

Journal of Liberal Arts RMUTT

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1

มกราคม-มิถุนายน 2569

E-ISSN 2730-2105

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี (Journal of Liberal Arts RMUTT)

ปีที่ 7 ฉบับที่ 1 มกราคม – มิถุนายน 2569

E-ISSN 2730-2105

กำหนดออกเผยแพร่

วารสารตีพิมพ์เผยแพร่ราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ)

มกราคม – มิถุนายน, กรกฎาคม – ธันวาคม

หน่วยงานที่รับผิดชอบ

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

39 หมู่ 1 ถนนรังสิต-นครนายก ตำบลคลองหก อำเภอธัญบุรี จังหวัดปทุมธานี 12110

เบอร์โทรศัพท์ 0 2549 4965

วัตถุประสงค์

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนให้อาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไป ได้มีโอกาสเผยแพร่ผลงานทางวิชาการและผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ต่อวงวิชาการ และสังคม รวมทั้งเป็นพื้นที่ในการแลกเปลี่ยนความรู้ มุมมองทางวิชาการในสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม อุตสาหกรรมการบริการการบิน พละศึกษาและนันทนาการ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อประโยชน์ต่อความก้าวหน้าทางวิชาการต่อไป

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.สมหมาย ผิวสอาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิศากร สิงห์เสนี

รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์นภัส ภูมิภิตติพิชญ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์รสสุคนธ์ สงคง

อธิการบดี

คณบดีคณะศิลปศาสตร์

รองคณบดีฝ่ายบริหารและวางแผน

รองคณบดีฝ่ายวิชาการและวิจัย

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรรรฐมาศ พลิชฐ์ภคกุล

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

กองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.เชษฐ์ ดิงสัญชลี

ศาสตราจารย์ ดร.บาหยัน อิ่มสำราญ

ศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรสมน พฤตมิถุน

รองศาสตราจารย์ ดร.วิษณุพงษ์ โพธิ์พิรุฬห์

รองศาสตราจารย์ ดร.พิชัย ทองดีเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.โสวัตรี ณ ถลาง

รองศาสตราจารย์ ดร.อิศรา ศิริมณีรัตน์

Associate Professor Dr. Heather Sharp

Associate Professor Dr. Raj Yadav

Associate Professor Dr. Yi-Ching Pan

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยมหิดล

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

University of Newcastle

University of the Sunshine Coast

National Pingtung University

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ไพฑูรย์ มนต์พานทอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัต กระสังข์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธวัชชัย ใจศิริ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิตาภา สิ้นธุรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สังวร จันทกร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์กา ทองรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิสุทธิ สีนวล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อริญา แสนสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิสรา แพทย์รังสี
ดร.วัฒนา ทนงค์แพง
ดร.อิมจิรา โรจน์กิตติการ
Dr.Nico Irawan

มหาวิทยาลัยศิลปากร
สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
University PGRI Adibuana Surabaya

ผู้ทรงคุณวุฒิตรวจสอบบทคัดย่อภาษาอังกฤษ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สโรชรัตน์ ธารพร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วันเพ็ญ ภูมิรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญยาภัทร์ สร้อยสุวรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์บรรเทา เพิ่มเกษตรวิทย์
ดร.อารัมภ์ เอี่ยมละออ

ฝ่ายประสานงาน

นางสาวนฤมล พึ่งแก้ว
นางมาริดา ชินโย
นางสาวนุจนาฏ คั่นธมาศ

ฝ่ายตรวจรูปแบบและการพิมพ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ทิวี่มา ฐิติภูมิเดชา
นางสาววรรณยา เฉลยปราชญ์

ฝ่ายเทคโนโลยีการศึกษา

นายมนต์ชาติรี เกตุมุณี

พิสูจน์อักษร

ดร.อิมจิรา โรจน์กิตติการ

ออกแบบปก

นางสาววรรณยา เฉลยปราชญ์

ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาบทความประจำฉบับ

รองศาสตราจารย์ ดร.อภิสิทธิ์ เกษมผลกุล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน

รองศาสตราจารย์ ดร.ภัทรวรรณ จีรพัฒน์ธนธร

รองศาสตราจารย์ ดร.ภาณุวัฒน์ ภักดีอักษร

รองศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นกนก วงศ์ปิ่นเพชร พิบูลแถว

รองศาสตราจารย์ ดร.สุมาลี นันทศิริพล

รองศาสตราจารย์ ดร.พิมพ์นภัส ภูมิภักดีพิชัย

รองศาสตราจารย์ ดร.สำราญ ผลดี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิญา อิงอาจ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เสาวลักษณ์ เทพสุริวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมรักษ์ ชัยสิงห์กานานนท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อภิศักดิ์ คู่กระสังข์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภาพร ตัญพสวัสด์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธิตาภา สันธรัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิณัสมา ศรีหิรัญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อมราวดี คำบุญ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อารีวรรณ หัสติน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรัญญา แสนสระ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ พันตำรวจโท ดร.ไวพจน์ กุลาชัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศศิพร พงศ์เพลินพิศ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศจี จิระโร

ดร.พิมพ์นพพัทธ์ รอดทุกข์

ดร.อัจฉริยา ศักดิ์นรงค์

ดร.สุขสรรค์ ศุภเศรษฐเสรี

ดร.ธัญพร ยิปษ์ภูมิพิจิตร

ดร.มงคลไชย เทียนสุตินนท์

ดร.เบญจมาศ สอนคำ

ดร.ธนันท์ สิงห์เสม

มหาวิทยาลัยมหิดล

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช

มหาวิทยาลัยศิลปากร

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี

มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์

ในพระบรมราชูปถัมภ์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

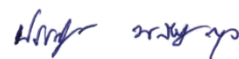
สำนักงานตรวจการแผ่นดิน

บทบรรณาธิการ

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี ฉบับนี้เป็นฉบับปีที่ 7 ฉบับที่ 1 โดยการจัดทำวารสารนี้มีวัตถุประสงค์ที่สำคัญคือ เพื่อเป็นช่องทางแลกเปลี่ยนในการเผยแพร่ความรู้ทางวิชาการระหว่างอาจารย์ นักวิจัย และนักวิชาการทั้งภายในและภายนอกคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ในด้านการเรียนการสอน ภาษาศาสตร์ การท่องเที่ยว การโรงแรม มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ พลศึกษาและนันทนาการ และอุตสาหกรรมบริการการบิน ภายใต้ขั้นตอนและกระบวนการจัดทำวารสารวิชาการตามมาตรฐานการกำหนดคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TCI) และได้รับเกียรติจากผู้เชี่ยวชาญในแต่ละสาขาเพื่อตรวจสอบคุณภาพของบทความก่อนการตีพิมพ์

เนื้อหาของบทความมีจำนวน 11 เรื่อง ได้แก่ 1) ทิวทัศน์ธรรมชาติเมืองตรัง : การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชนสู่การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ 2) การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวกรณีศึกษา หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี 3) การวิเคราะห์ศักยภาพและการออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง: กรณีศึกษา จังหวัดนครพนม 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสานภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง 5) แนวทางและมาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขออนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว 6) Applying Surface Strategy Taxonomy to Analyze Argumentative Writing Errors: A Case Study of Thai Undergraduates 7) Relationship between Behaviors in Watching English Movies and English Listening Skill 8) ปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมการรับรู้การบริการเพื่อมุ่งสู่บัณฑิตกรของนักศึกษา สาขาการจัดการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 9) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 10) ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี และ 11) บทปริทัศน์หนังสือเรื่อง พระธรรมบท การเดินทางตามรอยบทแห่งพระธรรม

กองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี หวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ในวงการวิชาการแก่อาจารย์ นักวิจัย นิสิต นักศึกษา และขอขอบคุณผู้เขียนบทความทุกท่านที่ส่งบทความที่มีคุณค่ามาเผยแพร่ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี มา ณ โอกาสนี้ พบกันใหม่ฉบับหน้า



(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรธมมาศ พลธิษฐ์ภคกุล)

บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
บทความวิจัย	
ทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง : การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชนสู่การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ ธนะวิทย์ เพียรดี เบญจวรรณ ชุนฤทธิ์ พัทธธีรา ทองอัม	1-10
การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว กรณีศึกษา หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี พัฒนพงษ์ พงษ์ธานี เทิดชาย ช่วยบำรุง	11-26
การวิเคราะห์ศักยภาพและการออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง: กรณีศึกษา จังหวัด นครพนม ศราวุธ แจ่มใจดี เสรี วงษ์มณฑา ชุษณะ เดชคณา กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ	27-41
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสาน ภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง กามนิตย์ โคตธาริน วรายุทธิ์ มั่นใจ ประเมธ ตรีอำนาจรศ กฤตยา ทรายคำ จุฑามาศ พิรพัชระ	42-56
แนวทางและมาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขออนุญาตติดตั้ง และผลิตไฟฟ้าจาก พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว กษิต์เดช สุทธิวานิช วรัญญา สมศิริ ธนวัฒน์ สุดจิตรสมโภชน์ ญาณินท์ สายหยุด สุจินดา อัมเงิน	57-71
นปภัช ถิรพัฒนธโนภิน	
Applying Surface Strategy Taxonomy to Analyze Argumentative Writing Errors: A Case Study of Thai Undergraduates มงคลไชย เทียนสุตินนท์ นภาศรี สุวรรณโชติ จิรศักดิ์ มีสุขสบาย	72-85
Relationship between Behaviors in Watching English Movies and English Listening Skill จริยาภรณ์ ตาปิน อารัมภ์ เอี่ยมละออ	86-100
ปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมการรับรู้การบริการเพื่อมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรของนักศึกษา สาขาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี นันท์ภัสกร ฤทธิ์พนิชชัชวาล กนกภรณ์ ครุฑภาพันท์ บุศรา ตั้งศิริพัฒนภรณ์ ทัดพิชา หฤทัยวรกุล	101-114
อลิสลาลี ศิริวิไลภรณ์	
ปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี คมกริช พุ่มเกิด ณัฐกิตติ์ เอี่ยมสมบูรณ์	115-127
ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อ คุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่มเจนเอเรชันซี ทัดพิชา หฤทัยวรกุล อัจฉิรา ทิวะสิงห์	128-143
บทปริทัศน์หนังสือ พุทธวณะในธรรมบท ฉานิศ วงศ์สุวรรณ	144-147

ทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง : การเชื่อมโยงอัตลักษณ์ชุมชน สู่การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ

ธนวิทย์ เพียรดี^{1*} เบญจวรรณ ขุนฤทธิ์² พัทธิธรา ทองอัม³

Culinary Cultural Capital of Trang Province: Connecting Community Identity to Tourism for Economic Value Added

Thanawit Piandee^{1*} Benjawan Khunrit² Pattera Thongom³

Received 15/02/2026 Revised 19/04/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.9969>

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว และ 2) เสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมจากทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงคุณภาพ ร่วมกับการสังเกตแบบไม่เป็นทางการเกี่ยวกับการเลือกซื้อสินค้า การเก็บรวบรวมข้อมูลทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง รวมถึงประเด็นของแนวทางการสร้างนวัตกรรมสินค้าอาหารเมืองตรัง ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยว และตัวแทนชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีวัตถุประสงค์ สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลักที่มีความรู้และความเชี่ยวชาญในประเด็นที่ศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นการประชุมกลุ่มย่อย และร่วมกันวิพากษ์สินค้านวัตกรรมในรูปแบบอาหารท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมเมืองตรัง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำผลการประชุมกลุ่มย่อยมาวิเคราะห์และตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า แล้วมาสู่การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังมีศักยภาพในการพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารใน 3 มิติหลัก ได้แก่ 1) มรดกวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง 2) อัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมเมืองตรัง และ 3) ศักยภาพเชิงประสบการณ์การท่องเที่ยว ในส่วนของการพัฒนานวัตกรรม พบว่า สามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ได้ใน 3 ด้าน ได้แก่ 1) การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ 2) นวัตกรรมด้านบริการและประสบการณ์การท่องเที่ยว และ 3) นวัตกรรมด้านการสื่อสาร สะท้อนให้เห็นว่าเมืองตรังมีศักยภาพเพื่อนำไปสู่การดำเนินกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน จากผลิตภัณฑ์อาหารสู่ประสบการณ์ทางวัฒนธรรมในหลายมิติ ทั้งด้านรากเหง้าภูมิปัญญาหรือวัฒนธรรมอาหาร การรวบรวมเรื่องราวด้านอาหารเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชน รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมด้านอาหาร เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพและสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ทุนวัฒนธรรม เศรษฐกิจสร้างสรรค์

¹ สาขาวิชาการท่องเที่ยวและมัคคุเทศก์ โรงเรียนการท่องเที่ยวและการบริการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

Department of Tourism and Tourist Guide, School of Tourism and Hospitality Management, Suan Dusit University, Trang Center

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต ศูนย์การศึกษาตรัง

Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Dusit University, Trang Center

³ สาขาวิชาธุรกิจโรงแรมและที่พัก คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

Department of Hotel and Lodging Business, Faculty of Humanities and Social Sciences, Ubon Ratchathani Rajabhat University.

E-mail: ¹thanawit_pia@dusit.ac.th ²benjawan_khu@dusit.ac.th ³pattera.t@ubru.ac.th

* Corresponding author e-mail: thanawit_pia@dusit.ac.th



Abstract

This article aims to 1) study and collect data of Trang's food cultural capital with potential for tourism promotion, and 2) propose guidelines for developing innovations from Trang's food cultural capital that can sustainably increase economic value. A qualitative research methodology was used, combining informal observation of consumer purchasing behavior, data collection of Trang's food cultural capital, and approaches to creating innovative food products. The population and sample consisted of government officials, academics with expertise in culture and tourism in Trang province, food and tourism business entrepreneur, and local communities' representatives, totaling 30 people. An objective sampling method was used to select a sample group that could provide information relevant to the research and aligned with the research objectives. Key informants with knowledge and expertise in the research topic were identified. The research tools used were focus group discussions and collaborative critiques of innovative local food products that reflect the culture of Trang city and the data was analyzed by examining and verifying the reliability of the focus group discussion results using triangulation, followed by content analysis. The research findings indicate that Trang's food cultural capital has the potential to develop into food cultural tourism in 3 main dimensions: 1) Trang's food cultural heritage, 2) Trang's cultural identity and diversity, and 3) tourism experience potential. In terms of innovation development, it was found that it can be explained through the creative economy framework in 3 areas: 1) product innovation development, 2) tourism service and experience innovation, and 3) communication innovation, that reflects Trang's potential to develop community-based food tourism activities, moving from food products to multi-dimensional cultural experiences. This includes exploring culinary traditions and heritage, compiling stories connected to community life, and developing food innovations to create engaging food tourism experiences that meet tourist needs and generate sustainable income for the community.

Keywords: gastronomy tourism, cultural capital, creative economy

บทนำ

ทุนวัฒนธรรม มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับองค์ความรู้ ภูมิปัญญา หรืองานสร้างสรรค์ ซึ่งมาจากการค้นคว้าและค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่นในพื้นที่หนึ่ง ๆ ดังนั้น ทุนทางวัฒนธรรมจึงเป็นสิ่งที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ (ลีโรตม์ ภินันท์รัชชธร และคณะ, 2564; ดนัย เรียบสกุล, 2567) ในบริบทของการพัฒนาประเทศ หน่วยงานภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการนำทุนวัฒนธรรมมาต่อยอดเชิงเศรษฐกิจ โดยเฉพาะการพัฒนาในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนและเศรษฐกิจฐานราก ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าเพิ่มผ่านกระบวนการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (กระทรวงวัฒนธรรม และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2565) ทั้งนี้ อาหารยังเป็นทุนวัฒนธรรมที่สามารถบอกเล่าเรื่องราวของการดำเนินชีวิต เอกลักษณ์ที่สืบทอดจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งทางด้านกายภาพ เช่น ภูมิประเทศ และภูมิอากาศ หรือทางด้านจิตใจ เช่น วิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม วิถีอาหารในปัจจุบันมีความแตกต่างและเชื่อมโยง สัมพันธ์กับอัตลักษณ์ของแต่ละกลุ่มคนในท้องถิ่น รวมถึงรูปแบบสังคมในด้านขนบธรรมเนียมประเพณี และพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารที่มีลักษณะร่วมกันของกลุ่มคนในวัฒนธรรมเดียวกัน สามารถบอกอัตลักษณ์ของอาหารที่เชื่อมโยงถึงสถานที่และแหล่งกำเนิดของอาหารเป็นรากฐานหลักของชุมชนได้ ซึ่งในพื้นที่มีวัฒนธรรมชาติพันธุ์ที่แตกต่าง ย่อมมีอาหารหลากหลายที่แสดงถึงอัตลักษณ์ของกลุ่มคน (อารียา จุ้ยจำลอง, 2565; กุลธิดา สมศรี, 2567)

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ มีแหล่งวัตถุดิบที่อุดมสมบูรณ์อย่างแม่น้ำและทะเลอันดามัน รวมถึงสินค้า GI มีความหลากหลายของภูมิปัญญาอาหารที่มีการผสมผสานผ่านวัฒนธรรมและเรื่องเล่า วิธีการปรุงอาหารที่เป็นเอกลักษณ์ ถ่ายทอดมาจากรุ่นสู่รุ่น สามารถนำมาสร้างเป็นจุดขายด้านการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น

นอกจากนี้ความหลากหลายด้านอาหารในจังหวัดตรังยังมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในระดับเมืองได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบกับหน่วยงานภาครัฐยังขับเคลื่อนให้จังหวัดตรังเข้าร่วมเครือข่าย “เมืองด้านอาหาร” ขององค์การยูเนสโก (UNESCO Creative Cities of Gastronomy) เมื่อปี 2568 (สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดตรัง, 2568) จังหวัดตรังมีศักยภาพด้านอาหาร มีภาพลักษณ์ในด้านการส่งเสริมการท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก เพราะหากลองย้อนดูอดีตแล้ว จังหวัดตรังเคยเป็นเมืองท่าที่มีความเจริญรุ่งเรือง มีความหลากหลายทางเชื้อชาติและวัฒนธรรม ทำให้ตรังขึ้นชื่อเรื่องอาหารการกิน ด้วยวัฒนธรรมที่สืบทอดมาจากชาวจีนที่ให้ความพิถีพิถันเรื่องอาหาร โต๊ะอาหารของคนตรังจึงดูยิ่งใหญ่อลังการสำหรับคนทั่วไป อาหารของคนตรังแบ่งออกเป็น 3 ประเภท คือ 1) อาหารจีน 2) อาหารไทย (ภาคใต้) และ 3) อาหารมุสลิม (ทิพย์วัลย์ รามรัง และคณะ, 2564) เมนูอาหารท้องถิ่นของตรังนั้นสามารถสร้างเป็นจุดเด่นทางการท่องเที่ยว เช่น ข้าวเบายอดม่วงของนาหมื่นศรี พริกไทยตรังพันธุ์ปะเหลียน หรืออาหารระดับจังหวัดที่มีกระแสในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามา เช่น หมูย่าง ขนมหั้ว อาหารทะเล ซึ่งสามารถนำมาเชื่อมโยงการท่องเที่ยวเพื่อสร้างกิจกรรมได้หลากหลาย อาทิเช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร ท่องเที่ยววัฒนธรรม ท่องเที่ยวทะเล ท่องเที่ยวสร้างสรรค์ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นต้น (สำนักงานจังหวัดตรัง, 2566)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังจะมีศักยภาพสูง แต่การนำทุนดังกล่าวไปใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจยังจำเป็นต้องอาศัยนวัตกรรมที่เป็นหัวใจสำคัญในการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมอาหารไปสู่การสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งในบริบทของทุนวัฒนธรรมอาหารมิได้จำกัดอยู่เพียงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เท่านั้น แต่ยังมีด้านอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง เช่น การออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร การสร้างเรื่องเล่าประวัติศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การใช้สื่อดิจิทัล และการพัฒนารูปแบบการนำเสนออาหารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ทั้งนี้ นวัตกรรมดังกล่าวถือเป็นหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่มุ่งเน้นการใช้ความคิดสร้างสรรค์และทุนทางวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มอย่างยั่งยืน

ดังนั้น การศึกษาทุนวัฒนธรรมอาหารของจังหวัดตรังจึงมิได้มุ่งเพียงการรวบรวมองค์ความรู้หรืออัตลักษณ์อาหารเท่านั้น แต่ยังมีมุ่งวิเคราะห์ศักยภาพและแนวทางการพัฒนานวัตกรรมจากทุนวัฒนธรรมอาหาร เพื่อให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาและรวบรวมข้อมูลทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังที่มีศักยภาพในการส่งเสริมการท่องเที่ยว
2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมจากทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังที่สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับทุนวัฒนธรรม

ทุนทางวัฒนธรรม เป็นสิ่งที่มีมูลค่าและให้คุณค่าต่อวิถีชีวิตของสังคม มีการเปลี่ยนแปลงไปตามสิ่งแวดล้อมและเทคโนโลยี (กาญจนาภรณ์ ไกรรินทร์, 2554) เป็นสิ่งที่ฝังรากอยู่ในโครงสร้างทางสังคม โดยที่ชุมชนยึดถือปฏิบัติร่วมกัน ซึ่งลักษณะทุนวัฒนธรรมและประโยชน์ของทุนวัฒนธรรมต้องมีนัยทางวัฒนธรรมด้านใดด้านหนึ่งที่ถือว่าเป็น “สินค้าวัฒนธรรม” มีความเกี่ยวข้องทั้งในภาคอุตสาหกรรมและภาคบริการ สามารถสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศได้ บทบาทในการผลักดันทำให้เกิดความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีในด้านต่าง ๆ ได้ เป็นที่รวมแห่งองค์ความรู้ต่าง ๆ และได้แสดงออกถึงเอกลักษณ์พิเศษและภูมิปัญญาของแต่ละท้องถิ่นได้ และก่อให้เกิดความรักความสามัคคีต่อกัน ทั้งนี้อาหารถือว่าเป็นทุนวัฒนธรรมอีกอย่างหนึ่ง มีความเกี่ยวข้องกับความรู้ภูมิปัญญาในอาหารพื้นถิ่นที่เป็นอาหารของกลุ่มคนและเป็นอาหารที่สร้างสรรค์มาจากการค้นคว้าและค้นพบโดยผู้ทรงความรู้ในท้องถิ่น รวมทั้งค่านิยมและความเชื่อที่ผูกพันสังคมที่ใช้ในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและสังคม (สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์ และคณะ, 2568; ช่อพฤกษ์ ผิวภู่ง, 2560)

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร (Gastronomy Tourism)

เป็นการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน เนื่องจากเป็นกิจกรรมที่สามารถสร้างประสบการณ์แบบท้องถิ่นให้กับนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี ครบรสที่ได้ทั้งความอร่อยและอิ่มท้อง สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Shalini & Duggal (2015)



ที่กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเป็นปรากฏการณ์ในระดับสากลที่อยู่ในระดับการพัฒนาที่ชัดเจนและมีผลทางบวกต่อเศรษฐกิจในระดับประเทศ เนื่องจากนักท่องเที่ยวต้องการประสบการณ์ทางด้านอาหารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารจึงช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยว ส่งผลดีต่อมรดกทางวัฒนธรรมที่ให้นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่นและยังช่วยให้ชุมชนรักษาวัฒนธรรมทางอาหารไว้ได้ สอดคล้องกับความคิดเห็นของ Vanhonacker et al. (2010) ที่ได้ให้ความหมายของอาหารท้องถิ่น (Traditional Gastronomy) ไว้ว่า “เป็นอาหารที่บริโภคในช่วงเวลาพิเศษ หรือตามฤดูกาล เป็นการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น โดยอาจมีวิธีการทำเฉพาะที่แสดงถึงมรดกเชิงอาหาร ใช้ผลิตภัณฑ์ในธรรมชาติ และแตกต่างจากที่อื่น อาหารดังกล่าวเป็นที่รู้จัก (ว่าเป็นของชุมชนนี้) เพราะมีรสชาติที่โดดเด่นและแสดงให้เห็นถึงที่มาของชุมชน ภูมิภาค หรือประเทศ”

อาหารท้องถิ่นกับการเป็นมรดกเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้

อาหารท้องถิ่นเป็นมรดกที่จับต้องไม่ได้ ที่กลายเป็นทรัพยากรพื้นฐานสำคัญที่นำมาใช้ในกลยุทธ์การท่องเที่ยวสำหรับการแข่งขันทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค และกลายเป็นมรดกเชิงวัฒนธรรมที่มี “คุณค่า” และมี “มูลค่า” ต่อเศรษฐกิจของชุมชน (Gogoski & Cuculeski, 2019) ในปี 2003 องค์การยูเนสโก (UNESCO, 2003) ได้กล่าวถึงมรดกที่จับต้องไม่ได้อีกครั้ง แต่ในครั้งนี้ได้ใช้คำว่า “มรดกเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage) โดยให้ความหมายไว้ว่า “แนวทางปฏิบัติ ตัวแทน การแสดงออก ความรู้ และทักษะที่นำเสนอผ่านเครื่องมือ สิ่งของ และพื้นที่ทางวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับชุมชน และในบางกรณีบุคคลอาจเป็นส่วนหนึ่งของมรดกทางวัฒนธรรม และมรดกเชิงวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้นี้ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น รวมถึงถูกสร้างขึ้นใหม่อย่างต่อเนื่องโดยชุมชน” และแนวคิดดังกล่าวได้กลายเป็นแนวทางสำคัญในการรักษาความเดิมแท้ทางวัฒนธรรมของพื้นที่ที่ถูกคุกคามจากการเติบโตของกระบวนการโลกาภิวัตน์ (Lenzerini, 2011) ด้านปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในการท่องเที่ยว (Mak, Lumbers, Eves, & Chang, 2012)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารในบริบทของการท่องเที่ยว สามารถแบ่งออกได้ 3 มิติ ดังนี้

- 1) นักท่องเที่ยว ปัจจัยที่สำคัญในการบริโภคอาหารในแหล่งท่องเที่ยวซึ่งมีปัจจัยต่าง ๆ เช่น ด้านศาสนาและวัฒนธรรม ด้านลักษณะกายภาพของอาหาร ด้านประสบการณ์ในช่วงที่ผ่านมาของนักท่องเที่ยว
- 2) อาหารในแหล่งท่องเที่ยว ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวและเกิดการบริโภคอาหาร อาหารเอกลักษณ์ของอาหารประจำท้องถิ่น หรืออาหารประจำชาติรวมถึงราคาปริมาณ และคุณภาพของอาหารในแหล่งท่องเที่ยว
- 3) สภาพแวดล้อมการบริโภคในแหล่งท่องเที่ยว เป็นปัจจัยที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางและบริโภคอาหารในพื้นที่ ได้แก่ อัตลักษณ์ของอาหาร เช่น วัตถุดิบ เครื่องปรุงเครื่องเทศ วิธีการปรุง เป็นสิ่งที่ทำให้อาหารมีอัตลักษณ์ภาพลักษณ์การท่องเที่ยวในพื้นที่ ใช้อาหารเป็นตัวช่วยในการทำตลาด และประชาสัมพันธ์หรือการสร้างแบรนด์สำหรับจุดหมายปลายทาง และขยายฤดูกาลท่องเที่ยวให้ ไม่กระจุกตัว (Hornig & Tsai, 2010)

ทุนวัฒนธรรมอาหารกับการเสริมสร้างเศรษฐกิจสร้างสรรค์

สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว (2568) กล่าวว่า การเพิ่มมูลค่าทุนทางวัฒนธรรมจำเป็นต้องใช้แนวคิด “เศรษฐกิจสร้างสรรค์” เพื่อก่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางเศรษฐกิจด้วยการใช้องค์ความรู้ การศึกษา การสร้างสรรค์ผลงาน และการใช้ทรัพย์สินทางปัญญาร่วมกันอย่างบูรณาการ ซึ่งเป็นหนึ่งในกระบวนการพัฒนาท้องถิ่นให้เกิดความยั่งยืนภายใต้บริบทของชุมชนท้องถิ่นนั้น ๆ มีการวางแผนการดำเนินงานอย่างรอบคอบและต้องคำนึงถึงรากฐานความเข้าใจเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางกายภาพและทรัพย์สินทางปัญญาท้องถิ่นอีกด้วย ตลอดจนต้องมีการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มมูลค่าสินค้าในระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ที่จะนำไปสู่การท่องเที่ยว

สินค้าและบริการด้านอาหารจัดเป็นผลิตภัณฑ์ด้านภาพลักษณ์ของชุมชน ภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีการกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวตลอดจนมีการร่วมมือกับภาคเอกชนในเรื่องการพัฒนาบุคลากรให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการประกอบธุรกิจอาหาร เพื่อเป็นการพัฒนาเป็นธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ในอนาคต Hawkins (2009) ได้เสนอแนวคิดในการพัฒนาการสร้างสรรค์จะต้องอาศัยเงื่อนไขที่สำคัญ 3 ประการ คือ

- 1) ความเป็นส่วนตัว (Personality) ความคิดสร้างสรรค์ที่เกิดจากทั้งในตัวบุคคล หรือในการทำงานร่วมกันสามารถพัฒนาการต่อยอดได้

2) ความเป็นสิ่งต้นแบบ (Originality) การปรับปรุงสิ่งที่ปรากฏอยู่ตั้งแต่ก่อนที่ลักษณะคล้ายคลึงกัน ซึ่งมี 2 ลักษณะ คือ ความเป็นใหม่ และความเป็นเอกลักษณ์

3) ความหมาย (Meaning) หมายถึง ผลผลิตอันนอกเหนือจากความคิดสร้างสรรค์ที่จะต้องมีความแตกต่างกับผลิตภัณฑ์ชนิดต่าง ๆ และมีอัตลักษณ์และเอกลักษณ์ องค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้มีการกำหนดกรอบความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เมืองแห่งอาหารการกินได้มอบรางวัล Creative Cities Network ไว้เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเมือง โดยมีการผสมผสานกันระหว่างสินทรัพย์ทางวัฒนธรรมและเทคโนโลยีสมัยใหม่ เพื่อพัฒนาสู่เมืองที่มีบรรยากาศเอื้อต่อการคัดเลือกให้เป็นธุรกิจสร้างสรรค์ (องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) (องค์การมหาชน), 2565; สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA), 2566) โดยมีเกณฑ์ต่าง ๆ ดังนี้ 1) มีวิถีและวัฒนธรรมด้านอาหารการกินอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะของเมือง 2) เป็นชุมชนที่มีความหลากหลายด้านอาหารตั้งแต่อาหารพื้นบ้านไปจนถึงอาหารที่มีผู้ปรุงอาหารในระดับโลก 3) มีวัตถุดิบท้องถิ่นสำหรับการปรุงอาหาร 4) มีความรู้และเทคนิคในการปรุงอาหารตามแบบฉบับพื้นบ้านที่สามารถมีความเป็นตัวตน ท่ามกลางการพัฒนาของอุตสาหกรรมและเทคโนโลยี 5) มีตลาดจำหน่ายวัตถุดิบอาหารและอุตสาหกรรมอาหารแบบดั้งเดิม 6) มีการจัดเทศกาลอาหารเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์เมืองแห่งอาหารการกิน 7) มีการใส่ใจสิ่งแวดล้อม และส่งเสริมการใช้วัตถุดิบพื้นบ้านที่ได้จากการเกษตรแบบยั่งยืน และ 8) ส่งเสริมความรู้ด้านอาหารผ่านสถาบันการศึกษาและสถาบันสอนทำอาหาร (อนุตรา อังสุประเสริฐ และณัฐพร ศรีศิริรังสีมากุล, 2553)

