องเที่ยวแบบมวลชนทั่วไป ในมิติทางทฤษฎีผลการศึกษาสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิด “นิเวศวิทยามนุษย์” (Human ecology) ซึ่งให้ความสำคัญกับความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ชุมชน และสภาพแวดล้อม โดยพิจารณาปฏิสัมพันธ์ของกิจกรรมทางวัฒนธรรมที่เกิดขึ้นในพื้นที่และช่วงเวลา (Space and Time) ที่แตกต่างกัน (Duangwiset et al., 2024) ดังนั้น ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่า ภูมินิเวศวัฒนธรรมของตำบลพรุไนไม่ได้เป็นเพียงทรัพยากรทางธรรมชาติ แต่เป็นระบบความสัมพันธ์ระหว่างสิ่งแวดล้อม วิถีชีวิต และวัฒนธรรมที่สามารถนำมาพัฒนาเป็นทุนทางการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้อย่างมีศักยภาพ

5.2 การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับภูมินิเวศวัฒนธรรมตำบลพรุไน ผลการศึกษาพบว่า การกำหนดเส้นทางท่องเที่ยวจำนวน 3 เส้นทางหลัก ซึ่งเชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตของชุมชน สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบลพรุไนได้อย่างชัดเจน โดยผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิด “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” มาใช้ในการออกแบบเส้นทาง ทำให้เส้นทางท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับบริบทของชุมชนอย่างเป็นองค์รวมและสอดคล้องกับวิถีชีวิตจริงของคนในพื้นที่ ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนในปัจจุบันที่เน้นการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่เป็นสำคัญ โดยชุมชนมีบทบาททุกกระบวนการตั้งแต่การวางแผน การจัดการ ไปจนถึงการนำเสนอทรัพยากรทางวัฒนธรรมและ

ธรรมชาติ ช่วยให้การใช้ทุนทางสังคมและภูมิปัญญาท้องถิ่นอย่างเหมาะสม (Kaewkobsaba & Houwongsakul, 2023) นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความรู้เพื่อพัฒนาเรื่องเล่าและกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ที่แสดงให้เห็นว่า “เรื่องเล่า” และ “การตีความความหมายของพื้นที่” เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาเส้นทางและกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยสามารถนำองค์ความรู้ท้องถิ่นมาจัดระบบและถ่ายทอดในรูปแบบที่สร้างความเข้าใจและการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง (Supun et al., 2022) ผลการศึกษาครั้งนี้ยังพบว่า การเล่าเรื่องผ่านเส้นทางท่องเที่ยวสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่และผู้คนในชุมชน นอกจากนักท่องเที่ยวจะได้รับรู้จากสิ่งที่เห็นแล้วยังได้เข้าใจภูมิหลังของชุมชน เช่น ประวัติการตั้งถิ่นฐาน ตำนานบุคคลสำคัญ วัฒนธรรมท้องถิ่น ช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยวในเชิงเศรษฐกิจชุมชน การออกแบบเส้นทางที่กระจายกิจกรรมไปยังกลุ่มอาชีพต่าง ๆ ในชุมชนช่วยให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของความยั่งยืนในการท่องเที่ยวโดยชุมชน

5.3 การออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน ผลการศึกษาพบว่า การออกแบบสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวตำบลพรุในการบูรณาการข้อมูลภูมิโนเวศวัฒนธรรมเข้ากับการเล่าเรื่องผ่านสื่อดิจิทัล โดยการออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว จัดทำแผนที่ GPS และเขียนบทบรรยาย (Script) สำหรับวิดีโอความยาวประมาณ 5–10 นาทีต่อเส้นทาง และเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มยูทูป สอดคล้องกับงานวิจัยของ Kaewkobsaba & Houwongsakul (2023) ที่พบว่าการใช้สื่อมัลติมีเดีย เช่น อินโฟกราฟิก แอนิเมชัน วิดีโอประชาสัมพันธ์ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารข้อมูลด้านการท่องเที่ยวของชุมชนได้อย่างมีนัยสำคัญ เช่นเดียวกับงานของ Wajittragum (2022) ที่เสนอว่าการใช้ภาพถ่ายจากสถานที่จริงร่วมกับแผนที่และสื่อดิจิทัลสามารถช่วยสร้างประสบการณ์เชิงโต้ตอบ และเพิ่มการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่ออัตลักษณ์ของพื้นที่ การออกแบบสื่อมัลติมีเดียในการศึกษาครั้งนี้เน้นการใช้ภาพและเรื่องเล่าเป็นเครื่องมือถ่ายทอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยสะท้อนวิถีชีวิตของชุมชนชายฝั่งอันดามันที่มีความเรียบง่ายและปรับตัวตามฤดูกาล พร้อมทั้งผสานเทคโนโลยีสื่อสมัยใหม่เข้ากับการนำเสนอเรื่องราวท้องถิ่นในมิติทางวิชาการ ผลการศึกษานี้ทำให้เห็นว่า การบูรณาการข้อมูลภูมิโนเวศวัฒนธรรมกับการออกแบบสื่อมัลติมีเดียเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน และสามารถใช้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้

5.4 การประเมินประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดียส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนตำบลพรุใน ผลการศึกษาพบว่า ประสิทธิภาพสื่อมัลติมีเดีย ด้านเนื้อหาได้รับคะแนนสูงสุดในหลายชุดสื่อ สะท้อนว่าสื่อสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ตำบลพรุได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะการนำเสนอความสัมพันธ์ระหว่างทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชน เช่น การประมงพื้นบ้าน อาหารท้องถิ่น ระบบนิเวศป่าชายเลน ประเด็นดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า การออกแบบเนื้อหาที่ยึดโยงกับ “ภูมิโนเวศวัฒนธรรม” ของพื้นที่ ส่งผลให้การสื่อสารมีความหมายเชิงลึก และสามารถสร้างประสบการณ์การรับรู้ที่แตกต่างจากการนำเสนอข้อมูลการท่องเที่ยวทั่วไป ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิดความรู้เชิงนิเวศท้องถิ่นของ Berkes (2017) ที่อธิบายว่า ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมเป็นระบบความรู้ที่สร้าง และถ่ายทอดผ่านวิถีชีวิตของชุมชน สามารถนำมาใช้เป็นฐานในการสื่อสารและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้ได้ ขณะเดียวกันยังสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของ Richards (2018) ที่แสดงให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวปัจจุบันให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่สะท้อน “ความเป็นของแท้” ของพื้นที่มากกว่าการรับรู้ข้อมูลทั่วไป ดังนั้น การนำเนื้อหาที่เชื่อมโยงกับภูมิโนเวศวัฒนธรรมมานำเสนอผ่านสื่อมัลติมีเดีย จึงช่วยเพิ่มคุณค่าของประสบการณ์การท่องเที่ยว และสร้างความเข้าใจเชิงลึกต่ออัตลักษณ์ของชุมชนอย่างลึกซึ้ง แม้ว่าด้านเนื้อหาจะมีประสิทธิภาพสูง แต่ผลการประเมินยังพบว่าองค์ประกอบด้านการออกแบบและการใช้งานบางส่วนมีคะแนนต่ำกว่าเล็กน้อย โดยเฉพาะประเด็นโครงสร้างการเล่าเรื่องและจังหวะการนำเสนอ สะท้อนว่า การสื่อสาร ภูมิโนเวศวัฒนธรรมให้มีประสิทธิภาพไม่เพียงขึ้นอยู่กับ “เนื้อหา” แต่ยังต้องอาศัย “กระบวนการเล่าเรื่อง” ที่สามารถถ่ายทอดความสัมพันธ์เชิงระบบของพื้นที่ให้ผู้รับสารเข้าใจได้อย่างต่อเนื่องและน่าสนใจ

ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนควรให้ความสำคัญกับการบูรณาการ “เนื้อหาเชิงภูมิโนเวศวัฒนธรรม” เข้ากับ “การออกแบบการเล่าเรื่อง” อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สื่อสามารถทำหน้าที่เป็นทั้งเครื่องมือสื่อสาร และพื้นที่สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีความหมาย ซึ่งจะนำไปสู่การส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ผลการศึกษานี้สะท้อนว่า การบูรณาการภูมิโนเวศวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบสื่อมัลติมีเดีย เป็นแนวทางที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน เนื่องจากสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างการรับรู้ และกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยสื่อทำหน้าที่เป็นเครื่องมือสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้ของชุมชนกับผู้ชมภายนอก อาจนำไปสู่การเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจและการรับรู้คุณค่าของทรัพยากรท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ยังมี

ข้อจำกัดบางประการ เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างบางส่วนยังไม่เคยเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่จริง และการพัฒนาสื่อยังเน้นรูปแบบวิดีโอเป็นหลัก ดังนั้น การวิจัยในอนาคตอาจพัฒนาสื่อเชิงปฏิสัมพันธ์เพิ่มเติม เช่น แผนที่ดิจิทัล เทคโนโลยี VR/AR การทดลองประเมินผลกับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาพื้นที่จริง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนในระยะยาว

สรุปผลการวิจัย

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรมของตำบลพู่ใน อำเภอเกาะยาว จังหวัดพังงา เพื่อนำไปสู่การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า พื้นที่ตำบลพู่มีศักยภาพด้านทรัพยากรภูมินิเวศวัฒนธรรม ทั้งทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ป่าชายเลน ชายฝั่งทะเล รวมถึงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่น สามารถนำมาเป็นฐานสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จากการวิเคราะห์ข้อมูลและการมีส่วนร่วมของชุมชน สามารถออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ได้จำนวน 3 เส้นทางหลัก เชื่อมโยงทรัพยากรธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรมของชุมชนเข้าด้วยกัน พร้อมทั้งพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวในรูปแบบคลิปวิดีโอสั้น จำนวน 4 ตอน เผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพจเฟซบุ๊ก “พู่ในในเกาะยาว” คลิปวิดีโอ และ Instagram: @phrunai_kohyao ผลการประเมินประสิทธิภาพของสื่อมัลติมีเดีย และช่องทางการเผยแพร่สื่อจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน พบว่า มีประสิทธิภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก และสามารถสื่อสารอัตลักษณ์ของพื้นที่ รวมทั้งสร้างความสนใจต่อการท่องเที่ยวชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะด้านเนื้อหาที่สะท้อนวิถีชีวิตและทรัพยากรของชุมชนอย่างชัดเจน โดยสรุป การบูรณาการองค์ความรู้ด้านภูมินิเวศวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวและการพัฒนาสื่อมัลติมีเดีย เป็นแนวทางสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน เนื่องจากช่วยถ่ายทอดอัตลักษณ์ของพื้นที่ สร้างการรับรู้แก่สาธารณชน และสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนควบคู่กับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยนี้นำไปสู่องค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ “โมเดลการบูรณาการภูมินิเวศวัฒนธรรมสู่การสื่อสารดิจิทัลเชิงพื้นที่” โดยประยุกต์ใช้ ADDIE model ร่วมกับแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรม จุดเด่นขององค์ความรู้นี้อยู่ที่การเชื่อมโยง “แต่ละขั้นตอนของโมเดล” เข้ากับกระบวนการวิจัยที่ผู้วิจัยได้ดำเนินการจริง ทำให้เห็นภาพการพัฒนาอย่างเป็นระบบ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

1. Analysis: การวิเคราะห์ภูมินิเวศวัฒนธรรมจากข้อมูลภาคสนาม ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากพื้นที่ตำบลพู่ใน ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกต และการประชุมกลุ่ม เพื่อรวบรวมข้อมูลทรัพยากรชุมชนทั้ง 7 หมู่บ้าน ได้แก่ นามสถาน เรื่องเล่าพื้นบ้าน วิถีชีวิต และระบบนิเวศป่าชายเลน จากนั้นนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงระบบตามแนวคิดภูมินิเวศวัฒนธรรม ทำให้เห็นโครงสร้าง “ความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ-วัฒนธรรม-ชุมชน” อย่างชัดเจน
2. Design: การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวจากอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์มาสังเคราะห์ร่วมกับชุมชน เพื่อออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยว 3 เส้นทางหลัก ได้แก่ เส้นทางเกษตรอินทรีย์ เส้นทางวัฒนธรรมและวิถีชุมชน และเส้นทางนิเวศทางทะเล โดยยึดหลัก “วัฒนธรรม-นิเวศ-ชุมชน” และใช้การเล่าเรื่องเป็นโครงสร้างหลักเชื่อมโยงกิจกรรมและทรัพยากรในแต่ละพื้นที่
3. Development: การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียจากฐานภูมินิเวศวัฒนธรรม ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยออกแบบและผลิตสื่อมัลติมีเดีย ได้แก่ เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิปวิดีโอ 4 ชุด โดยใช้ข้อมูลจากเส้นทางการท่องเที่ยวมาพัฒนาเป็นเนื้อหา เน้นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ของชุมชนผ่านภาพ เสียง และการเล่าเรื่องที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ วิถีชีวิต และวัฒนธรรม
4. Implementation: การเผยแพร่และการสื่อสารสู่ผู้รับสาร ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยนำสื่อที่พัฒนาไปเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลจริง เช่น เพจเฟซบุ๊ก อินสตาแกรม และคลิปวิดีโอ ทำให้เกิดการเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยว และผู้สนใจในวงกว้าง พร้อมทั้งส่งเสริมให้คนในชุมชนมีบทบาทเป็น “ผู้สื่อความหมายทางวัฒนธรรม” ผ่านสื่อดิจิทัล
5. Evaluation: การประเมินประสิทธิภาพสื่อจากผู้ใช้งาน ขั้นตอนนี้ผู้วิจัยประเมินประสิทธิภาพของสื่อจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 420 คน โดยพิจารณาด้านเนื้อหา การออกแบบ และการใช้งาน ผลการประเมินพบว่าสื่อมีประสิทธิภาพอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสะท้อนว่าสื่อสามารถถ่ายทอดอัตลักษณ์ภูมินิเวศวัฒนธรรมของพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากกระบวนการดังกล่าว สรุปได้ว่า การพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่มีประสิทธิภาพ ต้องอาศัยการบูรณาการแนวคิดภูมิโนเวศวัฒนธรรมเข้ากับกระบวนการออกแบบสื่ออย่างเป็นระบบ (ADDIE model) โดยเชื่อมโยงข้อมูลภาคสนาม อัตลักษณ์ชุมชน และการสื่อสารดิจิทัลเข้าด้วยกัน ส่งผลให้เกิดสื่อที่สามารถถ่ายทอดความหมายเชิงลึกของพื้นที่ และสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน องค์ความรู้นี้จึงเป็น “ต้นแบบเชิงกระบวนการ” ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่อื่น รวมทั้งสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นในยุคดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐ และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรกำหนดนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่อิงกับภูมิโนเวศวัฒนธรรมของพื้นที่ เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนในการค้นหาอัตลักษณ์ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว การบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวของชุมชน ทั้งนี้ ควรบูรณาการแนวคิดดังกล่าวไว้ในแผนพัฒนาท้องถิ่นหรือแผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัด เพื่อสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนที่สอดคล้องกับบริบททางสังคม วัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติ

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวควรส่งเสริมการใช้สื่อมัลติมีเดีย เป็นเครื่องมือประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวชุมชน โดยสนับสนุนการพัฒนาและเผยแพร่สื่อผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ควบคู่กับการจัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลด้านภูมิโนเวศวัฒนธรรมและแหล่งท่องเที่ยวชุมชน เพื่อใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนการวางแผนพัฒนาและบริหารจัดการการท่องเที่ยว

1.3 ผลการวิจัยนำไปใช้ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ใช้ภูมิโนเวศวัฒนธรรมเป็นจุดเด่น โดยใช้สื่อมัลติมีเดียประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวชุมชนผ่านช่องทางต่าง ๆ การสร้างฐานข้อมูลดิจิทัลเพื่อการจัดการที่ยั่งยืน พร้อมทั้งเป็นตัวอย่างสำหรับการผลิตสื่อรูปแบบอื่น ๆ ต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในมิติที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น การพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อการท่องเที่ยวชุมชน การสร้างแบรนด์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มศักยภาพทางเศรษฐกิจและสร้างรายได้แก่สมาชิกในชุมชน

2.2 ควรศึกษาการพัฒนาสื่อมัลติมีเดียเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลและรูปแบบสื่อใหม่ ๆ มาประยุกต์ใช้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสาร และเข้าถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวเป้าหมาย และควรขยายผลการศึกษาไปยังชุมชนอื่นที่มีบริบทภูมิโนเวศวัฒนธรรมใกล้เคียงกัน เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการพัฒนาสื่อและแนวทางส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนในบริบทที่แตกต่างกัน เป็นการพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวชุมชนให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Berkes, F. (2017). *Sacred Ecology* (4th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315114644>.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Duangwiset, N., Hayeesa, N., Lertkiatdamrong, T., Ajanakitti, C., Naknam, S., & Warea, S. (2024). *Community, Power, Nature: An Anthropological Perspective*. Princess Maha Chakri Sirindhorn Anthropology Centre (Public Organization). (In Thai)
- Kaewkobsaba, K., & Houwongsakul, T. (2023). Development of Multimedia to Enhance Competitiveness and Promote Community Tourism in the Hill Zone of Surat Thani Province. *Suratthani Rajabhat Journal*, 10(2), 61-96. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/srj/article/view/267132/180173>.
- Kaewthet, T. (2022). Creating Content on New Media Landscape in the Digital Age. *Lampang Rajabhat University Journal*, 11(2), 92-102. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/257509>.
- Narkkasem, W., & Phanvisetsak, S. (2025). The Public Relations Media Design to Promote Community Tourism by Community Participation: Case Study of Nokaok Subdistrict, Pak Thong Chai District, Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Architecture, Design and Construction*, 7(1), 143-153. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Jadc/article/view/272899/184172>.

- Office of the National Economic and Social Development Council. (2021). *The Thirteenth National Economic and Social Development Plan (2023–2027)*. <https://www.nesdc.go.th>. (In Thai)
- Pota, P. (2021). *Development of A Set for Community Tourism Promotion Media: A Case Study of Chumphon Province* [Master's thesis, Srinakharinwirot University]. <https://ir-ithesis.swu.ac.th/server/api/core/bitstreams/d1d51349-46cc-4335-94aa-d81b6263cad9/content>.
- Richards, G. (2018). Cultural Tourism: A Review of Recent Research and Trends. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>.
- Srisooksai, D. (2022). Media Literacy: Promoting Wisdom Vaccine for Society. *Thai Media Fund Journal*, 1(1), 1–21. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/257770/174703>.
- Supun, J., Rattanasuwongchai, N., & Chuenka, R. (2022). Knowledge Management for Developing Creative Tourism Story and Activities in Chainat, Singburi and Lopburi provinces. *Journal of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Suvamabhumi*, 4(3), 560–574. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/264536/175986>.
- Tienthavorn, T. (2018). *Management of Cultural Landscape in the Contribution of Community Resilience: A Case of Mae Kampong Village, Chiang Mai Province* [Doctoral dissertation, Chulalongkorn University]. <https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=4519&context=chulaetd>.
- Waijittragum, P. (2022). Graphic and Multimedia Design to Promote Tourism for Ranong Province. *Asian Creative Architecture, Art and Design*, 34(1), 102–113. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/view/255159/175802>.
- Wittayapak, C. (2018). *Human Ecology: Studying the Environment in Social and Cultural Dimensions*. Research Administration Center, Chiang Mai University. (In Thai)
- World Tourism Organization. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. UNWTO. <https://doi.org/10.18111/9789284418978>.

แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย
ตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข
Driving Guideline of Wellness Tourism Activities in Chiangkhan District, Loei
Province According to the Concept of Happy Model

วรากรณ์ ใจน้อย¹Warakorn Jainoi¹

Corresponding Author's Email: warakorn.jaii@lru.ac.th

(Received: November 21, 2025; Revised: May 18, 2026; Accepted: May 21, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข (Happy model) ของอำเภอเชียงคาน 2) ศึกษาการรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน และ 3) ศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน โดยเก็บข้อมูลจากผู้ประกอบการ จำนวน 15 ราย และนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลย จำนวน 400 ราย ผ่านการสนทนากลุ่ม แบบสอบถาม และการอบรมเชิงปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีภาวะสุขภาพดีและให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลผ่านช่องทางที่น่าเชื่อถือ โดยระบุว่า การวางแผนไทยและวิถีบำบัดริมโขง เป็นอัตลักษณ์โดดเด่นที่สอดคล้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ในด้าน การจัดการคุณภาพ นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ในระดับสูงมาก โดยเฉพาะมิติ "การกินดี" ที่สะท้อนผ่านอาหารพื้นถิ่นตามฤดูกาล และ "การอยู่ดี" ที่เน้นความสงบเรียบง่ายของโฮมสเตย์ไม่ดั้งเดิม สำหรับแนวทางการขับเคลื่อนเชิงกลยุทธ์มุ่งเน้นการยกระดับทรัพยากรท้องถิ่น 4 ด้าน ได้แก่ 1) กินดี: การพัฒนาตำรับอาหารสุขภาพจากปลาน้ำโขงและสมุนไพรพื้นบ้าน 2) อยู่ดี: การยกระดับโฮมสเตย์สู่มาตรฐานสุขอนามัยที่เชื่อมโยงวิถีวัฒนธรรม 3) ออกกำลังกายดี: การเพิ่มพื้นที่สร้างสรรค์และเส้นทางกิจกรรมทางกายเลียบแม่น้ำโขง และ 4) แบ่งปันสิ่งดีดี: การส่งเสริมจิตสำนึกรักษ์สิ่งแวดล้อมและการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ เพื่อสร้างความยั่งยืนให้เชียงคานในฐานะจุดหมายปลายทางเชิงสุขภาพ

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โมเดลอารมณ์ดีมีความสุข กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

The research is a quantitative and qualitative study, aims to: 1) study health tourism activities based on the Happy Model concept in Chiang Khan District; 2) study the perception of health tourism activities based on the Happy Model concept in Chiang Khan District; and 3) study guidelines for promoting health tourism activities based on the Happy Model concept in Chiang Khan District. Data were collected from 15 entrepreneurs and 400 wellness tourists in Loei Province through focus group discussions, questionnaires, and participatory workshops. The findings reveal that tourists are generally healthy individuals who prioritize reliable information sources. They identify "Traditional Thai Massage" and "Mekong Riverside Healing" as the district's most prominent wellness identities, deeply rooted in local wisdom and natural assets. In terms of quality management, tourists expressed a very high level of perception, particularly in the "Eat Well" dimension, reflected through seasonal local cuisine, and the "Live Well" dimension, characterized by the tranquility of traditional wooden homestays. The strategic roadmap to elevate Chiang Khan into a world-class wellness destination focuses on four key pillars: 1) Eat Well: developing health-centric menus using Mekong fish and indigenous herbs; 2) Live Well: upgrading homestays to hygiene standards while preserving cultural authenticity; 3) Fit Well: enhancing creative spaces and physical activity routes along the Mekong; and 4) Give Well: fostering environmental consciousness and responsible tourism. These strategies aim to ensure long-term community sustainability and establish Chiang Khan as a wellness destination.

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย¹ Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University

Keywords: wellness tourism, happy model, wellness tourism activities

ความเป็นมาของปัญหา

สถานการณ์การระบาดของเชื้อไวรัสและโรคภัยต่าง ๆ ในปัจจุบัน เป็นตัวกระตุ้นกระแสสุขภาพให้กับประชาชนมากขึ้นทั่วโลก และวิธีสำคัญที่จะต่อสู้กับเชื้อโรคคือการทำให้ร่างกายแข็งแรง มีเกราะป้องกันที่มีคุณภาพที่สุด มีภูมิคุ้มกันสูง ซึ่งการจะได้มาซึ่งสิ่งเหล่านี้ต้องอาศัยความมีวินัย ความรู้ ในการหมั่นบำรุงดูแลร่างกายของเราอยู่เสมอ เพราะกว่าจะได้รับสุขภาพที่ดีต้องใช้เวลา แต่ขณะเดียวกันการออกเดินทางท่องเที่ยวหลังจากอดอันมานานในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส การเดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศเริ่มได้รับความนิยมมากขึ้น จากสถานการณ์ตรงนี้ทำให้เทรนด์การท่องเที่ยวแบบ Wellness tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กลายเป็นธุรกิจแห่งอนาคตที่กำลังมาแรงทั่วโลก จากการประเมินของ Global Wellness Institute การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะกลับมาเติบโตแบบก้าวกระโดด โดยเติบโตเฉลี่ยสูงถึงปีละ 20.9% และมูลค่าสาขานี้จะทะลุ 1 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี 2024 จากรายงานของ Global Wellness Institute ในปี 2023 อัตราการเติบโตของ Wellness tourism ในทวีปเอเชียสูงเป็นอันดับ 1 ของโลก เติบโตขึ้น 33% จาก 194 ล้านทริป เป็น 258 ล้านทริปภายในช่วงเวลา 2 ปี (The Global Wellness Institute, 2023)

จากแนวคิดโมเดลเศรษฐกิจสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (BCG model) เป็นการพัฒนาเศรษฐกิจแบบองค์รวมที่จะพัฒนาเศรษฐกิจ 3 มิติไปพร้อมกัน ได้แก่ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio-economy) ระบบเศรษฐกิจชีวภาพ มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เชื่อมโยงกับเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) คำนึงถึงการนำวัสดุต่าง ๆ กลับมาใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) ซึ่งเป็นการพัฒนาเศรษฐกิจที่ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการพัฒนาเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ต้องพัฒนาควบคู่ไปกับการพัฒนาสังคม และการรักษาสิ่งแวดล้อมได้อย่างสมดุลให้เกิดความมั่นคงและยั่งยืนไปพร้อมกัน โดยเปลี่ยนข้อได้เปรียบของประเทศไทยจากความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ให้เป็นความสามารถในการแข่งขันด้านนวัตกรรม เพื่อให้เกิดโมเดลเศรษฐกิจ BCG ที่เติบโต แข่งขันได้ในระดับโลก เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดความเหลื่อมล้ำ ชุมชนเข้มแข็งมีความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน ทั้งนี้แนวคิดดังกล่าวถือเป็นรากฐานสำคัญที่นำไปใช้ในมิติต่าง ๆ รวมถึงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและบริการ “เป็นการใช้คำนิยาม BCG เป็นต้นแบบในการนำไปสู่การท่องเที่ยวคุณภาพและขับเคลื่อน Happy model” ดังนี้ 1) เปลี่ยนแนวคิดจากการมองเป็นต้นทุนในการดูแลธรรมชาติและวัฒนธรรม เป็นการสร้างรายได้จากวัฒนธรรมและธรรมชาติอย่างยั่งยืน 2) เน้นการท่องเที่ยวคุณภาพมากกว่าปริมาณนักท่องเที่ยว สร้างรายได้จากคุณค่าของประสบการณ์ 3) ยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น ทั้งในส่วนของนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่พัฒนา พื้นที่จากเมืองน่าเที่ยวเป็นเมืองน่าอยู่ 4) เน้นการกระจายรายได้เป็นกลไกสร้างความร่วมมือ ลดความเหลื่อมล้ำ สร้างให้ประชาชนในพื้นที่และคนรุ่นใหม่รักและภูมิใจในถิ่นเกิด โมเดลอารมณดี มีความสุขเกิดจากความมุ่งมั่นที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวไทยสู่การท่องเที่ยวมูลค่าสูง โดยคณะกรรมการการท่องเที่ยวคุณภาพสูง หอการค้าไทย สภาการค้าแห่งประเทศไทย และภาคีเครือข่ายที่เกี่ยวข้องซึ่งตระหนักถึงศักยภาพของพื้นที่ต่าง ๆ ทั่วประเทศที่มีความโดดเด่นทั้งทางด้านสินค้าและบริการ ซึ่งควรได้รับการจัดหมวดหมู่และพัฒนาให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจต่อไป (The Thai Chamber of Commerce and the Board of Trade of Thailand, 2021)

อำเภอเชียงคานเป็นหนึ่งในอำเภอของจังหวัดเลยที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายทั้งแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ โบราณสถาน โบราณวัตถุ วิถีชีวิตชุมชน มีการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้ภูมิปัญญาการแพทย์แผนไทยและการแพทย์พื้นบ้านในการดูแลสุขภาพที่เป็นอัตลักษณ์เฉพาะเชียงคาน เช่น นวดयोगเส้น พิธีกรรมผาสาดลอยเคราะห์ และอาหารสมุนไพรพื้นถิ่น อีกทั้งยังมีธรรมชาติสวยงามเป็นที่นิยมของชาวไทยและชาวต่างชาติ มีความพร้อมด้านคุณภาพ มาตรฐานบุคลากร ตามเกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนโลก เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมจังหวัดเลยได้มีตั้งวิสัยทัศน์จังหวัดเลย “เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ” เพื่อเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจให้กับประชาชนในจังหวัด โดยการดำเนินการภายใต้เงื่อนไขการจัดกิจกรรมท่องเที่ยวภายในพื้นที่ปลอดภัย (Safe zone) เขตสุขภาพที่ 8 ขับเคลื่อนนโยบาย Medical hub “Upper Northeast World Class Destination in 2023” พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างปลอดภัย (Sandbox) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical tourism) และกำหนดให้พื้นที่อำเภอเชียงคานเป็นแหล่งรับนักท่องเที่ยวต่างชาติตามนโยบายมาตรการผ่อนคลายเป็นเปิดประเทศ รัฐมนตรีว่าการกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข เห็นชอบหลักการ Sandbox Chiang Khan เปิดเมืองเชียงคานรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ โดยมี

ข้อกำหนดกลางมาตรฐานขั้นตอนการปฏิบัติงาน (Standard operating procedure) รองรับการเปิดเมืองเชิงคานอย่างปลอดภัย ในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19 (Khaewsa et al., 2023)

จากสถานการณ์ดังกล่าวมาข้างต้น อำเภอเชียงคานถือเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพด้านทรัพยากรธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชนที่เอื้อต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจ BCG และการสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่ส่งเสริมความสุขและคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่ผ่านมา ส่วนใหญ่มุ่งศึกษาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวหรือพฤติกรรมนักท่องเที่ยว แต่ยังขาดการวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามกรอบแนวคิด Happy model ในระดับพื้นที่ รวมถึงยังไม่มีการศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อรูปแบบการท่องเที่ยวดังกล่าวในบริบทของเชียงคานอย่างเป็นระบบ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิด Happy model และศึกษาการรับรู้ของนักท่องเที่ยวในพื้นที่เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีคุณภาพและยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน
2. เพื่อศึกษาการรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน
3. เพื่อศึกษาแนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข

ของอำเภอเชียงคาน

การทบทวนวรรณกรรม

1. การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการบริหารจัดการชุมชนท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว บริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับองค์กรชุมชนท้องถิ่น พิจารณาค้นหาสินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ตลอดจนสามารถพัฒนาศักยภาพให้เพียงพอในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม โดยแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ได้มาตรฐานและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยว ได้แก่ 1) พัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว ให้สามารถรองรับการขยายตัวของนักท่องเที่ยวไทยและนักท่องเที่ยวต่างประเทศ โดยพัฒนาให้สอดคล้องกับศักยภาพเชิงธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่และไม่ส่งผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อการกีฬา สันทนาการ เป็นต้น 2) ปรับปรุงคุณภาพด้านการบริการและผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งทางตรง และทางอ้อม ให้ได้มาตรฐานและเพียงพอ โดยให้ความสำคัญต่อการเพิ่มมาตรฐานด้านความปลอดภัย ของนักท่องเที่ยว การแก้ไขปัญหาการหลอกลวงเอาเปรียบนักท่องเที่ยว การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกทางการท่องเที่ยว การให้บริการข้อมูลข่าวสารที่ทันสมัย รวมทั้งพัฒนาทรัพยากรทางการท่องเที่ยวให้มีคุณภาพ และ 3) ให้ความสำคัญกับนักท่องเที่ยวที่มีกระยะการพักนานและกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีคุณภาพ จัดให้มีศูนย์แสดงพื้นเมืองที่สำคัญ Hatthakam et al. (2017)

กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism activities) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness tourism) คือ การเดินทางที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหา การบำรุงรักษา หรือการเสริมสร้างสุขภาพที่ดีแก่บุคคล มีขอบเขตครอบคลุมถึงการบริการทั้งหมดที่เป็นการดูแลและปรับปรุงสุขภาพในเชิงป้องกันแบบองค์รวม โดยเป็นทางเลือกและความสนใจของผู้ใช้บริการที่จะเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพระหว่างการเดินทางไปยังต่างประเทศ (Global Wellness Institute, 2013) นักท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพเลือกใช้บริการส่งเสริมสุขภาพต่าง ๆ หลากหลายรูปแบบ ในหลากหลายมุมมอง (The Global Wellness Institute, 2018) โดยสามารถแยกออกได้เป็น

- บริการส่งเสริมสุขภาพทางร่างกาย เช่น ฟิตเนส อาหารสุขภาพ สปาและเสริมความงาม
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตใจ เช่น โยคะ ไทชี
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านจิตวิญญาณ เช่น สมาธิบำบัด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสังคม เช่น เครือข่ายสังคมฟิตเนส
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านอารมณ์ เช่น บำบัดอารมณ์ กำจัดความเครียด
- บริการส่งเสริมสุขภาพด้านสิ่งแวดล้อม เช่น บำบัดด้วยป่าไม้

สรุป การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นการบริหารจัดการชุมชนท้องถิ่นให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว บริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยเจ้าหน้าที่ที่จะพัฒนาการท่องเที่ยวจะต้องร่วมกับองค์กรชุมชนท้องถิ่น พิจารณาค้นหา

สินค้าทางการท่องเที่ยวที่มีอยู่ ตลอดจนสามารถพัฒนาศักยภาพให้เพียงพอในการดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชม ซึ่งจะประเมินศักยภาพทั้งหมด 3 ด้าน ดังนี้ คือ 1) ศักยภาพด้านการเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ เส้นทาง การเข้าถึง แหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ระบบการดูแลรักษาแหล่งท่องเที่ยว 2) การบริการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ได้แก่ การบริการด้านความปลอดภัย การบริการร้านอาหารและเครื่องดื่ม การบริการสินค้าและของที่ระลึก การบริการที่พักค้างแรม สำหรับนักท่องเที่ยว การบริการนำเที่ยวและมัคคุเทศก์ การบริการด้านบันเทิงและนันทนาการ การบริการด้านสารสนเทศ การบริการด้านการขนส่ง และ 3) ตลาดการท่องเที่ยว ได้แก่ การกำหนดแผนการตลาดการท่องเที่ยว การสร้างเส้นทางหรือ กิจกรรมท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวและการโฆษณาไปยังกลุ่มนักท่องเที่ยว

2. แนวคิดเกี่ยวกับ BCG model และ Happy model

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับ BCG model รัฐบาลให้ความสำคัญกับการเร่งรัดพัฒนาประเทศด้วยการใช้โมเดลทางเศรษฐกิจใหม่ ที่เรียกว่า "BCG" ซึ่งเป็นการพัฒนา 3 เศรษฐกิจ คือ เศรษฐกิจชีวภาพ (Bio economy) มุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรชีวภาพเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม โดยเน้นการพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์มูลค่าสูง เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) คำนึงถึงการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า หมุนเวียนใช้ประโยชน์ให้มากที่สุด และเศรษฐกิจสีเขียว (Green economy) (Manson et al., 2025) การพัฒนาเศรษฐกิจสังคมที่คำนึงถึงสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน ภายใต้สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงของโลกในปัจจุบัน เช่น การระบาดของโควิด 19 การเปลี่ยนแปลงของสภาพภูมิอากาศ รวมถึงพลวัตของเทคโนโลยี ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและพฤติกรรมของคนในสังคม ดังนั้นแนวทางการพัฒนาประเทศไทยหลังจากนี้จึงหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องปรับเปลี่ยนไปสู่การพัฒนาที่อาศัย "จุดแข็งของประเทศ" พร้อมกับการผนึกกำลังภายใต้แนวคิด "รวมไทยสร้างชาติ" ด้วยการใช้อย่าง 3 แนวทางสำคัญ คือ 1) น้อมนำปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงมุ่งสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน 2) การสร้างความเข้มแข็งจากภายใน เชื่อมไทยสู่ประชาคมโลก และ 3) เดินหน้าไปด้วยกันไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง โมเดลเศรษฐกิจ BCG ให้ความสำคัญกับการพัฒนาที่นำไปสู่การเดินไปด้วยกัน และไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง เน้นการขับเคลื่อน BCG เชิงพื้นที่ ใช้การระเบิดจากภายในโดยเน้นตอบสนองความต้องการในแต่ละพื้นที่ ควบคู่ไปกับการรักษาอัตลักษณ์ของพื้นที่ (The Thai Chamber of Commerce and the Board of Trade of Thailand, 2021)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับ Happy model (The Thai Chamber of Commerce and the Board of Trade of Thailand, 2021) แนวคิด Happy model มุ่งเน้นการพัฒนาให้ประเทศไทยเป็นแหล่งท่องเที่ยวคุณภาพที่ช่วยเพิ่มรายได้ให้กับประเทศ ชุมชนและท้องถิ่น ภายใต้แบรนด์ "เที่ยวอย่างมั่นใจ สนุกและปลอดภัย" ด้วยการกำหนดกลุ่มการท่องเที่ยวเป้าหมายในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์และสุขภาพ (Medical & Wellness tourism) ซึ่งเป็นกลุ่มที่สร้างให้เกิดมูลค่าเพิ่มสูง โดยมีแนวทางคือ โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ซึ่งประกอบด้วย

- กินดี คือ การจัดการคุณภาพของอาหารและการบริการที่มีคุณค่าทางโภชนาการและสุขอนามัยที่ดีของอาหาร สามารถเชื่อมโยงคุณค่าอัตลักษณ์ท้องถิ่นและรูปแบบวิถีเชิงวัฒนธรรม เช่น การใช้วัตถุดิบท้องถิ่น การได้รับประทานอาหารสะอาด มีประโยชน์ต่อสุขภาพ ปลอดภัย และเป็นอาหารท้องถิ่นที่คัดสรรจากชุมชน

- อยู่ดี คือ การได้เข้าพักในที่พักที่ได้มาตรฐาน สะอาด มีสิ่งแวดล้อมที่ดี มีสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึง Wifi พร้อมทั้งมีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

- ออกกำลังกายดี คือ การได้เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาและนันทนาการต่าง ๆ

- แบ่งปันสิ่งดี ๆ คือ การได้แบ่งปันความรู้ แนะนำสิ่งดี ๆ ทำกิจกรรมร่วมกับท้องถิ่น เรียนรู้ประสบการณ์จากปราชญ์ชาวบ้าน

การท่องเที่ยวตามแนวทาง Happy model ยังสอดคล้องกับแนวโน้มการท่องเที่ยวของโลกในเรื่องการแสวงหาโอกาสสัมผัสประสบการณ์และวิถีชีวิตของคนในท้องถิ่น ชิมอาหารเพื่อสุขภาพและอาหาร ออแกนิก ชีวิตที่มีสุขภาพดี การท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวที่สะอาดและปลอดภัย เป็นต้น

การขับเคลื่อนสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว ตามแนวคิด Happy model โมเดล อารมณ์ดี มีความสุขสู่ตลาดการท่องเที่ยว เป็นการขับเคลื่อนสินค้าและบริการไปยังกลุ่มเป้าหมาย ด้วยการสื่อสารทางการตลาด แบบผสมผสาน เช่น การใช้สื่อและแพลตฟอร์มออนไลน์ การพัฒนาการสร้างแบรนด์ เพื่อการสร้างคุณค่าตราสินค้า (Brand value) และส่งเสริมภาพลักษณ์การท่องเที่ยวไทยในการเป็นจุดหมายปลายทาง การท่องเที่ยวคุณภาพสูงในด้านการสร้างแรงจูงใจทำให้เกิดความต้องการในการท่องเที่ยวและซื้อสินค้าและบริการ ทั้งนี้ ผลที่ได้จากการพัฒนาสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยว

ตามแนวคิด Happy model จะช่วยยกระดับสู่การท่องเที่ยวคุณภาพสูงที่สะท้อนให้เห็นว่าในแต่ละพื้นที่ที่มีสินค้าบริการประกอบด้วยด้านกินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดี และแบ่งปันสิ่งดี ๆ ที่สามารถนำไปสู่การเพิ่มมูลค่า เช่น การจัดเส้นทางท่องเที่ยว การออกแบบโปรแกรมนำเที่ยวที่สร้างสรรค์ประสบการณ์ใหม่ ให้กับนักท่องเที่ยว การส่งเสริมการตลาดร่วมกับรูปแบบการท่องเที่ยวในด้านอื่น ๆ ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และความต้องการของนักท่องเที่ยว หรือแม้แต่การส่งเสริมให้เกิดการขับเคลื่อนในมิติของ Soft power กับกลไกของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เช่น การสร้างพื้นที่สร้างสรรค์ การส่งเสริมด้านการเปลี่ยนพื้นที่สำหรับถ่ายทำภาพยนตร์และการแสดง ตลอดจน การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิง สุขภาพอย่างสร้างสรรค์

3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

Jaiuea (2023) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนมีการบริหารจัดการชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ มีการแบ่งหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน มีการจัดการแต่งตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ 2) สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีจุดแข็งด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามระดับมาก มีการจัดสถานที่ท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ที่พักโฮมสเตย์บริการดีและกิจกรรมมากมาย มีสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น อีกทั้งยังคงไว้ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังมีจุดอ่อนด้านการจัดการศักยภาพทักษะของบุคลากรในชุมชน 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาศักยภาพทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว การยกระดับทักษะบุคลากร การบริหารจัดการ และการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้การตลาดในยุค 4.0

Chanatup et al. (2021) ได้ศึกษาเรื่อง การจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา น้ำพุร้อนท่าสะทอน ตำบลท่าสะทอน อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว โดยวิเคราะห์รูปแบบการจัดการแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนตามกรอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารหรือการวิจัยเชิงเอกสาร การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสังเกตอย่างไม่เป็นทางการ ผลการวิจัยพบว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยวพุร้อนท่าสะทอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการจัดการตามกรอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ดังนี้ 1) ด้านมาตรฐานหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ได้แก่ คุณภาพน้ำพุร้อน สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องแช่น้ำพุร้อน บ่อน้ำพุร้อน ห้องน้ำ ห้องสุขา ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เป็นต้น การจัดการด้านความปลอดภัย และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีเหมาะสม และ 2) ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ พบว่า แหล่งท่องเที่ยวพุร้อนท่าสะทอน มีสภาพความสมบูรณ์ของธรรมชาติบริเวณโดยรอบพื้นที่ และประชาชนทุกคนในพื้นที่และต่างพื้นที่นิยมมาอาบน้ำแร่เพื่อการรักษาโรค การเดินทางเข้าถึงแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติมีความสะดวก และขนาดพื้นที่บริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติกว้างขวาง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ มีความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ คนในพื้นที่ให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนธรรมชาติ

จากงานวิจัยดังกล่าว พบประเด็นสำคัญที่สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ทั้งในด้านการบริหารจัดการ การมีส่วนร่วมของชุมชน และการยกระดับคุณภาพการบริการเพื่อสร้างความพึงพอใจและความสุขแก่นักท่องเที่ยว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาระบบขององค์ความรู้ และการสนับสนุนความสำคัญของปัญหาการวิจัย ตลอดจนการสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่เพื่อพัฒนาแนวทางหรือโมเดลที่เหมาะสมกับบริบทของการศึกษา รวมถึงส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างยั่งยืนในอนาคตของแหล่งท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ตามแนวคิดโมเดลอารมณดีมีความสุข

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคานตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข การวิจัยนี้เป็นการศึกษาทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ซึ่งมีรายละเอียด ดังนี้

2.1 เชิงคุณภาพ ได้แก่ เจ้าหน้าที่และองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของชุมชนอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย ผู้นำชุมชนและแกนนำกลุ่ม/ชมรมต่าง ๆ ภายในอำเภอเชียงคานที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ 3 กลุ่ม คือ ธุรกิจที่พัก 1 คน ธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพ 1 คน และธุรกิจเพื่อสุขภาพ (สปา นวด สมุนไพร) จำนวน 15 คน

2.2 เชิงปริมาณ ได้แก่ กลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดเลย แต่ทั้งนี้ ไม่สามารถระบุได้ว่าประชากรกลุ่มไหนเป็นผู้มาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในจังหวัดเลย คณะวิจัยจึงเลือกใช้วิธีการกำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ (Cochran, 1953) งานวิจัยเลือกใช้ระดับความเชื่อมั่นที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05 หรือความเชื่อมั่น 95% และให้สัดส่วนความคลาดเคลื่อนเท่ากับ .05 ขนาดกลุ่มตัวอย่างได้เท่ากับ 384.16 คน ทั้งนี้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดที่จะเกิดจากการเก็บแบบสอบถาม ผู้วิจัยจึงกำหนดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดเป็น 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple random)

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยสร้างเครื่องมือ โดยเริ่มจากการศึกษาเอกสาร หนังสือ รายงาน งานวิจัยที่เกี่ยวข้องและข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ ได้แก่ แบบสอบถาม และแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง มีรายละเอียดดังนี้

3.1 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ เจ้าหน้าที่และองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชนและแกนนำกลุ่ม/ชมรมต่าง ๆ ภายในอำเภอเชียงคาน และผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประกอบด้วย 1) ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เชื้อชาติ 2) ตอนที่ 2 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุขของอำเภอเชียงคาน 3) ตอนที่ 3 การรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน และ 4) ตอนที่ 4 การพัฒนาแนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคานตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข

3.2 แบบสอบถาม ใช้สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย แบบสอบถามแบ่งออกเป็นประเด็นดังนี้ 1) ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปหรือข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เชื้อชาติ 2) ตอนที่ 2 การรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน และ 3) ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 การค้นคว้าเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิด Happy model

4.2 ผู้วิจัยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแบบสอบถาม รายละเอียดดังนี้

- เชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสัมภาษณ์ จากกลุ่มประชากรผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ เจ้าหน้าที่และองค์กรของรัฐที่เกี่ยวข้อง ผู้นำชุมชนและแกนนำกลุ่ม/ชมรมต่าง ๆ ภายในอำเภอเชียงคาน และผู้ประกอบการภาคเอกชนทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

- เชิงปริมาณ ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาท่องเที่ยวยังอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เกี่ยวกับการรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน

5.2 ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ใช้สำหรับการวิเคราะห์กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคานและการพัฒนาและขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลโดยตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของข้อมูลด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ซึ่งเป็นการตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูลโดยพิจารณา

แหล่งเวลา สถานที่และบุคคลที่แตกต่างกัน และการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ในส่วนเนื้อหาที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร แบบ สัมภาษณ์ ใช้การนำเสนอด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis)

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อำเภอเชียงคาน ของนักท่องเที่ยว

ข้อมูลส่วนบุคคลจำแนกตามภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบัน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันอยู่ในระดับดี (สามารถทำงานได้ปกติดี ทำงานที่ใช้กำลังหรือออกกำลังกายอย่างหนัก หรือใช้เวลาในการออกกำลังกาย 30 – 60 นาที โดยไม่เหนื่อยง่าย) จำนวน 319 คน คิดเป็นร้อยละ 79.8 รองลงมา ได้แก่ 1) มีภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง (ความสามารถในการทำงานปกติลดลงบ้าง ทำงานที่ต้องใช้กำลังปานกลางหรือออกกำลังกายปานกลางได้ แต่ถ้าออกแรงมากหรือใช้เวลานานเกิน 30 นาที จะรู้สึกเหนื่อย) จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 16.8 และ 2) มีภาวะสุขภาพโดยทั่วไปในปัจจุบันอยู่ในระดับแย่ (ความสามารถในการทำงานปกติน้อย ไม่สามารถทำงานที่ต้องใช้กำลังปานกลางหรือออกกำลังกายปานกลางได้เนื่องจากกล้ามเนื้อขาดกำลังหรือรู้สึกเหนื่อย) จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.5 ตามลำดับ

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสนใจในกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ คือ ความสะดวกในการเดินทาง จำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.4 รองลงมา ได้แก่ 1) ความน่าสนใจของรูปแบบกิจกรรม จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 34.6 2) ความปลอดภัยของสถานที่ท่องเที่ยว จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 3) สิ่งอำนวยความสะดวกที่พักและระบบสาธารณูปโภค จำนวน 25 คน คิดเป็นร้อยละ 6.3 4) การได้รับข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 และ 5) ราคาของโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ จำนวน 15 คน คิดเป็นร้อยละ 3.8

วิธีการหาข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในกรณีที่มีความสนใจ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่หากมีความสนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีวิธีการหาข้อมูลจากบริษัทนำเที่ยว จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 30.8 รองลงมา ได้แก่ 1) หาข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 19.3 2) หาข้อมูลจากโทรศัพท์ จำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 18.0 3) หาข้อมูลจากเว็บไซต์ จำนวน 69 คน คิดเป็นร้อยละ 17.3 4) หาข้อมูลจากนิตยสารการท่องเที่ยว จำนวน 26 คน คิดเป็นร้อยละ 6.5 5) หาข้อมูลจากงานเทศกาลท่องเที่ยวไทย จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 และ 6) หาข้อมูลจากโรงพยาบาล ศูนย์สปา จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 ตามลำดับ

Table 1 The Form of Wellness Tourism that is Considered Appropriate for Chiang Khan District, Loei Province

Suitable Wellness Tourism Models for Chiang Khan District, Loei Province	Number of People	Percentage (%)
1. Traditional Thai Massage	266	66.5
2. Herbal Steam/Compress Services	8	2.0
3. Aromatherapy (Treatment using fragrant scents)	20	5.0
4. Mineral Bath Services (Spa) - including mineral baths, hot springs, fish spa, milk baths	22	5.5
5. Water Therapy - such as water aerobics (Hydrotherapy)	9	2.3
6. Exercise programs such as body training or yoga	5	1.3
7. Buddhist Meditation Practice	2	0.5
8. Health-oriented food and herbal drinks services	29	7.3
9. Health and beauty herbal product services	36	9.0
10. Others	3	0.7
รวม	400	100.0

จาก Table 1 กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เห็นว่าเหมาะสมกับอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เห็นว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เหมาะสมกับอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย คือนวดแผนโบราณ จำนวน 266 คน คิดเป็นร้อยละ 66.5 รองลงมา ได้แก่ 1) การบริการผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพและความงาม จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 2) การบริการอาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรเพื่อสุขภาพ จำนวน 29 คน คิดเป็นร้อยละ 7.3 3) การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) (บริการอาบน้ำแร่ในบ่อน้ำแร่/น้ำพุ/สปา/การแช่น้ำนม จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.5 4) สูดกลิ่นบำบัด (Aroma therapy) (การบำบัดอาการต่าง ๆ ด้วยกลิ่นหอม) จำนวน 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.0 5) วารีบำบัด (Water therapy) (การออกกำลังกายแอโรบิกในน้ำ (ไฮโดรเทราปี) จำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 6) บริการอบ/ประคบสมุนไพร จำนวน 8 คน คิดเป็นร้อยละ 2.0 7) การออกกำลังกายโดยฝึกกายบริหาร หรือ โยคะ จำนวน 5 คน คิดเป็นร้อยละ 1.2 8) อื่นๆ จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.7 และ 9) การฝึกสมาธิแนวพุทธศาสนา (Buddhist meditation) จำนวน 2 คน คิดเป็นร้อยละ 0.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิด Happy model ในอำเภอเชียงคาน จังหวัดเลย สะท้อนให้เห็นว่าพื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบองค์รวม ครอบคลุมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ จิตวิญญาณ สังคม อารมณ์ และสิ่งแวดล้อม โดยด้านร่างกายมุ่งเน้นการเสริมสร้างความสามารถในการดูแลสุขภาพตนเองมากกว่าการรักษาเพียงอย่างเดียว ด้านจิตใจพบการมีกิจกรรมออกกำลังกายประกอบดนตรีที่ส่งเสริมทั้งสุขภาพและการมีส่วนร่วม ด้านจิตวิญญาณสะท้อนผ่านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น เช่น ประเพณีผาสาดลอยเคราะห์ ขณะที่ด้านสิ่งแวดล้อมมีความโดดเด่นจากทรัพยากรธรรมชาติที่เอื้อต่อกิจกรรมบำบัดด้วยธรรมชาติ อย่างไรก็ตาม ยังพบช่องว่างในมิติด้านสังคมที่ขาดความชัดเจนในการรับรู้และการเชื่อมโยงเครือข่าย รวมถึงความต้องการพัฒนาระบบสนับสนุนด้านอารมณ์ เช่น การจัดกิจกรรมคลายเครียดและบริการสุขภาพจิตในระดับชุมชน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงแนวทางในการยกระดับการจัดการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความครอบคลุมและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

2. การรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพรายด้านของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน

จากการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างกับผู้ประกอบการ หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านกินดี อยู่ดี ออกกำลังกายดีและแบ่งปันสิ่งดีดี สามารถแสดงได้ดังนี้

Table 2 Results of the Analysis on the Perception Level of Quality Management in Each Aspect of the Happy Model

Happy Model	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation
Quality Management of “Eat Well” in Happy Model			
1. Eat Well Identity	4.21	0.64	High
2. Products and Services	4.05	0.70	High
Overall	4.13	0.67	High
Quality Management of “Live Well” in Happy Model			
1. Live Well Identity	4.17	0.62	High
2. Products and Services	3.97	0.72	High
Overall	4.07	0.67	High
Quality Management of “Fit Well” in Happy Model			
1. Fit Well Identity	4.06	0.98	High
2. Products and Services	3.96	0.98	High
Overall	4.01	0.98	High
Quality Management of “Give Well” in Happy Model			
1. Give Well Identity	4.17	0.62	High
2. Products and Services	3.86	0.76	High
Overall	4.02	0.69	High

จาก Table 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพรายด้านของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน

1) ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านกินดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านกินดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.13$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอัตลักษณ์การกินดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.21$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านสินค้าและบริการ (Products and Services) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$)

2) ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอยู่ดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอยู่ดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอัตลักษณ์การอยู่ดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านสินค้าและบริการ (Products and Services) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$)

3) ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านออกกำลังกายดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านออกกำลังกายดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.01$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอัตลักษณ์การออกกำลังกายดี ($\bar{X} = 4.06$) อยู่ในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านสินค้าและบริการ (Products and Services) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.96$)

4) ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านแบ่งปันสิ่งดีดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข พบว่า โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านแบ่งปันสิ่งดีดีของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.02$) เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านอัตลักษณ์การแบ่งปันสิ่งดีดี อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.17$) และผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพด้านสินค้าและบริการ (Products and Services) อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$)

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ พบว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมิได้เป็นเพียงการรวมบริการด้านสุขภาพไว้ในแหล่งท่องเที่ยว แต่เป็นการสร้างประสบการณ์ที่ผสมผสานกิจกรรมเพื่อสุขภาพกับการท่องเที่ยวอย่างสมดุล ซึ่งช่วยเพิ่มมูลค่าเชิงเศรษฐกิจและยกระดับคุณภาพชีวิตของนักท่องเที่ยวในระยะยาว การผสมผสานกิจกรรมหลากหลายมิติทั้งด้านร่างกาย จิตใจ อารมณ์ จิตวิญญาณ สังคม และสิ่งแวดล้อม สะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีศักยภาพในการเป็นเครื่องมือสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืน (sustainable development) โดยเชื่อมโยงกับการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และส่งเสริมวัฒนธรรมสุขภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นมากกว่าการพักผ่อนเพื่อความเพลิดเพลิน แต่เป็นการลงทุนในสุขภาพระยะยาวของบุคคลและชุมชน การพัฒนาและส่งเสริมกิจกรรมเหล่านี้อย่างเป็นระบบ จะช่วยสร้างจุดขายใหม่ให้กับแหล่งท่องเที่ยว พร้อมทั้งสนับสนุนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเศรษฐกิจสีเขียวในระดับท้องถิ่นและประเทศ

3. แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน

แนวทางการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคาน ตามแนวคิดโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข คือ กินดี (Eat well) อยู่ดี (Live well) ออกกำลังกายดี (Fit well) และ แบ่งปันสิ่งดีดี (Give well) โดยเน้นความเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น มาตรฐานสุขภาพ ความปลอดภัย และความยั่งยืนของชุมชน ผู้วิจัยขอเสนอแนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคานตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้

3.1 กินดี

ควรใช้จุดแข็งด้านอาหารท้องถิ่นและวัตถุดิบธรรมชาติของเชียงคาน สร้างสรรค์อาหารสุขภาพจากภูมิปัญญาดั้งเดิม โดยเน้นมาตรฐานด้านสุขภาพ ความปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมอาหารสุขภาพท้องถิ่น โดยการนำวัตถุดิบพื้นบ้าน ผัก สมุนไพร ปลาย่าง มาพัฒนาเป็นเมนูอาหารเพื่อสุขภาพ พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร การทำอาหารท้องถิ่น อาหารตามธาตุ อาหารและเครื่องดื่มสมุนไพรท้องถิ่น เป็นต้น