วิธีการวิจัย

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีศึกษาเชิงคุณภาพเพื่อเสนอแนวทางการพัฒนานวัตกรรมจากทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังเพื่อใช้ในการเพิ่มมูลค่าเศรษฐกิจในจังหวัด จากการสำรวจข้อมูลพฤติกรรมและการเลือกซื้อสินค้าอาหารพื้นเมืองจังหวัดตรังสังเกตแบบไม่เป็นทางการเกี่ยวกับพฤติกรรมและการเลือกซื้อสินค้า การเก็บรวบรวมข้อมูลทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง รวมถึงประเด็นของแนวทางการสร้างนวัตกรรมสินค้าอาหารเมืองตรัง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง คือ เจ้าหน้าที่ภาครัฐ นักวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านวัฒนธรรมและการท่องเที่ยวในจังหวัดตรัง ผู้ประกอบการธุรกิจอาหารและการท่องเที่ยว และชุมชนท้องถิ่น รวมทั้งสิ้นจำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบมีวัตถุประสงค์ (Purposive Sampling) โดยครอบคลุมผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องทั้งในด้านอาหารพื้นถิ่นจังหวัดตรังและการท่องเที่ยว สามารถให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาวิจัยและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยกำหนดผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informant) ที่มีความรู้ มีประสบการณ์ และความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านในประเด็นที่ศึกษามากที่สุดประกอบด้วย หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดตรัง การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย สำนักงานตรัง สำนักงานพาณิชย์จังหวัดตรัง สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดตรัง องค์การบริหารส่วนจังหวัดตรัง และองค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ชุมชนท่องเที่ยวเมืองเก่า หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ สภาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวจังหวัดตรัง สมาคมธุรกิจการท่องเที่ยวจังหวัดตรัง สมาคมการท่องเที่ยวและการโรงแรมจังหวัดตรัง ชมรมมัคคุเทศก์ตรัง ชมรมผู้ประกอบการร้านอาหารจังหวัดตรัง หอการค้าจังหวัดตรัง กลุ่ม YEC ตรัง และบริษัท กวนนิตได้ คอนเน็ค จำกัด ภาคชุมชน ได้แก่ ชุมชนเมืองเก่าในจังหวัดตรัง 8 ชุมชน ซึ่งเป็นชุมชนที่มีอัตลักษณ์อาหารเฉพาะถิ่น และมีความหลากหลายจากการผสมผสานของกลุ่มชาติพันธุ์ มีการสืบทอดภูมิปัญญาด้านอาหารอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังเป็นพื้นที่ที่สามารถพัฒนาให้เชื่อมโยงกับกิจกรรมการท่องเที่ยวรวมถึงพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงอาหารได้ ได้แก่ ชุมชนเมืองเก่าทับเที่ยง ชุมชนเมืองเก่ากันตัง ชุมชนเมืองเก่าห้วยยอด ชุมชนเมืองเก่าย่านตาขาว ชุมชนเมืองเก่าท่าข้าม ชุมชนเมืองเก่าทุ่งยาว ชุมชนเมืองเก่าตันหยงสตาร์ และชุมชนเมืองเก่าสิเกา

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นการประชุมกลุ่มย่อย และร่วมกันวิพากษ์สินค้าวัฒนธรรมในรูปแบบอาหารท้องถิ่นที่บ่งบอกถึงวัฒนธรรมเมืองตรัง และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการนำผลการประชุมกลุ่มย่อย เกี่ยวกับทุนวัฒนธรรมอาหารและการวิพากษ์รูปแบบนวัตกรรมสินค้าอาหารพื้นถิ่นเมืองตรัง

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยทำการสรุปสาระการประชุมกลุ่มย่อยและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล แยกประเด็นที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย แล้วจัดหมวดหมู่ให้ชัดเจน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้อาวิเคราะห์และตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลจากทั้ง 3 กลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า แล้วจึงนำมาสู่การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)



ผลการวิจัย

ผลการศึกษาจากกลุ่มตัวอย่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคชุมชนที่เกี่ยวข้องกับการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร มีดังนี้

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แสดงให้เห็นได้ว่า วัฒนธรรมอาหารเมืองตรังไม่เพียงแต่สะท้อนความหลากหลายของวัฒนธรรมอาหาร แต่ยังพบว่า อาหารเมืองตรังมีศักยภาพเชื่อมโยงด้านการท่องเที่ยวหลัก ๆ ใน 3 มิติ ดังนี้

มิติที่ 1 มรดกวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง เป็นองค์ความรู้ด้านอาหารซึ่งเป็น “มรดกภูมิปัญญาที่จับต้องไม่ได้” มีการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่นอย่างต่อเนื่อง และยังเชื่อมโยงวิถีชีวิต วัฒนธรรม และความแตกต่างทางชาติพันธุ์ของคนในพื้นที่ได้อย่างชัดเจน เช่น วัฒนธรรมการรับประทานอาหาร 9 มื้อ ซึ่งสะท้อนถึงความอุดมสมบูรณ์และบริบททางเศรษฐกิจในอดีต อีกทั้งยังมีการรวมกลุ่มของชุมชนเพื่ออนุรักษ์อาหารโบราณ เช่น อาหารจีนกวางตุ้ง อาหารแต้จิ๋ว และขนมพื้นบ้านสูตรดั้งเดิม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง “กระบวนการด้านการถ่ายทอดองค์ความรู้” ซึ่งเป็นคลังความรู้ และการธำรงรักษามรดกทางวัฒนธรรมอาหารอย่างเป็นระบบ และยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สามารถนำไปใช้เป็นฐานในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังได้อย่างมีนัยสำคัญ

มิติที่ 2 อัตลักษณ์และความหลากหลายทางวัฒนธรรมเมืองตรัง อัตลักษณ์อาหารเมืองตรังเกิดจากการผสมผสานระหว่าง 3 วัฒนธรรมหลัก ทั้งชาวไทยพุทธ ไทยมุสลิม และไทยจีน โดยเฉพาะอิทธิพลของวัฒนธรรม “เปอรานากัน” ที่ก่อให้เกิดความหลากหลายทางอาหาร ทั้งในด้านรสชาติ สูตรอาหาร และรูปแบบการบริโภค นอกจากนี้อาหารที่เป็นอัตลักษณ์เมืองตรัง เช่น หมูย่างเมืองตรัง ขนมเค้กเมืองตรัง เกาหยุก ต้มข่า อาหารพื้นถิ่นในแต่ละชุมชน ทั้งยังมีวัตถุดิบเฉพาะถิ่น เช่น พริกไทยตรัง กาแฟโรบัสต้า (กาแฟเขาช่อง) และอาหารทะเลจากฝั่งอันดามัน ยิ่งเสริมสร้างความโดดเด่นและศักยภาพในการพัฒนาเป็นสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยว ล้วนสะท้อนถึงความเป็นเอกลักษณ์เชิงพื้นที่ที่มีความแตกต่างจากพื้นที่อื่น ส่งผลให้เมืองตรังมีอาหารที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นอัตลักษณ์เชิงพื้นที่ หรือเรียกว่า “ทุนเชิงสัญลักษณ์” ที่มีศักยภาพ สามารถนำมาสร้างความแตกต่างที่น่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวได้อย่างชัดเจน

มิติที่ 3 ศักยภาพเชิงประสบการณ์การท่องเที่ยว วัฒนธรรมอาหารเมืองตรังสามารถนำมาพัฒนาเป็นประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ทางอาหาร กระบวนการผลิต สูตรอาหารเฉพาะถิ่น รวมถึงแหล่งวัตถุดิบที่สำคัญของเมืองตรัง เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของคนในชุมชนหลากหลายชาติพันธุ์ เพื่อสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างลงตัวผ่านการสาธิตการทำอาหาร และให้นักท่องเที่ยวได้มีประสบการณ์ร่วมกันกับเจ้าของพื้นที่ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร

นอกจากนี้ เมืองตรังยังมีกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับอาหาร อย่างเช่น เทศกาลอาหาร การสาธิตการทำอาหาร และตลาดชุมชน ซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วม และมีประสบการณ์โดยตรงร่วมกับคนในพื้นที่ ดังนั้น วัฒนธรรมอาหารเมืองตรังจึงสามารถพัฒนาไปสู่การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ด้านวัฒนธรรมอาหารที่สร้างคุณค่าเพิ่มทั้งในเชิงเศรษฐกิจและวัฒนธรรมที่ครอบคลุมทั้ง 3 มิติ ได้แก่ ครั้วเรือน (Home Kitchen) ครั้วงาน (Feast Kitchen) และครั้วเชิงพาณิชย์ (Restaurant Kitchen)

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ในด้านการพัฒนานวัตกรรมจากทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง พบว่า เมืองตรังมีศักยภาพในการพัฒนานวัตกรรมผ่านกรอบแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 3 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 การพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์อาหารเมืองตรัง คือการต่อยอดผลิตภัณฑ์เดิมที่มีอยู่ เช่น แปรรูปวัตถุดิบ GI การพัฒนาอาหารแช่แข็ง การพัฒนาอาหารพื้นถิ่นให้เป็นอาหารกึ่งสำเร็จรูป โดยคำนึงถึงเอกลักษณ์ทางด้านรสชาติที่เป็นของเดิม การสะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมอาหาร ผสมผสานกับความคิดสร้างสรรค์ของผู้ประกอบการในการพัฒนานวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์ และยังคงคำนึงถึงระบบการขนส่งสินค้าให้สามารถกระจายสินค้าไปยังตลาดภายนอกได้โดยที่คุณภาพของอาหารไม่ลดลง กล่าวได้ว่า นวัตกรรมด้านผลิตภัณฑ์เป็นรูปแบบกลไกการแปลงทุนทางวัฒนธรรมอาหารให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นรูปธรรม

ด้านที่ 2 นวัตกรรมด้านบริการและประสบการณ์การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเน้นการสร้างประสบการณ์มากกว่าแค่การบริโภค โดยมีรูปแบบสำคัญ ได้แก่ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร การเรียนรู้วัตถุดิบและวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ รวมถึงการเรียนรู้การทำอาหารร่วมกันระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว สะท้อนให้เห็นถึงการยกระดับ

คุณค่าจากอาหารพื้นถิ่นสู่ประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร ซึ่งเป็นหัวใจหลักสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมถึงนวัตกรรมด้านการบริการที่เป็นตัวขับเคลื่อนมูลค่าเชิงประสบการณ์ ทั้งยังช่วยสร้างความแตกต่างและความยั่งยืนให้กับการท่องเที่ยว รวมถึงเป็นการเพิ่มมูลค่าทางประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว

ด้านที่ 3 นวัตกรรมด้านการสื่อสาร พบว่า การพัฒนานวัตกรรมด้านการสื่อสารเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงทุนทางวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังไปสู่ตลาดภายนอก และส่งเสริมการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันทั้งการจัดทำคู่มือ “กินหอยเมืองตรัง” การทำประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว แผนที่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร และคู่มืออื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องในรูปแบบของหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ (E-book) หรือ QR Code รวมถึงการใช้สื่อออนไลน์และผู้มีอิทธิพลด้านโซเชียล ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการสร้างการรับรู้ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเน้นการสร้างเรื่องราววัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง นำเสนอผ่านประสบการณ์จริง เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือ และสร้างการรับรู้ในกลุ่มนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังเป็นตัวแปลงสำคัญในการพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมอาหารไปสู่ทุนทางการตลาดได้อย่างตรงกลุ่มเป้าหมาย ดังนั้น นวัตกรรมด้านการสื่อสารจึงทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการแปลงทุนวัฒนธรรมอาหารไปสู่ทุนทางการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถสรุปเป็นแผนภาพโมเดลตัวอย่าง ได้ดังนี้

ภาพ 1

แผนภาพโมเดลทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังสู่การท่องเที่ยวเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ



สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า ทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังเป็นหัวใจสำคัญในการเชื่อมโยงระหว่างมิติด้านทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรัง นวัตกรรมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ สรุปผลได้ดังนี้

ด้านมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Cultural Heritage: ICH) พบว่า วัฒนธรรมอาหารเมืองตรังเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่มีการสืบทอดจากรุ่นสู่รุ่นผ่านกระบวนการปรุงอาหาร วิถีชีวิต วัฒนธรรมการกิน เช่น วัฒนธรรมการกิน 9 มื้อ ตลอดจนการรวมกลุ่มของชุมชนในการอนุรักษ์สูตรอาหารดั้งเดิม สอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO กรอบความคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ รวมทั้งมีการจัดเทศกาลอาหารและกิจกรรมทางวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ อัตลักษณ์อาหารเมืองตรังยังเกิดจากการผสมผสานของวัฒนธรรมไทย จีน และมุสลิม สะท้อนให้เห็นถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรม ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของแนวคิด ICH ส่งผลให้มีข้อได้เปรียบด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี เพิ่มโอกาสในการสร้างรายได้จากมรดกทางภูมิปัญญาวัฒนธรรมอาหารของชุมชน สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Galvez, et al. (2017) พบว่า การปรุงอาหารในห้องถิ่นที่มีความพิเศษและสามารถดึงดูดความสนใจได้เป็นอย่างดีเป็นปัจจัยจูงใจในการตัดสินใจไปท่องเที่ยวยังสถานที่ท่องเที่ยว

1. การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยใช้ทุนวัฒนธรรมอาหารเป็นหลัก หน่วยงานและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องจะต้องเน้นการเชื่อมโยงอัตลักษณ์ด้านวัฒนธรรม กระบวนการประกอบอาหาร วิถีชีวิต และเรื่องราวของอาหารแต่ละเมนูของแต่ละชุมชนมา ยกระดับจากการขายสินค้าจากอาหาร ไปสู่การขายประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหาร เพื่อช่วยเพิ่มคุณค่า และ สร้างความแตกต่างให้กับการท่องเที่ยวเชิงอาหารจังหวัดตรังได้อย่างยั่งยืน
2. การสร้างเส้นทางและกิจกรรมด้านการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยชุมชน ควรพัฒนาเส้นทางที่เชื่อมโยงกับชุมชน เมืองเก่า แหล่งวัตถุดิบ พร้อมจัดกิจกรรมเชิงประสบการณ์ เช่น การสาธิตทำอาหาร การเยี่ยมชมแหล่งวัตถุดิบของชุมชน หรือ วัตถุดิบที่เป็น GI เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจ และสร้างรายได้ให้ชุมชนได้อย่างแท้จริง
3. การพัฒนานวัตกรรมอาหารและผลิตภัณฑ์จากทุนวัฒนธรรมอาหาร ควรส่งเสริมการแปรรูปอาหารท้องถิ่นและ การยืดอายุการเก็บรักษา การขนส่ง เช่น อาหารกึ่งสำเร็จรูป อาหารแช่แข็ง โดยคำนึงถึงรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์ ความดั้งเดิม ให้ความรู้สึกเหมือนได้มาทานอาหารจากแหล่งผลิตโดยตรงแบบสดใหม่ รวมถึงการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้เหมาะสมและคงความเป็นเอกลักษณ์ท้องถิ่น
4. การพัฒนาศักยภาพของบุคคลและการบูรณาการความร่วมมือกันกับทุกภาคส่วน โดยให้ความสำคัญกับทักษะ การผลิตอาหารที่ปลอดภัยได้มาตรฐาน การตลาด การเล่าเรื่อง (Storytelling) การสร้างแบรนด์ร่วมกันของชุมชน เพื่อให้

สามารถแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวได้ พร้อมทั้งทำงานร่วมกันอย่างเป็นระบบ พัฒนากิจกรรม เทศกาล การใช้สื่อประชาสัมพันธ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาความต้องการ และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการออกแบบผลิตภัณฑ์และประสบการณ์การท่องเที่ยวเชิงอาหารให้ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว
2. ควรมีการติดตามผลการวิจัยในระยะยาวเกี่ยวกับการอนุรักษ์และสืบสานวัฒนธรรมอาหารของแต่ละชุมชน ภายใต้การเติบโตของการท่องเที่ยว เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง
3. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารของจังหวัดตรงกับจังหวัดอื่นที่มีรูปแบบใกล้เคียงกัน เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ระหว่างกัน

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของชุดโครงการวิจัยเรื่อง “การใช้วัฒนธรรมอาหารเพื่อเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจของจังหวัดตรัง” ในโครงการวิจัยย่อยเรื่อง “การใช้ทุนวัฒนธรรมอาหารเมืองตรังเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ส่งเสริมการท่องเที่ยว” งานวิจัยนี้ได้รับทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรม ทุนสนับสนุนงานมูลฐานหน่วยงานจากงบประมาณกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (ววน.) และมหาวิทยาลัยสวนดุสิต ปีงบประมาณ 2568

รายการอ้างอิง

- กระทรวงวัฒนธรรม และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2565). *รายงานการวิจัย เรื่อง โครงการศึกษาความต้องการของผู้บริโภค ด้านผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- กาญจนารัตน์ ไมรินทร์ (2554). *มาตรการทางภาษีเพื่อส่งเสริมทุนวัฒนธรรมไทย ศึกษาเฉพาะกรณีภาพยนตร์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กุลธิดา สมศรี. (2567). วัฒนธรรม เศรษฐกิจ soft power: บทบาทกระทรวงวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจด้วย soft power. *สำนักงบประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร*, 10, 1-14.
- ช่อพฤษก์ ผิวกู. (2560). แนวทางการพัฒนาทุนวัฒนธรรมนวัตกรรมสู่ Thailand 4.0. ใน *รายงานสืบเนื่องการประชุมวิชาการระดับชาติ สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 4*, หน้า 134 - 142. มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ฐิฎาภา เสถียรคมสรไกร และพิมพ์สิริ สุวรรณ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรม เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 8(2), 411-432.
- ดนัย เรียบสกุล. (2567). *คุยกับรองศาสตราจารย์ ดร. ดนัย เรียบสกุล กับซอฟต์แวร์จากกลดลายผ้า: พลัฒ์แห่งศิลปวัฒนธรรมไทยบนเวทีโลก*. https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=34703
- ทิพวัลย์ งามรุ่ง, ชัยรัตน์ วงศ์กิจรุ่งเรือง, พรเทพ พัฒนานุรักษ์, และสมจิตต์ ปาละภาส. (2564). ศักยภาพอาหารท้องถิ่น ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านอาหารท้องถิ่น กรณีศึกษาจังหวัดตรัง เมืองคนช่างกิน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 47(2), 59-74.
- บัญชา พงษ์มานะวงศ์, ยุวัฒน์ วุฒิเมธี, และศรัณย์ รัตนสิทธิ์. (2562). การพัฒนารูปแบบเมืองแห่งอาหารการกินด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ*, 5(2), 74-88.
- สมศักดิ์ ศรีสันติสุข และยุทธศาสตร์ หน่อแก้ว. (2568). ทุนทางวัฒนธรรมกับการพัฒนาท้องถิ่น : แนวทางการจัดการระบบเศรษฐกิจชุมชนยุคปกติวิถีใหม่. *วารสารการจัดการและพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม*, 5(1), 42-60.
- สำนักงานจังหวัดตรัง. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดตรัง พ.ศ. 2566 – 2570 (ฉบับทบทวนประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2569)*. สำนักงานจังหวัดตรัง กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด.



- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดตรัง. (2568). **ผู้ว่าจังหวัดตรังเปิดโครงการขับเคลื่อนจังหวัดตรังเมืองสร้างสรรค์ด้านอาหารสู่การเสนอเข้าร่วมเครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ขององค์การยูเนสโก**. <https://trang.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/403083>
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (CEA). (2566). **คู่มือการพัฒนาแผนงานการขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์ ภายใต้โครงการวิจัยศึกษาแนวทางการพัฒนาเมืองสร้างสรรค์ด้วยมรดกทางวัฒนธรรม**. <https://api-creativitycity.cea.or.th/storages/about-us/1/files/1695108628262CreativeCity%20Manual%20Final.pdf>
- สิโรตม์ ภินันท์รัชต์ธร และคณะ. (2564). **การวิจัยและพัฒนาเพื่อยกระดับพิพิธภัณฑ์วัดพระรูป จังหวัดสุพรรณบุรีให้เป็นแหล่งเรียนรู้ตลอดชีวิตที่เหมาะสมกับสังคมไทยในศตวรรษที่ 21 (ปีที่ 1)**. สำนักงานสถานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช).
- สุนทร ทวีถาวรสวัสดิ์, อนุชัย ถนอมสินรัตน์, สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย, และอารียา จุ้ยจำลอง. (2568). การพัฒนาทุนทางวัฒนธรรมอาหารของย่านกะดีจีนสู่เศรษฐกิจสร้างสรรค์. *วารสารที่ทัศน์วัฒนธรรม*, 24(1), 204-223.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) (องค์การมหาชน). (2565). **คู่มือแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถ เครือข่ายเมืองสร้างสรรค์ของยูเนสโกร่วมกับ หน่วยงานภาคีขับเคลื่อนเมืองสร้างสรรค์**. องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) (องค์การมหาชน).
- อนุตรา อึ้งสุประเสริฐ และณัฐพร ศรีศิริรังสิมากุล. (2553). Bangkok City of Gastronomy. *คิด Creative Thailand*, 1(5), 14-19.
- อารียา จุ้ยจำลอง. (2565). การพัฒนาอาหารจำลองเพื่อสื่อสารอัตลักษณ์อาหารพื้นบ้านของชุมชนบางกระบือ กรุงเทพมหานคร. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา*, 7(1), 100-112.
- Galvez, J.C.P., Lopez-Guzman, T., Buiza, F.C., & Medina-Viruel, M.J. (2017). Gastronomy as an element of attraction in a tourist destination: the case of Lima, Peru. *Journal of Ethnic Foods*, 4, 254-261. <https://doi.org/10.1016/j.jef.2017.11.002>
- Gogoski, R. & Cuculeski, V. (2019). Gastronomic tourism, creative economy and possibility for economic development. In *Proceedings of the 13th Symposium with international participation "Novel Technologies and Economic Development"*. University of Nis, Faculty of Technology, Leskovac, Serbia.
- Hong, J.-S. & Tsai, C.-T. (2010). Government websites for promoting East Asian culinary tourism: A cross-national analysis. *Tourism Management*, 31, 74-85.
- Howkins, J. (2009). *The creative economy: How people make money from ideas* (K. Wanichwirun, Trans.). Amarin Printing and Publishing.
- Lenzerini, F. (2011). Intangible cultural heritage: The living culture of peoples. *The European Journal of International Law*, 22(1), 101-120.
- Mak, A., Lumbers, M., Eves, A., & Chang, R. (2012). Factors influencing tourist food consumption. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 928-936.
- Shalini, D. & Duggal, S. (2015). A review on Food tourism quality and its associated forms around the world. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 4(2), 1-12.
- Sormaz, U., Akmes, H., Gunes, Eda., & Aras, S. (2016). *Gastronomy in Tourism, Procedia Economics and Finance*, 39, 725 – 730.
- UNESCO. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- Vanhonacker, F., Verbeke, W., Guerrero, L., Claret, A., Contel, M., Scalvedi, L., & Hersleth, M. (2010). How European consumers define the concept of traditional food: Evidence from a survey in six countries. *Agribusiness*, 26, 453-476.

การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมเพื่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว
กรณีศึกษา หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี
พัฒนพงษ์ พงษ์ธานี¹ เทิดชัย ช่วยบำรุง^{2*}

An Assessment of Cultural Resource Potential for Tourism Development:
A Case Study of Koh Perd Fishing Village, Laem Sing District,
Chanthaburi Province

Patanapong Pongtanee¹ Therdchai Choibamroong^{2*}

Received 30/01/2026 Revised 09/04/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10270>

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด 2) เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม และ 3) เพื่อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดจำนวน 400 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมถึงสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ One-way ANOVA และ Brown-Forsythe โดยผลการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ให้ความสำคัญและเห็นด้วยว่าทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่มีคุณค่าสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.75) รองลงมา คือ ความดั้งเดิม ($\bar{X}$ = 3.65) และความงดงาม ($\bar{X}$ = 3.59) ขณะที่ปัจจัยด้านเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่าแม้ว่าทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพื้นที่จะมีคุณค่า แต่การสร้างการรับรู้ การสื่อสารภาพลักษณ์ยังไม่ชัดเจนเพียงพอสำหรับผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ภูมิภาค (Sig. = 0.00) และสื่อที่ทำให้รู้จักพื้นที่ (Sig. = 0.04) ของนักท่องเที่ยวมีผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ จากผลการศึกษา ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายจึงควรเน้นการส่งเสริมอัตลักษณ์ของพื้นที่ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ยกกระดับการมีส่วนร่วมของชุมชนในการอนุรักษ์วิถีชีวิตดั้งเดิมเพื่อสร้างความยั่งยืนและเกิดการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมให้พื้นที่มีภาพลักษณ์เฉพาะตัวเพื่อสร้างความแตกต่างเชิงการรับรู้และลดผลกระทบจากความคุ้นชินเชิงวัฒนธรรมของกลุ่มนักท่องเที่ยวในภูมิภาคตะวันออก

คำสำคัญ: ทุนทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมง การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Abstract

This study aims to 1) evaluate the potential of cultural resources for tourism development in Koh Perd fishing village; 2) investigate the influence of demographic characteristics on the assessment of cultural resource potential; and 3) provide policy recommendations for the enhancement of cultural tourism in Koh

¹ คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

² คณะการจัดการการท่องเที่ยว สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์

Graduate School of Tourism Management, National Institute of Development Administration

Email: ¹patanapong9@hotmail.com ²therdchai.c@nida.ac.th

* Corresponding author e-mail: therdchai.c@nida.ac.th



Perd fishing village. A quantitative study methodology was utilized, employing questionnaires to gather data from a sample of 400 Thai tourists visiting Koh Perd fishing village. The data were examined utilizing descriptive statistics, comprising mean and standard deviation, alongside inferential statistics, particularly One-way ANOVA and the Brown-Forsythe test. The results demonstrate that visitors perceive the value of cultural resources as the paramount attribute ($\bar{X}$ = 3.75), followed by authenticity ($\bar{X}$ = 3.65) and aesthetics ($\bar{X}$ = 3.59). Conversely, the aspect of identity and uniqueness exhibited a moderate mean score, suggesting that while the cultural resources in the region hold intrinsic value, initiatives for awareness-building and image communication are inadequately clear and distinctive, potentially impeding the community's capacity to attract tourism and investment. Hypothesis testing indicated that hometown (Sig. = 0.00), and the source of information regarding the place (Sig. = 0.04) significantly influenced the evaluation of cultural resource potential. Policy proposals should prioritize enhancing the area's identity via online platform to attract tourists. Furthermore, fostering community engagement in the preservation of traditional lifestyles is essential for enhancing the sustainability of the tourism destination and ensuring the ongoing transmission of cultural heritage. In addition, it is essential to undertake initiatives aimed at cultivating a unique destination image to foster perceptual differentiation and to alleviate the impacts of cultural familiarity among visitors from the Eastern region.

Keywords: cultural resources, fishing village, cultural tourism

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นกลไกสำคัญที่มีบทบาทต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ก่อให้เกิดการสร้างรายได้ กระตุ้นเศรษฐกิจ เกิดการจ้างงานและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น โดยในไตรมาสที่ 3 ปี พ.ศ. 2567 ผลิตภัณฑ์มวลรวม ด้านการท่องเที่ยวในประเทศทั้งทางตรงและทางอ้อม (Tourism direct and indirect Gross Domestic Product) ที่เกิดจากการใช้จ่ายเพื่อการท่องเที่ยวภายในประเทศของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ มีเป็นมูลค่าประมาณ 650,952.01 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 15.93 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อนหน้า และมีมูลค่าผลิตภัณฑ์มวลรวมด้านการท่องเที่ยวในประเทศคิดเป็นร้อยละ 14.16 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/Total GDP) (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2568) ทั้งนี้ในปี พ.ศ. 2567 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทยจำนวน 83,178,986 คน และมีนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางภายในประเทศจำนวน 270,377,850 คน ครั้ง (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ

นอกจากการท่องเที่ยวจะเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในระดับประเทศแล้ว การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาชุมชนในระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะอย่างยิ่งการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมช่วยสร้างรายได้ให้แก่ชุมชนจากกิจกรรมการท่องเที่ยว เช่น การจำหน่ายสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชน การให้บริการที่พักหรือมัคคุเทศก์ชุมชน ส่งผลให้เกิดการจ้างงานภายในพื้นที่ ลดการย้ายถิ่นฐานของประชากร และช่วยกระจายรายได้สู่คนในชุมชนอย่างทั่วถึง นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยังมีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างความตระหนักรู้ของชุมชนต่อคุณค่าและความสำคัญของมรดกทางวัฒนธรรมในท้องถิ่น ซึ่งนำไปสู่การอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรมอย่างยั่งยืนจากการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่า ภายหลังจากวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชุมชนกลายเป็นแนวโน้มนการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม โดยในปี พ.ศ. 2565 มีอัตราการเติบโตสูงถึงร้อยละ 155 และสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจกว่า 220 ล้านบาท (Modern Manufacturing, 2023) ขณะเดียวกัน ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงศิลปวัฒนธรรม เช่น การเข้าชมพิพิธภัณฑ์ การท่องเที่ยวแบบโฮมสเตย์ การศึกษาวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวเลือกทำระหว่างการเดินทาง

ท่องเที่ยวมากเป็นลำดับที่ 4 คิดเป็นร้อยละ 17.8 รองจากการพักผ่อนหย่อนใจ การท่องเที่ยวเชิงศาสนา และการพักผ่อนในที่พักผ่อนโดยไม่มีกิจกรรมเฉพาะ (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2560) สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทและศักยภาพของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

จากแนวโน้มและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมข้างต้น ภาครัฐในฐานะผู้กำหนดนโยบายและทิศทางการพัฒนาประเทศได้ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างต่อเนื่อง โดยสะท้อนได้จากประเด็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระดับชาติต่างๆ ในหลายระดับ ได้แก่ (1) ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4.3.1 ท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม เพื่อยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวของประเทศ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) (2) แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (05) การท่องเที่ยว แผนย่อย การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และวัฒนธรรม ได้ให้ความสำคัญกับการสร้างคุณค่าให้กับสินค้าและบริการด้านการท่องเที่ยวที่ตอบสนองพฤติกรรม ความต้องการนักท่องเที่ยว และสร้างทางเลือกประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับนักท่องเที่ยว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2566) (3) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 มุ่งเน้นการพัฒนาการท่องเที่ยวในเมืองรองบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) และ (4) แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ส่งเสริมการอนุรักษ์และต่อยอดทรัพย์สินทางวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ความเป็นไทยด้วยการประยุกต์ให้เข้ากับยุคสมัย (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

จากบทบาทและความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม แนวโน้มและทิศทางการพัฒนาประเทศ ด้านการท่องเที่ยว งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาแนวทางการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว เพื่อใช้ในการออกแบบนโยบายรองรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในอนาคต โดยในการศึกษานี้ได้เลือกหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดเป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดยังเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่ยังไม่เป็นที่นิยมมากนัก ส่วนหนึ่งเกิดจากคนในชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนยังไม่ตระหนักถึงศักยภาพของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ อีกทั้งการรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมภายในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดยังอยู่ในระดับจำกัด นอกจากนี้หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดตั้งอยู่ในอำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี เป็นพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูงจากผลกระทบซึ่งเกิดจากการพัฒนาของภาครัฐ เนื่องจากพื้นที่จังหวัดจันทบุรีเป็นพื้นที่ใกล้เคียงโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของภาครัฐหลายโครงการ เช่น โครงการพัฒนาระเบียงเศรษฐกิจภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor: EEC) ซึ่งครอบคลุมจังหวัดฉะเชิงเทรา ชลบุรี และระยอง รวมทั้งเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ (Special Economic Zone: SEZ) ในจังหวัดสระแก้วและตราด โครงการพัฒนาขนาดใหญ่ของภาครัฐและแนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมส่งผลเชิงบวกต่อหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด โดยทำให้จำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้น แต่หากไม่มีการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างมีประสิทธิภาพ ทรัพยากรการท่องเที่ยวของหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดอาจไม่สามารถรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นได้อย่างเหมาะสม

ภาพ 1

พื้นที่ศึกษา





วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี
3. เพื่อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้ได้ทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมในหลายมิติ เช่น แนวทางปฏิบัติในการดำเนินการตามอนุสัญญามรดกโลก (Operational Guidelines for the Implementation of the World Heritage Convention) ซึ่งให้คำแนะนำแก่ประเทศภาคีในการดำเนินการตามอนุสัญญาว่าด้วยการคุ้มครองมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ ค.ศ. 1972 (The 1972 Convention Concerning the Protection of the World Cultural and Natural Heritage) โดยมีหลักเกณฑ์ในการประเมินคุณค่าโดดเด่นเป็นสากล (Outstanding Universal Value: OUV) แบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม 1) เกณฑ์มรดกทางวัฒนธรรม ได้แก่ 1.1) เป็นผลงานที่แสดงถึงอัจฉริยภาพในการสร้างสรรค์ของมนุษยชาติ 1.2) แสดงให้เห็นถึงการแลกเปลี่ยนคุณค่าของมนุษย์อย่างสำคัญตลอดช่วงเวลาหนึ่ง อันส่งผลต่อการพัฒนาด้านสถาปัตยกรรม เทคโนโลยี ศิลปกรรม การวางผังเมือง หรือการออกแบบภูมิทัศน์ 1.3) เป็นหลักฐานที่มีลักษณะเฉพาะของชนบทรณนิยม หรืออารยธรรมที่ยังคงดำรงอยู่หรือได้สูญสลายไปแล้ว 1.4) เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของประเภทอาคาร กลุ่มสถาปัตยกรรม ภูมิทัศน์ทางสถาปัตยกรรมหรือเทคโนโลยี ซึ่งสะท้อนช่วงเวลาสำคัญของประวัติศาสตร์มนุษยชาติ 1.5) เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นของการตั้งถิ่นฐานมนุษย์ การใช้ประโยชน์ที่ดิน หรือการใช้ประโยชน์ทางทะเลแบบดั้งเดิม ซึ่งเป็นตัวแทนของวัฒนธรรมหนึ่งหรือหลายวัฒนธรรม และ 1.6) มีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับเหตุการณ์ ชนบทรณนิยม แนวคิด ความเชื่อ หรือผลงานทางศิลปะและวรรณกรรมที่มีคุณค่าโดดเด่นเป็นสากล และ 2) เกณฑ์มรดกทางธรรมชาติ ได้แก่ 2.1) เป็นส่วนประกอบที่เกิดจากปรากฏการณ์ทางธรรมชาติที่ยิ่งใหญ่ หรือพื้นที่ที่มีความงดงามทางธรรมชาติและมีคุณค่าทางสุนทรียภาพในระดับสูง 2.2) เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นซึ่งสะท้อนถึงช่วงสำคัญของประวัติศาสตร์โลก รวมถึงบันทึกวิวัฒนาการของสิ่งมีชีวิต กระบวนการทางธรณีวิทยาที่กำลังดำเนินการอยู่ในการก่อรูปของภูมิประเทศ หรือคุณลักษณะทางธรณีสัณฐานหรือภูมิประเทศที่สำคัญ 2.3) เป็นตัวอย่างที่โดดเด่นซึ่งแสดงถึงกระบวนการทางนิเวศวิทยาและชีววิทยาซึ่งยังคงดำเนินอยู่ของระบบนิเวศทั้งบนบก น้ำจืด ชายฝั่ง และทะเล รวมถึงระบบนิเวศของพืชและสัตว์ และ 2.4) เป็นส่วนประกอบของที่อยู่อาศัยทางธรรมชาติ และมีคุณค่าสำหรับการอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพ ซึ่งมียุคคุณค่าโดดเด่นเป็นสากลในมุมมองทางวิทยาศาสตร์และการอนุรักษ์ (United Nations, 2021)

นอกจากนี้ นักวิชาการจำนวนมากได้กล่าวถึงคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมในหลากหลายมิติ เช่น Lipe (1984) ระบุว่า คุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมประกอบด้วย 1) คุณค่าเชิงความสัมพันธ์ (Associative value) ซึ่งเป็นคุณค่าที่สะท้อนความหมายและนัยยะของอดีต 2) คุณค่าทางสารสนเทศ (Informational value) เป็นคุณค่าทางวิชาการ 3) คุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic value) เป็นคุณค่าที่เกิดจากมุมมองและการรับรู้เกี่ยวกับความงาม และ 4) คุณค่าทางเศรษฐกิจ (Economic value) เป็นคุณค่าทางการเงินที่เกิดขึ้นจากการใช้ทรัพยากรนั้นๆ สอดคล้องกับการศึกษาของ Bhandari et al., (2016) ซึ่งกล่าวว่า คุณค่าและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 ประการ ได้แก่ 1) คุณค่าทางสุนทรียภาพ (Aesthetic value) เป็นคุณค่าที่เกิดจากความงามที่มีความโดดเด่น 2) คุณค่าทางประวัติศาสตร์ (Historical value) เป็นคุณค่าที่แสดงวิถีชีวิต เหตุการณ์ หรือกิจกรรมของบุคคล กลุ่มบุคคล หรือองค์กรในอดีต 3) คุณค่าทางสังคม (Social value) เป็นคุณค่าที่มีความสำคัญต่อกลุ่มหรือชุมชนด้วยเหตุผลทางจิตวิญญาณ สังคม หรือวัฒนธรรม 4) คุณค่าทางจิตวิญญาณ (Spiritual value) เป็นคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมที่มีบริบททางศาสนาหรือความเชื่อ 5) คุณค่าทางวิชาการ (Scientific value) หมายถึง ทรัพยากรทางวัฒนธรรมที่ให้ข้อมูลและอธิบายความเข้าใจของมนุษย์เกี่ยวกับธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ และวัฒนธรรมของภูมิภาค และ 6) คุณค่าเชิงสัญลักษณ์หรือคุณค่าทางวัฒนธรรม (Symbolic/Cultural value) คือทุนทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดความหมายและสามารถอธิบายอดีต แนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมข้างต้น สอดคล้องกับ

กฎบัตร Australia ICOMOS ว่าด้วยแหล่งที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม ค.ศ. 2013 (The Burra Charter) โดยกฎบัตรดังกล่าวระบุว่าคุณค่าทางวัฒนธรรม (cultural significance) ประกอบด้วย คุณค่าทางสุนทรียภาพ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางวิทยาศาสตร์ และคุณค่าทางสังคมหรือจิตวิญญาณ ซึ่งแฝงอยู่ในทรัพยากรทางวัฒนธรรมนั่นเอง (Australia ICOMOS Incorporated, International Council on Monuments and Sites, 2013)

สำหรับประเทศไทยมีงานวิจัยจำนวนมากที่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณค่าทางวัฒนธรรม เช่น จิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ (2562) ได้ศึกษาคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินคุณค่าของทรัพยากรการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์ ผลการศึกษาพบว่า กลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญสูงสุดกับคุณค่าทางสังคม รองลงมาคือ คุณค่าทางสุนทรียภาพ คุณค่าทางประวัติศาสตร์ คุณค่าทางการศึกษา และคุณค่าทางเศรษฐกิจ ตามลำดับ นอกจากนี้ อธิวิศน์ ห้วยหงษ์ทอง (2561) ได้ประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรมเพื่อจัดทำแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) ของชุมชนไทดำ ตำบลดอน อำเภอดู่ทอง จังหวัดสุพรรณบุรี โดยการศึกษาใช้ 4 เกณฑ์ ในการประเมินทรัพยากรทางวัฒนธรรม ได้แก่ ความแท้จริงทางวัฒนธรรมและมีคุณค่าในมุมมองของเจ้าของวัฒนธรรม การมีบุคคลที่มีความรู้ความสามารถในการถ่ายทอดองค์ความรู้และภูมิปัญญา ความสัมพันธ์ระหว่างมรดกยืติดถือปฏิบัติกับการนำไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยว และความสัมพันธ์ระหว่างมรดกยืติดถือปฏิบัติกับความพร้อมในการนำไปใช้ในการจัดการท่องเที่ยว

นอกจากนี้ กรมการท่องเที่ยว (2557) ได้จัดทำคู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบหลัก ดังตาราง 1

ตาราง 1

เกณฑ์การตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยกรมการท่องเที่ยว

องค์ประกอบหลัก	องค์ประกอบรอง	องค์ประกอบย่อย
ศักยภาพในการดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว	ระดับเทคโนโลยีในแหล่งท่องเที่ยว	ความสำคัญทางประวัติศาสตร์
		หลักฐานทางโบราณคดี
		ความเป็นเอกลักษณ์ของยุคสมัย
		ความเป็นเอกลักษณ์ทางกายภาพของแหล่งประวัติศาสตร์
		ความสมบูรณ์ของโครงสร้างทางสถาปัตยกรรม
		ความสมบูรณ์ทางศิลปกรรม
		ความผูกพันต่อท้องถิ่น
		การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว
		ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว
		ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว
ศักยภาพในการรองรับด้านการท่องเที่ยว	ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐานเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว
		ศักยภาพในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก
	ศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวจากปัจจัยภายนอก	การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาภาครัฐ
		การสนับสนุนจากองค์กรพัฒนาภาคเอกชน
การบริหารจัดการ	การจัดการด้านการอนุรักษ์แหล่งท่องเที่ยว	การจัดการด้านการรักษาสภาพแหล่งท่องเที่ยว
		การจัดการด้านการใช้ประโยชน์พื้นที่
		การจัดการด้านการติดตามและการประเมิน
		การเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว
		การจัดการด้านการบริการและสาธารณูปโภคแก่นักท่องเที่ยว
	การจัดการด้านการท่องเที่ยว	การจัดการด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว
		การจัดการด้านการให้ความรู้และการสร้างจิตสำนึก
การมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น	ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	-
		ชุมชนมีรายได้จากการท่องเที่ยว



จากการทบทวนวรรณกรรม การศึกษาได้กำหนดตัวแปรในการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ได้แก่ 1) คุณค่า (Valuable) ความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ 2) เอกลักษณ์ (Uniqueness) ลักษณะเฉพาะที่โดดเด่น แสดงความแตกต่างจากพื้นที่หรือชุมชนอื่น สามารถรับรู้ได้จากภายนอก และเป็นคุณลักษณะที่ไม่เหมือนหรือพบได้ยากในบริบททางสังคมและวัฒนธรรมเดียวกัน 3) อัตลักษณ์ (Identity) ลักษณะเฉพาะที่บ่งชี้ความเป็นตัวตน ซึ่งทำให้เป็นที่รู้จักหรือจำได้ 4) ความดั้งเดิม (Authenticity) ลักษณะเก่าแก่ โบราณ จริงแท้ ที่สืบทอดต่อกันมา 5) ความงดงาม (Aesthetics) สภาพที่ก่อให้เกิดความเพลิดเพลินและการชื่นชมผ่านการเข้าใจและรับรู้ 6) การสืบทอดอย่างต่อเนื่อง (Inherited continuously) แนวทางการอนุรักษ์ รักษาไว้ และส่งต่อ 7) ผู้รู้ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้อื่น (Local wisdom scholar) มีบุคคล ผู้มีความรู้เกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมที่สามารถบอกเล่า เชื่อมโยงคุณค่าของทุนวัฒนธรรมระหว่างอดีตกับปัจจุบันได้อย่างเหมาะสม และ 8) การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรม (Public participation) การให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องร่วมดำเนินการตามวัตถุประสงค์ตั้งแต่ร่วมคิด ร่วมวางแผน ร่วมตัดสินใจ ร่วมปฏิบัติงาน และร่วมรับผิดชอบ

ตาราง 2

สรุปปัจจัยในการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม

ปัจจัย	การทบทวนวรรณกรรม						
	United Nations, 2021	Lipe, 1984	Bhandari et al., 2016	Australia ICOMOS Incorporated, International Council on Monuments and Sites, 2013	ลิตาภา บำรุงศิลป์ และคณะ, 2019	อิริศน์ ห้วยหงษ์ทอง, 2561	กรมการท่องเที่ยว, 2557
1. คุณค่า (Valuable)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
2. เอกลักษณ์ (Uniqueness)	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓
3. อัตลักษณ์ (Identity)	✓	✓	✓	✓	✓		✓
4. ความดั้งเดิม (Authenticity)		✓	✓	✓	✓	✓	✓
5. ความงดงาม (Aesthetics)		✓	✓	✓			
6. การสืบทอดอย่างต่อเนื่อง (Inherited continuously)						✓	
7. ผู้รู้ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้อื่น (Local wisdom scholar)						✓	
8. การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรม (Public participation)						✓	✓

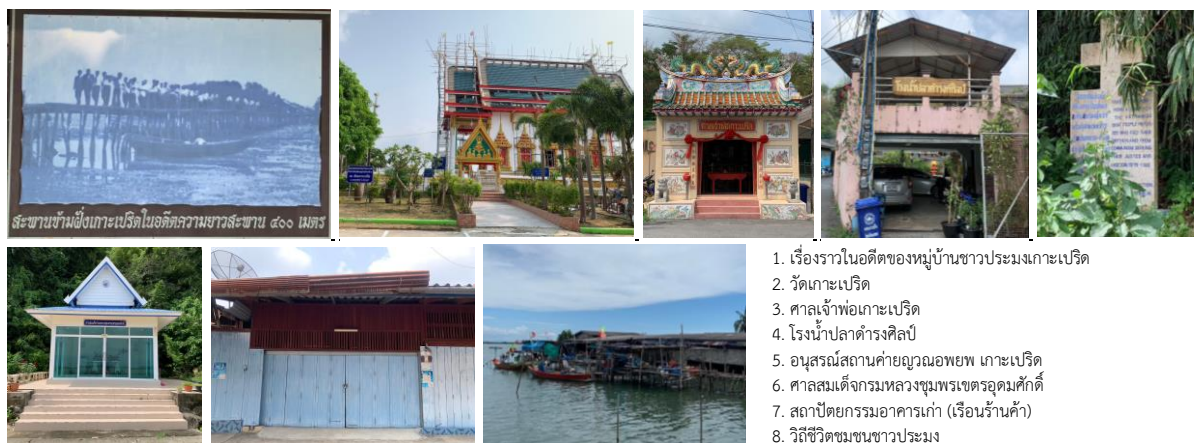
พื้นที่ศึกษา หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดตั้งอยู่ในตำบลเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี ในอดีตเป็นเกาะที่มีทะเลล้อมรอบ โดยที่มาของชื่อ “เกาะเปริด” มีสมมติฐานอยู่ 2 ประการ ได้แก่ (1) ในอดีตพ่อค้าชาวจีนจากแผ่นดินใหญ่เดินทางมาค้าขายด้วยเรือสำเภาและแวะพักค้างคืนบนเกาะแห่งนี้ เนื่องจากบริเวณดังกล่าวเป็นทะเลเปิด ชาวจีนจึงเรียกเกาะแห่งนี้ว่า “เกาะเปิด” และ (2) ในอดีตมีชาวจีนอพยพเข้ามาตั้งถิ่นฐานบนเกาะแห่งนี้ แต่ประสบกับโรคไข้มาลาเรียและอหิวาตกโรค ส่งผลให้มีชาวจีนเสียชีวิตเป็นจำนวนมาก ผู้ที่รอดชีวิตจึงอพยพออกจากเกาะ ทำให้เกาะแห่งนี้ถูกเรียกว่า “เปิด” ต่อมาชาวบ้านที่อาศัยอยู่บนเกาะได้เปลี่ยนชื่อเกาะเป็น “เปริด” เพื่อแก้เคล็ดเกี่ยวโรคภัยไข้เจ็บและเสริมสิริมงคล จนกระทั่งกลายเป็นชื่อ “เกาะเปริด” ที่ใช้เรียกมาจนถึงปัจจุบัน (องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเปริด, 2562)

ต่อมาในสมัยของหม่อมราชวงศ์คึกฤทธิ์ ปราโมช นายกรัฐมนตรีคนที่ 13 ของประเทศไทย ได้มีการจัดสรรงบประมาณเพื่อก่อสร้างถนนเชื่อมระหว่างชายฝั่งกับเกาะเปริด ส่งผลให้ลักษณะความเป็นเกาะดั้งเดิมค่อยๆ เลือนหายไป และพื้นที่ที่มีความเป็นเมืองมากขึ้นอันเนื่องมาจากการพัฒนา ปัจจุบันตำบลเกาะเปริดประกอบด้วย 7 หมู่บ้าน มีพื้นที่ทั้งหมด 22.712 ตารางกิโลเมตร

หรือประมาณ 14,080 ไร่ มีประชากรประมาณ 3,126 คน และ 1,293 ครัวเรือน นอกจากนี้ ตำบลเกาะเปริดยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย อาทิ ถ้ำร้างนางแอ่น ถ้ำโจรสลัด ถ้ำลอด ผาสุกนิรันดร์ ลานหินสีชมพู รวมถึงมีเกาะใกล้เคียง ได้แก่ เกาะกวาง และเกาะนางรำ ภายในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดยังมีโรงงานผลิตน้ำปลาดำรงศิลป์ ซึ่งเป็นน้ำปลาที่มีรสชาติอร่อยและมีชื่อเสียงของชุมชน โดยมีการผลิตและจำหน่ายยาวนานมากกว่า 30 ปี สำหรับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่อื่นๆ ได้แก่ เรื่องราวของหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด วัดเกาะเปริด สถาปัตยกรรม/อาคารเก่า (เรือนร้านค้า) ศาลเจ้าพ่อเกาะเปริด งานเพ่งอันประจำปีศาลเจ้าพ่อเกาะเปริด อนุสรณ์สถานค่ายญวนอพยพ เกาะเปริด ศาลสมเด็จพระหลวงชุมพรเขตรอุดมศักดิ์รวมถึง วิถีชีวิตชาวประมง

ภาพ 2

ทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด

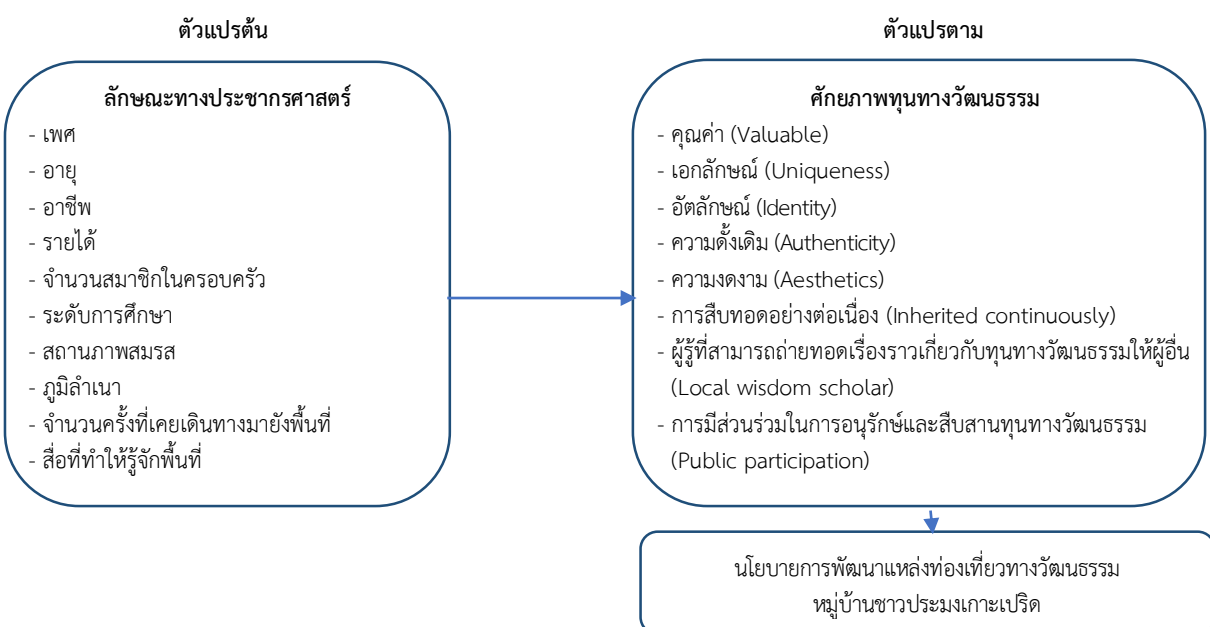


1. เรื่องราวในอดีตของหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด
2. วัดเกาะเปริด
3. ศาลเจ้าพ่อเกาะเปริด
4. โรงน้ำปลาดำรงศิลป์
5. อนุสรณ์สถานค่ายญวนอพยพ เกาะเปริด
6. ศาลสมเด็จพระหลวงชุมพรเขตรอุดมศักดิ์
7. สถาปัตยกรรมอาคารเก่า (เรือนร้านค้า)
8. วิถีชีวิตชุมชนชาวประมง

กรอบแนวคิดการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ภาพ 3

กรอบแนวคิดการวิจัย





วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมในการพัฒนาให้เป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด จำนวน 400 คน ทั้งนี้ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างอาศัยแนวคิดของ Cochran (1953) เนื่องจากไม่สามารถทราบขนาดของประชากรที่แน่นอน

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2} = \frac{0.5(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2} = 384.16$$

เมื่อ n = จำนวนกลุ่มตัวอย่าง

p = อัตราส่วนของประชากรที่นำมาเป็นตัวอย่าง (0.5)

z = ค่ามาตรฐานตามระดับความเชื่อมั่น (ระดับความเชื่อมั่น 95% ค่า $Z = 1.96$)

d = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมให้เกิดขึ้น (0.05)

จากการคำนวณตามแนวคิดของ Cochran (1953) พบว่าขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมเท่ากับ 384.16 ตัวอย่าง แต่ในการศึกษานี้ ได้เพิ่มจำนวนกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเป็นตัวแทนของประชากรได้อย่างเหมาะสมที่สุด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยปัจจัยในแบบสอบถามได้จากการทบทวนวรรณกรรม โครงสร้างของแบบสอบถามประกอบด้วย (1) ลักษณะทางประชากรศาสตร์ และ (2) การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม ตัวเลือกในแบบสอบถามสำหรับการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมใช้เกณฑ์การวัดแบบประมาณค่า (Likert Scale) 5 ระดับ เพื่อใช้วัดระดับความคิดเห็นและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวที่มีต่อทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้ เครื่องมือแบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาเรียบร้อยแล้ว โดยใช้การประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ประกอบด้วย (1) นักวิเคราะห์นโยบายและแผน กองยุทธศาสตร์และประสานการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขัน สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2) อาจารย์ประจำสาขาวิชาการท่องเที่ยว จำนวน 2 ท่าน (3) ผู้แทนสถาบันวิจัยด้านการพัฒนาเมือง และ (4) ผู้แทนบริษัทที่ปรึกษาด้านการท่องเที่ยว ผลการประเมินพบว่าค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามทุกข้อมีค่ามากกว่า 0.5 (Rovinelli & Hambleton, 1977) ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการศึกษาได้ นอกจากนี้ แบบสอบถามที่ใช้ในการศึกษายังได้ทดสอบสถิติ Cronbach's Alpha ซึ่งใช้วัดความเชื่อมั่นและความสอดคล้องภายในของแบบสอบถาม ผลการทดสอบพบว่า แบบสอบถามในส่วนที่ 2 การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม มีค่า Cronbach's Alpha เท่ากับ 0.848 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดี กล่าวคือ ข้อคำถามในส่วนดังกล่าวมีความสอดคล้องกันในการวัดตัวแปรเดียวกัน

การเก็บรวบรวมข้อมูล งานวิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ซึ่งคำนวณตามแนวคิดของ Cochran (1953) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มเป้าหมายที่ตรงตามเงื่อนไขที่กำหนดไว้ในงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 การประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และแปลผลตามเกณฑ์ของ Best (1981) สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม ใช้วิธีการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) โดยก่อนการวิเคราะห์จะมีการตรวจสอบความเป็นเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) หากพบว่ากลุ่มใดมีความแปรปรวนไม่เท่ากัน จะเลือกใช้สถิติ Brown-Forsythe แทน และหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ จะทำการเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีด้วยสถิติ Games-Howell เพื่อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด ในวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ตาราง 3

การแปลผลค่าเฉลี่ย

ค่าเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
4.50-5.00	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
3.50-4.49	เห็นด้วย
2.50-3.49	เห็นเป็นกลาง
1.50-2.49	ไม่เห็นด้วย
1.00-1.49	ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง

ที่มา: Best, 1981

สรุประเบียบวิธีวิจัย ระเบียบวิธีวิจัยสรุปได้ดังตารางที่ 4

ตาราง 4

ระเบียบวิธีวิจัย

วัตถุประสงค์	ระเบียบวิธีวิจัย	เครื่องมือการวิจัย	ประชากร	กลุ่มตัวอย่าง	การสุ่ม	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมสู่การพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี	ปริมาณ	แบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด	นักท่องเที่ยวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด 400 คน	การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$)
2. เพื่อศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี	ปริมาณ	แบบสอบถาม	นักท่องเที่ยวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด	นักท่องเที่ยวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด 400 คน	การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling)	การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)
3. เพื่อเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด อำเภอแหลมสิงห์ จังหวัดจันทบุรี	คุณภาพ		ประมวลผลจากผลการศึกษาในวัตถุประสงค์ที่ 1 และ 2			

ผลการวิจัย

จากการเก็บข้อมูลผ่านแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย (ร้อยละ 50.75) มีอายุในช่วง 31-40 ปี (ร้อยละ 42.46) ส่วนใหญ่เป็นพนักงานบริษัท (ร้อยละ 58.50) มีรายได้อยู่ในช่วง 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 35.55) จำนวนสมาชิกในครอบครัว 4 คน (ร้อยละ 34.94) มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 57.75) ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด (ร้อยละ 74.75) มีภูมิลำเนาอยู่ในภาคกลาง (ร้อยละ 61.58) เคยเดินทางมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดแล้วประมาณ 3 ครั้ง (ร้อยละ 40.86) โดยสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 66.75)

ตาราง 5

ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง

ลักษณะทางประชากรศาสตร์	ความถี่	ร้อยละ
1. เพศ		
ชาย	203	50.75
หญิง	172	43.00
LGBTQ+	22	5.50



ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
	ไม่ระบุ	3	0.75
	รวม	400	100.00
2. อายุ	20-30 ปี	166	41.71
	31-40 ปี	169	42.46
	41-50 ปี	57	14.32
	51-60 ปี	4	1.01
	มากกว่า 60 ปี	2	0.50
	รวม	398	100.00
3. อาชีพ	นักเรียน/นักศึกษา	41	10.25
	พนักงานบริษัท	234	58.50
	นักธุรกิจ/อาชีพอิสระ	38	9.50
	รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	57	14.25
	พ่อบ้าน/แม่บ้าน	13	3.25
	เกษตรกร	5	1.25
	ธุรกิจออนไลน์	6	1.50
	ว่างงาน	4	1.00
	รับจ้าง	2	0.50
	รวม	400	100.00
4. รายได้	0-1,5000 บาท	60	15.35
	15,001-30,000 บาท	139	35.55
	30,001-45,000 บาท	127	32.48
	45,001 ขึ้นไป	65	16.62
	รวม	391	100.00
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1 คน	21	5.32
	2 คน	50	12.66
	3 คน	110	27.85
	4 คน	138	34.94
	5 คน ขึ้นไป	76	19.24
	รวม	395	100.00
6. ระดับการศึกษา	ต่ำกว่าปริญญาตรี	28	7.00
	ปริญญาตรี	231	57.75
	ปริญญาโท	135	33.75
	ปริญญาเอก	6	1.50
	รวม	400	100.00
7. สถานภาพสมรส	โสด	299	74.75
	สมรส	98	24.50
	หย่าร้าง	3	0.75
	รวม	400	100.00
8. ภูมิภาค	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	10	2.54
	ภาคเหนือ	11	2.80
	ภาคใต้	16	4.07
	ภาคตะวันออก	114	29.01
	ภาคกลาง	242	61.58
	รวม	393	100.00
9. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมง	1 ครั้ง	36	9.14
	2 ครั้ง	56	14.21
	3 ครั้ง	161	40.86

ลักษณะทางประชากรศาสตร์		ความถี่	ร้อยละ
เกาะเปริด	4 ครั้ง	91	23.10
	5 ครั้ง	28	7.11
	มากกว่า 5 ครั้ง	22	5.58
	รวม	394	100.00
10. สื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด	อินเทอร์เน็ต	267	66.75
	โทรทัศน์	52	13.00
	หนังสือพิมพ์	2	0.50
	วารสาร/ นิตยสาร	1	0.25
	คำบอกเล่าจากบุคคลอื่น	78	19.50
รวม		400	100.00

ผลการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เห็นด้วยว่าทุนทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านมีคุณค่า ($\bar{X} = 3.75$, S.D = 0.84) รองลงมาคือ ทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีความดั้งเดิม ($\bar{X} = 3.65$, S.D = 0.96) และทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีความงดงาม ($\bar{X} = 3.59$, S.D = 1.14) ตามลำดับ

ตาราง 6

ศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด

ศักยภาพทุนทางวัฒนธรรม	$\bar{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีคุณค่า	3.75	0.84	เห็นด้วย
2. ทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีเอกลักษณ์	3.45	0.95	เห็นเป็นกลาง
3. ทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีอัตลักษณ์	3.21	0.90	เห็นเป็นกลาง
4. ทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีความดั้งเดิม	3.65	0.96	เห็นด้วย
5. ทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีความงดงาม	3.59	1.14	เห็นด้วย
6. ทุนทางวัฒนธรรมในหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดได้รับการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง	2.99	1.04	เห็นเป็นกลาง
7. หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด	3.54	1.11	เห็นด้วย
8. คนในพื้นที่มีส่วนร่วมในการอนุรักษ์และสืบสานทุนทางวัฒนธรรม	3.04	1.03	เห็นเป็นกลาง

สำหรับการศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทุนทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด การศึกษานี้ ได้เลือกใช้การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ในการทดสอบสมมติฐาน โดยจากผลการวิเคราะห์พบว่าทุกปัจจัยมีการแจกแจงแบบปกติ ทุกปัจจัยมีค่า Skewness value < 3 และค่า Kurtosis value < 10 ซึ่งสามารถยอมรับได้ว่ามีความใกล้เคียงการแจกแจงแบบปกติได้ นอกจากนี้ การศึกษานี้ได้ทำการทดสอบเอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances) โดยผลการศึกษา พบว่า ตัวแปรที่ความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากัน (Sig. < 0.05) ซึ่งไม่เป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA) ได้แก่ รายได้ ภูมิฐานะ และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด ดังนั้น จึงไม่สามารถนำตัวแปรดังกล่าวมาวิเคราะห์ด้วยความแปรปรวนแบบทางเดียวได้ การศึกษานี้ได้เลือกใช้สถิติ Brown-Forsythe เป็นสถิติทางเลือกแทน ในขณะที่ตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด มีค่า Sig. มากกว่า 0.05 แสดงว่าความแปรปรวนของข้อมูลไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ สามารถนำมาวิเคราะห์ด้วยความแปรปรวนแบบทางเดียวได้



ตาราง 7

การวิเคราะห์เอกพันธ์ของความแปรปรวน (Test of Homogeneity of Variances)