3.2 อยู่ดี

ยกระดับคุณภาพการพักผ่อนของนักท่องเที่ยวให้ได้ทั้งสุขภาพกายและใจ พร้อมสัมผัสความสงบงามของเชียงคานอย่างแท้จริง ส่งเสริมการพัฒนาที่พักตามมาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัย ส่งเสริมบ้านพักแบบโฮมสเตย์ที่เน้นการเรียนรู้วิถีชีวิต เปิดโอกาสนักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมร่วมกับเจ้าของบ้าน เช่น เก็บผัก ทำอาหาร ทอผ้า สร้างเครือข่ายโฮมสเตย์ภายในท้องถิ่นเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางพักผ่อนเพื่อสุขภาพ โปรแกรมנדแผนไทยโดยชุมชน, อาบสมุนไพร ที่พักที่ส่งเสริมสุขภาพ เป็นต้น

3.3 ออกกำลังกายดี

ส่งเสริมการเคลื่อนไหวร่างกายในบรรยากาศธรรมชาติและวัฒนธรรมริมโขง พัฒนาเส้นทางจักรยานและเส้นทางเดินเท้า เส้นทางเลียบโขง มีจุดพัก ป้ายบอกเส้นทาง อย่างเพียงพอเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการเรื่องสุขภาพ ได้แก่ ความรู้การปฐมพยาบาลเบื้องต้น การดูแลนักท่องเที่ยวเด็กและผู้สูงอายุ การใช้อุปกรณ์ช่วยชีวิต พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่บูรณาการการออกกำลังกายกับการเดินทางท่องเที่ยว

3.4 แบ่งปันสิ่งดีดี

สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวให้กับนักท่องเที่ยว ที่ส่งเสริมการมอบสิ่งดีๆ ให้กับชุมชนและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ รักษาและอนุรักษ์ทรัพยากรทางการท่องเที่ยว พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงสุขภาพแบบจิตอาสา โดยเพิ่มกิจกรรมจิตอาสา อาทิ การเก็บขยะ การปลูกต้นไม้ การปลูกสมุนไพรเพื่อใช้ในชุมชน เป็นต้น จัดโครงการ CSR ร่วมกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยมีการบูรณาการการมีส่วนร่วมในทุกภาคส่วน (หน่วยงานภาครัฐ เอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชนและนักท่องเที่ยว)

4. อภิปรายผล

การศึกษา เรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคานตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข มีประเด็นในการอภิปรายดังนี้

4.1 ระดับความคิดเห็นต่อการจัดการคุณภาพในการพัฒนาสู่โมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคานพบว่า โมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน สามารถตอบสนองความต้องการและสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ โดยประชาชนให้ความสำคัญต่อ อัตลักษณ์ของแต่ละด้านมากกว่าการประเมินในมิติ สินค้าและบริการ แสดงให้เห็นว่า การสร้างความสุขและคุณภาพชีวิตที่ยั่งยืน ไม่ได้ขึ้นอยู่กับเพียงการจัดการเชิงบริการเท่านั้น แต่ขึ้นอยู่กับการรักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการสร้างคุณค่าที่มีรากฐานจากชุมชนเอง การจัดการคุณภาพของโมเดลอารมณดี มีความสุข ได้รับการยอมรับในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านที่เกี่ยวข้องกับอัตลักษณ์ ซึ่งเป็นจุดแข็งของอำเภอเชียงคาน และควรได้รับการต่อยอดเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทั้งในด้านเศรษฐกิจ สังคม และคุณภาพชีวิตของประชาชน สอดคล้องกับ Chanatup et al. (2021) ที่ศึกษาการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ กรณีศึกษา น้ำพุร้อนท่าสะทอน ตำบลท่าสะทอน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี ให้มีศักยภาพในการให้บริการนักท่องเที่ยว พบว่า การจัดการแหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนท่าสะทอน จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีการจัดการตามกรอบมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ดังนี้ ด้านมาตรฐานหลักของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ ได้แก่ คุณภาพน้ำพุร้อน สิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ห้องแช่น้ำพุร้อน บ่อน้ำพุร้อน ห้องน้ำ ห้องสุขา ห้องเปลี่ยนเสื้อผ้า เป็นต้น การจัดการด้านความปลอดภัย และการจัดการด้านสิ่งแวดล้อมที่สามารถให้บริการนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดีเหมาะสม และ ด้านศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพประเภทน้ำพุร้อนธรรมชาติ พบว่า แหล่งท่องเที่ยว น้ำพุร้อนท่าสะทอน มีสภาพความสมบูรณ์ของธรรมชาติบริเวณโดยรอบพื้นที่ และประชาชนทั้งคนในพื้นที่และต่างพื้นที่นิยมมาอาบน้ำแร่เพื่อการรักษาโรค การเดินทางมาเข้าถึงแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติมีความสะดวก และขนาดพื้นที่บริเวณแหล่งน้ำพุร้อนธรรมชาติกว้างขวาง สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ ความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่น เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ คนในพื้นที่ให้ความสำคัญและมีส่วนร่วมในการใช้ประโยชน์น้ำพุร้อนธรรมชาติ

4.2 การขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ด้านกินดี (Eat well) ของอำเภอเชียงคานมีความโดดเด่นในการเป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัย ผ่านการส่งเสริมการทำเกษตรอินทรีย์และการปลูกผักปลอดสาร รวมทั้งการมีระบบตรวจสอบคุณภาพที่โปร่งใส นอกจากนี้ สินค้าและบริการยังสะท้อนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมการกินของคนริมโขง เช่น การเลือกใช้วัตถุดิบพื้นบ้านตามฤดูกาล และการนำเมนูพื้นบ้านที่มีคุณสมบัติทางสมุนไพรมาเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ผลลัพธ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า การกินดีไม่เพียงเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่ม

ทางเศรษฐกิจ แต่ยังเชื่อมโยงกับสุขภาพของนักท่องเที่ยว และการสร้างอัตลักษณ์ท้องถิ่นที่ยั่งยืน โดยให้ชุมชนเป็นแหล่งผลิตอาหารปลอดภัยด้วยการปลูกผักปลอดสาร การทำเกษตรอินทรีย์ และมีระบบตรวจสอบคุณภาพที่โปร่งใส อาหารสะท้อนภูมิปัญญาและวัฒนธรรมการกินของคนริมโขง การเลือกใช้วัตถุดิบพื้นบ้านตามฤดูกาล และมีเมนูอาหารพื้นบ้านหลายชนิดมีคุณสมบัติทางสมุนไพร ด้านอยู่ดี (Live well) ในอำเภอเชียงคานมีอัตลักษณ์ที่ชัดเจน โดยที่พักรับรองจำนวนมากเน้นการออกแบบที่ผสมผสานระหว่างความกลมกลืนกับสถาปัตยกรรมดั้งเดิมและความสะอาดสบายร่วมสมัย อีกทั้งยังมีการจัดสภาพแวดล้อมให้เงียบสงบ อากาศดี เหมาะแก่การพักผ่อนทั้งทางร่างกายและจิตใจ นอกจากนี้ บริการเสริม เช่น สปาสมุนไพร การนวดแผนไทย และการทำสมาธิ ยังช่วยเสริมสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น ด้านออกกำลังกายดี (Fit well) ในอำเภอเชียงคานมีความโดดเด่นตรงการผสมผสาน กิจกรรมทางกายภาพกับวัฒนธรรมท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการเดินจงกรมริมแม่น้ำโขง การจัดวิ่งมาราธอนท้องถิ่น หรือการแข่งขันเรือยาว ซึ่งนอกจากจะช่วยส่งเสริมสุขภาพแล้ว ยังทำให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมอย่างใกล้ชิด ด้านเชียงคานมุ่งเน้นการแบ่งปันคุณค่าที่ดีระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว โดยผ่านทั้งการเรียนรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น การทำขนมพื้นบ้าน การจักสาน การทอผ้า และกิจกรรมเพื่อสิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่าและอนุรักษ์แม่น้ำโขง ซึ่งสะท้อนถึงแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้และการท่องเที่ยวเชิงจิตอาสา (Voluntourism) ที่ได้รับความนิยมมากขึ้นในปัจจุบัน แบ่งปันสิ่งดีดี (Give well) สอดคล้องกับงานของ Jaieua (2023) ที่ศึกษาแนวทางการเสริมสร้างความสุขของนักท่องเที่ยวในการเดินทางท่องเที่ยวภายใต้วิถีชีวิตใหม่ ผลการศึกษาพบว่า 1) ชุมชนมีการบริหารจัดการจัดการชุมชนเป็นอย่างดี บุคลากรในชุมชนและหน่วยงานภาครัฐมีส่วนร่วมในการพัฒนาพื้นที่ มีการแบ่งหน้าที่บริหารอย่างชัดเจน มีการจัดการแต่งตั้งคณะกรรมการทุกส่วนเพื่อบริหารจัดการอย่างยั่งยืนและเป็นระบบ 2) สภาพแวดล้อมและองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยวของชุมชนมีจุดแข็งด้านศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวที่มีความสวยงามระดับมาก มีการจัดสถานที่ท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงวิถีชีวิต มีสิ่งอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวที่เพียงพอ ที่พักโฮมสเตย์บริการดีและกิจกรรมมากมาย มีสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการที่โดดเด่น อีกทั้งยังคงไว้ซึ่งประเพณีและวัฒนธรรมเป็นอย่างดี แต่อย่างไรก็ตามชุมชนยังมีจุดอ่อนด้านการจัดการศักยภาพทักษะของบุคลากรในชุมชน 3) แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยววิถีชุมชนภายใต้แนวทางการท่องเที่ยว 4.0 ซึ่งประกอบด้วยแนวทางการพัฒนาศักยภาพทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล 4.0 การสร้างข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตส่งเสริมการท่องเที่ยว การยกระดับทักษะบุคลากร การบริหารจัดการและการมีส่วนร่วมสู่การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการส่งเสริมสินค้า ผลิตภัณฑ์และบริการทางการท่องเที่ยวภายใต้การตลาดในยุค 4.0

4.3 แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน ด้านกินดี (Eat well) ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนเชียงคานมีศักยภาพในการนำเสนออาหารสุขภาพที่ใช้วัตถุดิบพื้นบ้านตามฤดูกาล เช่น ผักริมโขง ปลา และสมุนไพร ซึ่งไม่เพียงแต่ตอบสนองต่อแนวคิดด้านความปลอดภัยของอาหารและการกินอย่างยั่งยืน แต่ยังสะท้อนภูมิปัญญาท้องถิ่นและอัตลักษณ์ชุมชน การพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Food tourism route) จึงเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยสร้างความแตกต่างและเพิ่มคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ ด้านอยู่ดี (Live well) ผลการวิจัยชี้ว่าเชียงคานสามารถยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพผ่านการพัฒนาที่พักที่ใกล้ชิดธรรมชาติ มีบริการด้านสุขภาพ เช่น สปาสมุนไพร นวดแผนไทย และกิจกรรมทางจิตวิญญาณ เช่น การทำสมาธิ ที่พักแบบโฮมสเตย์ยังช่วยให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีชีวิตและวัฒนธรรมชุมชนอย่างแท้จริง ด้านออกกำลังกายดี (Fit well) ผลการวิจัยพบว่า การผสมผสานกิจกรรมทางกายเข้ากับภูมิทัศน์ริมโขง เช่น การปั่นจักรยาน วิ่งมาราธอนท้องถิ่น หรือการแข่งขันเรือยาว สร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และแตกต่างจากเมืองท่องเที่ยวอื่น อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมสุขภาพทั้งกายและใจของผู้มาเยือน และด้านแบ่งปันสิ่งดีดี (Give well) ผลการวิจัยพบว่า การท่องเที่ยวในเชียงคานเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ภูมิปัญญาชาวบ้าน เช่น การจักสาน การทอผ้า การทำขนมพื้นบ้าน รวมถึงการทำกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม เช่น การปลูกป่าและการดูแลแม่น้ำโขง ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชนและเสริมสร้างคุณค่าเชิงจิตใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Asipong (2021) ที่ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพอย่างสร้างสรรค์ชุมชนบ้านสำโรง ตำบลท่าสว่าง อำเภอเมืองจังหวัดสุรินทร์ พบว่าแนวทางในการพัฒนาออกเป็น 2 ประเด็นหลัก ได้แก่ ประเด็นเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวภายในชุมชน ประกอบด้วย การจัดการนำเที่ยวในชุมชน เป็นประเด็นที่สำคัญที่จะทำให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนชุมชนได้รับความปลอดภัยของชุมชน และการพัฒนาศักยภาพผู้นำชม นักสื่อความหมายชุมชน นักเล่าเรื่องหรือนักสื่อความหมายมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชน ซึ่งจะต้องให้ข้อมูลอย่างถูกต้องและเหมาะสมเกี่ยวกับชุมชนให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน และผู้นำชมหรือนักสื่อความหมายจะเป็นคนที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวอยากที่จะมีส่วนร่วมใน

การทำกิจกรรม และการส่งเสริมการตลาด นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่เดินทางมาเป็นกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เดินทางมาเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้กัน การส่งเสริมการตลาดการประชาสัมพันธ์ออนไลน์จึงเป็นแนวทางที่จะช่วยให้ชุมชนเป็นที่รู้จักเพิ่มมากขึ้น

สรุปผลการวิจัย

การศึกษาเรื่อง แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของอำเภอเชียงคานตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข สามารถสรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ได้ดังนี้

1. การรับรู้กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข อำเภอเชียงคาน ของนักท่องเที่ยว ผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังอำเภอเชียงคานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่มีภาวะร่างกายแข็งแรงสมบูรณ์และมีความพร้อมในการทำกิจกรรมท่องเที่ยวที่ต้องใช้พลังงาน โดยปัจจัยสำคัญที่สุดที่ดึงดูดให้กลุ่มเป้าหมายสนใจกิจกรรมเชิงสุขภาพคือความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและความน่าสนใจของรูปแบบกิจกรรม สำหรับการแสวงหาข้อมูลนักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือจากสถาบันหรือผู้เชี่ยวชาญโดยเฉพาะผ่านบริษัทนำเที่ยวและหน่วยงานภาครัฐ ในมิติของกิจกรรมที่เหมาะสมกับพื้นที่ นักท่องเที่ยวมีความเห็นว่า การนวดแผนไทย เป็นอัตลักษณ์ที่โดดเด่นที่สุดของเชียงคาน ซึ่งสอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและภูมิปัญญาดั้งเดิมที่เข้มแข็ง โดยเฉพาะการเชื่อมโยงกิจกรรมที่ส่งเสริมทั้งสุขภาพกายและจิตวิญญาณผ่านประเพณีท้องถิ่นและการบำบัดด้วยธรรมชาติริมน้ำโขง

2. ระดับการรับรู้ต่อการจัดการคุณภาพรายด้านของโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน การจัดการคุณภาพทั้ง 4 ด้าน พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ต่อการดำเนินงานในพื้นที่อยู่ในระดับที่สูงมาก โดยมิติที่โดดเด่นที่สุดคือ "การกินดี" ซึ่งนักท่องเที่ยวสัมผัสได้ถึงอัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและมีคุณภาพสอดคล้องกับแนวคิดสุขภาพ รองลงมาคือ "การอยู่ดี" ที่สะท้อนผ่านที่พักและบรรยากาศการพักผ่อนที่สงบงามตามวิถีชีวิตดั้งเดิม ในขณะที่ด้าน "การแบ่งปันสิ่งดีดี" และ "การออกกำลังกายดี" แม้จะมีการรับรู้ในระดับที่สูงเช่นกัน แต่ยังเป็นมิติที่สามารถพัฒนาต่อยอดได้ โดยเฉพาะการเสริมสร้างกิจกรรมที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมกับชุมชนและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่เอื้อต่อการเคลื่อนไหวร่างกายในบรรยากาศธรรมชาติ ซึ่งจะช่วยให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของเชียงคานมีความสมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น

3. แนวทางการขับเคลื่อนกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข ของอำเภอเชียงคาน พบว่า แนวทางหลักในการขับเคลื่อนมุ่งเน้นการยกระดับทรัพยากรท้องถิ่นสู่มาตรฐานสากลภายใต้กรอบอารมณดี มีความสุข โดยในมิติโภชนาการควรชูจุดแข็งเรื่องวัตถุดิบจากกลุ่มน้ำโขงและพืชพรรณสมุนไพรมาสร้างสรรค์เป็นเมนูสุขภาพที่บอกเล่าเรื่องราวของชุมชน สำหรับด้านที่พักแรมมุ่งเน้นการพัฒนาโฮมสเตย์ให้เป็นพื้นที่แห่งการเรียนรู้วิถีชีวิตควบคู่กับการบริการสุขภาพที่ปลอดภัย ในส่วนของการส่งเสริมกิจกรรมทางกาย ควรบูรณาการเส้นทางสัญจรเลียบแม่น้ำโขงให้เป็นเส้นทางแห่งสุขภาพที่รวมการออกกำลังกายเข้ากับทัศนียภาพทางวัฒนธรรม และการสร้างจิตสำนึกในการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ โดยการเปิดพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และแบ่งปันสิ่งดี ๆ กลับคืนสู่สังคมและสิ่งแวดล้อม ซึ่งจะเป็หัวใจสำคัญในการสร้างความยั่งยืนให้กับเชียงคานในฐานะจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัย สามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ว่า “การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืนต้องบูรณาการมิติแห่งความสุขกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น” โดยพบว่าความสุขของนักท่องเที่ยวและคุณภาพชีวิตของชุมชนไม่ได้เกิดจากบริการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการเชื่อมโยงคุณค่าทางวัฒนธรรม วิถีชีวิต และสิ่งแวดล้อมในชุมชนเข้าสู่กิจกรรมท่องเที่ยวอย่างมีส่วนร่วม องค์ความรู้ใหม่นี้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพตามแนวคิดโมเดลอารมณดี มีความสุข คือกระบวนการสร้างสุขร่วมกันระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน บนพื้นฐานของอัตลักษณ์ท้องถิ่น ความยั่งยืน และการมีส่วนร่วม ซึ่งสามารถเป็นแนวทางพัฒนาเชิงนโยบายและต้นแบบให้กับพื้นที่ท่องเที่ยวสุขภาพอื่นในประเทศไทยได้ รายละเอียด ดังแสดงใน Figure 1



Figure 1 New knowledge on health tourism according to the Happy Chiangkhan Model

Note. Researcher created from research results (2025).

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ควรให้ความสำคัญกับการรักษา และต่อยอดอัตลักษณ์ท้องถิ่น ในทุกมิติของโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข โดยเฉพาะด้าน “กินดี” และ “อยู่ดี” ซึ่งเป็นจุดแข็งของอำเภอเชียงคาน เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่มให้กับชุมชน

1.2 หน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นควรกำหนด นโยบายสนับสนุนการพัฒนาโมเดลอารมณ์ดี มีความสุข เป็นแผนยุทธศาสตร์ระยะยาว เพื่อบูรณาการกับนโยบายการท่องเที่ยว การสาธารณสุข และเศรษฐกิจชุมชน

1.3 ส่งเสริมให้เกิด เครือข่ายความร่วมมือ ระหว่างการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย(สำนักงานเลย) องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนเลย (อพท.เลย) สำนักงานท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดเลย และหน่วยงานการศึกษา เพื่อยกระดับสินค้าและบริการให้ได้มาตรฐาน แต่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ท้องถิ่น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบในพื้นที่อื่นที่มีลักษณะใกล้เคียงกับเชียงคาน เช่น เมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือชุมชนที่มีเอกลักษณ์ทางอาหารและวิถีชีวิต เพื่อเปรียบเทียบและยืนยันความเหมาะสมของการประยุกต์ใช้โมเดลอารมณ์ดี มีความสุข ในบริบทที่หลากหลาย

2.2 งานวิจัยครั้งต่อไปอาจมุ่งเน้นการศึกษาเฉพาะกลุ่ม เช่น เยาวชน ผู้สูงอายุ หรือผู้ประกอบการท้องถิ่น เพื่อให้เข้าใจความต้องการและปัจจัยที่มีผลต่อการสร้าง “ความสุข” ในแต่ละกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้ง

เลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย หมายเลขรับรอง H947/2568

เอกสารอ้างอิง

- Asipong, T. (2021). *The Development of Creative Health Tourism Activities of Somrong Village, Mueang District, Surin Province*. A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of Requirements for the Degree of Master of Liberal Arts. Ubonratchathani. Ubonratchathani University.
- Chanatup, S., Raksayot, N., & Phudphuek N. (2021). Health Tourism Management: A Case Study of Thasathon Hot Spring Sub-district, Phunphin District, Surat Thani Province. *Journal of Management Sciences*, 8(1), 61 – 79. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msj/article/view/246492/169600>.

- Cochran, W. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.
- Global Wellness Institute (2013, October 17). *Wellness Now A \$3.72 Trillion Global Industry-with 10.6% Growth from 2013-2015*. <https://www.globalwellnessinstitute.org/wellness-now-a-372-trillion-global-industry>.
- Hatthakam, R., Promchart, R., Jeatamrong N., Rattakul W., & Keawkla k. (2017). Gross Happiness Components and Indicators Development of Community Based Tourism Management. *Interdisciplinary Management Journal*, 1(1), 99–108. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/journalfms-thaijo/article/view/190753/133390>.
- Jaiuea, M. (2023). Guidelines for Enhancing the Happiness of Tourists in New Normal Travel. *Journal of International Studies, University of the Thai Chamber of Commerce*, 13(1), 170–216.
- Khaewsa, W., Khawda, N., Saenluanginn, J., Boonkiattiboot, R., & Meekai N. (2023). Evaluation of the Processing Model for Health Economics Policy About the Health and Culture Tourism During Covid-19 Situation Within Public Health Measures: A Case Study of Sandbox Chiang Khan, Loei Province. *Journal of Khon Kaen Provincial Health Office, Khonkaen*, 5(1), 1-16. <https://he02.tci-thaijo.org/index.php/jkkpho/article/view/262555>.
- Manson W., Suksan B., & Sanphosh K. (2025). Problems and Development Guidelines Community Enterprise Development Approach Based on the Concept of Circular Economy, Regional Areas Upper Northeast 1. *Journal of Social Academic, Chiangrai*, 18(Suppl), 161–172. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/social_crru/article/view/281500.
- The Global Wellness Institute. (2018, October). *2018 Global Wellness Economy Monitor*. <https://globalwellnessinstitute.org/industry-research/2018-global-wellness-economy-monitor/>.
- The Global Wellness Institute. (2023, November). *2018 Global Wellness Economy Monitor*. https://globalwellnessinstitute.org/wp-content/uploads/2023/11/GWI-WE-Monitor-2023_FINAL.pdf.
- The Thai Chamber of Commerce and the Board of Trade of Thailand. (2021). *Happy Model Guide: A Model of Positive Emotions and Happiness, Advancing Towards High-Quality Tourism*. Program Management Unit for Competitiveness (PMUC).

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ

Factors Influencing Community Leaders' Knowledge and Skills in Managing Low-Carbon Community-based Tourism

กนกกานต์ แก้วนุช^{1*} ธานียา สิงห์ครุฑ¹Kanokkarn Kaewnuch¹ Thaniya Singkrut¹

Corresponding Author's Email: singkrutthaniya@gmail.com

(Received: October 31, 2025; Revised: May 18, 2026; Accepted: May 21, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจกิจกรรมและประเมินระดับความรู้และทักษะด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำของผู้นำชุมชนการท่องเที่ยว 2) ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการส่งเสริมความรู้และทักษะในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงคาร์บอนต่ำ และ 3) พัฒนาระบบการส่งเสริมความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวดังกล่าว โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed methods) ทั้งการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 288 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักจาก 3 จังหวัดนำร่อง ได้แก่ กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ผู้นำชุมชนมีระดับความรู้และทักษะด้าน Low Carbon Community Based Tourism (LC-CBT) อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านเจตคติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ปัจจัยที่มีผลมากที่สุดต่อความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวพบว่าด้านการเมืองนั้นมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือปัจจัยด้านสังคมและเศรษฐกิจ ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล (อายุ และประสบการณ์) มีส่วนอย่างมีนัยสำคัญน้อยที่สุด ซึ่งมีนัยสำคัญทางสถิติ .01 ทั้งนี้การอบรมแบบภาคสนาม การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนต้นแบบ และการสนับสนุนจากเครือข่ายภายนอก เช่น มหาวิทยาลัยและองค์กรสิ่งแวดล้อม เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้นำให้มีความรู้และทักษะที่สามารถบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงคาร์บอนต่ำได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ การจัดระบบอบรมต่อเนื่อง การสร้างกลไกแรงจูงใจ เช่น ระบบรับรองคุณวุฒิของผู้นำ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างภาครัฐ เอกชน และชุมชนอย่างเป็นระบบ เพื่อขับเคลื่อน LC-CBT ให้เกิดผลในทางปฏิบัติอย่างแท้จริงพบว่าปัจจัยด้านการเมืองมีอิทธิพลสูงสุด

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ ผู้นำชุมชน การพัฒนาศักยภาพ การจัดการการท่องเที่ยว การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

Abstract

This research aims to: 1) explore activities and assess the level of knowledge and skills in managing low-carbon community-based tourism (LC-CBT) among community leaders; 2) examine the factors influencing the enhancement of knowledge and skills in LC-CBT management; and 3) develop a process to foster the knowledge and skills of community leaders in tourism management. A mixed-methods approach was employed, including quantitative data collection from 286 respondents and in-depth interviews with key informants in three pilot provinces: Bangkok, Nan, and Nakhon Ratchasima. The findings revealed that community leaders possessed a high level of knowledge and skills in LC-CBT, with attitudes showing the highest average scores. Significant factors influencing knowledge and skills of community leaders were political, sociology, economic aspects while demographic is the least essential factor in this case, yet still significant .01. Practical field-based training, knowledge exchange with model communities, and support from external networks, such as universities and environmental organizations, were identified as crucial mechanisms for effectively and sustainably developing community leaders' capabilities in LC-CBT. The study recommends establishing continuous training systems, creating motivation mechanisms such as leadership certification, and promoting structured collaboration among governmental, private, and community sectors to drive practical implementation of LC-CBT initiatives.

¹ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

¹ Faculty of Tourism Management, National Institute of Development Administration

Keywords: low-carbon community-based tourism, community leadership, capacity development, tourism management, sustainable tourism

ความเป็นมาของปัญหา

การท่องเที่ยวถือเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่สร้างรายได้ การจ้างงาน และกระจายประโยชน์สู่พื้นที่ต่างๆ ของประเทศ โดยเฉพาะการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งมุ่งให้คนในพื้นที่มีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทาง บริหารจัดการทรัพยากร และกระจายผลประโยชน์จากทรัพยากรท้องถิ่นอย่างยั่งยืนและเป็นธรรม (Giampiccoli & Saayman, 2018) อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อให้เกิดประโยชน์ระยะยาวแก่ชุมชน (International Labour Organization [ILO], 2013) อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการท่องเที่ยวที่เติบโตต่อเนื่องกำลังเผชิญข้อจำกัดใหม่ที่มีนัยสำคัญคือวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและแรงกดดันจากการลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก ซึ่งภาคการท่องเที่ยวมีส่วนเกี่ยวข้องทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านการเดินทาง การใช้พลังงานในที่พัก การจัดกิจกรรมท่องเที่ยว และห่วงโซ่อุปทานของสินค้าและบริการในพื้นที่

ในบริบทดังกล่าวแนวคิดเรื่องการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ Low-Carbon Community-Based Tourism (LC-CBT) จึงมีความสำคัญเพิ่มขึ้นในฐานะกลไกที่ช่วยให้ชุมชนสามารถรักษาคุณค่าทรัพยากรท้องถิ่น ควบคู่กับการลดและหลีกเลี่ยงการปล่อยคาร์บอน และเพิ่มความสามารถในการปรับตัวต่อความเสี่ยงด้านภูมิอากาศ ดังนั้น การขับเคลื่อน LC-CBT ให้เกิดผลจริงไม่ได้ขึ้นกับโครงสร้างพื้นฐานหรือเทคโนโลยีเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นกับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการออกแบบกิจกรรมท่องเที่ยวที่ปล่อยคาร์บอนต่ำ การจัดการพลังงานและการเดินทางในพื้นที่ การสื่อสารและสร้างการมีส่วนร่วมของผู้ประกอบการและนักท่องเที่ยว การรวบรวมข้อมูลเพื่อการติดตามประเมินผล และการประสานภาคีเครือข่ายและนโยบายสนับสนุน (Hall, 2019) อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติหลายพื้นที่ยังเผชิญข้อจำกัด เช่น ความเข้าใจเรื่องคาร์บอนฟุตพริ้นต์และจุดกำเนิดการปล่อยในห่วงโซ่ท่องเที่ยวไม่ชัดเจน ขาดทักษะการวางแผนและติดตามผลเชิงข้อมูล ขาดเครื่องมือและแนวทางที่เหมาะสมกับบริบทชุมชน และมีความเหลื่อมล้ำด้านศักยภาพระหว่างพื้นที่

แม้งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ผ่านมาจะมีจำนวนมาก แต่งานที่มุ่งศึกษาในมิติระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนโดยเฉพาะในกรอบคาร์บอนต่ำยังมีจำนวนจำกัดและมักกระจุกอยู่กับการรายงานกิจกรรมเชิงสิ่งแวดล้อมทั่วไปมากกว่าการอธิบายปัจจัยกำหนดสมรรถนะของผู้นำ เช่น ประสิทธิภาพการบริหารจัดการเครือข่ายความร่วมมือ การเข้าถึงการอบรมและข้อมูล งบประมาณ การสนับสนุนเชิงนโยบาย โครงสร้างการท่องเที่ยวของพื้นที่ อีกทั้งยังขาดการศึกษาเปรียบเทียบข้ามบริบทพื้นที่เพื่อทำความเข้าใจว่าปัจจัยใดมีผลร่วมและปัจจัยใดขึ้นกับเงื่อนไขเฉพาะของเมืองท่องเที่ยวขนาดใหญ่ เมืองรอง หรือพื้นที่ชนบท ซึ่งเป็นสาระตั้งต้นสำคัญสำหรับการออกแบบกระบวนการพัฒนาศักยภาพที่นำไปใช้ได้จริงและปรับใช้ได้หลายพื้นที่

การเลือกพื้นที่วิจัย กรุงเทพมหานคร น่าน นครราชสีมา มีเหตุผลเชิงวิชาการและเชิงนโยบายเพื่อให้ครอบคลุมความหลากหลายของระบบท่องเที่ยวและเงื่อนไขการลดคาร์บอนในประเทศไทย กล่าวคือในพื้นที่แรกกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวและบริการที่มีความหนาแน่นของการเดินทางและการใช้พลังงานสูง (Jaroonsit & Pawchit, 2025) แม้ว่าจะเป็นพื้นที่การท่องเที่ยวโดยชุมชนแต่ด้วยการมีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเกี่ยวข้องกับกิจกรรมการท่องเที่ยวจำนวนมาก รวมถึงการมีมาตรการด้านสิ่งแวดล้อมของเมืองที่เอื้อต่อการทดสอบบทบาทผู้นำชุมชนในบริบทเมืองและชุมชนท่องเที่ยวเมือง ซึ่งถือเป็นความท้าทายด้านคาร์บอนจากการคมนาคมและกิจกรรมบริการอย่างเด่นชัด (Srikhwan et al., 2025) สำหรับพื้นที่ที่สองคือจังหวัดน่านเป็นพื้นที่ที่สะท้อนบริบทเมืองรองที่มีความเป็นธรรมชาติและวัฒนธรรมที่พึ่งพาทรัพยากรท้องถิ่นสูง และมีรูปแบบการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่เชื่อมโยงทุนวัฒนธรรม วิถีชุมชน จึงเหมาะต่อการศึกษานโยบายลดคาร์บอนที่ต้องรักษาอัตลักษณ์และระบบนิเวศควบคู่ (Hoonpadoungat, 2025) สำหรับพื้นที่สุดท้ายของการศึกษานี้คือจังหวัดนครราชสีมาเป็นประตูสู่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว เช่น ธรรมชาติ เกษตร วัฒนธรรม และเส้นทางผ่าน รวมถึงมีพลวัตการเดินทางทั้งจากนักท่องเที่ยวภายในประเทศและการเชื่อมต่อภูมิภาค (Phongthong, 2025) ทำให้เห็นโจทย์การจัดการคาร์บอนในพื้นที่และการบริหารจัดการเครือข่ายชุมชนหลายรูปแบบ

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งทำความเข้าใจระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำผ่านการเปรียบเทียบข้ามสามพื้นที่ โดยเริ่มจากการสำรวจและประเมินระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชน วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเสริมความรู้และทักษะ เพื่อนำไปสู่การพัฒนากระบวนการส่งเสริมความรู้และทักษะที่มี

โครงสร้างชัดเจนสามารถนำไปใช้โดยหน่วยงานสนับสนุน ชุมชน และภาคีเครือข่าย เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสำรวจรูปแบบกิจกรรมและประเมินระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ
3. เพื่อพัฒนาระบบการส่งเสริมความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำของผู้นำในชุมชนการท่องเที่ยว

การทบทวนวรรณกรรม

1. วิฤตสภาพภูมิอากาศและการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (LCT)

ภาคการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับการปล่อยก๊าซเรือนกระจกปริมาณมาก ทั้งจากการเดินทาง การใช้พลังงาน และห่วงโซ่อุปทาน ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Gössling, 2002) การลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์จึงเป็นวาระสำคัญระดับสากล (Lenzen et al., 2018) แนวคิดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ (Low-Carbon Tourism: LCT) ถูกนำมาใช้เพื่อมุ่งลดการปล่อยก๊าซฯ ผ่านการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ การปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง และลดการใช้ทรัพยากร (Becken & Patterson, 2006) การจัดการนี้ไม่ใช่เพียงกิจกรรมด้านสิ่งแวดล้อม แต่เป็นความสามารถในการจัดการเชิงระบบที่ต้องรับมือทั้งในด้านการบรรเทาและการปรับตัว (Scott et al., 2019)

2. การบูรณาการ LCT เข้ากับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

แนวคิด LCT สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนและสามารถเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) ที่ให้ชุมชนเป็นแกนหลักในการบริหารจัดการทรัพยากร (Giampiccoli & Saayman, 2018) ความสำเร็จในการจัดการไม่ได้ขึ้นอยู่กับองค์ประกอบทางเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการจัดการแบบองค์รวม ทักษะของผู้นำ การมีส่วนร่วม และเครือข่ายสนับสนุน (Laowirojanakul & Sangpikul, 2024) โดยงานวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนมีอิทธิพลทางตรงต่อความพร้อมในการจัดการมากที่สุด ในขณะที่การบริหารจัดการของผู้นำมีอิทธิพลทางอ้อมอย่างมีนัยสำคัญ (Kiatudomkaew et al., 2025)

3. สมรรถนะและการพัฒนาผู้นำชุมชน

หลายการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาชุมชนจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยสมรรถนะที่หลากหลายของผู้นำชุมชน ได้แก่ ความรู้เฉพาะทาง ทักษะที่เกี่ยวข้องกับเป้าหมายการพัฒนา วิจารณ์ญาณ ความรู้เชิงบริบท ทักษะการสร้างเครือข่าย การสื่อสาร การแก้ปัญหา ความสามารถในการทำงานร่วมกัน การค้นหาและพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน ตลอดจนการเอื้ออำนวยให้เกิดการเรียนรู้และการสร้างวิสัยทัศน์ร่วม (Martiskainen, 2017) ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของกระบวนการพัฒนาชุมชนอย่างยั่งยืน กล่าวคือการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในระบบที่ซับซ้อนต้องอาศัยความร่วมมือ การปรับตัว และการเรียนรู้ร่วมกัน (Armitage et al., 2009) ผู้นำชุมชนถือเป็นกลไกหลักในการแปลงเป้าหมายคาร์บอนต่ำให้เกิดการปฏิบัติจริง โดยสมรรถนะที่ใช้ขับเคลื่อนการพัฒนาที่จำเป็นแบ่งเป็นการมีส่วนร่วม เครือข่าย การสนับสนุนจากภาครัฐและคนในชุมชน (Kiatiskachai & Kovin, 2020) การพัฒนาทักษะเหล่านี้ จะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ การฝึกอบรม และมีระบบสนับสนุนเชิงสถาบันที่เหมาะสม (Reed et al., 2010)

4. บริบทและข้อจำกัดในประเทศไทย

แม้ชุมชนท่องเที่ยวในประเทศไทยจะมีทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งและศักยภาพในการพัฒนา (Ngoenchan et al., 2024) แต่ข้อจำกัดด้านโครงสร้างการบริหารจัดการ การรับรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการสื่อสารเชิงการตลาด ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการยกระดับสู่ความยั่งยืน (Sangpikul & Chieochankitkan, 2026) ข้อจำกัดดังกล่าวสะท้อนถึงช่องว่างด้านความรู้เชิงระบบ ทักษะการบริหารจัดการ และความสามารถในการบูรณาการนโยบายสู่การปฏิบัติของผู้นำชุมชน โดยเฉพาะในบริบทการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำซึ่งต้องอาศัยสมรรถนะเพิ่มเติมด้านสิ่งแวดล้อมและการจัดการทรัพยากร อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในประเทศไทยยังให้ความสำคัญกับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก (Promlung et al., 2024) ขณะที่

การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการขับเคลื่อน CBT แบบคาร์บอนต่ำยังมีอยู่อย่างจำกัด

ช่องว่างการวิจัย (Research gap) แม้วรรณกรรมที่ผ่านมาจะมีการศึกษาเกณฑ์ประเมินพื้นที่ LCT และเสนอสมรรถนะเบื้องต้นของคนในชุมชน (Kiatisakchai & Kovin, 2020) แต่ยังขาดการศึกษาที่มุ่งวัดและอธิบายความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำโดยตรง นอกจากนี้ ยังขาดการทดสอบเชิงประจักษ์ว่า ปัจจัยแวดล้อมต่าง ๆ เช่น การมีส่วนร่วม การสนับสนุนจากภาครัฐ เครือข่าย หรือการสื่อสารนั้นส่งผลต่อความรู้และทักษะของผู้นำอย่างไร ในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน ซึ่งข้อมูลเหล่านี้มีความจำเป็นอย่างยิ่งต่อการออกแบบกระบวนการพัฒนาศักยภาพผู้นำที่อิงหลักฐานเชิงข้อมูลและสามารถนำไปใช้จริงได้ในระดับพื้นที่

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed methods) โดยออกแบบเป็นแบบลำดับเชิงอธิบาย (Explanatory sequential design) เพื่อ 1) วิเคราะห์ระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ และทดสอบอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วยข้อมูลเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Hair et al., 2019) และ 2) ใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพอธิบายกลไกเชิงบริบท เหตุผล และเงื่อนไขเชิงพื้นที่ที่ทำให้ผลเชิงปริมาณแตกต่างกัน รวมถึงสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงกระบวนการพัฒนาศักยภาพผู้นำ (Creswell & Plano Clark, 2017)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

2.1 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป็นสมาชิกคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของชุมชน CBT ในพื้นที่กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา ที่เข้าเกณฑ์ชุมชน CBT โดยกำหนดขนาดตัวอย่างเชิงปริมาณรวม 288 คน และใช้การจัดสรรแบบเท่ากันเพื่อความแข็งแกร่งในการเปรียบเทียบข้ามพื้นที่ ดังนี้ กรุงเทพมหานคร 96 คน น่าน 96 คน และนครราชสีมา 96 คน

2.2 กลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักถูกคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกจนข้อมูลซ้ำอยู่ที่พื้นที่ละ 5 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกจากผู้มีบทบาทในการกำหนดทิศทาง การดำเนินงานในระบบการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ โดยคัดจากตัวแทนผู้นำชุมชนหรือแกนนำ CBT ที่มาจาก 3 พื้นที่การวิจัย ได้แก่ กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา ที่เข้าเกณฑ์ชุมชน CBT เพื่อได้มาซึ่งข้อมูลด้านการตัดสินใจ การจัดการ และการพัฒนาความรู้และทักษะจริง

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

3.1 เครื่องมือเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาจากกรอบแนวคิดการพัฒนาศักยภาพ และแนวคิดสมรรถนะการจัดการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ ครอบคลุมเรื่อง 4 ส่วน ที่ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวข้องกับ ด้านข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ด้านปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ด้านขีดความสามารถของผู้นำชุมชน และด้านกระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำ โดยเครื่องมือนี้ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (IOC= 0.67–1.00) และตรวจสอบความเชื่อมั่น (Cronbach's alpha= 0.89–0.93)

3.2 เครื่องมือเชิงคุณภาพ ใช้แนวคำถามสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างครอบคลุมประเด็น บริบทพื้นที่มาตรการคาร์บอนต่ำที่ใช้จริง โครงสร้างการจัดการ กลไกเครือข่าย การสนับสนุนจากหน่วยงาน อุปสรรค และข้อเสนอเชิงกระบวนการพัฒนาศักยภาพผู้นำ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

4.1 ขั้นที่ 1 กำหนดรายชื่อชุมชน จัดทำบัญชีรายชื่อชุมชน CBT ที่เข้าถึงได้ในแต่ละพื้นที่ (เช่น กรุงเทพมหานคร 20 ชุมชน, น่าน 15 ชุมชน, นครราชสีมา 20 ชุมชน) จากฐานข้อมูลหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องและเครือข่ายชุมชน (เช่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัด องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานเขตในกรุงเทพมหานคร รายชื่อวิสาหกิจชุมชนหรือกลุ่มท่องเที่ยว) จากนั้นตรวจสอบความซ้ำซ้อนและตรวจสอบคุณสมบัติตามเกณฑ์ CBT

4.2 ขั้นที่ 2 กำหนดรายชื่อบุคคล ขอรายชื่อคณะทำงานด้านการท่องเที่ยวของแต่ละชุมชนโดยระบุบทบาทหน้าที่ แล้วทำการสุ่มรายชื่อด้วยวิธี Simple random sampling ภายในชุมชนตามโควตาต่อชุมชนเพื่อให้ได้ 96 คนต่อพื้นที่ โดยกำหนดจำนวนผู้ตอบต่อชุมชนให้อยู่ในช่วงที่เป็นไปได้ตามขนาดคณะทำงาน (3–7 คนต่อชุมชน) ดังนี้ กรุงเทพมหานคร:

ส่วนใหญ่สุ่ม 4-5 คน/ชุมชน (รวม 96 คน) นำน: ส่วนใหญ่สุ่ม 6-7 คน/ชุมชน (รวม 96 คน) นครราชสีมา: ส่วนใหญ่สุ่ม 4-5 คน/ชุมชน (รวม 96 คน)

โดยผู้วิจัยได้กำหนดกติกาทดแทนกลุ่มตัวอย่าง โดยการตรวจสอบความพร้อมของกลุ่มตัวอย่างหากผู้ถูกสุ่มไม่สะดวกหรือไม่เข้าเกณฑ์ ผู้วิจัยดำเนินการสุ่มรายชื่อสำรองจากบัญชีรายชื่อคณะทำงานของชุมชนนั้นเพื่อรักษาความเป็น การสุ่มและลดอคติจากการเลือกตามความสะดวก

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์เชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาเพื่ออธิบายลักษณะกลุ่มตัวอย่างและระดับความรู้และทักษะ จากนั้นทดสอบอิทธิพลของปัจจัยที่เกี่ยวข้องด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) ตามแนวทางการ วิเคราะห์ตัวแบบ (Hair et al., 2019) และเพื่อรองรับข้อมูลแบบกลุ่ม (หลายคนต่อชุมชน) ใช้ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานแบบ ทนทานต่อการจัดกลุ่ม โดยกำหนดคลัสเตอร์เป็นชุมชนในการประมาณค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐาน

5.2 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงธีมและวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) เพื่อสกัดประเด็นสำคัญ อธิบายกลไกเชิงบริบทและเชื่อมโยงกับผลเชิงปริมาณ โดยเสริมความน่าเชื่อถือของผลการวิจัยด้วยแนวทาง ด้านความน่าเชื่อถือของงานวิจัยเชิงคุณภาพ (Lincoln & Guba, 1985) เช่น การตรวจสอบข้อมูลหลายแหล่ง (Triangulation) และการยืนยันกับผู้ให้ข้อมูล (Member checking) ตามความเหมาะสม

5.3 การบูรณาการผลแบบผสมวิธี นำผลเชิงปริมาณ (ตัวแปรที่มีนัยสำคัญและความแตกต่างระหว่างพื้นที่) ไปกำหนดประเด็นสัมภาษณ์จากนั้นบูรณาการผลทั้งสองส่วนในชั้นอภิปราย โดยใช้ตรรกะผลเชิงปริมาณบอกความสัมพันธ์ และผลเชิงคุณภาพอธิบายเหตุผลและเงื่อนไขการเกิดความสัมพันธ์นั้น เพื่อสรุปเป็นข้อเสนอเชิงปฏิบัติในการพัฒนาศักยภาพ ผู้นำชุมชนสำหรับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

การศึกษานี้สำรวจข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 288 คน ซึ่งเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ ใน 3 พื้นที่ ได้แก่ กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา โดยมีข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างกลุ่มตัวอย่างมีเพศชายและหญิง ใกล้เคียงกัน (ร้อยละ 49.65 และร้อยละ 48.95 ตามลำดับ) ส่วนใหญ่มีอายุ 46-60 ปี (ร้อยละ 39.51) ระดับการศึกษาสูงสุด คือปริญญาตรี (ร้อยละ 39.16) และมีประสบการณ์จัดการท่องเที่ยว 1-5 ปี มากที่สุด (ร้อยละ 36.36) สะท้อนว่ากลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นวัยทำงานตอนปลาย มีการศึกษาสูง และมีประสบการณ์ตรงด้านการบริหารจัดการในระยะเริ่มต้นถึงระยะกลาง

Table 1 Quantitative Data Analysis Results

Points of Analysis	$\bar{X}$	S.D.	Level
1. Demographic Data	-	-	-
2. Human Resource Development Factors	4.17	0.67	High
3. Community Leader's Competencies	4.19	0.65	High
4. Leadership Capability Development Process	4.30	0.63	Very high

จาก Table 1 แสดงผลการวิเคราะห์ระดับความพร้อม ชีตความสามารถ และกระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำ ชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ (LC-CBT) โดยแบ่งออก 3 ประเด็น ได้แก่

1) ปัจจัยด้านการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มีภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.17) โดยมีมิติด้านสังคมมีค่าเฉลี่ยสูง ที่สุด รองลงมาคือ ด้านการเมือง ด้านเศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อม ตามลำดับ จุดแข็งที่สำคัญคือผู้นำได้รับการยอมรับจากชุมชน และสามารถประสานงานกับหน่วยงานภาครัฐได้ดี

2) ชีตความสามารถของผู้นำชุมชนมีภาพรวมอยู่ในระดับสูง ($\bar{X}$ = 4.19) โดย ด้านทัศนคติ (Attitude) มีคะแนน ประเมินสูงที่สุด สะท้อนถึงความมุ่งมั่นตระหนักรู้ในการอนุรักษ์และการลดการปล่อยคาร์บอน รองลงมาคือ ด้านความรู้ และ ด้านทักษะ ซึ่งแสดงว่าผู้นำชุมชนมีความเข้าใจและสามารถประยุกต์ใช้ทักษะได้เป็นอย่างดี

3) กระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำมีภาพรวมอยู่ในระดับสูงมาก ($\bar{X} = 4.30$) ซึ่งสูงที่สุดในทุกหมวด โดยเน้นไปที่การส่งเสริมด้านทัศนคติสูงสุด รองลงมาคือ ความรู้ และทักษะ สะท้อนให้เห็นว่าการอบรมอย่างต่อเนื่อง การสร้างแรงจูงใจ และการปลูกฝังค่านิยมความยั่งยืน เป็นกลไกสำคัญที่สุดในการทำให้เป้าหมายคาร์บอนต่ำเกิดผลเป็นรูปธรรม

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าผู้นำชุมชนในพื้นที่ศึกษามีศักยภาพที่เหมาะสมต่อการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ ทั้งในด้านทักษะ ความรู้ และเจตคติ โดยเฉพาะเจตคติที่เข้มแข็งต่อแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน ซึ่งควรต่อยอดด้วยการพัฒนากระบวนการส่งเสริมศักยภาพอย่างเป็นระบบ เพื่อสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวที่ลดคาร์บอนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

2. ผลการทดสอบทางสถิติปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของผู้นำชุมชน

ผลการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

Table 2 Multiple Regression Analysis Results

Independent Variable	B	Beta (β)	t	p-value	Level of Significance
Age	0.187	0.162	2.961**	.003	Significant
Experience	0.212	0.193	3.444**	.001	Significant
Political	0.267	0.225	4.078**	.000	Most significant
Social	0.258	0.214	3.915**	.000	Significant
Economic	0.203	0.177	3.336**	.001	Significant

** $p \leq .01$

จาก Table 2 แสดงผลการทดสอบทางสถิติเพื่อหาว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของผู้นำชุมชน โดยโมเดลนี้สามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณสมบัติผู้นำได้ถึง 56.8 ($R^2 = 0.568$, Adjusted $R^2 = 0.552$) และมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F = 61.42$) สามารถเรียงลำดับตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลเชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติจากมากที่สุดไปน้อยที่สุดได้แก่

1) ปัจจัยด้านการเมือง ($\beta = 0.225$) มีอิทธิพลมากที่สุด สะท้อนถึงความสำคัญของการประสานงานกับหน่วยงานรัฐ และการสนับสนุนนโยบาย

2) ปัจจัยด้านสังคม ($\beta = 0.214$) แสดงถึงบทบาทของการยอมรับในชุมชนและความเข้มแข็งของเครือข่าย

3) ประสบการณ์ ($\beta = 0.193$) บ่งชี้ว่าการสั่งสมประสบการณ์ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการ

4) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ($\beta = 0.177$) สะท้อนว่าการวางแผนการเงินและการส่งเสริมเศรษฐกิจชุมชนมีผลต่อศักยภาพผู้นำ

5) อายุ ($\beta = 0.162$) แม้อิทธิพลน้อยกว่า แต่ชี้ว่าผู้นำที่มีอายุมากกว่ามักมีความพร้อมด้านความคิดและภาวะผู้นำ

ค่าดัชนี VIF ของทุกตัวแปรอยู่ระหว่าง 1.143–1.312 ต่ำกว่าเกณฑ์วิกฤต แสดงว่าไม่มีปัญหาด้าน Multicollinearity และจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลทำการสรุปได้ว่าการพัฒนาศักยภาพผู้นำชุมชนในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนคาร์บอนต่ำ ควรมุ่งเน้นการเสริมสร้างความร่วมมือกับภาครัฐ การพัฒนาบทบาททางสังคม การสั่งสมประสบการณ์ และการเสริมความรู้ด้านการจัดการเศรษฐกิจ เพื่อให้การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนมีประสิทธิภาพ ครอบคลุมและต่อเนื่อง

3. อภิปรายผล

ผู้วิจัยอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้

3.1 ผลการศึกษาขีดความสามารถและระดับความพร้อมของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำพบว่า ขีดความสามารถของผู้นำชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเจตคติมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าผู้นำชุมชนมีความมุ่งมั่นและตระหนักถึงความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรและการลดการปล่อยคาร์บอนอย่างเป็นรูปธรรม ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าจุดเริ่มต้นที่สำคัญของการขับเคลื่อนความยั่งยืนคือแนวคิดและทัศนคติที่ดีของผู้นำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Bhaktikul et al. (2021) ที่ระบุว่าการเรียนรู้และการปรับตัวบนพื้นฐานของ

บริบทชุมชนเป็นแรงผลักดันสำคัญต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ความยั่งยืน อย่างไรก็ตาม แม้ผู้นำจะมีเจตคติที่ดี แต่ยังคงพบข้อจำกัดในด้านความรู้และทักษะเชิงเทคนิคเฉพาะทาง เช่น การวัดคาร์บอนฟุตพริ้นต์และการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อม ซึ่งประเด็นนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guo and Li (2025) ที่ชี้ให้เห็นว่าโครงสร้างของการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำในชุมชนชนบทยังคงเผชิญกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรและขีดความสามารถเชิงเทคนิค

3.2 การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อขีดความสามารถของผู้นำมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการเมือง (การสนับสนุนและนโยบายจากภาครัฐ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคม ประสบการณ์ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และอายุ ตามลำดับ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่า ความสำเร็จในการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำ ไม่สามารถพึ่งพาศักยภาพของผู้นำหรือชุมชนเพียงลำพังได้ แต่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยการประสานงานและการผลักดันเชิงนโยบายจากภาครัฐ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการกำกับดูแลหลายระดับของ Hu et al. (2024) ที่อธิบายว่าโครงสร้างนโยบายและการสนับสนุนเชิงสถาบันเป็นเงื่อนไขสำคัญของความสำเร็จด้านการพัฒนาที่ยั่งยืน นอกจากนี้ การที่ปัจจัยด้านสังคมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญเป็นลำดับที่สองยังเป็นการตอกย้ำว่าทุนทางสังคม ได้แก่ ความเชื่อมั่น การยอมรับจากคนในชุมชน และความเข้มแข็งของเครือข่ายความร่วมมือข้ามองค์กร ถือเป็นกลไกหรือแม่แรงสำคัญที่ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Pramanik et al. (2019) ที่เน้นย้ำถึงบทบาทของทุนทางสังคมในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เข้มแข็ง

3.3 ผลการศึกษากระบวนการส่งเสริมศักยภาพและการเรียนรู้ของผู้นำชุมชน พบว่า กระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำชุมชนในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมุ่งเน้นที่การพัฒนาด้านเจตคติเป็นอันดับแรก รองลงมาคือด้านความรู้และทักษะ ผลการศึกษานี้ยังได้ชี้ว่า การยกระดับผู้นำชุมชนที่ยั่งยืนจะต้องทำควบคู่กันทั้ง 3 มิติอย่างบูรณาการ ซึ่งแนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบการเรียนรู้เชิงสมรรถนะ (Competency-based learning) ของ Boyatzis (2008) ที่ชี้ว่าความสามารถแบบยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้จากการหลอมรวมระหว่างทัศนคติ ความรู้ และทักษะเข้าด้วยกัน นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังขยายองค์ความรู้เพิ่มเติมโดยพบว่า เจตคติของผู้นำทำหน้าที่เป็นตัวนำพฤติกรรมที่แปลงองค์ความรู้ให้กลายเป็นการปฏิบัติงานจริงในพื้นที่ เช่น การจัดการขยะ หรือการใช้พลังงานทางเลือก ซึ่งสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎีปัญญาทางสังคม (Social cognitive theory) โดยอธิบายว่าการเรียนรู้และพฤติกรรมของมนุษย์เกิดจากปฏิสัมพันธ์ซึ่งกันและกันแบบแลกเปลี่ยน (Reciprocal interaction) ระหว่าง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ ปัจจัยแวดล้อม กระบวนการทางปัญญา (ความคิดและความเชื่อส่วนบุคคล) และพฤติกรรม ผ่านการศึกษาของ Almasradi et al. (2024) ที่กล่าวว่าภาวะผู้นำที่แท้จริง (Authentic leadership) จะทำหน้าที่เสมือนเป็นบริบทสภาพแวดล้อมที่คอยหล่อหลอมสมาชิกหรือคนในชุมชนด้วยการแสดงความโปร่งใส การตระหนักรู้ในตนเอง และการมีพฤติกรรมที่มีจริยธรรม ซึ่งผู้นำจะกลายเป็นต้นแบบที่กระตุ้นให้สมาชิกในชุมชนเกิดการเรียนรู้ผ่านการสังเกตและนำไปสู่การเลียนแบบพฤติกรรมที่เอื้อประโยชน์ต่อสังคม

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สสำรวจรูปแบบกิจกรรมและประเมินระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ ในพื้นที่ กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา พบว่า ขีดความสามารถของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเจตคติ (ทัศนคติ) ซึ่งสะท้อนถึงความมุ่งมั่นต่อการอนุรักษ์ รองลงมาคือ ด้านความรู้ และด้านทักษะ ตามลำดับ 2) วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อระดับความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อขีดความสามารถของผู้นำชุมชนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ตัวแปรที่มีผลมากที่สุดคือ ปัจจัยด้านการเมือง (การประสานงานและนโยบายจากภาครัฐ) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสังคม (การยอมรับในชุมชนและเครือข่าย) ประสบการณ์ ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ และอายุ ตามลำดับ โดยปัจจัยเหล่านี้สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของขีดความสามารถในการจัดการของผู้นำชุมชนได้ร้อยละ 56.8 และ 3) พัฒนาระบบการส่งเสริมความรู้และทักษะของผู้นำชุมชนด้านการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงคาร์บอนต่ำ พบว่า กระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำชุมชนภาพรวมมีความสำคัญอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยการส่งเสริมสูงสุดคือ ด้านเจตคติ รองลงมาคือ ด้านความรู้ และด้านทักษะ ทั้งนี้ กระบวนการที่ใช้เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาความรู้และทักษะให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน ประกอบด้วย การอบรมแบบภาคสนามอย่างต่อเนื่อง การแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับชุมชนต้นแบบ การสร้าง