ตัวแปร	Test of Homogeneity of Variances			
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.
1. เพศ	0.548	3	396	0.650
2. อายุ	1.188	4	393	0.316
3. อาชีพ	1.440	8	391	0.178
4. รายได้	5.159	3	387	0.002
5. จำนวนสมาชิกในครอบครัว	1.253	4	390	0.288
6. ระดับการศึกษา	1.908	3	396	0.128
7. สถานภาพสมรส	2.092	2	397	0.125
8. ภูมิฐานะ	14.904	4	388	0.000
9. จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมงเกาะเบริด	2.430	5	388	0.035
10. สื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเบริด	2.644	3	395	0.051

จากการทดสอบเอกพันธ์ของความแปรปรวน การศึกษาครั้งนี้ได้ทำการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ตัวแปร เพศ อายุ อาชีพ จำนวนสมาชิกในครอบครัว ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส และสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเบริด โดยผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ส่วนใหญ่ไม่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig} > 0.05$) ยกเว้น สื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเบริด ($\text{Sig} = 0.04$)

ตาราง 8

การวิเคราะห์ด้วยความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

Variables	Anova				
		Sum of Squares	df	Mean Square	Sig.
เพศ	Between Groups	3.164	3	1.055	2.186
	Within Groups	191.043	396	0.482	
	Total	194.206	399		
อายุ	Between Groups	0.366	4	0.091	0.186
	Within Groups	193.120	393	0.491	
	Total	193.486	397		
อาชีพ	Between Groups	6.281	8	0.785	1.633
	Within Groups	187.926	391	0.481	
	Total	194.206	399		
จำนวนสมาชิกในครอบครัว	Between Groups	1.857	4	0.464	0.948
	Within Groups	191.037	390	0.490	
	Total	192.894	394		
ระดับการศึกษา	Between Groups	2.169	3	0.723	1.491
	Within Groups	192.037	396	0.485	
	Total	194.206	399		
สถานภาพสมรส	Between Groups	1.478	2	0.739	1.523
	Within Groups	192.728	397	0.485	
	Total	194.206	399		
สื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเบริด	Between Groups	4.842	4	1.211	2.525
	Within Groups	189.364	395	0.479	
	Total	194.206	395		

สำหรับการวิเคราะห์ตัวแปรตัวแปรที่ความแปรปรวนของข้อมูลไม่เท่ากัน ได้แก่ ตัวแปรรายได้ ภูมิฐานะ และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด การศึกษานี้ได้ทำการวิเคราะห์สถิติ Brown-Forsythe โดยผลการศึกษาพบว่า ภูมิฐานะ (Sig. = 0.000) มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ในขณะที่ รายได้ (Sig. 0.071) และจำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด (Sig. = 0.137) มีค่าเฉลี่ยของตัวแปรไม่แตกต่างกัน

ตาราง 9

วิเคราะห์ความแปรปรวนของกลุ่มที่ไม่เป็นเอกพันธ์ Brown-Forsythe

Variables	Brown-Forsythe			
	Statistic	df1	Df2	Sig.
รายได้	2.374	3	257.391	0.071
ภูมิฐานะ	19.974	4	63.790	0.000
จำนวนครั้งที่เคยเดินทางมายังหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด	1.697	5	246.168	0.137

จากการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว และการทดสอบสถิติ Brown-Forsythe พบว่าตัวแปรที่มีความแตกต่างของค่าเฉลี่ยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ภูมิฐานะ และสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด การศึกษานี้จึงได้ทำการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยสถิติ Games-Howell โดยการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยวิธี Games-Howell ระหว่างตัวแปรภูมิฐานะของนักท่องเที่ยว และศักยภาพทางวัฒนธรรม พบว่า ภาคตะวันออก (Mean = 2.969) รับรู้ศักยภาพทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดน้อยกว่าภูมิภาคอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยนักท่องเที่ยวที่มีภูมิฐานะในภาคตะวันออกมีการรับรู้แตกต่างจากภาคตะวันออกเฉียงเหนือ (Mean Difference = 0.59320) ภาคเหนือ (Mean Difference = 0.64434) ภาคใต้ (Mean Difference = 0.67914) และภาคกลาง (Mean Difference = 0.59527) อย่างมีนัยสำคัญ

ตาราง 10

วิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยสถิติ Games-Howell ระหว่างภูมิฐานะ และศักยภาพทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว

รายได้ (บาท)	ค่าเฉลี่ย	ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ				
		3.56	3.61	3.65	2.97	3.56
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	3.56	-	-0.5114 (1.000)	-0.08594 (0.997)	0.59320* (0.046)	-0.00207 (1.000)
ภาคเหนือ	3.61	-	-	-0.03480 (1.000)	0.64434* (0.015)	0.04907 (0.999)
ภาคใต้	3.65	-	-	-	0.67914* (0.001)	0.08381 (0.987)
ภาคตะวันออก	2.97	-	-	-	-	-0.59527* (0.001)
ภาคกลาง	3.56	-	-	-	-	-

* ความแตกต่างของค่าเฉลี่ยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สำหรับการวิเคราะห์เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยรายคู่ด้วยสถิติ Games-Howell ระหว่างตัวแปรสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด และศักยภาพทางวัฒนธรรมสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยว ไม่สามารถทำการทดสอบ Post hoc ด้วยสถิติ Games-Howell ได้ เนื่องจากมีอย่างน้อย 1 กลุ่มที่มีข้อมูลน้อยกว่า 2 ตัวอย่าง

สรุปผลการวิจัย จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด มีการรับรู้ทางวัฒนธรรมของหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีคุณค่า มีความดั้งเดิม และมีความงดงาม โดยลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรม ได้แก่ ภูมิฐานะและสื่อที่ทำให้รู้จักหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดของนักท่องเที่ยว จากผลการศึกษาดังกล่าวสามารถเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด ในวัตถุประสงค์ที่ 3 ได้ดังนี้

ตาราง 11

การเสนอแนะนโยบายการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด จากผลการศึกษา

ผลการศึกษา	นโยบายการพัฒนา
1. นักท่องเที่ยวประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรม ด้านคุณค่าและความดั้งเดิมในระดับสูง แต่ประเมินด้านเอกลักษณ์ ($\bar{X}$ = 3.45) และอัตลักษณ์ ($\bar{X}$ = 3.21) อยู่ในระดับกลาง	หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรมีนโยบายส่งเสริมการสร้างจุดเด่นให้ชัดเจน เช่น การฟื้นฟูสถาปัตยกรรมอาคารเก่า (เรือนร้านค้า) และการจัดชีวิตชาวประมงให้เป็นภาพลักษณ์หลักของหมู่บ้าน เพื่อให้ นักท่องเที่ยวจดจำตัวตนของชุมชนได้ชัดเจนกว่าเดิม
2. การสืบทอดอย่างต่อเนื่อง ($\bar{X}$ = 2.99) และการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่ ($\bar{X}$ = 3.04) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด	ชุมชนควรเร่งสร้างกลไกการมีส่วนร่วมในการพัฒนาและอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมการสร้างมรดกเทศก์รุ่นเยาว์ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่และมีการสืบทอดอย่างต่อเนื่อง
3. สื่อที่ให้นักท่องเที่ยวรู้จักพื้นที่มากที่สุดคือ อินเทอร์เน็ต (ร้อยละ 66.8) และผลการวิเคราะห์ ANOVA พบว่า สื่อที่ต่างกันส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรมที่แตกต่างกัน (Sig. = 0.04)	ภาครัฐทั้งส่วนกลางและท้องถิ่นควรพัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยวบนแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงควรประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้
4. ภูมิฐานะ (Sig. = 0.000) ที่ต่างกันส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรมที่ต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ และภาคตะวันออกมีค่าเฉลี่ยในการประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรมต่ำที่สุด ($\bar{X}$ = 2.97)	นักท่องเที่ยวจากภาคตะวันออกอาจมีความคุ้นชินกับทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ เนื่องจากหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดตั้งอยู่ในภาคตะวันออก การออกแบบนโยบายการพัฒนาการท่องเที่ยวต้องดึงจุดเด่นเฉพาะตัว (Unique Selling Point) ที่อื่นไม่มี เช่น ประวัติศาสตร์ของ ค่ายฉนวนเกาะเปริด หรือตำนานเกาะเปริด ซึ่งเป็นเรื่องเฉพาะถิ่น เพื่อเปลี่ยนทัศนคติจากความคุ้นชิน เป็นความแปลกใหม่ทางประวัติศาสตร์

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่า นักท่องเที่ยวเห็นว่าทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่หมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริดมีคุณค่า สอดคล้องกับการศึกษาของ Lipe (1984) ที่กล่าวว่า ทุนทางวัฒนธรรมมีมิติที่หลากหลาย รวมถึงการมีคุณค่าทางเศรษฐกิจ รองลงมาคือความดั้งเดิม สอดคล้องเกณฑ์การตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ โดยกรมการท่องเที่ยว (2557) และความงดงาม ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Bhandari et al. (2016) ซึ่งกล่าวว่า คุณค่าและความสำคัญของทุนทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย 6 ประการ รวมถึงคุณค่าทางสุนทรียภาพ นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวยังมีความเห็นว่าการมีผู้รู้ที่สามารถถ่ายทอดเรื่องราวเกี่ยวกับทุนทางวัฒนธรรมให้ผู้อื่น เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อศักยภาพทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับการศึกษาของ อธิวิศน์ ห้วยหงษ์ทอง (2561) ที่ใช้เกณฑ์ดังกล่าวในการศึกษาประเมินศักยภาพของทรัพยากรทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ศักยภาพทางวัฒนธรรมอย่างเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นว่า แม้ว่าทรัพยากรทางวัฒนธรรมในพื้นที่จะมีคุณค่าในตัวเอง แต่การสร้างการรับรู้ การสื่อสารภาพลักษณ์ และการนำเสนอความโดดเด่นที่แตกต่างจากแหล่งท่องเที่ยวอื่นยังไม่ชัดเจนเพียงพอ จึงควรได้รับการพัฒนาและส่งเสริมอย่างเป็นระบบต่อไป สำหรับการศึกษาความแตกต่างของลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพทางวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยมาเยือนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด พบว่า นักท่องเที่ยวภายในภาคตะวันออกมี “ความคุ้นชินเชิงวัฒนธรรม” (Cultural familiarity) เนื่องจากนักท่องเที่ยวในภูมิภาคเดียวกันอาจมองว่าวิถีชีวิตชาวประมงอาคารเก่า รวมถึง วัด เป็นสิ่งปกติที่พบเห็นได้ทั่วไป ในขณะที่นักท่องเที่ยวจากภาคอื่นๆ จะมองเห็นความแปลกใหม่และให้คุณค่าสูงกว่า ดังนั้น การพัฒนาจึงจำเป็นต้องดึงจุดเด่นเฉพาะตัวมาสร้างเป็นเรื่องราว (Storytelling) เพื่อเปลี่ยนความคุ้นชินให้กลายเป็นประสบการณ์

ที่น่าตื่นตาตื่นใจ นอกจากนี้ผลการศึกษายังพบว่า สื่ออินเทอร์เน็ต เป็นช่องทางหลักที่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักพื้นที่ และสื่อที่ต่างกัน ส่งผลต่อการประเมินศักยภาพที่แตกต่างกัน ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นการสร้างการรับรู้ศักยภาพทางวัฒนธรรมผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับนโยบายในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 ที่มุ่งเน้นการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย (1) ส่งเสริมการสร้างจุดเด่นของทุนทางวัฒนธรรมในพื้นที่ให้ชัดเจน เช่น การฟื้นฟูสถาปัตยกรรมอาคารเก่า (เรือนร้านค้า) และการส่งเสริมวิถีชีวิตชาวประมงให้เป็นภาพลักษณ์หลักของหมู่บ้าน เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถจดจำตัวตนของชุมชนได้ชัดเจน (2) สร้างกลไกการมีส่วนร่วม ในการพัฒนาและอนุรักษ์ทุนทางวัฒนธรรม เช่น การส่งเสริมการสร้างมัคคุเทศก์รุ่นเยาว์ เพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของคนในพื้นที่และมีการสืบทอดได้อย่างต่อเนื่อง (3) พัฒนาระบบข้อมูลการท่องเที่ยว และประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงได้ (4) ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีความหลากหลาย เพื่อตอบโจทย์กลุ่มเป้าหมายที่มีกำลังซื้อและมีภูมิสำเนาที่ต่างกันและ (5) ส่งเสริมให้พื้นที่ที่มีภาพลักษณ์เฉพาะตัว เช่น การยกระดับเรื่องเล่าทางประวัติศาสตร์ของค่ายญวน เกาะเปริด ตำนานเกาะเปริด รวมถึงฟื้นฟูสถาปัตยกรรมในพื้นที่อย่างเรือนร้านค้าซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป (1) ควรเพิ่มเติมการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อเป็นการสนับสนุนและยืนยันข้อมูลทางสถิติ และ (2) ควรขยายขอบเขตการเก็บข้อมูลไปยังกลุ่มผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Stakeholders) โดยเฉพาะกลุ่มประชากรในชุมชนหมู่บ้านชาวประมงเกาะเปริด เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ทัศนคติรวมถึงการตระหนักรู้ต่อคุณค่าของทุนทางวัฒนธรรมในมิติของเจ้าของวัฒนธรรม

รายการอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์*. สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570)*. <https://www.mots.go.th>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศรายจังหวัด รายเดือน ปี 2567 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2024))*. <https://www.mots.go.th/news/category/760>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2568). *รายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว Tourism Economic Review*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- ฐิตาภา บำรุงศิลป์, ประภอศิริ ภัคดิพินิจ และสุริยา สัมจันทร์. (2562). การประเมินคุณค่าของทรัพยากรท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของกลุ่มชาติพันธุ์ในจังหวัดศรีสะเกษ. *มนุษย์สังคมสาร*, 17(3), 1-23.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2560). *การสำรวจพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของชาวไทย พ.ศ. 2560 (ในรอบปี 2559)*. สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580*. <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/NATIONAL-STRATEGY-2018-2037-THAI.pdf>
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 พ.ศ. 2566-2570*. https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/02/article_file_20230307173518.pdf
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2566). *แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566-2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม)*. <https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/06/NATIONAL-STRATEGY-2018-2037-THAI.pdf>



- องค์การบริหารส่วนตำบลเกาะเปริด. (2562). *ข้อมูลพื้นฐานตำบล*. <https://kohperd.go.th/public/list/data/index/menu/1142>
- อิธิศน์ ห้วยหงษ์ทอง. (2561). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของชุมชนไทดำ ตำบลบ้านดอน อำเภอดำรงวิทยะปรีห์. *วารสารวิจัยสังคม*, 41(2), 141-176.
- Australia ICOMOS Incorporated International Council on Monuments and Sites. (2013). *The Burra Charter: The Australia ICOMOS Charter for Places of Cultural Significance (2013 ed.)*. International Council on Monuments and Sites.
- Best, J. W. (1981). *Research in education* (4th ed.). Prentice Hall.
- Bhandari, H., Kaur, P., & Grover, A. R. (2016). Assessment of significance of cultural heritage - A value based approach. *The SPA Journal of Planning and Architecture*, 20(3-4), 41-56.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. John Wiley & Sons.
- Lipe, W. D. (1984). *Value and Meaning in Cultural Resources*. In *Approaches to the Archaeological Heritage, edited by Henry Cleere*. Cambridge University Press.
- Modern Manufacturing. (2023). *สสว. เผย ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเทรนด์ใหม่ หลังวิกฤติ COVID-19 ที่ได้รับ ความนิยมปี 2565*. <https://www.mmthailand.com/osmep-cultural-tourism-covid-19/>
- Rovinelli, R. J. & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- United Nations. (2021). *Operational guidelines for the implementation of the World Heritage Convention*. UNESCO World Heritage Centre, France.

การวิเคราะห์ศักยภาพและการออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง: กรณีศึกษา จังหวัดนครพนม

ศราวุธ แจ่มใจดี^{1*} เสรี วงษ์มณฑา² ชุษณะ เตชคณา³ กาญจน์นภา พงศ์พนรัตน์ เชี่ยวชาญ⁴

Tourism Potential Analysis and Development Strategy Design for Secondary Cities: A Case Study of Nakhon Phanom Province

Sarawut Jangjaidee^{1*} Seri Wongmonta² Jusana Techakana³ Kannapa Pongponrat Chieochan⁴

Received 24/02/2026 Revised 08/04/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10499>

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม 2) วิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม 3) เสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม การศึกษาใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาจากเอกสาร การลงพื้นที่สำรวจ และการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้าง ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 คน จาก 5 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ประชาชน ประชาสังคม และนักวิชาการ ผลการวิจัยพบว่า นครพนมมีศักยภาพในด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ ได้แก่ พระธาตุพนม การเข้าถึงพบว่าระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดยังไม่ครอบคลุม ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพบว่า ห้องน้ำสาธารณะไม่ได้มาตรฐาน และการประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง ขณะที่โปรแกรมท่องเที่ยวและกิจกรรมยังไม่หลากหลาย การบริการเสริมกระจุกตัวในพื้นที่หลัก ขาดการดูแลด้านความปลอดภัยอย่างทั่วถึง สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพพบว่า นครพนมมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม จุดอ่อนคือระบบขนส่งสาธารณะและสิ่งอำนวยความสะดวกยังไม่ครอบคลุม การประชาสัมพันธ์และการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวขาดความชัดเจน โอกาสมาจากกระแสท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและความร่วมมือกับประเทศเพื่อนบ้าน ขณะที่ภัยคุกคามคือข้อจำกัดงบประมาณ การแข่งขันจากจังหวัดข้างเคียง พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง และภาวะเศรษฐกิจโลก กลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ได้แก่ การสร้างอัตลักษณ์ของจังหวัดในฐานะ “เมืองแห่งศรัทธาริมโขง” การสร้างความร่วมมือและการลงทุนแบบบูรณาการเพื่อพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านการท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบ อาทิ การพัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้ครอบคลุม ยกกระดับมาตรฐานความปลอดภัย พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวและการประชาสัมพันธ์ ตลอดจนการพัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เมืองรอง นครพนม กลยุทธ์การพัฒนา

Abstract

This study aims to: 1) analyze the tourism components of secondary cities in Nakhon Phanom Province; 2) evaluate the tourism potential of these secondary cities; and 3) propose strategic guidelines for tourism development in Nakhon Phanom Province. A qualitative research methodology was employed, incorporating document analysis, field surveys, and in-depth interviews using semi-structured instruments. The sample consisted of 20 key informants representing five sectors: public, private, local residents, civil society, and

^{1,2,3,4} วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยพะเยา

College of Management, University of Phayao

Email: ¹j.sarawut@hotmail.co.th ²seri_wong@yahoo.com ³jusana.t@fba.kmutnb.ac.th ⁴kannapap@hotmail.com

*Corresponding author e-mail: j.sarawut@hotmail.co.th

academia. The findings reveal that Nakhon Phanom possesses significant potential for religious and cultural tourism, with Phra That Phanom serving as a primary attraction. However, accessibility remains a challenge as the internal public transportation system is not yet comprehensive. Regarding facilities, public restrooms do not meet standard requirements, and promotional efforts remain insufficient. Furthermore, tourism programs and activities lack diversity, while ancillary services are concentrated only in major areas, resulting in inadequate safety oversight across all locations. The potential analysis indicates that Nakhon Phanom's strengths lie in its religious and cultural assets. Weaknesses include fragmented public transportation, inadequate facilities, and a lack of clear integrated tourism routes and promotion. Opportunities arise from the growing trend of faith-based tourism and regional cooperation with neighboring countries. Conversely, threats include budgetary constraints, intense competition from adjacent provinces, shifting tourist behaviors, and global economic volatility. Recommended development strategies include establishing a distinct provincial identity as the "City of Faith along the Mekong," fostering integrated public-private partnerships for systematic infrastructure investment—such as expanding transportation networks and elevating safety standards—developing digital platforms for tourism data integration and promotion, and enhancing human capital and administrative efficiency.

Keywords: secondary city, Nakhon Phanom, development strategies

บทนำ

ภาคการท่องเที่ยวเป็นภาคส่วนหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยในปี พ.ศ. 2568 การท่องเที่ยวสามารถสร้างผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งทางตรงและทางอ้อมรวม 2,701,826.45 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนร้อยละ 14.32 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศ (Tourism GDP/ Total GDP) โดยในปี พ.ศ. 2568 ประเทศไทยมีผู้เยี่ยมเยือนทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติรวม 357,108,948 คน สะท้อนให้เห็นถึงบทบาทที่สำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในฐานะภาคส่วนหลักในการพัฒนาประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569)

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในจังหวัดท่องเที่ยวหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร ชลบุรี กาญจนบุรี ภูเก็ต และเชียงใหม่ ซึ่งมีจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากการท่องเที่ยวในระดับสูง ส่งผลให้เกิดการกระจุกตัวของรายได้และความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ นอกจากนี้ การกระจุกตัวของกิจกรรมการท่องเที่ยวในเมืองหลักยังเพิ่มความเปราะบางต่อความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก เช่น สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ซึ่งส่งผลกระทบอย่างรุนแรงต่อจังหวัดที่พึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเป็นสัดส่วนสูง ทั้งในด้านรายได้ การจ้างงาน และธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เมื่อจำนวนนักท่องเที่ยวลดลงอย่างฉับพลัน ระบบเศรษฐกิจในพื้นที่ดังกล่าวจึงได้รับผลกระทบเป็นวงกว้าง สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการกระจายความเสี่ยงและการสร้างความสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยว ซึ่งภาครัฐเล็งเห็นถึงปัญหาดังกล่าว จึงให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวในเมืองรองมากขึ้น โดยเมืองรองคือจังหวัดที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวไม่เกิน 4,000,000 คนต่อปี ซึ่งถือเป็นพื้นที่ที่ยังมีศักยภาพในการพัฒนาและสามารถรองรับการขยายตัวทางการท่องเที่ยวได้อีก (ศิริขวัญ วิเชียรเพริศ, 2564) แนวคิดการพัฒนาเมืองรองเป็นประเด็นสำคัญที่ถูกบรรจุไว้ในแผนพัฒนาระดับชาติต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจฐานราก และสร้างความสมดุลในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยอย่างยั่งยืน โดยประเด็นการพัฒนาเมืองรองด้านการท่องเที่ยวถูกกล่าวถึงในแผนระดับที่ 1 ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561-2580) ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นท่องเที่ยวเชื่อมโยงภูมิภาค แผนระดับที่ 2 แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม) ประเด็น (05) การท่องเที่ยว ซึ่งมีการกำหนดเป้าหมาย รายได้จากการท่องเที่ยว ของเมืองรองเพิ่มขึ้น ไม่น้อยกว่า 5 ภายในปี พ.ศ. 2570 แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 หมายความว่า 2 ไทยเป็นจุดหมายของการท่องเที่ยวที่เน้นคุณภาพและความยั่งยืน ในกลยุทธ์ย่อยที่ 2.3 ซึ่งสนับสนุนการท่องเที่ยวโดยชุมชนและการท่องเที่ยวในเมืองรอง โดยให้ความสำคัญกับการพัฒนามาตรฐานความหลากหลายทางชีวภาพและวัฒนธรรม ส่งเสริมแนวคิดการสร้างรายได้จากการอนุรักษ์

ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม สร้างองค์ความรู้ด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การพัฒนาระบบและการจัดการสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว เพื่อเป็นการสร้างฐานให้ชุมชนมีความรักในท้องถิ่นและรักษา วัฒนธรรมของตนเอง ตลอดจนสร้างเครือข่ายและจัดหาเงินทุน เพื่อบ่มเพาะชุมชนให้ยกระดับเป็นวิสาหกิจ เพื่อสังคมและสตาร์ทอัพ ซึ่งจะก่อให้เกิดการกระจายรายได้อย่างเป็นธรรม สำหรับแผนระดับที่ 3 ประเด็นการพัฒนาเมืองรองถูกบรรจุในแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ยุทธศาสตร์ที่ 1 เสริมสร้างความเข้มแข็งและภูมิคุ้มกันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย (Resilient Tourism) กลยุทธ์ที่ 1.2 กระจายรายได้และความเจริญจากการท่องเที่ยวอย่างทั่วถึงทุกพื้นที่ และลดการรั่วไหลในภาคการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรม (Equitable Tourism) โดยในแนวทางที่ 1.2.1 มุ่งส่งเสริมการกระจายจำนวนนักท่องเที่ยวไปยังเมืองต่าง ๆ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่ระดับชุมชน (Tourism Distribution) (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566)

จากปัญหาการกระจุกตัวของรายได้และความเหลื่อมล้ำระหว่างพื้นที่ของเมืองหลักและเมืองรอง การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการพัฒนากลยุทธ์การท่องเที่ยวเมืองรอง เพื่อยกระดับการพัฒนาพื้นที่เพื่อรองรับการท่องเที่ยว โดยการศึกษานี้ได้คัดเลือกจังหวัดนครพนมเป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากจังหวัดนครพนมมีจุดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม ซึ่งมีศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวเมื่อเปรียบเทียบกับจังหวัดเมืองรองอื่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือที่เน้นทรัพยากรธรรมชาติหรือเทศกาลท้องถิ่นเป็นหลัก จังหวัดนครพนมมีความชัดเจนด้านอัตลักษณ์และสามารถพัฒนาต่อยอดเชิงกลยุทธ์ได้หลากหลายมิติ ทั้งด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ และความเชื่อ จังหวัดนครพนมมีการเติบโตด้านการท่องเที่ยว โดยในปี พ.ศ. 2568 มีผู้เยี่ยมเยือนรวม 2,366,303 คน แบ่งเป็นผู้เยี่ยมเยือนชาวไทย 2,190,993 คน และชาวต่างชาติ 175,310 คน สร้างรายได้รวม 4,362 ล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2569) ข้อมูลดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าจังหวัดนครพนมยังมีช่องว่างในการพัฒนาและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจจากการท่องเที่ยวอีกมาก ดังนั้น การกำหนดกลยุทธ์การพัฒนาที่เหมาะสมจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการยกระดับจังหวัดนครพนมให้เป็นเมืองรองที่สามารถเติบโตได้อย่างยั่งยืนและลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ในระยะยาว

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

การทบทวนวรรณกรรม

เมืองรองเป็นนโยบายสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวของประเทศไทยที่มุ่งกระจายรายได้และงานสู่ท้องถิ่น ลดความแออัดของเมืองหลัก ลดความเหลื่อมล้ำระหว่างเมืองและภูมิภาค รวมถึงสร้างความสมดุลทางเศรษฐกิจในระดับภูมิภาค โดยหน่วยงานหลักที่ผลักดันแนวคิดนี้คือหน่วยงานภายใต้กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ซึ่งได้กำหนดกลุ่มจังหวัดเมืองรอง โดยใช้เกณฑ์จำนวนนักท่องเที่ยวที่มาเยือนไม่เกิน 4,000,000 คนต่อปี โดยการพัฒนาขับเคลื่อนผ่านพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565 ซึ่งให้สิทธิประโยชน์ทางภาษีในการสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยพระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565 ได้กำหนดจังหวัดท่องเที่ยวเมืองรอง ทั้งหมด 55 จังหวัด ดังนี้

ตาราง 1

เมืองรอง

ภาค	จำนวนจังหวัด	จังหวัด
เหนือ	8	เชียงราย น่าน พะเยา แพร่ ลำปาง ลำพูน อุตรดิตถ์ แม่ฮ่องสอน
ตะวันออกเฉียงเหนือ	18	กาฬสินธุ์ ชัยภูมิ นครพนม บุรีรัมย์ บึงกาฬ มหาสารคาม มุกดาหาร ยโสธร ร้อยเอ็ด ศรีสะเกษ สกลนคร สุรินทร์ หนองคาย หนองบัวลำภู อำนาจเจริญ อุตรดิตถ์ อุบลราชธานี เลย
กลาง	14	กำแพงเพชร ชัยนาท นครนายก นครสวรรค์ พิจิตร พิษณุโลก เพชรบูรณ์ ลพบุรี สมุทรสงคราม สิงห์บุรี สุโขทัย สุพรรณบุรีอ่างทอง อุทัยธานี

ภาค	จำนวนจังหวัด	จังหวัด
ตะวันออก	4	จันทบุรี ตราด ปราจีนบุรี สระแก้ว
ตะวันตก	2	ตาก ราชบุรี
ใต้	9	นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา ปัตตานี

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาในฐานะหน่วยงานหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรองได้จัดทำแผนบูรณาการการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว 55 จังหวัด (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง โดยมีประเด็นการพัฒนา 5 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นการพัฒนาที่ 1 พัฒนาและยกระดับสินค้าและบริการท่องเที่ยว มุ่งพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร กิจกรรมการท่องเที่ยว เสริมสร้างศักยภาพบุคลากรในอุตสาหกรรมให้มีมาตรฐาน สร้างแรงจูงใจด้านการลงทุนแก่ผู้ประกอบการ และสนับสนุนแหล่งเงินทุนในรูปแบบสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ (Soft Loan) ประเด็นการพัฒนาที่ 2 พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มุ่งปรับปรุงและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยวเดิม สร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างเมืองสร้างสรรค์ เมืองมรดกโลก และย่านเมืองเก่า ตลอดจนสำรวจและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวใหม่ที่มีศักยภาพ (Unseen) ในแต่ละจังหวัด เพื่อเพิ่มทางเลือกและสร้างความหลากหลายให้แก่นักท่องเที่ยว ประเด็นการพัฒนาที่ 3 สร้างเส้นทางท่องเที่ยวที่สะท้อนอัตลักษณ์ของพื้นที่ ผ่านการเชื่อมโยงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม วิถีชีวิต ความเชื่อ และทรัพยากรธรรมชาติ พร้อมจัดทำโปรแกรมนำเที่ยว ส่งเสริมการประชาสัมพันธ์เพื่อกระตุ้นการเดินทางของนักท่องเที่ยว และประเด็นการพัฒนาที่ 4 ปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวก รวมทั้งระบบขนส่งมวลชนสาธารณะเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (Tourism for All) เช่น การเพิ่มเส้นทางและสถานีขนส่ง ปรับปรุงมาตรฐานความสะอาดและความปลอดภัย พัฒนาเทคโนโลยีสนับสนุนการเดินทาง อาทิ แอปพลิเคชันข้อมูลการเดินทาง ระบบ GPS และบัตรโดยสารอิเล็กทรอนิกส์ รวมถึงกำกับดูแลอัตราค่าโดยสารให้เหมาะสมและเป็นธรรม

การวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในเชิงศักยภาพและความสามารถในการตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว จากการทบทวนวรรณกรรมด้านการจัดการการท่องเที่ยว พบว่า Collier and Harraway (1997) ได้เสนอกรอบแนวคิด 3A ซึ่งอธิบายว่าศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยองค์ประกอบหลักสามประการ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และการเข้าถึง (Accessibility) ทั้งนี้ องค์ประกอบดังกล่าวถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานเชิงระบบที่กำหนดขีดความสามารถของแหล่งท่องเที่ยวในการสร้างแรงจูงใจและการรองรับอุปสงค์ทางการท่องเที่ยว และจากแนวคิดของ Cooper and Boniface (1998) ได้มีการพัฒนาและขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเป็น 4A โดยเพิ่มเติมองค์ประกอบด้านบริการสนับสนุน (Ancillary Services) ซึ่งจะครอบคลุมบทบาทขององค์กร หน่วยงาน และกลไกการบริหารจัดการที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกและสนับสนุนการดำเนินกิจกรรมทางการท่องเที่ยว การขยายองค์ประกอบดังกล่าวสะท้อนมิติของการจัดการเชิงสถาบันและโครงสร้างการกำกับดูแลที่มีผลต่อประสิทธิภาพโดยรวมของแหล่งท่องเที่ยว นอกจากนี้ จากการทบทวนวรรณกรรมเพิ่มเติมพบว่า Tourism Western Australia (2008) ได้นำเสนอกรอบแนวคิด 5A ซึ่งประกอบด้วย แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) ที่พัก (Accommodations) กิจกรรม (Activities) และสิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โดยให้ความสำคัญกับองค์ประกอบด้านที่พักและกิจกรรมในฐานะกลไกสำคัญในการยกระดับประสบการณ์ (Tourist experience) และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว แนวคิด 5 A ได้มีนักวิชาการจำนวนมากนำมาพัฒนาต่อยอด โดยมองมิติการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมขึ้น เช่น แนวคิดของ Buhalis (2000) ได้เสนอกรอบการวิเคราะห์ 6A ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยว (Attractions) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) โปรแกรมหรือแพ็คเกจท่องเที่ยว (Available Packages) กิจกรรม (Activities) และบริการสนับสนุน (Ancillary Services) เพื่อสะท้อนองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวที่ครอบคลุมมากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวเกิดการสร้างความคุ้มค่า (Value Creation) ผ่านการเชื่อมโยงทรัพยากร การบริหารจัดการ และเครือข่ายผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระบบการท่องเที่ยวอย่างเป็นองค์รวม การพัฒนาการท่องเที่ยวของกรอบแนวคิดตั้งแต่ 3A ถึง 6A แสดงให้เห็นถึงการขยายมิติการวิเคราะห์จากองค์ประกอบพื้นฐานเชิงกายภาพ ไปสู่มิติด้านการบริหารจัดการ เครือข่ายสนับสนุน รวมถึงการออกแบบผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะท้อนแนวโน้มของการศึกษาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับความเป็นระบบมากขึ้น

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) และการวางแผนกลยุทธ์ (TOWS) การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เป็นแนวคิดของ Albert Humphrey ในช่วงทศวรรษ 1960–1970 โดยแนวคิดดังกล่าวพัฒนาขึ้นจากโครงการวิจัยที่ดำเนินการที่ Stanford Research Institute ซึ่งมุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จและความล้มเหลวของแผนธุรกิจ

โดย SWOT เป็นคำย่อที่มาจากอักษรตัวแรกของคำว่า Strengths (จุดแข็ง), Weaknesses (จุดอ่อน), Opportunities (โอกาส) และ Threats (อุปสรรค/ภัยคุกคาม) SWOT เป็นเครื่องมือที่ใช้สำหรับการวิเคราะห์ศักยภาพผ่านการรวบรวมข้อมูลสถานการณ์ โดยแยกปัจจัยภายใน (จุดแข็งและจุดอ่อน) ออกจากปัจจัยภายนอก (โอกาสและอุปสรรค) (Puyt, Lie, & Wilderom, 2023) การวิเคราะห์ SWOT ถูกนำมาพัฒนาต่อโดยนำผลจากการวิเคราะห์มาบูรณาการข้อมูลร่วมกันผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix ซึ่งเป็นเครื่องมือเชิงระบบ โดยการวิเคราะห์ TOWS Matrix จะช่วยให้ได้กลยุทธ์ 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) กลยุทธ์เชิงรุก (Strengths-Opportunities: SO) เป็นกลยุทธ์ที่ใช้จุดแข็งที่มีอยู่เพื่อตักตวงโอกาส (2) กลยุทธ์เชิงแก้ไข (Weaknesses-Opportunities: WO) เป็นกลยุทธ์ที่พยายามลดจุดอ่อนภายในเพื่อที่จะสามารถคว้าโอกาสจากปัจจัยภายนอก (3) กลยุทธ์เชิงป้องกัน (Strengths-Threats: ST) ใช้จุดแข็งเป็นเกราะเพื่อลดผลกระทบจากภัยคุกคาม และ (4) กลยุทธ์เชิงรับ (Weaknesses-Threats: WT) เป็นกลยุทธ์เพื่อความอยู่รอด ลดจุดอ่อนและเลี่ยงภัยคุกคามไปพร้อมกัน (Wehrich, 1982)

การพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม การศึกษานี้ได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมในหลายมิติ เช่น มนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) ได้ศึกษาโอกาสและความท้าทายในการพัฒนา นครพนมให้เป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นครพนมมีพระธาตุพนม และความหลากหลายทางวัฒนธรรม เป็นจุดแข็ง สิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการการท่องเที่ยวเป็นจุดอ่อน การเชื่อมโยงประเทศในกลุ่มลุ่มน้ำโขงผ่านสะพานมิตรภาพไทยลาวแห่งที่ 3 เป็นโอกาส และการขาดการเชื่อมโยงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาการท่องเที่ยวเป็นอุปสรรค สอดคล้องกับการศึกษาของจิราภรณ์ พรหมเทพ และคณะ (2568) ที่กล่าวว่า ศักยภาพของจังหวัดนครพนมคือความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในพื้นที่มีกลุ่มชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า 2 เชื้อชาติ มีทิวทัศน์แม่น้ำโขงที่งดงาม มีความสงบแตกต่างจากพื้นที่อื่น และเป็นศูนย์กลางศรัทธา จึงมีความเหมาะสมในการพัฒนาเป็นเมืองพักผ่อน ในด้านการบริหารจัดการการท่องเที่ยว ชัคณัมพร ศิริพัฒน์ และพัสสรณ์ วรภัทร์ธระกุล (2564) ได้ศึกษาความร่วมมือระหว่างภาคส่วนต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ผลการศึกษาพบว่า จังหวัดนครพนมมีความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชน ในการผลักดันการพัฒนาคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว บุคลากรการท่องเที่ยว และโครงสร้างพื้นฐาน เพื่อการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่ชุมชน สอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัดนครพนม และแผนอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง

นอกจากการศึกษาศักยภาพด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมแล้ว การทบทวนวรรณกรรมยังได้ศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวในมิติอื่น ๆ เช่น การศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมายังจังหวัดนครพนม นันตพร ศรีวิไล และคณะ (2556) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ที่พักและข้อมูลข่าวสารเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม หรือการศึกษาของ อภิไทย แก้วจรัส และคณะ (2567) ซึ่งศึกษาพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวมูเตลูในจังหวัดนครพนม ผลการศึกษาพบว่า ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ย และภูมิถิ่นกำเนิด มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการเดินทางท่องเที่ยวมูเตลูในจังหวัดนครพนม นอกจากนี้มิติด้านพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาจังหวัดนครพนมแล้ว การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวก็เป็นอีกมิติหนึ่งที่นักวิชาการให้ความสำคัญ โดย การศึกษาของ พัดชา เศรษฐธากา และคณะ (2568) ได้ดำเนินการศึกษาการออกแบบเส้นทางทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรมชุมชนชาวเหนือนครพนม ผลการศึกษาพบว่า มีชุมชนที่มีศักยภาพในการพัฒนาผ่านการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ได้แก่ ชุมชนท่องเที่ยววัฒนธรรมตำบลนาถ่อน วิสาหกิจชุมชนชาวม้าหวานบ้านนาถ่อน และวิสาหกิจชุมชนการแปรรูปข้าวตำบลดันฝั่ง (ข้าวสุข) สอดคล้องกับ การศึกษาของ สุภัทรา เขียวศรี และคณะ (2568) ที่ได้ศึกษาแนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวชุมชนบ้านนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม ซึ่งผลการศึกษาพบว่า ชุมชนบ้านนาถ่อนมีจุดแข็งด้านวัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่นของชนเผ่าไททกวน แต่มีที่พักไม่เพียงพอ ขาดการประชาสัมพันธ์และบุคลากรรุ่นใหม่ด้านการบริหารการท่องเที่ยว

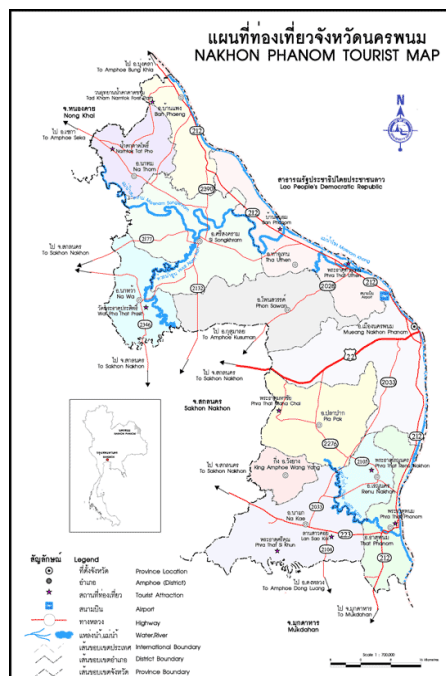
จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่าช่องว่างที่สำคัญในการศึกษาการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม คือ (1) การศึกษาของนักวิชาการส่วนใหญ่ยังให้ความสำคัญกับการศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว มากกว่าการพัฒนาในภาพรวมผ่านการใช้นโยบายและกลยุทธ์การพัฒนา และ (2) พื้นที่ศึกษาส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ชุมชน ข้อมูลหรือผลการศึกษาอาจไม่ครอบคลุมหรือสามารถใช้เป็นตัวแทนในการออกแบบนโยบายหรือกลยุทธ์การพัฒนาในระดับจังหวัด การศึกษาเพื่อการออกแบบนโยบายหรือกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ครอบคลุมทั้งจังหวัด ต้องอาศัยการวิเคราะห์ศักยภาพการท่องเที่ยวของครุรวม (Holistic analysis) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลเชิงพื้นที่ ทรัพยากร วัฒนธรรม และศักยภาพเชิง

เศรษฐกิจเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งจะนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายที่มีความชัดเจน สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวของจังหวัดนครพนมในระยะยาว การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบและศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัด

พื้นที่ศึกษา จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือของประเทศไทย อยู่ห่างจากกรุงเทพมหานครประมาณ 735 กิโลเมตร มีพื้นที่ประมาณ 5,528.88 ตารางกิโลเมตร (3,474,437 ไร่) พื้นที่ติดกับทางฝั่งด้านขวาของแม่น้ำโขงเป็นระยะทางประมาณ 174 กิโลเมตร ส่งผลให้จังหวัดมีพรมแดนเชื่อมโยงทางภูมิศาสตร์กับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว สภาพภูมิประเทศโดยทั่วไปเป็นที่ราบลุ่ม มีพื้นที่ราบสูงและภูเขากระจายอยู่บางส่วน มีแม่น้ำโขงไหลผ่านพื้นที่จังหวัดนับเป็นแหล่งน้ำที่มีบทบาทสำคัญต่อระบบนิเวศ เศรษฐกิจ และการดำรงชีวิตของประชาชน นอกจากนี้ ยังมีลำน้ำสาขาขนาดเล็กที่แยกจากแม่น้ำโขงไหลผ่านภายในพื้นที่จังหวัด ส่งผลให้พื้นที่มีความอุดมสมบูรณ์และเอื้อต่อการประกอบอาชีพด้านการเกษตร ในด้านการปกครอง จังหวัดนครพนมแบ่งเขตการบริหารออกเป็น 12 อำเภอ และ 99 ตำบล โครงสร้างประชากรมีความหลากหลายทางชาติพันธุ์ โดยประกอบด้วยกลุ่มชนสำคัญ 9 เผ่า ได้แก่ ไทยญ้อ ไทยกะเลิง ไทยข่า ไทยแสก ไทยกวน ไทยยโส ไทยส่วย และกูไท รวมถึงประชาชนเชื้อสายจีนและเวียดนาม สะท้อนถึงลักษณะสังคมพหุวัฒนธรรมของจังหวัดนครพนม (สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป.)

ภาพ 1

แผนที่ท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม



ที่มา: สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป

ตาราง 2

แหล่งท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม

ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ	อุทยานแห่งชาติภูสิงห์ หาดดอนแพง หาดแห่ อุทยานผาเป้า แหล่งท่องเที่ยวลุ่มน้ำ พื้นที่ชุ่มน้ำโลก
- แหล่งท่องเที่ยวทางธรณีวิทยา	แหล่งรอยตีนไดโนเสาร์ท่าอุเทน ด่านสาวคอย
- แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศาสนา และวัฒนธรรม	พระธาตุพนม พระธาตุท่าอุเทน พระธาตุเรณูนคร พระธาตุประสิทธิ์ พระธาตุมหาชัย พระธาตุศรีคูณ พระธาตุนคร วัดมรุกขนคร วัดโอกาสศรีบัวบาน พระพุทธบาทเวินปลา พระบางวัดไตรภูมิ พิพิธภัณฑ์จวนผู้ว่าราชการจังหวัดนครพนม หอสมุดแห่งชาติเฉลิมพระเกียรติ หมูบ้านมิตรภาพไทย-เวียดนาม พิพิธภัณฑ์ประธานโฮจิมินห์ อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ พิพิธภัณฑ์ศาลจังหวัดนครพนม ประติมากรรมองค์พระยาสัตตนาคราช เรณูนคร ประเพณีสรงน้ำเจ้าแม่ ไซบุรีเมืองแห่งแม่น้ำ 2 สี

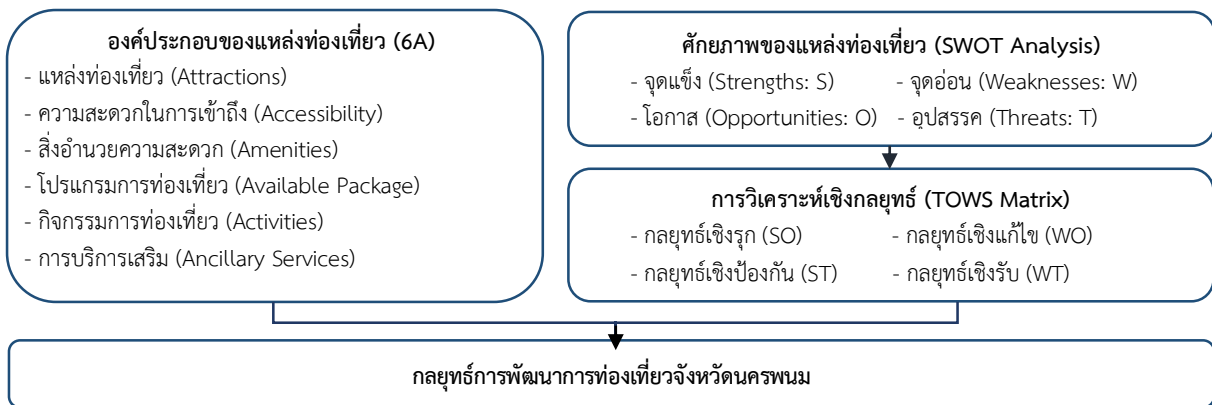
ประเภทแหล่งท่องเที่ยว	แหล่งท่องเที่ยว
- แหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน	เส้นทางจักรยานเลาะริมโขง อุโมงค์นาคราช สนามกอล์ฟภูกระแต เชื้อนหน้าเมืองนครพนมและอัครจันทร์ ลานเดิน - วิ่ง ริมฝั่งแม่น้ำโขง สวนสาธารณะและหาดทรายทองศรีโคตรบูร สวนชมโขง สถานที่จัดแสดงโลกของ ปลาแม่น้ำโขง อ่างเก็บน้ำหนองญาติ หอเฉลิมพระเกียรติพระราชวงศ์จักรี ถนนสวรรค์ชายโขง

ที่มา: สำนักงานจังหวัดนครพนม, ม.ป.ป

กรอบแนวคิดการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

ภาพ 2

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ ประกอบด้วย 5 ภาคส่วนหลัก ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาชน ภาคประชาสังคม และกลุ่มนักวิชาการ ภาคส่วนละ 4 คน รวมทั้งสิ้น 20 คน โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างในการศึกษานี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างมีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 3

เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง	เกณฑ์ในการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง
1. ภาครัฐ	• มีตำแหน่งในการกำหนดนโยบายและยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว • มีประสบการณ์การทำงานมากกว่า 5 ปี
2. ภาคเอกชน	• เป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ • ประกอบกิจการในพื้นที่มากกว่า 5 ปี
3. ประชาชน	• อาศัยอยู่ในพื้นที่มากกว่า 5 ปี
4. ภาคประชาสังคม	• เป็นผู้แทนกลุ่มเครือข่ายการพัฒนาชุมชนและการท่องเที่ยว
5. นักวิชาการ	• เป็นนักวิชาการ อาจารย์ ในพื้นที่ • มีประสบการณ์การทำงานในพื้นที่มากกว่า 5 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลทฤษฎีจากเอกสาร (Documentary Research) ควบคู่กับการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง (Semi-Structured In-Depth Interview) ทั้งนี้ แบบสัมภาษณ์ดังกล่าวได้ผ่านการทดสอบดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) จากผู้เชี่ยวชาญที่เกี่ยวข้องด้านการท่องเที่ยวจำนวน 5 ท่าน ผลการประเมินพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่าดัชนีความสอดคล้องมากกว่า 0.5 ซึ่งเป็นไปตามเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Rovinelli & Hambleton, 1977) แสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ รวมถึง เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาได้ผ่านคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยพะเยา

ซึ่งให้การรับรองตามหลักมาตรฐานสากล ได้แก่ Declaration of Helsinki, The Belmont Report, CIOMS Guideline International Conference on Harmonization in Good Clinical Practice หรือ ICH- GCP และ 45CFR 46.101(b)

การเก็บรวบรวมข้อมูลของการศึกษานี้ เป็นการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผสมผสานการใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) และข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เข้าด้วยกัน ทั้งนี้ ข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการศึกษาค้นคว้าและวิเคราะห์เอกสารที่เกี่ยวข้อง รวมถึงข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ในพื้นที่ศึกษา ขณะที่ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์กึ่งมีโครงสร้างกับผู้ให้ข้อมูลหลัก เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับประเด็นและวัตถุประสงค์ของการศึกษาอย่างครบถ้วนและรอบด้าน โดยการสัมภาษณ์จะหยุดเมื่อข้อมูลของผู้ให้สัมภาษณ์เริ่มซ้ำ (Data Saturation)

การวิเคราะห์ข้อมูล วัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกผ่านแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งมีโครงสร้าง ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดย 1) ถอดเทปและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจากการสัมภาษณ์อย่างละเอียด เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา 2) จัดหมวดหมู่ของข้อมูล และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล 3) สังเคราะห์ข้อมูลที่ได้เพื่อนำเสนอเป็นข้อค้นพบเชิงเนื้อหา และ 4) ตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) เพื่อยืนยันความเที่ยงตรงของข้อมูล ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์จะถูกนำเสนอในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ควบคู่กับการยกตัวอย่างข้อความจากการสัมภาษณ์เพื่อสนับสนุนข้อค้นพบ สำหรับวัตถุประสงค์ที่ 2 การวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยว ในวัตถุประสงค์นี้ใช้การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เพื่อประเมินสถานการณ์ทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกที่มีผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 การเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวใช้การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) ในการวิเคราะห์ โดยการนำผลการวิเคราะห์ SWOT มาจัดทำเป็นแนวทางเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ

ตาราง 4

การวิเคราะห์ข้อมูล

วัตถุประสงค์	การวิเคราะห์ข้อมูล
1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)
2. เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis)
3. เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม	การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix)

ผลการวิจัย

1. วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

1.1 แหล่งท่องเที่ยว (Attractions)

จังหวัดนครพนมมีความโดดเด่นด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียง เช่น พระธาตุพนม ที่สะท้อนอัตลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและความเชื่อท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น อนุสรณ์สถานประธานโฮจิมินห์ ซึ่งแสดงถึงความสัมพันธ์ทางประวัติศาสตร์ระหว่างไทย-เวียดนาม ตลอดจนทัศนียภาพริมแม่น้ำโขงที่สามารถมองเห็น สปป. ลาว สะท้อนศักยภาพด้านการท่องเที่ยวชายแดนและวัฒนธรรมสองฝั่งโขง ปัญหาการท่องเที่ยวเกิดจากการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวยังไม่ครอบคลุม หลายสถานที่มีความศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยว แต่นักท่องเที่ยวยังไม่รู้จัก กิจกรรมการท่องเที่ยวไม่หลากหลาย ทำให้รูปแบบการท่องเที่ยวซ้ำเดิม (เน้นไหว้พระ) สถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติยังไม่ค่อยได้รับความนิยมเมื่อเทียบกับจังหวัดอื่นๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ที่มาเที่ยว ทุกคนต้องไปกราบพระธาตุพนม นอกนั้นก็ไป วัดพระธาตุเรณู วัดพระธาตุท่าอุเทน แล้วก็ถ้ำนาคี อันอื่น ๆ คนยังไม่ค่อยรู้จัก น้ำตกคนไม่ค่อยไป น้ำตกตาดขาว น้ำตกตาดโพธิ์ สวย แต่เค้าไม่ค่อยไปกัน ส่วนใหญ่มากกราบพระธาตุพนมแล้วไปเลย...”

“...ภาครัฐไม่ค่อยได้สนใจประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวของจังหวัด อาจจะเพราะไม่มีงบประมาณ ส่วนใหญ่เค้าเอาไปสร้างถนน สร้างอะไรมากกว่า ได้คะแนนมากกว่า...”

1.2 ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility)

จังหวัดนครพนมสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางอากาศ โครงข่ายถนนสายหลักเชื่อมต่อจังหวัดใกล้เคียงได้สะดวก มีท่าอากาศยานนครพนมรองรับนักท่องเที่ยว และสามารถรองรับนักท่องเที่ยวจาก สปป. ลาว โดยใช้

สะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3 ส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ อย่างไรก็ตามระบบขนส่งสาธารณะในจังหวัดยังไม่ครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขาดงบประมาณในการพัฒนา ซึ่งเป็นผลมาจากเสถียรภาพทางการเมืองท้องถิ่น

“...ถนนในจังหวัดก็ครบ ไปได้ทุกที่ นักท่องเที่ยวเค้ามากันเค้าก็เอารถมากันเอง ไม่มีรถก็ล่าบาทน้อย มันไม่เหมือนกรุงเทพ รถเมล์ผ่านหมด พออยาก คนก็ไม่ไปก็อื่น มาแค่พระธาตุพนมแล้วก็อยู่ในเมืองไม่กี่วัน ก็กลับ...”

“...ผู้ว่าฯ สส. หน่วยงานภาครัฐควรทำถนนให้เข้าถึงที่ท่องเที่ยวให้ครบ หารถประจำทางให้เค้า นักท่องเที่ยวบางคนแบกเป้มาคนเดียว เค้าก็ไม่รู้จะไปยังไง...”

1.3 สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities)

จังหวัดนครพนมมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก และศูนย์บริการนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะบริเวณริมแม่น้ำโขงและตัวเมือง ที่พักมีความหลากหลาย ทั้งโรงแรมและโฮมสเตย์ แม้ว่าโรงแรมจะมีไม่มากแต่เพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว สำหรับร้านอาหารท้องถิ่นในพื้นที่สามารถสะท้อนอัตลักษณ์อาหารพื้นถิ่นลุ่มน้ำโขง เช่น อาหารอีสาน รวมถึงอาหารเวียดนาม สำหรับห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน ระบบการประชาสัมพันธ์และให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้

“...ห้องน้ำในแหล่งท่องเที่ยวพระธาตุประจำวันเกิดบางแห่งไม่สะอาด มีแมลง ตัวอะไรก็ไม่รู้ เวลาใช้ก็รู้สึกไม่ค่อยสบายใจ อยากให้มีการดูแลรักษาให้สะอาดกว่านี้หน่อย...”

“...เวลาจะหาข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด บางทีรู้สึกยากมากเลย บางอย่างก็ไม่ค่อยอัปเดต ทำให้ไม่รู้รายละเอียด บางทีไปถึงละปิด ส่วนใหญ่ใช้ Google map มันจะบอกว่าปิดไม่เปิด บางทีต้องโทรถาม เช่น ร้านกาแฟดังๆ...”

“...โฮมสเตย์ในจังหวัดนครพนมน่ารักมาก เจ้าของใจดีมาก พอมาพักแล้วรู้สึกอบอุ่น อยากให้ที่พักโฮมสเตย์ในนครพนมมีมาตรฐานในระดับนี้ เอาใจใส่นักท่องเที่ยวแบบไม่ทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกอึดอัด...”

1.4 โปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package)

โปรแกรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมส่วนใหญ่เน้นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น เส้นทางไหว้พระธาตุประจำวันเกิด และการท่องเที่ยวเชื่อมโยงเส้นทางวัฒนธรรมสองฝั่งโขง นอกจากนี้ยังมีโปรแกรมท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตาม การจัดทำแพ็คเกจท่องเที่ยวแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวหลายประเภทเข้าด้วยกันยังมีจำนวนจำกัด แพ็คเกจท่องเที่ยวยังไม่หลากหลายและขาดการบูรณาการเส้นทาง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นคนไทย มาเที่ยวด้วยตัวเองมากกว่าใช้ทัวร์ เค้าแค่ดูในคอมพิวเตอร์ ก็มาเที่ยวเองได้แล้ว บริษัททัวร์ไม่จำเป็นแล้วสมัยนี้...”

“...โปรแกรมการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติส่วนใหญ่คือ เส้นทางเดินทางไหว้พระธาตุ นักท่องเที่ยวชอบมาก เค้าไม่เคยเห็น...”

1.5 กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities)

กิจกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนมไม่มีความหลากหลาย ส่วนใหญ่นักท่องเที่ยวเป็นนักท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ การสักการะพระธาตุ การเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่น และการท่องเที่ยวเชิงเรียนรู้วิถีชีวิตชุมชน การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นมีไม่มากนัก เช่น การท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติ สำหรับกิจกรรมการท่องเที่ยวอื่นๆ ในพื้นที่ ได้แก่ กิจกรรมปั่นจักรยานเลียบริมน้ำโขง การล่องเรือชมทัศนียภาพ กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism) ยังไม่ถูกพัฒนาอย่างเป็นระบบ กิจกรรมตามฤดูกาลยังขาดการจัดการต่อเนื่อง

“...นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ไม่รู้ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยว ไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว ทำให้นักท่องเที่ยวไปแต่พระธาตุพนมซึ่งมีชื่อเสียงอยู่แล้ว ไม่กระจายตัวไปท่องเที่ยวที่อื่น...”

1.6 การบริการเสริม (Ancillary Services)

การให้บริการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยว จังหวัดนครพนมมีศูนย์บริการข้อมูลนักท่องเที่ยวในเขตตัวเมืองและบริเวณแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ มีร้านจำหน่ายของที่ระลึกและผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่น โดยเฉพาะสินค้าที่เกี่ยวข้องกับวัฒนธรรมสองฝั่งโขง การบริการเสริมกระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมืองและบริเวณแหล่งท่องเที่ยวหลัก เช่น พระธาตุพนม ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในรอบนอกยังมิบริการสนับสนุนค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะด้านข้อมูลหลายภาษา ระบบดิจิทัลแอปพลิเคชันนำเที่ยว รวมถึงในประเด็นความปลอดภัย ตำรวจท่องเที่ยวยังให้บริการนักท่องเที่ยวอย่างไม่ทั่วถึง ปัญหาดังกล่าว

ทำให้นักท่องเที่ยวไม่มีความมั่นใจในการมาท่องเที่ยวในเมืองรอง เทคโนโลยีดิจิทัล การกระจายบริการ และความปลอดภัย เป็นคอขวดสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ยากและลดความเชื่อมั่นในการเดินทาง การพัฒนาการบริการเสริม ควรมุ่งเน้นการบูรณาการข้อมูล การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล การกระจายบริการสู่ชุมชน เพิ่มความสะดวกและความปลอดภัย

“...บริการเสริมไม่ค่อยมี Wifi ไม่มี นักท่องเที่ยวเค้าก็ใช้อินเทอร์เน็ตเค้า ของเรายังไม่ได้อ...”

“...นักท่องเที่ยวไทยไม่เท่าไร นักท่องเที่ยวต่างชาติเค้าจะงง ไม่มีข้อมูลอะไรให้เค้า ไม่รู้จะถามใคร บางคน ก็เดินไปเนี่ย ตามถนน แดกก็ร้อน ไม่รู้จะไปไหน ถ้าเค้ารู้ว่าที่ไหนไปยังไง มันก็ง่ายขึ้น ดังเค้ามียูแล้ว แต่เค้าไม่รู้จะไปยังไง ไม่รู้จะถามใคร...”

“...ที่นี่ไม่ค่อยมีโจรนะ ส่วนใหญ่ไม่ค่อยมีประเด็นเรื่องความปลอดภัย แต่ตำรวจก็ไม่ค่อยมี เค้าทำงานใน สถานีตำรวจ ไม่ค่อยออกมาดูประชาชน...”