กลไกแรงจูงใจ เช่น ระบบรับรองคุณวุฒิ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมแบบบูรณาการจากหน่วยงานเครือข่ายภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชน

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้นำเสนอองค์ความรู้ใหม่ที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างศักยภาพของผู้นำชุมชน ปัจจัยเชิงโครงสร้างสถาบัน และกลไกการเรียนรู้ เพื่อขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนแบบคาร์บอนต่ำ (LC-CBT) อย่างเป็นระบบ โดยสามารถแบ่งองค์ความรู้ออกเป็น 2 มิติ ได้แก่

1. **องค์ความรู้ใหม่ทางวิชาการ** ที่ช่วยขยายกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านการค้นพบที่สำคัญ ได้แก่

1.1 การปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์ด้านปัจจัยขับเคลื่อน (Paradigm shift) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นมุมมองใหม่ว่าการจัดการการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำให้สำเร็จนั้นปัจจัยเชิงโครงสร้างมีอิทธิพลและความสำคัญมากกว่าปัจจัยทางด้านสิ่งแวดล้อมเพียงอย่างเดียว

1.2 ผู้นำในฐานะตัวเชื่อมโยงเชิงระบบ (Leader as a system integrator) เป็นการสร้างแบบจำลองเชิงประจักษ์ใหม่ที่สามารถอธิบายพลวัตศักยภาพของผู้นำ (ผ่านมิติการเมือง สังคม และเศรษฐกิจ ซึ่งอธิบายความแปรปรวนได้ถึงร้อยละ 56.8) โดยนิยามบทบาทของผู้นำชุมชนใหม่คือ ตัวกลางที่สำคัญที่สุดในการประสานและบูรณาการนโยบาย ทุนมนุษย์ และทุนทางสังคมเข้ากับกิจกรรมคาร์บอนต่ำ

1.3 เจตคติคือตัวนำพฤติกรรม (Attitude as a behavioral driver) งานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าเจตคติของผู้นำทำหน้าที่เป็นกลไกหลักในการแปลงองค์ความรู้และทักษะให้เกิดเป็นพฤติกรรมการปฏิบัติงานจริงในพื้นที่ และยังสามารถส่งอิทธิพลต่อเนื่องเพื่อสร้างแรงจูงใจให้กับผู้ตามและชุมชนได้อย่างยั่งยืน (ตามหลัก Social cognitive theory)

2. **องค์ความรู้ใหม่เชิงปฏิบัติและการจัดการ** ที่มีคุณค่าต่อการออกแบบกลยุทธ์เชิงปฏิบัติ และสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นแผนการดำเนินงานของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม ได้แก่

2.1 กระบวนการพัฒนาผู้นำแบบ 3 มิติเชิงปฏิบัติ การยกระดับศักยภาพผู้นำต้องดำเนินการบูรณาการควบคู่กันทั้ง 3 ด้าน คือ เจตคติ ความรู้ และทักษะ โดยต้องเน้นการลงมือปฏิบัติจริงในพื้นที่ เช่น การเรียนรู้วิถีคาร์บอนฟุตพริ้นต์ การออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำ และการใช้พลังงานทางเลือก

2.2 กลไกการสนับสนุนเชิงรุกจากภาครัฐ เนื่องจากนโยบายและการประสานงานจากภาครัฐเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบสูงสุด รัฐจึงต้องเปลี่ยนบทบาทมาเป็นผู้สร้างโครงสร้างพื้นฐานเชิงรุก เช่น การตั้งงบประมาณสนับสนุนเฉพาะด้าน และการกำหนดเกณฑ์มาตรฐานการจัดการชุมชนคาร์บอนต่ำ

2.3 การสร้างเครือข่ายฐานรากผ่านระบบพี่เลี้ยง ควรนำแนวคิดระบบพี่เลี้ยงและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ข้ามรุ่นข้ามชุมชนมาใช้เป็นกลไกหลัก เนื่องจากพบว่าชุมชนที่มีผู้นำซึ่งเครือข่ายแข็งแกร่งจะสามารถจัดการตนเองได้แม้มีข้อจำกัดด้านทรัพยากร

2.4 การต่อยอดสู่แบรนด์ชุมชนรักษ์โลก ชุมชนสามารถแปลงศักยภาพของผู้นำและเครือข่ายให้กลายเป็นแบรนด์ชุมชนคาร์บอนต่ำ เพื่อสร้างจุดเด่นทางการแข่งขันที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวคุณภาพที่มีจิตสำนึก และตอบโจทย์เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDGs)

2.5 บทพิสูจน์เชิงพื้นที่ข้ามบริบท ข้อมูลเชิงประจักษ์จากหลากหลายของทั้ง 3 จังหวัดต้นแบบ ยืนยันว่าความสำเร็จไม่ได้ขึ้นอยู่กับข้อได้เปรียบทางภูมิศาสตร์แต่ขึ้นอยู่กับขีดความสามารถของผู้นำ ในการจัดการเครือข่ายและการมีส่วนร่วม ซึ่งองค์ความรู้นี้สามารถใช้เป็นกลไกต้นแบบเพื่อปรับใช้กับพื้นที่อื่นในระดับประเทศได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 46-60 ปี มีระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีประสบการณ์จัดการท่องเที่ยว 1-5 ปี ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรออกแบบหลักสูตรอบรมเชิงปฏิบัติการในพื้นที่ที่เหมาะสมกับผู้เรียนวัยผู้ใหญ่ที่มีประสบการณ์ โดยเน้นการใช้กรณีศึกษาจากพื้นที่จริง เพื่อให้ผู้นำชุมชนสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้ทันที รวมถึงควรสนับสนุนให้ใช้เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้งานง่าย เช่น แอปพลิเคชันคำนวณคาร์บอนฟุตพริ้นต์

เพื่อเป็นเครื่องมือช่วยในการปฏิบัติงาน

1.2 จากการศึกษาพบว่า ชีตความสามารถและกระบวนการส่งเสริมศักยภาพของผู้นำชุมชน ภาพรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุด โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านเจตคติ ดังนั้น ควรให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจและการส่งเสริมค่านิยมด้านความยั่งยืนอย่างต่อเนื่อง โดยหน่วยงานกลางควรออกแบบหลักสูตรและสร้างกลไกเชิงบวก เช่น มีระบบให้การรับรองคุณวุฒิสำหรับผู้นำชุมชนคาร์บอนต่ำ เพื่อยกระดับความเป็นมืออาชีพและสร้างขวัญกำลังใจ

1.3 จากการศึกษาอิทธิพลของปัจจัยต่อขีดความสามารถของผู้นำชุมชน พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง (ผ่านนโยบายภาครัฐและการประสานงาน) มีอิทธิพลต่อความพร้อมด้านการบริหารจัดการสูงสุด ดังนั้น ภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นควรมีบทบาทเป็นแกนกลางเชิงรุก ในการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานรัฐ มหาวิทยาลัย และองค์กรเอกชน (NGOs) พร้อมทั้งผลักดันการจัดการท่องเที่ยวแบบคาร์บอนต่ำให้บรรจุอยู่ในแผนพัฒนาท้องถิ่น และจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเฉพาะด้านอย่างเป็นรูปธรรม

1.4 จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านสังคม (การยอมรับและเครือข่าย) และประสบการณ์มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถของผู้นำรองลงมา ดังนั้น จึงควรส่งเสริมให้เกิดเครือข่ายการเรียนรู้ข้ามชุมชนผ่านระบบพี่เลี้ยง โดยเปิดโอกาสให้ชุมชนที่มีประสบการณ์ความสำเร็จได้แลกเปลี่ยนความรู้และแนวทางปฏิบัติร่วมกับชุมชนอื่น ๆ เพื่อยกระดับทุนทางสังคมและเสริมสร้างแรงบันดาลใจให้แก่นัก

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาและวิเคราะห์กลไกการเสริมพลัง เพื่อทำความเข้าใจถึงแรงจูงใจระยะยาวที่ช่วยให้ผู้นำชุมชนยังคงรักษาความมุ่งมั่นในการพัฒนาการท่องเที่ยวคาร์บอนต่ำได้อย่างต่อเนื่อง ภายใต้สภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่มีข้อจำกัด

2.2 ควรมีการวิจัยเชิงทดลอง เพื่อวัดผลสัมฤทธิ์ของการพัฒนากระบวนการ โดยพัฒนาโมเดลการฝึกอบรมและทำการประเมินผลเชิงพฤติกรรม (เปรียบเทียบก่อนและหลังการอบรม) ซึ่งจะช่วยให้สามารถวัดการเปลี่ยนแปลงด้านเจตคติ ความรู้ และทักษะของผู้นำได้อย่างเป็นระบบและมีหลักฐานเชิงประจักษ์ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.3 ข้อจำกัดของการวิจัยครั้งนี้คือ การมุ่งเน้นศึกษาในพื้นที่ 3 จังหวัดต้นแบบ (กรุงเทพมหานคร น่าน และนครราชสีมา) ในการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายการศึกษาเปรียบเทียบข้ามภูมิภาค เช่น ภาคเหนือตอนล่าง ภาคใต้ หรือภาคกลาง เพื่อทำความเข้าใจความแตกต่างของโครงสร้างการจัดการและบริบทเชิงพื้นที่ ซึ่งจะช่วยให้สามารถออกแบบนโยบายสนับสนุนที่ตอบโจทย์และสอดคล้องกับแต่ละภูมิภาคได้อย่างครอบคลุม

เลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย

การวิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการวิจัยในมนุษย์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ หมายเลขเอกสารรับรอง ECNIDA 2025/0167

เอกสารอ้างอิง

- Almasradi, R. B., Sarwar, F., & Droup, I. (2024). Authentic Leadership and Socially Responsible Behavior: Sequential Mediation of Psychological Empowerment and Psychological Capital and Moderating Effect of Perceived Corporate Social Responsibility. *Sustainability*, 16(15), 6508. <https://doi.org/10.3390/su16156508>.
- Armitage, D. R., Plummer, R., Berkes, F., Arthur, R. I., Charles, A. T., Davidson-Hunt, I. J., & Wollenberg, E. K. (2009). Adaptive Co-management for Social-ecological Complexity. *Frontiers in Ecology and the Environment*, 7(2), 95–102. <https://doi.org/10.1890/070089>.
- Becken, S., & Patterson, M. (2006). Measuring National Carbon Dioxide Emissions from Tourism as a Key Step Towards Achieving Sustainable Tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 14(4), 323–338. <https://doi.org/10.2167/jost547.0>.

- Bhaktikul, K., Aroonsrimorakot, S., Laiphrakpam, M., & Paisantanakij, W. (2021). Toward A Low-carbon Tourism for Sustainable Development: A Study Based on a Royal Project for Highland Community Development in Chiang Rai, Thailand. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 10743–10762. <https://doi.org/10.1007/s10668-020-01083-4>.
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st Century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/02621710810840730>.
- Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2017). Designing and Conducting Mixed Methods Research (3rd ed.). Sage Publications. <https://collegepublishing.sagepub.com/products/designing-and-conducting-mixed-methods-research-3-241842>.
- Giampiccoli, A., & Saayman, M. (2018). South African Community-based Tourism Operational Guidelines: Analysis and Critical Review. *African Journal of Science, Technology, Innovation and Development*, 10(6), 759–770. <https://doi.org/10.1080/20421338.2018.1463653>.
- Gössling, S. (2002). Global Environmental Consequences of Tourism. *Global Environmental Change*, 12(4), 283–302. [https://doi.org/10.1016/S0959-3780\(02\)00044-4](https://doi.org/10.1016/S0959-3780(02)00044-4).
- Guo, Y., & Li, S. (2025). Multi-level Governance of Low-carbon Tourism in Rural China: Policy Evolution, Implementation Pathways, and Socio-ecological Impacts. *Frontiers in Environmental Science*, 12, Article 1482713. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2024.1482713>.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). Multivariate Data Analysis (8th ed.). Cengage Learning. <https://researchdiscovery.drexel.edu/esploro/outputs/book/Multivariate-data-analysis/991019295303204721>.
- Hall, C. M. (2019). Constructing Sustainable Tourism Development: The 2030 Agenda and Beyond. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7–8), 1044–1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>.
- Hoonpadoungrat, W. (2025). An Integrated Community Participation Model for Sustainable Cultural Tourism in Nan Province. *Journal of Setthawit Review*, 5(3), 1863–1877. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/stw/article/view/3839>.
- Hu, F., Tang, T. L. P., Chen, Y., & Li, Y. (2024). Sustainable Tourism in China: Visualization of Low-carbon Transitions at Three Tourist Attractions Across Three Occasions. *Socio-Economic Planning Sciences*, 93, Article 101883. <https://doi.org/10.1016/j.seps.2024.101883>.
- International Labour Organization [ILO]. (2013). Sustainable Tourism for Development Guidebook. World Tourism Organization. https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@ed_dialogue/@sector/documents/publication/wcms_216669.pdf#page=224.10.
- Jaroonsit, M., & Pawchit, C. (2025). The Study Opinions of Thai Tourists Regarding Development of Green Tourism in Natural Tourist Attractions Bangkok. *RMUTTO Social Science Journal*, 14(1), 76–82. <https://doi.org/10.63271/rmuttosj.v14i1.272809>.
- Kiatiskachai, K., & Kavin, C. (2020). Koh-Mak Community People's Competencies for Low Carbon Tourism Development, Trat Province. *Dusit Thani College Journal*, 14(2), 16–30. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldte/article/view/243418>.
- Kiatudomkaew, P., Jaradrattanapaiboon, A., Areesrisom, P., & Kruekum, P. (2025). Preparation of the Community for Local Sustainable Ecotourism: Chiang Mai Province. *The Journal of Development Administration Research*, 15(3-4), 1584–1597. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/282010>.

- Laowirojanakul, T., & Sangpikul, A. (2024). The Analysis of Approaches to Low Carbon Tourism Management in Thailand by Using Koh Mak Island, Trat Province as a Case Study. *Academic and Research Journal of Liberal Arts (Online)*, 19(2), 41–53. <https://doi.org/10.14456/arjla.2024.16>.
- Lenzen, M., Sun, Y. Y., Faturay, F., Ting, Y. P., Geschke, A., & Malik, A. (2018). The Carbon Footprint of Global Tourism. *Nature Climate Change*, 8(6), 522–528. <https://doi.org/10.1038/s41558-018-0141-x>.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. SAGE. [https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=2oA9aWlNeooC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Lincoln,+Y.+S.,+%26+Guba,+E.+G.+\(1985\).+Naturalistic+inquiry.+SAGE.+&ots=0vqCPgNfxs&sig=fl0cJDpo_CGaulDf3pb8UOkALOM&redir_esc=y#v=onepage&q=Lincoln%2C%20Y.%20S.%2C%20%26%20Guba%2C%20E.%20G.%20\(1985\).%20Naturalistic%20inquiry.%20SAGE.&f=false](https://books.google.co.th/books?hl=th&lr=&id=2oA9aWlNeooC&oi=fnd&pg=PA7&dq=Lincoln,+Y.+S.,+%26+Guba,+E.+G.+(1985).+Naturalistic+inquiry.+SAGE.+&ots=0vqCPgNfxs&sig=fl0cJDpo_CGaulDf3pb8UOkALOM&redir_esc=y#v=onepage&q=Lincoln%2C%20Y.%20S.%2C%20%26%20Guba%2C%20E.%20G.%20(1985).%20Naturalistic%20inquiry.%20SAGE.&f=false).
- Martiskainen, M. (2017). The Role of Community Leadership in the Development of Grassroots Innovation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 22, 78–89. <https://doi.org/10.1016/j.eist.2016.05.002>.
- Ngoenchan, J., Tamnanwan, P., Thawipitanun, S., & Khiewphakdi, S. (2024). Community-based Tourism Capacity Development Amidst Cultural Capital Transformation: A Case Study of Had-salaow Village, Kaodin Sub-district, Kao Liao District, Nakhon Sawan Province. *Journal of Management Science Pibulsongkram Rajabhat University*, 6(2), 1–17. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jmspsru/article/view/267899>.
- Phongthong, P. (2025). Supply Chain Integration and Quality of Tourism Logistics Services Affecting Sustainable Competitiveness in Sung Noen District Nakhon Ratchasima Province. *Journal of Accountancy and Management*, 17(4), 185–199. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/mbs/article/view/279910>.
- Pramanik, P. D., Ingkadijaya, R., & Achmadi, M. (2019). The Role of Social Capital in Community-based Tourism. *Journal of Indonesian Tourism and Development Studies*, 7(2), 62–73. <https://doi.org/10.21776/ub.jitode.2019.07.02.02>.
- Promlung, A., Meesomsak, P., Japhob, A., Sorybuachan, T., Srisroi, K., & Laebua, N. (2024). The Potential of Community-based Tourism Development Under the Low-carbon and Sustainability Criteria: A Case Study of Tham Phuea Phordee Community Enterprise, Wang Nam Khiao District, Nakhon Ratchasima Province. *Community-based Tourism Research Journal*, 1(2), 19–31. <https://so18.tci-thaijo.org/index.php/CBTRJ/article/view/758/496>.
- Reed, M. S., Evelyn, A. C., Cundill, G., Fazey, I., Glass, J., Laing, A., Newig, J., Parrish, B., Prell, C., Raymond, C., & Stringer, L. C. (2010). What is Social Learning? *Ecology and Society*, 15(4). <http://www.jstor.org/stable/26268235>.
- Sangpikul, A., & Chieochankitkan, A. (2026). Promoting Low-carbon Tourism Through Experiential Tourism. *Parichart Journal*, 39(1). <https://doi.org/10.55164/pactj.v39i1.280385>.
- Scott, D., Hall, C. M., & Gössling, S. (2019). Global Tourism Vulnerability to Climate Change. *Annals of Tourism Research*, 77, 49–61. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2019.05.007>.
- Srihwan, K., Laopram, J., & Wattabun, T. (2025). Net-zero Carbon Tourism Management. *Southeast Bangkok Journal (Humanities and Social Sciences)*, 11(2), 157–162. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/SB_Journal/article/view/281120.

การพัฒนดัชนีวิัตผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยง ในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร

Development of Organizational-Level Value Creation Indices for Pet Hotel Businesses in Phra Khanong District, Bangkok

ณัฐยานันต์ ตุงรงค์¹ ระชานนท์ ทวีผล^{1*} ภฤศญา ปิยนุสรณ์¹ ปัทมพัทธ์ ตันมิ่ง²
Nattaya Turong¹ Rachanon Taweephol^{1*} Phrutsaya Piyanusorn¹ Patipat Tunming²

Corresponding Author's Email: mr.bozo@msn.com

(Received: January 16, 2026; Revised: July 9, 2026; Accepted: July 13, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการณ์การดำเนินงานกิจการผ่านแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง และ 2) วางแผนพัฒนดัชนีวิัตผลการสร้างมูลค่าในระดับขององค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยง เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ภายใต้วิธีปรากฏการณ์วิทยา เก็บข้อมูลด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง จดทะเบียนในกรมพัฒนาธุรกิจการค้าประเภทธุรกิจบริการกิจกรรมการดูแลสัตว์เลี้ยง ไม่น้อยกว่า 5 ปีจำนวน 17 แห่ง โดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาการสัมภาษณ์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงมีการดำเนินงานครอบคลุม 9 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) คุณค่าที่นำเสนอ การดูแลอย่างใกล้ชิดและการรายงานแบบเรียลไทม์ (2) กลุ่มลูกค้า มีกลุ่มเป้าหมายหลักเป็นเจ้าของสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ (3) ช่องทางเลือกแอปพลิเคชันหรือโซเชียลมีเดีย (4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า มีกิจกรรมส่งเสริมการขายที่แตกต่างกันออกไป (5) แหล่งรายได้มาจากบริการหลักในการรับดูแลสัตว์เลี้ยงและบริการเสริม (6) ทรัพยากรหลัก มีพนักงานที่มีความรู้และประสบการณ์ และสิ่งอำนวยความสะดวก (7) กิจกรรมหลัก ตรวจสอบสุขภาพ ทำความสะอาดพื้นที่ (8) พันธมิตรหลัก ร่วมกับโรงพยาบาลสัตว์ ร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์ และ (9) โครงสร้างต้นทุน จากการดูแลรักษาทรัพยากรและอุปกรณ์ 2) ดัชนีวิัตผลการสร้างมูลค่า ประกอบด้วย 6 มิติหลัก ได้แก่ (1) มิติทางการเงิน ใช้ทรัพยากรในครัวเรือนให้เกิดรายได้ (2) มิติลูกค้า พิจารณาด้านความพึงพอใจ และการกลับมาใช้ซ้ำ (3) มิติการเรียนรู้และพัฒนา ใช้ประสบการณ์จริงในการเลี้ยงสัตว์ (4) มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม ส่งเสริมการจัดการของเสีย และสวัสดิภาพสัตว์เลี้ยง (5) มิติความสะอาดและความปลอดภัย การแยกพื้นที่ป้องกันโรคและการสูญหายของสัตว์เลี้ยง และ (6) มิติความสะดวกรบาย มีการให้บริการรับ-ส่ง และการออกแบบห้องพักหลายรูปแบบ งานวิจัยนี้มีส่วนช่วยขยายแนวคิดการสร้างมูลค่าโดยบูรณาการองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจกับดัชนีวิัตผลหลายมิติ และนำเสนอแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบการ

คำสำคัญ: ดัชนีวิัตผล การสร้างมูลค่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง

Abstract

This study aims to: 1) Examine the operational conditions of pet hotel businesses through a business model framework; and 2) Plan the development of organizational-level value creation performance indices for pet hotel businesses. This study employs a qualitative research approach using a phenomenological method. Data were collected through in-depth interviews with key informants, consisting of 17 entrepreneurs from 17 pet hotel businesses in Phra Khanong District whose businesses had been registered with the Department of Business Development under pet care service activities for no less than five years. The interview data were analyzed using content analysis. The findings reveal that: 1) pet hotel businesses operate across nine components of the business model, including: (1) Value Proposition, which emphasizes close care and real-time reporting; (2) Customer Segments, focusing primarily on local pet owners; (3) Channels, utilizing applications and social media platforms; (4) Customer Relationships, employing various promotional activities; (5) Revenue Streams, derived from core pet boarding services and supplementary services; (6) Key Resources, consisting of knowledgeable and experienced staff as well as appropriate facilities; (7) Key Activities, such as

¹ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

² สำนักวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง

¹ Faculty of Management Science, Silpakorn University

² School of Management, Mae Fah Luang University

health monitoring and facility cleaning; (8) Key Partnerships, including collaborations with veterinary hospitals and pet grooming services; and (9) Cost Structure, which mainly involves expenses related to resource maintenance and equipment. Furthermore; 2) the organizational-level value creation performance indices comprise six main dimensions: (1) Financial, focusing on income generation through the utilization of household-based resources; (2) Customer, emphasizing customer satisfaction and repeat service usage; (3) Learning and Growth, highlighting experiential learning in pet care practices; (4) Social and Environmental, promoting waste management and animal welfare; (5) Hygiene and Safety, addressing disease prevention and the protection of pets from loss or harm; and (6) Convenience, which includes transportation services and the provision of various room designs. This study extends the concept of value creation by integrating business model elements with multidimensional performance indices and provides practical guidelines.

Keywords: value creation indices, organizational performance measurement, pet hotel businesses

ความเป็นมาของปัญหา

ทิศทางของประเทศไทยมีการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ช่วงสังคมผู้สูงอายุ ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างครอบครัว ทศคนคิดและมุมมองต่อการมีบุตรของคนรุ่นใหม่นิยมอยู่ในสถานะโสด สมาชิกในครอบครัวหลังปี พ.ศ. 2565 นิยมมีลูกคนเดียว และอัตราเด็กแรกเกิดในประเทศไทยเข้าสู่ขั้นวิกฤต เฉลี่ยปีละประมาณ 4 แสนคน ต่ำกว่าปีละ 1 ล้านคน (Department of Health, Ministry of Public Health, 2024) ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่มีสถานะโสดเลือกเลี้ยงสัตว์ เนื่องจากไม่มีครอบครัวและไม่มีค่าใช้จ่ายในการดูแลลูก รวมทั้งกระแสของการเลี้ยงสัตว์แบบมนุษย์ยังคงสะท้อนการเปลี่ยนแปลงของสังคมไทย (Krathet, 2020) อุตสาหกรรมสินค้าสัตว์เลี้ยงของตลาดโลกมีมูลค่ามากกว่า 200,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ในปี พ.ศ. 2566 ยังคงเติบโตไปถึง 323,600 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ภายในปี พ.ศ. 2573 เนื่องจากทั่วโลกมีครัวเรือนที่มีสัตว์เลี้ยงมากกว่า 400 ล้านครัวเรือน (Bloomberg Intelligence, 2023) สำหรับตลาดธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงทั่วโลกเติบโตอย่างต่อเนื่อง จนถึงปี ค.ศ. 2034 คาดว่ามูลค่าอาจเพิ่มขึ้นถึง 11,467.53 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตมาจากความนิยมการบริการดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีคุณภาพสูงในช่วงที่เจ้าของไม่สามารถดูแล เช่น อเมริกา อังกฤษ จีน ญี่ปุ่น และเยอรมนี ในแต่ละประเทศมีอัตราการแบ่งตลาดออกเป็นหลายประเภท โดยเฉพาะโรงแรมสำหรับสุนัข แมว และสัตว์เลี้ยงอื่น ๆ มีระดับราคาตั้งแต่ราคาประหยัดจนถึงหรูหร (Future Market Insights, 2024)

ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในบางประเทศมีศักยภาพสูง ถึงแม้ข้อจำกัดด้านการบริการที่พักในที่ไม่มีการออกแบบบริการตอบสนองความต้องการเฉพาะของสัตว์เลี้ยง เช่น กิจกรรมออกกำลังกาย หรือพื้นที่ขบถ่าย โดยเฉพาะ และสภาพภูมิอากาศที่หนาวเย็น รวมถึงปัจจัยสำคัญที่ทำให้การจัดตั้งธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงต้องพิจารณาควบคู่กับการดำเนินกิจการ โดยเฉพาะสัดส่วนประชากรจำนวนมากที่นิยมเลี้ยงสัตว์ เป็นกลุ่มลูกค้าที่ยินดีจ่ายให้กับสัตว์เลี้ยงเพื่อการดูแลอย่างมีคุณภาพ เช่นเดียวกับการให้ความสำคัญกับสุขภาพและความสุขของสัตว์เลี้ยงเป็นอันดับต้น ตลอดจนการประเมินสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมสภาพแวดล้อมมีความเหมาะสมกับการสร้างโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ใกล้ชิดธรรมชาติ (Fu, 2022) นอกจากนี้ บริบทของตลาดการท่องเที่ยวมีความพร้อมต่อการรับรอง เนื่องจากรายได้จากนักท่องเที่ยวที่มีสัตว์เลี้ยงจำนวนไม่มาก ผู้ประกอบการบางส่วนที่ให้บริการรับสัตว์เลี้ยงอาจมองว่าการให้บริการรับฝากสัตว์เลี้ยงเป็นแค่บริการเสริม ไม่ได้มีการประชาสัมพันธ์เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้เป็นพิเศษ อีกทั้งทางผู้ประกอบการที่ไม่ให้บริการรับฝากสัตว์เลี้ยงยังมีความกังวลเกี่ยวกับความเสี่ยงและค่าใช้จ่ายที่อาจเกิดขึ้นยังไม่คุ้มกับผลประโยชน์ที่ได้รับ และมีปัจจัยอื่นที่อาจสร้างความกังวล โดยเฉพาะความสะอาด ความเสียหาย และค่าใช้จ่ายเพิ่มเติมที่อาจเกิดขึ้นจากรับบริการรับฝากสัตว์เลี้ยง (Chen, 2018)

ในขณะที่ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยงยังคงให้ความสำคัญกับการกำหนดราคาให้เหมาะสม ร่วมกับการพัฒนาช่องจัดจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย และปรับปรุงกระบวนการบริการเพื่อเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า พร้อมกับการทำความเข้าใจลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย เพื่อวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า จากการสำรวจพบว่า กรุงเทพฯ มีโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ได้รับการจดทะเบียนและเปิดให้บริการ มีจำนวนทั้งหมด 58 แห่ง ข้อมูลค้นจากกรมพัฒนาธุรกิจการค้าได้รับการจดทะเบียนของที่พักสำหรับสัตว์เลี้ยง มีบริการห้องพักสำหรับสัตว์เลี้ยงหลากหลายขนาด พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน เช่น บริการรับ-ส่งสัตว์เลี้ยง การดูแลสุขภาพ และพื้นที่ออกกำลังกายกลางแจ้ง เป็นต้น (Pitakkson and Leejoeiwara, 2022) ในปี พ.ศ. 2568 พบว่า กรุงเทพฯ มีจำนวนสุนัขที่เป็นสัตว์เลี้ยงมากกว่า 1.3 ล้านตัว มีอัตราส่วน

มนุษย์ต่อสุนัขอยู่ที่ประมาณ 12 ต่อ 1 อาจกล่าวได้ว่าทุก 12 คน อาจมีสัตว์เลี้ยง 1 ตัว เขตที่มีจำนวนสุนัขเลี้ยงมากที่สุด คือ เขตพระโขนง มีจำนวนสุนัขเลี้ยงประมาณ 443,501 ตัว คิดเป็นร้อยละ 9.4 ของครัวเรือนในกรุงเทพฯ เนื่องจากเขตพระโขนงมีสุนัขเป็นจำนวนมาก รวมทั้งยังเป็นพื้นที่กว้างขวางและมีประชากรหนาแน่น ทำให้มีความต้องการเลี้ยงสัตว์เลี้ยงสูงตามไปด้วย (Hiby et al., 2025)

อย่างไรก็ตามบริบทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงกับงานวิจัยที่ผ่านมาให้ความสำคัญกับการอธิบายลักษณะการดำเนินธุรกิจ พฤติกรรมผู้บริโภค และแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจในประเทศ แต่ยังคงขาดการศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรที่มีแบบแผน โดยเฉพาะในบริบทของธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่มในเขตเมืองที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่ ทรัพยากร และการแข่งขันที่มีจำนวนคู่แข่งกระจายตัว ในขณะที่สถานการณ์เปลี่ยนแปลงโครงสร้างสังคมในประเทศไทย ส่งผลให้ผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์แบบ ส่งผลต่อปัญหาทางสังคม และทัศนคติของคนรุ่นใหม่ที่นิยมอยู่เป็นโสดหรือมีบุตรน้อยลง อีกทั้งยังทำให้อัตราการเกิดของเด็กลดลงอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งความนิยมเลี้ยงสัตว์ของคนรุ่นใหม่ที่สูงขึ้นนั้น ด้วยค่านิยมในการยกระดับสถานะของสัตว์เลี้ยงเสมือนสมาชิกในครอบครัว นอกจากนี้กระแสความนิยมนี้ส่งผลให้ธุรกิจจำหน่ายสินค้าและบริการสำหรับสัตว์เลี้ยงเติบโตอย่างรวดเร็ว ทำให้ภาพรวมอุตสาหกรรมสัตว์เลี้ยงยังขยายตัวไปยังธุรกิจเฉพาะทาง รวมถึงกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง การวิจัยเรื่องการกำหนดดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพฯ นำไปสู่ผลลัพธ์การเสริมสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพของการบริหารธุรกิจ ลดความผิดพลาดที่จะสูญเสียรายได้และเพิ่มอัตราการให้บริการมากขึ้น สามารถนำผลงานวิจัยนี้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยให้ประสบความสำเร็จครอบคลุมทุกมิติ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการณ์การดำเนินกิจการผ่านแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อวางแผนพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับขององค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

1. ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง (Pet hotel)

Pallister (2018) ได้นิยามคำว่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง เป็นสถานที่ที่ให้บริการที่พักและการดูแลเฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยง สถานประกอบการเหล่านี้มีบริการรับฝากเลี้ยง การดูแลรายวัน การอาบน้ำตัดแต่งขน และการฝึกอบรม เพื่อตอบสนองความต้องการของเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มองหาการดูแลที่นำเชื่อถือ ทางธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยงยังเผชิญกับความท้าทายหลายประการ โดยเฉพาะการตอบสนองความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัล ในขณะเดียวกันโรงแรมสัตว์เลี้ยงกับการแข่งขันยังเกิดจากแรงกดดันในการปรับตัวให้ทันกับเทคโนโลยี เช่น ระบบการจัดการความสัมพันธ์ลูกค้า การวิเคราะห์ข้อมูล และการใช้เครื่องมือการตลาดออนไลน์ การจำแนกประเภทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงจำเป็นต้องคำนึงถึงประเภทและสายพันธุ์เพื่อการออกแบบบริการและลดความเสี่ยง สำหรับทาง Saarnivaara (2023) แบ่งประเภทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง 5 ลักษณะ ได้แก่ 1) โรงแรมสำหรับสุนัขและแมวเท่านั้น 2) โรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงโดยทั่วไป เพิ่มกระต่ายและสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดเล็ก 3) โรงแรมสัตว์เลี้ยงเพื่อสุขภาพให้ความสำคัญการส่งเสริมสุขภาพ เช่น ออกกำลังกาย บริการสปา 4) โรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงหายาก อาทิ สัตว์เลื้อยคลาน สัตว์ครึ่งบกครึ่งน้ำ และสัตว์ปีก และ 5) โรงแรมสัตว์เลี้ยงแบบพิเศษเฉพาะ เช่น การดูแลทางการแพทย์ หรือสัตว์เลี้ยงที่มีความพิการ เป็นต้น

2. การสร้างมูลค่า (Value creation)

Lo et al. (2010) นิยามการสร้างมูลค่า หมายถึง กระบวนการที่ธุรกิจใช้ในการเพิ่มคุณค่าให้กับสินค้าและบริการเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า และสร้างรับรู้ถึงมูลค่าที่ได้รับมีมากกว่าค่าใช้จ่ายที่ โดยการสร้างมูลค่าที่เพิ่มขึ้นเกิดขึ้นจากการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า การสร้างนวัตกรรม และการพัฒนาสินค้าและบริการที่มีความโดดเด่น การสร้างนวัตกรรมบริการเป็นการทำสิ่งต่าง ๆ ด้วยวิธีใหม่ รวมทั้งยังสามารถเปลี่ยนแปลงความคิด การผลิต กระบวนการ พนักงาน หรือการพัฒนาต่อยอด สำหรับกระบวนการสร้างมูลค่าเป็นขั้นตอนที่ดำเนินการเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้า หรือประสบการณ์ของลูกค้า ภายใต้เป้าหมายหลักในการสร้างความพึงพอใจและตอบสนองความต้องการของลูกค้า เริ่มจากการวิเคราะห์และทำความเข้าใจความต้องการ ผ่านการวิจัยตลาด หรือสอบถามลูกค้า จากนั้นจึงพัฒนาสินค้าใหม่หรือการปรับปรุงสินค้าที่มีอยู่ให้

ดีขึ้น มุ่งหวังที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้า การทำการตลาดและการสร้างประสบการณ์ลูกค้าเพื่อให้เกิดความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง มีการประเมินผลและการปรับปรุงกระบวนการให้สอดคล้องกับความพึงพอใจมากที่สุด (Grant, 2021)

3. การวางแผนธุรกิจ (Business planning)

Drucker (1999) ระบุว่า การวางแผนธุรกิจช่วยลดความเสี่ยง ผ่านเงื่อนไขจากการประเมินปัจจัยแวดล้อมที่อาจมีผลกระทบต่อธุรกิจ รวมถึงยังมีความสำคัญต่อการเตรียมความพร้อมรับการเปลี่ยนแปลงช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยเฉพาะด้านเงินทุนและบุคลากร อีกทั้งการวางแผนธุรกิจยังเป็นการจัดระเบียบ และการควบคุมกิจกรรมต่าง ๆ สำหรับการดูแลองค์กร เพื่อบรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์แบบรอบด้าน ยิ่งไปกว่านั้นการวางแผนธุรกิจแบบ Business Model Canvas (BMC) ของ Osterwalder และ Pigneur (2010) เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถออกแบบโมเดลธุรกิจที่เข้าใจง่าย รวมถึงเป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ถึงภาพรวมของธุรกิจ แบ่งการออกเป็น 9 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) คุณค่าที่นำเสนอเป็นการสร้างข้อเสนอหรือคุณค่าที่ธุรกิจมอบให้แก่ลูกค้า ผ่านการนำเสนอจุดเด่น 2) กลุ่มลูกค้าเป็นการระบุกลุ่มเป้าหมายที่ชัดเจน 3) ช่องทางเป็นการกระจายสินค้าให้ถึงกลุ่มเป้าหมายแต่ละช่องทาง 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นวิธีการรักษาฐานลูกค้าไว้ เพื่อให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจต่อธุรกิจ 5) แหล่งรายได้เป็นการประเมินความเป็นไปได้ในการสร้างผลประกอบการจากรายได้หลักและเสริม 6) ทรัพยากรหลักเป็นวัสดุอุปกรณ์ สถานที่ และบุคลากรในการดำเนินธุรกิจ 7) กิจกรรมหลัก เป็นการลำดับการส่งมอบบริการอย่างต่อเนื่อง 8) พันธมิตรหลัก เป็นความร่วมมือกับผู้ร่วมธุรกิจช่วยสนับสนุนกิจกรรมขององค์กร และ 9) โครงสร้างต้นทุน เป็นการกำหนดค่าใช้จ่ายเพื่อดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ

4. ดัชนีความสำเร็จทางธุรกิจ (Key performance indicators for business)

Kaplan and Norton (1992) ให้ความหมายของดัชนีความสำเร็จทางธุรกิจ คือ เครื่องมือที่ใช้ในการวัดผลการดำเนินงานที่สำคัญขององค์กร มีส่วนช่วยให้ธุรกิจสามารถประเมินความสำเร็จของกิจกรรมแต่ละด้าน ๆ เช่น การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการพัฒนาองค์กร มีบทบาทสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถกำหนดทิศทางและนำไปประกอบการตัดสินใจได้ดียิ่งขึ้น ในขณะที่ทาง Elkington (1997) ได้ระบุว่า นอกจากนี้ มิติทั้ง 4 กล่าวมาข้างต้นนั้น สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นต่อโครงสร้าง ทางผู้ประกอบการควรพิจารณาถึงความยั่งยืนในการดำเนินธุรกิจในด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม เพื่อรักษาความเชื่อมั่นจากลูกค้าและสร้างความยั่งยืน การสร้างความสมดุลในการบริหารองค์กรด้วยดัชนีนั้นควรมีการกำหนดทิศทาง เป้าหมาย การประเมินประสิทธิภาพ การตัดสินใจเชิงข้อมูล และการสื่อสารภายในองค์กร ตลอดจนการส่งเสริมให้ทุกฝ่ายเข้าใจเป้าหมายร่วมกันและสามารถพัฒนาองค์กรได้อย่างต่อเนื่อง

จากการทบทวนวรรณกรรมทั้ง 4 กลุ่มแนวคิด ได้แก่ ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อย การสร้างมูลค่า การวางแผนธุรกิจ และดัชนีความสำเร็จทางธุรกิจ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดดังกล่าวมาเชื่อมโยงเป็นฐานในการพัฒนารอบแนวคิดของงานวิจัยนี้ แนวคิดธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อยถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายบริบท ลักษณะการให้บริการ และข้อจำกัดเฉพาะของธุรกิจบริการสัตว์เลื้อยในเขตเมือง ขณะที่แนวคิดการสร้างมูลค่าถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายกระบวนการที่ผู้ประกอบการเปลี่ยนทรัพยากร กิจกรรม และความสัมพันธ์กับลูกค้าให้เกิดคุณค่าทางธุรกิจและประสบการณ์ของผู้รับบริการ ในลำดับต่อมา แนวคิดการวางแผนธุรกิจ โดยเฉพาะ Business Model Canvas ถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการวิเคราะห์สภาพการณ์การดำเนินกิจการผ่านองค์ประกอบ 9 ด้าน ได้แก่ คุณค่าที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทาง ความสัมพันธ์กับลูกค้า แหล่งรายได้ ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก และโครงสร้างต้นทุน ส่วนแนวคิดดัชนีความสำเร็จทางธุรกิจถูกนำมาใช้เป็นฐานในการพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กร บูรณาการมิติการวัดผลทั้งด้านการเงิน ลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนา สังคมและสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยและความปลอดภัย และความสะอาดสบาย

ดังนั้น กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้จึงไม่ได้ใช้แนวคิดใดแนวคิดหนึ่งถูกจำแนกจากกัน แต่เป็นการบูรณาการแนวคิดด้านบริบทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อย แนวคิดการสร้างมูลค่า แนวคิดการวางแผนธุรกิจ และแนวคิดดัชนีชี้วัดผลการดำเนินงาน เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงระหว่างกระบวนการดำเนินธุรกิจ กับผลลัพธ์ของการสร้างมูลค่าในระดับองค์กร นำไปสู่การออกแบบกรอบการดำเนินการวิจัย ดังแสดงใน Figure 1

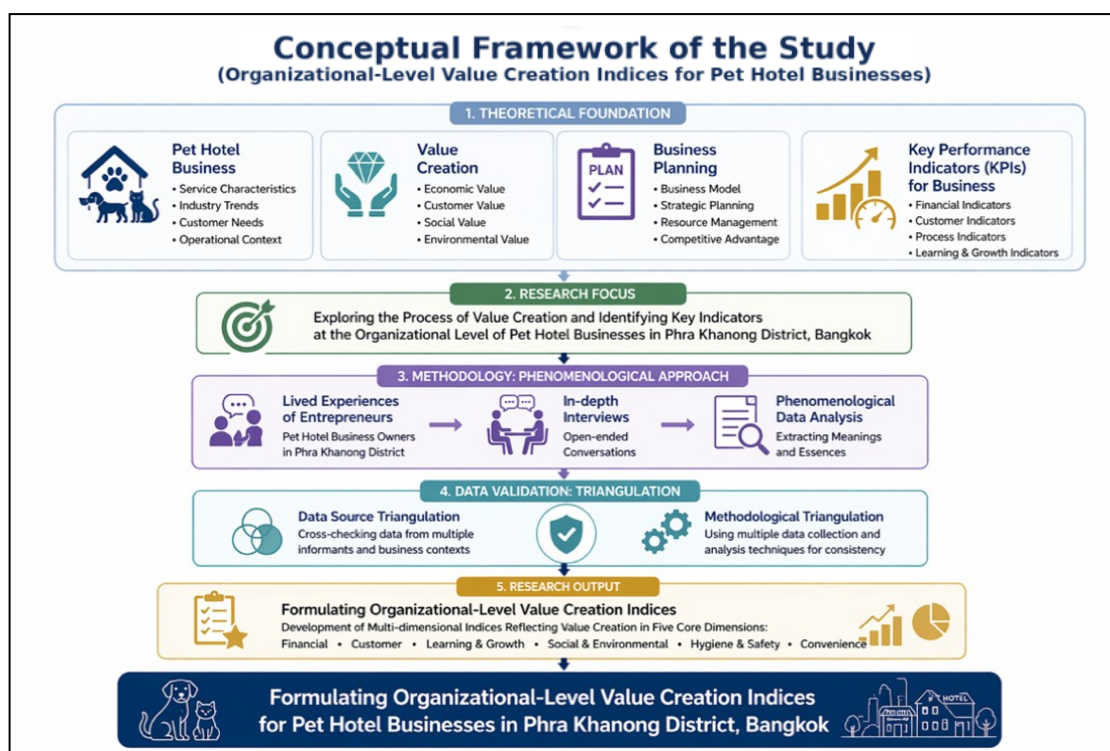


Figure 1 Research Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) โดยใช้วิธีปรากฏการณ์วิทยา (Phenomenology) เพื่ออธิบายประสบการณ์จากมุมมองที่เกิดขึ้นในชีวิตจริงของมนุษย์ สะท้อนผ่านกระบวนการคิดและการตัดสินใจของคนที่ใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมเหล่านั้น โดยมีคุณสมบัติและประสบการณ์ในการดำเนินกิจการที่คล้ายคลึงกัน (Rowe, 2018) ร่วมกับการตีความผลลัพธ์จากการให้ความหมายของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักผ่านมุมมองและประสบการณ์ที่อาจเหมือน หรือแตกต่างจากทฤษฎี (Leonard, 1989)

2. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key informant)

ผู้ให้ข้อมูลคัดเลือกบุคคลที่คุณลักษณะคล้ายกันแบบเจาะจง (Purposive selection) ในฐานะกลุ่มผู้ประกอบการในธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มีประสบการณ์บริหาร ธุรกิจที่จดทะเบียนในกรมพัฒนาธุรกิจการค้า ประเภทธุรกิจบริการ กิจกรรมการดูแลสัตว์เลี้ยง ไม่น้อยกว่า 5 ปี อยู่ได้เขตพื้นที่เดียวกันเข้ามาไว้ด้วยกัน จำนวน 17 คน จากโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงทั้งหมด 17 แห่ง ตามหลักการของ Creswell and Creswell (2017) ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีลักษณะซ้ำและยืนยันประเด็นเดิม

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในแต่ละโรงแรมเป็นแบบคำถามกึ่งโครงสร้างปลายเปิดเพื่อสะท้อนความคิดเห็นตามประเด็นปัญหาของการวิจัยอย่างลึกซึ้ง ที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัยทั้ง 2 ข้อ ได้แก่ 1) สภาพการณ์การดำเนินกิจการผ่านแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพฯ ทั้ง 9 ด้านเป็นอย่างไร (1) คุณค่าที่นำเสนอ (2) กลุ่มลูกค้า (3) ช่องทาง (4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า (5) แหล่งรายได้ (6) ทรัพยากรหลัก (7) กิจกรรมหลัก (8) พันธมิตรหลัก และ (9) โครงสร้างต้นทุน 2) การระบุดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับขององค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพฯ ทั้ง 6 มิติเป็นอย่างไร (1) การเงิน (2) ลูกค้า (3) การเรียนรู้และพัฒนา (4) สังคมและสิ่งแวดล้อม (5) สุขอนามัยและความปลอดภัย และ (6) ความสะดวกสบาย นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังคงใช้เครื่องมืออุปกรณ์ที่สนับสนุนการบันทึกข้อมูล ได้แก่ แท็บเล็ต ปากกาอิเล็กทรอนิกส์ โทรศัพท์มือถือสำหรับบันทึกภาพและเสียง

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้เทคนิคการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อย ในเขตพระโขนงทั้งหมด 17 แห่ง ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant observation) พิจารณาสภาพแวดล้อมในระหว่างการดำเนินกิจการแต่ละแห่ง ประกอบด้วย 1) โรงแรมแมวแคทมามา 2) โรงแรมแมวเหมียวบู 3) โรงแรมโกะฟุกุแคท 4) โรงแรมแมงโก้ 5) บ้านฮักแมว 6) รับฝากแมว โรงแรมแมว 93 7) โรงแรมแมวโดยสตูดิโอเรือนกระจก 8) โรงแรมคอต ซเท โสม 9) โรงแรมสัตว์เลื้อยกรุงเทพ-สุขุมวิท 10) โรงแรมโกฮันแคท 11) โรงแรมแอโดโฮม แคท 12) โรงแรมแคทชีชี 13) โรงแรมโปโปกิ แคท 14) โรงแรมเนโกะโฮม แคท 15) โรงแรมแมวเคนซัน แคท 16) โรงแรมฮอลิเดย์ เฮาส์ ค็อกส์ โซเซียล คลับ แอนด์ โฮเทล และ 17) โรงแรมแมวเอแอนด์เอ็มแคท ภายใต้ขอบเขตระยะเวลาตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2568

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การประเมินข้อความจากบทสัมภาษณ์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content analysis) เพื่อจำแนกเนื้อหาที่ปรากฏในบทสนทนาให้อยู่ในรูปแบบข้อความเชิงความหมาย และจัดกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน ผู้วิจัยหลักเลือกการตีความล่วงหน้า และดำเนินการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบผ่านกระบวนการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) ตั้งแต่การกำหนดรหัสเบื้องต้น (Open coding) จากข้อความหรือประโยคสำคัญที่สะท้อนประสบการณ์และมุมมองของผู้ให้ข้อมูล ลำดับต่อไปเป็นการจัดหมวดหมู่และเชื่อมโยงรหัสที่มีความสัมพันธ์กัน (Axial coding) เพื่อรวมประเด็นย่อยที่มีลักษณะใกล้เคียงกัน และการสังเคราะห์ประเด็นหลัก (Selective coding) เพื่อพัฒนาเป็นรหัสหลักที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นจึงวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic analysis) เพื่อสกัดรูปแบบ (Patterns) และสาระสำคัญ (Themes) ที่สะท้อนประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล และนำไปสู่การตีความเชิงลึกในบริบทของการสร้างมูลค่าในธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อย ลำดับถัดไปข้อมูลเชิงธีมเหล่านั้นถูกนำมาสังเคราะห์เชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดทางธุรกิจ เพื่อพัฒนาเป็นดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กร นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความน่าเชื่อถือทฤษฎีแบบสามเส้า (Triangulation) เพื่อสนับสนุนช่วยในการวิเคราะห์ให้มีความถูกต้องยิ่งขึ้น สำหรับงานวิจัยนี้จะใช้หลักทฤษฎีแบบสามเส้า 3 ด้าน (Ma et al., 2013) ประกอบด้วย 1) ด้านข้อมูลที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน ได้แก่ เวลา ผู้ให้ข้อมูลหลัก และแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกันทั้งหมด 17 แห่ง แต่ละแห่งมีผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีมุมมองที่คล้ายหรืออาจแตกต่างกันไปแต่ละองค์กร 2) ด้านผู้วิจัยแต่ละคนที่มีแหล่งที่มาแตกต่างกัน มีจำนวนนักวิจัยที่มากกว่า 1 คน ร่วมกันวิเคราะห์และยืนยันความถูกต้องของข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก และ 3) ด้านวิธีรวบรวมข้อมูล ผ่านการเปรียบเทียบข้อมูลจากเทคนิคการเก็บข้อมูลหลาย วิธีซึ่งผู้วิจัยได้ใช้การสัมภาษณ์ร่วมกับการสังเกตแบบมีส่วนร่วมในกลุ่มธุรกิจโรงแรมสัตว์เลื้อย

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. สภาพการณ์การดำเนินกิจการผ่านแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลื้อยในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบ ดังนี้

1.1 คุณค่าที่นำเสนอ (Value propositions) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ใส่ใจในด้านความสะอาด ความปลอดภัย การดูแลอย่างใกล้ชิด และการรายงานข้อมูลการเลี้ยงดูต่อเจ้าของสัตว์เลื้อยแบบสม่ำเสมอ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นลักษณะของมาตรฐานกลางของธุรกิจโรงแรมในเขตพื้นที่ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง โรงแรมแคทมามา และ โรงแรมเหมียวบู ที่นำเสนอการบริการแบบครบครันและความเชื่อมั่นที่สร้างขึ้นจากประสบการณ์ตรงในการเลี้ยงสัตว์มาเป็นระยะเวลาหลายปี อย่างไรก็ตามมีโรงแรมบางแห่งเลือกที่ส่งมอบคุณค่าในประเด็นที่แตกต่างออกไป เช่น โรงแรมโกะฟุกุ แคท และโรงแรมเนโกะโฮม แคท นำเสนอการออกแบบพื้นที่หรือสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อรองรับแมวสายพันธุ์พิเศษ เช่น แมวพันธุ์เปอร์เซีย แมวพันธุ์เอกโซติก ชอร์ตแฮร์ สก็อตติช โฟลด์ เป็นต้น ขณะที่ โรงแรมฮอลิเดย์ เฮาส์ ค็อกส์ โซเซียล ให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณค่าในฐานะพื้นที่ทางสังคมสำหรับสัตว์เลื้อยและการฝึกสำหรับสุนัขมากกว่าการให้บริการเชิงสุขอนามัยเพียงอย่างเดียว

1.2 กลุ่มลูกค้า (Customer segments) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีทิศทางการกำหนดกลุ่มเป้าหมายหลักที่มีความสอดคล้องกัน เริ่มจากกลุ่มเจ้าของสัตว์เลื้อยที่อยู่อาศัยในเขตเมืองหรือคอนโดมิเนียม มีข้อจำกัดด้านพื้นที่สำหรับการเลี้ยงสัตว์ ลำดับต่อมาเป็นกลุ่มชาวต่างชาติที่มาใช้บริการ ได้แก่ ญี่ปุ่น จีน เกาหลีใต้ และยุโรป ตามลำดับ ทั้งนี้โรงแรมหลายแห่งยังสามารถรองรับการเข้าพักทั้งระยะสั้น 1 ถึง 2 วัน และระยะยาวจำนวน 1 เดือนถึง 1 ปี ในขณะที่ โรงแรมฮอลิเดย์ เฮาส์ ค็อกส์ โซเซียล มีการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่แตกต่างไป เนื่องจากรองรับเฉพาะสุนัขของกลุ่มเจ้าของสัตว์เลื้อยที่ต้องการใช้

พื้นที่ของโรงแรม เพื่อการเข้าถึงของสัตว์เลี้ยงมากกว่าการฝากเลี้ยงเพียงอย่างเดียว สิ่งเหล่านี้จึงกลายเป็นความแตกต่างของกลุ่มตลาด รวมถึงความแตกต่างในด้านการบริการระหว่างโรงแรมสำหรับแมว และโรงแรมสำหรับสุนัข เนื่องจากพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภทและสายพันธุ์ต้องการบริการที่แตกต่างกันไป

1.3 ช่องทาง (Channels) พบว่า ผู้ประกอบการทุกแห่งมีความสอดคล้องกันกับการเลือกใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันเฟซบุ๊ก (Facebook) แอปพลิเคชันอินสตาแกรม (Instagram) และ แอปพลิเคชันไลน์ออฟฟิตเซียล แอคเคาท์ (Line Official Account) เป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารกับเจ้าของสัตว์เลี้ยงและเป็นช่องทางการจองบริการ อีกทั้งยังพบว่า โรงแรมบางแห่งยังคงใช้เว็บไซต์ (Website) เพื่อประชาสัมพันธ์ห้องพัก ราคา และช่องทางติดต่อ กรณีที่แตกต่างของทางโรงแรมฮอเลียเฮาส์ ด็อกส์ โซเซียล พบว่า มีการใช้ช่องทางออนไลน์น้อยกว่าเมื่อเทียบกับธุรกิจโรงแรมสำหรับแมว และช่องทางที่สอดคล้องน้อยที่สุด คือ หน้าร้าน ร่วมกับการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ประเภทสิ่งพิมพ์ อาทิ ใบปลิว ป้ายประกาศ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีช่องทางการยังเกี่ยวข้องกับการใช้บริการแอปพลิเคชันผู้ให้บริการขนส่งถึงบ้าน เพื่อจัดส่งสินค้าอาหารสัตว์เลี้ยง และทรายสำหรับสัตว์เลี้ยงด้วย

1.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships) พบว่า ผู้ประกอบการบางรายมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายแบบลดราคาในกรณีฝากระยะยาว เช่น การใช้ส่วนลดร้อยละ 15 เพื่อกระตุ้นการซื้อซ้ำและสร้างความจงรักภักดีจากลูกค้าทั่วไปให้กลายเป็นลูกค้าประจำ ตัวอย่างที่ชัดเจนของโรงแรมแคทมามา และโรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท มีการรายงานการจัดกิจกรรมเป็นระบบทุกเดือน ในทางกลับกันโรงแรมฮอเลียเฮาส์ ด็อกส์ โซเซียล ยังมีการคัดแยกพื้นที่สำหรับสุนัขรายตัว

1.5 แหล่งรายได้ (Revenue streams) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีรายได้มาจากอัตราค่าบริการของห้องพักตามประเภทและขนาดความจุ เช่น โรงแรมสำหรับแมว ส่วนใหญ่มีห้องพักทั้งหมด 4 ประเภท ได้แก่ 1) ห้องพักรองรับสัตว์เลี้ยงเพียง 1 ตัว ราคา 250-350 บาท 2) ห้องพักรองรับสัตว์เลี้ยงได้ 1-3 ตัว ราคา 450-500 บาท 3) ห้องพักรองรับสัตว์เลี้ยงได้ 1-4 ตัว ราคา 500-700 บาท 4) ห้องพักรองรับสัตว์เลี้ยงได้มากที่สุด 9 ตัว ราคา 900-2,000 บาท ในขณะที่โรงแรมสำหรับสุนัขมีการคิดค่ารับฝากเลี้ยงสัตว์เลี้ยงตามน้ำหนักตัวและระยะเวลาการเข้าพัก เริ่มต้น 350 บาทต่อ 24 ชั่วโมงหรือ 1 คืน สำหรับสัตว์เลี้ยงน้ำหนักไม่เกิน 5 กิโลกรัม มีราคาสูงสุด 1,500 บาทต่อคืนสำหรับสัตว์เลี้ยง ที่มีน้ำหนักมากกว่า 30 กิโลกรัม เป็นต้น รวมทั้งมีกลุ่มผู้ประกอบการได้เพิ่มบริการเสริม เช่น ค่าเช่ากล่องวงจรปิด ค่าทรายแมว หรือค่าบริการขนส่ง หรือแม้กระทั่งทางโรงแรมแคทซีซี มีรายได้จากการทำธุรกิจคาเฟ่ภายในโรงแรม