จากการสัมภาษณ์กลุ่มตัวอย่างทั้ง 5 กลุ่ม พบว่า ทั้ง 5 กลุ่มมีความเห็นในประเด็นแหล่งท่องเที่ยว และความสะดวก ในการเข้าถึง สอดคล้องกันคือ นครพนมมีศักยภาพสูงด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม โดยเฉพาะพระธาตุสำคัญ เป็นจุดขายหลัก ในด้านการเข้าถึงทั้ง 5 กลุ่มมีความเห็นว่า ระบบคมนาคมขนส่งยังไม่ครอบคลุมและเข้าถึงได้ยาก ด้านสิ่งแวดล้อม ภาครัฐเห็นว่าโดยรวมเพียงพอรองรับนักท่องเที่ยว ส่วนภาคประชาชนและประชาสังคมเห็นว่า สาธารณูปการอย่างห้องน้ำมีปัญหาไม่ได้มาตรฐานและไม่เพียงพอ และระบบข้อมูลข่าวสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ แหล่งท่องเที่ยวยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยว ด้านโปรแกรมการท่องเที่ยวและกิจกรรมการท่องเที่ยวทุกภาคส่วนเห็น สอดคล้องกันคือไม่มีความหลากหลาย ด้านการบริการเสริม พบว่า ภาครัฐ ภาคเอกชน และกลุ่มนักวิชาการมองว่าบริการยังไม่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติโดยเฉพาะแอปพลิเคชันต่าง ๆ ส่วนภาคประชาชนให้ความสำคัญกับการเข้าถึง Wifi ซึ่งเป็นอุปสรรคในการเข้าถึงข้อมูลการท่องเที่ยว รวมถึงความปลอดภัยในการท่องเที่ยว

2. วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อวิเคราะห์ศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

ตาราง 5

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) เมืองรอง จังหวัดนครพนม

จุดแข็ง (Strengths: S)		จุดอ่อน (Weaknesses: W)	
S1	จังหวัดนครพนมตั้งอยู่ริมแม่น้ำโขงซึ่งเป็นเส้นพรมแดนระหว่างประเทศไทยและ สปป. ลาว	W1	ระบบคมนาคมขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุม ไม่มีระบบรถไฟเชื่อมจังหวัดโดยตรง รถสาธารณะไม่เพียงพอ
S2	แหล่งท่องเที่ยวมีความโดดเด่น สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้ เช่น พระธาตุพนม พญาศรีสัตตนาคราช ถ้ำนาคี อุทยานแห่งชาติภูสิงห์	W2	จังหวัดนครพนมไม่มีการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพ การสื่อสารและประชาสัมพันธ์เข้าไม่ถึงประชาชนทั่วไป รวมถึงนักท่องเที่ยว
S3	แหล่งท่องเที่ยวมีศักยภาพพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม เช่น พระธาตุประจำวันเกิด 7 วัน	W3	การเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวภายในจังหวัด และพื้นที่จังหวัดข้างเคียงยังไม่ชัดเจน
S4	จังหวัดนครพนมมีทุนทางวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ เช่น งานนมัสการพระธาตุพนม ประเพณีไหลเรือไฟ	W4	ฤดูกาลท่องเที่ยวค่อนข้างกระจุกตัว นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางมาในช่วงเทศกาลสำคัญ เช่น ประเพณีไหลเรือไฟ
S5	จังหวัดนครพนมมีโครงสร้างพื้นฐานการท่องเที่ยวที่สำคัญ ได้แก่ ท่าอากาศยาน และสะพานมิตรภาพไทย-ลาว แห่งที่ 3	W5	การกำหนดภาพลักษณ์ (Brand Identity) จังหวัดยังไม่ชัดเจน
S6	จังหวัดนครพนมเป็นพื้นที่จังหวัดชายแดนที่มีความปลอดภัย ไม่มีปัญหาความไม่สงบเหมือนจังหวัดสุรินทร์และศรีสะเกษ ซึ่งมีปัญหาข้อพิพาทชายแดน	W6	ข้อมูลการท่องเที่ยว เช่น เรื่องราวในอดีตของพื้นที่ ประวัติศาสตร์ท้องถิ่น นิทานพื้นบ้านไม่ได้ถูกรวบรวม และใช้ในการดึงดูดนักท่องเที่ยว
S7	ความหลากหลายทางวัฒนธรรม ในจังหวัดมีกลุ่มชาติพันธุ์ 9 ชนเผ่า และ 2 เชื้อชาติ	W7	การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังขาดการกำหนดอัตลักษณ์ที่ชัดเจน ส่งผลให้ชุมชนยังไม่สามารถระบุจุดขายหรือคุณค่าที่โดดเด่นของตนเองในการนำเสนอแก่นักท่องเที่ยวได้อย่างเป็นรูปธรรม
		W8	ภาครัฐมีความล่าช้าในการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เช่น โรงแรม ได้รับผลกระทบทั้งในด้านการวางแผนการดำเนินงาน

โอกาส (Opportunities: O)		อุปสรรค (Threats: T)	
O1	การท่องเที่ยวเชิงศาสนา วัฒนธรรม และเชิงศรัทธา เป็นแนวโน้มการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมในปัจจุบัน	T1	การกระจายงบประมาณเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในจังหวัดเมืองรอง
O2	ภาครัฐอยู่ระหว่างการดำเนินการเพื่อขึ้นทะเบียนพระธาตุพนมเป็นมรดกโลก	T2	การแข่งขันจากจังหวัดใกล้เคียง เช่น มุกดาหารและบึงกาฬ ซึ่งมีแหล่งท่องเที่ยวที่โดดเด่น ได้แก่ ถ้ำนาคา
O3	ความร่วมมือทางเศรษฐกิจในอนุภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS)	T3	การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว เช่น นิยมแหล่งท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมหลากหลายและทันสมัย
O4	นครพนมเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ	T4	เสถียรภาพเศรษฐกิจโลกและเศรษฐกิจของประเทศ
O5	นโยบายการสนับสนุนการพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง	T5	การเปลี่ยนแปลงของระดับน้ำโขงจากการสร้างเขื่อนในประเทศต้นน้ำ ส่งผลกระทบต่อการท่องเที่ยว
		T6	การเติบโตอย่างรวดเร็วของเมืองท่องเที่ยวเพื่อนบ้าน เช่น หลวงพระบาง ที่มีภาพลักษณ์ชัดเจน อาจแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาด หากนครพนมไม่มีเอกลักษณ์และอัตลักษณ์ที่ชัดเจน

3. วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อเสนอแนะกลยุทธ์การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง จังหวัดนครพนม

ตาราง 6

การวางแผนกลยุทธ์ (TOWS Matrix) เมืองรอง จังหวัดนครพนม

TOWS Matrix		โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats: T)
		กลยุทธ์เชิงรุก (SO Strategies)	กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST Strategies)
จุดแข็ง (Strengths: S)	SO1: พัฒนาจุดขาย “การท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและวัฒนธรรมลุ่มน้ำโขง” เชื่อมโยงกับเส้นทางมรดกโลก พระธาตุพนม (S2, S3 + O1, O2)	ST1: สร้างเอกลักษณ์ทางการท่องเที่ยว (Unique Experience) ที่มุกดาหารและบึงกาฬไม่มี เช่น พิธีไหลเรือไฟ (S4 + T2)	
	SO2: พัฒนานครพนมให้เป็นศูนย์กลางการท่องเที่ยวภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน โดยใช้ความได้เปรียบทางภูมิศาสตร์ รองรับนโยบายเขตเศรษฐกิจพิเศษและความร่วมมือ GMS (S1 + O3, O4)	ST2: ใช้ทุนทางวัฒนธรรมที่เข้มแข็งสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัยและหลากหลาย เพื่อตอบโต้ภัยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไป (S4 + T3)	
	SO3: ออกแบบเส้นทางท่องเที่ยว 7 พระธาตุตามวันเกิด โดยใช้เทคโนโลยี AR/VR เล่าเรื่องราว เชื่อมกับกระแสการท่องเที่ยเชิงศรัทธา (S2, S3 + O1)	ST3: ดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มศักยภาพ (High-End) ที่ต้องการความสงบและประเพณีดั้งเดิม เพื่อลดความเสี่ยงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป (S4 + T3)	
	SO4: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว ดึงนักท่องเที่ยวจากฝั่งลาวเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดนครพนม (S1 + O3, O4)	ST4: สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยว ภาครัฐควรสนับสนุนแรงจูงใจ (Incentive) ให้ภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมการลงทุน รวมถึงควรมหาแหล่งทุนใหม่ๆ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยวสามารถดำเนินการไปโดยลดการพึ่งพาภาครัฐส่วนกลาง (S2, S3, S4, S7 + T1)	
	SO5: ส่งเสริมการลงทุนด้านโรงแรมและบริการ เพื่อรองรับนักท่องเที่ยว โดยใช้โครงสร้างพื้นฐานที่ดี (ท่าอากาศยาน/สะพานมิตรภาพ) เป็นจุดแข็งในการดึงดูดนักลงทุน (S5 + O3, O5)		
	SO6: สร้างอัตลักษณ์ของเมือง (City Branding) โดยเน้นการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา และเมืองริมโขง ให้ชัดเจน สอดรับนโยบายรัฐส่งเสริมเมืองรอง (S1, S3 + O5)		
	SO7: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมชนเผ่า จัดกิจกรรมดึงดูดการท่องเที่ยวเมืองรองตลอดทั้งปี (S7 + O5)	ST5: ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) โดยใช้วัฒนธรรมอาหารจาก 9 ชนเผ่า เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ชอบความหลากหลาย (S7 + T3)	
	SO8: ส่งเสริมกิจกรรมการท่องเที่ยว การล่องเรือชมความสวยงามริมฝั่งโขงเชื่อมโยงพญาศรีสัตตนาคราช และถ้ำนาคี (S1, S2 + O1)		
	SO9: ส่งเสริมการสร้างจุดขายเมืองชายแดนที่ปลอดภัย เพื่อเป็นที่พักผ่อนสำหรับนักท่องเที่ยว (S6 + O5)		

TOWS Matrix		โอกาส (Opportunities: O)	อุปสรรค (Threats: T)
จุดอ่อน (Weaknesses: W)	กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO Strategies)	กลยุทธ์เชิงรับ (WT Strategies)	
	WO1: ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมให้ครอบคลุมนักท่องเที่ยวทุกกลุ่ม (W2 + O1)	WT1: พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวเชื่อมโยงกับจังหวัดข้างเคียง (มุกดาหาร-บึงกาฬ) แทนการแข่งขันเอง เพื่อแก้ปัญหาเรื่องงบประมาณจำกัด (W1 + T2)	
	WO2: ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียลมีเดีย (Influencer) และผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) (W2 + O1)	WT2: จัดแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูกาลท่องเที่ยว เพื่อลดปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น (W4 + T4)	
	WO3: จัดทำแผนการท่องเที่ยวรองรับการเป็นเป็นมรดกโลกของพระธาตุพนม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ใหม่ให้สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม (W5 + O2)	WT3: จัดทำแผนบริหารความเสี่ยงด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว มุ่งเน้นการกระจายรายได้สู่ชุมชน ลดผลกระทบจากสถานการณ์เศรษฐกิจโลก (W3 + T4)	
	WO4: พัฒนาระบบคมนาคมขนส่งให้ครอบคลุมแหล่งท่องเที่ยว รองรับการเดินทางเชื่อมโยงเส้นทางเศรษฐกิจ (GMS) เขตเศรษฐกิจพิเศษ นโยบายการท่องเที่ยวเมืองรอง (W1 + O3, O4, O5)		
	WO5: พัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการและบุคลากรบริการรองรับการสร้างประสบการณ์ให้นักท่องเที่ยว เพื่อให้นักท่องเที่ยวกลับมาเที่ยวซ้ำ และเกิดการบอกต่อ (Word of mouth) (W2 + O1)		
	WO6: นำประวัติศาสตร์และนิทานพื้นบ้านมาสร้างเรื่องราว รองรับเทรนด์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (W6 + O1)		
	WO7: ส่งเสริมการอบรมคนในพื้นที่ให้สามารถถ่ายทอดประวัติศาสตร์ท้องถิ่นเพื่อสร้างจุดเด่นให้การท่องเที่ยวชุมชน (W6, W7 + O5)		

อภิปรายผล

จากการศึกษาพบว่าจังหวัดนครพนมมีแหล่งท่องเที่ยว (Attraction) เป็นจุดแข็ง โดยเฉพาะในมิติของความเชื่อ ความศรัทธา ศาสนา และวัฒนธรรม ซึ่งมีพระธาตุพนมเป็นศูนย์กลางสำคัญ รวมถึงมีพระธาตุประจำวันเกิดครบ 7 วัน สอดคล้องกับการศึกษาของมนตรี คำวัน และคู่บุญ จารุมณี (2560) และการศึกษาของจิราภรณ์ พรหมเทพ และคณะ (2567) ความสะดวกในการเข้าถึง (Accessibility) จังหวัดนครพนมสามารถเข้าถึงได้ทั้งทางบกและทางอากาศ แต่ระบบขนส่งสาธารณะภายในจังหวัดยังมีข้อจำกัด ยังไม่ครอบคลุมทุกแหล่งท่องเที่ยว เนื่องจากขาดงบประมาณในการพัฒนา สำหรับสิ่งอำนวยความสะดวกในการท่องเที่ยว (Amenities) บริเวณริมแม่น้ำโขงและตัวเมืองจังหวัดนครพนมมีสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวที่สามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้ ทั้งที่พัก ร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก แต่ปัญหาที่ควรเร่งดำเนินการแก้ไขคือห้องน้ำสาธารณะในสถานที่ท่องเที่ยวบางแห่งยังไม่ได้มาตรฐาน และระบบข้อมูลข่าวสารออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดยังไม่สามารถเข้าถึงนักท่องเที่ยวได้ ซึ่งปัญหาข้างต้นสอดคล้องกับการศึกษาของ Pongtane and Choibamroong (2025) ที่กล่าวว่า แหล่งท่องเที่ยว การตลาดและการเข้าถึง ความปลอดภัย และระบบรักษาความปลอดภัย เป็นปัจจัยพื้นฐานที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญอย่างมากต่อการตัดสินใจกลับมาเที่ยวซ้ำ สำหรับโปรแกรมการท่องเที่ยว (Available Package) ยังไม่หลากหลายและขาดการบูรณาการเส้นทาง กิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) จังหวัดนครพนม ส่วนใหญ่เป็นการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม กิจกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ ได้แก่ การสักการะพระธาตุ และการเข้าร่วมงานประเพณีท้องถิ่น การท่องเที่ยวรูปแบบอื่นมีไม่มากนัก ซึ่งการศึกษาของจินตนา สุริยะศรี (2564) ระบุว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว จังหวัดนครพนมจึงควรพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความหลากหลาย การบริการเสริม (Ancillary Services) กระจุกตัวอยู่ในเขตตัวเมืองและแหล่งท่องเที่ยวหลัก ขณะที่แหล่งท่องเที่ยวในอำเภอรอบนอกยังมีบริการสนับสนุนค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะด้านข้อมูลหลายภาษา ระบบดิจิทัล แอปพลิเคชันนำเที่ยว รวมถึงประเด็นความปลอดภัยในการท่องเที่ยว ดำรงท่องเที่ยวยังให้บริการนักท่องเที่ยวยังไม่ทั่วถึง ทำให้นักท่องเที่ยวมีความกังวลในเรื่องความปลอดภัย

การวิเคราะห์ศักยภาพ (SWOT Analysis) จังหวัดนครพนมมีจุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม มีเอกลักษณ์ด้านประเพณีที่โดดเด่น สอดคล้องกับการศึกษาของ อรทัย มูลคำ และ ขวลิย์ ณ ถลาง (2563) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่าระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ครอบคลุมและไม่ได้มาตรฐาน การประชาสัมพันธ์ การสร้างอัตลักษณ์จังหวัด และการบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวยังขาดความชัดเจน ทำให้กิจกรรมและโปรแกรมท่องเที่ยวยังไม่หลากหลาย โอกาสสำคัญมาจากกระแสการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ความร่วมมืออนุภูมิภาคกลุ่มน้ำโขง (GMS) การเป็นพื้นที่เขตเศรษฐกิจพิเศษ และนโยบายสนับสนุนเมืองรอง อย่างไรก็ตาม ภัยคุกคามที่สำคัญคือข้อจำกัดด้านงบประมาณ การแข่งขันกับจังหวัดใกล้เคียง การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยว และภาวะเศรษฐกิจโลก

การออกแบบกลยุทธ์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวผ่านเครื่องมือ TOWS Matrix จังหวัดนครพนมมุ่งใช้จุดแข็งด้านการท่องเที่ยวเชิงศรัทธาและวัฒนธรรมกลุ่มน้ำโขงเป็นฐานในการพัฒนาเมืองรอง กลยุทธ์เชิงรุก (SO) ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรม พัฒนาเส้นทางท่องเที่ยว 7 พระธาตุ ส่งเสริมการสร้างอัตลักษณ์ของเมือง (City Branding) รองรับกระแสการท่องเที่ยวเชิงศรัทธา ใช้ศักยภาพด้านทำเลที่ตั้งชายแดนและความร่วมมือ GMS ผลักดันนครพนมเป็นศูนย์กลางท่องเที่ยวอีสานตอนบน ส่งเสริมการลงทุนด้านโรงแรมและบริการโดยอาศัยศักยภาพโครงสร้างพื้นฐาน เช่น สนามบินและสะพานมิตรภาพ เพื่อเป็นแรงดึงดูดนักลงทุน กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) มุ่งสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของจังหวัด เช่น ประเพณีไหลเรือไฟ เพื่อสร้างความแตกต่างจากจังหวัดคู่แข่ง เน้นพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวที่ทันสมัยควบคู่ทุนวัฒนธรรมดั้งเดิม เพื่อตอบสนองพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง สร้างความร่วมมือระหว่างภาครัฐและภาคเอกชนในการลงทุนเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว และหาแหล่งทุนใหม่ๆ เพื่อให้การพัฒนาการท่องเที่ยว กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) ให้ความสำคัญกับการสื่อสารออนไลน์ ประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยวจังหวัดนครพนมผ่านผู้มีอิทธิพลบนสื่อโซเชียลมีเดีย (Influencer) และผู้นำทางความคิด (Key Opinion Leader: KOL) สร้างภาพลักษณ์ของจังหวัดโดยใช้ทุนทางวัฒนธรรมให้มีความชัดเจน พัฒนาระบบคมนาคม รวมถึงศักยภาพบุคลากรการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับประสบการณ์และกระตุ้นการท่องเที่ยวเข้าสู่กลยุทธ์เชิงรับ (WT) มุ่งบูรณาการเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียง ลดการแข่งขัน และจัดแคมเปญกระตุ้นการท่องเที่ยวช่วงฤดูกาลที่ไม่ใช่ฤดูการท่องเที่ยว เพื่อลดการกระจุกตัวของการท่องเที่ยวและกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวจังหวัดนครพนม มีดังนี้

1) ยกระดับโครงสร้างพื้นฐานและสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยวให้ได้มาตรฐาน เร่งพัฒนาระบบขนส่งสาธารณะให้ครอบคลุม พัฒนาโครงสร้างการเชื่อมโยงการเดินทางที่มีศูนย์กลางหลักและมีจุดหมายปลายทางย่อยเชื่อมต่อจากศูนย์กลางนั้น (Hub-and-Spoke) เพื่อกระจายการเดินทางอย่างเป็นระบบ พัฒนาระบบความปลอดภัยที่ครอบคลุมทั้งระบบตั้งแต่ การป้องกัน การตอบสนอง และการสร้างความเชื่อมั่น เช่น การติดตั้งกล้องวงจรปิด (CCTV) ในจุดเสี่ยง จัดตั้งศูนย์ควบคุมความปลอดภัย และเพิ่มอัตรากำลังตำรวจท่องเที่ยว พัฒนาและเพิ่มห้องน้ำสาธารณะให้ได้มาตรฐาน สอดคล้องตามแนวคิดการท่องเที่ยวเพื่อคนทั้งมวล (Tourism for All) ซึ่งให้ความสำคัญกับการออกแบบอารยสถาปัตย์ (Universal Design) เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวเชิงศาสนาและวัฒนธรรมมีกลุ่มผู้สูงอายุเดินทางท่องเที่ยวจำนวนมาก การพัฒนาดังกล่าวควรดำเนินการทั้งในบริเวณสถานที่ท่องเที่ยวหลัก และอำเภอรอบนอก เพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่

2) พัฒนาระบบดิจิทัลและการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ จัดทำแพลตฟอร์มกลางของจังหวัดที่รองรับหลายภาษา เชื่อมโยงข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจองกิจกรรมการท่องเที่ยว ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับประสบการณ์ก่อนการเดินทางเพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการการท่องเที่ยว โดยพัฒนาแพลตฟอร์มเสมือนจริง (Virtual Platform) ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงกิจกรรมทางวัฒนธรรมและศาสนาได้ล่วงหน้า อาทิ การนำเสนอการเยี่ยมชมเสมือนจริงของสถานที่ศักดิ์สิทธิ์ เช่น การสักการะพระธาตุประจำวันเกิดทั้ง 7 วัน ตลอดจนการพัฒนาระบบบริการทางศาสนาในรูปแบบดิจิทัล เช่น การทำบุญออนไลน์หรือการแก่นบนออนไลน์ นอกจากนี้ ควรใช้ Influencer และ KOL ในสายการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม เชิงจิตวิญญาณและศรัทธา ในการสร้างการรับรู้ เพื่อให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย

3) สร้างอัตลักษณ์ของจังหวัด พัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการการท่องเที่ยวให้หลากหลาย กำหนดอัตลักษณ์ของจังหวัดให้ชัดเจนในฐานะ “เมืองแห่งศรัทธาธรรมโขง” ควบคู่กับการต่อยอดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ เช่น การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

(Gastronomy Tourism) ที่ส่งเสริมการชูจุดเด่นของอาหารชาติพันธุ์ 9 คนเผ่า 2 เชื้อชาติ การท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่มุ่งเน้นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาวิถีชีวิตของชุมชน และกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมยามค่ำคืน เช่น การจัดแสดงแสงสี (Illumination) เล่าเรื่องราวพญานาคริมโขง หรือถนนคนเดินเชิงวัฒนธรรม เพื่อขยายฐานนักท่องเที่ยวและเพิ่มเวลาพำนัก

4) เสริมสร้างความร่วมมือและการลงทุนแบบบูรณาการ ส่งเสริมความร่วมมือภาครัฐ เอกชน (Public Private Partnership: PPP) ในการพัฒนาการท่องเที่ยว โดยเน้นการร่วมลงทุนที่ตอบสนองทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวและการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การให้เอกชนร่วมลงทุนสัมปทานรถบัสไฟฟ้า (EV Bus) รอบเมือง เพื่อยกระดับระบบโครงสร้างพื้นฐานให้มีความครอบคลุมและทุกคนสามารถเข้าถึงได้ หรือการร่วมลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานด้านดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันท่องเที่ยว ระบบจองตั๋วออนไลน์ หรือแพลตฟอร์ม Virtual Tour ร่วมกับผู้ประกอบการเอกชน เพื่อสร้างความสะดวกและกระตุ้นความต้องการการเดินทางของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ความร่วมมือในมิติการลงทุนแล้ว ความร่วมมือในมิติพื้นที่ควรได้รับการส่งเสริมเช่นกัน เช่น เชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยวกับจังหวัดใกล้เคียงและประเทศเพื่อนบ้านภายใต้กรอบความร่วมมือระหว่างประเทศ เพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและกระจายรายได้ในระดับภูมิภาค

5) พัฒนาศักยภาพบุคลากรและระบบบริหารจัดการอย่างเป็นระบบเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการของผู้ประกอบการและชุมชนท้องถิ่น เช่น การเป็นเจ้าบ้านที่ดี การสื่อสารในหลายภาษา เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาลาว และภาษาเวียดนาม รองรับความร่วมมือทางเศรษฐกิจ GMS นอกจากนี้ ควรพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของบุคลากรและชุมชน เช่น การเผยแพร่ข้อมูลและประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และสื่อดิจิทัลต่าง ๆ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ

จากข้อเสนอแนะข้างต้น จังหวัดเมืองรองอื่น ๆ ที่มีบริบทคล้ายคลึงกับจังหวัดนครพนม เช่น มีวัฒนธรรมโดดเด่น หรือมีที่ตั้งอยู่ติดชายแดน สามารถนำข้อเสนอแนะดังกล่าวไปปรับใช้ได้ให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ รวมถึงสามารถต่อยอดการวิจัยเพื่อให้การออกแบบกลยุทธ์การพัฒนาจังหวัดสอดคล้องกับบริบทของพื้นที่มากที่สุด

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มเติมการศึกษาในเชิงปริมาณเพื่อเป็นการสอบทานข้อมูลให้มีความถูกต้องและแม่นยำ รวมถึง ในการวิจัยครั้งต่อไปควรต่อยอดจากข้อค้นพบจากการศึกษาในครั้งนี้ให้มีความเป็นรูปธรรมมากขึ้น ผ่านการศึกษาวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้อง เช่น การศึกษาปัจจัยเชิงโครงสร้างที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและความตั้งใจในการกลับมาเที่ยวซ้ำของนักท่องเที่ยวกลุ่มศาสนาและวัฒนธรรม การประเมินขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของแหล่งท่องเที่ยว เพื่อสนับสนุนการจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และการศึกษาความเต็มใจที่จะจ่ายของนักท่องเที่ยวสำหรับสินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งแนวทางการศึกษาดังกล่าวจะช่วยรองรับการตัดสินใจและการออกแบบเชิงนโยบาย

รายการอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). *แผนบูรณาการการท่องเที่ยวของเมืองหลักและเมืองนำเที่ยว 55 จังหวัด*.

https://plan.rmutr.ac.th/wp-content/uploads/2024/07/rmutr_plan_PP_310724_01.pdf

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2569). *สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัด ปี 2568 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2025))*. <https://www.mots.go.th/news/category/808>

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566 - 2570)*.

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.

ฉัตรนัมพร ศิริพัฒน์ และพัสสธรณ์ วรภัทร์ธีระกุล. (2564). การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในจังหวัดนครพนม. *วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 6(2), 66-81.

จินตนา สุริยะศรี. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่ออุปสงค์การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน 1. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 3(3), 67-83.

จิราภรณ์ พรหมเทพ, บุญธรรม ขำขันมะณี, อัจฉรียา ทูมพานิชย์, อภิไทย แก้วจรัส และ ชลิดา ช่วยสุข. (2568). แนวทางในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างสร้างสรรค์ เพื่อยกระดับจังหวัดนครพนมสู่เมืองหลักแห่งการพักผ่อน.

วารสารสังคมศาสตร์ นิติรัฐศาสตร์, 9(2), 28-49.

- นันทพร ศรีวิไล, ปิยนันท์ โชติวณิช, และจาตุรงค์ ศรีวรชวรรณ. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมาท่องเที่ยว จังหวัดนครพนม. *วารสารวิทยาลัยบัณฑิตศึกษาการจัดการ มข.*, 6(2), 91-106.
- ประกาศเรื่อง แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570). (2565, 1 พฤศจิกายน).
- ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง. หน้า 1-149.
- ประกาศสำนักนายกรัฐมนตรี เรื่อง แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2566 - 2580) (ฉบับแก้ไขเพิ่มเติม). (2566, 7 มีนาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 140 ตอนพิเศษ 51 ง. หน้า 1-338.
- แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570). (2565, 1 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอนพิเศษ 258 ง. หน้า 1-177.
- พัตชา เศรษฐาภา, กุลวดี แก้วก่า, มยุรกาญจน์ เดชกุญชร, ลักษณาวดี ทราขขาว, กรรณิการ์ ถนอมสิทธิ์, ธัญลักษณ์ เมืองโคตร, เปรมฤดี จิตรเกื้อกุล, และบุษกร ครจางค์. (2568). การสร้างเส้นทางการท่องเที่ยวบนพื้นฐานทุนทางวัฒนธรรม ชุมชนข้าวเหนียนนครพนม. *วารสารวิจัยและส่งเสริมวิชาการเกษตร*, 42(1), 208-224.
- พระราชกฤษฎีกาออกตามความในประมวลรัษฎากร ว่าด้วยการยกเว้นรัษฎากร (ฉบับที่ 757) พ.ศ. 2565, *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 139 ตอน 69 ก, (6 พฤศจิกายน 2565).
- มนตรี คำวัน และ คู่บุญ จารุมณี. (2560). โอกาสและความท้าทายของการพัฒนานครพนมเป็นเมืองท่องเที่ยวริมฝั่งแม่น้ำโขง. *วารสารการเมืองการปกครอง*, 7(3), 163-178.
- ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561 – 2580. (2561). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 135 ตอนที่ 82 ก. หน้า 1-70.
- ศิริขวัญ วิเชียรเพริศ. (2564). *ข้อเสนอแนวทางการส่งเสริมท่องเที่ยวเมืองรองเพื่อการกระจายรายได้จากการท่องเที่ยว*. สำนักงานประมาณของรัฐบาล สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- สำนักงานจังหวัดนครพนม. (ม.ป.ป.). *ข้อมูลทั่วไปจังหวัด*. <https://www2.nakhonphanom.go.th/content/general>
- สุภัทรา เขียวศรี, โอษฐ์ญา บัวธรรม, นันทนา ลาภวิเศษชัย และลินจง โพชารี. (2568). แนวทางพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ชุมชนบ้านนาถ่อน อำเภอธาตุพนม จังหวัดนครพนม. *วารสารวิชาการการbinการเดินทางและการบริการ*, 4(1), 35-57.
- อภิไทย แกวจรัส, ชลิตา ช่วยสุข, จิราภรณ์ พรหมเทพ และอัจฉริยา ทุมพาณิชย์. (2567). การศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยวหมู่เกาะของจังหวัดนครพนม. *วิทยาการจัดการวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*, 5(2), 1-16.
- อรทัย มูลคำ และ ขวสิทธิ์ ณ ถลาง. (2563). การศึกษาศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษจังหวัดนครพนม. *วารสารสังคมศาสตร์*, 9(1), 117-130.
- Buhalis, D. (2000). *Marketing the competitive destination of the future*. University of Westminster.
- Collier, A., & Harraway, S. (1997). *Principle of tourism*. Longman.
- Cooper, C., & Boniface, B. G. (1998). *Geography of travel and tourism*. Butterworth Heinemann.
- Pongtanee, P., & Choibamroong, T. (2025). Architectural and cultural influences on Thai tourists' revisit intentions: A case study of Koh Perd fishing village, Chanthaburi, Thailand. *Tourism and Hospitality*, 6(5), 228. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6050228>
- Puyt, R.W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning*, 56(3), 1-24. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102315>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49-60.
- Tourism Western Australia. (2008). *Five A's of Tourism*. http://www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/pdf/Quickstart_five%20A's%20of%20TourismLOW.pdf
- Weihrich, H. (1982). The TOWS matrix: A tool for situational analysis. *Long Range Planning*, 15(2), 54-66. [https://doi.org/10.1016/0024-6301\(82\)90120-0](https://doi.org/10.1016/0024-6301(82)90120-0)



การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสาน

ภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง

กามนิตย์ โคตธาริน^{1*} วรยุทธ์ มั่นใจ² ปรมเม ตรีนามรรค³ กฤตยา ทราคำ⁴ จุฑามาศ พีรพัชระ⁵

Development of Thai Japanese Style Scented Sachets Using Woven Krajood based on Thale Noi Community Wisdom, Khuan Khanun District, Phatthalung Province

Gamanit Khottharin^{1*} Warayut Manjai² Poramet Treeaumnak³

Krittaya Saikham⁴ Chutamas Peeraphatchara⁵

Received 18/01/2026 Revised 22/03/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10137>

บทคัดย่อ

การจักสานกระจุตทะเลน้อย เป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่แสดงถึงอัตลักษณ์ท้องถิ่น การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีวิทยาการศึกษาเฉพาะกรณี มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทชุมชนและภูมิปัญญาการจักสานกระจุตของชุมชนทะเลน้อย และ 2) นำเสนอแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระจุตของชุมชนทะเลน้อย ผู้ให้ข้อมูลเป็นผู้นำกรรมการชุมชน และผู้บริโภครวม 13 คน โดยใช้แนวคำถามในการสัมภาษณ์เชิงลึก วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ชุมชนทะเลน้อยมีวิถีชีวิตที่ผูกพันกับทรัพยากรอย่างกระจุตในพื้นที่ชุ่มน้ำมานาน แต่ประสบปัญหาการขาดผู้สืบทอดภูมิปัญญาจนพื้นที่ปลูกลดลง 2) ด้านภูมิปัญญาพบว่าเอกลักษณ์เฉพาะตัวที่โดดเด่น คือการนำเส้นกระจุตมาคลุกดินขาวและรีดให้แบนก่อนจักสานเป็นลวดลายประณีต เช่น ลายลูกแก้วและลายดอกพิกุล ทำให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่มีเนื้อสัมผัสนุ่ม ยืดหยุ่น และทนทาน โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ การเตรียมกระจุต และการสานกระจุต 3) ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ผู้วิจัยบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นพัฒนาเป็นถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่น เพื่อปรับภาพลักษณ์เครื่องหอมไทยให้ทันสมัยเหมาะสมเป็นของขวัญของฝากและของใช้ พร้อมส่งเสริมการอนุรักษ์ภูมิปัญญาและเศรษฐกิจชุมชน มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ การเตรียมดอกไม้ การปรุงกลิ่น การเตรียมถุงกระจุต การบรรจุ และการตกแต่ง โดยมีข้อเสนอแนะให้อนุรักษ์แหล่งวัตถุดิบกระจุตในพื้นที่ทะเลน้อย สร้างความแตกต่างด้วยการผสมผสานวัฒนธรรมและจัดทำฐานข้อมูลดิจิทัลด้านเทคนิคเฉพาะของภูมิปัญญาการจักสานกระจุต

คำสำคัญ: กระจุตชุมชนทะเลน้อย ภูมิปัญญาการจักสาน ถุงหอม การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน

^{1,2,3,4} หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Master of Home Economics Program, Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

⁵ คณะเทคโนโลยีคหกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Home Economics Technology, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

E-mail: ¹gamanit-k@rmutp.ac.th ²warayut-man@rmutp.ac.th ³poramet-tr@rmutp.ac.th ⁴krittaya-s@rmutp.ac.th

⁵chutamas.p@rmutp.ac.th

* Corresponding author e-mail: gamanit-k@rmutp.ac.th

Abstract

The weaving of Thale Noi grey sedge (Krajood) represents a profound cultural wisdom that embodies local identity. This qualitative research, conducted through a case study methodology, aims to examine the community context and the traditional wisdom of Krajood weaving in the Thale Noi community, and to propose guidelines for developing Thai aromatic sachet products from Thale Noi Krajood. Data were collected from 13 key informants, including community leaders, committee members, and consumers, through in-depth interviews and were subsequently analyzed using content analysis. The research findings reveal that while the Thale Noi community has long maintained a lifestyle deeply intertwined with Krajood resources in the wetlands, it currently faces a shortage of successors to inherit this traditional wisdom, leading to a decline in cultivation areas. Regarding the craft itself, the study identifies unique characteristics such as the process of coating Krajood strands with white clay and flattening them before weaving them into intricate patterns, such as the Luk Kaew and Dok Pikul motifs. This technique produces textiles with a soft texture, flexibility, and durability through two primary stages: material preparation and weaving. Furthermore, the researcher integrated local wisdom to develop Japanese-style Thai aromatic sachets, aimed at modernizing the image of Thai fragrance products for use as gifts and souvenirs while simultaneously bolstering the community economy. This development process involves five stages: floral preparation, scent blending, sachet preparation, packaging, and decoration. The study concludes with recommendations for the conservation of natural Krajood sources in the Thale Noi area, the creation of product differentiation through cultural fusion, and the establishment of a digital database to preserve specialized Krajood weaving techniques.