1.6 ทรัพยากรหลัก (Key resources) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการใช้ทรัพยากรหลักที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ห้องพักรับรองแบบเฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยงระบบกล่องวงจรปิด เครื่องฟอกอากาศ และพนักงานที่มีประสบการณ์ในการดูแลสัตว์ ในบางโรงแรม เช่น โรงแรมแคทมามา มีการใช้เทคโนโลยีประเภทหุ่นยนต์เข้ามาช่วยในการทำความสะดวกและเผื่อระวังพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยง เพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน นอกจากนี้ ความแตกต่างที่ชัดเจนของโรงแรมฮอเลียเฮาส์ ด็อกส์ โซเซียล ยังมีการใช้พื้นที่สนามและอุปกรณ์สำหรับการเข้าถึงและการฝึกทักษะสุนัขด้วยเป็นสิ่งสนับสนุน

1.7 กิจกรรมหลัก (Key activities) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการคัดกรองสุขภาพพื้นฐานด้วยการยืนยันการฉีดวัคซีนตามเงื่อนไขช่วยป้องกันโรคติดต่อ ควบคู่กับการจัดสรรห้องและการตั้งค่ากล่องวงจรปิดให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถเข้าชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง มีการดูแลความเรียบร้อยประจำวัน อาทิ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อโรค การให้อาหารและดูแลสุขภาพสัตว์เลี้ยง การเล่นและเสริมสร้างพฤติกรรมด้วยการออกกำลังกาย รวมถึงการรายงานข้อมูลต่อเจ้าของและนำเสนอกิจกรรมส่งเสริมขายผ่านสื่อออนไลน์ ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการบางรายยังมีการสร้างมาตรฐานการบริการอย่างเข้มงวด เช่น โรงแรมเหมียวบู และโรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท สร้างความแตกต่างในคุณภาพบริการ ไม่ว่าจะเป็นการดูแลแบบใกล้ชิดครบวงจร ตั้งแต่การให้อาหาร การปล่อยสัตว์เลี้ยงวิ่งเล่น การทำความสะอาด การรายงานพฤติกรรม

1.8 พันธมิตรหลัก (Key partnership) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีพันธมิตรหลักที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง ร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์ และแพลตฟอร์มออนไลน์ อาทิ แอปพลิเคชันผู้ให้บริการขนส่งถึงที่หมาย โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าประเภทอาหารและทรายสำหรับสัตว์เลี้ยง สะท้อนถึงเครือข่ายความร่วมมือที่สนับสนุนการดำเนินธุรกิจอย่างยั่งยืนในแต่ละโรงแรมดำเนินการสร้างพันธมิตรแบบทั้งเป็นทางการและไม่เป็นทางการตามนโยบายในแต่ละโรงแรม

1.9 โครงสร้างต้นทุน (Cost structure) พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการประเมิณภาระรายจ่ายที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ ค่าสาธารณูปโภค ค่าอุปกรณ์และของใช้สัตว์ ค่าพนักงานตำแหน่งแม่บ้านหรือผู้ช่วยดูแล ค่าประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์และอาคาร บางแห่งยังมีต้นทุนเพิ่มเติมจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดำเนินงาน เช่น ระบบกล่องวงจร

ปิดและหุ่นยนต์ อีกทั้งทางโรงแรมฮอเลีย เฮาส์ ค็อกส์ โซเซียล มีโครงสร้างต้นทุนที่ต่างออกไป โดยเฉพาะค่าใช้จ่ายในการดูแลพื้นที่สนามออกกำลังกายและอุปกรณ์ฝึกสุนัขสูงกว่ามูลค่าของห้องพัก

2. วางแผนพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับขององค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 มิติ ดังนี้

2.1 มิติทางการเงิน (Financial) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ อัตราการครองห้องพัก (Occupancy rate) สะท้อนความสามารถในการดึงดูดเจ้าของสัตว์เลี้ยงเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น โรงแรมเหมียวบุ โรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท และโรงแรมแคทมามา มีอัตราการเข้าพักเต็มหรือเกือบเต็มเป็นตัวบ่งชี้ความสำเร็จหลัก หากมีจำนวนห้องพักเต็มอย่างสม่ำเสมอถึงรายได้ที่มั่นคง ลำดับถัดมาคือ รายได้จากค่าห้องพัก (Room revenue) และรายได้รวมต่อเดือนหรือต่อปี บางแห่งยังมีการปรับราคาเป็นแพ็คเกจ ค่าห้องพัก รายวัน รายเดือน หรือมีส่วนลดกรณีฝากเลี้ยงระยะยาว เป็นต้น แต่ผู้ประกอบการบางรายของโรงแรมโปโปกิ แคท อธิบายว่าการที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงกลับมาใช้บริการซ้ำ และเจ้าของสัตว์เลี้ยงที่มาจากการบอกต่อเป็นตัวชี้วัดที่มีผลต่อรายได้ระยะยาว ช่วยลดต้นทุนทางการตลาดและสร้างกระแสรายได้ที่ต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน การบอกต่อที่ดีทำให้จำนวนเจ้าของสัตว์เลี้ยงไม่ลดลง แม้เผชิญกับภาวะการแข่งขันที่รุนแรง บางแห่งอย่างโรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท มีการเพิ่มบริการเสริม ทำให้เกิดรายได้จากบริการเสริม (Add-on services revenue) เช่น ค่าบริการกล่องวงจรปิด ค่าบริการทรายแมว ค่าบริการขนส่งสัตว์เลี้ยง เพื่อสร้างรายได้เสริมและลดความเสี่ยงจากการพึ่งพารายได้จากค่าบริการห้องพักเพียงอย่างเดียว สำหรับกลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับความอยู่รอดและรายได้ที่สม่ำเสมอมากกว่าการคำนวณอัตราผลตอบแทนการลงทุน หรือกำไรที่ชัดเจน ควรมีระยะเวลาคืนทุนที่เหมาะสมอยู่ระหว่างถึง 3-5 ปี กำหนดอัตราการคืนทุนควรอยู่ที่ประมาณร้อยละ 15-25 ต่อปี

2.2 มิติลูกค้า (Customer) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ คะแนนความพึงพอใจ การรีวิวออนไลน์และภาพลักษณ์บนแพลตฟอร์ม โดยเฉพาะการรีวิวและจัดลำดับความนิยมบนแอปพลิเคชัน ทั้งในฐานะหลักฐานความไว้วางใจและเครื่องมือดึงดูดเจ้าของสัตว์เลี้ยงรายใหม่ เช่น การขอความร่วมมือให้ลูกค้ารีวิวในแอปพลิเคชันกูเกิ้ลแมพ และเฟสบุ๊ก เป็นกิจกรรมปกติหลังการเข้ารับบริการ เพื่อเสริมความสัมพันธ์และฐานลูกค้าในระยะยาว ทั้งนี้การรีวิวของเจ้าของสัตว์เลี้ยง สามารถสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจจองและผลการดำเนินงาน เช่น อัตราครองห้องพักและรายได้ต่อห้องพัก (Revenue Per Available Room: RevPAR) รวมทั้งอัตราการกลับมาใช้ซ้ำ เป็นตัวชี้วัดหลักถูกใช้เป็นตัวแทนความพึงพอใจ ทำให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงที่เป็นลูกค้าเก่าเกิดความภักดี อีกทั้งยังบ่งบอกถึงฐานรายได้มั่นคงจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงกลุ่มเดิม นอกจากนี้ ผู้ประกอบการจำนวนมากใช้การบอกต่อแบบอิเล็กทรอนิกส์ทั้งในรูปแบบของการรีวิวสาธารณะและการแนะนำกลุ่มคนทั่วไป

2.3 มิติการเรียนรู้และการพัฒนา (Learning & growth) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด เกิดจากการเรียนรู้ประสบการณ์จริงของการดูแลสัตว์เลี้ยงมาอย่างยาวนาน ถูกถ่ายทอดสู่การดำเนินกิจการ เช่น โรงแรมแคทมามา โรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท โรงแรมแคทซีซี โรงแรมเนโกะ โฮม และโรงแรมโปโปกิ แคท มีประสบการณ์เลี้ยงแมวมาประมาณ 10 ถึง 20 ปี ทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมสัตว์เชิงลึก และสามารถพัฒนาแนวทางการให้บริการที่ตอบโจทย์เจ้าของสัตว์เลี้ยงได้อย่างตรงจุด ประเด็นที่พบยังสอดคล้องกันกับการพัฒนาและปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เช่น ปรับวิธีทำความสะอาด เปลี่ยนรูปแบบการรายงานเจ้าของสัตว์เลี้ยง หรือทดลองจัดห้องพักให้เหมาะกับแมวหลายตัว ในขณะเดียวกันผู้ประกอบการบางรายมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับพันธมิตร เช่น โรงพยาบาลสัตว์ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง อย่างไรก็ตาม การอบรมพนักงานอย่างเป็นระบบอาจไม่มีทิศทางที่ชัดเจนในบางโรงแรม เนื่องจากส่วนใหญ่เป็นธุรกิจครอบครัวที่เจ้าของดูแลเอง จึงไม่ค่อยมีโครงการฝึกอบรมหรือตัวชี้วัดด้านทักษะพนักงาน เช่น พฤติกรรมและจิตวิยาสัตว์เลี้ยง สุขอนามัย การปฐมพยาบาลและการดูแลสุขภาพเบื้องต้นของสัตว์เลี้ยง

2.4 มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม (Social & environmental) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ การจัดการมูลสัตว์และกลิ่นรบกวน เพื่อไม่ให้กระทบต่อชุมชนโดยรอบ เช่น โรงแรมแคทมามา และโรงแรมเอแอนด์เอ็มแคท มีการใช้ถังขยะเฉพาะ การทำความสะอาด ข่าเชื้ออย่างสม่ำเสมอ และการใช้เครื่องฟอกอากาศเพื่อลดกลิ่นไม่พึงประสงค์ ขณะที่ โรงแรมเหมียวบุ และ โรงแรมแมวโดยสตูดิโอเรือนกระจก มีการเก็บกวาดและกำจัดของเสียทุกวันเพื่อลดผลกระทบต่อชุมชน ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงหลายแห่งมีการช่วยเหลือแมวจรจัดและสุนัขจรจัดที่พดหลงด้วยการหาบ้านใหม่ให้สัตว์เลี้ยง นอกจากนี้ ยังมีบางโรงแรมที่ร่วมมือกับองค์กรสัตว์ เพื่อรณรงค์การดูแลสัตว์อย่างถูกสุขลักษณะ ร่วมกับการใช้สินค้าที่ปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บางโรงแรมเลือกใช้น้ำยาทำความสะอาดที่

ปลอดภัยต่อสัตว์และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเลือกอุปกรณ์ที่สามารถนำกลับมาใช้ซ้ำได้ อย่างไรก็ตามการเกิดเสียงรบกวนต่อเพื่อนบ้านและชุมชนเป็นปัญหาที่พบเจอได้เพียงธุรกิจโรงแรมสำหรับสุนัขเป็นส่วนใหญ่

2.5 มิติความสะอาดและความปลอดภัย (Hygiene & safety) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ เกณฑ์คัดกรองสุขภาพก่อนเข้าพัก และหลักฐานการฉีดวัคซีน เพื่อป้องกันโรคติดต่อ รวมทั้งมาตรฐานความสะอาดเชิงรุก ผ่านการกำหนดตารางทำความสะอาด 3 ครั้งต่อวัน ได้แก่ เช้า กลางวัน และเย็น รวมถึงมีการฆ่าเชื้อโรคทุกครั้งตอนเข้าพัก (Check-in) และหลังเข้าพัก (Check-out) มีการแยกพื้นที่ที่ชัดเจนเพื่อลดการปนเปื้อนและการแพร่เชื้อโรค แม้กระทั่งกรณีการออกแบบกายภาพ เพื่อป้องกันการหลุดหนีของสัตว์เลี้ยง บางโรงแรมยังมีห้องพักแบบปิด ภายใต้แนวคิดการปล่อยให้สัตว์เลี้ยงออกมาเล่นเป็นรอบ หรือประมาณบ้านละ 2 ครั้งต่อวัน ได้แก่ เช้า และเย็น ติดกล้องวงจรปิด การเฝ้าระวังอาการของสัตว์เลี้ยงที่เข้าพัก

2.6 มิติความสะดวกสบาย (Convenience) พบว่า ดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่สอดคล้องกันมากที่สุด คือ ความสะดวกในการสื่อสารและการรายงานอย่างต่อเนื่อง ส่วนใหญ่นิยมเลือกใช้แอปพลิเคชันไลน์ และไลน์โอเอ รวมทั้งการเลือกใช้แอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก เป็นช่องทางหลักในการรับจองและประสานงานต่าง ๆ รวมถึงการส่งภาพถ่ายและวิดีโอแบบรายวันให้กับเจ้าของสัตว์เลี้ยง 3 ครั้งต่อวัน ได้แก่ เช้า กลางวัน และเย็น รวมทั้งการพิจารณาทำเลและการเข้าถึงที่สะดวก กลุ่มลูกค้าหลักส่วนใหญ่ คือ คนที่พักอาศัยในคอนโด และอาศัยอยู่ใกล้ย่านการค้า ทางโรงแรมยังปฏิเสธการรับฝากโดยไม่ผ่านการจอง เพื่อจัดลำดับการดูแลได้ทั่วถึง นอกจากนี้ ยังมีการบริการรับ-ส่งสัตว์เลี้ยง พร้อมกับการบริการกล้องวงจรปิด 24 ชั่วโมง

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ งานวิจัยนี้ได้นำเสนอคำกล่าวของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักในฐานะหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนการตีความในแต่ละมิติของการสร้างมูลค่า โดยจัดกลุ่มตามดัชนีวัดผลในระดับองค์กรทั้ง 6 มิติ ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Interview Quotations Supporting

Value Creation Dimension	Quotations	Interpretation
Financial	"The cost of pet care services is quite high, so we have to carefully manage expenses and pricing strategies." (KI-05)	Reflects the importance of cost control and revenue management in sustaining business performance.
Customer	"Pet owners expect their pets to be treated like family members and receive personalized care." (KI-11)	Highlights the role of emotional value and customer experience in value creation.
Learning & Growth	"Operators need continuous learning and specialized skills to handle different types of pets effectively." (KI-08)	Emphasizes the need for skill development and knowledge enhancement in service delivery.
Social & Environmental	"Customers prefer facilities that are clean, well-ventilated, and environmentally friendly." (KI-12)	Indicates the growing importance of environmental quality and social responsibility.
Hygiene & Safety	"Ensuring cleanliness and safety for pets is the most important factor influencing customer trust." (KI-03)	Demonstrates that hygiene and safety are critical to building customer confidence.
Convenience	"Customers prefer services that are easy to access, especially booking and pet pick-up options." (KI-07)	Shows that accessibility and convenience significantly influence service usage.

จาก Table 1 พบว่า ผู้ให้ข้อมูลหลักสะท้อนหลักฐานเชิงประจักษ์ที่สนับสนุนมิติการสร้างมูลค่าในระดับองค์กรทั้ง 6 มิติ อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เห็นกระบวนการสังเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยจึงได้นำข้อมูลจากบทสัมภาษณ์มาจัดกลุ่มเป็นรหัสข้อมูล ประเด็นหลัก องค์ประกอบของโมเดลธุรกิจ และมิติของดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่า ดังแสดงใน Table 2

Table 2 *Model Synthesis of Value Creation Indices Derived from Qualitative Analysis*

Raw Data (Interview Insights)	Codes	Themes	Business Model Elements	Value Creation Dimensions (KPI)
“Customers place high importance on cleanliness and safety for their pets.”	hygiene, safety concern	Pet safety and hygiene management	Value Proposition, Key Activities	Hygiene & Safety Dimension
“Customers expect convenience in booking and pet pick-up/drop-off services.”	convenience, accessibility	Service accessibility	Channels, Customer Relationships	Convenience Dimension
“Customers expect their pets to be treated like family members.”	emotional care, trust	Emotional value creation	Value Proposition, Customer Relationships	Customer Dimension
“Operators must have specialized knowledge and skills in pet care.”	expertise, skill development	Professional capability	Key Resources, Key Activities	Learning & Growth Dimension
“Partnerships with veterinary clinics enhance customer confidence.”	partnership, trust building	Strategic partnerships	Key Partnerships	Customer Dimension, Hygiene & Safety Dimension
“The cost of pet care services is relatively high and requires careful management.”	cost control, resource allocation	Cost efficiency management	Cost Structure	Financial Dimension
“Customers value clean facilities, proper ventilation, and sufficient space.”	facility quality, environment	Physical environment quality	Key Resources	Social & Environmental Dimension
“Some customers demand additional services such as grooming or training.”	service diversification	Service innovation	Value Proposition, Revenue Streams	Financial Dimension, Customer Dimension

จาก Table 2 พบว่า ผลการสังเคราะห์นิมิตของการสร้างมูลค่าในธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงมีความสัมพันธ์กับองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละมิติสะท้อนทั้งกระบวนการดำเนินงานและผลลัพธ์เชิงคุณค่าที่เกิดขึ้นในระดับองค์กร

3. อภิปรายผล

3.1 สภาพการณ์การดำเนินกิจการผ่านแบบจำลองธุรกิจของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร ประกอบไปด้วย 9 องค์ประกอบ ดังนี้

3.1.1 คุณค่าที่นำเสนอ พบว่า คุณค่าของโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญมากที่สุด คือ การให้บริการที่ใส่ใจในด้านความสะอาด ความปลอดภัย การดูแลอย่างใกล้ชิด และการรายงานข้อมูลการเลี้ยงดูแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยงอย่างสม่ำเสมอ ประเด็นดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า คุณค่าที่นำเสนอของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงเป็นการแสดงจุดเด่นของบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะของเจ้าของสัตว์เลี้ยง โดยเฉพาะด้านความสะอาด ความปลอดภัย การดูแลอย่างใกล้ชิด และการรายงานข้อมูลอย่างต่อเนื่อง จุดเด่นเหล่านี้ช่วยสร้างความแตกต่างทางการแข่งขันและนำไปสู่ความไว้วางใจของผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramos-Ruiz et al. (2024) พบว่า ปัจจัยหลักที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงให้ความสำคัญสูงสุด ไม่ว่าจะเป็นการให้ความสำคัญกับความสะอาดและสุขอนามัยของที่พัก เป็นสิ่งที่สะท้อนถึงความต้องการด้านคุณภาพบริการที่เจ้าของสัตว์เลี้ยงคาดหวังว่าห้องพักและพื้นที่ส่วนกลางต้องสะอาด ปราศจากกลิ่นและสิ่งสกปรก ซึ่งการบริหารโรงแรมที่ให้ความสำคัญกับมาตรฐานสุขอนามัย ยังคงกลายเป็นปัจจัยส่งเสริมความพึงพอใจและความเชื่อมั่นของเจ้าของสัตว์เลี้ยงในระยะยาว

3.1.2 กลุ่มลูกค้า พบว่า กลุ่มลูกค้าของโรงแรม เป็นกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงชาวไทยที่พำนักอยู่อาศัย คอนโดมิเนียมเป็นลูกค้าส่วนใหญ่ และมีสัดส่วนลูกค้าต่างชาติร้อยละ 60-70 โดยเฉพาะกลุ่มยุโรปและเอเชียตามลำดับ ที่เข้ามาใช้บริการ เนื่องจากเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยพร้อมกับสัตว์เลี้ยง จึงมองว่าสถานที่พำนักที่เป็นจุดรองรับที่ช่วยสร้าง

ความมั่นใจว่าสัตว์เลี้ยงจะได้รับการดูแลอย่างปลอดภัย สะดวกสบาย และใกล้ชิดกับ เพิ่มคุณภาพด้านประสบการณ์การท่องเที่ยว อีกทั้งกลุ่มลูกค้ามีความหลากหลายทั้งในด้านพฤติกรรมและความต้องการ จำเป็นต้องอาศัยการแบ่งส่วนตลาดที่ละเอียด เพื่อให้สามารถตอบสนองได้อย่างตรงจุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Veas-González et al. (2025) พบว่า กลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงมีความแตกต่างกันตามบริบทการเดินทาง รูปแบบการใช้ชีวิต และความต้องการในการดูแลสัตว์เลี้ยง การจำแนกกลุ่มลูกค้าของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงควรพิจารณาทั้งกลุ่มเจ้าของสัตว์เลี้ยงในพื้นที่ กลุ่มผู้พักอาศัยในเขตเมืองหรือคอนโดมิเนียม กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางพร้อมสัตว์เลี้ยง และกลุ่มชาวต่างชาติที่ต้องการบริการดูแลสัตว์เลี้ยงที่มีมาตรฐาน ทั้งนี้ กลุ่มลูกค้าเหล่านี้มีความต้องการร่วมกันในด้านความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และการเข้าถึงบริการเฉพาะสัตว์เลี้ยง แต่มีระดับความคาดหวังและรูปแบบการใช้บริการที่แตกต่างกัน การเข้าใจลักษณะของกลุ่มลูกค้าอย่างชัดเจนมีส่วนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบบริการและกำหนดกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มได้มากขึ้น

3.1.3 ช่องทาง พบว่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงมีการใช้ช่องทางออนไลน์เป็นหลัก เช่น แอปพลิเคชันเฟสบุ๊ก แอปพลิเคชันอินสตาแกรม และ แอปพลิเคชันไลน์ออฟฟิตเซียล แอคเคาท์ เพื่อเป็นเครื่องมือหลักในการสื่อสารกับลูกค้าและการจองบริการ แต่อย่างไรก็ตามช่องทางการเข้าถึงไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสาร แต่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดประสบการณ์ของผู้รับบริการในทุกช่วงเวลาของการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang et al. (2023) พบว่าการใช้รูปแบบการสื่อสารด้วยข้อความ ผ่านช่องทางออนไลน์ที่แสดงถึงความอบอุ่น มีส่วนช่วยสร้างความรู้สึกเชิงบวกเกี่ยวกับการท่องเที่ยวร่วมกับสัตว์เลี้ยง สามารถกระตุ้นความสนใจและความตั้งใจในการเลือกใช้บริการ รวมทั้งการตลาดที่ใช้กลุ่มผู้เล่าเรื่องมีความน่าเชื่อถือในชุมชนออนไลน์ ทำให้ผู้ติดตามรู้สึกเชื่อมโยงและตัดสินใจจองบริการ

3.1.4 ความสัมพันธ์กับลูกค้า พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการรายงานพฤติกรรมสัตว์ด้วยภาพถ่ายและวิดีโอแบบรายวันผ่านช่องทางออนไลน์ อีกทั้งโรงแรมบางแห่ง มีการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายด้วยการลดราคากรณีที่มาฝากสัตว์เลี้ยงระยะยาว เพื่อกระตุ้นการซื้อกลับมาซ้ำและสร้างความจงรักภักดี สะท้อนให้เห็นว่าความสัมพันธ์กับลูกค้าเป็นกระบวนการเชิงพลวัตที่ต้องอาศัยการสร้างปฏิสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาความพึงพอใจและความภักดีในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Meng et al. (2024) พบว่า กระบวนการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เลือกเข้าพักในโรงแรมที่เป็นมิตรกับสัตว์เลี้ยง มีเงื่อนไขประกอบการตัดสินใจจากกิจกรรมส่งเสริมการขาย อาทิ ส่วนลดในการใช้บริการครั้งถัดไป ช้อบริการเท่ากับราคาที่กำหนดพร้อมกับของสมนาคุณ

3.1.5 แหล่งรายได้ พบว่า กลุ่มผู้ประกอบการทุกแห่งมีรายได้จากค่าห้องพักแต่ละขนาด หรือจำแนกตามประเภทที่มีชื่อเรียกด้วยเทคนิคการค้า เช่น ห้อง Tiny ราคา 300 บาท สำหรับสัตว์เลี้ยง 1 ตัว น้ำหนักไม่เกิน 4 กิโลกรัม ห้อง Studio ราคา 450 บาท สำหรับสัตว์เลี้ยง 1-2 ตัว โดยผู้ประกอบการสร้างรายได้ด้วยบริการเสริม อาทิ ค่าบริการกล่องวงจรปิด ค่าบริการทรายแมว ค่าบริการขนส่ง เป็นต้น นอกจากนี้ การสร้างรายได้ของธุรกิจยังคงเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการออกแบบบริการที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากกว่าการพึ่งพารูปแบบรายได้เพียงมิติเดียว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Buhalis et al. (2023) พบว่า การออกแบบบริการเฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยง มีผลโดยตรงต่อการสร้างคุณค่าให้กับลูกค้า เช่น ห้องพักที่มีสิ่งอำนวยความสะดวกเฉพาะสัตว์เลี้ยง เช่น ขามอาหาร เตียงสัตว์เลี้ยง พื้นที่สนามหญ้า เป็นต้น ซึ่งบริการเหล่านี้สามารถสร้างแหล่งรายได้ที่มั่นคงให้กับธุรกิจโรงแรม รวมทั้งบริการอาบน้ำตัดขนสัตว์ สามารถเป็นแหล่งรายได้เสริมให้กับทางโรงแรม

3.1.6 ทรัพยากรหลัก พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการใช้ทรัพยากรหลักที่คล้ายคลึงกัน ประกอบด้วยห้องพักที่ออกแบบเฉพาะสำหรับสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภท ระบบกล่องวงจรปิด เครื่องฟอกอากาศ และพนักงานที่มีประสบการณ์ในการดูแลสัตว์เลี้ยง ในขณะที่เดียวกันทรัพยากรหลักของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงทรัพยากรทางกายภาพเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงทุนความรู้และทักษะเฉพาะของผู้ประกอบการและพนักงาน เช่น ความรู้ด้านพฤติกรรมสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภทและสายพันธุ์ ทักษะการสังเกตอาการผิดปกติและการดูแลสุขภาพเบื้องต้น ทักษะด้านสุขอนามัยและการป้องกันโรคติดต่อ ทักษะการจัดการความเครียดของสัตว์เลี้ยงเมื่อต้องอยู่ในสภาพแวดล้อมใหม่ ตลอดจนทักษะการสื่อสารกับเจ้าของสัตว์เลี้ยงผ่านการรายงานภาพถ่าย วิดีโอ และพฤติกรรมประจำวันอย่างต่อเนื่อง ความรู้และทักษะเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความไว้วางใจ ลดความเสี่ยงในการให้บริการ และสนับสนุนการสร้างมูลค่าให้กับธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bernardi et al. (2022) พบว่า สถานรับฝากสัตว์เลี้ยงหรือสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยงจำเป็นต้องพึ่งพาทรัพยากรหลักทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น อาคาร สถานที่ ระบบความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวก รวมถึงบุคลากรที่มีความเข้าใจพฤติกรรมสัตว์เลี้ยง และสามารถดูแลสุขภาพกายและจิตใจของสัตว์ได้อย่างเหมาะสม

3.1.7 กิจกรรมหลัก พบว่า การวางแผนกิจกรรมหลักของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง คือ การทำความสะอาดและฆ่าเชื้อ การให้อาหารและดูแลสุขภาพสัตว์ ตลอดจนการเล่นในพื้นที่ส่วนกลางและเสริมสร้างพฤติกรรมที่ดี รวมถึงการรายงานข้อมูลต่อเจ้าของสัตว์และการรายงานข้อมูลผ่านสื่อออนไลน์ ทางผู้ประกอบการยังสามารถพิจารณาประเด็นกิจกรรมหลักนั้น ทางผู้ประกอบการยังสามารถพิจารณาประเด็นกิจกรรมหลักว่า ควรมีการวางแผนให้ครอบคลุมทุกระบวนการ 1) ต้นน้ำ ได้แก่ การรับรอง การตรวจสอบข้อมูลสุขภาพและพฤติกรรมสัตว์เลี้ยง และการจัดสรรห้องพัก 2) กลางน้ำ ได้แก่ การให้อาหาร การทำความสะอาด การดูแลสุขภาพ การจัดกิจกรรม และการรายงานข้อมูลแก่เจ้าของสัตว์เลี้ยง และ 3) ปลายน้ำ ได้แก่ การส่งมอบสัตว์เลี้ยงคืน การสรุปข้อมูลการดูแล การรับฟังความคิดเห็น และการรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า เพื่อให้การส่งมอบบริการมีมาตรฐาน ลดความเสี่ยง และสร้างประสบการณ์ที่ดีอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของ Çiki et al. (2025) พบว่า กิจกรรมทำความสะอาดและสุขอนามัยเป็นหัวใจหลักของประสบการณ์ของสัตว์เลี้ยง ควรให้ความสำคัญกับความสะอาดของห้องพัก พื้นที่ส่วนกลาง และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับสัตว์เลี้ยง ร่วมกับการรักษามาตรฐานด้านความสะอาดไม่เพียงแต่สร้างความมั่นใจให้เจ้าของสัตว์เลี้ยง แต่ยังช่วยป้องกันความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้นได้

3.1.8 พันธมิตรหลัก พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงบางแห่งต้องพึ่งพาผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในองค์กรที่หลากหลาย เช่น โรงพยาบาลสัตว์ ร้านจำหน่ายอุปกรณ์สัตว์เลี้ยง และร้านอาบน้ำตัดขนสัตว์ มีบทบาทสำคัญที่ช่วยรักษามาตรฐานคุณภาพและความปลอดภัย สะท้อนให้เห็นว่าประเด็นความร่วมมือระหว่างธุรกิจและพันธมิตรจากหลากหลายหน่วยงาน มีบทบาทที่อาจต่อยอดศักยภาพขององค์กร ลดข้อจำกัดของทรัพยากรภายในองค์กร และการเอาตัวรอดในสนามแข่งขันท่ามกลางคู่แข่งที่พร้อมหันมาสนับสนุนซึ่งกันและกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Su et al. (2022) พบว่า แพลตฟอร์มรับฝากสัตว์เลี้ยง ไม่ได้เป็นเพียงแต่จำกัดในลักษณะของแพลตฟอร์มจับคู่ระหว่างเจ้าของสัตว์เลี้ยงกับผู้ให้บริการรับฝาก แต่ยังเป็นตัวกลางสำคัญที่สร้างระบบนิเวศ ซึ่งเป็นพันธมิตรเชิงกลยุทธ์มีบทบาทสำคัญต่อความยั่งยืนและการเติบโต จากกรณีตัวอย่างของการทำงานร่วมกันกับคลินิกรักษาสัตว์ โรงพยาบาลสัตว์ ร้านอาบน้ำตัดขน สถานรับเลี้ยงสัตว์ และผู้ให้บริการขนส่ง

3.1.9 โครงสร้างต้นทุน พบว่า การระบุโครงสร้างต้นทุนของผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกัน ประกอบด้วย ค่าสาธารณูปโภค ค่าอุปกรณ์และของใช้สัตว์ ค่าแม่บ้านหรือผู้ช่วยดูแล ค่าประชาสัมพันธ์ออนไลน์ และค่าบำรุงรักษาอุปกรณ์ รวมถึงค่าใช้จ่ายที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการดูแลสุขภาพสัตว์ อาทิ กล้องวงจรปิด เครื่องฟอกอากาศ เครื่องฆ่าเชื้อโรค เป็นต้น ยิ่งไปกว่านั้นเงื่อนไขการบริหารต้นทุนไม่ได้เป็นเพียงการควบคุมค่าใช้จ่าย แต่เป็นกลไกสำคัญในการกำหนดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Joo et al. (2024) พบว่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ต้องใช้ต้นทุนสูงในการสร้างความปลอดภัย ความสะอาด และสุขอนามัยที่เหมาะสม เมื่อพิจารณาในมุมของผู้ประกอบการ โครงสร้างต้นทุนของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่ได้จำกัดอยู่เพียงต้นทุนพื้นฐานในการดำเนินงาน แต่ครอบคลุมทั้งต้นทุนคงที่ เช่น ค่าเช่าหรือค่าบำรุงรักษาพื้นที่ ค่าปรับปรุงห้องพัก ระบบกล้องวงจรปิด เครื่องฟอกอากาศ และอุปกรณ์ด้านความปลอดภัย รวมถึงต้นทุนผันแปร เช่น ค่าอาหารสัตว์ ค่าทรายแมว ค่าน้ำยาทำความสะอาด ค่าแรงงาน และค่าใช้จ่ายจากบริการเสริมต่าง ๆ ดังนั้น การบริหารต้นทุนจึงมีผลต่อการกำหนดราคา คุณภาพบริการ ความสามารถในการแข่งขัน และความยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงโดยตรง

3.2 วางแผนพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าในระดับขององค์กรของกลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนง กรุงเทพมหานคร แบ่งออกเป็น 6 มิติ ดังนี้

3.2.1 มิติทางการเงิน พบว่า การใช้อัตราการครองห้องพัก (Occupancy rate) สะท้อนความสามารถในการสร้างรายได้โดยตรง ในธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงบางแห่งมีรายได้หลักมาจากค่าที่พัก บ่งบอกความต้องการของตลาด เมื่ออัตราการครองห้องพักสูง ยังบ่งบอกถึงการบริการที่ได้รับการยอมรับในตลาดและมีศักยภาพในการเติบโตสูง อีกทั้งมิติทางการเงินยังเป็นพื้นฐานสำคัญของการสร้างมูลค่า แต่จำเป็นต้องพิจารณาควบคู่กับมิติอื่น ๆ เพื่อให้เกิดความสมดุลในระยะยาว หรืออาจเป็นจุดเริ่มต้นและถูกนำกลับมาตรวจสอบอีกครั้ง เมื่อทางผู้บริหารมีกำหนดโครงสร้างมิติอื่น ๆ ทั้งหมดแล้ว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Buhalis et al. (2023) พบว่า การออกแบบบริการโรงแรมให้เหมาะสมกับกลุ่มลูกค้าที่มีสัตว์เลี้ยงช่วยเพิ่มโอกาสในการใช้บริการและสร้างรายได้ให้กับธุรกิจ อย่างไรก็ตาม มิติทางการเงินของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่ได้สะท้อนเพียงรายได้จากค่าห้องพักเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมตัวชี้วัดที่สัมพันธ์กับความต่อเนื่องของการใช้บริการ ได้แก่ อัตราการครองห้องพัก รายได้จากค่าห้องพัก รายได้รวมต่อเดือนหรือต่อปี รายได้จากบริการเสริม และระยะเวลาคืนทุนที่เหมาะสม โดยเฉพาะอัตราการครองห้องพักที่ผู้ประกอบการใช้เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จหลัก เนื่องจากสะท้อนทั้งความต้องการของตลาด ความสามารถในการดึงดูดเจ้าของสัตว์เลี้ยง และความมั่นคงของรายได้ในระยะยาว นอกจากนี้ มิติทางการเงินควรประเมินในฐานะผลลัพธ์ของ

การบริหารบริการที่สามารถเปลี่ยนคุณค่าของการดูแลสัตว์เลี้ยงให้เป็นรายได้ที่ต่อเนื่อง มีไม่เพียงการเพิ่มราคาหรือการขยายจำนวนผู้ใช้บริการเท่านั้น

3.2.2 มิติลูกค้า พบว่า คะแนนความพึงพอใจจากการเขียนบทวิจารณ์ออนไลน์ หรือการรีวิวและภาพลักษณ์บนแพลตฟอร์ม เป็นการอธิบายถึงประสิทธิภาพของการบริการ เนื่องจากเป็นการแสดงออกถึงมุมมอง ความรู้สึก และประสบการณ์ที่เจ้าของสัตว์เลี้ยง อีกทั้งคะแนนความพึงพอใจจากเจ้าของสัตว์เลี้ยงเป็นตัวสะท้อนถึงคุณภาพบริการ ในขณะเดียวกันมูลค่าที่เกิดขึ้นในมิติของลูกค้ายังมีความเชื่อมโยงโดยตรงกับประสบการณ์และความพึงพอใจที่ได้รับจากบริการ ทั้งนี้ ประเด็นดังกล่าวยังเชื่อมโยงกับการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า เนื่องจากผู้ประกอบการไม่ได้อาศัยเพียงคะแนนรีวิวหรือความพึงพอใจหลังใช้บริการเท่านั้น แต่ยังสร้างปฏิสัมพันธ์กับเจ้าของสัตว์เลี้ยงผ่านการรายงานภาพถ่าย วิดีโอ และพฤติกรรมของสัตว์เลี้ยงระหว่างเข้าพัก การตอบข้อซักถามอย่างต่อเนื่อง และการขอรับฟังความคิดเห็นหลังการใช้บริการ ซึ่งช่วยเปลี่ยนประสบการณ์ที่ดีให้กลายเป็นความไว้วางใจ ความภักดี และการกลับมาใช้บริการซ้ำในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของ Weinhaus (2022) พบว่า ความพึงพอใจไม่ได้เกิดขึ้นเพียงจากคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวกเท่านั้น แต่ยังคงขึ้นอยู่กับ การรับรู้ถึงการดูแลเอาใจใส่ของโรงแรมที่มีสัตว์เลี้ยง หากโรงแรมสามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะด้านนี้ได้ครบถ้วน เจ้าของสัตว์เลี้ยงย่อมเกิดความรู้สึกเชื่อมั่นและไว้วางใจ

3.2.3 มิติการเรียนรู้และการพัฒนา พบว่า การเรียนรู้ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่ได้เกิดจากแหล่งเดียว แต่เกิดจากบริบทของแต่ละสถานประกอบการ โรงแรมบางแห่งมีพื้นฐานจากประสบการณ์ส่วนตัวในการเลี้ยงสัตว์มาก่อน ทำให้ผู้ประกอบการมีความเข้าใจพฤติกรรม ความต้องการ และความอ่อนไหวของสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภท สามารถนำประสบการณ์ดังกล่าวมาปรับใช้กับการออกแบบบริการและการดูแลสัตว์เลี้ยงได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม โรงแรมแห่งอื่นที่ไม่ได้มุ่งเน้นประสบการณ์ส่วนตัวในการเลี้ยงสัตว์เป็นฐานหลัก แต่เป็นการเรียนรู้และพัฒนาผ่านการปฏิบัติงานจริง การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การสังเกตพฤติกรรมสัตว์เลี้ยงระหว่างเข้าพัก การรับฟังความคิดเห็นจากเจ้าของสัตว์เลี้ยง และการปรับปรุงกระบวนการบริการอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ การเรียนรู้และการพัฒนายังปรากฏผ่านการยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัย ความปลอดภัย และการสื่อสารกับลูกค้า เช่น การปรับวิธีทำความสะอาด การกำหนดแนวทางคัดกรองสุขภาพสัตว์เลี้ยง การจัดห้องพักให้เหมาะสมกับพฤติกรรมของสัตว์แต่ละประเภท การรายงานภาพถ่ายหรือวิดีโอให้เจ้าของรับทราบ และการเรียนรู้จากพันธมิตร สอดคล้องกับงานวิจัยของ Koufodontis et al. (2024) พบว่า การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของผู้ดูแลสัตว์เลี้ยงอย่างยาวนาน ถูกถ่ายทอดสู่การดำเนินกิจการโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงโดยตรง ผู้ประกอบการหลายรายเริ่มต้นจากการเป็นมีประสบการณ์เลี้ยงและดูแลสัตว์ด้วยตนเอง ทำให้เข้าใจพฤติกรรม ความต้องการ และความอ่อนไหวของสัตว์เลี้ยงอย่างลึกซึ้ง

3.2.4 มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม พบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวก คำนึงถึงผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ สะท้อนให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาที่ไม่ใช่เพียงแต่การแสวงหาผลกำไร แต่ยังคงเชื่อมโยกับความรักรับผิดชอบต่อสังคม โดยเฉพาะออกแบบกระบวนการให้มีการจัดการสิ่งปฏิกูลประเภทมูลสัตว์สำหรับประเด็นด้านสังคมและสิ่งแวดล้อมนั้นยังต้องพิจารณาถึงกระบวนการดำเนินงานทั้งภายในองค์กรและภายนอกองค์กร ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์และความยั่งยืน ซึ่งเป็นส่วนช่วยประชาสัมพันธ์การดำเนินธุรกิจอย่างมีธรรมาภิบาล สอดคล้องกับการวิจัยของ Kiliç et al. (2024) พบว่า การจัดการมูลสัตว์เป็นประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับทั้งมิติสิ่งแวดล้อมและสังคม หากขาดระบบจัดการที่ดี อาจก่อให้เกิดกลิ่นรบกวนที่กระทบต่อชุมชนรอบข้าง รวมทั้งยังส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงลบให้แก่ธุรกิจ การกำจัดของเสียอย่างถูกสุขลักษณะและการบำบัดกลิ่น เป็นปัจจัยที่ช่วยลดความเสี่ยงด้านสุขภาพอีกด้วย

3.2.5 มิติความสะอาดและความปลอดภัย พบว่า เกณฑ์คัดกรองสุขภาพและมาตรฐานความสะอาดเชิงรุกทางโรงแรมสัตว์เลี้ยงส่วนใหญ่มีการกำหนดให้เจ้าของสัตว์เลี้ยงต้องแสดงสมุดวัคซีนหรือหลักฐานการฉีดวัคซีนป้องกันโรคติดต่อ เช่น โรคไข้หวัดแมว หรือพิษสุนัขบ้า ก่อนเข้าพัก อีกทั้งมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้รับบริการโดยตรง สอดคล้องกับการวิจัยของ Polgár et al. (2019) พบว่า เกณฑ์คัดกรองสุขภาพสำหรับธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง การกำหนดขั้นตอนตรวจสอบสุขภาพสัตว์ก่อนเข้าพัก เช่น การฉีดวัคซีน โรคติดต่อ และสุขภาพทั่วไป เนื่องจากการนำสัตว์ที่มีโรคติดต่อเข้ามาในสภาพแวดล้อมแบบปิดสามารถทำลายมาตรฐานความปลอดภัยและเพิ่มความเสี่ยงต่อสัตว์อื่น ๆ

3.2.6 มิติความสะดวกสบาย พบว่า ความสะดวกในการสื่อสารและรายงานข้อมูลในทุกวัน รวมทั้งความได้เปรียบของทำเลและการเข้าถึงที่สะดวก ทางโรงแรมส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในทำเลที่เดินทางสะดวก เช่น บริเวณสุขุมวิท อ่อนนุช เอกมัย และ

พระโขนง ซึ่งอยู่ใกล้เส้นทางคมนาคมหลักและสถานที่พักอาศัยของกลุ่มเป้าหมาย เจ้าของสัตว์ความสะดวกสบายในการเข้าถึง และการให้บริการเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างประสบการณ์โดยรวมของผู้รับบริการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Saarnivaara (2023) พบว่า โรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่ตั้งอยู่ในพื้นที่เดินทางสะดวก ใกล้ชุมชนหรือเส้นทางหลัก มักได้รับการยอมรับมากกว่า เนื่องจากช่วยลดความยุ่งยากในการเดินทาง อีกทั้งยังเป็นการสร้างความมั่นใจ หากเกิดเหตุฉุกเฉิน เจ้าของสัตว์เลี้ยงสามารถเข้าถึงสัตว์เลี้ยงได้ทันที

สรุปผลการวิจัย

1. มิติการเรียนรู้และการพัฒนา พบว่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในเขตพระโขนงมีการดำเนินกิจการครอบคลุมแบบจำลองธุรกิจ 9 ด้าน ได้แก่ คุณค่าที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทาง ความสัมพันธ์กับลูกค้า แหล่งรายได้ ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก และโครงสร้างต้นทุน โดยมีจุดเด่นด้านความสะดวก ความปลอดภัย การดูแลอย่างใกล้ชิด การรายงานข้อมูลต่อเจ้าของสัตว์เลี้ยง การใช้ช่องทางออนไลน์ และการออกแบบบริการเฉพาะสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภท ในขณะเดียวกัน ธุรกิจยังต้องอาศัยรายได้จากบริการหลักและบริการเสริม บุคลากรที่มีความรู้ พันธมิตรทางธุรกิจ และการบริหารต้นทุนอย่างเหมาะสม สะท้อนลักษณะของธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่มที่ขับเคลื่อนด้วยประสบการณ์และความเชี่ยวชาญของผู้ประกอบการ

2. การพัฒนาดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าทั้ง 6 มิติ ได้แก่ มิติด้านการเงิน มิติด้านลูกค้า มิติด้านการเรียนรู้และพัฒนา มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มิติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย และมิติด้านความสะดวกสบาย ในขณะเดียวกัน ตัวชี้วัดในการขับเคลื่อนองค์กรนั้นไม่ได้จำกัดอยู่เพียงผลการดำเนินงานทางการเงิน ซึ่งควรพิจารณาความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า มาตรฐานความปลอดภัยและความปลอดภัย การเรียนรู้จากประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการ ตลอดจนความรับผิดชอบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อม อาจนำไปสู่การสร้างมูลค่าในบริบทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงที่มุ่งเน้นความเชื่อมั่นและความยั่งยืนในระยะยาว

นอกจากการสรุปผลการวิจัยดังกล่าว งานวิจัยนี้ยังมีความเกี่ยวข้องในเชิงทฤษฎี โดยเฉพาะการขยายแนวคิดการสร้างมูลค่าในธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่ม ผ่านการบูรณาการองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจร่วมกับดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่าทั้ง 6 มิติ สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างกระบวนการดำเนินงานและผลลัพธ์เชิงคุณค่าในระดับองค์กรได้อย่างเป็นระบบในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในการพัฒนาตัวชี้วัดและกลยุทธ์การดำเนินงาน เพื่อยกระดับประสบการณ์ของผู้รับบริการ เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนในบริบทของธุรกิจบริการในเขตเมือง

องค์ความรู้ใหม่

การสร้างมูลค่าของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในบริบทเขตเมือง ภายใต้หลักโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ 9 ด้านเป็นรากฐานของการให้บริการเฉพาะกลุ่มและพัฒนาไปสู่ดัชนีวัดผล 6 มิติ เพื่อสะท้อนผลลัพธ์ของการดำเนินงานที่ยั่งยืน กระบวนการสร้างมูลค่าเริ่มจากคุณค่าที่นำเสนอ และกิจกรรมหลัก ที่เน้นความสะดวก ปลอดภัย และการดูแลอย่างใกล้ชิด นำไปสู่การสร้างประสบการณ์ของเจ้าของสัตว์เลี้ยง รวมทั้งยังมีผลต่อความพึงพอใจ ความไว้วางใจ และการกลับมาใช้บริการซ้ำ สะท้อนผ่านมิติลูกค้าและมิติทางการเงิน อย่างไรก็ตาม แบบจำลองการสร้างมูลค่า (Value Creation Model) ที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้มีความแตกต่างจากแนวคิด Balanced Scorecard (BSC) ของ Kaplan และ Norton (1992) ที่มุ่งเน้นการวัดผลการดำเนินงานขององค์กรผ่าน 4 มิติหลัก ได้แก่ การเงิน ลูกค้า กระบวนการภายใน และการเรียนรู้และพัฒนาเท่านั้น ในขณะที่แบบจำลองนี้ได้ขยายขอบเขตไปสู่การสร้างมูลค่าในบริบทของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยง โดยบูรณาการมิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มิติด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย และมิติด้านความสะดวกสบาย ซึ่งสะท้อนลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่มทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนให้การสร้างมูลค่าดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง ดังแสดงใน Figure 2

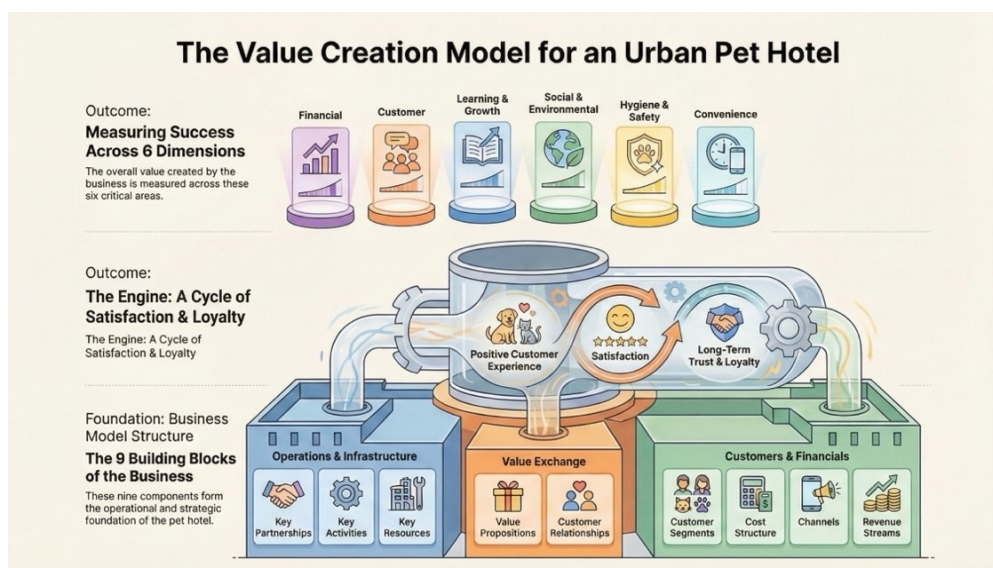


Figure 2 The Value Creation Model for an Urban Pet Hotel

จาก Figure 2 พบว่า การสร้างมูลค่าของธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงไม่ได้ขับเคลื่อนด้วยกำไรทางการเงินเพียงอย่างเดียว แต่ยังแบบจำลองนี้แสดงความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างองค์ประกอบของโมเดลธุรกิจกับดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่า โดยองค์ประกอบด้านลูกค้าและคุณค่า ที่นำเสนอเป็นกลไกหลักในการสร้างประสบการณ์ ขณะที่ทรัพยากร กิจกรรม และพันธมิตรเป็นปัจจัยสนับสนุน และโครงสร้างต้นทุนกับรายได้สะท้อนผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจ ในขณะเดียวกัน การเพิ่มมิติด้านลูกค้า การเรียนรู้และพัฒนา สังคมและสิ่งแวดล้อม สุขอนามัยและความปลอดภัย และความสะอาดสบาย อาจกล่าวได้ว่า มิติดังกล่าวเป็นการขยายแนวคิด BSC ให้ครอบคลุมการสร้างมูลค่าในธุรกิจบริการเฉพาะกลุ่มอย่างครบถ้วน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงยังเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากรบุคคลและมาตรฐานการดำเนินงาน ดังนั้น หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง เช่น กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กระทรวงแรงงาน และกรมพัฒนาธุรกิจการค้า กระทรวงพาณิชย์ ควรให้การสนับสนุนในเชิงระบบ โดยเฉพาะการส่งเสริมการพัฒนาทักษะเฉพาะทางของแรงงานในธุรกิจบริการสัตว์เลี้ยง รวมถึงการจัดทำแนวทางหรือมาตรฐานกลางด้านการปฏิบัติงาน (Standard Operating Procedures: SOP) เพื่อยกระดับคุณภาพบริการและสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้าในระยะยาว ทั้งนี้ อาจบูรณาการความร่วมมือกับกรมปศุสัตว์ในการกำหนดมาตรฐานด้านการดูแลสัตว์เลี้ยงอย่างเหมาะสม

1.2 จากผลการวิจัยพบว่า ข้อจำกัดด้านพื้นที่และโครงสร้างทางกายภาพของสถานประกอบการในเขตเมือง ส่งผลต่อศักยภาพในการให้บริการ ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กรุงเทพฯ และสำนักงานเขตพระโขนง ควรพิจารณาการสนับสนุนแนวทางการใช้พื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการส่งเสริมความร่วมมือระหว่างผู้ประกอบการกับสถานประกอบการใกล้เคียง เช่น โครงการที่อยู่อาศัยหรือพื้นที่เชิงพาณิชย์ เพื่อเพิ่มศักยภาพในการให้บริการและรองรับความต้องการที่เพิ่มขึ้น หรืออาจบูรณาการกับกรมโยธาธิการและผังเมือง เพื่อวางแผนการใช้พื้นที่ให้สอดคล้องกับบริบทของเมือง

1.3 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการควรนำแบบจำลองธุรกิจ 9 ด้าน เพื่อนำมาใช้ทบทวนการดำเนินงานของกิจการอย่างเป็นระบบ ได้แก่ คุณค่าที่นำเสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทาง ความสัมพันธ์กับลูกค้า แหล่งรายได้ ทรัพยากรหลัก กิจกรรมหลัก พันธมิตรหลัก และโครงสร้างต้นทุน โดยควรกำหนดจุดเด่นของบริการให้ชัดเจน พัฒนาช่องทางออนไลน์และการสื่อสารกับลูกค้า เพิ่มบริการเสริมเพื่อสร้างรายได้ พัฒนาบุคลากรและคู่มือการปฏิบัติงาน จัดสรรพื้นที่ให้เหมาะสมกับสัตว์เลี้ยงแต่ละประเภท สร้างพันธมิตรกับหน่วยงานหรือธุรกิจที่เกี่ยวข้อง และควบคุมต้นทุนให้สัมพันธ์กับระดับคุณภาพบริการ

1.4 จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการควรนำดัชนีวัดผลการสร้างมูลค่า 6 มิติมาใช้แนวทางการประเมินความสำเร็จของธุรกิจ ได้แก่ มิติทางการเงิน มิติลูกค้า มิติการเรียนรู้และการพัฒนา มิติด้านสังคมและสิ่งแวดล้อม มิติสุขอนามัยและความปลอดภัย และมิติความสะอาดสบาย ร่วมกับการกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถติดตามได้จริง เช่น อัตราการครองห้องพัก รายได้จากบริการเสริม การกลับมาใช้บริการซ้ำ คะแนนรีวิวออนไลน์ การพัฒนาทักษะพนักงาน การจัดการของเสีย มาตรฐาน

การทำความสะอาด และความสะดวกในการจองหรือรับ-ส่งสัตว์เลี้ยง เพื่อนำข้อมูลดังกล่าวไปใช้ปรับปรุงบริการ วางแผน กำลังคน บริหารพื้นที่ และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 จากผลการวิจัยพบว่า กลุ่มธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในกรุงเทพฯ มีอัตราการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีแนวโน้มการพัฒนาที่หลากหลาย การทำวิจัยครั้งต่อไปควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังเขตอื่น ๆ หรือจังหวัดและเขตอำเภอที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสัตว์เลี้ยง เช่น เชียงใหม่ พัทยา หัวหิน หรือภูเก็ต เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบการบริหาร และการจัดการพฤติกรรมเจ้าของสัตว์เลี้ยงในบริบทที่แตกต่างกัน

2.2 จากผลการวิจัยพบว่า ทางผู้วิจัยได้ศึกษาเกี่ยวกับธุรกิจโรงแรมสำหรับสัตว์เลี้ยงในประเทศไทยภายใต้หลักเกณฑ์การจัดการของผู้ประกอบการเป็นสำคัญ อาจขาดกรอบกฎหมายหรือมาตรฐานกลางที่ชัดเจนในการกำกับดูแลทรัพยากร ที่ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนในหลายประเด็น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีเจ้าของทอดทิ้งสัตว์เลี้ยงโดยไม่มารับกลับ การวิจัยครั้งต่อไปควรให้ความสำคัญกับการศึกษาบริบทเชิงนโยบาย เพื่อวิเคราะห์แนวทางการกำหนดมาตรฐานกลาง ที่ครอบคลุมทั้งในมิติของการดูแลสัตว์เลี้ยง มาตรการด้านสุขอนามัย การกำหนดสิทธิและหน้าที่ของผู้ประกอบการและลูกค้า

เอกสารอ้างอิง

- Bernardi, C. D., Edelheim, J., & Crossley, É. (2022). The Role of Catteries and Boarding Kennels in Enabling Tourist Mobility. *Tourism Culture & Communication*, 22(4), 387-392. <https://doi.org/10.3727/109830422X16420405391961>.
- Bloomberg Intelligence. (2023, March 24). *Global Pet Industry to Grow to \$500 Billion Dollars by 2030*. Bloomberg. <https://www.bloomberg.com/company/press/global-pet-industry-to-grow-to-500-billion-by-2030-bloomberg-intelligence-finds/>.
- Buhalis, D., & Chan, J. (2023). Traveling with Pets: Designing Hospitality Services for Pet Owners/Parents and Hotel Guests. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 35(12), 4217-4237. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2022-1192>.
- Chen, Y. (2018). Accommodating Travelers with Pets: Is Auckland Ready? [Unpublished master's thesis]. Auckland University of Technology.
- Çıki, K. D., Tanrıverdi, H., Çıki, S., & Uyğun, N. (2025). Staying in Pet-friendly Hotels: Examining the Experiences of Pet-friendly Hotel Customers in Turkey. *Consumer Behavior in Tourism and Hospitality*, 20(3), 359-373. <https://doi.org/10.1108/CBTH-09-2024-0319>.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Department of Health, Ministry of Public Health. (2024, March 21). *The Aging Society and the Economy in Thailand*. (In Thai). Department of Older Persons. <https://www.dop.go.th/th/know/15/926>.
- Drucker, P. (1999). *Management Challenges for the 21st Century*. HarperCollins.
- Elkington, J. (1997). *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Capstone Publishing.
- Fu, J. (2022). Feasibility of Pet Resort Hotels in Finland [Unpublished bachelor's thesis]. LAB University of Applied Sciences.
- Future Market Insights. (2024, December 27). *Pet Hotels Market: Strategic Growth Analysis, 2024 to 2034*. Future Market Insights. <https://www.futuremarketinsights.com/reports/pet-hotels-market>.
- Grant, R. M. (2021). *Contemporary Strategy Analysis*. John Wiley & Sons.
- Hiby, E., Rungpatana, T., Izydorczyk, A., Benka, V., and Rooney, C. (2025). Population Demographics of Owned Dogs in Greater Bangkok and Implications for Free-Roaming Dog Population Management. *Animals*, 15(9), 1263. <https://doi.org/10.3390/ani15091263>.

- Joo, Y., Jo, Y., Jo, H., Choi, H. E., & Yoon, Y. S. (2024). How Much are You Willing to Pay When You Travel With a Pet? Evidence from a Choice Experiment. *Current Issues in Tourism*, 27(13), 2118-2133. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2223912>.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance. *Harvard Business Review*, 70(1), 71-79.
- Kılıç, F. N., & Sönmez, O. (2024). Pollutant Effects and Management of Animal Manure. *Turkish Journal of Agriculture-Food Science and Technology*, 12(8), 1467-1475. <https://doi.org/10.24925/turjaf.v12i8.1467-1475.6780>.
- Koufodontis, N. I., & Melissourgou, P. (2024). Improving Travel Experience for Hotel Guests: Policy Recommendations for Pet-friendly Hotels. *International Journal of Hospitality Management*, 122, 103828. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103828>.
- Krathet, W. (2020). *Pet Shop Service Usage Behavior of Single Pet Owners* (In Thai). [Unpublished master's thesis]. Mahidol University.
- Leonard, V. W. (1989). A Heideggerian Phenomenologic Perspective on the Concept of the Person. *Advances in Nursing Science*, 11, 40-55. <https://doi.org/10.1097/00012272-198907000-00008>.
- Lo, A. S., Stalcup, L. D., & Lee, A. (2010). Customer Relationship Management for Hotels in Hong Kong. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 22(2), 139-159. <https://doi.org/10.1108/09596111011018151>.
- Ma, E., Qu, H., Wilson, M., & Eastman, K. (2013). Modeling OCB for Hotels: Don't Forget the Customers. *Cornell Hospitality Quarterly*, 54(3), 308-317. <https://doi.org/10.1177/1938965513482520>.
- Meng, B., Chi, X., Kim, J. J., Kim, G., Quan, W., & Han, H. (2024). Traveling With Pets and Staying at a Pet-friendly Hotel: A Combination Effect of the BRT, TPB, and NAM on Consumer Behaviors. *International Journal of Hospitality Management*, 120, 103771. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2024.103771>.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Pallister, S. (2018, July 1). Pet hotels: *The Ultimate 'Niche'? EHL Hospitality Insights*. EHL Insights. <https://hospitalityinsights.ehl.edu/pet-hotels>.
- Pitakkson, C, & Leejoeiwar, B. (2022). Factors Affecting The Decision to Use The Service of A Pet Food Store Among Pet Humanization Group in Muang District, Sakon Nahon Province. (In Thai). *Journal of Modern Learning Development*, 8(1), 239 - 258. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/258811/176070>.
- Polgár, Z., Blackwell, E. J., & Rooney, N. J. (2019). Assessing the Welfare of Kennelled Dogs - A Review of Animal-based Measures. *Applied Animal Behaviour Science*, 213, 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.applanim.2019.02.013>.
- Ramos-Ruiz, J. E., Aguilar-Rivero, M., Aja-Valle, J., & Castaño-Prieto, L. (2024). An Analysis of the Demand for Tourist Accommodation to Travel With Dogs in Spain. *Societies*, 14(2), 18. <https://doi.org/10.3390/soc14020018>.
- Rowe, M. (2018). *Hoteliers' Perceptions of Sustainable Practices on Small Hotel Operations: A Phenomenological Study* [Unpublished doctoral's thesis]. Walden University.
- Saarnivaara, T. (2023). *How do Pet Hospitality Businesses Respond to Customer Expectations?* [Unpublished bachelor's thesis]. Haaga-Helia University.

- Su, B.-C., Lin, H., & Wang, Y.-M. (2022). The Business Model of Digital Platforms for the Sharing Economy: Intensive Case Study Methodology for Rover.com Pet Boarding Platform. *Sustainability*, 14(23), 16256. <https://doi.org/10.3390/su142316256>.
- Veas-González, I., Escobar-Farfán, M., Carrión-Bósquez, N., Bernal-Peralta, J., García-Salirrosas, E. E., Romero-Contreras, S., & Díaz-Díaz, C. (2025). Determinants of Pet-Friendly Tourism Behavior: An Empirical Analysis from Chile. *Animals*, 15(12), 1741. <https://doi.org/10.3390/ani15121741>.
- Weinhaus, S. (2022). *Using Online Reviews to Identify How Hotels Can Satisfy Travelers With Pets While Making Money* [Unpublished doctoral's thesis]. University of South Florida.
- Zhang, L., Wei, W., Rathjens, B., & Zheng, Y. (2023). Pet Influencers on Social Media: The Joint Effect of Message Appeal and Narrator. *International Journal of Hospitality Management*, 110, 103453. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103453>.

การศึกษาผลของชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองต่อความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ
กรณีศึกษาพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย

A Study on the Effects of Self-Learning Media Packages on the Retention
of English-Speaking Skills: A Case Study of Front Desk Staff
at Loei Palace Hotel, Loei Province

ศรีจิตรา นวรัตน์ภรณ์¹

Srijittra Navaruttanaporn¹

Corresponding Author's Email: sijittra.nav@lru.ac.th

(Received: October 3, 2025; Revised: May 18, 2026; Accepted: May 21, 2026)

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงคุณภาพนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษและปัญหาที่ยังคงเหลืออยู่ในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง กลุ่มที่ศึกษาประกอบด้วยพนักงานจำนวน 5 คน ซึ่งสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี สาขาภาษาอังกฤษและไม่ใช่สาขาภาษาอังกฤษ ของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย โดยใช้วิธีเลือกประชากรทั้งหมด เครื่องมือวิจัย ได้แก่ แบบคำถามเพื่อประเมินทักษะการพูดภาษาอังกฤษ และชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง การวิเคราะห์ใช้วิธีวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า พนักงานทั้งสองกลุ่มมีการพัฒนาทักษะและความคงทนในการพูดภาษาอังกฤษอย่างชัดเจน ปัญหาทักษะการพูดภาษาอังกฤษลดลงจากระดับปานกลางในครั้งที่ 1 เหลือเล็กน้อยในครั้งที่ 2 และ 3 นอกจากนี้ พนักงานมีการเรียนรู้วัฒนธรรมของเจ้าของภาษาและใช้ภาษาท่าทางเหมาะสมขึ้นในขณะพูดภาษาอังกฤษ

คำสำคัญ: ความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเลยพาเลซ
ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

Abstract

This qualitative research aimed to investigate the retention of English-speaking skills and the remaining problems in English-speaking skills among front desk staff at Loei Palace Hotel, Loei Province, after using a self-learning media package. The participants consisted of all five front desk staff members of Loei Palace Hotel in Loei Province, including graduates from both English and non-English majors, selected using total population sampling. The research instruments included an English-speaking skills assessment questionnaire and a self-learning media package. Data were analyzed using content analysis. The results revealed that both groups of staff showed clear improvement and retention in English-speaking skills. English-speaking problems decreased from a moderate level in the first assessment to a minor level in the second and third assessments. In addition, the staff demonstrated greater understanding of native speakers' culture and used more appropriate nonverbal communication while speaking English.

Keywords: retention of English-speaking skills, hotel front desk staff, Loei Palace hotel, self-learning media package

ความเป็นมาของปัญหา

ภาษาอังกฤษมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสื่อสารในบริบทต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม ซึ่งถือเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศไทย ก่อนสถานการณ์โควิด-19 ประเทศไทยมีนักท่องเที่ยวต่างชาติจำนวนมาก และหลังจากสถานการณ์เริ่มดีขึ้น จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้าประเทศไทยมี

¹ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

¹ Faculty of Humanities and Social Sciences, Loei Rajabhat University

แนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีจำนวน 510,767 คน ในปี 2565 เพิ่มขึ้นเป็น 11,065,226 คน ในปี 2566 เพิ่มขึ้นเป็น 28,150,016 คน และในปี 2567 เพิ่มขึ้นถึง 35,545,714 คน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มาจากประเทศมาเลเซีย จีน อินเดีย รัสเซีย สหรัฐอเมริกา เยอรมนี ออสเตรเลีย แอฟริกา อิสราเอล และซาอุดีอาระเบีย ตามลำดับ (Ministry of Tourism and Sport, 2021-2024) แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการท่องเที่ยวของประเทศไทยฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง และมีนักท่องเที่ยวเดินทางไปยังจังหวัดและแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้น (Navaruttanaporn, 2025)

ตามนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวเมืองรองของประเทศไทย จังหวัดเลยได้รับการจัดให้เป็นหนึ่งใน 55 จังหวัดเมืองรองที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยว เนื่องจากมีทรัพยากรทางธรรมชาติที่สวยงามและสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Thai PBS, 2024; Thairath Online, 2024) ในปี 2564 มีนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเข้ามาท่องเที่ยวจังหวัดเลย จำนวน 1,466 คน ในปี 2565 เพิ่มขึ้นเป็น 9,038 คน ในปี 2566 เพิ่มขึ้นเป็น 18,956 คน และในปี 2567 เพิ่มขึ้นถึง 40,524 คน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการฟื้นตัวของการท่องเที่ยวอย่างชัดเจน (Ministry of Tourism and Sport, 2021-2024) โรงแรมเลยพาเลซเป็นโรงแรมในจังหวัดเลยที่เป็นโรงแรมมาตรฐาน 4 ดาว ขนาดกลางมีห้องพัก 156 ห้อง ตั้งอยู่ในใจกลางเมืองเลย นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกพักโรงแรมเลยพาเลซ เนื่องจากทำเลที่ตั้งดีติดสวนสาธารณะ บรรยากาศเงียบสงบ เหมาะกับการพักผ่อน เดินทางสะดวก การให้บริการดี พนักงานเป็นมิตรและพูดภาษาอังกฤษได้พอสมควร โรงแรมนี้จึงเป็นตัวเลือกที่ดีที่สุดในเมืองเลยสำหรับมาตรฐานสากลของชาวต่างชาติ Booking Holdings Inc., (n.d.) ดังนั้น พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมจึงจำเป็นต้องใช้ภาษาอังกฤษในการพูดสื่อสารกับนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ แต่พนักงานต้อนรับส่วนหน้า ยังพบปัญหาในด้านความสามารถทางภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะในทักษะการพูด (Navaruttanaporn, 2014)

จากงานวิจัยเดิมของ Navaruttanaporn (2014) พบว่าพนักงานต้อนรับส่วนหน้ายังขาดความเข้าใจในวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาและมีความต้องการใช้สื่อการเรียนรู้ที่ช่วยพัฒนาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพ เนื่องจากพนักงานต้อนรับส่วนหน้ายังมีข้อจำกัดด้านเวลาในการเรียนรู้เพื่อพัฒนาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ดังนั้นการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ได้ตลอดเวลา ตามสะดวก และเหมาะกับบริบทในการปฏิบัติงานจริง (Pham, 2023; Namtapi, 2022; Nguyen, 2025) ผู้วิจัยจึงได้พัฒนาชุดสื่อการเรียนรู้การเรียนรู้ด้วยตนเองในการพูดภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์และความพึงพอใจที่ดี (Navaruttanaporn, 2021)

อย่างไรก็ดี ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในการทำงานระยะยาวคือ ความคงทนของการพูดภาษาอังกฤษ (Retention of English-speaking) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมด้านการโรงแรมที่พนักงานต้องใช้ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes: ESP) ในการพูดสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในขณะปฏิบัติงานทุกวัน ซึ่งแตกต่างจากการพูดภาษาอังกฤษทั่วไป (Brown, 2007; Moideen, 2025) งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษซึ่งศึกษากับนักเรียนหรือนักศึกษาในสถาบันการศึกษา ซึ่งกลุ่มนี้มีคุณสมบัติแตกต่างจากพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมอย่างชัดเจน ได้แก่ 1) อายุและประสบการณ์ นักเรียนส่วนใหญ่มีอายุ 18-22 ปี และขาดประสบการณ์จริง ขณะที่พนักงานโรงแรมมีอายุ 25-45 ปี และมีประสบการณ์การปฏิบัติงานจริงอย่างน้อย 1-5 ปี 2) แรงจูงใจในการพูดภาษาอังกฤษของนักเรียนหรือนักศึกษาที่เรียนการพูดภาษาอังกฤษเพื่อสอบทำผลการเรียนที่ดี แต่พนักงานเรียนเพื่อแก้ปัญหาการปฏิบัติงานจริงและรักษาตำแหน่งงาน และ 3) คุณวุฒิและบริบท พนักงานกลุ่มนี้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรีและไม่ใช่สาขาภาษาอังกฤษซึ่งปฏิบัติงานเต็มเวลา (Navaruttanaporn, 2014; Tangpattanakit, 2020)

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย โดยใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นการพัฒนางานวิจัยต่อจากงานวิจัยเดิมและเพื่อประเมินการพัฒนาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องในบริบทจริงของการปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมบริการด้านการโรงแรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

เพื่อศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษและปัญหาที่ยังคงเหลืออยู่ในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

การทบทวนวรรณกรรม

ความคงทน (Retention) หมายถึง ความสามารถในการนำทักษะที่เรียนรู้ไปใช้ได้อย่างต่อเนื่องหลังจากเวลาผ่านไป (Atkinson and Shiffrin, 1971; Brown, 2007) การผสมผสานแนวคิดของทฤษฎีความจำ (Atkinson and Shiffrin, 1971) กับแนวคิดการเรียนรู้ด้วยตนเองและแรงจูงใจ ช่วยสร้างกรอบแนวคิดที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน สอดคล้องกับการศึกษาของ Moideen (2025) ได้ศึกษาผลของงานวิจัยจากแหล่งต่างๆเกี่ยวกับการเรียนรู้ผ่านการแสดงบทบาทสมมติ (Role-playing), การใช้แอปพลิเคชันเพื่อการเรียนรู้ (Apps), บันทึกสะท้อนการเรียนรู้ (Reflective journals) และการเรียนรู้แบบกำกับตนเอง (Self-directed learning) ที่ช่วยสร้างความมั่นใจและการคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ (Long-term retention) ผลการศึกษาสรุปว่า Self-directed learning ช่วยเพิ่มความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษเน้นการสื่อสารสำหรับพนักงานโรงแรมแผนกต่าง ๆ ส่วนการวิจัยของ Hasan (2019) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการใช้ E-learning (Self-paced การเรียนหรือการทำกิจกรรมที่ผู้เรียนสามารถกำหนดความเร็วและเวลาได้เองโดยไม่ต้องเรียนพร้อมกับผู้อื่น) ของพนักงานแผนกต้อนรับส่วนหน้าที่ต้องการเรียนรู้ภาษาอังกฤษเฉพาะการทำงานเพิ่มขึ้นของโรงแรม Hilton (UK/Ireland) ซึ่งพบว่า การเรียนรู้ผ่านระบบ E-learning มีส่วนช่วยลดอัตราการลาออกเนื่องจากมีทักษะทางภาษามากขึ้น ทำงานได้ดีขึ้น ความเครียดในการทำงานน้อยลง โอกาสการลาออกก็น้อยลง ซึ่งการเรียนรู้ผ่านระบบ E-learning มีส่วนส่งเสริมความคงทนของทักษะภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพได้ Simatupang and Supri (2024) ได้ศึกษาแนวคิดการแปลกับเทคโนโลยีเพื่อการฝึกในทักษะการพูดโดยใช้โปรแกรมการฝึกอบรมระยะเวลา 15 สัปดาห์ของพนักงานโรงแรม โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาความสามารถทางภาษาอังกฤษของพนักงานโรงแรมในประเทศอินโดนีเซีย จำนวน 47 คน โดยใช้ Pre-post speaking test แต่จากข้อสรุป การศึกษานี้อาจจะยังไม่เกิดทักษะความคงทนของภาษา และ Syaifudin (2023) ได้ศึกษา การฝึกพูดภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานโรงแรมเพื่อส่งเสริมการบริการที่มีคุณภาพ โดยกลุ่มตัวอย่างเป็นพนักงานต้อนรับส่วนหน้าและพนักงานแผนกแม่บ้านรวม 10 คน ของโรงแรม Alana Solo โดยใช้วิธีการบรรยาย (Lecture) การสาธิต (Demonstration) และการแสดงบทบาทสมมติ (Role-playing) ผลการศึกษาพบว่า คะแนนการทดสอบหลังอบรม (Post-test) สูงกว่าคะแนนการทดสอบก่อนอบรม (Pre-test) แม้ว่าการวิจัยมีการศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษสำหรับพนักงานต้อนรับส่วนหน้า แต่ส่วนใหญ่ยังคงอยู่ในระดับการวิเคราะห์ความต้องการ (Needs analysis) หรือวัดผลแบบทดสอบหลังเรียน (Immediate Post-test) ซึ่งยังไม่พบว่ามีการศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในระยะยาว (Long-term retention) โดยการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งผู้วิจัยสนใจศึกษาความคงทนของการใช้ในทักษะการพูดภาษาอังกฤษเฉพาะกิจ งานวิจัยนี้จึงใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นเครื่องมือในการวัดความคงทนหลัง 6 สัปดาห์ (3 ครั้ง ห่างกัน 2 สัปดาห์) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีความจำระยะยาวของ Atkinson and Shiffrin (1971)

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โดยใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นเครื่องมือหลักในทักษะการพูดภาษาอังกฤษถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริการในโรงแรม ซึ่งสะท้อนถึงมาตรฐานสากลขององค์กร แนวคิดเรื่องความคงทนของการเรียนรู้ตามทฤษฎีของ Atkinson and Shiffrin (1971) ชี้ให้เห็นว่าการทบทวนซ้ำอย่างมีความหมายช่วยให้ผู้เรียนจดจำและนำความรู้ไปใช้ได้ยาวนานขึ้น สอดคล้องกับการเรียนรู้ด้วยตนเองตามแนวคิดของ Vygotsky (1978) ช่วยเสริมความรับผิดชอบและความต่อเนื่องในการพัฒนา ขณะที่แรงจูงใจและกลยุทธ์การเรียนรู้ภาษาตามแนวคิดของ Burke et al. (2024) และ Oxford (1990) ที่สนับสนุนให้ผู้เรียนมีความพยายามและความมั่นใจมากขึ้น นอกจากนี้ มิติทางวัฒนธรรมและความสามารถในการพูด (Brown, 2007) ยังช่วยให้พนักงานเข้าใจบริบทระหว่างวัฒนธรรมและพูดสื่อสารได้เหมาะสม กรอบแนวคิดดังกล่าวจึงบูรณาการองค์ความรู้หลายด้านเพื่อเสริมสร้างการพัฒนาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษอย่างยั่งยืน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research)

2. กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มที่ศึกษาคือ พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย ทั้งหมดจำนวน 5 คน เป็นผู้สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 3 คน และไม่ใช่สาขาภาษาอังกฤษ จำนวน 2 คน โดยใช้วิธีเลือกประชากรทั้งหมด (Total population sampling)

ในการวิจัยเชิงคุณภาพ Lincoln and Guba (1985), Creswell (2013), Patton (2015) และ Merriam and Tisdell (2016) มีแนวคิดที่สอดคล้องตรงกันว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่มีกำหนดตายตัว แต่ใช้การคัดเลือกแบบเจาะจงเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ตรงประเด็น โดยเก็บข้อมูลจนถึงจุดอิ่มตัวหรือไม่พบประเด็นใหม่ สำหรับการวิจัยกรณีศึกษา Creswell (2013) ระบุว่ามักใช้ 1-5 คน ขึ้นอยู่กับขอบเขตและความลึกของข้อมูล ทั้งนี้ Creswell and Creswell (2018) ยังเสนอการตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีสามเส้า (Triangulation) โดยใช้แหล่งข้อมูลหรือวิธีการที่หลากหลาย เช่น การสัมภาษณ์ การสังเกต และเอกสาร ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีสามเส้า ได้แก่ 1) หลักฐานการบันทึกคลิปเสียง-วิดีโอของพนักงานแต่ละคนในการพูดตอบคำถามจำนวน 62 ข้อใน 4 สถานการณ์ 2) การประเมินโดยผู้ทรงคุณวุฒิ Raters 3 คนโดยอ้างอิงจากเกณฑ์การประเมินในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ และ 3) มีการวิเคราะห์เนื้อหาเชิงคุณภาพเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการวิจัย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย แบบคำถามเพื่อประเมินทักษะการพูดภาษาอังกฤษ และชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ดังนี้

3.1 แบบคำถามเพื่อประเมินทักษะการพูดภาษาอังกฤษ สำหรับเก็บรวบรวมข้อมูลเบื้องต้น และประเมินระดับทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โดยครอบคลุมคำถามตามรายละเอียดขอบเขตด้านเนื้อหาการจองห้องพัก (Taking a reservation) 4 สถานการณ์ ได้แก่ 1) สถานการณ์ที่ 1 การตอบปฏิเสธการจองห้องพัก (Refusing a reservation) 2) สถานการณ์ที่ 2 การตอบรับการจองห้องพัก (Accepting a reservation) 3) สถานการณ์ที่ 3 การลงทะเบียนเข้าพักและการขอข้อมูลของลูกค้ายที่เข้าพัก (Checking-in and getting details of the guests) และ 4) สถานการณ์ที่ 4 การคืนห้องพักและการชำระเงิน (Checking-out and payment) รวมทั้งสิ้น 62 ข้อคำถาม โดยประยุกต์ใช้จากแบบวัดความสามารถในการพูดสื่อสารของ Navaruttanaporn (2021)

3.2 ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง เป็นสื่อที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การจองห้องพัก ซึ่งครอบคลุม 4 สถานการณ์ โดยแต่ละสถานการณ์ มีคำอธิบาย คำศัพท์ สำนวนที่เกี่ยวข้องในแต่ละหัวข้อ พร้อมความหมาย มีภาพประกอบ บทสนทนาตัวอย่าง และบทอ่านที่เป็นตัวอย่างในการสนทนา ประกอบภาพและเสียงสองภาษา (ภาษาไทย-ภาษาอังกฤษ) ซึ่งบรรยายและสนทนาโดยเสียงเจ้าของภาษาอังกฤษเป็นวีดิทัศน์ภาพเคลื่อนไหว สามารถดูจากการสแกน QR-code ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67-1.00 ค่าความเที่ยง (Reliability) เท่ากับ 0.97 ค่าอำนาจจำแนก (r) อยู่ระหว่าง 0.33-0.83 ค่าความยาก-ง่าย (p) อยู่ระหว่าง 0.25-0.80 และค่าประสิทธิภาพของชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองในการพูดสื่อสารภาษาอังกฤษ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 73.2/77.0 เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนดคือ 70.0/70.0 (Navaruttanaporn, 2020)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง โดยใช้เครื่องมือแบบคำถามเพื่อประเมินทักษะการพูดภาษาอังกฤษเป็นรายบุคคลซึ่งครอบคลุมทั้ง 4 สถานการณ์ (จำนวน 62 ข้อคำถาม) พนักงานต้อนรับส่วนหน้าจะตอบคำถามสถานการณ์ก่อนเรียนเพื่อประเมินพื้นฐานความรู้ของพนักงาน โดยผู้วิจัยถามเป็นภาษาไทยและพนักงานพูดตอบเป็นภาษาอังกฤษซึ่งคำตอบจะเน้นการพูดเพื่อความเข้าใจมากกว่าการเน้นไวยากรณ์ (ขณะผู้วิจัยถามคำถามภาษาไทย และพนักงานตอบเป็นภาษาอังกฤษได้ขออนุญาตพนักงานเพื่อถ่ายวิดีโอและอัดเสียงการสัมภาษณ์) และให้พนักงานกลับไปเรียนรู้บทเรียนจากชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง 4 สถานการณ์ เช่น การเรียนรู้ทักษะในการตอบคำถามลูกค้า การใช้ภาษาท่าทาง และเรียนรู้ในวัฒนธรรมของเจ้าของภาษา โดยแต่ละครั้งห่างกัน 2 สัปดาห์ ซึ่งผู้วิจัยเข้าสัมภาษณ์พนักงานเพื่อเก็บข้อมูลจำนวน 3 ครั้ง และทุกครั้งผู้วิจัยให้คำแนะนำเพื่อติดตามความก้าวหน้าของการเรียนรู้ของพนักงานแต่ละคน

ซึ่งเกณฑ์การแปลผลความหมายค่าเฉลี่ยประยุกต์ใช้ของ Srisasard (2017) ดังนี้

- | | | |
|-------------|---------|---|
| 4.51 - 5.00 | หมายถึง | มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับมากที่สุด |
| 3.51 - 4.50 | หมายถึง | มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับมาก |
| 2.51 - 3.50 | หมายถึง | มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับปานกลาง |
| 1.51 - 2.50 | หมายถึง | มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับน้อย |
| 1.00 - 1.50 | หมายถึง | มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับน้อยที่สุด |
| 0.00 - 0.99 | หมายถึง | ไม่มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ระดับพูดไม่ได้ หรือไม่ตอบคำถาม |

จากนั้นส่งมอบคลิปเสียงและวิดีโอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน (Raters) ประกอบด้วยอาจารย์เจ้าของภาษาอังกฤษ 2 คน และอาจารย์สอนภาษาอังกฤษชาวไทย 1 คน ประเมินทักษะการพูดของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าลงในแบบรายงานการประเมินผล ตามเกณฑ์การแปลผลทักษะการพูดภาษาอังกฤษ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากเก็บข้อมูลโดยบันทึกคลิปเสียงและวิดีโอการตอบคำถามของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า ผู้วิจัยส่งข้อมูลที่เก็บรวบรวมให้ผู้ทรงคุณวุฒิดำเนินการประเมินทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงาน

ผู้วิจัยรวบรวมรายงานการประเมินผลจากผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 3 คน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยนำเสนอผลในรูปแบบเชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. การศึกษาผลความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย

โดยใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ได้ดำเนินการประเมินเป็นรายบุคคล 4 สถานการณ์ ก่อนเริ่มใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองและหลังการใช้ในครั้งที่ 1, 2 และ 3

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทักษะการพูดภาษาอังกฤษในแต่ละสถานการณ์ ใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อเปรียบเทียบระดับทักษะการพูดภาษาอังกฤษก่อนและหลังการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

1.1 การประเมินความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การตอบปฏิเสธการจองห้องพัก ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบทักษะการพูดภาษาอังกฤษในช่วงก่อนการสัมภาษณ์ และในระยะติดตามผลครั้งที่ 1-3 โดยผลการเปรียบเทียบดังกล่าว ดังแสดงใน Figure 1

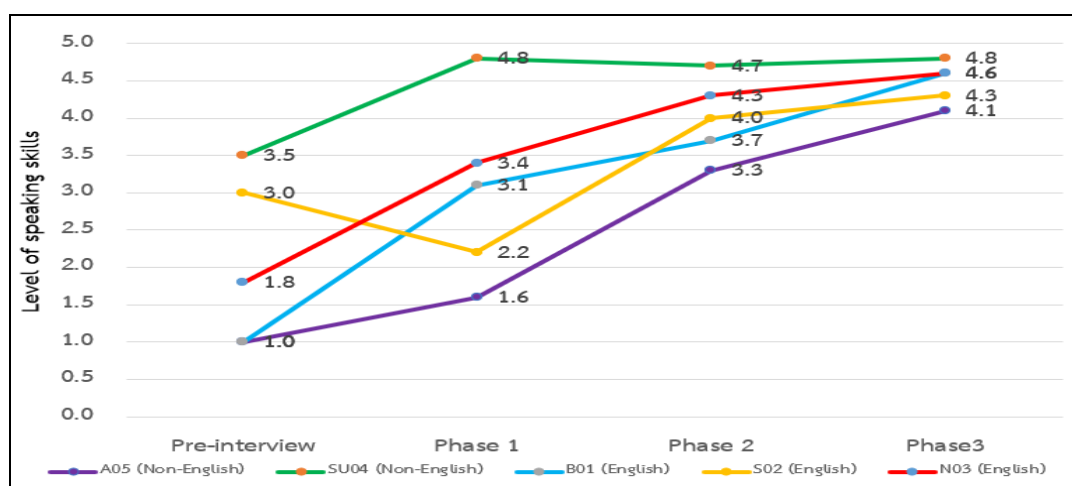


Figure 1 Retention of English-speaking Skills for Refusing Reservations Among Front Office Staff Across the Pre-interview and Phases 1-3

จาก Figure 1 กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีค่าเฉลี่ยเพิ่มจาก 1.0 (น้อยที่สุด) ก่อนดำเนินการเป็น 4.1 (มาก) ในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 เริ่มต้นที่ 3.5 (ปานกลาง) และคงที่ประมาณ 4.8 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 2-3

กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 คะแนนเพิ่มจาก 1.0 (น้อยที่สุด) ก่อนดำเนินการเป็น 4.6 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 คะแนนเปลี่ยนแปลงจาก 3.0 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเป็น 4.3 (มาก) ในครั้งที่ 3 และพนักงาน N03 คะแนนเพิ่มจาก 1.8 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 4.6 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคงทนและพัฒนาการในทักษะการพูดในสถานการณ์การปฏิเสธการจองห้องพักของพนักงานทั้งสองกลุ่มดีขึ้นอย่างชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา

1.2 การประเมินความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การตอบรับการจองห้องพัก ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบทักษะการพูดภาษาอังกฤษในช่วงก่อนการสัมภาษณ์ และในระยะติดตามผลครั้งที่ 1-3 โดยผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Figure 2

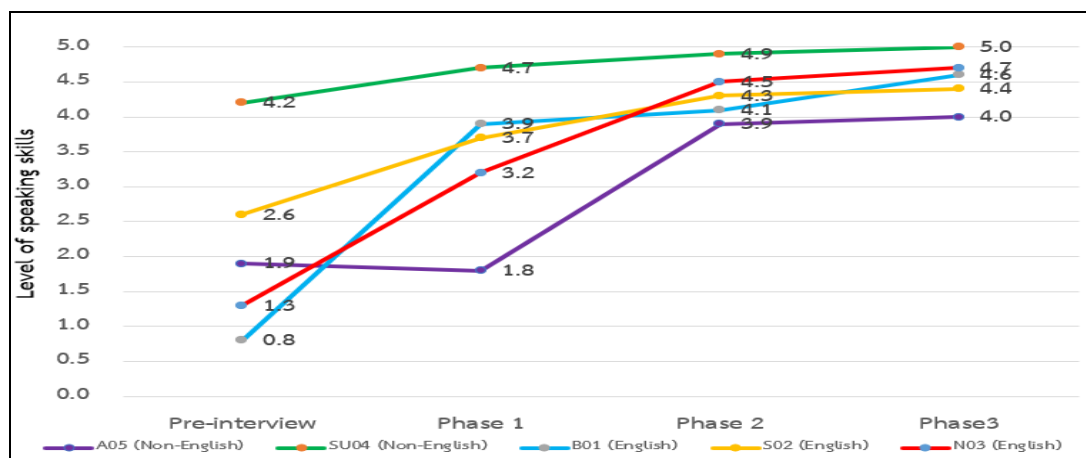


Figure 2 Retention of English-speaking Skills for Accepting Reservations Among Front Office Staff Across the Pre-interview and Phases 1-3

จาก Figure 2 กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีค่าเฉลี่ยผลการประเมินเพิ่มจาก 1.9 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 4.0 (มาก) ในครั้งที่ 3 ขณะที่พนักงาน SU04 มีคะแนนสูงและเพิ่มขึ้นจาก 4.2 (มาก) ก่อนดำเนินการเป็น 5.0 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3

กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 คะแนนเพิ่มจาก 0.8 (น้อยที่สุด) ก่อนดำเนินการเป็น 4.6 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 คะแนนเพิ่มจาก 2.6 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเป็น 4.4 (มาก) ในครั้งที่ 3 และพนักงาน N03 คะแนนเพิ่มจาก 1.3 (น้อยที่สุด) ก่อนดำเนินการเป็น 4.7 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคงทนและพัฒนาการในทักษะการพูดในสถานการณ์ตอบรับการจองห้องพักของพนักงานทั้งสองกลุ่มดีขึ้นอย่างชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา

1.3 การประเมินความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การลงทะเบียนเข้าพักและการขอข้อมูลของลูกค้าที่เข้าพัก ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบทักษะการพูดภาษาอังกฤษในช่วงก่อนการสัมภาษณ์ และในระยะติดตามผลครั้งที่ 1-3 โดยผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Figure 3

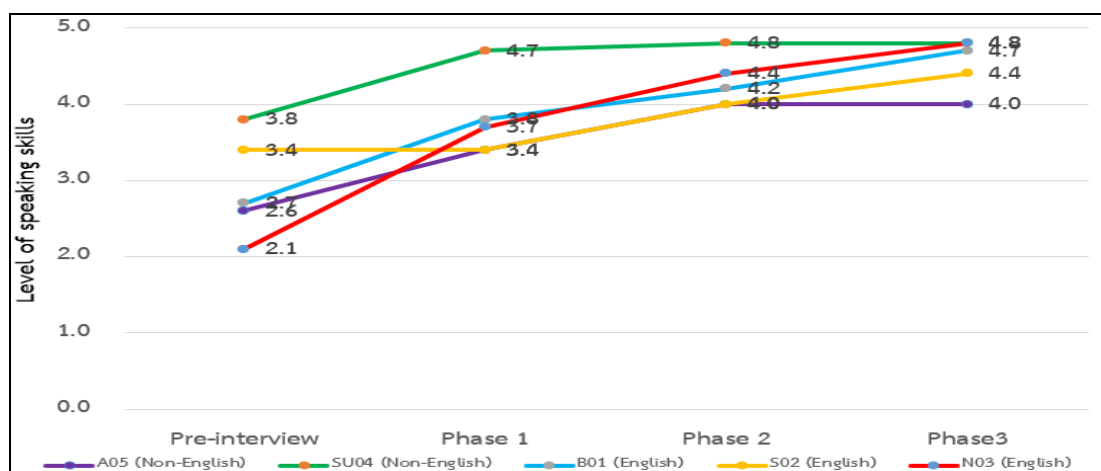


Figure 3 Retention of English-speaking Skills for Checking-in and Getting Details of the Guests Among Front Office Staff Across the Pre-interview and Phases 1-3

จาก Figure 3 กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีค่าเฉลี่ยเพิ่มจาก 2.6 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเป็น 4.0 (มาก) ในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 เริ่มต้นที่ 3.8 (มาก) ก่อนดำเนินการ และคงที่ที่ 4.8 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 2-3

กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 คะแนนเพิ่มจาก 2.7 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเป็น 4.7 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 คะแนนคงที่ที่ 3.4 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเป็น 4.4 (มาก) ในครั้งที่ 3 และพนักงาน N03 คะแนนเพิ่มจาก 2.1 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 4.8 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคงทนและพัฒนาการในทักษะการพูดสื่อสารในสถานการณ์การลงทะเบียนเข้าพักและการขอข้อมูลของลูกค้าดีขึ้นอย่างชัดเจนในทั้งสองกลุ่ม

1.4 การประเมินความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การคืนห้องพักและการชำระเงิน ผู้วิจัยได้ทำการเปรียบเทียบทักษะการพูดภาษาอังกฤษในช่วงก่อนการสัมภาษณ์ และในระยะติดตามผลครั้งที่ 1-3 โดยผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Figure 4

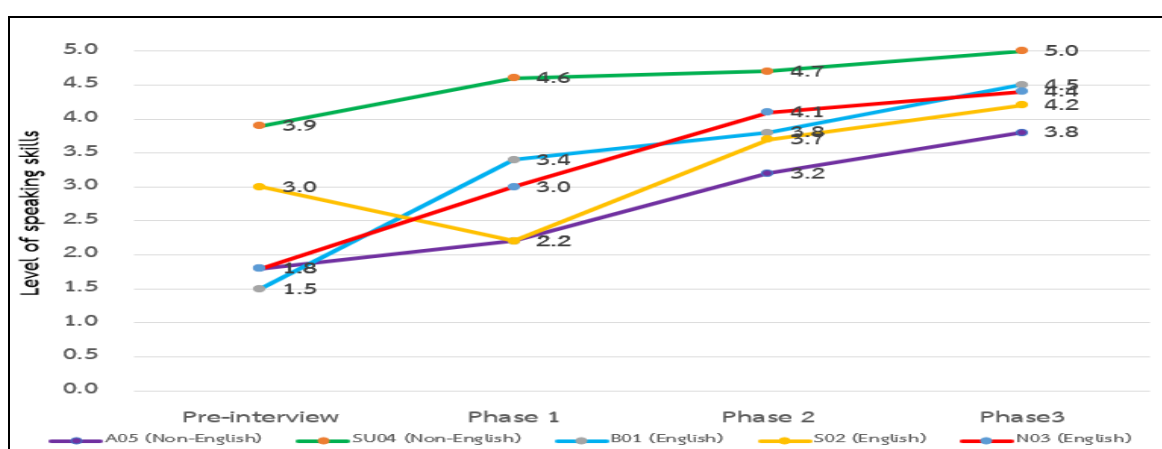


Figure 4 Retention of English-speaking Skills for Checking-out and Payment Among Front Office Staff Across the Pre-interview and Phases 1-3

จาก Figure 4 กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีค่าเฉลี่ยผลการประเมินเพิ่มขึ้นจาก 1.8 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 3.8 (มาก) ในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 มีคะแนนสูงอยู่แล้ว เริ่มต้นที่ 3.9 (มาก) ก่อนดำเนินการ และเพิ่มเป็น 5.0 (มากที่สุด) ในครั้งที่ 3

กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 มีคะแนนเพิ่มจาก 1.5 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 4.5 (มาก) ในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 คะแนน 3.0 (ปานกลาง) ก่อนดำเนินการเพิ่มเป็น 4.2 (มาก) ในครั้งที่ 3 และพนักงาน N03 คะแนน 1.8 (น้อย) ก่อนดำเนินการเป็น 4.4 (มาก) ในครั้งที่ 3 ตามลำดับ

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า ความคงทนและพัฒนาการในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์ลูกค้าคืนห้องพักและชำระเงินของพนักงานทั้งสองกลุ่มดีขึ้นอย่างชัดเจนในแต่ละช่วงเวลา

2. การศึกษาปัญหาทักษะการพูดภาษาอังกฤษที่ยังคงพบของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง

ได้ดำเนินการประเมินเป็นรายบุคคล 4 สถานการณ์ หลังการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองในครั้งที่ 1, 2 และ 3

2.1 การประเมินปัญหาที่ยังคงเหลือในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การปฏิเสธการจองห้องพัก ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคะแนนการประเมินในระยะที่ 1-3 โดยกำหนดเกณฑ์ทักษะการพูดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 แสดงถึงปัญหาในทักษะการพูดที่ยังต้องปรับปรุง ผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Table 1

Table 1 Number of Remaining English-speaking Skill Problems (Scores ≤ 3.5) for Refusing a Reservation Across Phases 1–3

	Number of English-speaking problems														
	Non-English Group						English Group								
	A05			SU04			B01			S02			N03		
Appropriate responses when:	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
1. Customer wants to book, but the hotel is fully booked.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
2. Customer wants to book on April 13th, but the hotel is full.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
3. Apologize for any error or mistakes.	1	-	-	-	-	-	1	1	-	1	1	-	-	-	-
4. Customer calls from abroad to book, but the hotel is full.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
5. Refuse the customer, stating that no booking record exists.	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
6. Ask the customer when they made the reservation.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
7. Ask the customer where they made the reservation.	1	1	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-	1	1	-
8. Ask the customer who made the reservation.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-
9. Ask the customer if they received a booking confirmation.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
10. Ask the customer if they would like you to find another hotel.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Number of problems	7	3	0	0	0	0	6	2	0	6	1	0	2	1	0

จาก Table 1 ปัญหาทักษะการพูด หมายถึง เกณฑ์ทักษะการพูดภาษาอังกฤษน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 สรุปได้ดังนี้ กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีจำนวนปัญหาทักษะการพูด 7 ข้อ ในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 3 ข้อ ในครั้งที่ 2 และไม่พบปัญหาในครั้งที่ 3 ขณะที่ พนักงาน SU04 ไม่มีปัญหาทักษะการพูดทุกครั้ง กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01, S02 และ N03 มีปัญหาทักษะการพูด 6 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 2, 1 และ 1 ข้อตามลำดับในครั้งที่ 2 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 3 ทั้งหมด

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยลดปัญหาทักษะการพูดภาษาอังกฤษ ในสถานการณ์การปฏิเสธการจองห้องพักได้อย่างชัดเจนในทั้งสองกลุ่ม

2.2 การประเมินปัญหาที่ยังคงเหลือในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การตอบรับการจองห้องพัก ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคะแนนการประเมินในระยะที่ 1–3 โดยกำหนดเกณฑ์ทักษะการพูดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 แสดงถึง ปัญหาในทักษะการพูดที่ยังต้องปรับปรุง ผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Table 2

Table 2 Number of Remaining English-speaking Skill Problems (Scores ≤ 3.5) for Accepting a Reservation Across Phases 1–3

	Number of English-speaking problems														
	Non-English Group						English Group								
	A05			SU04			B01			S02			N03		
Appropriate responses when:	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
11. Ask the customer to wait/hold the line.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
12. Ask for the customer's name again (due to under hearing).	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
13. Ask the customer to spell his/her name.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
14. Customer wants to book from the 6th to the 11th, but rooms are only available from the 6th to the 9th.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
15. Tell the customer to wait while processing the room request.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
16. Ask the customer what type of room they prefer.	1	1	1	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
17. Ask the customer if they want a room with a bath tub or a shower.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
18. State the price of the bath tub and shower rooms.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
19. Inform the customer that the requested room is available.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
Number of problems	6	2	1	0	0	0	1	0	0	4	0	0	2	0	0

จาก Table 2 ปัญหาทักษะการพูด หมายถึง เกณฑ์ทักษะการพูดภาษาอังกฤษน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 สรุปได้ดังนี้ กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีปัญหาทักษะการพูด 6 ข้อ ในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 2 ข้อ ในครั้งที่ 2 และลดลงเหลือ 1 ข้อในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 ไม่มีปัญหาทักษะการพูดทุกครั้ง กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 มีปัญหาทักษะการพูด 1 ข้อในครั้งที่ 1 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 2 และ 3 พนักงาน S02 มีปัญหาทักษะการพูด 4 ข้อในครั้งที่ 1 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 2 และ 3 ขณะที่พนักงาน N03 มีปัญหาทักษะการพูด 2 ข้อในครั้งที่ 1 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 2 และ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยลดปัญหาทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การตอบรับการจองห้องพักได้อย่างชัดเจนในทั้งสองกลุ่ม

2.3 การประเมินปัญหาที่ยังคงเหลือในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การลงทะเบียนเข้าพักและการขอข้อมูลของลูกค้าที่เข้าพัก ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคะแนนการประเมินในระยะที่ 1-3 โดยกำหนดเกณฑ์ทักษะในการพูดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 แสดงถึงปัญหาทักษะการพูดที่ยังต้องปรับปรุง ผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Table 3

Table 3 Number of Remaining English-speaking Skill Problems (Scores ≤ 3.5) for Checking-in and Getting Details of the Guests Across Phases 1-3

	Number of English-speaking problems														
	Non-English Group						English Group								
	A05			SU04			B01			S02			N03		
Appropriate responses when:	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
20. Ask the customer to fill out the registration form.	1	-	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-
21. Ask to see the customer's passport.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
22. Ask the customer to write his/her full name.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
23. Ask the customer to write a reachable phone number.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
24. Ask for the customer's name and address.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
25. Ask the customer to fill in where they are coming from and going to.	-	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
26. Request the customer's signature, the staff will fill in the rest.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
27. Hand the key/card to the customer, state the room number, and mention that a staff member will show them to their room.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
28. Hand over the key card and key to the customer.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
29. Ask the customer how long they plan to stay.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-
30. Ask the customer how they traveled to Loei Province.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-
31. Ask the customer for their estimated time of arrival (ETA).	-	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-
32. Ask for the customer's flight.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
33. Ask for the customer's name.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
34. Ask the customer to repeat what they said.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
35. Apologize for not being sure of the spelling and ask the customer to spell his/her name out.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Number of problems	8	3	1	0	0	0	3	1	0	4	1	1	2	0	0

จาก Table 3 ปัญหาทักษะการพูด หมายถึง เกณฑ์ทักษะการพูดภาษาอังกฤษน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 สรุปได้ดังนี้ กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีปัญหาทักษะการพูด 8 ข้อ ในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 3 ข้อ ในครั้งที่ 2 และลดลงเหลือ 1 ข้อในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 ไม่มีปัญหาทักษะการพูดทุกครั้ง กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 มีปัญหาทักษะการพูด 3 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 1 ข้อ ในครั้งที่ 2 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 มีปัญหาทักษะการพูด 4 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 1 ข้อ ในครั้งที่ 2 และในครั้งที่ 3 N03 มีปัญหาทักษะการพูด 2 ข้อในครั้งที่ 1 และไม่มีปัญหาในครั้งที่ 2 และ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยลดปัญหาทักษะในการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การลงทะเบียนเข้าพักและการขอข้อมูลของลูกค้าที่เข้าพักได้อย่างชัดเจนในทั้งสองกลุ่ม

2.4 การประเมินปัญหาที่ยังคงเหลือในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์การคืนห้องพักและการชำระเงิน ผู้วิจัยได้เปรียบเทียบคะแนนการประเมินในระยะที่ 1-3 โดยกำหนดเกณฑ์ทักษะการพูดน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 แสดงถึงปัญหาในทักษะการพูดที่ยังต้องปรับปรุง ผลการเปรียบเทียบ ดังแสดงใน Table 4

Table 4 Number of Remaining English-speaking Skill Problems (Scores ≤ 3.5) for Checking-out and Payment Across Phases 1-3

	Number of English-speaking problems														
	Non-English Group						English Group								
	A05			SU04			B01			S02			N03		
Appropriate responses when:	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3	1	2	3
36. Tell a returning customer who is checking out to wait a moment.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
37. Say good bye to a departing customer.	1	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
38. Offer the customer a blessing well-wish.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
39. Acknowledge the check-out and the customer's request to pay the room charges.	1	1	1	-	-	-	1	1	-	1	1	-	1	-	1
40. Ask for the room number.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
41. Ask for the customer's name for verification.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
42. Ask the customer if they had breakfast at the hotel.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
43. Answer the customer's questions about payment.	1	1	-	-	-	-	-	1	-	1	1	-	1	-	-
44. State the total charges' cost.	1	1	1	-	-	-	-	-	-	1	1	-	1	-	-
45. Ask if the customer will pay cash, credit card, or settle via bill.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
46. Ask if the customer will check out and pay by traveler's check or credit card.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
47. State the Australian Dollar (AUD) exchange rate.	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	1	-	1	1	-
48. Ask what denomination of notes the customer would like for exchange.	1	1	1	-	-	-	1	1	-	1	1	1	-	1	-
49. Ask what denomination of notes the customer would like for the traveler's check exchange.	1	1	1	-	-	-	1	1	-	1	1	1	1	-	-
50. Accept payment by traveler's check.	1	1	1	-	-	-	1	1	-	1	1	-	1	1	-
51. Ask what type of credit card the customer has.	1	1	-	-	-	-	1	-	-	1	1	-	-	-	-
52. Inform the customer that the hotel accepts Euro card or American Express.	1	-	-	-	-	-	1	-	-	1	-	-	1	-	-
53. Ask the customer for their credit card.	1	-	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
54. Acknowledge receiving the credit card from the customer.	-	1	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
55. Thank the customer when returning the card and ask for a signature.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
56. Hand the receipt to the customer.	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
57. Hand the receipt to the customer and offer assistance with their luggage.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	1	-	-	-	-
58. Say a final remark after the customer has paid and is leaving the hotel.	-	-	1	-	-	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-
59. Express hope that the customer enjoyed their stay at the hotel.	1	1	1	-	-	-	1	-	-	1	-	-	-	-	-
60. Acknowledge payment by personal check.	1	1	1	-	-	-	1	-	-	1	1	-	1	-	-
61. Refuse accepting a personal check due to against hotel policy.	1	1	-	-	-	-	-	-	-	1	-	-	-	-	-
62. Call the manager for assistance in making a decision.	1	-	1	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Number of problems	21	14	9	0	0	0	14	5	0	17	10	2	8	3	1

จาก Table 4 ปัญหาทักษะการพูด หมายถึง เกณฑ์ทักษะการพูดภาษาอังกฤษน้อยกว่าหรือเท่ากับ 3.5 สรุปได้ดังนี้ กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่ไม่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน A05 มีปัญหาทักษะการพูด 21 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 14 ข้อในครั้งที่ 2 และลดลงเหลือ 9 ข้อในครั้งที่ 3 ส่วนพนักงาน SU04 ไม่มีปัญหาทักษะการพูดทุกครั้ง

กลุ่มพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ พนักงาน B01 มีปัญหาทักษะการพูด 14 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 5 ข้อในครั้งที่ 2 และไม่พบปัญหาในครั้งที่ 3 พนักงาน S02 มีปัญหาทักษะการพูด 17 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 10 ข้อในครั้งที่ 2 และลดลงเหลือ 2 ข้อในครั้งที่ 3 พนักงาน N03 มีปัญหาทักษะการพูด 8 ข้อในครั้งที่ 1 ลดลงเหลือ 3 ข้อในครั้งที่ 2 และลดลงเหลือ 1 ข้อในครั้งที่ 3

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่า การใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยลดปัญหาทักษะการพูดในสถานการณ์การคืนห้องพักและชำระเงินได้อย่างชัดเจนในทั้งสองกลุ่ม

ข้อจำกัดของงานวิจัย

1. งานวิจัยนี้ใช้วิธีเลือกประชากรทั้งกลุ่มเนื่องจากโรงแรมเลยพาเลซมีพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่หมดจำนวน 5 คน
2. ผลการวิจัยสะท้อนบริบทเฉพาะของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย จึงไม่สามารถนำไปใช้กับโรงแรมหรือองค์กรอื่นที่มีบริบทแตกต่างกัน

3. อภิปรายผล

3.1 ความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วน โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยส่งเสริมทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าอย่างชัดเจน และช่วยลดความแตกต่างในทักษะการพูดระหว่างพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีพื้นฐานต่างกันได้อย่างมีนัยสำคัญ (Navaruttanaporn, 2021; Chang and Lee, 2022) โดยชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ออกแบบอย่างเป็นระบบและเชื่อมโยงกับบทเรียนช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ (Khaemmani, 2013) ซึ่งประโยชน์ของชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองที่พัฒนาขึ้นในงานวิจัยนี้มีประโยชน์เด่นชัดหลายประการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีข้อจำกัดด้านเวลาและพื้นฐานทักษะที่แตกต่างกัน ประโยชน์หลัก ๆ สามารถสรุปได้ดังนี้

3.1.1 ความยืดหยุ่นและสะดวกในการเรียนรู้ตามเวลาที่เหมาะสม พนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมต้องปฏิบัติหน้าที่ในช่วงเวลาที่แตกต่างกันและมีตารางเวลาการปฏิบัติงานไม่แน่นอน ชุดสื่อการเรียนรู้ช่วยส่งเสริมให้พนักงานเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ทุกเวลา ทุกสถานที่ เช่น ดูวิดีโอ ฟังเสียงเจ้าของภาษา หรือฝึกพูดระหว่างช่วงพักหรือหลังเลิกงาน โดยไม่ต้องรบกวนแบบกลุ่มหรือตามกำหนดเวลา ทำให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าสามารถเรียนรู้ด้วยตนเองอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ด้วยตนเองที่เน้นให้ผู้เรียนจัดการเวลาเรียนด้วยตนเอง (Khaemmani, 2013; Hasan, 2019) รวมถึงการได้รับคำแนะนำและสนับสนุนจากผู้มีประสบการณ์ช่วยให้พัฒนาทักษะได้อย่างต่อเนื่อง (Vygotsky, 1978; Moideen, 2025)

3.1.2 เพิ่มความมั่นใจ ลดความวิตกกังวล และส่งเสริมการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง การฝึกด้วยตนเองในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย (เช่น พูดซ้ำตามสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ฝึกสถานการณ์จำลองโดยไม่ถูกตัดสิน) ช่วยลดความประหม่าและกลัวผิด ซึ่งเป็นอุปสรรคหลักในการพูดภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า ผลวิจัยพบว่าหลังใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานต้อนรับส่วนหน้าทั้งสองกลุ่มได้รับแรงจูงใจทั้งภายในและภายนอกเพื่อกระตุ้นให้พนักงานสนใจพัฒนาทักษะพูดภาษาอังกฤษ (Burke et al., 2024; Reimann, 2001; Padwick, 2010; Dornyei, 2013) พนักงานมีความมั่นใจในการพูดภาษาอังกฤษ ใช้ภาษาท่าทางเหมาะสม และเข้าใจวัฒนธรรมเจ้าของภาษา สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่า การฝึกซ้ำและการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยลดความวิตกกังวลและเพิ่มความคล่องแคล่วในการพูด (Tangpattanakit, 2020; Oxford, 1990; Khaemmani, 2013) การใช้วิธีการเรียนรู้ทักษะการพูดเช่น พูดซ้ำ ท่องจำ และพูดคุยกับตัวเอง เป็นปัจจัยส่งเสริมการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ (Oxford, 1990; Khaemmani, 2013)

3.1.3 ส่งเสริมความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษในระยะยาว (Retention) ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเน้นการฝึกซ้ำ (Rehearsal) และการสะท้อนผล (Reflection) ผ่านคำแนะนำ ทำให้ทักษะการพูดถูกถ่ายโอนไปยังความจำระยะยาว ตามทฤษฎีของ Atkinson and Shiffrin (1971) ในงานวิจัยนี้ ทักษะการพูดยังคงอยู่ในระดับสูงจากการประเมินครั้งที่ 2 และ 3 (ห่างกัน 2 สัปดาห์) แสดงถึงการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการพูด ตลอดจนมีความคงทนที่มีประสิทธิภาพ

(Oxford, 1990; Khaemmani, 2013) การเชื่อมโยงเนื้อหาเกี่ยวกับสถานการณ์การปฏิบัติงานจริงช่วยสนับสนุนให้พนักงานนำทักษะการพูดไปใช้ได้ทันทีและยั่งยืน สอดคล้องกับแนวคิดว่าการฝึกฝนอย่างมีความหมายและต่อเนื่องช่วยจัดเก็บข้อมูลในความจำระยะยาว เพิ่มแรงจูงใจและป้องกันการลืม (Khaemmani, 2013; Moideen, 2025)

3.1.4 ลดช่องว่างด้านทักษะการพูดภาษาอังกฤษระหว่างพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีพื้นฐานต่างกัน ก่อนใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและไม่มีจบสาขาภาษาอังกฤษมีระดับทักษะการพูดที่แตกต่างกันชัดเจน แต่หลังจากการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง พนักงานทั้งสองกลุ่มพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษใกล้เคียงกัน (จากน้อย-ปานกลาง เป็นมาก-มากที่สุด) เนื่องจากชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ถูกออกแบบให้เลือกฝึกตามจุดที่ต้องการปรับปรุงของแต่ละคน ซึ่งเป็นข้อดีของการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนทุกระดับก้าวหน้าในการเรียนรู้ตามศักยภาพ ของตนเอง (Navaruttanaporn, 2021; Chang and Lee, 2022; Vygotsky, 1978)

สรุปได้ว่า ความคงทนและประโยชน์โดยรวมของชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ส่งเสริมให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้า พัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษเฉพาะอาชีพได้อย่างต่อเนื่อง เพิ่มความมั่นใจ ลดปัญหาการพูดภาษาอังกฤษ และรักษาทักษะการพูดภาษาอังกฤษไว้ได้นาน รวมถึงช่วยลดช่องว่างระหว่างทักษะการพูดของพนักงาน ส่งผลดีทั้งต่อตัวพนักงานในด้าน ความก้าวหน้า ความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน และในด้านองค์กร เพื่อคุณภาพการบริการที่สูงขึ้น ลดอัตราการลาออกเนื่องจากความเครียดของพนักงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการพัฒนาบุคลากรในอุตสาหกรรมบริการที่เน้นการเรียนรู้ด้วยตนเองมากขึ้น (Hasan, 2019; Navaruttanaporn, 2021)