Keywords: Krajood community of Thale Noi, traditional weaving knowledge, scented bag, product development, upgrading community products

บทนำ

ภาครัฐได้ให้ความสำคัญกับการส่งเสริมงานหัตถกรรมกระจูดทะเลน้อยในฐานะสินค้าภูมิปัญญาของชุมชน โดยมีกิจกรรมสนับสนุนผ่านโครงการพัฒนาผลิตภัณฑ์ OTOP เพื่อยกระดับมาตรฐานและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมเหล่านี้ช่วยสร้างรายได้ที่มั่นคงให้แก่ชุมชนและเป็นการอนุรักษ์ สืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นให้คงอยู่คู่กับการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก (กรมการพัฒนาชุมชน, 2566) ชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เป็นหนึ่งในพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความสำคัญและมีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 400 ปี วิถีชีวิตของคนในชุมชนผูกพันอย่างแนบแน่นกับทรัพยากรกระจูด ซึ่งเป็นพืชท้องถิ่นที่ขึ้นหนาแน่นตามธรรมชาติ ภูมิปัญญาการจักสานกระจูดจึงเป็นเครื่องมือในการประกอบอาชีพ และยังเป็นภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ท้องถิ่นและการพึ่งพาอาศัยกันระหว่างมนุษย์และระบบนิเวศ ดังที่ปรากฏในงานวิจัยของ สมใจ มะหมื่น และคณะ (2566) ที่ระบุว่า การจักสานดั้งเดิมเป็นงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอันล้ำค่าที่ช่วยรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นรากฐานสำคัญสู่การพัฒนาประเทศ

อย่างไรก็ตาม แม้นั้นกระจูดจะเป็นทรัพยากรที่มีต้นทุนทางวัฒนธรรมสูง แต่ในรอบ 20 ปีที่ผ่านมา ชุมชนกลับเผชิญกับวิกฤตการณ์สำคัญ ทั้งในด้านการลดลงของพื้นที่ปลูกกระจูด และปัญหาการขาดแคลนคนรุ่นใหม่ในการสืบทอดองค์ความรู้ ส่งผลให้มรดกภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมาเริ่มสูญหายไป นอกจากนี้ ผลิตภัณฑ์จากกระจูดในปัจจุบันยังเผชิญกับความท้าทายด้านการออกแบบที่อาจยังไม่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดผู้บริโภคยุคใหม่เท่าที่ควร โดยเฉพาะกลุ่มที่ต้องการสินค้าที่มีขนาดกะทัดรัด ใช้งานง่ายในชีวิตประจำวัน และมีภาพลักษณ์ที่ทันสมัย (อภิชาติ พลประเสริฐ และ นิสาชล ผลไพศาล, 2563)



จากปัญหาดังกล่าว คณะผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการอนุรักษ์และต่อยอดภูมิปัญญาการจักสานกระจูด โดยเฉพาะเทคนิคเฉพาะตัวอย่างการคลุกดินขาวและการรีดเส้นกระจูดให้มีความนุ่มและมันวาวซึ่งเป็นเอกลักษณ์ของของ ภูมิปัญญาในพื้นที่ทะเลน้อย โดยเลือกศึกษาเฉพาะกรณีของวิสาหกิจชุมชนทะเลน้อย บ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เนื่องจากเป็นชุมชนที่มีภูมิปัญญามานานได้รับการยอมรับด้านการเป็นแหล่งเพาะปลูกและผลิตหัตถกรรมกระจูด ซึ่งได้รับการยอมรับจากผู้ซื้อ ทั้งนี้เพื่อเสนอแนวทางสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ ถูหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่น เป็นการปรับเปลี่ยนภาพลักษณ์ เครื่องหอมไทยให้มีความร่วมสมัย งานวิจัยนี้ จึงเป็นประโยชน์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจแก่ชุมชน เป็นกลไกการ พัฒนาภูมิปัญญาให้คงอยู่และก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและตลาดร่วมสมัย

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาบริบทชุมชนและภูมิปัญญาการจักสานกระจูดของชุมชนทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง
2. เพื่อนำเสนอแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ถูหอมไทยจากกระจูดของชุมชนทะเลน้อย อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง

การทบทวนวรรณกรรม

1.แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับเครื่องหอม

Howes (1994) กล่าวว่า สุนทรียภาพของเครื่องหอมไทยเมื่อมองผ่านกรอบแนวคิดทางมานุษยวิทยา ถือเป็นการ เปิดมุมมองใหม่ที่ก้าวข้ามข้อจำกัดของสุนทรียศาสตร์กระแสหลักอย่างน่าสนใจ ซึ่งให้เห็นว่า โลกตะวันตกมักผูกขาดความงามไว้ กับผัสสะเพียงสองด้าน คือการมองเห็นและการได้ยิน ซึ่งสะท้อนผ่านงานวิจิตรศิลป์อย่างจิตรกรรม สถาปัตยกรรม ดนตรี และ บทกวี ในขณะที่ประสาทสัมผัสเรื่องกลิ่น รสชาติ และการสัมผัส กลับถูกละเลยและไม่ถูกนับรวมเป็นสุนทรียภาพ แม้จะมีการ ใช้หลักการทางวิทยาศาสตร์เข้ามาช่วยอธิบายการรับรู้ แต่ก็ยังคงติดอยู่กับกลไกทางชีววิทยาเพียงอย่างเดียว ซึ่งไม่อาจสะท้อน ความงามของกลิ่นออกมาได้อย่างลึกซึ้งและรอบด้าน อีกทั้ง เครื่องหอมถือเป็นความงามแบบไทย ๆ ที่ได้รับความรับรู้ได้ถึง สุนทรียะทางด้านศิลปะเครื่องหอมไทยจัดเป็นสุนทรียศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับด้านศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญาไทย (นลินณัฐ ดีสวัสดิ์ และวัฒนพันธุ์ ครุฑะเสน, 2565) มีความผูกพันกับคนมาตั้งแต่สมัยโบราณ

2.งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐพร ยมรัตน์ และพพร เอี่ยมใส (2564) การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย การวิจัยเรื่องการออกแบบ บรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยมีวัตถุประสงค์ในการวิจัยคือ 1) เพื่อศึกษาและออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย และ 2) เพื่อ ประเมินความพึงพอใจกลุ่มผู้บริโภคที่มีต่อรูปแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยจากการศึกษาพบว่า สมัยก่อนเครื่องหอมไทย นิยมใช้เป็นเครื่องประพรมธูป และยาสมุนไพรในการรักษาโรคภายหลังมีการรับวัฒนธรรมตะวันตกเข้ามาจึงเกิดความนิยมใช้ กลิ่นหอมสังเคราะห์มากขึ้นเพราะมีหลากหลายกลิ่น และบรรจุใส่ขวดน้ำหอมสวย ๆ ใช้แล้วดูหรูหรา ทันสมัย เครื่องหอมไทย จึงได้รับความนิยมน้อยลงตามยุคสมัยผู้วิจัยได้มองเห็นปัญหาจึงมีแนวคิดในการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยเพื่อให้เกิด ภาพลักษณ์ที่ดีขึ้น ทันสมัย และสร้างมูลค่าให้กับเครื่องหอมไทย ผู้วิจัยได้ดำเนินการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทยภายใต้ ชื่อแบรนด์ (Brand) พินปากา (PINPAKA) ทั้งหมด 5 โครงสร้าง กราฟ ได้แก่ กลิ่นกุหลาบ กลิ่นลาเวนเดอร์ กลิ่นมะลิ โดย โครงสร้างประกอบด้วย บรรจุภัณฑ์ก้านหอม บรรจุภัณฑ์ เทียนหอม บรรจุภัณฑ์น้ำมันหอมระเหย บรรจุภัณฑ์ บุหงารำไป และ บรรจุภัณฑ์ Box Set ซึ่งได้ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ และบุคคลทั่วไปจำนวน 100คน พบว่า ด้านการตอบสนองทาง จิตวิทยา ได้แก่ การรับรู้ แบรนด์ ความในมาจดจำ มีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.46) น้อยที่สุดคือด้านการตอบสนองทางอารมณ์ ได้แก่ ความพึงพอใจในภาพลักษณ์สินค้าและแบรนด์ (สัญลักษณ์) มีความพึงพอใจ ในระดับมาก ส่วนค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.= 0.64) โดยรวมถือว่าอยู่ในระดับมากที่สุด

สุนิตย์ เหมนิล และคณะ (2568) การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าวัฒนธรรมบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน กรณีศึกษา กลุ่มทอผ้าไหมบ้านแบง การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพมีวัตถุประสงค์เพื่อออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าวัฒนธรรมและตรา สินค้าบนฐานอัตลักษณ์ชุมชน โดยใช้กรณีศึกษากลุ่มทอผ้าไหมบ้านแบง ตำบลหนองหลวง อำเภอเฝ้าไร่ จังหวัดหนองคาย

ซึ่งเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีความเชี่ยวชาญในการทอผ้าไหม แต่ยังคงประสบกับปัญหาที่สะท้อนอัตลักษณ์อย่างชัดเจน ทำให้จำกัดโอกาสในการขยายตลาด การศึกษาใช้แนวคิดสินค้าวัฒนธรรม แนวคิดการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชุมชน และแนวคิดการออกแบบตราสินค้าชุมชน มาเป็นกรอบแนวคิด โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก 25 คน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มทอผ้าไหมบ้านบางผู้บริหารท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ประชาชนชาวบ้านนักวิชาการ และลูกค้า ผ่านการสัมภาษณ์เจาะลึกรายบุคคล การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ผลการวิจัยพบว่า การออกแบบบรรจุภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพจะต้องเน้นอัตลักษณ์ชุมชนและลักษณะเฉพาะของสินค้าควบคู่กับการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในชุมชน และควรประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ (1) ตราสินค้า (2) ขนาดและรูปทรง (3) ภาพและสี และ (4) การวางตำแหน่งและการออกแบบ ซึ่งต้องสอดคล้องกับอัตลักษณ์ชุมชน วัฒนธรรม ความเชื่อ ตลอดจนเรื่องเล่าท้องถิ่น บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาแล้วได้รับการตอบรับที่ดีจากลูกค้า ทั้งในด้านความสวยงาม ความแข็งแรง และความเหมาะสมสำหรับเป็นของขวัญ และการสื่อสารอัตลักษณ์ของสินค้าอย่างชัดเจน ส่งผลให้สามารถเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจ และเพิ่มศักยภาพการแข่งขันของสินค้าวัฒนธรรมได้อย่างเป็นรูปธรรม

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ด้วยวิธีวิทยาการแบบการศึกษาเฉพาะกรณี (Case study) เพื่อศึกษาบริบทวิถีชีวิต ศึกษาองค์ความรู้และกระบวนการจักสานกระจูดดั้งเดิม สู่การนำเสนอการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ที่เน้นการออกแบบถุงห่อไทยสไตล์ญี่ปุ่นร่วมกับงานจักสานกระจูด ดำเนินการวิจัยระหว่าง เดือนตุลาคม – เดือนธันวาคม 2568 พื้นที่วิจัย คือ ชุมชนทะเลน้อย อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง

ผู้ให้ข้อมูลหลักในการสัมภาษณ์เชิงลึก จำนวน 13 คน แบ่งเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ 1 กลุ่มชุมชน ประกอบด้วย ผู้นำ 1 คน กรรมการ 2 คน และสมาชิก 2 คน เป็นผู้รับผิดชอบการดำเนินงานของกลุ่มและมีประสบการณ์ด้านการสานกระจูดชุมชนทะเลน้อยไม่น้อยกว่า 5 ปี กลุ่มที่ 2 นักออกแบบ 3 คน มีประสบการณ์การออกแบบงานหัตถกรรมไม่น้อยกว่า 3 ปี และกลุ่มที่ 3 ผู้บริโภค 5 คน ที่มีประสบการณ์การซื้อผลิตภัณฑ์จักสานกระจูดชุมชนทะเลน้อย ด้วยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดย ชาย โปธิสตา (2564) กล่าวว่า การเลือกตัวอย่างในการวิจัยทางปรากฏการณ์วิทยาไม่ต่างจากการวิจัยเชิงคุณภาพทั่วไป หลักการคือการเลือกแบบเจาะจงเพื่อค้นหาบุคคลที่มีประสบการณ์จริงโดยยึดวัตถุประสงค์การศึกษาเป็นหลัก และผู้วิจัยได้กำหนดรหัสของผู้ให้ข้อมูลหลักเพื่อใช้ในการอ้างอิงข้อมูลการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยไม่เปิดเผยชื่อจริงของผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้นำและกรรมการชุมชนทะเลน้อย (L1-L5) สมาชิกชุมชนทะเลน้อย (M1-M3) และผู้บริโภคที่ (C1-C5)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured in-depth interview) กำหนดแนวคำถามการสัมภาษณ์แบบปลายเปิดที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย (จุฑามาศ พิรพัชระ, 2566) มี 2 ชุด 1) แนวคำถามการสัมภาษณ์สำหรับชุมชน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์ (General information) ตอนที่ 2 ประเด็นคำถามตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ บริบทชุมชนทะเลน้อย และภูมิปัญญาการสานกระจูดของวิสาหกิจชุมชนทะเลน้อย บ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง และ 2) แนวคำถามการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์กระจูด และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงห่อไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจูดสานภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านบริบทชุมชน ภูมิปัญญาการจักสาน และการตลาดผลิตภัณฑ์ ปรับแก้ไขและเตรียมไว้สำหรับการสัมภาษณ์

การเก็บรวบรวมและตรวจสอบข้อมูล โดยการลงพื้นที่สัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ เก็บข้อมูลจากประธานกรรมการ สมาชิกชุมชนชุมชนทะเลน้อย บ้านทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง เพื่อทราบถึง 1) บริบทชุมชน เกี่ยวกับ ประวัติความเป็นมาของชุมชน บริบทชุมชนทะเลน้อย ภูมิปัญญาการสานกระจูดของวิสาหกิจชุมชนทะเลน้อย ตลอดจนปัญหาและอุปสรรคจากการบริหารกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการและการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (Non-Participant Observation) ที่ผู้วิจัยไม่ได้เข้าไปมีส่วนร่วม ตามแนวทางวิจัยของพัทธ์ศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และจุฑามาศ พิรพัชระ (2567) และสัมภาษณ์ผู้บริโภคที่มีประสบการณ์ในการซื้อผลิตภัณฑ์จักสานกระจูดชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา โดยนำข้อมูลที่ได้อาจจากการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม ถอดเทป แยกประเด็นตามเนื้อหาที่ศึกษา เรียบเรียงจัดทำ และสรุปผลข้อมูลบริบทชุมชนและภูมิปัญญาการสานกระจูดของชุมชนทะเลน้อย



ผลการวิจัย

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 บริบทของชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง

ชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ตั้งอยู่ในพื้นที่ชุ่มน้ำที่มีความอุดมสมบูรณ์และเป็นแหล่งกำเนิดตามธรรมชาติของ กระเจ็ด วัตถุดิบต้นทุนต่ำที่มีความเหนียวหนืดหนาน ซึ่งนำมาต่อยอดด้วยภูมิปัญญาการจักสานที่ได้รับการถ่ายทอดจากตระกูล รัชกุล ภูมิปัญญาอายุกว่า 100 ปี จนปัจจุบันได้พัฒนาจากอาชีพเสริมมาเป็นอาชีพหลักที่สร้างรายได้สำคัญ โดยมีลักษณะการ แบ่งงานกันทำภายในครอบครัว และมีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อผลิตสินค้า OTOP ส่งออก อย่างไรก็ตาม แม้จะมี ผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียง แต่ตลาดยังขาดแคลนสินค้าของที่ระลึกขนาดเล็กที่พกพาง่าย จึงเป็นช่องว่างสำคัญในการวิจัยเพื่อพัฒนา ผลิตภัณฑ์ใหม่อย่างถูกต้อง ให้ตอบเจตจำนงที่ท่องเที่ยวและยกระดับเศรษฐกิจชุมชนให้สอดคล้องกับยุคปัจจุบัน โดยบริบทเชิง พื้นที่ชุมชนทะเลน้อย วิเคราะห์และจำแนกได้ 5 ประเด็น ได้แก่ ยุคสมัยของภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย การเรียนรู้ภูมิปัญญา ของชุมชนทะเลน้อย การปรับใช้เทคโนโลยีกับกระเจ็ดและกระบวนการผลิตหัตถกรรมกระเจ็ด การถ่ายทอดภูมิปัญญาการจัก สานกระเจ็ดของชุมชนทะเลน้อย ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ ตามการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูลด้านชุมชน ดังนี้

L1 “... เมื่อปี 2502 ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่คง อรุณรัตน์) ริเริ่มนำพันธุ์กระเจ็ดจากพื้นที่ควนเคร็ง นครศรี มาปลูกในทะเลน้อย เพื่อแก้ปัญหาการขาดวัตถุดิบ เป็นจุดเริ่มต้นของงานกระเจ็ด...”

L2 “... พอปี 2542 เราจัดตั้งกลุ่มสตรีและกลุ่มแม่บ้านเกษตรกรเป็นครั้งแรก มีฝึกอบรมพัฒนารูปแบบจากเสื้อผ้าเป็น กระเป๋า กับผลิตภัณฑ์อื่น ๆ อีก 2 ปีต่อมา ปี 2544 รัฐบาลเริ่มนโยบาย OTOP หนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์...”

L4 “... พอเกิดการรวมตัวของการจัดตั้งกลุ่ม คนในชุมชนก็ยึดอาชีพการจักสานกระเจ็ดเป็นอาชีพหลัก ทำให้คนละแวกนี้ นักท่องเที่ยวหรือ คนทั่วไปรู้จักมากยิ่งขึ้น...”

M1 “... นักท่องเที่ยวเริ่มเข้ามามีส่วนกำหนดทิศทางสินค้า อย่างเมื่อก่อนซื้อเสื้อผืนใหญ่ ขนกลัวยาก เริ่มถามหาของฝากชิ้น เล็ก กระเป๋าถือ แผ่นรองจาน กล่องใส่ทิชชู อะไรแบบนี้ เลยต้องปรับตัวผลิตสินค้าหลากหลายขึ้น ก็เน้นความสวยงามมากกว่า ความทนทานเพียงอย่างเดียวแบบเมื่อก่อน...”

M3 “... นักท่องเที่ยวไม่ได้แค่มาซื้อ แต่ต้องการลงทำด้วย เช่น กิจกรรมสานกระเจ็ดด้วยตัวเอง แล้วก็ต้องการสินค้าที่เป็นมิตร ต่อสิ่งแวดล้อม สีสันสดใส และแบบที่ทันสมัย...”

สรุปการวิเคราะห์บริบทของชุมชนทะเลน้อยได้ ดังนี้

1. ยุคสมัยของภูมิปัญญาของชุมชนทะเลน้อย แบ่งออกเป็น 3 ยุค

ยุคภูมิปัญญาในครัวเรือน จุดเริ่มต้น - พ.ศ. 2541 ในอดีตการจักสานเป็นเพียงอาชีพเสริมที่ทำกันในครัวเรือน โดย ได้รับการถ่ายทอดภูมิปัญญาจากบรรพบุรุษ การนำเข้าภูมิปัญญา จุดเปลี่ยนสำคัญเริ่มขึ้นเมื่อครอบครัวสกุล รัชกุล (นายก ลับ-นางกลั่น นายจับ-นางคล้าย นายลาภ-นางเลื่อน) อพยพมาจากอำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช เข้ามาตั้งรกรากและ นำภูมิปัญญาการสานกระเจ็ดซึ่งนุ่มและทนทานกว่ากามาเผยแพร่ และได้สร้างแหล่งวัตถุดิบ ในปี พ.ศ. 2502 ผู้นำชุมชนนำโดย ผู้ใหญ่คง อรุณรัตน์ และคณะ ได้ริเริ่มนำหัวกระเจ็ดจากควนเคร็งมาปลูกในทะเลน้อย เพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนวัตถุดิบ ทำให้ชุมชนมีแหล่งต้นน้ำในการผลิตที่มั่นคง

ยุคการรวมกลุ่มตามแนวพระราชดำริ (พ.ศ. 2542 - 2547) จุดเปลี่ยนสู่การรวมกลุ่มอย่างเป็นทางการเกิดขึ้นเมื่อ สมเด็จพระนางเจ้าสิริกิติ์ พระบรมราชินีนาถ พระบรมราชชนนีพันปีหลวง เสด็จฯ เยี่ยมราษฎรบ้านหัวป่าเขียว เมื่อวันที่ 25 ตุลาคม 2542 พระองค์ทรงทราบปัญหาเรื่องการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนารูปแบบ จึงมีพระราชเสาวนีย์ให้หน่วยงานภาครัฐ เข้ามาส่งเสริมเกิดการรวมตัวของชาวบ้านเพื่อเรียนรู้และพัฒนาผลิตภัณฑ์ร่วมกันแทนที่จะต่างคนต่างทำ เพื่อให้ได้มาตรฐาน ส่งโครงการศิลปาชีพ

ยุควิสาหกิจชุมชนและการสร้างแบรนด์ (พ.ศ. 2548 - ปัจจุบัน) เมื่อผลิตภัณฑ์เริ่มเป็นที่ต้องการของตลาด จึงเกิดการยกระดับสู่รูปแบบ วิสาหกิจชุมชน เพื่อการบริหารจัดการที่เป็นระบบการก่อตั้งกลุ่มวิสาหกิจ ตัวอย่างที่ชัดเจนคือกลุ่มหัตถกรรมกระจูดวรรณิ ก่อตั้งในปี พ.ศ. 2548 โดยนางวรรณิ เช่งฮวด และต่อมาได้ทายาทรุ่นลูกเข้ามาปรับปรุงดีไซน์และเทคนิคการย้อมสีธรรมชาติ จนกลายเป็น OTOP ระดับ 5 ดาว และสินค้าส่งออกโมเดลแก่จันและนวัตกรรม เกิดกลุ่มใหม่ ๆ เช่น เลนน้อยคราฟ ซึ่งเป็นผลจากการวิจัยร่วมกับมหาวิทยาลัยทักษิณในโครงการกระจูดแก่จัน เพื่อสร้างระบบห่วงโซ่อุปทานและการตลาดออนไลน์ ปัจจุบัน มีกลุ่มผู้ผลิตหลักในพื้นที่ประมาณ 6 กลุ่มใหญ่ โดยมีการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างกันเพื่อกระจายงานสู่สมาชิกกว่า 250 คนเรือน

2. การเรียนรู้ภูมิปัญญาของชุมชนทะเลน้อย แบ่งเป็น 3 ลักษณะ

2.1 การเรียนรู้ตามธรรมชาติ แบ่งเป็น 1) การเรียนรู้ผ่านวิถีครอบครัว เป็นการเรียนรู้ขั้นพื้นฐานและเป็นรากฐานของชุมชน 2) การเรียนรู้แบบซึมซับ เด็กในชุมชนเติบโตมาท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่มีการจักสาน ทำให้เกิดความคุ้นเคย เห็นเครื่องมือ เห็นวัตถุดิบ เห็นพ่อแม่ทำทุกวันจนกลายเป็นส่วนหนึ่งของชีวิต และ 3) การเรียนรู้แบบครูพักลักจำ ไม่มีการสอนแบบจับมือทำทีละขั้นตอนอย่างเป็นทางการ แต่ลูกหลานจะใช้วิธีสังเกตเทคนิคของผู้ใหญ่ จดจำลวดลาย แล้วนำมาทดลองทำด้วยตนเอง ผิดก็แก้ใหม่จนเกิดความชำนาญ 4) การแบ่งบทบาทตามเพศ โดยผู้ชายเรียนรู้กระบวนการเตรียมวัตถุดิบที่ต้องใช้แรง เช่น การถอนกระจูดในปรู การคลุกโคลน การตาก และการรีดให้แบน ส่วนผู้หญิง เรียนรู้กระบวนการที่ต้องใช้ความละเอียดประณีต เช่น การขึ้นรูป การสอดเส้น และการใส่ลวดลาย เช่น ลายสอง ลายลูกแก้ว เป็นต้น

2.2 การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติและประสบการณ์ ภูมิปัญญากระจูดทะเลน้อยมีเคล็ดลับที่หนังสือสอนไม่ได้ ต้องเรียนรู้จากการสัมผัสจริง ส่วนภูมิปัญญาการคลุกโคลน เป็นหัวใจสำคัญของกระจูดทะเลน้อย ผู้เรียนรู้ต้องฝึกสังเกตและกะเกณฑ์ระยะเวลาในการหมักกระจูดกับน้ำโคลนให้พอเหมาะ เพื่อให้กระจูดเหนียว นุ่ม ไม่เปราะหักง่าย ซึ่งเป็นทักษะที่ต้องอาศัยประสบการณ์ ทักษะการสานกระจูดต้องมีการคำนวณจำนวนเส้นตอก การยกเส้น การขมเส้น เพื่อให้เกิดลวดลาย ผู้เรียนรู้จะพัฒนาทักษะการคำนวณและจินตภาพโครงสร้างงานสานในสมองโดยอัตโนมัติ

2.3 การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการปรับตัวสู่สากล ในยุคปัจจุบัน รูปแบบการเรียนรู้ได้ขยายวงกว้างขึ้น การเรียนรู้แลกเปลี่ยนในกลุ่มอาชีพ เมื่อมีการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เกิดพื้นที่แลกเปลี่ยนเทคนิคระหว่างสมาชิก เช่น เทคนิคการย้อมสีธรรมชาติไม่ให้ดำ หรือเทคนิคการเย็บขอบกระเป๋ากการเรียนรู้จากภายนอก การรับองค์ความรู้ใหม่จากสถาบันการศึกษาและหน่วยงานภาครัฐ

3. การปรับใช้เทคโนโลยีกับกระจูดและกระบวนการผลิตหัตถกรรมกระจูดด้วยการบูรณาการเทคโนโลยีและนวัตกรรมสมัยใหม่ ครอบคลุมตลอดห่วงโซ่อุปทานตั้งแต่ต้นน้ำถึงปลายน้ำ เริ่มจากการเพิ่มประสิทธิภาพการเตรียมวัตถุดิบด้วยตูบแห้งพลังงานร่วมและเครื่องรีดกระจูดเพื่อขจัดข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อมและเพิ่มกำลังการผลิต ควบคู่กับการประยุกต์ใช้วิทยาศาสตร์ในการสกัดสีย้อมธรรมชาติและเทคโนโลยีการเคลือบผิวเพื่อสร้างมาตรฐานความปลอดภัยและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ผสานกับการใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์และเครื่องจักรอุตสาหกรรมในการออกแบบและขึ้นรูปผลิตภัณฑ์ที่มีความแม่นยำและคงทนเพื่อการส่งออก ตลอดจนการบริหารจัดการการตลาดและคลังสินค้าผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งส่งผลให้ผลิตภัณฑ์ชุมชนมีคุณภาพได้มาตรฐานสากลและสามารถแข่งขันในเชิงพาณิชย์

4. การถ่ายทอดภูมิปัญญาการจักสานกระจูดของชุมชนทะเลน้อย มีลักษณะเป็นกระบวนการปรับตัวของชุมชน โดยเริ่มต้นจากการถ่ายทอดภายในครัวเรือนแบบ ครูพักลักจำ ที่เน้นการสังเกตและลงมือทำตามบทบาทยุทธศาสตร์ ผสมผสานกับการเรียนรู้จากประสบการณ์ตรงในการจัดการวัตถุดิบ อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันกระบวนการถ่ายทอดได้ขยายขอบเขตสู่รูปแบบการจัดการความรู้ภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและการรับเอาเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ภูมิปัญญาสามารถปรับตัวรองรับความต้องการของตลาดและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืน

5. ปัญหาและอุปสรรคในการดำเนินการ แม้ผลิตภัณฑ์กระจูดจะเป็นสินค้าอัตลักษณ์ที่โดดเด่นของชุมชนทะเลน้อย แต่การดำเนินงานยังประสบปัญหาหลายด้าน ได้แก่ 1) สภาพอากาศที่ส่งผลต่อคุณภาพวัตถุดิบ 2) การขาดแคลนแรงงานรุ่นใหม่สืบต่อภูมิปัญญา 3) ข้อจำกัดด้านรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ยังไม่หลากหลาย โดยเฉพาะการขาดแคลนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก

ขนาดเล็กที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยว และ 4) การแข่งขันด้านราคาภายในชุมชน ซึ่งปัญหาเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ใหม่และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับสินค้าให้ตอบสนองต่อกลไกตลาดยุคปัจจุบัน

ตามข้อมูลบริบทชุมชนทะเลน้อย ผู้วิจัยสรุปได้ตามภาพ 1

ภาพ 1

บริบทชุมชนทะเลน้อย



ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เรียนรู้ภูมิปัญญาการสานกระจุตของชุมชนทะเลน้อย

ภูมิปัญญาการจักสานกระจุตของชุมชนทะเลน้อย มีสิ่งสำคัญคือเทคนิคการเตรียมวัตถุดิบด้วยการคลุกโคลน ซึ่งเป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ปัจจุบันได้พัฒนาไปสู่รูปแบบกึ่งทางการผ่านการรวมกลุ่มวิสาหกิจชุมชนและบูรณาการองค์ความรู้สมัยใหม่จากภายนอก ทั้งด้านเทคโนโลยีการผลิตและการออกแบบสร้างสรรค์ เพื่อปรับปรุงภูมิปัญญาดั้งเดิมให้ตอบสนองความต้องการของตลาด ประกอบด้วย การสานกระจุต และการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์กระจุต

1. การสานกระจุต แบ่งเป็น 2 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ ขั้นตอนการเตรียมกระจุต และขั้นตอนการสานกระจุต

1.1 การเตรียมกระจุต แบ่งเป็น 4 ขั้นตอนย่อย

ขั้นตอนที่ 1. การเก็บเกี่ยวและคัดเลือก (Harvesting) เกษตรกรจะลงไปในพุ่มหรือพื้นที่ชุ่มน้ำเพื่อถอนต้นกระจุต โดยต้องเลือกต้นที่มีความยาวและขนาดลำต้นที่เหมาะสม ไม่อ่อนหรือแก่เกินไป จากนั้น นำมาล้างโคลนตามออกให้สะอาด แล้วตัดปลายให้ได้ความยาวตามต้องการ

ขั้นตอนที่ 2 การหมักโคลนขาว (Clay soaking) และ การตากแห้ง (Drying) การนำกระจุตไปหมักน้ำโคลนขาวนาน 2-3 วัน เพื่อปรับสภาพเส้นใยให้เหนียวนุ่ม ไม่เปราะแตกง่าย และป้องกันแมลง แล้วนำไปล้างและตากแดดให้แห้งสนิทจนได้เส้นกระจุตสีขาวนวลสวยงาม