3.2 ปัญหาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษที่ยังคงพบของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากการใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่พบในแต่ละสถานการณ์ ในครั้งแรกที่ประเมินพบว่า พนักงานที่ไม่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีพบปัญหามากกว่าพนักงานที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีในทุกสถานการณ์ โดยเฉพาะสถานการณ์การคืนห้องพักและชำระเงิน ซึ่งมีความถี่ของปัญหาในทักษะการพูดสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่า ทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานกลุ่มนี้ยังมีข้อจำกัดเมื่อต้องพูดภาษาอังกฤษในบริบทที่ซับซ้อน

สาเหตุหลักเกิดจากความวิตกกังวลและความประหม่า ซึ่งทำให้พนักงานขาดความมั่นใจ กลัวการพูดผิด พูดออกเสียงเบาหรือไม่กล้าพูดออกเสียงเต็มที่ นอกจากนี้ยังมีปัญหาการลืมเนื้อหาที่เคยเรียนมา เนื่องจากขาดการฝึกฝนและทบทวนอย่างสม่ำเสมอ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Tangpattanakit (2020) ที่ระบุว่า ความวิตกกังวลนำไปสู่การหลีกเลี่ยงการใช้ภาษาและทำให้ทักษะการพูดถดถอย รวมถึงแนวคิดของ (Khaemmani, 2013) ที่ชี้ให้เห็นว่าการขาดการทบทวนบ่อยครั้งจะทำให้ความรู้ไม่คงทนและเกิดการลืมในที่สุด

อย่างไรก็ตาม หลังจากพนักงานต้อนรับส่วนหน้าได้รับการแนะนำแนวทางการพูดและฝึกฝนซ้ำในครั้งที่ 2 พบว่าปัญหาในทักษะการพูดลดลงอย่างชัดเจนในทุกสถานการณ์ ทั้งสองกลุ่มแสดงให้เห็นว่าการฝึกทบทวนและการฝึกซ้อมซ้ำ ๆ มีผลช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและความชำนาญในการพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ผลการประเมินการพูดครั้งที่ 3 แสดงถึงความชัดเจนขึ้นเมื่อปัญหาส่วนใหญ่แทบหมดไป โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เคยพบปัญหาทักษะการพูดอยู่ในระดับสูงในครั้งที่ 1 เช่น การปฏิเสธและตอบรับการจองห้องพัก ซึ่งเป็นข้อพิสูจน์ถึงประสิทธิภาพของกระบวนการฝึกฝนและทบทวนอย่างต่อเนื่อง (Khaemmani, 2013; Tangpattanakit (2020)

การลดลงของปัญหาในทักษะการพูดนี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Brown (2007) ที่กล่าวว่า ผู้เรียนที่มีความเข้าใจภาษาและสามารถเลือกใช้ภาษาและพฤติกรรมให้เหมาะสมกับบริบทจะประสบความสำเร็จในการพูดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงทฤษฎีการจำได้ (Recognition) ของ Atkinson and Shiffrin (1971) ที่อธิบายว่าการจำได้เกิดขึ้นเมื่อมีสิ่งเร้ามาปรากฏซ้ำและสามารถระบุบริบทการพูดได้อย่างถูกต้อง ซึ่งเป็นหลักการเดียวกับการฝึกซ้ำและทบทวนที่พนักงานได้นำไปใช้

สรุปผลการวิจัยเกี่ยวกับปัญหาในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าพบว่า ปัญหาดังกล่าวมีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนตั้งแต่การประเมินครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 3 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง การทบทวนความรู้ และการเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวช่วยพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการพูดของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการขององค์กรและธุรกิจโรงแรมให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาความคืบหน้าในทักษะการพูดภาษาอังกฤษและปัญหาที่ยังคงเหลืออยู่ในทักษะการพูดภาษาอังกฤษ พนักงานต้อนรับส่วนหน้า โรงแรมเลยพาเลซ จังหวัดเลย หลังจากใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง พบว่า 1) ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองช่วยให้พนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่จบการศึกษาสาขาภาษาอังกฤษและไม่จบสาขาภาษาอังกฤษ มีทักษะการพูดภาษาอังกฤษดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง 2) พนักงานสามารถรักษาระดับทักษะการพูดภาษาอังกฤษไว้ได้ตลอดระยะเวลาการติดตามผล 3 ครั้ง แสดงให้เห็นถึงความคงทนของการเรียนรู้ 3) ปัญหาการพูดภาษาอังกฤษในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้แก่ การปฏิเสธการจองห้องพัก การตอบรับการจองห้องพัก การลงทะเบียนเข้าพัก และการคืนห้องพัก ลดลงอย่างชัดเจนหลังใช้ชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง และ 4) พนักงานมีความเข้าใจในวัฒนธรรมของเจ้าของภาษาและใช้ภาษาท่าทางในการสื่อสารได้เหมาะสมมากขึ้น ซึ่งชุดสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเองเป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษของพนักงานต้อนรับส่วนหน้า และช่วยให้เกิดความคงทนของทักษะการพูดในระยะยาว แม้ผู้เรียนจะมีพื้นฐานภาษาอังกฤษที่แตกต่างกันก็ตาม ปัญหาเกี่ยวกับทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้ามีแนวโน้มลดลงอย่างชัดเจนตั้งแต่การประเมินครั้งที่ 1 ถึงครั้งที่ 3 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง การทบทวนความรู้ และการเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้ภาษาอังกฤษในสถานการณ์จริง ทั้งนี้ กระบวนการดังกล่าวช่วยพัฒนาศักยภาพด้านทักษะการพูดของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีส่วนช่วยยกระดับคุณภาพการให้บริการขององค์กรและธุรกิจโรงแรมให้ดียิ่งขึ้นในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่เป็น “แบบวงจรการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม (Self-learning retention cycle for hotel front desk staff)” โดยบูรณาการแนวคิด การเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-directed learning) เข้ากับ ทฤษฎีความจำของ Atkinson and Shiffrin (1971) และบริบทของการปฏิบัติงานจริงของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าของโรงแรม แบบวงจรการเรียนรู้ด้วยตนเองนี้ประกอบด้วย 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) Exposure - สัมผัสภาษาและคุ้นเคยจากสื่อการเรียนรู้ด้วยตนเอง 2) Rehearsal - ฝึกพูดซ้ำและเชื่อมโยงความหมายตามบริบทงานบริการ 3) Reflection - สะท้อนผลและรับคำแนะนำเพื่อแก้ไขข้อบกพร่อง และ 4) Retention - นำทักษะที่ฝึกมาใช้จริงจนเกิดความคงทนในระยะยาว แบบวงจรนี้ช่วยลดช่องว่างด้านทักษะการพูดภาษาอังกฤษระหว่างพนักงานต้อนรับส่วนหน้า เพิ่มแรงจูงใจ ความมั่นใจ และความพร้อมในการพูดอย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นแนวคิดเชิงบุกเบิก (Innovative conceptual model) ที่สามารถนำไปใช้พัฒนาหลักสูตรอบรมภาษาอังกฤษเพื่อการโรงแรม และเป็นฐานสำหรับการวิจัยต่อยอดด้านการเรียนรู้ด้วยตนเองเชิงสถานการณ์ ในด้านอุตสาหกรรมบริการโรงแรมไทยต่อไป

จากที่กล่าวมาข้างต้นสามารถเขียนแบบวงจรการเรียนรู้ด้วยตนเองเพื่อความคงทนในทักษะการพูดภาษาอังกฤษพนักงานต้อนรับส่วนหน้าโรงแรม (Self-learning retention cycle for hotel front desk staff) ได้ดังนี้

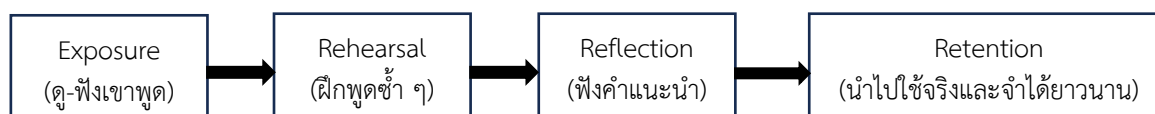


Figure 5 Model of Self-learning Retention Cycle for Hotel Front Desk Staff

Source: Navaruttanaporn (2025)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การเรียนรู้ภาษาอังกฤษสำหรับการจองห้องพักมีความซับซ้อนจากสถานการณ์และคำศัพท์เฉพาะที่หลากหลาย โดยเฉพาะพนักงานต้อนรับส่วนหน้าที่มีพื้นฐานแตกต่างกัน จึงควรจัดอบรมเน้นสถานการณ์เฉพาะและส่งเสริมการเรียนรู้นอกเวลางานที่ต้องอาศัยวินัยของพนักงาน เพื่อพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

1.2 ผู้บริหารควรสนับสนุนการอบรมภาษาอังกฤษอย่างต่อเนื่องทั้งภายในและภายนอกองค์กร พร้อมส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี เช่น Mobile Learning หรือแอป English Online เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่น ลดความเครียด และยกระดับคุณภาพการบริการ เพื่อสร้างศักยภาพที่ดีในด้านธุรกิจโรงแรมในระยะยาว

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาต่อเนื่องในระยะยาวเพื่อประเมินความคงทนของความสามารถด้านการพูดภาษาอังกฤษอย่างยั่งยืน โดยใช้เจ้าของภาษาเป็นผู้ตั้งคำถามเป็นภาษาอังกฤษ และขยายการศึกษาไปยังโรงแรมอื่นหรือพื้นที่ใกล้เคียง เพื่อส่งเสริมการพัฒนาทักษะการพูดภาษาอังกฤษและยกระดับคุณภาพการให้บริการของพนักงานต้อนรับส่วนหน้าให้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- Atkinson, R. C., & Shiffrin, R. M. (1971). The Control of Short-term Memory. *Scientific American*, 224, 82-90.
- Booking Holdings Inc. (n.d.). *Loei Palace Hotel*. Booking.com. <https://www.booking.com/hotel/th/loei-palace.html>.
- Brown, H. D. (2007). *Principles of Language Learning and Teaching* (5th ed.). New York, NY: Longman.
- Burke, K. M., Shogren, K. A., Parente, A., Alsaed, A., Myers, A. M., & Aleong, S. (2024). Self-determination Research: Current and Future Directions. *Behavioral Sciences*, 14(7), 613. <https://doi.org/10.3390/bs14070613>.
- Chang, C. Y., & Lee, Y. H. (2022). Development of a Simulation-based Learning Environment for Climate Change Education in Elementary Schools. *Journal of Science Education and Technology*, 31(4), 512–528.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (3rd ed.). SAGE Publications.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). Sage Publications.
- Dornyei, Z. (2013). *Motivational Strategies in the Language Classroom*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hasan, M. (2019). The Effectiveness of E-learning in Staff Training to Gain Hospitality Organizational Excellence. *AIUB Journal of Business and Economics*, 16(1), 252-267.
- Khaemmani, T. (2013). *Pedagogy Science: Knowledge for Effective Learning Process Management* (17th ed.). Chulalongkorn University Press.
- Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications.
- Merriam, S. B., & Tisdell, E. J. (2016). *Qualitative Research: A Guide to Design and Implementation* (4th ed.). Jossey-Bass.
- Ministry of Tourism and Sport, Thailand. (2021–2024). *Statistics of International Tourist Arrivals to Thailand*. <https://www.mots.go.th/>.
- Moideen, S. (2025). Empowering Careers: The Impact of Communicative English and Innovations in Learning for Hotel Management. *International Journal on Science and Technology (IJSAT)*, 16(4), 1-8.
- Namtapi, I. (2022). English Use, Problems, and Needs of Tourism Personnel in Ayutthaya, Thailand. *LEARN Journal: Language Education and Acquisition Research Network*, 15(1), 409–439.
- Navaruttanaporn, S. (2014). An Analysis of Needs, Problems, Abilities, and Forms in Using English Oral Communication of Hotel Front Office Staff in Muang District, Loei Province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 9(28), 93–105.
- Navaruttanaporn, S. (2020). *Creating the in Instructional Self-learning Media of English-speaking Skills for Hotel Front Office Staff in Muang District, Loei Province*. Loei Rajabhat University.
- Navaruttanaporn, S. (2021). Developing the Instructional Self-learning Media of English-speaking Skills for Hotel Front Office Staff in Muang District, Loei Province. *Research and Development Journal, Loei Rajabhat University*, 16(55), 105–116.
- Navaruttanaporn, S. (2025). *A Study of Retention in English-speaking Skills of Front Office Staff at Loei Palace Hotel, Loei Province by Using a Self-learning Media Package*. Loei Rajabhat University. (Manuscript in preparation).

- Navaruttanaporn, S. (2025). *Model of Self-learning Retention Cycle for Hotel Front Desk Staff*, Loei Rajabhat University. (Manuscript in preparation).
- Nguyen, D. T. (2025). English Proficiency Requirements for Hotel Front-desk Staff: A Needs Analysis Based on Workplace Tasks. *Educational Process: International Journal*, 18, e2025491. <https://doi.org/10.22521/edupij.2025.18.491>.
- Oxford, R. (1990). *Language Learning Strategies: What Every Teacher Should Know*. Rowley, MA: Newbury House.
- Padwick. (2010). *Attitudes Towards English and Varieties of English in Globalizing India*. England: University of Groningen.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods* (4th ed.). SAGE Publications.
- Pham, C. K. (2023). Needs Analysis: Hotel Receptionists' Use of English. *European Journal of Education Studies*, 10(1). <https://doi.org/10.46827/ejes.v10i1.4634>.
- Reimann. (2001). *Motivation for Acquiring English as a Second Language: An Investigation of Chinese and German Native Speakers*. Japan: Faculty of Foreign Studies, Tokoha Gakuen University.
- Simatupang, E. C. M., & Supri, I. Z. (2024). Fusing Translanguaging with Speaking Technology in the Hospitality Industry: Improving English Communicative Competence. *Social Sciences & Humanities Open*, 10, 101166. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2024.101166>.
- Srisasard, B. (2017). *Basic Research* (10th ed.). Bangkok: Suweeriyasarn.
- Syaifudin, M. (2023). English Speaking Training to Hotel Staff for a Better Hotel Service Quality. *International Journal of Progressive Sciences and Technologies (IJPSAT)*, 39(2), 346–351.
- Tangpattanakit, J. (2020). Influence of Factors Affecting English Oral Communication with Motivation as a Central Variable and Anxiety as a Controlling Variable. *RMUTL Journal of Business Administration and Liberal Arts*, 8(2), 111-126.
- Thai PBS. (2024, June 14). *Redrawing Thailand's Tourism Map: Promoting Secondary Cities as New Destinations for Tourists*. (In Thai). <https://www.thaipbs.or.th/news/content/341017>.
- Thairath Online. (2024, June 12). *Boosting Tourism in 55 Secondary Provinces: Prime Minister Urges Governors to Prepare and Establish Performance KPIs*. (In Thai). https://www.thairath.co.th/money/economics/thai_economics/2792506.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in Society: The Development of Higher Psychological Processes*. Harvard University Press.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร
ในอำเภอบางกระทุ่มจังหวัดพิษณุโลก
Factors Related to Sweet Corn Production of Farmers
in Bang Krathum District Phitsanulok Province

สุวจิ ยะตา^{1*} นารีรัตน์ สี่ระสาร¹ สีนินุช คุรุทเมือง แสนเสริม¹
Suwachee Yata^{1*} Nareerut Seerasarn¹ Sineenuch Khrutmuang Sanserm¹
Corresponding Author's Email: Suwacheeyata@gmail.com
(Received: July 2, 2025; Revised: July 22, 2026; Accepted: July 27, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร 2) ปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดหวานในพื้นที่อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตร ตามที่ดัดแปลง พ.ศ. 2567 จำนวน 248 ราย กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane ที่ความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษาจำนวน 153 ราย โดยวิธีการสุ่มแบบง่าย ระดับความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.987 และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร ได้แก่ ระดับการศึกษาที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน และแรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 และเกษตรกรมีปัญหาด้านการผลิตข้าวโพดหวานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.62 ประเด็นที่มีปัญหามากที่สุด คือ ด้านปัจจัยการผลิต ค่าเฉลี่ย 3.86 รองลงมาคือ ด้านการผลิต ค่าเฉลี่ย 3.85 และด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร ค่าเฉลี่ย 3.17 ข้อเสนอแนะของเกษตรกรควรมีการเพิ่มองค์ความรู้การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวโพดหวาน เพื่อวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบ

คำสำคัญ: การผลิตข้าวโพดหวาน ปัญหาการผลิตข้าวโพดหวาน ความสัมพันธ์ต่อการผลิต

Abstract

This research aims to study: 1) The factors Related to Sweet Corn Production of farmers; and 2) The problems and recommendations regarding sweet corn production. The study was population consisted of 248 sweet corn farmers registered with the Department of Agricultural Extension in Bang Krathum District, Phitsanulok Province, based on farm registration data for the year 2024. A sample size of 153 farmers was determined using Yamane's formula with a .05 margin of error, selected through simple random sampling. The confidence level was found to be 0.987. Data analysis employed descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and as well as Pearson's correlation coefficient. The findings revealed that: The factors related to sweet corn production of farmers included: Education level, which showed a significant correlation at the .05 level. Experience in growing sweet corn, sweet corn growing area, and labor used in sweet corn production, which related to sweet corn production of farmers significant at the .01 level. And farmers had problems with production overall at a high level, with an average of 3.62. The most problematic area was the factors of production, with an average of 3.86, followed by the production side with an average of 3.85 and agricultural extension methods with an average of 3.17. Suggestions from farmers. Knowledge should be added to increase the efficiency of sweet corn production. To plan production systematically.

Keywords: sweet corn production, problems sweet corn production, production correlation

¹ สาขาวิชาเกษตรศาสตร์และสหกรณ์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

¹ School of Agriculture and Cooperatives, Sukhothai Thammathirat Open University

ความเป็นมาของปัญหา

ข้าวโพดหวานเป็นพืชอาหารที่มีความสำคัญของประเทศ เนื่องจากเป็นพืชที่นิยมบริโภคทั้งในรูปแบบฝักสดและแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ เช่น ข้าวโพดกระป๋อง ข้าวโพดแช่แข็ง นํ้านมข้าวโพด และผลิตภัณฑ์แบบอื่นๆ โดยข้าวโพดหวานเป็นพืชอายุสั้นให้ผลตอบแทนค่อนข้างสูง ไทยเป็นประเทศส่งออกข้าวโพดหวานอันดับต้นของโลกมาตลอด และคาดว่า การส่งออกจะเติบโตไปในทิศทางบวกเช่นเดียวกัน เนื่องจากข้าวโพดหวานพันธุ์ลูกผสม เป็นวัตถุดิบหลักในแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์ข้าวโพดหวานสำเร็จรูป โดยไทยผู้นำในการส่งออกข้าวโพดหวานสู่ตลาดสากล โดยเฉพาะประเทศญี่ปุ่น เกาหลี ซาอุดีอาระเบีย (Ministry of Agriculture and Cooperatives, 2019) แม้ว่าประเทศไทยจะมีความได้เปรียบเชิงพื้นที่เมื่อเทียบกับประเทศผู้ผลิตรายอื่น แต่มีกำลังการผลิตและประสิทธิภาพการผลิตที่น้อยกว่า ทำให้โอกาสการแข่งขันและขยายในตลาดอยู่ในวงจำกัด

การผลิตข้าวโพดหวานบริเวณภาคเหนือตอนล่างมีสภาพพื้นที่ที่เป็นที่ราบกว้าง เหมาะแก่การปลูกพืชไร่ มีแหล่งทรัพยากรน้ำและดินที่สมบูรณ์ การผลิตข้าวโพดหวานในปี 2567 มีพื้นที่ปลูก 50,000 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปี 2566 ร้อยละ 11.1 ที่มีพื้นที่ปลูก 45,000 ไร่ (Office of Agricultural Economics, 2024) เนื่องจากความต้องการที่มากขึ้น ทำให้เกษตรกรมีแรงจูงใจในการเพิ่มการผลิต แต่ก็ยังมีปัญหาในด้านการผลิตและการตลาด เช่น การขาดแคลนเทคโนโลยีการผลิตที่เหมาะสม การต้องเผชิญกับสภาพอากาศที่แปรปรวน ปัญหาโรคและแมลงศัตรูพืช ต้นทุนการผลิตสูง มาตรฐานความปลอดภัยอาหารที่เข้มงวดขึ้นจาก ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านคุณภาพผลผลิตข้าวโพดหวาน

อำเภอบางกระทุ่มมีการผลิตข้าวโพดหวาน ในปี 2566/67 เนื้อที่เพาะปลูกมี 600 ไร่ เพิ่มขึ้นจาก 493 ไร่ ในปี 2565/66 ร้อยละ 17.83 (Department of Agricultural Extension, 2023) เห็นได้ว่าในอำเภอบางกระทุ่มมีแนวโน้มการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกข้าวโพดหวานเพิ่มขึ้น เนื่องจากเกษตรกรในพื้นที่มีแรงจูงใจในการปลูกข้าวโพดหวาน เนื่องจากปีที่ผ่านมาข้าวโพดหวานราคาสูงขึ้น มีตลาดรองรับ โดยที่การผลิตข้าวโพดหวานส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก อย่างไรก็ตามแม้ว่าราคาของข้าวโพดหวานจะมีความผันผวนขึ้นลงตลอดเวลา แต่การเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตก็ยังคงเป็นสิ่งสำคัญ การส่งเสริมการเกษตรเชิงพื้นที่และการกำหนดนโยบายเพื่อการส่งเสริมการปลูกข้าวโพดหวานที่มีประสิทธิภาพ จะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่อทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกรอย่างแท้จริง ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เพื่อต้องการทราบถึงข้อจำกัดต่างๆ ที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการผลิต ซึ่งจะนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตข้าวโพดหวานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร ให้เกษตรกรได้รับประโยชน์สูงสุดจากการผลิตข้าวโพดหวานต่อไป

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกรตำบลท่าตาล อำเภอบางกระทุ่ม จังหวัดพิษณุโลก เพื่อต้องการทราบปัจจัยต่างๆที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวาน ซึ่งจะนำข้อมูลไปใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงานส่งเสริมการผลิตข้าวโพดหวานให้สอดคล้องกับสภาพสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร ให้เกษตรกรได้รับประโยชน์สูงสุดจากการผลิตข้าวโพดหวานต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

การทบทวนวรรณกรรม

1. สถานการณ์การผลิตข้าวโพดหวาน

ข้าวโพดหวานเป็นพืชเศรษฐกิจสำคัญของไทยที่สามารถบริโภคได้ทั้งฝักสดและแปรรูป ปลูกได้ทุกภาคของประเทศ โดยเฉพาะในพื้นที่ราบที่มีความลาดเอียงต่ำ ดินที่เหมาะสมควรเป็นดินร่วน ดินร่วนปนเหนียว หรือดินร่วนปนทราย โดยมีค่า pH ระหว่าง 5.5-6.8 ระยะเวลาในการปลูกประมาณ 65-75 วัน สามารถปลูกได้ตลอดปี เกษตรกรมักปลูกข้าวโพดหวานในฤดูฝนช่วงพฤษภาคมและเก็บเกี่ยวในเดือนกรกฎาคม หรือปลูกในเดือนสิงหาคมและเก็บเกี่ยวในเดือนตุลาคม สำหรับฤดูแล้งมักปลูกหลังนาในเดือนตุลาคม-พฤศจิกายน และเก็บเกี่ยวในเดือนกุมภาพันธ์-มีนาคม สถานการณ์การผลิตข้าวโพดหวาน ตั้งแต่ปี 2562-2566 พบว่า ปี 2562 มีพื้นที่เก็บเกี่ยว 237,854 ไร่ ผลผลิต 501,242 ตัน แต่ในปี 2563-2566 ผลผลิตและพื้นที่เก็บเกี่ยวลดลง เนื่องจากผลกระทบต่อเนื่องจากปรากฏการณ์เอลนีโญ ทำให้ปริมาณฝนน้อยลงเกิดการขาดแคลนน้ำที่ใช้เพาะปลูก สภาพอากาศร้อนและแห้งแล้งในบางพื้นที่ ส่งผลกระทบต่อการเพาะปลูกและการเจริญเติบโตของข้าวโพดหวาน

Table 1 *Sweet Corn: Harvested Area, Production, Yield, Farm Gate Price and Value of Production, 2019-2023*

Year	Harvested area (rai)	Production (ton)	Yield (kg/rai)	Farm gate price (Baht/kg)	Value of production (Million Baht)
2019	237,854	501,242	2,107	5.65	2,832
2020	232,423	486,699	2,146	4.93	2,459
2021	228,406	494,108	2,163	5.45	2,693
2022	206,896	450,358	2,177	5.46	2,459
2023	209,208	447,287	2,138	5.99	2,679

Note. Source from Office of Agricultural Economics, (2024), pp. (75).

ในปี 2567 คาดว่าผลผลิตข้าวโพดหวานจะอยู่ที่ประมาณ 5-6 แสนตัน เนื่องจากโรงงานยังมีสินค้าคงคลังเหลืออยู่ และความต้องการซื้อจากตลาดยุโรปชะลอตัวเนื่องจากปัญหาเศรษฐกิจ ส่งผลให้คู่ค้ามีสต็อกสินค้ามากขึ้นและไม่เร่งการนำเข้า อย่างไรก็ตาม หากสถานการณ์ตลาดเปลี่ยนแปลง เช่น การขาดแคลนวัตถุดิบในประเทศคู่แข่งอย่างสหภาพยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา ก็มีความเป็นไปได้ที่คู่ค้าจะหันมาซื้อสินค้าจากไทยมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลให้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้นถึง 7 แสนตัน สำหรับการเก็บเกี่ยวในเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2567 คาดว่าอัตราผลผลิตเฉลี่ยจะอยู่ที่ประมาณ 3 ตันต่อไร่ เนื่องจากสภาพอากาศที่เอื้ออำนวยต่อการเจริญเติบโตของข้าวโพดหวานหากในฤดูฝนมีน้ำฝนเพียงพอ จะช่วยให้ปริมาณผลผลิตเพิ่มขึ้น และเกษตรกรจะมีรายได้ที่ดีขึ้นตามไปด้วย (Prepared Food Producers Association, 2024)

2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวาน งานวิจัยที่ผ่านมาได้ให้ความสำคัญกับลักษณะพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร เนื่องจากเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจ การยอมรับเทคโนโลยี การจัดการผลิต และประสิทธิภาพในการผลิตข้าวโพดหวาน ดังนั้น การวิจัยครั้งนี้จึงกำหนดตัวแปรด้านสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรเป็นตัวแปรในการศึกษา ประกอบด้วย อายุ จำนวนสมาชิกในครัวเรือน ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน พื้นที่ปลูก จำนวนครั้งในการฝึกอบรม แรงงานที่ใช้ในการผลิต รายได้ ต้นทุนการผลิต และภาระหนี้สินทางการเกษตร โดยมีรายละเอียดดังนี้

2.1 อายุของเกษตรกรแสดงถึง ช่วงวัย กำลัง ประสิทธิภาพการทำงาน และการเปิดรับเทคโนโลยีการเกษตรใหม่ๆ อายุจึงเป็นปัจจัยที่อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการแปลง และการตัดสินใจยอมรับนวัตกรรมหรือเทคโนโลยีเพื่อเพิ่มผลผลิตข้าวโพดหวาน Wongyaem et al. (2024) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีการปลูกข้าวโพดหวานของเกษตรกรในพื้นที่ อำเภอสว่างวีระวงศ์ จังหวัดสุโขทัยผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดหวานมีอายุเฉลี่ย 43.63 ปี สอดคล้องกับ Sathongkrian et al. (2021) พบว่า เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดหวานมีอายุเฉลี่ย 45.20 ปี

2.2 จำนวนสมาชิกในครัวเรือนสะท้อนถึงศักยภาพการบริหารจัดการแปลงของครัวเรือนเกษตรกร หากสมาชิกส่วนใหญ่เป็นวัยแรงงาน จะช่วยลดภาระการจ้างแรงงานภายนอกในการผลิตข้าวโพดหวาน ซึ่งส่งผลต่อการบริหารจัดการแปลง และกำลังการผลิตข้าวโพดหวาน Boonyawantang and Worrapiumphong (2018) ศึกษาการยอมรับการผลิตข้าวโพดหวานตามระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสม (GAP) ของเกษตรกร อำเภอน้ำหนาว จังหวัดสตูล พบว่า เกษตรกรมีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน สอดคล้องกับ Thangpitakkri and Jamsai (2020) พบว่า เกษตรกรมีสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน เช่นเดียวกัน

2.3 ระดับการศึกษาช่วยเพิ่มทักษะการคิดวิเคราะห์ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเกษตร และการเข้าถึงเทคโนโลยีใหม่ๆ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกันนี้ ส่งผลต่อความเข้าใจในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญในการผลิตของข้าวโพดหวานให้ได้คุณภาพ Machadee (2021) พบว่า เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดหวาน ร้อยละ 63.90 มีระดับการศึกษาต่ำกว่าประถมศึกษา/ประถมศึกษา สอดคล้องกับ Boonyawantang and Worrapiumphong (2018) พบว่า เกษตรกรที่ปลูกข้าวโพดหวาน ร้อยละ 69.70 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา ซึ่งแตกต่างกับ Poolthong et al. (2024) พบว่า ร้อยละ 40.90 มีการศึกษาสูงสุกระดับมัธยมศึกษา

2.4 ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน ซึ่งเป็นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ ที่ช่วยให้เกษตรกรเกิดความชำนาญในการแก้ปัญหาในการผลิตข้าวโพดหวาน ประสบการณ์จึงเป็นตัวแปรที่แสดงถึงความสามารถในการบริหารจัดการการผลิตข้าวโพดหวานได้อย่างมีประสิทธิภาพ Sathongkrian et al. (2021) พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน

เฉลี่ย 10.98 ปี สอดคล้องกับ Poolthong et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 11.43 ปี ซึ่งแตกต่างกับ Chumsena (2021) พบว่า เกษตรกรมีประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 7.98 ปี

2.5 พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานส่งผลโดยตรงต่อปริมาณผลผลิต การมีพื้นที่ปลูกที่เหมาะสมช่วยให้เกษตรกรมีการบริหารจัดการแปลงปลูกข้าวโพดหวานได้อย่างคุ้มค่า และวางแผนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาด Poolthong et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ปลูกข้าวโพดเฉลี่ย 13.21 ไร่ สอดคล้องกับ Sathongkreat et al. (2021) พบว่า เกษตรกรมีพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 13.21 ไร่

2.6 จำนวนครั้งในการฝึกอบรม การฝึกอบรมเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้และเทคโนโลยีการผลิตสมัยใหม่ เป็นตัวแปรสำคัญที่แสดงถึง เกษตรกรมีการเปิดรับความรู้และความพร้อมในการปรับปรุงและพัฒนาเทคนิคการผลิตข้าวโพดหวานให้ทันสมัย ลดต้นทุน และเพิ่มมูลค่าสินค้าหรือไม่ Poolthong et al. (2024) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ร้อยละ 81.70 ได้รับการฝึกอบรมด้านการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 0.18 ครั้ง ซึ่งแตกต่างกับ Wongyaem et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีการเข้าร่วมฝึกอบรมหรือดูงานเฉลี่ย 5.52 ครั้งต่อปี

2.7 แรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน การผลิตข้าวโพดหวานต้องใช้แรงงานคนในกระบวนการผลิต เช่น การหยอดเมล็ด การดูแลรักษา และการเก็บเกี่ยวฝักสด ปัจจัยด้านแรงงานจึงเป็นตัวแปรสัมพันธ์กับความสามารถในการจัดการแปลง และส่งผลต่อต้นทุนการผลิตข้าวโพดหวาน Boonyawantang and Worrapimphong (2018) พบว่า มีแรงงานในการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ยครัวเรือนละ 2 คน ซึ่งสอดคล้องกับ Sathongkreat et al. (2021) พบว่า มีแรงงานในการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ยครัวเรือนละ 2.08 คน แต่แตกต่างกับ Wongyaem et al. (2024) พบว่า มีจำนวนแรงงานในการปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 8.17 คน

2.8 รายได้ในการผลิตข้าวโพดหวานโดยเฉลี่ยปี 2567 รายได้ในการผลิตข้าวโพดหวานเป็นแรงจูงใจให้เกษตรกรเลือกปลูกพืชชนิดนี้ และเป็นตัวชี้วัดความสำเร็จของการผลิตข้าวโพดหวาน Sathongkreat et al. (2021) พบว่า เกษตรกรมีรายได้จากการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ย 74,061.66 บาทต่อปี

2.9 ต้นทุนในการผลิตข้าวโพดหวานโดยเฉลี่ยปี 2567 ต้นทุนการผลิตข้าวโพดหวาน เป็นตัวชี้วัดประสิทธิภาพการบริหารจัดการแปลง หากเกษตรกรสามารถบริหารจัดการปัจจัยการผลิตและลดต้นทุนลงได้ จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร Sathongkreat et al. (2021) พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 5,556.99 บาทต่อไร่ สอดคล้องกับ Poolthong et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีต้นทุนการผลิตเฉลี่ย 4,552.15 บาทต่อไร่

2.10 ภาระหนี้สินภาคการเกษตรเป็นตัวแปรที่มีผลทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อการตัดสินใจลงทุน เนื่องจากขาดสภาพคล่องในการซื้อปัจจัยการผลิตที่มีคุณภาพ หรืออาจรับความเสี่ยงในการลองเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้น้อยลง ดังนั้น หนี้สินจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดข้อจำกัดและความสามารถในการพัฒนาการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร Poolthong et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีหนี้สินเฉลี่ย 16,688.17 บาท ซึ่งแตกต่างกับ Wongyaem et al. (2024) พบว่า เกษตรกรมีหนี้สินเฉลี่ย 249,208.51 บาท

กรอบแนวคิดการวิจัย

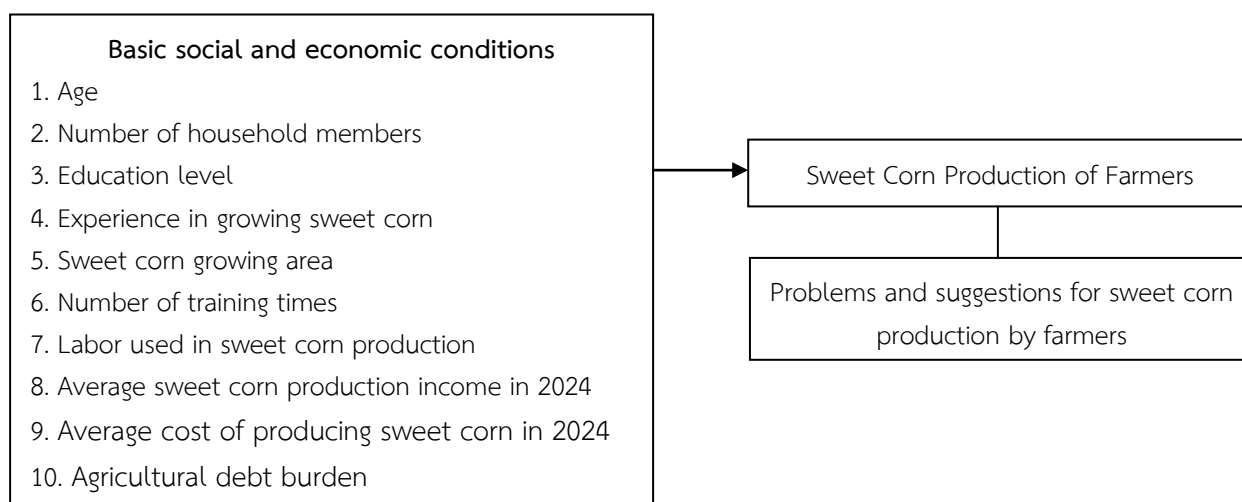


Figure 1 Research Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ศึกษา คือ เกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดหวานในพื้นที่ อำเภอบางกระพุ่ม จังหวัดพิษณุโลก ที่ขึ้นทะเบียนเกษตรกรกับกรมส่งเสริมการเกษตร ตามที่ดัดแปลง พ.ศ. 2567 จำนวน 248 ราย (Department of Agricultural Extension, 2024) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร Yamane (1973) ที่ความคลาดเคลื่อน .05 ได้กลุ่มตัวอย่างสำหรับการศึกษานี้จำนวน 153 ราย

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถามประกอบด้วยคำถามปลายปิดและคำถามปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ 1) ตอนที่ 1 สภาพทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกร 2) ตอนที่ 2 การผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร และ 3) ตอนที่ 3 ปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร โดยกำหนดเกณฑ์การวัด เป็นคำถามให้เลือกตอบตามมาตรวัดของ Likert 5 ระดับ กำหนดให้แต่ละข้อมี 5 ระดับ คือระดับมากที่สุดมีคะแนนเท่ากับ 5 คะแนน ระดับมาก มีคะแนนเท่ากับ 4 คะแนน ระดับปานกลางมีคะแนนเท่ากับ 3 คะแนน ระดับน้อยมีคะแนนเท่ากับ 2 คะแนน และระดับน้อยที่สุดมีคะแนนเท่ากับ 1 คะแนน

ดำเนินการตรวจสอบความตรง (Validity) โดยผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษา และเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) โดยค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับจุดประสงค์ (IOC) ทั้งฉบับมีค่า 0.846 จากนั้นจากนั้นนำมาปรับปรุงแก้ไข ตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ดำเนินการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach ทำการสัมภาษณ์กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย จำนวน 30 ราย ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.987 จากนั้นใช้แบบสัมภาษณ์เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจนครบ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิ (Secondary data) ดำเนินการโดยการศึกษาค้นคว้าเอกสาร ซึ่งประกอบด้วยเอกสารทางวิชาการ รายงานการวิจัย บทความ วารสาร และข้อมูลข่าวสารที่เกี่ยวข้อง และเก็บรวบรวมข้อมูลแบบปฐมภูมิ (Primary data) โดยการศึกษารวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามเกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดหวานในพื้นที่ อำเภอบางกระพุ่ม จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 153 ราย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าต่ำสุด (Minimum) ค่าสูงสุด (Maximum) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) และการจัดลำดับ (Ranking) สำหรับวิเคราะห์การผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร และปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร นำคะแนนไปรวมหาค่าเฉลี่ยและจัดอันดับ ตามเกณฑ์ โดยแบ่งคะแนนเป็นช่วงช่วงละเท่าๆ กัน แล้วแปลผลตามช่วงคะแนนที่แบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ 1.00-1.80 เท่ากับน้อยที่สุด 1.81-2.60 เท่ากับน้อย 2.61-3.40 เท่ากับปานกลาง 3.41-4.20 เท่ากับมาก และ 4.21-5.00 เท่ากับมากที่สุด การหาความสัมพันธ์ระหว่างสภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient)

ทดสอบสมมติฐานการวิจัย มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ และตัวแปรตาม คือ การผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกรทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ

Table 2 Shows Basic Social and Economic Conditions (n=153)

Items	Frequency	Percentage
1. Age (year)		
≤ 50	37	24.18
51 - 55	35	22.88
56 - 60	51	33.33
61 - 65	20	13.07
≥ 66	10	6.54
2. Number of household members (people)		
2	12	7.84
3	47	30.72
4	64	41.83
5	21	13.73
6 and up	9	5.88
3. Education level		
No educated	5	3.27
Primary education	103	67.32
Junior high school	18	11.76
high school	20	13.07
diploma	3	1.97
Bachelor's degree	4	2.61
4. Experience in growing sweet corn (years)		
≤ 5	44	28.76
6-10	60	39.22
11-15	28	18.30
16-20	13	8.50
≥ 21	8	5.22
5. Sweet corn growing area (rai)		
≤ 5	24	15.63
6-10	79	51.69
11-15	15	9.80
16-20	18	11.76
≥ 21	17	11.12
6. Number of training times (times/year)		
1	120	78.43
2	25	16.34
3	8	5.23
7. Labor used in sweet corn production (people)		
≤ 2	36	23.53
3 - 4	70	45.75
≥ 5	47	30.72

Table 2 (Continued)

Items	Frequency	Percentage
8. Average sweet corn production income in 2024 (baht/year)		
≤ 50,000	41	26.80
50,001 – 150,000	38	24.84
150,001 – 250,000	39	25.49
250,001 – 350,000	17	11.11
≥ 350,001	18	11.76
9. Average cost of producing sweet corn in 2024 (baht/year)		
≤ 50,000	69	45.10
50,001 – 100,000	33	21.57
100,001 – 150,000	22	14.37
150,001 – 200,000	19	12.42
≥ 200,001	10	6.54
10. Agricultural debt burden (baht)		
≤ 20,000	83	54.25
20,001 – 40,000	18	11.76
40,001 – 60,000	13	8.50
60,001 – 80,000	11	7.19
≥ 80,001	28	18.30

จาก Table 2 พบว่า เกษตรกรอายุเฉลี่ย 54.95 ปี มีสมาชิกครัวเรือนเฉลี่ย 3.81 คน เกษตรกรร้อยละ 67.3 จบการศึกษาระดับชั้นประถมศึกษา มีประสบการณ์ปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 10.28 ปี มีพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานเฉลี่ย 9.78 ไร่ ได้รับการอบรมเรื่องการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ย 1.27 ครั้ง/ปี มีแรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ย 4.06 คน มีรายได้ในการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ย 185,386.50 บาท/ปี ต้นทุนในการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ย 88,839.12 บาท/ปี ภาระหนี้สินภาคการเกษตรเฉลี่ย 50,326.80 บาท

2. การผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

Table 3 Shows Sweet Corn Production of Farmers (n=153)

Items	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Ranking
Production process	3.99	0.59	above	1
1) Water	4.08	0.68	above	
2) Soil	3.67	1.04	above	
3) Planting	4.04	0.70	above	
4) Fertilizer and nutrients management	4.21	0.50	much above	
5) Diseases and insects	4.35	0.54	much above	
6) Harvest	3.58	0.99	above	
Factors of production	3.86	0.68	above	2
1) Pest prevention and fertilizer use	3.95	0.73	above	
2) Water and electricity systems	3.66	0.81	above	
3) Sweet corn production standard system	3.97	0.92	above	

Table 3 (Continued)

Items	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Ranking
Agricultural extension methods	3.32	0.93	above	3
1) Individual method	3.39	1.02	above	
2) Group method	3.61	1.04	above	
3) Mass method	3.36	1.11	fair	
Sum	3.72	0.65	above	

จาก Table 3 พบว่า ผลการวิจัยพบว่า เกษตรกรมีความต้องการการผลิตในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.72$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ประเด็นด้านกระบวนการผลิตเกษตรกรมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.99$) ประเด็นที่มากที่สุด 2 ด้านคือ ด้านโรคและแมลง และด้านปุ๋ยและธาตุอาหาร ในประเด็นด้านปัจจัยการผลิต เกษตรกรมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ประเด็นที่มากที่สุด คือ ด้านระบบมาตรฐานการผลิตข้าวโพดหวาน ด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร เกษตรกรมีความต้องการอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.32$) ประเด็นที่มากที่สุด คือ วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่มมากที่สุด

3. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

สมมติฐานทางสถิติ

H_0 : $P = 0$ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจไม่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

H_1 : $P \neq 0$ ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างน้อย 1 ปัจจัย มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

การวิเคราะห์ข้อมูลตามสมมติฐานการวิจัยคือ มีปัจจัยอย่างน้อย 1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร ทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ คือ สภาพพื้นฐานทางสังคมและเศรษฐกิจ และตัวแปรตาม คือ การผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร ทำการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

Table 4 Factors Related to Sweet Corn Production by Farmers

variables	Correlation coefficient	statistical significant	relationship
Age	-0.22	0.12	No relationship
Number of household members	0.10	0.21	No relationship
Education level	-0.20*	0.01	In relationship
Experience in growing sweet corn	-0.32**	0.00	In relationship
Sweet corn growing area	-0.24**	0.00	In relationship
Number of training times	-0.02	0.79	no relationship
Labor used in sweet corn production	0.27**	0.00	In relationship
Average sweet corn production income in 2024	-0.05	0.51	no relationship
Average cost of producing sweet corn in 2024	-0.14	0.08	no relationship
Agricultural debt burden	0.13	0.12	no relationship

* $p \leq .05$, ** $p \leq .01$

จาก Table 4 วิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ตัวแปรอิสระ และตัวแปรตาม เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's correlation coefficient) ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระ ได้แก่ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และ ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน และแรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ส่วนอายุ จำนวนสมาชิกครัวเรือน จำนวนครั้งในการฝึกอบรม รายได้ในการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ยปี 2567 ต้นทุนในการผลิตข้าวโพดหวานเฉลี่ยปี 2567 และภาระหนี้สินภาคการเกษตร ไม่มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของ

เกษตรกร ดังนั้น จึงปฏิเสธ H_0 ยอมรับ H_1 จึงสรุปได้ว่า ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจอย่างน้อย 1 ปัจจัย มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

4. ปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

Table 4 Shows the Problems in Sweet Corn Production (n=153)

Items	$\bar{X}$	S.D.	Meaning	Ranking
Production	3.85	0.51	above	2
1) Water	3.92	0.77	above	3
2) Soil	3.60	0.71	above	5
3) Planting	3.87	0.58	above	4
4) Fertilizer and nutrients	4.21	0.50	much above	1
5) Diseases and insects	4.19	0.52	much above	2
6) Harvest	3.33	1.15	fair	6
Factors of production	3.86	0.68	above	1
1) Pest prevention and fertilizer use	4.12	0.58	above	1
2) Water and electricity systems	3.84	0.79	above	3
3) Sweet corn production standard system	3.91	0.77	above	2
Agricultural extension methods	3.17	1.00	fair	3
1) Individual method	3.16	1.06	fair	2
2) Group method	3.21	1.04	fair	1
3) Mass method	3.14	0.98	fair	3
Sum	3.62	0.60	above	

จาก Table 4 พบว่า เกษตรกรผู้ผลิตข้าวโพดหวานมีปัญหาด้านการผลิตข้าวโพดหวานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่าประเด็นด้านการผลิต เกษตรกรมีปัญหาด้านการผลิต อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) ด้านที่มีปัญหามากที่สุด คือ ด้านปุ๋ยและธาตุอาหาร ประเด็นด้านปัจจัยการผลิต เกษตรกรมีปัญหาอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ด้านที่มีปัญหามากที่สุด คือ ด้านการป้องกันกำจัดศัตรูพืชและการใช้ปุ๋ย และประเด็นด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร เกษตรกรมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) มากที่สุด คือ การส่งเสริมแบบกลุ่ม

5. ข้อเสนอแนะการผลิตข้าวโพดหวาน

5.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร พบว่า เกษตรกรควรได้รับการเพิ่มองค์ความรู้เรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตข้าวโพดหวาน การป้องกันกำจัดโรคและแมลง เพื่อวางแผนการผลิตอย่างเป็นระบบลดปัญหาการจัดการแปลง ควรมีการพัฒนากลุ่มแปลงใหญ่ข้าวโพดหวานให้เข้มแข็ง ควรเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการผลิตสินค้าให้มีคุณภาพได้มาตรฐาน GAP เพื่อการต่อราคาผลผลิต

5.2 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ พบว่า เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมให้เกษตรกรมีความรู้ในการป้องกันกำจัดโรค และแมลงศัตรูพืช เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรมีการบริการตรวจวิเคราะห์สารพิษตกค้างในผลผลิต และควรให้คำปรึกษาแนะนำในการผลิตข้าวโพดหวานในฤดูแล้งเพื่อราคาขายที่สูงขึ้น เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมให้มีการปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การผลิตข้าวโพดหวานให้ได้รับการรับรองมาตรฐาน และเจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรควรส่งเสริมให้มีการแปรรูปสินค้า

5.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงาน หน่วยงานส่งเสริมการเกษตร ควรประสานหลาย ๆ หน่วยงานเข้ามาร่วมส่งเสริม รวมถึงการประชาสัมพันธ์สินค้าเด่นประจำอำเภอ หน่วยงานควรนำเสนอการใช้เทคโนโลยีการผลิตที่ทันสมัยต่อเกษตรกร หัวก้าวหน้าให้มากขึ้น เนื่องจากกลุ่มดังกล่าวสามารถผลิตข้าวโพดหวานที่มีคุณภาพและมาตรฐาน และควรแนะนำการใช้ปุ๋ยตามค่าวิเคราะห์ดินเพื่อลดต้นทุนการผลิต และสนับสนุนการใช้เครื่องมือวิเคราะห์ดินอย่างง่าย เพื่อเป็นการวางแผนการผลิตอย่างถูกต้องและเหมาะสม

6. อภิปรายผล

6.1 ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร พบว่า ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับ Punyasart et al. (2020) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตฝรั่งตามเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกร อำเภอสามพราน จังหวัดนครปฐม พบว่าระดับการศึกษาของเกษตรกรผู้ผลิตฝรั่งมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามเกษตรที่ดีที่เหมาะสม เนื่องจากระดับการศึกษาช่วยส่งเสริมทักษะการบริหารจัดการ เช่นการวางแผนการผลิต การคำนวณต้นทุน-กำไร และการตลาด ในส่วนประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวานมีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งแตกต่างกับ Sungkajorn et al. (2021) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการผลิตทุเรียนแทนยางพาราของเกษตรกรในโครงการพัฒนาอาชีพชาวสวนยางรายย่อยเพื่อความยั่งยืน พบว่าประสบการณ์การผลิตทุเรียนไม่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักการผลิตทุเรียนของเกษตรกร แต่ความรู้เกี่ยวกับการผลิตทุเรียนของเกษตรกรมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามหลักการผลิตทุเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 เนื่องจากประสบการณ์ของเกษตรกรจะทำให้เกิดการสังเกตและวิเคราะห์ปัญหาที่เกิดขึ้นในแปลงได้และสามารถแก้ไข หรือลดการสูญเสียผลผลิตได้ พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานมีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งแตกต่างกับ Somporn et al. (2021) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับการส่งเสริมปลูกผักในระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกรในพื้นที่ศูนย์พัฒนา โครงการหลวงม่อนเงาะ อำเภอแม่แตง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าพื้นที่ทำการเกษตรไม่มีความสัมพันธ์กับความต้องการรับการส่งเสริมปลูกผักในระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกร แต่เพศและการเข้าร่วมฝึกอบรม/ศึกษาดูงานด้านการเกษตรมีความสัมพันธ์กับความต้องการรับการส่งเสริมปลูกผักในระบบเกษตรที่ดีที่เหมาะสมของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 เนื่องจากพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิต การบริหารจัดการแปลงรวมถึงปัจจัยเรื่องต้นทุนการผลิตด้วย ดังนั้นพื้นที่ปลูกข้าวโพดหวานมีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวาน และแรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับ Chomngarm et al. (2020) ศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติตามมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี (GAP) ของเกษตรกรผู้ปลูกผักชีฝรั่งในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า แรงงานในครัวเรือน มีความสัมพันธ์กับการจัดการคุณภาพในกระบวนการผลิตก่อนการเก็บเกี่ยว การเก็บเกี่ยวและการปฏิบัติหลังการเก็บเกี่ยว การพักผลผลิต การขนย้ายในแปลงปลูก และเก็บรักษาสุขลักษณะส่วนบุคคล และการบันทึกข้อมูลและการตรวจสอบ เนื่องจากการผลิตข้าวโพดหวานมีกิจกรรมจำนวนมาก ดังนั้นแรงงานที่ใช้ในการผลิตสามารถควบคุมคุณภาพการผลิตได้ส่งผลไปถึงคุณภาพของผลผลิตได้ด้วย

6.2 ปัญหาและข้อเสนอแนะการผลิตและการตลาดข้าวโพดหวานของเกษตรกร

6.2.1 ด้านการผลิต

เกษตรกรมีปัญหาด้านการผลิตข้าวโพดหวานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็นพบว่า ประเด็นมีปัญหาอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านปุ๋ยและธาตุอาหาร รองลงมาคือ ด้านโรคและแมลง ด้านน้ำ ด้านการปลูก และการเก็บเกี่ยว ตามลำดับ สอดคล้องกับ Poolthong et al. (2024) ศึกษาการส่งเสริมการปลูกข้าวโพดหวานของเกษตรกรในอำเภอชุมแสง จังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ปัญหาของเกษตรกรที่อยู่ในระดับมากที่สุด ประเด็นด้านการปลูกข้าวโพดหวาน พบว่า เกษตรกรมีประเด็นปัญหามากที่สุด ด้านการป้องกันกำจัดโรค แมลงศัตรูและวัชพืชของข้าวโพดหวาน ($\bar{X} = 4.67$) เนื่องจากการปลูกข้าวโพดหวาน มีศัตรูพืชจำนวนมาก เช่น หนอนกระทู้หอม หนอนกระทู้ข้าวโพด เกษตรกรจึงต้องใช้สารเคมีในการกำจัดศัตรูพืช สารเคมีมีราคาสูงขึ้น ทำให้ต้นทุนการผลิตสูงขึ้น

6.2.2 ด้านปัจจัยการผลิต

เกษตรกรมีปัญหาด้านปัจจัยการผลิต ในภาพรวมระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็นพบว่า เกษตรกรมีระดับปัญหาในระดับมาก 3 ประเด็น ได้แก่ 1) ด้านการป้องกันกำจัดศัตรูพืชและปุ๋ย 2) ด้านระบบมาตรฐานการผลิตข้าวโพดหวาน และ 3) ด้านระบบน้ำและไฟฟ้า สอดคล้องกับ Popad (2021) ศึกษาเรื่องแนวทางการส่งเสริมการผลิตผักปลอดภัยตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี ของเกษตรกรในจังหวัดขอนแก่น พบว่าปัญหาด้านการสนับสนุนปัจจัยการผลิตผักในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.53$) เมื่อพิจารณารายละเอียดแต่ละด้านพบว่า ปัญหาการขาดการสนับสนุนปัจจัยการผลิตผักอยู่ในระดับมาก เนื่องจากเกษตรกรประสบปัญหา ขาดแคลนเงินทุน ราคาผลผลิตต่ำ ปุ๋ยเคมี/

สารชีวภาพราคาแพง จึงมีความต้องการให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องเข้ามาช่วยเหลือให้การสนับสนุนในการจัดหาแหล่ง จำหน่าย ปัจจัยการผลิตคุณภาพดีราคาถูก รวมถึงการให้เจ้าหน้าที่ให้คำแนะนำอย่างต่อเนื่อง และมีการจัดฝึกอบรมให้ความรู้เทคโนโลยี นวัตกรรมใหม่ๆทางการเกษตรอีกด้วย

6.2.3 ด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร

เกษตรกรมีปัญหาด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร ในภาพรวมระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) เมื่อ พิจารณารายละเอียดในแต่ละประเด็นพบว่า เกษตรกรมีระดับปัญหาในระดับปานกลาง 3 ประเด็น ได้แก่ 1) วิธีการส่งเสริม การเกษตรแบบกลุ่ม 2) วิธีการส่งเสริมการเกษตรแบบรายบุคคล และ 3) วิธีการส่งเสริมการเกษตรแบบมวลชน แตกต่างกับ Poolthong et al. (2024) พบว่าเกษตรกรมีประเด็นปัญหาด้านวิธีการส่งเสริมการปลูกข้าวโพดหวานระดับมาก ($\bar{X} = 3.79$) พบว่าเกษตรกรมีปัญหาด้านวิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม ($\bar{X} = 4.32$) วิธีการส่งเสริมแบบมวลชน ($\bar{X} = 4.30$) และวิธีการส่งเสริม แบบรายบุคคล ($\bar{X} = 4.00$) ตามลำดับ และแตกต่างกับ Chumsena (2021) ศึกษาการส่งเสริมการผลิตข้าวโพดหวานเพื่อเข้าสู่ การรับรองมาตรฐานการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดีของเกษตรกรกลุ่มแปลงใหญ่ข้าวโพดหวาน ในอำเภอนาแก จังหวัดนครพนม พบว่าเกษตรกรมีประเด็นปัญหาระดับน้อย ด้านการส่งเสริมการเกษตร ($\bar{X} = 1.96$) เนื่องจากวิธีการส่งเสริมการเกษตรส่วนใหญ่ ในพื้นที่ใช้วิธีการส่งเสริมแบบกลุ่ม การรวมกลุ่มเกษตรกรในการแนะนำ ให้ความรู้ สาธิตวิธีปฏิบัติ เพื่อให้เกษตรกรในการ แลกเปลี่ยนความรู้และปัญหาด้านต่างๆ ระหว่างเกษตรกรด้วยกันเองและเจ้าหน้าที่ แต่กิจกรรมเหล่านี้ขาดความต่อเนื่องใน การรวมกลุ่ม ทำให้เกษตรกรขาดการติดต่อกับเจ้าหน้าที่และขาดการกระตุ้นให้นำความรู้ที่ได้รับไปใช้จริง

สรุปผลการวิจัย

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกรคือ ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับการผลิต ข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน และแรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน มีความสัมพันธ์กับการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

ปัญหาด้านการผลิตข้าวโพดหวานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.62$) เมื่อพิจารณาในแต่ละประเด็น พบว่า ประเด็นด้านการผลิต เกษตรกรมีปัญหายุอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.85$) ประเด็นด้านปัจจัยการผลิต เกษตรกรมีปัญหายุอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.86$) ประเด็นด้านวิธีการส่งเสริมการเกษตร เกษตรกรมีปัญหายุอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.17$) ข้อเสนอแนะจากเกษตรกร เสนอให้มีการเพิ่มองค์ความรู้เรื่องการป้องกัน กำจัดโรคและแมลง ควรเพิ่มมูลค่าผลผลิตโดยการผลิตให้ได้คุณภาพและ มาตรฐาน และมีการประชาสัมพันธ์สินค้าประจำอำเภอ สนับสนุนการใช้เทคโนโลยีและเครื่องมือวิเคราะห์อย่างง่าย เพื่อเป็น การวางแผนการผลิตอย่างถูกต้องและเหมาะสม

องค์ความรู้ใหม่

ความสำคัญของระดับการศึกษา, ประสบการณ์ในการปลูกข้าวโพดหวาน, พื้นที่ปลูกข้าวโพดหวาน และ จำนวน แรงงานที่ใช้ในการผลิตข้าวโพดหวาน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่มีความสัมพันธ์กับสภาพการผลิตข้าวโพดหวานของเกษตรกร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยแต่ละปัจจัยถือเป็น ทรัพยากรการผลิตที่จะส่งผลต่อประสิทธิภาพการผลิตและผลผลิตโดยรวม องค์ความรู้ที่ได้รับจากการศึกษาครั้งนี้ สามารถนำไปใช้ในการ พัฒนาศักยภาพของเกษตรกรในระดับชุมชนได้อย่างเป็นระบบ ผ่านแนวทางต่างๆ ได้แก่ การส่งเสริมการเรียนรู้และถ่ายทอดองค์ความรู้ที่เหมาะสมกับระดับการศึกษาของเกษตรกร การสนับสนุนการฝึกอบรมและแลกเปลี่ยนประสบการณ์ระหว่างเกษตรกร การจัดการและวางแผนการใช้พื้นที่และแรงงานให้ เหมาะสมกับบริบทของแต่ละชุมชน การส่งเสริมการรวมกลุ่มและสร้างเครือข่ายความร่วมมือ เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึง เทคโนโลยีการผลิตและการสนับสนุนจากภายนอก

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ข้อเสนอแนะต่อเกษตรกร เกษตรกรควรศึกษาการจัดการแรงงานและพื้นที่ การใช้เครื่องจักรกลทาง การเกษตร หรือเทคโนโลยีสมัยใหม่มาทดแทนแรงงานคนที่มีจำกัด เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในพื้นที่ขนาดใหญ่และลด ต้นทุนในระยะยาว การใช้เครื่องมือวิเคราะห์อย่างง่าย สนับสนุนให้เกษตรกรเข้าถึงเครื่องมือตรวจวัดเบื้องต้น เช่น ชุดทดสอบ ดิน หรือแอปพลิเคชันจัดการฟาร์ม เพื่อให้สามารถวางแผนการปลูกได้แม่นยำตามขนาดพื้นที่ที่มีอยู่

1.2 ข้อเสนอแนะต่อเจ้าหน้าที่ เจ้าหน้าที่ส่งเสริมการเกษตรออกแบบหลักสูตรที่เหมาะสม ในการถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่เกษตรกร เนื่องจาก ระดับการศึกษา และ ประสบการณ์ มีความสัมพันธ์กับการผลิตอย่างมีนัยสำคัญ เจ้าหน้าที่ควรจัดอบรมที่เน้นการปฏิบัติจริง (Learning by doing) มากกว่าการบรรยายทฤษฎี เพื่อให้เกษตรกรที่มีพื้นฐานการศึกษาต่างกันเข้าใจได้ง่าย โดยดึงเกษตรกรที่มีประสบการณ์สูงมาเป็น "เกษตรกรต้นแบบ" ในการถ่ายทอดเทคนิค

1.3 ข้อเสนอแนะต่อหน่วยงาน หน่วยงานส่งเสริมการเกษตรควรสนับสนุนปัจจัยการผลิต เนื่องจากเกษตรกรมีปัญหาระดับมากในด้านนี้ ควรมีการรวมกลุ่มเกษตรกร (เช่น กลุ่มวิสาหกิจหรือแปลงใหญ่) เพื่อสร้างอำนาจต่อรองในการซื้อปัจจัยการผลิต (เมล็ดพันธุ์, ปุ๋ย, ยา) ให้ได้ราคาที่ถูกลงและมีคุณภาพตามมาตรฐาน การยกระดับมาตรฐานสินค้าให้เข้าสู่มาตรฐาน GAP (Good Agricultural Practices) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้ซื้อ และรองรับการนำไปประชาสัมพันธ์เป็น "สินค้าเด่นประจำอำเภอบางกระทุ่ม"

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการผลิตข้าวโพดหวานในพื้นที่ที่แตกต่างกัน เช่น ต่างจังหวัด หรือต่างอำเภอ เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างในการผลิตของแต่ละพื้นที่เพาะปลูก และหาจุดเด่น จุดอ่อนของแต่ละพื้นที่และนำมาปรับใช้ในระบบส่งเสริมการเกษตรต่อไป

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการผลิตข้าวโพดหวานตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมการผลิตข้าวโพดหวานตามการปฏิบัติทางการเกษตรที่ดี ของเกษตรกรให้เกิดประโยชน์สูงสุด

เอกสารอ้างอิง

- Boonyawantang, A., & Worrapimphong, K. (2018). Farmers' Adoption of Sweet Corn Planting Under Good Agricultural Practices (GAP) at Tha Phae District, Satun Province. *Khon Kaen Agriculture Journal*, 46(4), 749-754.
- Chomngarm, W., Sukprasert, P., Tongchure, S., & Datepumee, N. (2020). Factors Related to Practice in Good Agricultural Practices (GAP) of Parsley's Farmer in Nakhon Sawan Province. *Princess of Naradhiwas University Journal*, 13(2), 354-371.
- Chumsena, B. (2021). *Extension of Sweet Corn Production to Certify the Certification of Good Agricultural Practices of Sweet Corn Collaborative Farming Famer Group, in Na Kae District, Nakhon Phanom Province*. [Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University]. Nonthaburi. <https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/13909/1/FULLTEXT.pdf>.
- Department of Agricultural Extension. (2023). *Farmer Map Report*. (In Thai). https://farmer.doae.go.th/plants_detail/plants_report_66/report_all_breed66_select.
- Department of Agricultural Extension. (2024). *Farmer Map Report*. (In Thai). https://farmer.doae.go.th/plants_detail/plants_report_67/report_all_breed67_select.
- Machadee, C. (2021). *Factors Affecting Returns of Farmers Participating in the Public-private Collaboration Project on Sweet Corn Production in Na Wang District, Nong Bua Lam Phu Province*. [Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University]. Nonthaburi. <https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/5619/1/FULLTEXT.pdf>.
- Ministry of Agriculture and Cooperatives. (2019). *Sweet Corn Exports Continue to Grow Brighter Reigns as the Number 1 Export Champion in the World*. (In Thai). <https://www.moac.go.th/news-preview-411191791423>.
- Office of Agricultural Economics. (2024). *Agricultural Statistics of Thailand, Year 2023. Agricultural Information Center*. (In Thai). Office of Agricultural Economics. Ministry of Agriculture and Cooperatives Bangkok.
- Poolthong, K., Seerasarn, N., & Keowan, B. (2024). Extension Sweet Corn Production for Farmers in Chum Saeng District, Nakhon Sawan Province. *Sukhothai Thammathirat Open University Journal*, 37(1), 59-73.

- Popad, R. (2021). *Guidelines for Extension of Safety Vegetables Production Adhering to Good Agricultural Practices of Farmers in Khon Kaen Province*. [Master's thesis, Sukhothai Thammathirat Open University] Nonthaburi. <https://ir.stou.ac.th/bitstream/123456789/9522/1/FULLTEXT.pdf>.
- Prepared Food Producers Association. (2024). *Current Situation of the Thai Sweet Corn Industry*. (In Thai). <https://thaifood.org/main/revealed-the-current-situation-of-thai-sweet-corn>.
- Punyasart, P., Sriboonruang, P., & Choocharoen, C. (2020). Factors Related to Good Agricultural Practice (GAP) for Guava of Farmers, Sampran District, Nakhon Pathom Province. *Agricultural Science and Innovations Journal*, 51(1), 46-55.
- Sathongkreat, W., Sanserm, S. K., & Nilwiset, P. (2021). Extension of Sweet Corn Cultivation of Farmers in Sawankhalok District, Sukhothai Province. *The 11th STOU National Research Conference*, 2411-2424.
- Somporn, W., Kruekum, P., Parapanya, P., & Jeerat, P. (2021). Factors Affecting Farmers' Needs for Promoting Vegetable Growing under Good Agricultural Practices in Mon Ngo Royal Project Development Center, Mae Tang District, Chiang Mai Province. *Journal of Agricultural Production*, 3(2), 23-32.
- Sungkajorn, K., Treewannakul, P., & Sukprasert, P. (2021). Factors Related to the Production of Durian Replacing of Rubber Farmers in the Project to Develop Small-Scale Rubber Farmer for Sustainability. *Agricultural Science and Innovations Journal*, 52(2), 118-127.
- Thangpitakkri, A., & Jamsai, T. (2020). Approach Towards Value Increment and Online Marketing of Sweet Corn Products in Sirattana District, Sisaket Province. *Journal of Local Governance and Innovation*, 4(3), 100-111.
- Wongyaem, N., Rungkawat, N., Kruekum, P., & Palapanya, P. (2024). Farmers' Adoption of Sweet Corn Cultivation Technology in Srisamrong District, Sukhothai Province. *Maejo Journal of Agricultural Production*, 6(1), 57-64.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: an Introductory Analysis*. New York: Harper & Row.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์
ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

Factors Influencing Student Satisfaction of Campus Landscape Management
at Mahasarakham University

มยุรี ชาวดอน¹

Mayuree Chawdon¹

Corresponding Author's Email: Mayuree.c@msu.ac.th

(Received: November 19, 2025; Revised: May 26, 2026; Accepted: May 29, 2026)

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม 2) ศึกษาความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม และ 3) ศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ทำการรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงอนุมานโดยการทดสอบค่าเฉลี่ยด้วย F-test (One-way ANOVA) ใช้การทดสอบรายคู่โดยวิธีของ Scheffe และการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญตามชั้นปีที่ศึกษา ($F=4.532$) และคณะ ($F=3.901$) และพบว่าปัจจัยการบริหารจัดการภูมิทัศน์ร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจได้ ร้อยละ 93.5 ($R^2=0.935$, $F=1439.619$) โดยพบว่าด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุด ($\beta=0.920$) รองลงมาคือด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ ($\beta=0.093$) และด้านความปลอดภัย ($\beta=0.072$) ส่วนด้านความสะอาดและการบำรุงรักษาส่งผลทางลบ ($\beta=-0.12$) ต่อความพึงพอใจ

คำสำคัญ: การจัดการภูมิทัศน์ ความพึงพอใจ การรับรู้ของนิสิต การบริหารจัดการ มหาวิทยาลัย

Abstract

This study aimed to: 1) examine student satisfaction levels regarding Campus landscape management at Mahasarakham University; 2) investigate the differences in satisfaction based on demographic factors; and 3) determine the influence of Campus landscape management factors on student satisfaction. The sample consisted of 400 students selected via convenience sampling. Data were collected using questionnaires. Descriptive statistics included frequency, percentage, mean, and standard deviation. Inferential statistics involved One-way ANOVA with Scheffe's post-hoc test and Multiple Linear Regression analysis. The results revealed statistically significant differences in satisfaction based on the year of study ($F=4.532$) and faculty ($F=3.901$). Regression analysis revealed that the combined landscape management factors accounted for 93.5% of the total variance in satisfaction ($R^2=0.935$, $F=1439.619$). Among the predictors, Accessibility and convenience emerged as the primary positive determinant ($\beta=0.920$), with Scenery and aesthetics ($\beta=0.093$) and safety ($\beta=0.072$), also contributing positively. However, cleanliness and maintenance demonstrated a significant negative relationship ($\beta=-0.12$) with student satisfaction.

Keywords: landscape management, satisfaction, student perception, administration, university

¹ กลุ่มงานภูมิทัศน์และจัดการสิ่งแวดล้อม กองอาคารสถานที่ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

¹ Landscape and Environmental Management Section, Division of Buildings and Grounds, Mahasarakham University

ความเป็นมาของปัญหา

ในศตวรรษที่ 21 บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาได้ก้าวข้ามจากการเป็นเพียงสถานที่อำนวยความสะดวกทางวิชาการไปสู่การเป็นระบบนิเวศการเรียนรู้ที่ยั่งยืน (Sustainable learning ecosystem) ที่เอื้อต่อการใช้ชีวิตและการเรียนรู้แบบองค์รวม การบริหารจัดการภูมิทัศน์ (Landscape management) จึงมิใช่เพียงเรื่องของสุนทรียภาพ แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพชีวิตและสุขภาวะของนิสิต การศึกษาในระดับสากลยืนยันตรงกันว่า สภาพแวดล้อมทางกายภาพที่มีคุณภาพ โดยเฉพาะพื้นที่สีเขียว มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อสุขภาพจิต การลดระดับความเครียด และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ตามทฤษฎีการฟื้นฟูความสนใจ (Attention Restoration Theory - ART) และแนวคิด Biophilic Design (Kaplan & Kaplan, 1989; Kellert et al., 2008; Chen & Li, 2021; Williams et al., 2020) ที่ชี้ว่าพื้นที่สีเขียวช่วยเพิ่มสมาธิ สร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลาย และส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญของการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายของการบริหารจัดการภูมิทัศน์ในปัจจุบัน ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงขั้นตอนการออกแบบและการก่อสร้าง แต่หัวใจสำคัญอยู่ที่กระบวนการบริหารจัดการและบำรุงรักษา เพื่อให้พื้นที่เหล่านั้นยังคงตอบสนองต่อพลวัตความต้องการของผู้ใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง แม้ความสำคัญของภูมิทัศน์จะเป็นที่ประจักษ์ แต่งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงกระจุกตัวอยู่ในบริบทของประเทศตะวันตก ซึ่งมีลักษณะทางภูมิอากาศและวัฒนธรรมการใช้พื้นที่แตกต่างจากภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อีกทั้งยังขาดการบูรณาการมุมมองด้านการบริหารทรัพยากรอาคารที่เน้นความพึงพอใจของผู้ใช้งานเป็นศูนย์กลาง โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยที่กำลังขยายตัวอย่างรวดเร็ว

มหาวิทยาลัยมหาสารคาม เป็นตัวแทนของสถาบันอุดมศึกษาขนาดใหญ่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของไทย กำลังเผชิญกับความท้าทายดังกล่าวจากการเพิ่มขึ้นของจำนวนนิสิตและการขยายตัวของโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับกิจกรรมที่หลากหลายภายใต้นโยบาย "มหาวิทยาลัยสีเขียว" (Green university) มหาวิทยาลัยได้มุ่งมั่นลงทุนปรับปรุงภูมิทัศน์อย่างต่อเนื่อง แต่ปัจจุบันยังพบปัญหาช่องว่างระหว่างนโยบายการจัดการกับการใช้งานจริง เช่น พื้นที่ที่จัดเตรียมไว้อาจไม่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของนิสิตยุคใหม่ กล่าวคือ การรับรู้และความคาดหวังของนิสิตต่อปัจจัยด้านความสะดวก ความปลอดภัย การเข้าถึงพื้นที่ และสิ่งอำนวยความสะดวก อาจไม่สอดคล้องกับแนวทางการบริหารจัดการของเจ้าหน้าที่ ซึ่งการขาดข้อมูลย้อนกลับจากนิสิตผู้เป็นส่วนได้ส่วนเสียหลัก ส่งผลให้การจัดสรรงบประมาณและการวางแผนพัฒนาไม่เกิดประโยชน์สูงสุด และอาจส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อองค์กรในระยะยาว

จากประเด็นปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยในฐานะบุคลากรผู้ปฏิบัติงานด้านการบริหารจัดการภูมิทัศน์ จึงเล็งเห็นความจำเป็นเร่งด่วนในการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของนิสิตต่อระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ข้อมูลที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้จะเป็นกุญแจสำคัญในการถอดรหัสความต้องการที่แท้จริงของนิสิต นำไปสู่การสังเคราะห์แนวทางการบริหารจัดการภูมิทัศน์ที่แม่นยำและยั่งยืน เพื่อยกระดับภูมิทัศน์ของมหาวิทยาลัยมหาสารคามให้เป็นพื้นที่แห่งความสุขและการเรียนรู้ที่สมบูรณ์แบบสำหรับนิสิตทุกคน และยังเป็นประโยชน์ในการเติมเต็มองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการภูมิทัศน์สำหรับสถาบันการศึกษาให้เป็นพื้นที่แห่งความสุขและการเรียนรู้ที่สมบูรณ์แบบต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ /ชั้นปี/ คณะ) ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดความพึงพอใจ (Satisfaction concept)

ความพึงพอใจถือเป็นดัชนีชี้วัดทางจิตวิทยาที่สะท้อนถึงประสิทธิภาพของการดำเนินงาน Kotler and Keller (2016) ได้ให้นิยามที่เป็นสากลว่า ความพึงพอใจคือความรู้สึกปิติ ยินดี หรือผิดหวัง ซึ่งเป็นผลลัพธ์จากการเปรียบเทียบระหว่างประสิทธิภาพที่รับรู้ได้กับความคาดหวังของบุคคลที่มีต่อสิ่งนั้น สอดคล้องกับทฤษฎีความคาดหวังผิดหวัง (Expectancy disconfirmation theory) ของ Oliver (1980) ที่อธิบายว่า ระดับความพึงพอใจของผู้รับบริการจะแปรผันตามช่องว่าง (Gap)

ระหว่างความคาดหวังก่อนการใช้บริการและการรับรู้หลังการใช้บริการ ในบริบทของการบริหารจัดการภูมิทัศน์ หากการจัดการพื้นที่ทางกายภาพสามารถตอบสนองหรือเหนือกว่าความคาดหวังของนิสิต ย่อมก่อให้เกิดความพึงพอใจ มีแนวทางการวัดและประเมินผล ดังนี้

1) การประเมินผลการดำเนินงานด้านภูมิทัศน์จำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่รอบด้านเพื่อสะท้อนความเป็นจริงมากที่สุด ในทางวิชาการสามารถจำแนกวิธีการวัดความพึงพอใจออกเป็น 2 รูปแบบหลัก ได้แก่ การวัดโดยตรง (Direct measurement) ซึ่ง Parasuraman et al. (1988) เป็นการสะท้อนมุมมองของผู้รับบริการโดยตรง ผ่านเครื่องมืออย่างแบบสอบถามเชิงลึกและการสัมภาษณ์ เพื่อวัดทัศนคติ ความพึงพอใจ และความรู้สึกที่มีต่อการบริการ ในขณะที่การวัดโดยอ้อม (Indirect measurement) เป็นการวิเคราะห์จากข้อมูลทุติยภูมิหรือพฤติกรรมเชิงประจักษ์ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler and Keller (2016) ที่เสนอว่าองค์กรควรพิจารณาข้อมูลจากระบบข้อร้องเรียน (Complaint systems) และพฤติกรรมการใช้งานจริงควบคู่กันไป เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้สามารถสะท้อนปัญหาที่ซ่อนเร้นซึ่งแบบสอบถามอาจเข้าไม่ถึง (Hayes, 2008) สำหรับงานวิจัยนี้ ผู้วิจัยจึงเลือกใช้การวัดโดยตรงเป็นหลัก เพื่อมุ่งเน้นศึกษาการรับรู้ (Perception) ของนิสิตที่มีต่อปัจจัยต่างๆ อย่างละเอียด

2) เครื่องมือและมาตรวัด (Tools and scales) ในการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) เครื่องมือที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายที่สุดในการวัดตัวแปรนามธรรมทางสังคมศาสตร์ เช่น ทัศนคติหรือความพึงพอใจ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยมาตรวัดที่มีความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability) ในการวิจัยสังคมศาสตร์มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert scale) พัฒนาโดย Likert (1932) เป็นมาตรวัดทางจิตวิทยา (Psychometric scale) ที่นิยมใช้มากที่สุดเพื่อวัดระดับความรู้สึกหรือความคิดเห็นของผู้ตอบ เป็นรูปแบบมาตรฐานที่นิยมที่สุดในการวัดทัศนคติและพฤติกรรมทางสังคมศาสตร์ ลักษณะของมาตรวัดกำหนดเป็น 5 ระดับ (5-Point rating scale) เรียงลำดับจากความพึงพอใจน้อยที่สุดไปหามากที่สุด การเลือกใช้สเกล 5 ระดับนี้ได้รับการยอมรับว่ามีความเหมาะสมในการลดความคลาดเคลื่อนจากการตอบ (Response bias) และให้ทางเลือกที่เป็นกลางแก่ผู้ตอบ (Allen & Seaman, 2007) ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาวิเคราะห์และแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) เพื่อระบุระดับความพึงพอใจตามเกณฑ์การประเมินมาตรฐานของ Best and Kahn (2006)

3) การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative data collection concepts) นอกเหนือจากการใช้แบบสอบถามซึ่งเป็นเครื่องมือเชิงปริมาณแล้ว การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพมีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการอธิบายปรากฏการณ์ที่ซับซ้อน Creswell and Poth (2018) เสนอว่า การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interview) ช่วยให้ผู้วิจัยเข้าถึงบริบทและประสบการณ์ของผู้ใช้งานได้อย่างลึกซึ้ง ซึ่งเป็นข้อมูลที่แบบสอบถามอาจไม่สามารถสะท้อนได้ครอบคลุม

นอกจากนี้ เพื่อลดอคติจากการตอบคำถาม Patton (2015) แนะนำให้ใช้การสังเกต (Observation) พฤติกรรมและการแสดงออกทางอารมณ์ของผู้รับบริการในสถานการณ์จริง ควบคู่ไปกับการสนทนากลุ่ม (Focus groups) ซึ่ง Krueger and Casey (2015) ระบุว่าเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการค้นหาเหตุผลเบื้องหลังความพึงพอใจผ่านกระบวนการปฏิสัมพันธ์ของกลุ่ม รวมถึงการประยุกต์ใช้แนวคิดเน็ตโนกราฟี (Netnography) ของ Kozinets (2020) ในการติดตามความคิดเห็นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนความรู้สึกที่แท้จริงและทันต่อสถานการณ์

2. แนวคิดเกี่ยวกับระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ (Landscape management system concept)

ระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนคุณภาพของสภาพแวดล้อมภายในสถาบันการศึกษา Cook and VanDerZanden (2011) ได้นิยามการจัดการภูมิทัศน์สมัยใหม่ว่าเป็นกระบวนการบูรณาการที่ต้องคำนึงถึงความยั่งยืนทางนิเวศวิทยาควบคู่ไปกับประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ingels (2009) ที่ระบุว่าบริหารจัดการที่มีประสิทธิผลจำเป็นต้องอาศัยมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจนและการวางแผนทรัพยากรอย่างเป็นระบบ นอกจากมิติด้านกายภาพแล้ว มิติด้านจิตวิทยาของผู้ใช้งานถือเป็นปัจจัยชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญ Marcus and Francis (1998) ชี้ให้เห็นว่า การดูแลรักษาพื้นที่ให้มีความสะอาด ปลอดภัย และเอื้อต่อการใช้งาน ส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมของผู้ใช้งาน ดังนั้น ระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ในบริบทของมหาวิทยาลัยจึงมิใช่เพียงการดูแลรักษาต้นไม้ แต่คือการบริหารจัดการพื้นที่เพื่อสร้างเสริมคุณภาพชีวิตและสนับสนุนบรรยากาศแห่งการเรียนรู้

3. แนวคิดมหาวิทยาลัยสีเขียว (Green university concept)

มหาวิทยาลัยสีเขียว หมายถึง มหาวิทยาลัยที่มีการบูรณาการอนุรักษ์ ด้านพลังงาน และสิ่งแวดล้อมเข้าไปในการเรียนการสอน การวิจัย และในทุกกิจกรรมของมหาวิทยาลัย ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการทำงานในบรรยากาศที่มีความปลอดภัย

เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและประหยัดพลังงาน อันก่อให้เกิดผลดีต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนของชาติ การพัฒนาพื้นที่ที่จะมุ่งสู่ความเป็น Green campus (Paepuak & Sirisunhirun, 2023) แนวคิดนี้ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์มาตรฐานในการประเมินศักยภาพของมหาวิทยาลัย ดังเช่นเกณฑ์ของ UI Green Metric World University Rankings ซึ่ง Suwartha and Sari (2013) ระบุว่าองค์ประกอบด้านสถานที่ตั้งและระบบสาธารณูปโภค ซึ่งครอบคลุมถึงพื้นที่สีเขียวและการจัดการภูมิทัศน์ เป็นดัชนีชี้วัดพื้นฐานที่มีนัยสำคัญต่อความยั่งยืนของมหาวิทยาลัย สอดคล้องกับงานศึกษาของ Yuan et al. (2013) ที่พบว่า การบริหารจัดการภูมิทัศน์ที่มีประสิทธิภาพไม่เพียงช่วยปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพ แต่ยังส่งเสริมภาพลักษณ์และความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อมให้กับนิสิตและบุคลากรอย่างเป็นรูปธรรม

4. แนวคิดบทบาทของปัจจัยส่วนบุคคลต่อการรับรู้และความพึงพอใจ

ปัจจัยส่วนบุคคล (เช่น เพศ อายุ ชั้นปี และคณะ) ในทางวิชาการไม่ได้เป็นเพียงข้อมูลพื้นฐาน แต่ทำหน้าที่เป็น “ตัวแปรคัดกรอง” (Filtering variables) ที่กำหนดว่าบุคคลนั้นจะตีความและตอบสนองต่อสิ่งแวดล้อมทางกายภาพอย่างไร ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal factors) ถือเป็นตัวแปรอิสระสำคัญที่มีอิทธิพลต่อกระบวนการรับรู้และการประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน Schiffman and Wisenblit (2019) ได้อธิบายตามหลักพฤติกรรมศาสตร์ว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่แตกต่าง เช่น เพศ อายุ และสถานภาพทางสังคม ส่งผลให้บุคคลมีบรรทัดฐาน (Norms) และความคาดหวังต่อการบริการที่แตกต่าง สอดคล้องกับแนวคิดทางจิตวิทยาสภาพแวดล้อมของ Gifford (2014) ที่ระบุว่า การรับรู้สภาพแวดล้อมทางกายภาพ (Environmental perception) เป็นกระบวนการเชิงอัตวิสัยซึ่งแปรผันตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะปัจจัยด้านเพศ ที่ส่งผลต่อการรับรู้ด้านความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวในพื้นที่สีเขียว นอกจากนี้ ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา Astin (1993) ได้เสนอโมเดล I-E-O ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพื้นฐานของนิสิต (Inputs) เช่น ชั้นปีหรือสาขาวิชาเรียน เป็นปัจจัยนำเข้าที่ทำหน้าที่ร่วมกับสภาพแวดล้อมในการกำหนดระดับความพึงพอใจและผลลัพธ์ของการเรียนรู้ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลจึงช่วยให้ผู้บริหารสามารถจำแนกความต้องการที่หลากหลายและบริหารจัดการพื้นที่ให้ตอบสนองผู้ใช้งานทุกกลุ่มได้อย่างครอบคลุม

5. แนวคิดองค์ประกอบคุณภาพภูมิทัศน์ (Landscape quality assessment)

คุณภาพภูมิทัศน์ ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ประการที่สัมพันธ์กัน ได้แก่ 1) ด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ (Scenery and aesthetics) ซึ่ง Ulrich (1983) ชี้ว่ามีผลโดยตรงต่อการลดความเครียดและการฟื้นฟูจิตใจ 2) ด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา (Cleanliness and maintenance) ที่ทำหน้าที่ส่งสัญญาณร่องรอยของการดูแล (Nassauer, 1995) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นแก่ผู้ใช้งาน 3) ด้านความปลอดภัย (Safety and security) โดยอาศัยหลักการ CPTED (Cozens et al., 2005) ในการจัดจุดอุปสรรคและสร้างสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย และ 4) ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย (Accessibility and convenience) ที่ยึดหลัก Universal design (Marcus & Francis, 1998) เพื่อสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงพื้นที่สำหรับนิสิตและบุคลากรทุกกลุ่ม

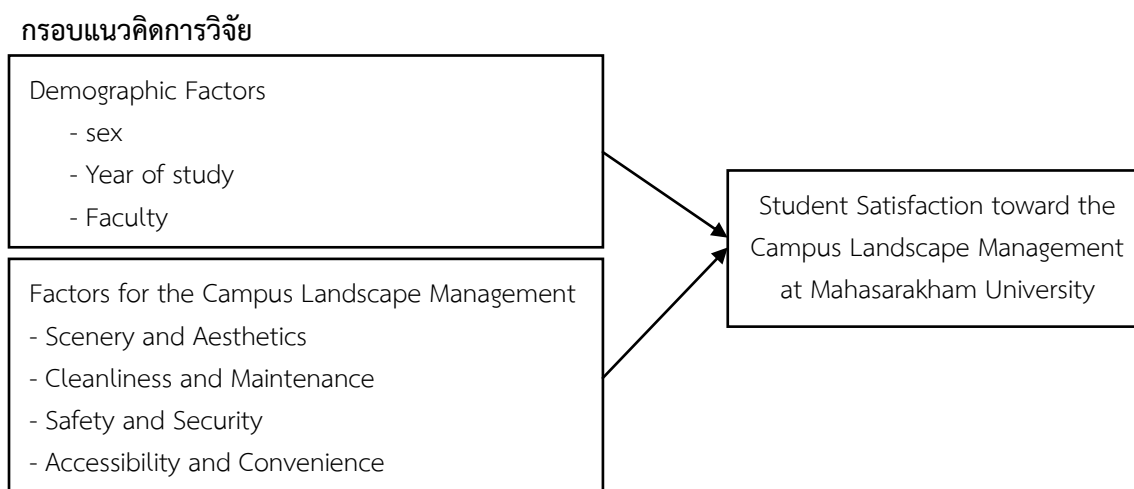


Figure 1 Research Conceptual Framework

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประเภทของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research)

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นิสิตที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยมหาสารคามทุกคนในภาคเรียนที่ 1/2568 จำนวน 51,028 คน (Mahasarakham university, 2025) และกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 396.94 คน อย่างไรก็ตามเพื่อให้ครอบคลุมความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นจากการเก็บรวบรวมข้อมูล เช่น ผู้ให้ข้อมูลตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน หรือข้อมูลสูญหาย (Salkind, 2010) ผู้วิจัยจึงพิจารณากำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำเป็นจำนวน 400 คน เพื่อให้มั่นใจว่าจำนวนชุดข้อมูลที่สมบูรณ์ (Cochran, 1977; Israel, 1992) และใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience sampling) ซึ่งการสุ่มตัวอย่างแบบนี้จะมีข้อจำกัดที่ไม่สามารถเป็นตัวแทนที่ดีของกลุ่มประชากรทั้งหมดได้ แต่เนื่องจากการสุ่มแบบนี้เป็นทางเลือกเดียวที่เป็นไปได้เป็นวิธีที่จะให้ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงกลุ่มตัวอย่างได้ง่ายและมีความเหมาะสมสอดคล้องกับข้อจำกัดด้านทรัพยากรเวลาและงบประมาณ

3. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม ที่ผู้วิจัยได้ปรับปรุงและสร้างขึ้นจากศึกษาเอกสาร รายงานการวิจัย ตำราและวารสารที่เกี่ยวข้องแล้วกำหนดนิยามและโครงสร้างของปัจจัยที่ต้องการวัด แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

1) ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ด้านเพศ ชั้นปีที่กำลังศึกษา และคณะที่สังกัด

2) ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำหนดลักษณะของคำถามเป็นปลายปิดแบบการให้คะแนน (Rating scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามแนวคิดของ Likert จำนวน 4 ด้าน คือ ด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ จำนวน 4 ข้อ ด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา จำนวน 4 ข้อ ด้านความปลอดภัย จำนวน 4 ข้อ ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย จำนวน 5 ข้อ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 เท่ากับมากที่สุด (ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีการดำเนินการในประเด็นนี้อย่างโดดเด่นและมีประสิทธิภาพสูง) 4 เท่ากับมาก (ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีการดำเนินการในประเด็นนี้อย่างดีและมีประสิทธิภาพ) 3 เท่ากับปานกลาง (ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีการดำเนินการในประเด็นนี้ในระดับที่พอใช้ หรือมีทั้งส่วนที่ดีและส่วนที่ต้องปรับปรุง) 2 เท่ากับน้อย (ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยมีการดำเนินการในประเด็นนี้น้อยหรือไม่ค่อยมีประสิทธิภาพ) และ 1 เท่ากับน้อยที่สุด (ท่านเห็นว่ามหาวิทยาลัยไม่มีการดำเนินการในประเด็นนี้เลย หรือดำเนินการได้แย่มาก)

3) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามระดับความพึงพอใจของนิสิตต่อระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม กำหนดลักษณะของคำถามเป็นปลายปิดแบบการให้คะแนน (Rating scale) โดยกำหนดค่าน้ำหนักของการประเมินเป็น 5 ระดับตามแนวคิดของ Likert จำนวน 14 ข้อ กำหนดเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้ 5 เท่ากับพึงพอใจมากที่สุด (ท่านมีความพึงพอใจอย่างยิ่งต่อการดำเนินการในประเด็นนี้) 4 เท่ากับพึงพอใจมาก (ท่านมีความพึงพอใจในระดับที่ดีต่อการดำเนินการในประเด็นนี้) 3 เท่ากับพึงพอใจปานกลาง (ท่านมีความพึงพอใจในระดับพอใช้ หรือมีทั้งส่วนที่พึงพอใจและไม่พึงพอใจ) 2 เท่ากับพึงพอใจน้อย (ท่านมีความพึงพอใจน้อยต่อการดำเนินการในประเด็นนี้) และ 1 เท่ากับพึงพอใจน้อยที่สุด (ท่านไม่พึงพอใจอย่างยิ่งต่อการดำเนินการในประเด็นนี้)

4) ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นแบบสอบถามแบบปลายเปิด โดยสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นอื่น ๆ เพิ่มเติมเกี่ยวกับระบบบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม เพื่อการปรับปรุงและพัฒนาให้ดียิ่งขึ้น

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความถูกต้องเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งมีค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (IOC) มีค่าตั้งแต่ 0.60 ถึง 1.00 เป็นไปตามเกณฑ์ที่มีค่ามากกว่า 0.5 (Phuseeorn, 2024) วิจัยนำไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน เพื่อหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha โดยพบว่ามีความน่าเชื่อถือ (Item total correlation) ตั้งแต่ 0.70 ถึง 0.92 โดยแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.98 โดยค่าสถิติที่ได้ไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงยอมรับได้ว่ามีความเชื่อมั่น (Conroy, 2018)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google forms แบบสอบถามถูกเผยแพร่ไปยังกลุ่มตัวอย่างผ่านการสแกน QR code สามารถเข้าถึงแบบสอบถามได้ผ่านลิงก์ที่แนบ โดยผู้วิจัยทำการสุ่มแจก QR code แบบสอบถามบริเวณที่มีนิสิตมาใช้บริการเป็นจำนวนมาก ได้แก่ อาคารเรียนรวมราชนครินทร์ (RN) ตลาดน้อย สวนสุขภาพด้านหน้าอาคารสโมสรบุคลากร (สวนจก) ศูนย์อาคารข้างคณะการบัญชีและการจัดการ สวนสาธารณะรอบสระน้ำ ด้านคณะศิลปกรรมศาสตร์และวัฒนธรรมศาสตร์/คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ผังเมือง และนฤมิตรศิลป์ ข้อมูลที่รวบรวมได้จาก Google forms ถูกดาวน์โหลดเป็นไฟล์ Excel และนำเข้าเพื่อทำการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation) มีเกณฑ์การแปลผลตามหลักการของ Srisa-ard, B. (2002) ดังนี้ 4.51 - 5.00 เท่ากับมากที่สุด (Excellent) 3.51 - 4.50 เท่ากับมาก (Good) 2.51 - 3.50 เท่ากับปานกลาง (Neutral) 1.51 - 2.50 เท่ากับน้อย (Fair) และ 1.00 - 1.50 เท่ากับน้อยที่สุด (Improve)

สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ใช้สถิติทดสอบค่าความแตกต่างค่าเอฟ (F-test) หรือการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way Analysis of Variance: One-way ANOVA) เมื่อพบความแตกต่างจะทำการทดสอบด้วยการเปรียบเทียบเป็นรายคู่ (Multiple comparison หรือ Post hoc) โดยวิธีของ Scheffe และเพื่อการทดสอบอิทธิพลของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ มีผลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ใช้สถิติทดสอบหาความสัมพันธ์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple regression analysis) ด้วยวิธี Stepwise

ผลการวิจัย และอภิปรายผล

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 219 คน คิดเป็นร้อยละ 54.75 รองลงมาคือเพศชาย จำนวน 159 คน คิดเป็นร้อยละ 39.75 และเพศทางเลือก (LGBTQ) จำนวน 22 คน คิดเป็นร้อยละ 5.50 ตามลำดับ ชั้นปีที่กำลังศึกษา พบว่าส่วนใหญ่กำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 1 จำนวน 245 คน คิดเป็นร้อยละ 61.25 รองลงมาคือกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 4 จำนวน 53 คน คิดเป็นร้อยละ 13.25 และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 2 จำนวน 52 คน คิดเป็นร้อยละ 13.00 และกำลังศึกษาอยู่ชั้นปี 3 จำนวน 44 คน คิดเป็นร้อยละ 11.00 และกำลังศึกษาอยู่ระดับบัณฑิตศึกษา (ป.โท/ป.เอก) จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.50 ตามลำดับ คณะที่สังกัด พบว่า ส่วนใหญ่เป็นคณะที่จัดอยู่ในกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 223 คน คิดเป็นร้อยละ 55.75 รองลงมาคือ กลุ่มมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 และกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.00 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

Table 1 Levels of Factors for the Campus Landscape Management at Mahasarakham University

Factors	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation	Rank
1. Scenery and Aesthetics	3.80	0.976	Good	1
2. Cleanliness and Maintenance	3.39	0.940	Neutral	4
3. Safety and Security	3.46	0.974	Neutra	3
4. Accessibility and Convenience	3.56	0.910	Good	2
Overall	3.55	0.852	Good	

จาก Table 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นว่าปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ ($\bar{X} = 3.80$) รองลงมาคือ ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย ($\bar{X} = 3.56$) และด้านความปลอดภัย ($\bar{X} = 3.46$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา ($\bar{X} = 3.39$)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อระบบการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ผลการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

Table 2 *Level of Student Satisfaction Toward the Campus Landscape Management at Mahasarakham University*

The Campus Landscape Management System	$\bar{X}$	S.D.	Interpretation	Rank
1. Overall satisfaction with campus landscape aesthetics	3.82	0.97	Good	3
2. Gardening and green space design	3.83	1.01	Good	2
3. Maintenance of flora (trees, flowers, and plants)	3.87	1.00	Good	1
4. Overall cleanliness and area maintenance	3.59	1.00	Good	6
5. Waste management and bin placement	3.41	1.08	Neutral	12
6. Drainage system and walkway maintenance	3.45	1.08	Neutral	11
7. Overall campus safety	3.76	1.00	Good	4
8. Nighttime lighting and security systems	3.59	1.06	Good	6
9. Hazard-free walkways and transit areas	3.47	1.12	Neutral	10
10. Overall accessibility and convenience	3.70	1.05	Good	5
11. Pedestrian and bicycle path comfort	3.53	1.12	Good	9
12. Adequacy and organization of parking facilities	3.16	1.25	Neutral	14
13. Wayfinding signage and campus maps	3.58	1.05	Good	8
14. Recreational spaces and public amenities	3.69	1.09	Good	5
Overall	3.60	1.06	Good	

จาก Table 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจต่อระบบการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.61$) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่าค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พึงพอใจต่อการดูแลรักษาต้นไม้ ดอกไม้ และพืชพรรณต่าง ๆ ($\bar{X} = 3.87$) รองลงมาคือ พึงพอใจต่อการจัดสวนและพื้นที่สีเขียวในมหาวิทยาลัย ($\bar{X} = 3.83$) และมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ พึงพอใจต่อความเพียงพอและเป็นระเบียบของที่จอดรถยนต์ / จักรยานยนต์ / จักรยาน ($\bar{X} = 3.16$)

4. ผลการวิเคราะห์การทดสอบสมมติฐานของการวิจัย

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม แตกต่างกัน ผลการศึกษามีข้อค้นพบ ดังนี้

Table 3 *Test of Differences in Satisfaction Classified by Demographic Factors*

Demographic Factors	F	p-value	Test Results
1. Sex (Male / Female / LGBTQ+)	0.902	.407	Not Significant
2. Year of study	4.532	.001*	Significant
3. Faculty	3.901	.021*	Significant

* $p \leq .05$

จาก Table 3 พบว่า นิสิตที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนิสิตที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ต่างกันและนิสิตสังกัดคณะที่ต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม โดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ โดยวิธีของ Scheffe สรุปผลการศึกษาดังนี้

Table 4 Comparison of Mean Satisfaction Scores regarding Campus Landscape Management at Mahasarakham University Classified by Year of Study (Overall)

Year of study	1 st Year	2 nd Year	3 rd Year	4 th Year	Graduate Level
1 st Year	-	0.178	0.492*	0.373	-0.331
2 nd Year	-	-	0.313	0.194	-0.510
3 rd Year	-	-	-	-0.118	-0.823
4 th Year	-	-	-	-	-0.705
Graduate Level	-	-	-	-	-

* $p \leq .05$

จาก Table 4 พบว่า นิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่แตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคามในภาพรวมแตกต่างกัน จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นิสิตที่กำลังศึกษาในชั้นปี 1 กับชั้นปี 3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

Table 5 Comparison of Mean Satisfaction Scores regarding Campus Landscape Management at Mahasarakham University Classified by Faculty (Overall)

Faculty	Science and Technology Group	Health Sciences Group	Humanities and Social Sciences Group
Science and Technology Group	-	0.459*	0.126
Health Sciences Group	-	-	0.333
Humanities and Social Sciences Group	-	-	-

* $p \leq .05$

จาก Table 5 พบว่า นิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคามที่สังกัดคณะแตกต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในภาพรวมแตกต่าง จำนวน 1 คู่ ได้แก่ นิสิตที่สังกัดคณะกลุ่มวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กับกลุ่มวิทยาศาสตร์สุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนคู่อื่นๆ ไม่แตกต่างกัน

4.2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ มีผลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม

ก่อนการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุ ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นเกี่ยวกับการแจกแจงแบบปกติของข้อมูล (Normality test) โดยพิจารณาจากค่าความเบ้ (Skewness) และค่าความโด่ง (Kurtosis) ผลการทดสอบพบว่า ตัวแปรอิสระและตัวแปรตามมีค่าความเบ้อยู่ระหว่าง -0.642 ถึง -0.161 และค่าความโด่งอยู่ระหว่าง -0.338 ถึง -0.115 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ ซึ่งเกณฑ์ความเบ้และความโด่งที่ยอมรับได้ได้ค้ังปกติมีค่าความเบ้ไม่เกิน 3 และค่าความโด่งไม่เกิน 10 (Kline, 2023) จึงอนุมานได้ว่าข้อมูลตัวอย่างมีการแจกแจงแบบปกติโดยประมาณ แม้ว่าผลการทดสอบการแจกแจงแบบปกติไปยังประชากรไม่ได้แจกแจงแบบปกติก็ตาม และ Hair et al. (2010) กล่าวว่าในกลุ่มตัวอย่างขนาดใหญ่ ($N > 200$) ผลกระทบจากการไม่แจกแจงปกติจะลดน้อยลง (Diminished) จนแทบไม่มีนัยสำคัญจะไม่สนใจกับการทดสอบการแจกแจงปกติมากนัก ดังนั้นจึงสามารถนำข้อมูลของตัวแปรตามนี้ มาใช้ในการทดสอบทางสถิติได้

ผลวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์กับความพึงพอใจของนิสิตต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผู้วิจัยใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson correlation coefficients)

Table 6 *Analyzing the Relationship Between Campus Landscape Management Factors and Student Satisfaction*

Factors	Average Satisfaction score	Scenery and Aesthetics	Cleanliness and Maintenance	Safety and Security	Accessibility and Convenience	Tolerance	VIF
Average Satisfaction score	1.000	0.749*	0.761*	0.794*	0.964*		
Scenery and Aesthetics		1.000	0.683*	0.661*	0.736*	0.229	4.368
Cleanliness and Maintenance			1.000	0.746*	0.810*	0.429	2.330
Safety and Security				1.000	0.800*	0.307	3.256
Accessibility and Convenience					1.000	0.327	3.059

* $p \leq .05$

จาก Table 6 พบว่า ตัวแปรอิสระแต่ละตัวมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวกกับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.661 - 0.964 ซึ่งตัวแปรที่มีสหสัมพันธ์สูงสุด คือ ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย โดยมีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ 0.964 (อยู่ในระดับสูง) เกิน 0.80 แสดงว่าอาจมีความสัมพันธ์กันเองระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม แต่เมื่อพิจารณาค่า Tolerance พบว่า มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.1 แสดงว่าไม่มีปัญหาเกี่ยวกับ Multicollinearity ขั้นรุนแรง ส่วนค่า VIF ไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอิสระอื่น ๆ ในระดับต่ำ สรุปได้ว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันเอง หรือไม่มีปัญหาความสัมพันธ์พหุรวมเชิงเส้น Multicollinearity (Rueannakarn, 2016)

การวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุ (Multiple linear regression) ด้วยวิธี Stepwise โดยกำหนดระดับนัยสำคัญ .05 ที่ระดับความเชื่อมั่น 95 % จากผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อทดสอบนัยสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณพบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงว่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรพยากรณ์ทั้ง 4 ตัวแปร มีความสัมพันธ์กันในเชิงเส้นตรง ซึ่งสามารถนำไปสร้างสมการต่อไปได้ โดยผลการทดสอบพบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณมีค่า 0.936 และกำลังสองของค่าสหสัมพันธ์มีค่า 0.935 แสดงว่าตัวแปรพยากรณ์ทั้งหมด 4 ตัวแปร ร่วมกันพยากรณ์ความพึงพอใจต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ได้ร้อยละ 93.50

Table 7 *The Results of Predicting Model of Multiple Linear Regression Analysis*

Factors	Coefficients			t	p-value
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	β		
(Constant)	0.120	0.050		2.387	.017*
Accessibility and Convenience (D)	0.918	0.027	0.920	34.534	.000*
Scenery and Aesthetics (A)	0.087	0.018	0.093	4.799	.000*
Cleanliness and Maintenance (B)	-0.099	0.022	-0.102	-4.443	.000*
Safety and Security (C)	0.067	0.021	0.072	3.224	.001*
R= 0.967, $R^2 = 0.936$, $AdjR^2 = 0.935$, SEE= 0.231, F= 1439.619*					

* $p \leq .05$ (reject the null hypothesis; Sig. or p-value $\leq .05$).

จาก Table 7 พบว่าปัจจัยการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคามส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย (B= 0.918) ด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ (B= 0.087) ด้านความปลอดภัย (B= 0.067) โดยส่งผลทางบวก ส่วนด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา (B= -0.099) ส่งผลทางลบ สามารถสร้างเป็นสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบและคะแนนมาตรฐาน ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{y} = 0.120 + 0.918(D) - 0.099(B) + 0.087(A) + 0.067(C)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.920Z_{(D)} - 0.120Z_{(B)} + 0.093Z_{(A)} + 0.072Z_{(C)}$$

5. อภิปรายผล

จากผลการศึกษาข้างต้น สามารถอภิปรายผลการศึกษาดังนี้

5.1 ระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่ามีความแตกต่างกันตามสังกัดคณะและชั้นปีการศึกษา ซึ่งความแตกต่างระหว่างชั้นปีสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงความต้องการตามช่วงวัย และความคุ้นเคยกับสถานที่ ทั้งนี้เป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นนิสิตปี 1 มักอยู่ในช่วง Honeymoon phase หรือตื่นตัวกับสถานที่ใหม่ และยังมีความต้องการพื้นที่สำหรับกิจกรรมสันทนาการและการเข้าสังคมสูง แต่นิสิตปีสูงเมื่อเรียนสูงขึ้น ความต้องการจะเปลี่ยนไปเน้นพื้นที่เงียบสงบเพื่อการอ่านหนังสือหรือทำวิทยานิพนธ์ ผลการวิจัยสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Pascarella and Terenzini (2005) ที่ชี้ให้เห็นว่าพัฒนาการและความต้องการของนิสิตจะเปลี่ยนแปลงไปตามช่วงชั้นปี เมื่อนิสิตมีวุฒิภาวะมากขึ้น (Maturation) พวกเขาจะมีมุมมองเชิงวิพากษ์ (Critical thinking) สูงขึ้น ทำให้มองเห็นจุดบกพร่องของการบริหารจัดการได้ชัดเจนกว่านิสิตใหม่ ส่งผลให้ระดับความพึงพอใจจะลดลงตามระยะเวลาที่ศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัย และความแตกต่างของความพึงพอใจระหว่างคณะ เกิดจากวัฒนธรรมการใช้พื้นที่และที่ตั้งทางกายภาพ ในมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ อาคารเรียนมักถูกจัดกลุ่มเป็นโซน (Zoning) ภูมิทัศน์รอบคณะสถาปัตยกรรมฯ หรือคณะวิทยาศาสตร์ อาจได้รับการออกแบบหรือดูแลรักษาต่างจากโซนมนุษยศาสตร์ ซึ่งส่งผลให้นิสิตในโซนนั้นๆ มีระดับความพึงพอใจที่ต่างกันตามสภาพจริงที่ประสบ สอดคล้องกับแนวคิด Input-Environment-Outcome (I-E-O) ของ Astin (1993) ที่อธิบายว่า กลุ่มเพื่อนและสาขาวิชาเอกมีอิทธิพลอย่างมากต่อพฤติกรรม นิสิตสายศิลปกรรมอาจให้ค่ากับ สุนทรียภาพ และความคิดสร้างสรรค์ มากกว่านิสิตสายวิทยาศาสตร์สุขภาพที่อาจเน้นเรื่องความสะดวกและสุขอนามัย และอาจอธิบายได้ด้วยแนวคิดของ Becher and Trowler (2001) ที่ระบุว่า วัฒนธรรมทางวิชาการที่แตกต่างกันในแต่ละศาสตร์ ส่งผลให้นิสิตมีบรรทัดฐานและความคาดหวังต่อการใช้พื้นที่แตกต่างกัน โดยแต่ละสาขาวิชามีวัฒนธรรมย่อยที่หล่อหลอมมุมมองของนิสิตให้มีความคาดหวังต่อสิ่งแวดล้อมต่างกัน

5.2 ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภูมิทัศน์สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของนิสิตได้สูงถึงร้อยละ 93.5 ($R^2 = 0.935$) โดยพบว่า ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย (Accessibility and Convenience) เป็นปัจจัยทำนายที่มีอิทธิพลสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประสิทธิผลของการวางผังเมืองและการออกแบบพื้นที่ที่เน้นความสะดวกในการสัญจร ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในตำแหน่งที่เหมาะสม เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตมากที่สุด ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับแนวคิด Servicescape ของ Bitner (1992) ที่ชี้ให้เห็นว่า ในองค์กรที่มีลักษณะเน้นการทำกิจกรรม (Goal-oriented) ผู้ใช้งานจะให้ความสำคัญกับ การวางผังและการใช้งาน (Spatial layout and Functionality) เหนือกว่าปัจจัยด้านสุนทรียภาพ สะท้อนว่า นิสิตให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยมากกว่าความสวยงาม โดยระบุว่า ในสภาพแวดล้อมที่มีเป้าหมายเฉพาะ (Goal-oriented) ของมหาวิทยาลัย องค์ประกอบด้าน "Spatial layout and Functionality" (การวางผังและการใช้งาน) มีความสำคัญที่สุด เพราะส่งผลต่อความสามารถในการทำกิจกรรมให้สำเร็จ หากการสัญจรติดขัดหรือป้ายไม่ชัดเจน จะสร้างความหงุดหงิด และลดทอนความพึงพอใจทันที ในบริบทของมหาวิทยาลัยขนาดใหญ่ นิสิตต้องเคลื่อนที่ระหว่างตึกเรียน โรงอาหาร และหอพัก แข่งกับเวลา และสอดคล้องกับ Gehl (2010) ที่อธิบายว่า คุณภาพชีวิตในพื้นที่ขนาดใหญ่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเดินและความต่อเนื่องของการเชื่อมต่อ หากโครงสร้างพื้นฐานเหล่านี้ดี จะทำให้นิสิตรู้สึกว่าการเดินทางและความสะดวกสบาย ซึ่งเป็นแกนหลักของความพึงพอใจ ในทางตรงกันข้าม ปัจจัยด้านความสะดวกและการบำรุงรักษา กลับแสดงความสัมพันธ์เชิงลบต่อความพึงพอใจ อาจขัดแย้งกับสามัญสำนึกที่ว่ายิ่งสะอาดน่าอยู่ยิ่งดี อธิบายได้ด้วยทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์ซเบิร์ก (Herzberg's Two-factor theory) ความสะอาดจัดเป็น "ปัจจัยสุขอนามัย" (Hygiene factors) ตามแนวคิดของ Herzberg (1966) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่ "ต้องมี" ถ้ามีครบคนจะไม่ชม (ความพึงพอใจเป็นกลาง) แต่ถ้าขาดคนจะบ่นทันที ความสัมพันธ์เชิงลบอาจเกิดจากการรบกวนจากการบำรุงรักษา การที่นิสิตเห็นเจ้าหน้าที่กำลังทำงาน เช่น ตัดหญ้า, ซ่อมถนน, กวาดขยะบ่อยครั้ง อาจแปลความได้ว่าพื้นที่นั้น มีการรบกวน

กล่าวคือ มีเสียงดัง, ฝุ่น, การปิดทางเดิน ซึ่งไปขัดขวางปัจจัยที่ 1 (ความสะดวกสบาย) ทำให้ผู้ใช้รู้สึกไม่พึงพอใจ เนื่องจากอาจไปรบกวนความสะดวกสบายในการใช้งานพื้นที่ของนิสิต หรืออาจเกิดจากความคาดหวังที่สูงเกินไปของผู้ใช้งานเมื่อเทียบกับสภาพความเป็นจริงที่ปรากฏ และสอดคล้องกับ Kano et al. (1984) อธิบายว่า คุณภาพแบบพื้นฐาน (Basic quality) หากทำได้ดีเกินไป (Over-quality) อาจไม่ช่วยเพิ่มความพึงพอใจ แต่หากผู้ใช้งานรู้สึกว่าการบำรุงรักษานั้น เข้าไปแทรกแซงการใช้ชีวิต หรือกฎระเบียบเรื่องความสะดวกเข้มงวดเกินไปจนอึดอัด ก็จะส่งผลลบต่อความรู้สึกอิสระและความพึงพอใจได้ เช่น มลภาวะทางเสียงหรือการปิดกั้นเส้นทางระหว่างการทำงาน ดังนั้นผู้บริหารควรปรับปรุงกระบวนการบำรุงรักษาให้รบกวนนิสิตน้อยที่สุด เช่น ทำงานนอกเวลาเรียน และควรเน้นการลงทุนปรับปรุงทางเดินและป้ายสัญลักษณ์เป็นลำดับแรก เพราะจะช่วยเพิ่มความพึงพอใจได้คุ้มค่าที่สุด

สรุปผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจของนิสิตที่มีต่อการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ในภาพรวมพบว่าอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาารายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความสวยงามของภูมิทัศน์ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล ต่างกันมีผลต่อความพึงพอใจในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม พบว่า นิสิตที่มีเพศต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมไม่แตกต่างกัน ส่วนนิสิตที่กำลังศึกษาในชั้นปีที่ต่างกันและนิสิตสังกัดคณะที่ต่างกัน มีความพึงพอใจโดยรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 3) เพื่อศึกษาอิทธิพลของปัจจัยในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ ที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตในการบริหารจัดการภูมิทัศน์ภายในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการภูมิทัศน์สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความพึงพอใจของนิสิตได้สูงถึงร้อยละ 93.5 ($R^2 = 0.935$) โดยพบว่า ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย (Accessibility and Convenience) เป็นปัจจัยทำนายที่มีอิทธิพลสูงสุด ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าประสิทธิภาพของการวางแผนเมืองและการออกแบบพื้นที่ที่เน้นความสะดวกในการสัญจร ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในตำแหน่งที่เหมาะสม เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนิสิตมากที่สุด ในทางตรงกันข้าม ความสัมพันธ์เชิงลบที่พบในด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา (Cleanliness and Maintenance) บ่งชี้ว่าจำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน นอกจากนี้ความแตกต่างของระดับความพึงพอใจที่แปรผันตามสังกัดคณะและชั้นปีการศึกษา ยังแสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการภูมิทัศน์ที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้นำเสนอหลักฐานเชิงประจักษ์ที่เป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับผู้บริหารมหาวิทยาลัยและนักวางแผนภูมิทัศน์ อีกทั้งยังช่วยเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการด้านการจัดการสภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษาในบริบทของประเทศไทย ผลการศึกษาชี้ชัดว่า “ด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย” เป็นปัจจัยทำนายที่ทรงอิทธิพลที่สุด โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของระดับความพึงพอใจได้สูงถึงร้อยละ 93.5 ($R^2 = 0.935$) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความเชื่อมโยงที่ซับซ้อนระหว่างปัจจัยแวดล้อมกับความคาดหวังของผู้ใช้งาน ในทางกลับกัน “ด้านความสะอาดและการบำรุงรักษา” ถูกระบุว่าเป็นจุดอ่อนและเป็นสาเหตุโดยตรงที่ก่อให้เกิดความไม่พึงพอใจ ซึ่งบ่งชี้ว่าฝ่ายบริหารจำเป็นต้องกำหนดมาตรการแก้ไขปัญหานี้โดยเร่งด่วนเพื่อให้เกิดการพัฒนาที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยนี้ มหาวิทยาลัยมหาสารคามควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงและบริหารจัดการในประเด็นดังนี้

1.1 ผู้บริหารและผู้วางแผนการจัดการภูมิทัศน์ ควรให้ความสำคัญสูงสุดกับด้านการเข้าถึงและความสะดวกสบาย สะท้อนให้เห็นว่าการวางแผนเมืองและการออกแบบพื้นที่ที่เน้นความสะดวกในการสัญจร ระบบป้ายสัญลักษณ์ที่ชัดเจน และการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกในตำแหน่งที่เหมาะสม เป็นโครงสร้างพื้นฐานสำคัญต่อความพึงพอใจของนิสิต

1.2 ผู้บริหารและผู้วางแผนการจัดการภูมิทัศน์ควรดำเนินการแก้ไขปัญหาด้านความสะอาดและการบำรุงรักษาโดยเร่งด่วน เช่น ปรับปรุงระบบการจัดการขยะ การทำความสะอาดพื้นที่สาธารณะ และการบำรุงรักษาโครงสร้างพื้นฐานและภูมิทัศน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อให้ความพึงพอใจของนิสิต

1.3 มีความแตกต่างของระดับความพึงพอใจที่แปรผันตามสังกัดคณะและชั้นปีการศึกษา ดังนั้นมหาวิทยาลัยจึงจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การจัดการภูมิทัศน์ที่ยืดหยุ่นและตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของผู้ใช้งานแต่ละกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเจาะลึกเพิ่มเติมในแต่ละคณะว่าเหตุใดจึงมีความพึงพอใจที่แตกต่างกัน และเพิ่มประเด็นเกี่ยวกับความต้องการ เช่น การออกแบบโซนภูมิทัศน์สำหรับคณะต่างๆ การปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อจะได้มีองค์ความรู้ใหม่เพิ่มมากขึ้นอันจะเป็นประโยชน์ต่อทั้งส่วนหน่วยงานและส่วนของนิสิต บุคลากร ที่เกี่ยวข้อง

2.2 ควรมีการศึกษาแบบเฉพาะเจาะจงเกี่ยวกับการจัดการภูมิทัศน์อย่างลึกซึ้ง โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อสังเกตการเปลี่ยนแปลงตามฤดูกาล และเพิ่มตัวแปรอื่นๆ เช่น ความหวาดกลัว ความเหงา ความเชื่อมโยงทางสังคม ความเชื่อ เป็นต้น เพื่อสร้างความพึงพอใจ และสามารถแก้ปัญหาได้อย่างสอดคล้องกับความต้องการหลากหลายของผู้ใช้งาน

เอกสารอ้างอิง

- Allen, I. E., & Seaman, C. A. (2007). Likert Scales and Data Analyses. *Quality Progress*, 40(7), 64-65.
- Astin, A. W. (1993). *What Matters in College? Four Critical Years Revisited*. Jossey-Bass.
- Becher, T., & Trowler, P. R. (2001). *Academic Tribes and Territories: Intellectual Enquiry and the Culture of Disciplines* (2nd ed.). Society for Research into Higher Education & Open University Press.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in education* (10th ed.). Pearson Education.
- Bitner, M. J. (1992). Servicescapes: The Impact of Physical Surroundings on Customers and Employees. *Journal of Marketing*, 56(2), 57-71.
- Chen, Y., & Li, M. (2021). Perception of Campus Environment and Its Impact on Student Satisfaction and Sense of Belonging. *Journal of Higher Education and Development*, 14(3), 250-265.
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.
- Conroy, R. M. (2018). *The RCSI Sample Size Handbook a Rough Guide*. Royal College of Surgeons in Ireland. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.30497.51043>.
- Cook, T. W., & VanDerZanden, A. M. (2011). *Sustainable Landscape Management: Design, Construction, and Maintenance*. John Wiley & Sons.
- Cozens, P. M., Saville, G., & Hillier, D. (2005). Crime Prevention Through Environmental Design [CPTED]: A Review and Modern Bibliography. *Property Management*, 23(5), 328-356.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches* (4th ed.). Sage Publications.
- Gehl, J. (2010). *Cities for People*. Island Press.
- Gifford, R. (2014). *Environmental Psychology: Principles and Practice* (5th ed.). Optimal Books.
- Hair, J. F., Black, W., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Annabel Ainsco.
- Hayes, B. E. (2008). *Measuring Customer Satisfaction and Loyalty: Survey Design, Use, and Statistical Analysis Methods* (3rd ed.). ASQ Quality Press.
- Herzberg, F. (1966). *Work and the Nature of Man*. World Publishing Company.
- Ingels, J. E. (2009). *Landscaping: Principles and Practices* (7th ed.). Cengage Learning.
- Israel, G. D. (1992). *Determining Sample Size*. Program Evaluation and Organizational Development, IFAS, University of Florida. PEOD-6.

- Kano, N., Seraku, N., Takahashi, F., & Tsuji, S. (1984). Attractive Quality and Must-be Quality. *Journal of the Japanese Society for Quality Control*, 14(2), 39-48.
- Kaplan, R., & Kaplan, S. (1989). *The Experience of Nature: A Psychological Perspective*. Cambridge University Press.
- Kellert, S. R., Heerwagen, J. H., & Mador, M. L. (Eds.). (2008). *Biophilic Design: The Theory, Science, and Practice of Bringing Buildings to Life*. John Wiley & Sons.
- Kline, R. B. (2023). *Principles and Practice of Structural Equation Modeling* (5th ed.). The Guilford Press.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson.
- Kozinets, R. V. (2020). *Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research* (3rd ed.). Sage Publications.
- Krueger, R. A., & Casey, M. A. (2015). *Focus Groups: A Practical Guide for Applied Research* (5th ed.). Sage Publications.
- Likert, R. (1932). A Technique for the Measurement of Attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1-55.
- Maharakham University. (2025, June 16). *Home*. (In Thai). Creative Thailand. <https://www.msu.ac.th/th/หน้าแรก-n/>.
- Marcus, C. C., & Francis, C. (Eds.). (1998). *People Places: Design Guidelines for Urban Open Space* (2nd ed.). Van Nostrand Reinhold.
- Nassauer, J. I. (1995). Messy Ecosystems, Orderly Frames. *Landscape Journal*, 14(2), 161-170.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17(4), 460-469. <https://doi.org/10.1177/002224378001700405>.
- Paepuak, S., & Sirisunhirun, S. (2023). Guidelines for Being a Green University for Sustainable Development of Higher Education Institutions. *Journal of Integrated Social Sciences, Mahidol University*, 10(2), 171-191. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/issmu/article/view/265225>.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988). SERVQUAL: A Multiple-item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40. https://www.researchgate.net/publication/200827786_SERVQUAL_A_Multiple-item_Scale_for_Measuring_Consumer_Perceptions_of_Service_Quality.
- Pascarella, E. T., & Terenzini, P. T. (2005). *How College Affects Students: A Third Decade of Research* (Vol. 2). Jossey-Bass.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative Research & Evaluation Methods: Integrating Theory and Practice* (4th ed.). Sage Publications.
- Phuseeorn, S. (2024). *Kan Wichai Lae Phatthana Thang Kan Sueksa* [Educational Research and Development] (4th ed.). Taksila Printing. (In Thai)
- Rueannakarn, P. (2016). *Tua Baep Choeng Sen Thua Pai* [General linear model]. Taksila Printing. (In Thai)
- Salkind, N. J. (2010). *Encyclopedia of Research Design* (Vol. 1). SAGE Publications.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. L. (2019). *Consumer Behavior* (12th ed.). Pearson.
- Srisa-ard, B. (2002). *Basic Research* (7th ed.). Bangkok: Suviriyasarn. (In Thai)
- Suwartha, N., & Sari, R. F. (2013). Evaluating UI Green Metric as a Tool to Support Green Universities Development: Assessment of the Year 2011 Ranking. *Journal of Cleaner Production*, 61, 46-53. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2013.02.034>.
- Ulrich, R. S. (1983). Aesthetic and Affective Response to Natural Environment. In I. Altman & J. F. Wohlwill (Eds.), *Behavior and the Natural Environment* (85-125). Plenum Press.

- Williams, L., Smith, E., Nguyen, T., & Lee, J. (2020). Green Spaces in Universities: A Systematic Review of Their Effects on Student Mental Health. *Journal of Environmental Psychology*, 70, Article 101485.
- Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed.). Harper and Row Publications.
- Yuan, X., Zuo, J., & Huisingh, D. (2013). Green Universities in China: What Matters?. *Journal of Cleaner Production*, 61, 36-45. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.12.030>.

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์เผยแพร่บทความ ดังนั้นจึงกำหนดให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องต้องปฏิบัติตามหลักการและมาตรฐานด้านจริยธรรมในการตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด โดยปรับปรุงและเพิ่มเติมจาก Committee on Publication Ethics โดยศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre) (สืบค้นจาก <https://www.publicationethics.org/files/2008%20Code%20of%20Conduct.pdf>) รายละเอียดดังนี้

บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการและกองบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการจะต้องกำกับติดตามดูแลให้การดำเนินงานของวารสารเป็นไปตามนโยบายและวัตถุประสงค์ให้ถูกต้องตามจริยธรรม/จรรยาบรรณ ตามประกาศของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) เรื่อง การประเมินด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวารสารวิชาการไทยในฐานข้อมูล TCI พ.ศ. 2566 วันที่ 21 กรกฎาคม 2566
2. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการมีหน้าที่พิจารณาและตรวจสอบบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์กับวารสารทุกบทความ โดยพิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหาบทความกับเป้าหมายและขอบเขตของวารสาร รวมถึงตรวจสอบคุณภาพบทความในกระบวนการประเมินคุณภาพบทความก่อนการตีพิมพ์
3. บรรณาธิการมีหน้าที่จัดพิมพ์คำแนะนำแก่ผู้เขียนบทความในทุกประเด็นที่ผู้เขียนบทความควรรับทราบ และควรมีการปรับปรุงคำแนะนำให้ทันสมัยอยู่เสมอพร้อมทั้งควรมีการอ้างอิงหรือการเชื่อมโยงกับระเบียบดังกล่าวนี้ด้วย
4. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องใช้หลักการพิจารณาบทความโดยอิงเหตุผลทางวิชาการเป็นหลัก และต้องไม่มีอคติต่อผู้เขียนบทความและบทความที่พิจารณาไม่ว่าด้วยกรณีใด บรรณาธิการไม่ควรเปลี่ยนแปลงการตัดสินใจในการตอบรับบทความที่ถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ไปแล้ว ยกเว้นมีปัญหาร้ายแรงเกิดขึ้นในระหว่างการส่งบทความมารับการพิจารณา
5. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่มีส่วนได้ส่วนเสียกับผู้เขียนบทความหรือผู้ทรงคุณวุฒิ ไม่ว่าจะเพื่อประโยชน์ในเชิงธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการของตนเอง
6. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องไม่ปิดกั้น เปลี่ยนแปลง หรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนบทความ และมีระบบปกป้องข้อมูลส่วนตัวของผู้ประเมินบทความ
7. บรรณาธิการต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของผู้เขียนบทความ และผู้ประเมินบทความแก่บุคคลอื่นๆ ที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงเวลาของการประเมินบทความ ซึ่งวารสารได้กำหนดในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer-reviewed)
8. บรรณาธิการและกองบรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด คงไว้ซึ่งความถูกต้องของผลงานวิชาการ และรักษามาตรฐานการดำเนินการทุกอย่างเพื่อให้มั่นใจในคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์และรับรองคุณภาพของงานวิจัยที่ได้รับการตีพิมพ์ตามมาตรฐานสากลที่ได้รับการยอมรับ
9. บรรณาธิการมีความรับผิดชอบในการปรับปรุงวารสารอย่างสม่ำเสมอ และขอรับการประเมินมาตรฐานคุณภาพวารสารวิชาการ
10. บรรณาธิการมีหน้าที่ปกป้องมาตรฐานของทรัพย์สินทางปัญญาจากความต้องการทางธุรกิจ
11. บรรณาธิการมีหน้าที่จัดการต่อข้อร้องเรียน กรณีมีการร้องเรียนต้องร้องเรียนเป็นลายลักษณ์อักษรไปที่บรรณาธิการโดยตรงก่อนในขั้นตอนแรกควรทำการร้องเรียนอย่างเป็นลายลักษณ์อักษรต่อบรรณาธิการวารสาร โดยตรงหากข้อร้องเรียนไม่ได้รับการแก้ไขเป็นที่น่าพอใจ ก็สามารถยื่นข้อร้องเรียนนั้นต่อคณะกรรมการต้นสังกัดของบรรณาธิการ
12. หากบรรณาธิการตรวจพบว่า บทความมีการคัดลอกหรือความซ้ำบทความอื่นโดยมิชอบ หรือมีการปลอมแปลงข้อมูล ซึ่งสมควรถูกถอดถอน แต่ผู้เขียนบทความปฏิเสธที่จะถอนบทความ บรรณาธิการสามารถดำเนินการถอนบทความได้โดยไม่ต้องได้รับความยินยอมจากผู้เขียนบทความซึ่งถือเป็นสิทธิและความรับผิดชอบต่อบทความของบรรณาธิการ

13. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล ทั้งด้วยตนเองและคณะทำงานในเรื่องจำนวนและคุณภาพการอ้างอิงของวารสารที่ติดไปจากสภาพความเป็นจริง เช่น มีการกำกับและร้องขอให้มีการอ้างอิงบทความในวารสารทั้งในลักษณะลับหรือเปิดเผย และมีการใช้อ้างอิงที่ไม่ถูกต้องและสอดคล้องกับเนื้อหา

15. บรรณาธิการต้องกำกับติดตามดูแล การเก็บค่า Page charge หรือ processing fee คือ ต้องมีการดำเนินการอย่างโปร่งใส เช่น กำหนดให้มีการประกาศกระบวนการเรียกเก็บอย่างชัดเจน หรือ ระบุราคาหรือเงื่อนไขของการเรียกเก็บค่า Page charge ตามที่ระบุได้ประกาศไว้อย่างเคร่งครัด

บทบาทหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1. บทความที่ผู้เขียนบทความส่งมาเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์หรือเผยแพร่ที่ไหนมาก่อน ให้ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความและผู้ส่งบทความผ่านระบบโดยตรง

2. ผู้เขียนบทความต้องทำการอ้างอิงให้ถูกต้องตามหลักเกณฑ์ของวารสารทุกครั้งเมื่อนำผลงานของผู้อื่นมานำเสนอหรืออ้างอิงประกอบในเนื้อหาของบทความของตนเอง และต้องไม่คัดลอกผลงานของผู้อื่น ซึ่งวารสารได้กำหนดการคัดลอกหรือความซ้ำของผลงาน โดยอ้างอิงเปอร์เซ็นต์ความคล้ายกับเอกสารที่อยู่ในกระบวนการทั้งหมด และเอกสารที่เผยแพร่แล้วด้วยโปรแกรม CopyCatch จากเว็บไซต์ Thaijo โดยทางวารสารได้กำหนดค่าการคัดลอกหรือความซ้ำทั้งหมดไว้ในระดับ ไม่เกิน 25% (หากเกิน 25% บทความจะถูกปฏิเสธโดยไม่ต้องผ่านการพิจารณา วารสารจะแนะนำให้แก้ไขบทความก่อนส่งกลับมาใหม่) นอกจากนี้ หากวารสารตรวจพบว่ามีส่วนใดส่วนหนึ่งของเนื้อหาบทความมีการคัดลอกหรือความซ้ำเกิน 3% จากผลงานของผู้อื่น วารสารจะแนะนำให้ผู้เขียนบทความให้อ้างอิงแหล่งข้อความต้นฉบับนั้นๆ ทันที โดยมีผลตั้งแต่วันที่เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2568 เป็นต้นไป

3. ผู้เขียนบทความจะต้องมีความรับผิดชอบในการอ้างอิงเนื้อหาในผลงาน ภาพหรือตาราง หากมีการนำมาใช้ในบทความของตนเอง โดยให้อ้างอิงแหล่งที่มาหรือระบุ “ที่มา” เพื่อป้องกันการละเมิดลิขสิทธิ์ หากมีการฟ้องร้องจะเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความแต่เพียงผู้เดียว ทางวารสารจะไม่รับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น และวารสารจะดำเนินการถอนบทความออกจากการเผยแพร่ของวารสารทันที

4. ผู้เขียนบทความจะต้องปรับแต่ง แก้ไขบทความตามข้อเสนอของผู้ทรงคุณวุฒิให้ครบถ้วนสมบูรณ์ หากไม่สามารถดำเนินการแก้ไขหรือไม่ประสงค์แก้ไขตามข้อเสนอแนะได้ ผู้เขียนบทความจะต้องอธิบายเหตุผลในเชิงวิชาการเท่านั้น และการจัดพิมพ์ให้เป็นไปตามรูปแบบของวารสารในหัวข้อ “คำแนะนำสำหรับผู้เขียน” โดยเฉพาะหัวข้อรูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ อันจะนำไปสู่บทความที่มีรูปแบบการตีพิมพ์ที่ได้มาตรฐานเดียวกัน

5. ผู้เขียนบทความทุกคนที่มีชื่อปรากฏอยู่ในบทความจะต้องเป็นผู้มีส่วนในการจัดทำบทความหรือมีส่วนในการดำเนินการวิจัย ทั้งนี้ผู้เขียนบทความที่มีชื่อในบทความจะต้องเป็นผู้ดำเนินการส่งบทความเข้าระบบเพื่อขอรับพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่ลงในวารสาร หากไม่เป็นไปตามที่กำหนดไว้ข้างต้น วารสารจะดำเนินการถอนบทความออกจากการเผยแพร่ของวารสารทันที

6. ผู้เขียนบทความควรระบุเลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัย (ถ้ามี) ชื่อแหล่งทุนที่ให้การสนับสนุนในการดำเนินงานวิจัย (ถ้ามี) และควรระบุผลประโยชน์ทับซ้อน (ถ้ามี)

7. ผู้เขียนบทความต้องยินยอมให้สิทธิ์แก่วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ในการเผยแพร่ผลงาน และไม่นำผลงานไปเผยแพร่หรือตีพิมพ์กับแหล่งอื่นๆ หลังจากที่ได้รับการตอบรับการตีพิมพ์กับวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย แล้ว

บทบาทหน้าที่ของผู้ทรงคุณวุฒิประเมินบทความ

1. ผู้ทรงคุณวุฒิควรมีจรรยาบรรณสำหรับการพิจารณาคุณภาพบทความ เช่น ต้องรับพิจารณาบทความตามความถนัดของตนเอง หรือมีคุณวุฒิหรือมีความเชี่ยวชาญเกี่ยวกับเนื้อหาบทความที่ได้รับการทาบทามให้พิจารณาประเมินนั้นๆ ต้องพิจารณาหรือวิเคราะห์บทความอย่างเข้มข้น ต้องคำนึงถึงคุณภาพบทความเป็นหลัก และพิจารณาบนหลักการและเหตุผลทางวิชาการ ผู้ทรงคุณวุฒิไม่ควรใช้ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลรองรับมาเป็นเกณฑ์ในการพิจารณาตัดสินบทความ หากตระหนักว่า ตนเองอาจมีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้เขียนบทความที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อคิดเห็นและข้อเสนอแนะอย่างอิสระได้ และเป็นบทความที่ตนเองไม่ถนัดหรือไม่มีความเชี่ยวชาญ ควรปฏิเสธการพิจารณาบทความนั้น
2. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องไม่แสวงหาประโยชน์จากบทความที่ตนเองได้ทำการประเมิน เช่น นำข้อมูลบางส่วนหรือทุกส่วนของบทความไปเป็นผลงานของตนเอง
3. หากผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบพบว่าบทความที่รับประเมิน เป็นบทความที่คัดลอกผลงานชิ้นอื่นๆ ผู้ทรงคุณวุฒิต้องแจ้งให้บรรณาธิการทราบทันที พร้อมแสดงหลักฐานประกอบที่ชัดเจน
4. ผู้ทรงคุณวุฒิต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่วารสารกำหนด รวมถึงไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความให้ผู้อื่นได้รับรู้ ต้องรักษาความลับและไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาเพื่อพิจารณาให้แก่บุคคลที่ไม่เกี่ยวข้องในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ รวมถึงหลังจากที่พิจารณาประเมินบทความเสร็จแล้ว

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย (Research and Development Journal, Loei Rajabhat University) เป็นวารสารที่เผยแพร่ผลงานบทความทางวิชาการ/บทความวิจัย/บทความวิทยานิพนธ์ที่หลากหลายในสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ โดยสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบดำเนินการจัดทำวารสาร ซึ่งกำหนดตีพิมพ์วารสารปีละ 4 ฉบับ (รอบ 3 เดือน) บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการกลั่นกรองจากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน (ไม่ใช่สังกัดเดียวกันกับผู้เขียนบทความ) โดยผู้ทรงคุณวุฒิไม่ทราบชื่อและสังกัดของผู้แต่งและผู้แต่งไม่ทราบชื่อผู้ทรงคุณวุฒิ (Double-blind Peer Review) ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งผลงานบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ลงในวารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย ให้ส่งบทความผ่านระบบออนไลน์เท่านั้น ที่เว็บไซต์ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru> โดยมีค่าธรรมเนียมตีพิมพ์เผยแพร่บทความ หากเป็นผลงานบทความของคณาจารย์ และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นผู้แต่งหลัก บทความละ 1,500 บาท บทความของคณาจารย์ และบุคลากรของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย เป็นผู้แต่งร่วม และนักศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย บทความละ 2,000 บาท และบทความของบุคคลภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏเลย บทความละ 5,000 บาท เมื่อบทความเข้าสู่กระบวนการพิจารณาของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) แล้ว ผู้เขียนบทความไม่สามารถขอค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์คืนได้ ไม่ว่าผู้เขียนบทความมีความประสงค์ขอยกเลิกการตีพิมพ์เผยแพร่ หรือบทความไม่ผ่านการพิจารณาคุณภาพ (Reject) หรือกรณีอื่นๆ โดยกองบรรณาธิการได้กำหนดรูปแบบการพิมพ์เนื้อหาของบทความ เพื่อให้อยู่ในมาตรฐานเดียวกันดังต่อไปนี้

ส่วนประกอบของบทความ

1. บทความวิจัย/วิทยานิพนธ์

1.1 ชื่อเรื่อง (ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

1.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน (ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อผู้เขียน ที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน)

1.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ

1.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย (วัตถุประสงค์ของการวิจัย สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงวิธีดำเนินการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัย การนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และองค์ความรู้ใหม่ ภายใน 1 ย่อหน้า ไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ)

1.3.2 คำสำคัญภาษาไทย (ไม่ใช่วลี หรือ ประโยค)

1.4 Abstract and Keywords

1.4.1 **Abstract** (แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย) ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

1.4.2 **Keywords** (แปลจากคำสำคัญภาษาไทย)

1.5 เนื้อเรื่อง

1.5.1 ความเป็นมาของปัญหา (ให้อธิบายถึงเหตุผล และชี้ให้เห็นความสำคัญของงานวิจัยที่ทำ)

1.5.2 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (ให้ระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัยให้ชัดเจน มีความสอดคล้องกับชื่อเรื่อง และผลการวิจัย โดยบอกเป็นข้อๆ ตามลำดับความสำคัญของการวิจัย)

1.5.3 การทบทวนวรรณกรรม (ให้อธิบายถึงแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องที่ศึกษาอย่างเป็นระบบ กระชับ ตรงประเด็น เข้าใจง่าย)

1.5.4 วิธีดำเนินการวิจัย (ให้ระบุประเภทการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ การเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูล)

1.5.5 ผลการวิจัย และอภิปรายผล (ให้แสดงผลการวิจัยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่ผู้อ่านมีความสะดวกและเข้าใจง่าย และอภิปรายผลให้ผู้อ่านเห็นความสัมพันธ์ และความเป็นไปได้ของผลการศึกษา สนับสนุนหรือคัดค้านทฤษฎี เปรียบเทียบหรือตีความเพื่อเน้นความสำคัญของงานให้เข้าใจง่ายที่สุด)

1.5.6 สรุปผลการวิจัย (สรุปข้อค้นพบที่น่าสนใจตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยสรุปข้อค้นพบที่น่าสนใจตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย)

1.5.7 องค์ความรู้ใหม่ (อธิบายถึงการเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาตามประเด็นของบทความ นำเสนอโดยแผนภูมิ แผนภาพ ผังมโนทัศน์ หรือโมเดล (ถ้ามี) พร้อมคำอธิบายเชิงกระบวนการ วิธีการขั้นตอน คุณค่า ประโยชน์ รูปแบบแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ที่ก่อให้เกิดแนวทางขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการส่งเสริม/การพัฒนา/ การเปลี่ยนแปลงของบุคคล สังคม และแสดงให้เห็นว่าความรู้ในเรื่องนั้นๆ ยังไม่มีใครเคยทำมาก่อน รวมถึงเป็นงานบุกเบิกทาง วิชาการ และสร้างผลงานขึ้นมาเพื่อให้คนอื่นค้นคว้าต่อไปได้)

1.5.8 ข้อเสนอแนะ (ให้แนะนำการนำผลจากการวิจัยไปใช้ประโยชน์ และแนะนำสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป)

1.5.9 เลขหนังสือรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (ถ้ามี)

1.5.10 เอกสารอ้างอิง (ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด ให้เขียนเป็นภาษาอังกฤษ ตามรูปแบบ “Publication Manual of the American Psychological Association” (7th Edition) โดยเรียงลำดับตาม ตัวอักษรชื่อผู้แต่ง และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ใน “Referencing Format”)

2. บทความทางวิชาการ

2.1 ชื่อเรื่อง (ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ)

2.2 ชื่อ-สกุล และสังกัดของผู้เขียน (ต้องมีทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษให้ครบทุกคน โดยใส่หมายเลขที่ชื่อ ผู้เขียน ที่เป็นผู้ติดต่อพร้อมอีเมลติดต่อที่ชัดเจน)

2.3 บทคัดย่อและคำสำคัญ

2.3.1 บทคัดย่อภาษาไทย (สรุปเนื้อหาของบทความให้เข้าใจถึงวัตถุประสงค์ของการเขียนบทความ เนื้อหา บทความ และองค์ความรู้ใหม่ ภายใน 1 ย่อหน้า ความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ)

2.3.2 คำสำคัญภาษาไทย (ไม่ใช่วลี หรือประโยค)

2.4 Abstract and Keywords

2.4.1 Abstract (แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย โดยให้มีขนาดและเนื้อหาเหมือนกับบทคัดย่อภาษาไทย) ต้องได้รับการตรวจทานภาษาอังกฤษจากผู้เชี่ยวชาญทางภาษาให้ถูกต้องก่อนการส่งบทความขอตีพิมพ์ในวารสาร

2.4.2 Keywords (แปลจากคำสำคัญภาษาไทย)

2.5 เนื้อเรื่อง

2.5.1 ความนำ ควรประกอบด้วย

1) ความเป็นมาหรือภูมิหลังหรือความสำคัญของเรื่องที่นำเสนอ

2) วัตถุประสงค์ของการนำเสนอบทความที่ต้องการให้ผู้อ่านทราบเรื่องอะไรบ้าง ซึ่งจะต้องสอดคล้อง กับเรื่องหรือเนื้อหาของบทความ

3) ขอบเขตของเรื่องที่นำเสนอ ระบุกรอบในการอ่านโดยการเขียนขอบเขตเพื่อบอกให้ผู้อ่านทราบ และเข้าใจตรงกัน

4) คำจำกัดความ ควรระบุไว้เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้อ่านหากคำเหล่านั้นมีความหมายที่แตกต่างจาก คำทั่วไป หรือคำที่ผู้อ่านอาจจะไม่เข้าใจความหมาย

2.5.2 เนื้อหา (ต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะ อื่นๆ ที่ผู้อ่านดูแล้วเข้าใจ)

2.5.3 บทสรุป (ข้อสรุปประเด็นสำคัญที่ได้จากเนื้อหา ความยาวประมาณ 150 คำ)

2.5.4 องค์ความรู้ใหม่ (อธิบายถึงการเสาะแสวงหาความรู้ หรือคิดค้นพัฒนาตามประเด็นของบทความ นำเสนอ โดยแผนภูมิ แผนภาพ ผังมโนทัศน์ หรือโมเดล (ถ้ามี) พร้อมคำอธิบาย คุณค่าประโยชน์ รูปแบบแนวทางการนำไปใช้ประโยชน์ที่ ก่อให้เกิดแนวทางขั้นตอนการปฏิบัติ เพื่อให้เกิดการส่งเสริม/การพัฒนา/การเปลี่ยนแปลงของบุคคล สังคม และแสดงให้เห็นว่า ความรู้ในเรื่องนั้นๆ เป็นเรื่องใหม่ รวมถึงเป็นงานบุกเบิกทางวิชาการ และสร้างผลงานขึ้นมาเพื่อให้คนอื่นค้นคว้าต่อไปได้)

2.5.5 เอกสารอ้างอิง (ให้ระบุชื่อเอกสารที่ใช้อ้างอิงในเนื้อหาบทความทั้งหมด ให้เขียนเป็นภาษาอังกฤษตามรูปแบบ “Publication Manual of the American Psychological Association” (7th Edition) โดยเรียงลำดับตามตัวอักษร ชื่อผู้แต่ง และการอ้างอิงในเนื้อหาและท้ายบทความต้องสอดคล้องกัน ดังรูปแบบที่อธิบายไว้ใน “Referencing Format”)

ข้อกำหนดในการเตรียมต้นฉบับ

พิมพ์ต้นฉบับโปรแกรม Microsoft Word ชนิดอักษร TH SarabunPSK หรือ TH Sarabun New แบบ 1 คอลัมน์ โดยใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติ จำนวนหน้า 8-15 หน้า ขนาดกระดาษ A4 (210 x 297 mm) ระยะห่างจากขอบกระดาษด้านบน 2.1 ซม. ส่วนด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา มีระยะห่างจากขอบกระดาษด้านละ 2 ซม. การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

1. ชื่อเรื่อง ขนาดตัวอักษร 18 ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ
2. ชื่อผู้เขียน ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติ ว่างขอบด้านขวาหน้ากระดาษ
3. คำสำคัญ (Keywords) หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา เนื้อหาของคำสำคัญ ให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติ จัดชิดขอบกระดาษด้านขวา
4. ชื่อหัวข้อหลักและรอง หัวข้อหลักในบทความให้ใช้ขนาดตัวอักษร 16 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ และหัวข้อย่อยให้ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์
5. รูปแบบตารางและรูปภาพ ชื่อตารางและรูปภาพให้เขียนเป็นภาษาอังกฤษ จัดวางบนตารางโดยใช้ขนาดตัวอักษร 15 ตัวหนา จัดให้ชิดขอบด้านซ้ายของคอลัมน์ ส่วนชื่อตารางและรูปภาพ ใช้ขนาดตัวอักษร 15 ปกติ
6. ความห่างระหว่างข้อความ การเว้นวรรคระหว่างประโยคให้เคาะเว้นวรรค 2 ครั้ง กรณีที่ขึ้นหัวข้อใหม่ (หัวข้อหลัก) ให้กด Enter 1 ครั้ง

Referencing Format

In-text citation and references must follow the 7th edition of Publication Manual of American Psychological Association style, with all references in English throughout the entire article.

1. In-text citations

1.1 Author-date citation

Author type	Parenthetical citation	Narrative citation
One author	(Johnson, 2020)	Johnson (2020)
Two authors	(Urry & Larsen, 2011)	Urry and Larsen (2011)
Three or more authors	(Kiatsongchai et al., 2020)	Kiatsongchai et al. (2020)
Group author with abbreviation		
First citation	(World Health Organization [WHO], 2023)	World Health Organization [WHO], (2023)
Subsequent citation	(WHO, 2023)	WHO (2023)
Group author without abbreviation	(Loei Rajabhat University, 2024)	Loei Rajabhat University (2024)

1.2 Figures

1.2.1 Figures from an article

Format:

Note. Explanations to supplement or clarify information in the image. From [or Adapted from] “Title of Article,” by First Initial. Second Initial. Author Surname, Year, *Journal Title*, Volume(Issue), page number (url or doi if from an ejournal). Copyright Year by Name of Copyright Holder [or In the public domain or Creative Commons license abbreviation]. Reprinted with permission. [or Adapted with permission.] if permission is sought and obtained.

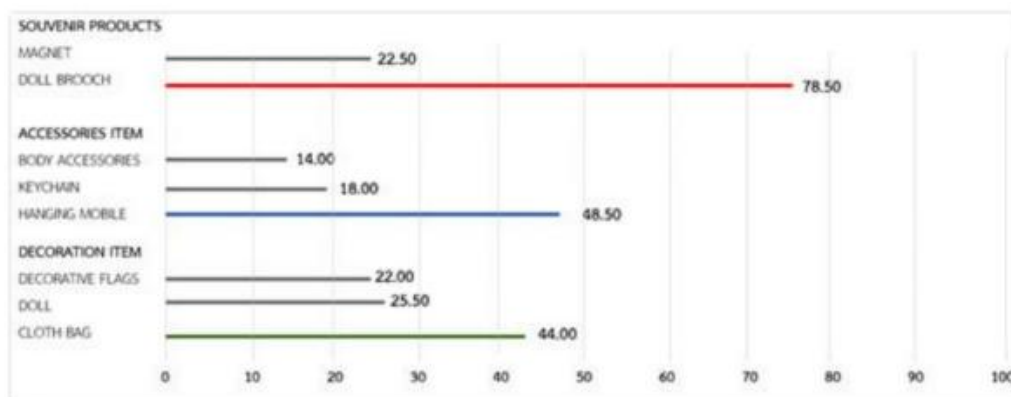


Figure 1 Consumer survey of souvenir product

Note. The information of customers' behaviors and demands for tie-dye products. From “Product value addition for Ban Hua Kuan Tie Dye Art Community Enterprise Group, Sathon Sub-district, Songkhla Province,” by T. Laykaphun et al., 2024, *Area based development research journal*, 16(1), 80, ([https:// so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/269553/176399](https://so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/269553/176399)).

Reference:

Laykaphun, T., Esamah, A., Junsuk, P., Wattanakul, M., & Junker, T. (2024). Product Value Addition for Ban Hua Kuan Tie Dye Art Community Enterprise Group, Sathon Sub-district, Songkhla Province. *Area Based Development Research Journal*, 16(1), 75-86. <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/abcjournal/article/view/269553/176399>

1.2.2 Figure from website

Format:

Note. From *Name of photograph* [Photograph], by First Initial. Second Initial. Author Surname [or Group Author], Year, Site Name [omit if same as Group Author] (url). Copyright Year by Name of Copyright Holder [or In the public domain or Creative Commons license abbreviation]. Reprinted with permission. [or Adapted with permission.] if permission is sought and obtained.



Figure 2 Kaeng Kood Koo

Note. From Kaeng Kood Koo - Chiang Khan, Loei [Photograph], by T. Tan, 2015, Flickr (https://www.flickr.com/photos/thanate_tan/23899118016). CC BY 2.0 DEED

Reference:

Tan, T. (2015). Kaeng Kood Koo - Chiang Khan, Loei [Photograph]. Flickr. https://www.flickr.com/photos/thanate_tan/23899118016

1.3 Tables

1.3.1 Copied table

This table has been copied from the journal article and is the first table used in your work. As such the Table number reflects the position in your work. The table title and note also reflect its relevance to your use of it.

As the table is copied from another source, a full end-text reference will also be required.

Table 1 Chemical composition, sugar content and bacterial contamination in honey after solving the problem from the central laboratory

Test list	Test results				Standard value
	Normal honey		Spoiled honey		
	Sample 1	Sample 2	Sample 1	Sample 2	
Acidity (mEq)	59.22	62.13	52.27	52.66	< 40 mEq/kg
Moisture (g)	23.88	25.45	23.49	27.64	< 21 g/100g
Total sugar (g)	73.04	73.52	68.61	71.23	g/100g
Fructose (g)	34.96	35.46	33.21	33.80	g/100g
Glucose (g)	36.68	36.63	34.33	36.30	g/100g
Sucrose (g)	Not Detected	< 0.20	< 0.20	Not Detected	< 5 g/100g
Maltose (g)	1.4	1.43	1.07	1.13	g/100g
Salmonella spp.	Not detected	Not detected	Not detected	Not detected	Not detected
Staphylococcus aureus (CFU)	< 10	< 10	< 10	< 10	≤ 100 CFU/g
Yeast and molds (CFU)	1.4×10 ⁴	2.8×10 ⁵	2.4×10 ⁴	8.7×10 ⁴	≤ 10 CFU/g

Note. Source from Janruang, P. (2024), p 68.

Reference

Janruang, P., Timkhum, P., Chanchai, W., & Imtub, S. (2024). Enhancing Wild Honey Harvesting and Creating Added Value to Sustainable Community Living of Santharukphuengpar Community Enterprise, Nan Province. *Area Based Development Research Journal*, 16(1), 63-74. CC-BY-NC-ND

1.3.2 Created table

This is an example of a typical table that might be generated to represent data created by a student or researcher as part of their studies.

Include table notes if needed to describe contents of the figure that cannot be understood from the table title or body alone. Table notes are placed beneath the table

Table 1 *Local food activities in Loei province*

Local food activities	Percentage
Eating	12.07
Local performance dinner	12.93
Local festival	21.55
Local taste	11.21
Shopping food ingredients in the local market	9.48

Note. n=459, multiple responses

2. Book

2.1 Book with a single author

Parenthetical citation	(Vanhove, 2018)
Narrative citation	Vanhove (2018)

Format:

Author surname, Initial(s). (Year). *Title of book* (edition). Publisher. DOI (if there is one)

Format for editions:

- Second edition = (2nd ed.)
- Revised edition = (Rev. ed.)
- 5th Revised edition = (5th ed., rev.)

Reference:

Vanhove, N. (2022). *The Economics of Tourism Destinations: Theory and Practice* (4th ed). Routledge.
<https://doi.org/10.4324/9781003258186>

2.2 Book with two authors

Parenthetical citation	(Urry & Larsen, 2011)
Narrative citation	Urry and Larsen (2011)

Format:

Author Surname, Initial(s)., & Author Surname, Initial(s). (Year). *Book title: Subtitle*. Publisher. DOI (if there is one)

Reference:

Urry, J., & Larsen, J. (2011). *A Review of: 'The Tourist Gaze 3.0'*. Sage. <https://doi.org/10.1080/14616688.2012.699095>

2.3 Book with three to 20 authors

Parenthetical citation (Shove et al., 2012)

Narrative citation Shove et al. (2013)

Format:

Author Surname, Initial(s), Author Surname, Initial(s), & Author Surname, Initial(s). (Year). *Book title: Subtitle*. Publisher. DOI (if there is one)

Reference:

Shove, E., Pantzar, M., & Watson, M. (2012). *The Dynamics of Social Practice: Everyday Life and How It Changes*. Sage.

2.4 Edited book

Parenthetical citation (Smith, 2008)

Narrative citation Smith (2008)

Format:

Editor Surname, Initial(s). (Ed.). (Year). *Book title: Subtitle*. Publisher. DOI (if there is one)

Reference:

Smith, J. A. (Ed.). (2008). *Qualitative Psychology: A Practical Guide to Research Methods*. Sage. Büscher, M., Urry, J., and Witchger, K. (Eds.). (2010). *Mobile Methods*. Routledge.

2.5 Chapter in an edited book

Parenthetical citation (Popa & Spiridon, 1998)

Narrative citation Popa and Spiridon (1998)

Format:

Chapter Author Surname, Initials., & Chapter Author Surname, Initials. (Year). Title of chapter: Subtitle. In Editor's Initial(s). Surname & Editor's Initial(s). Surname (Eds.), *Title of book* (pp. page numbers of chapter). Publisher.

Reference:

Popa, V.I., & Spiridon, J. (1998). Hemicelluloses: Structure and Properties. In S. Dumitriu (Ed.), *Polysaccharides: Structural Diversity and Functional Versatility* (pp 297-311). Marcel Dekker
Coulter, R. H., & Zaltman, G. (1994). Using the Zaltman Metaphor Elicitation Technique to Understand Brand Images. In C. T. Allen & D. Roedder (Eds.), *NA – Advances in Consumer Research* (Vol. 21, pp. 501–507). Association for Consumer Research.

2.6 Ebook

Parenthetical citation	(Gladwell, 2008)
Narrative citation	Gladwell (2008)

Format:

Author Surname, Initial(s)., & Author surname, Initial(s). (Year). *Book title: Subtitle*. Publisher. URL

Reference:

Gladwell, M. (2008). *Outliers: The Story of Success*. Little, Brown and Company. https://www.amazon.com/Outliers-Story-Success-Malcolm-Gladwell-ebook/dp/B001ANYDAO/ref=tmm_kin_swatch_0?_encoding=UTF8&qid=&sr=

2.7 Book with no author

Parenthetical citation (Quotation) (Webster's Basic English Dictionary, 2000)

Format:

Book title: Subtitle. (Year). Publisher. DOI (if there is one)

Reference:

Webster's Basic English Dictionary. (2000). Merriam-Webster.

2.8 Encyclopedia

2.8.1 Print encyclopedia with individual author

Parenthetical citation (quotation) (Keener & Pelfrey, 2017)

Format:

Author Surname [of Entry], Initial(s). (Year). Article title. In Editor(s) Initial(s). Surname(s) (Ed.(s.), *Reference book title: Subtitle* (ed. (edition), Vol. (volume), pp. (page numbers). Publisher. DOI (if there is one)

Reference:

Keener, S., & Pelfrey, W. V. (2017). Cyberbullying. In E. K. Nadal (Ed.), *The SAGE Encyclopedia of Psychology and Gender* (Vol. 1, pp. 417-418). Sage. <http://dx.doi.org/10.4135/9781483384269>

King, P.N., & Wester L. (1998). Hawaii. In *The World Book Encyclopedia* (Vol. 9, pp. 88-110). World Book.

2.8.2 Entry in online dictionary/encyclopedia (with group authors - continuously updated)

Notes: When an online reference work is continuously updated, use “n.d.” as the year of publication and include a retrieval date.

Parenthetical citation	(Oxford University Press, n.d.)
Narrative citation	Oxford University Press (n.d.)

Format:

Author. (n.d.). Title of entry. In *title of dictionary/encyclopedia*. Retrieved month date, year, from URL

Reference:

Oxford University Press. (n.d.). Tourist. In *Oxford English Dictionary*. Retrieved May 20, 2024, from https://www.oed.com/dictionary/tourist_n?tab=factsheet#18108703

3. Journal articles

3.1 Journal article with one author

Parenthetical citation	(Morrison, 2018)
Narrative citation	Morrison (2018)

Format:

Author Surname, Initial(s). (Year). Article title: Subtitle. *Journal Title*, Volume(Issue), page numbers.
[https://doi: xx.xxxxxxxx](https://doi.org/xx.xxxxxxxx) OR nondatabase URL

Reference:

Morrison, A. (2018). Hospitality Research: Legacies and Futures. *Tourism Management Perspectives*, 25, 189–192. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.01.005>

3.2 Journal article with two authors

Parenthetical citation	(Lepp & Gibson, 2008)
Narrative citation	Lepp and Gibson (2008)

Format:

Author Surname, Initial(s), & Author Surname, Initial(s). (Year). Article title: Subtitle. *Journal Title*, Volume(Issue), page numbers. <https://doi.org/xx.xxxxxxxx> OR nondatabase URL

Reference:

Lepp, A., & Gibson, H. (2008). Sensation Seeking and Tourism: Tourist Role, Perception of Risk and Destination Choice. *Tourism Management*, 29(4), 740–750. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2007.08.002>

3.3 Journal articles with three to 20 authors

Parenthetical citation	(Meissner et al., 2023)
Narrative citation	Meissner et al. (2023)

Format:

Author Surname, Initial(s), Author surname, initial(s), Author Surname, Initial(s), Author Surname, Initial(s), Author surname, Initial(s), & Author Surname, Initial(s) [list all authors and insert an ampersand before the last author]. (Year). Article title: Subtitle. *Journal Title*, Volume(Issue), page numbers.
<https://doi.org/xx.xxxxxxxx> OR nondatabase URL

Reference:

Meissner, T., Gassmann, X., Faure, C., & Schleich, J. (2023). Individual Characteristics Associated with Risk and Time Preferences: A Multi Country Representative Survey. *Journal of Risk and Uncertainty*, 66(1), 77–107. <https://doi.org/10.1007/s11166-022-09383-y>

3.4 Journal articles with 21 or more authors

Parenthetical citation	(Vos et al., 2019)
Narrative citation	Vos et al. (2019)

Format:

Author Surname, Initial(s)., (list the next 18 authors) ... (final) Author Surname, Initial(s). (Year). Article title:Subtitle. Journal Title, Volume(Issue), page numbers. <https://doi.org/xx.xxxxxxxx> OR nondatabase URL

Reference:

Kalnay, E., Kanamitsu, M., Kistler, R., Collins, W., Deaven, D., Gandin, L., Iredell, M., Sha, S., White, G., Woollen, J., Zhu, Y., Chelliah, M., Ebisuzaki, W., Higgins, W., Janowiak, J., Mo, K. C., Ropepelewski, C., Wang, J., Leetmaa, A., ... Joesph, D. (1996). The NCEP/NCAR 40-year Reanalysis Project. *Bulletin of the American Meteorological Society*, 77(3), 437-471. <https://doi.org/fg6rf9>

3.5 Special Issue and special section in a journal

3.5.1 Special Issue

Parenthetical citation	(Pollak et al., 2019)
Narrative citation	Pollak et al. (2019)

Format:

Editor surname, Initial(s)., Editor surname, Initial(s)., & Editor Surname, Initial(s). (Eds.). (Year). Title of special issue [Special issue]. *Journal title, volume(issue)*.

Reference:

Pollak, S. D., Camras, L. A., & Cole, P. M. (Eds.). (2019). New Perspectives on the Development of Human Emotion [Special issue]. *Developmental Psychology*, 55(9).

3.5.2 Special Section

Parenthetical citation	(Lilienfeld, 2018)
Narrative citation	Lilienfeld (2018)

Format:

Editor Surname, Initial(s). (Ed.). (Year). Article title [Special section]. *Journal title, volume(issue)*, page range.

Reference:

Lilienfeld, S. O. (Ed.). (2018). Heterodox Issues in Psychology [Special section]. *Archives of Scientific Psychology*, 6(1), 51-104.

3.6 Journal articles with an article number instead of page numbers

Parenthetical citation	(Adema et al., 2023)
Narrative citation	Adema et al. (2020)

Format:

Author Surname, Initial(s). (Year). Article title: Subtitle. *Journal Title*, Volume(Issue), article number.
[https://doi: xx.xxxxxxxx](https://doi.org/xx.xxxxxxxx) OR nondatabase URL

Reference:

Adema, J., Nikolka, T., Poutvaara, P., & Sunde, U. (2022). On the Stability of Risk Preferences: Measurement Matters. *Economics Letters*, 210, 10172. <https://doi.org/10.1016/j.econlet.2021.110172>

4. Official publications and reports

Notes

This section includes official reports (e.g. government documents and guidance), annual reports, research reports, guidance documents, fact sheets, brochures, etc. which have been produced by government, academics, charities, business and industry. A lot of this type of literature falls within the category of grey literature and usually covers original research. They are typically PDF documents which can be downloaded from the organisation's website

4.1 Government report (print)

Parenthetical citation	National Cancer Institute (2018)
Narrative citation	National Cancer Institute (2018)

Format:

Author or Corporate Author. (Year). *Title* (Report No.). Publisher (if different from the author).

Reference:

National Cancer Institute. (2018). *Facing Forward: Life After Cancer Treatment* (NIH Publication No. 18-2424). U.S. Department of Health and Human Services, National Institutes of Health.

4.2 Government report (online)

Parenthetical citation	(World Health Organization, 2014)
Narrative citation	World Health Organization (2014)

Format:

Author or Corporate Author. *Title*. Publisher (if different from the author). URL

Reference:

World Health Organization. (2014). *Comprehensive Implementation Plan on Maternal, Infant and Young Child Nutrition*. https://apps.who.int/iris/bitstream/handle/10665/113048/WHO_NMH_NHD_14.1_eng.pdf?ua=1

5. Webpages and websites

5.1 Webpage on a news website

Parenthetical citation	(McGroarty, 2023)
Narrative citation	McGroarty (2023)

Format:

Author Surname, Initial(s). (Year of Publication, Month Day if Given). *Title of article: Subtitle if any.* Name of News Website. URL

Reference:

McGroarty, B. (2023, November 28). *Wellness Tourism Will Cross the \$1 Trillion Mark in 2024.* Global Wellness Institute. <https://globalwellnessinstitute.org/global-wellness-institute-blog/2023/11/28/wellness-tourism-will-cross-the-1-trillion-mark-in-2024/>

5.2 Webpage with a group author

Parenthetical citation	(World Tourism Organization, 2024)
Narrative citation	World Tourism Organization (2024)

Format:

Group author. (Year, month date). *Title of webpage.* Website name (if different from group author). URL

Reference:

World Tourism Organization. (2024, April 15). *New Study on Rural Tourism and Development in Europe.* H Trends. <https://www.htrends.com/trends-detail-sid-131060.html>

5.3 Webpage on a website with an individual author

Parenthetical citation	(Bambini, 2021)
Narrative citation	Bambini (2021)

Format:

Author surname(s), Initial(s). (Year, month date). *Title of webpage.* Website name. URL

Reference:

Bambini, C. (2021, May 1). *Green Tourism What It is and Why It is so Important.* Heritage hotels of Europe. <https://heritagehotelsofeurope.com/green-tourism-what-it-is-and-why-it-is-so-important/>

6. Other sources

6.1 Paper published in conference proceedings, book form:

Parenthetical citation	(Li, Zhu, & Jang, 2023)
Narrative citation	Li, Zhu, and Jang (2023)

Format:

Author(s)' surname, Initial(s). (Year). Title of paper. In A. Editor and B. Editor (Eds.), *Title of proceedings* (page numbers). Publisher. DOI OR URL if relevant.

Reference:

Li, J., Zhu, K., & Jang, J. (2023). Factors Influencing Users' Content Sharing Intention in Travel- Related Consumer Generated Media. In B. Ferrer-Rosell, D. Massimo, and K. Berezina (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2023: Proceedings of the ENTER 2023 eTourism Conference 2023* (pp.113-127). Springer. <https://doi.org/10.1007/978-3-031-25752-0>

6.2 Paper published in conference proceedings, journal form:

Parenthetical citation	(Patnaik & Isaacs, 2024)
Narrative citation	Patnaik and Isaacs (2024)

Format:

Author(s)' surname, Initial(s). (Year). Title of article: Subtitle. *Title of Journal*, volume number(issue number), page numbers of the whole article. <https://doi.org/xx.xxx/xxxx>

Reference:

Patnaik, S. & Isaacs, S. (2024). Tourism as a Catalyst for Supporting Sustainable SMME Development. *Proceedings of the 7th International Conference on Tourism Research*, 7(1), 322-330. <https://papers.academic-conferences.org/index.php/ictr/article/view/2167/1896>

6.3 Online newspaper article

Parenthetical citation	(Larner, 2023)
Narrative citation	Larner (2023)

Format:

Author(s)' surname, Initial(s). (Year, Month, Dates). Title of column. *Title of newspaper*. URL

Reference:

Larner, P. (2023, September 27). Wellness Tourism is Booming but What's Behind the Trend?. *Euronews*. <https://www.euronews.com/travel/2023/08/27/wellness-tourism-is-booming-but-whats-behind-the-trend>

6.4 Personal communication (In-text citation)

These can include:

- personal interviews
- emails
- letters
- memos
- phone conversation
- text message

Personal communications are **not** included in the reference list. They are only added as an in-text citation.

Parenthetical citation	(S. Pichitchantra, personal communication, May 7, 2023)
Narrative citation	S. Pichitchantra (personal communication, May 7, 2023)

6.5 PowerPoint slides Online

Parenthetical citation	(Jan, 2017)
Narrative citation	Jan (2017)

Format:

Presenter Surname, Initial(s). (Date). *Title of presentation* [PowerPoint slides]. Site name. URL

Reference:

Jan, D. (2017). *Green tourism*. [PowerPoint slides]. Slide Share. <https://www.slideshare.net/nagingxkitatan-daanmoyan/green-tourism-81108557>

6.6 Unpublished doctoral or master's thesis or dissertation

Parenthetical citation	(Curry, 2016)
Narrative citation	Curry (2016)

Format:

Author Surname, Initial(s). (Year). *Title* [Unpublished doctoral or master's thesis or dissertation]. Name of the Institution awarding the degree.

Reference:

Curry, J. (2016). *A Guide to Educating Single Mothers About Early Gang Intervention and Prevention* [Unpublished master's thesis]. Pacific Oaks College.

6.7 Published dissertation/thesis from a database

Parenthetical citation	(Becker, 2013)
Narrative citation	Becker (2013)

Format:

Author Surname, Initial(s). (Year). *Title* (Publication No. *if present*) [Doctoral dissertation/Doctoral thesis /Master's dissertation/Master's thesis, Institution Name]. Database Name.

Reference:

Becker, J. C. (2013). *Landscape-level Influences on Community Composition and Ecosystem Function in a Large River Ecosystem* (Publication No. 3577776) [Doctoral dissertation, Graduate Council of Texas State University - San Marcos]. Pro Quest Dissertations and Theses Global.

6.8 Dissertation/thesis published online (not in a database)

Parenthetical citation	(Jin, 2012)
Narrative citation	Jin (2012)

Format:

Author surname, Initial(s). (Year). *Title of dissertation* [Doctoral dissertation or Master's thesis, Name of Institution]. Name of resource. URL

Reference:

Jin, R. (2012). *Sample Size in Exploratory Factor Analysis with Ordinal Data* [Doctoral dissertation, University of Florida]. UFDC Digital collections. https://ufdcimages.uflib.ufl.edu/UF/E0/04/45/84/00001/JIN_R.pdf

7. Documents in Non-English Language

The cited document is not authored in the English language. Consequently, it is essential to provide English translations for the titles, followed by the indication of the document's original language, exemplified by specifying "(In Thai)" as elucidated in the subsequent example:

English Translation (In Thai)

This approach facilitates clarity and comprehension when referencing non-English documents in an English-language context.

Conference

Changnawa, T., & Chansomsak, S. (2017). Development of a Color Matching Process for Architectural Elements Based on Work of the R-Grip Paint System. In *The 8th Built Environment Research Associates Conference 2017 (BERAC 8). 21 July 2017*. (In Thai)

Book

Kaewthep, K. (2012). *Old media - New Media, Symbols, Identity, Ideology*. (In Thai). Bangkok: Parbpim.

Journal

Sathaporn, C., Tonkhundum, P., Tippaya, T., Linma, T., Rodjaroen, S., & Theerachun, S. (2021). Value co-Creation Process of Tonnamtapi Handmade Community Enterprise by Art and Design Activities with Community Participation. (In Thai). *Area Based Development Research Journal*, 13(5), 257–372.

Website

Creative Thailand. (2019, August 2). *Pantone the Language of Colors that Can be Spoken Around the World*. (In Thai). Creative Thailand. https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=32093

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

234 ถนนเลย-เชียงคาน ต.เมือง อ.เมือง จ.เลย 42000

Research and Development Institute, Loei Rajabhat University

234 Loei-Chiangkan Road, T.Muang A.Muang, Loei 42000

Tel. 0-4283-5223-8 ext 41141-2, 0-4280-8000 ext 51143 Fax 0-4281-1143

<https://so05.tci-thaijo.org/index.php/researchjournal-lru>,

E-mail: research_lru@hotmail.com