ขั้นตอนที่ 3 การรีดให้แบน (Flattening) นำกระจุตที่แห้งแล้วมารีดให้แบน สมัยก่อน ใช้สากตำข้าวตำให้แบน แต่ปัจจุบัน นิยมใช้เครื่องรีดหรือลูกกลิ้งกดทับให้เส้นกระจุตแบนเรียบเสมอกัน เพื่อให้ง่ายต่อการนำไปสาน และได้ลวดลายที่สวยงาม

ขั้นตอนที่ 4 การย้อมสี (Dyeing) หากต้องการลวดลายที่มีสีส่น จะนำเส้นกระจุตไปย้อมสีตามต้องการ แล้วนำไปตากให้แห้งอีกครั้งก่อนนำมาสาน

การสานกระจุตทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง สรุปรูปตามภาพ 2 และแผนภูมิ 1

ภาพ 2

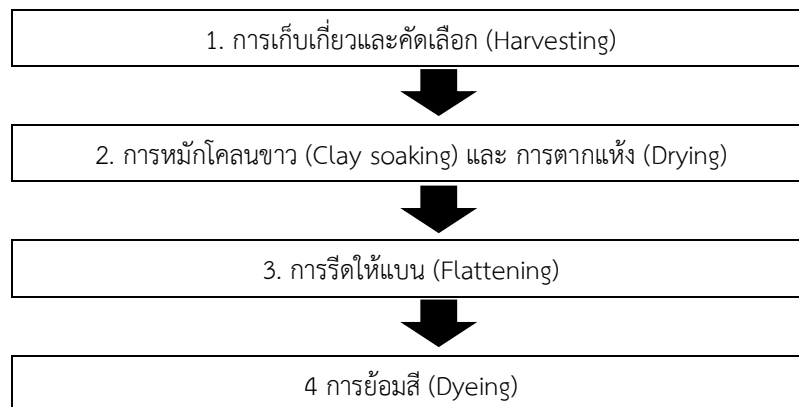
ภาพกระบวนการเตรียมกระจุต



1. การเก็บเกี่ยวและคัดเลือก 2. การหมักโคลนและตากแห้ง 3. การรีดให้แบน 4. การย้อมสี

แผนภูมิ 1

แผนภูมิขั้นตอนการเตรียมกระจุต



1.2 การสานกระจุตแบ่งเป็น 5 ขั้นตอนย่อย

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมเส้นก่อนสาน (Preparation) ก่อนจะเริ่มสาน ต้องนำเส้นกระจุตที่รีดแบนและตากแห้งไว้มาพรมน้ำให้พอหมาด แล้วใช้ผ้าคลุมทิ้งไว้สักพักเพื่อให้เส้นกระจุตคืนตัว มีความนิ่มและยืดหยุ่น ไม่เช่นนั้นเส้นจะเปราะและหักง่ายขณะสาน

ขั้นตอนที่ 2 การขึ้นรูป (Forming) และการสานลาย (Pattern Weaving) เริ่มจากการวางเส้นกระจุตเป็นแกนตั้งและแกนนอนขัดกัน กรณีสานกระเปาะหรือกล่อง จะเริ่มจากการสานที่ฐานก่อน ให้ได้ขนาดตามต้องการ ใช้เทคนิคพื้นฐานคือการยก และการข่ม คือ ยกเส้นหนึ่ง ข้ามเส้นหนึ่ง หรือ ยกสอง ข้ามสอง สลับกันไปมาจนเกิดเป็นลวดลายลายพื้นฐานลายขัด

ขั้นตอนที่ 3 การเข้าหุ่นหรือเข้าพิมพ์ (Molding) เมื่อสานฐานและตัวขึ้นมาระดับหนึ่ง ข้างจะนำชิ้นงานไปสวมเข้ากับบล็อกไม้หรือหุ่นรูปทรงต่าง ๆ เพื่อจัดทรงให้ได้ฉาก ได้มุมที่สวยงาม และขนาดมาตรฐานตามต้องการ แล้วสานต่อไปจนจบความสูงของพิมพ์

ขั้นตอนที่ 4 การเก็บริม (Finishing edges) เมื่อสานจนได้ขนาดที่ต้องการ ขั้นตอนสุดท้ายคือการพับปากหรือปิดปาก เพื่อล็อกเส้นกระจุตไม่ให้หลุดลุ่ย โดยการม้วนปลายเส้นกระจุตสอดกลับลงไปใต้อาซที่สานไว้ ส่วนปลายที่เหลือจะถูกตัดทิ้งให้เรียบร้อย

ภาพ 3

ภาพกระบวนการสานกระจุต



1. การเตรียมเส้นก่อนสาน

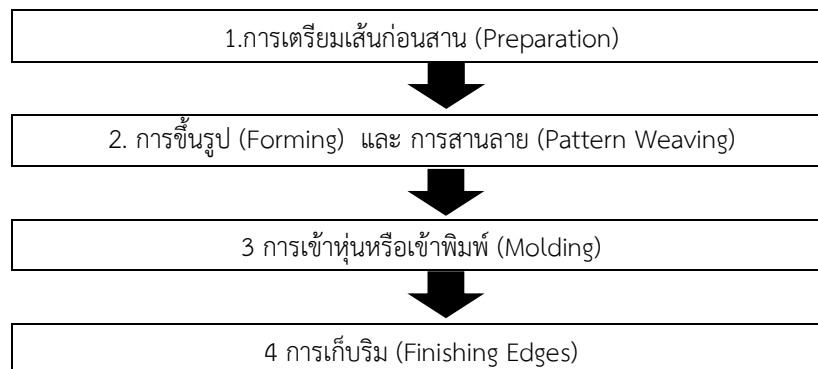
2. การขึ้นรูปและสานลาย

3. การเข้าหุ่นหรือเข้าพิมพ์

4. การเก็บริม

แผนภูมิ 2

แผนภูมิขั้นตอนการสานกระจุต



2 การใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์กระจุต

การนำกระจุตมาใช้ประโยชน์ครอบคลุมตั้งแต่อุปกรณ์ในครัวเรือนจนถึงสินค้าแฟชั่นสมัยใหม่ โดยนิยมนำมาทำเป็นเครื่องจักสานและของตกแต่งบ้าน เช่น เสื่อที่ ตะกร้าใส่ของ และวอลเปเปอร์ รวมถึงต่อยอดเป็นสินค้าไลฟ์สไตล์ เช่น กระเป๋าหมวกที่คงรูปทรงทนทาน และใช้สำหรับใส่อุปกรณ์ไอที นอกจากนี้ ยังใช้ทำของที่ระลึกชิ้นเล็ก เช่น ที่รองแก้วหรือกล่องของขวัญเพื่อช่วยลดการใช้พลาสติก โดยมีจุดเด่นคือความเหนียวทนทาน น้ำหนักเบา ผิวสัมผัสเรียบละเอียดไม่ระคายผิว และเป็นวัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมที่ช่วยส่งเสริมภูมิปัญญาและรายได้ให้กับชุมชน

สำหรับผลการสัมภาษณ์ความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์กระจุต และการพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสานภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง ตามการให้สัมภาษณ์ของผู้ให้ข้อมูล พบว่า การพัฒนาถุงหอมกระจุตทะเลน้อยสู่ระดับสากลจำเป็นต้องบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับงานออกแบบร่วมสมัย โดยเน้นการย่อขนาดผลิตภัณฑ์ให้พกพาสะดวกและประยุกต์ใช้ลวดลายเขาคณิตสไตล์เรียบง่าย เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่เรียบหรู ควบคู่ไปกับการพัฒนากระบวนการอบไล่ความชื้นเพื่อจัดซื้อจำกัดด้านเชื้อราและกลิ่นอับของวัสดุธรรมชาติ พร้อมออกแบบให้สามารถเปลี่ยนวัสดุให้ความหอมได้เพื่อความยั่งยืน นอกจากนี้ การสร้างความแตกต่างด้วยอัตลักษณ์ทางกลิ่นที่สะท้อนรากเหง้าชุมชน และการสื่อสารเรื่องราวผ่านบรรจุภัณฑ์ จะช่วยยกระดับจากสินค้าหัตถกรรมสู่ของที่ระลึกที่มีคุณค่าทางจิตใจ การปรับ

ภาพลักษณ์ให้ทันสมัยนี้ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญในการปรับเปลี่ยนทัศนคติผู้บริโภค เพื่อขยายฐานกลุ่มเป้าหมายจากกลุ่มแม่บ้านไปสู่กลุ่มวัยรุ่นและคนทำงานยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

C1 "...ปกติชอบงานกระจุยของทะเลน้อยอยู่แล้วค่ะ เพราะเล่นโยนเหียวและดูเป็นธรรมชาติมาก แต่ปัญหาคือดีไซน์ดั้งเดิม มักจะเป็นใบใหญ่ ๆ บางทีก็ใช้ภายในชีวิตประจำวัน ถ้าทำเป็นถุงหิ้วขนาดเล็กที่พกพาได้ หรือแขวนในรถได้จะน่าสนใจมาก ส่วนตัวชอบดีไซน์แบบญี่ปุ่นที่ดูมินิมอล (Minimal) เรียบง่ายแต่ดูแพง ถ้าเอาเทคนิคการสานที่ละเอียดมาทำเป็นถุงใบเล็กๆ แล้วใช้ผ้าทอหรือเชือกถักแบบญี่ปุ่นมาประยุกต์ จะช่วยยกระดับสินค้าชุมชนให้ดูสากลขึ้นเยอะเลยค่ะ..."

C2 "...ผมมองว่าเสน่ห์ของกระจุตคือ Texture ครับ แต่มักจะมีปัญหาเรื่องความชื้นและกลิ่นอับ ถ้าจะทำเป็นถุงหอม ผมเสนอว่าตัวกระจุตต้องผ่านการอบไล่ความชื้นอย่างดี และควรมีหลอดลายการสานที่เป็นเรขาคณิตแบบญี่ปุ่น เช่น ลายตารางหรือลายคลื่น การผสมกลิ่นสมุนไพรไทยกับดีไซน์ญี่ปุ่นเป็นไอเดียที่ดีครับ เพราะมันทำให้รู้สึกถึงความผ่อนคลายแบบสปาที่บ้าน..."

C3 "...คนญี่ปุ่นให้ความสำคัญกับโอมาโมริหรือเครื่องราง และเครื่องหอมติดตัวมากค่ะ ผลิตภัณฑ์กระจุมีกลิ่นคล้ายกับเสื้อผ้าไหม ถ้าทำถุงหอมสวย ๆ ขนาดเหมาะมือ และใช้กลิ่นที่มีเอกลักษณ์ของพืชสูง เช่น กลิ่นดอกบัวหรือข้าวสังข์หยดผสมดอกไม้แห้ง จะเป็นของฝากที่น่าประทับใจมากค่ะ สิ่งสำคัญคือแพ็คเกจจึงต้องบอกเล่าเรื่องราวของภูมิปัญญาทะเลน้อยด้วย..."

C4 "...คนส่วนใหญ่ต้องการผลิตภัณฑ์ที่ใช้ได้จริงและสวยงามค่ะ กระจุตสานถุงหอมควรสามารถเปลี่ยนไส้หอมด้านในได้ เพื่อให้ตัวที่ห่อหุ้มกระจุตใช้งานได้นานขึ้น การออกแบบสโตร์ญี่ปุ่นจะช่วยแก้ความคิดเดิม ๆ ที่ว่างานสานดูเชย ให้เป็นของ ตกแต่งบ้านที่ทันสมัย จะช่วยขยายกลุ่มลูกค้าจากกลุ่มแม่บ้านไปสู่กลุ่มวัยรุ่นและคนวัยทำงานได้กว้างขึ้นค่ะ..."

ผลการวิเคราะห์จากบทสัมภาษณ์ พบว่าผู้บริโภคชื่นชมในความทนทานและความเป็นธรรมชาติของกระจุตทะเลน้อย แต่มีข้อจำกัดเรื่องดีไซน์ที่ดั้งเดิมและมีขนาดใหญ่เกินไปสำหรับการพกพา แนวทางการพัฒนาที่เหมาะสมคือการสร้างสรรค์ ถูกลมไทย สไตล์ญี่ปุ่น ที่ผสานงานสานเข้ากับความงามที่เรียบง่ายแบบร่วมสมัย พร้อมการเล่าเรื่องราวผ่านกลิ่นและบรรจุภัณฑ์ เพื่อยกระดับสู่ผลิตภัณฑ์ของขวัญระดับพรีเมียมที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์คนเมืองและตลาดสากล แนวคิดนี้นำไปสู่การออกแบบแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ถูกลม

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 แนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ทองหมไทยจากกระจุของชมชนทะเลน้อย

1. แนวคิดการออกแบบ จากผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อ 1 พบว่า ชุมชนมีปัญหาของการขาดแคลนผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกขนาดเล็กที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวและการแข่งขันด้านราคาภายในชุมชน และผลจากวัตถุประสงค์ข้อ 2 ผู้บริโภคมีความต้องการดีไซน์ที่เป็นดั้งเดิมและมีขนาดกระทัดรัดไม่ใหญ่จนเกินไป แนวทางที่ดำเนินการได้เบื้องต้นคือ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสานภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง โดยใช้กระจุตมาจักสานขึ้นรูปแบบผลิตภัณฑ์ขนาดเล็กที่สามารถพกพาได้สะดวก นำไปสู่งานหอมสไตล์ญี่ปุ่นสไตล์ญี่ปุ่นที่มีกลิ่นหอม เป็นการเพิ่มทางเลือกให้ผู้บริโภค โดยลักษณะของถุงหอมไทยจากกระจุต ทำจากเส้นกระจุตจักสานขึ้นรูปตามแบบที่ต้องการ มีขนาด กว้าง 6 เซนติเมตร ยาว 9 เซนติเมตร รวมสายและหู รวมความยาว 17 เซนติเมตร ใช้กลิ่นของดอกไม้ไทย 3 ชนิด ได้แก่ ดอกมะลิ ดอกกระดังงา และดอกจันทน์กะพ้อ ผ่านการทดสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านออกแบบพบว่า ผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระจุต มีคุณสมบัติในการระบายอากาศดีกว่าบรรจุภัณฑ์ชนิดอื่น ๆ ในรูปแบบเดียวกัน และสามารถส่งกลิ่นหอมของดอกไม้ที่ใช้ผ่านช่องระบายอากาศได้ดี

2. วิธีการพัฒนาถุงหอมสไตล์ญี่ปุ่นแบ่งเป็น 5 ขั้นตอน

ขั้นตอนที่ 1 การเตรียมดอกไม้ ดอกมะลิ ดอกบานไม่รู้รุ่ย ดอกกุหลาบมอญ และดอกกรัก คัดเลือกดอกสด ไร้รอยชำ เติบโตเหมาะสมที่สมบูรณ์ จากนั้นนำไปตากแดดแบบดั้งเดิมจนแห้งสนิท ใช้เวลาในการตากแห้งสนิท 3 วัน หรือใช้ตู้อบร้อน ประมาณ 60 – 70 องศาเซลเซียส เป็นเวลา 6 ชั่วโมง

ขั้นตอนที่ 2 การปลูกกิ่ง นำดอกไม้แห้งมาผสมรวมกัน ปลูกกิ่งด้วยการบูร พิมเสน และน้ำปรุงเพื่อเพิ่มความหอม แล้วคลุกเคล้าให้ทั่วเพื่อให้กลิ่นซึมเข้าทุกกลีบ

ขั้นตอนที่ 3 การเตรียมถุงกระจุต หรือกระเปาะกระจุต นำแผ่นกระจุตสานมาตัดตามรูปทรงที่ต้องการ แล้วเย็บขอบด้านข้างให้แน่นทั้งสองด้าน โดยเว้นช่องปากถุงไว้สำหรับใส่ของ

ขั้นตอนที่ 4 การบรรจุ นำบุหงาใส่ถุงผ้าซับใน เพื่อป้องกันเศษดอกไม้ร่วง จากนั้นนำถุงผ้าที่บรรจุแล้วใส่เข้าไปในช่องกระจุตที่เตรียมไว้

ขั้นตอนที่ 5 การตกแต่งให้สมบูรณ์ เย็บปิดปากของกระจุตให้เรียบร้อย ตกแต่งด้วยเชือกป่าน ริบบิ้น หรือฟู่ เพื่อความสวยงาม พร้อมสำหรับการใช้งานหรือจำหน่าย

ภาพ 4

ภาพกระบวนการเตรียมถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระจุตสาน



1. เตรียมดอกไม้
2. ปรงกลั่น
3. เตรียมถุงกระจุต.
4. บรรจุบุหงา.
5. ตกแต่งให้สมบูรณ์

แผนภูมิ 3

แผนภูมิขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระจุต



ภาพ 5

แบบร่างและผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระจูดของชุมชนทะเลน้อย



แบบร่าง ผลิตภัณฑ์ถุงหอม



ผลิตภัณฑ์ถุงหอม

จากผลการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้าง แผนผังการบูรณาการภูมิปัญญาสู่การออกแบบ ที่แสดงให้เห็นถึง ภูมิปัญญาดั้งเดิม คือการหมักโคลนขาว สู่การสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระจูดของชุมชนทะเลน้อย โดยการปรับขนาดให้เหมาะสมกับการใช้งาน และการเลือกกลิ่นดอกไม้มือไทยเป็นองค์ประกอบหลักในผลิตภัณฑ์ตามภาพ 6

ภาพ 6

แผนผังการบูรณาการภูมิปัญญาสู่การออกแบบ
(Conceptual Framework for Product Development)



จากภาพ 6 แผนผังการบูรณาการภูมิปัญญาสู่การออกแบบ เริ่มต้นจากที่มาและวัตถุดิบ ที่เน้นภูมิปัญญาดั้งเดิม ในการเลือกใช้ต้นกระจูดจากทะเลน้อยและเทคนิคการกลูโคลนขาว บูรณาการเพื่อการออกแบบ โดยนำนวัตกรรมใหม่



สร้างสรรค์ให้ผลิตภัณฑ์มีรูปแบบทันสมัย ขนาดกะทัดรัด และเพิ่มมูลค่าด้วยกลิ่นหอมจากดอกไม้ไทย นำไปสู่ขั้นตอนการผลิตที่ผสมผสานกรรมวิธีดั้งเดิมเข้ากับมาตรฐานใหม่ ได้ผลลัพธ์และคุณค่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดสมัยใหม่และสร้างเศรษฐกิจชุมชนที่มั่นคงควบคู่การสืบสานภูมิปัญญาไปพร้อมกัน เป็นโมเดลต้นแบบแก่ชุมชนโดยรอบในการยกระดับผลิตภัณฑ์ในพื้นที่

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

1. บริบทชุมชนทะเลน้อย ผลการศึกษาพบว่า ชุมชนทะเลน้อยมีความผูกพันทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจกับกระเจ็ด เนื่องจากสภาพภูมิศาสตร์เป็นพื้นที่ชุ่มน้ำขนาดใหญ่ที่มีต้นกระเจ็ดขึ้นเองตามธรรมชาติอย่างหนาแน่น ชาวบ้านจึงได้สืบทอดภูมิปัญญาการนำวัชพืชชนิดนี้มาแปรรูปเป็นงานจักสานมาอย่างยาวนานหลายชั่วอายุคน อาจเป็นเพราะ ในอดีตในเรื่องของอาชีพยังไม่หลากหลาย แต่เนื่องจากมีกระเจ็ดจำนวนมาก คนในชุมชนจึงให้ความสำคัญกับอาชีพการจักสาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปริญญาพร ชูแก้ว และคณะ (2568) ที่พบว่า พื้นที่ทะเลน้อย เป็นแหล่งผลิตหัตถกรรมกระเจ็ดเก่าแก่ที่มีประวัติศาสตร์ยาวนานกว่า 400 ปี โดยมีวิถีชีวิตผูกพันกับทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ราบลุ่มและทะเลสาบ แม้จะมีการขยายพื้นที่ปลูกกระเจ็ดอย่างกว้างขวางในอดีต แต่ในช่วง 20 ปีที่ผ่านมากลับประสบปัญหาคนรุ่นใหม่ขาดการสืบทอดภูมิปัญญา ทำให้พื้นที่ปลูกลดลงและต้องพึ่งพาวัตถุดิบจากนอกพื้นที่ สมใจ มะหมื่น และคณะ (2566) พบว่า ลายจักสานดั้งเดิมเป็นมรดกทางวัฒนธรรมและงานศิลปหัตถกรรมพื้นบ้านอันล้ำค่าที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตสังคมไทยมาอย่างยาวนาน โดยมีการผลิตกระจายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ ซึ่งมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมเหล่านี้เปรียบเสมือนกลไกในการรักษาความหลากหลายทางวัฒนธรรมและเป็นรากฐานสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน

2. ภูมิปัญญาการสานกระเจ็ดของชุมชนทะเลน้อย การจักสานกระเจ็ดที่เปลี่ยนพืชน้ำท่วมให้เป็นงานจักสานที่มีคุณค่า โดยมีเอกลักษณ์คือการนำต้นกระเจ็ดมาคลุกดินขาวเพื่อเพิ่มความเหนียวและทนทาน ก่อนจะนำมามัดให้แบน และถักทอด้วยมือเป็นลวดลายประณีต เช่น ลายลูกแก้ว และลายดอกพิกุล แสดงถึงการปรับตัวและอยู่ร่วมกันของชุมชน ทั้งนี้จากการสังเกตของผู้วิจัยในการลงพื้นที่ พบว่างานหัตถกรรมจากกระเจ็ดส่วนใหญ่เป็นงานจักสานในรูปแบบกระเป๋า เสื้อผ้า ถาดรองบนโต๊ะอาหาร และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กรมทรัพย์สินทางปัญญา (2564) สรุปไว้ว่า ผลิตภัณฑ์จักสานจากเส้นตอกกระเจ็ดที่ผลิตในจังหวัดพัทลุงอาศัยภูมิปัญญาดั้งเดิม ตั้งแต่การปลูก เก็บเกี่ยว แปรรูป และจักสาน จนได้เป็นของใช้ในชีวิตประจำวัน ของใช้บนโต๊ะอาหาร ของตกแต่ง และของที่ระลึก จุดเด่นคือเส้นกระเจ็ดที่นุ่ม ยืดหยุ่น แข็งแรง มั่นาว มีลวดลายหลากหลาย สามารถออกแบบรูปทรงและขนาดได้ตามความต้องการ เป็นอัตลักษณ์ท้องถิ่นและคุณค่าทางวัฒนธรรมของชุมชนพัทลุง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ นริศรา สังข์จันทร์ และเสาวลักษณ์ เสาวนก (2567) กล่าวว่า การสืบทอดวัฒนธรรมท้องถิ่นผ่านการประยุกต์และออกแบบใหม่เพื่อตอบสนองความต้องการของตลาดและกระแสการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะเสื้อ กระสอบเนกประสงค์ และกระเป๋าสุขภาพสตรี ถือเป็นเอกลักษณ์ที่ง่ายต่อการพัฒนาต่อยอด เพื่อให้หัตถกรรมท้องถิ่นนี้ยังคงอยู่คู่กับสังคมที่เปลี่ยนแปลง ดังนั้น งานสานกระเจ็ดที่มีพื้นผิวเฉพาะตัว เมื่อรวมกับกลิ่นหอมไทย จะส่งผลต่อสภาวะจิตใจหรือการผ่อนคลายของผู้ใช้จากกลิ่นหอมของดอกมะลิ กระดังงา จันทน์กะพ้อ เป็นการบำบัดด้วยกลิ่นร่วมกับสัมผัสธรรมชาติ

3. การผลิตผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยจากกระเจ็ดของชุมชนทะเลน้อย ในชุมชนทะเลน้อย มีการจักสานหลากหลายผลิตภัณฑ์แล้ว แต่ยังขาดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมแก่การเป็นของขวัญฝากหรือของที่ระลึกในชีวิตประจำวัน ทางคณะผู้วิจัยจึงมีแนวทางพัฒนาผลิตภัณฑ์ถุงหอมไทยสไตล์ญี่ปุ่นด้วยกระเจ็ดสานภูมิปัญญาชุมชนทะเลน้อยเพื่อให้เข้ากับสังคมในยุคปัจจุบัน แม้ชุมชนทะเลน้อยจะมีผลิตภัณฑ์จักสานจำนวนมาก แต่ส่วนใหญ่เป็นของชิ้นใหญ่ เช่น เสื้อ กระเป๋า ซึ่งอาจไม่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการของฝากชิ้นเล็กหรือของที่ระลึกที่พกพาง่ายและมีราคาไม่สูง คณะผู้วิจัยจึงพัฒนา ถุงหอม เพื่อแก้ปัญหาและเพิ่มทางเลือกให้สินค้าชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติ ยอดอ่อน และคณะ (2567) ได้นำภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของไทยที่ผสมผสานระหว่างศาสตร์ของการปรุงกลิ่นหอม การออกแบบของชำร่วย ที่เดิมนิยมใช้ดอกไม้ ใบไม้ และสมุนไพรสดหรือแห้งที่มีในท้องถิ่น เช่น มะลิ กุหลาบมอญ และใบเตย มาปรุงกลิ่นด้วยน้ำอบไทย น้ำปรุง และพิมเสน และยังสอดคล้องกับ

งานวิจัยของ ญัฐพร ยมรัตน์ และคณะ (2564) ที่ศึกษาเรื่องการออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย มีจุดมุ่งหมายเพื่อฟื้นฟูมรดกทางวัฒนธรรมที่เคยเสื่อมความนิยมลงเนื่องจากการเข้ามาของวัฒนธรรมตะวันตกและกลิ่นหอมสังเคราะห์

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะด้านการจัดการ

ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เครื่องหอมขนาดเล็ก ใช้ทรัพยากรกระจุกน้อยแต่สร้างมูลค่าเพิ่ม สูงกว่าการสานเสื่อขนาดใหญ่ ซึ่งจะเป็นกลยุทธ์สำคัญในการรักษาพื้นที่ปลูกกระจุกที่เหลืออยู่ให้คุ้มค่า

2. ข้อเสนอแนะด้านปฏิบัติการ

2.1 ผลการวิจัยพบว่า ความต่อเนื่องของภูมิปัญญาและอัตลักษณ์ชุมชนทะเลน้อยเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลิตภัณฑ์กระจุก ดังนั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง คือ กรมอุทยานแห่งชาติ สัตว์ป่า และพันธุ์พืช ที่ดูแลพื้นที่แห่งนี้ ควรสนับสนุนการฟื้นฟูแหล่งวัดตึกกระจุก ส่งเสริมการสืบทอดภูมิปัญญาของคนรุ่นใหม่ และผลักดันการจัดทำฐานข้อมูลเพื่ออนุรักษ์ภูมิปัญญาชุมชนในระยะยาว และชุมชนและผู้ประกอบการควรร่วมกันดูแลแหล่งวัดตึก ถ่ายทอดความรู้สู่คนรุ่นใหม่ และบันทึกข้อมูลภูมิปัญญาในรูปแบบดิจิทัลเพื่อการสื่อสารคุณค่าทางวัฒนธรรมของผลิตภัณฑ์กระจุก

2.2. ผลการวิจัย พบปัญหาการแข่งขันด้านราคาภายในชุมชนละแวกเดียวกัน ดังนั้น กระทรวงพาณิชย์ โดยกรมการค้าภายใน ควรสนับสนุนผ่านโครงการ หมู่บ้านทำมาค้าขาย กำหนดแนวทางความร่วมมือด้านการค้าในชุมชน เพื่อลดการแข่งขันด้านราคา และส่งเสริมการแข่งขันบนฐานคุณภาพและอัตลักษณ์สินค้า และผู้ประกอบการในชุมชนทะเลน้อยควรร่วมกันกำหนดราคาที่เหมาะสมและพัฒนาจุดเด่นของผลิตภัณฑ์กระจุกแทนการตัดราคาเพื่อรักษาความมั่นคงของรายได้ในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาการออกแบบและพัฒนาผลิตภัณฑ์กระจุกเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าจากสินค้ารูปแบบดั้งเดิมสู่ผลิตภัณฑ์รูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ตลาดร่วมสมัย

2. ควรศึกษาการพัฒนากลยุทธ์การตลาดโดยบูรณาการวัฒนธรรมและภูมิปัญญาการสานกระจุกผ่านการเล่าเรื่องเพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์สู่ตลาดพรีเมียม

รายการอ้างอิง

กรมการพัฒนาชุมชน. (2566). *แนวทางการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ OTOP กลุ่มงานหัตถกรรม ประจำปีงบประมาณ 2566*.

กระทรวงมหาดไทย.

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2564). *แนวทางการขึ้นทะเบียนสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์: กระจุกพัทลุง*. กระทรวงพาณิชย์.

กิตติ ยอดอ่อน, มธุรส ช่มจิตร, และประพาฬภรณ์ ชีรมงคล. (2567). บุหงารำไป: ศาสตร์และศิลป์จากภูมิปัญญาการทำเครื่องหอมสู่การเปลี่ยนแปลง. *กระแสวัฒนธรรม*, 25(47), 72-83.

จุฑามาศ พิรพัชระ. (2566). ผู้ประกอบการนวัตกรรมกับบทบาทการสร้างสรรค์องค์กรสมัยใหม่. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร*, 14(2), 211-226.

ชาย โพธิ์ลีตา. (2564). *ศาสตร์และศิลป์การวิจัยเชิงคุณภาพ* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ญัฐพร ยมรัตน์ และพพร เอี่ยมใส. (2564). การออกแบบบรรจุภัณฑ์เครื่องหอมไทย. *ดีไซน์เอดโค*, 2(1), 58-69.

นริศรา แสงจันทร์ และเสาวลักษณ์ เสาวนก. (2567). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์จักสานกระจุกจากตำบลเค็ง อำเภอลืออำนาจ จังหวัดนครราชสีมา*. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.

นลินณัฐ ดีสวัสดิ์ และวัฒนพันธุ์ คุรุฑะเสน. (2565). สุนทรียภาพของกลิ่นไทย: กรณีศึกษาเครื่องหอมไทย. *วารสารไทยคดีศึกษา*, 19(1), 172-200.



- ปรียาภรณ์ ชูแก้ว, พรพันธุ์ เขมคุณาศัย, และกรีกมล หนูเกื้อ. (2568). ภูมิปัญญา “ภาษาจูด” ในวิถีอาชีพจักสานกระจูดชุมชนทะเลน้อย จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิจัยสมาคมห้องสมุดแห่งประเทศไทยฯ*, 18(2), 161-180.
- พัชรศศิ ศรีพิพัฒน์พรกุล และจุฑามาศ พีรพัชระ. (2567). เส้นทางท่องเที่ยวสู่การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารชุมชนกุฎีจีน. *วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(1), 179-193.
- สมใจ มะหมื่น, ณัฐธนิชา อภินาพงศ์, และวราพร อภินาพงศ์. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระจูดเพื่อเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ของชุมชนตำบลเค็ง จังหวัดนครศรีธรรมราช. *วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์*, 10(8), 561-574.
- สุนิตย์ เหมนิล, ธาตุร สรวงศ์สิริ, และเชิดชาย บุตดี. (2568). การออกแบบบรรจุภัณฑ์สินค้าวัฒนธรรมบนฐานอัตลักษณ์ชุมชนกรณีสึกษา กลุ่มทอผ้าไหมบ้านแบง. *วารสารพัฒนศาสตร์ วิทยาลัยพัฒนศาสตร์ ป๋วย อึ๊งภากรณ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์*, 8(1), 27-52.
- อภิชาติ พลประเสริฐ และนิศาชล ผลไพศาล. (2563). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์จากกระจูดเพื่อเพิ่มมูลค่าสู่ตลาดสากล: กรณีสึกษา กลุ่มวิสาหกิจชุมชนหัตถกรรมกระจูดวรรณ จังหวัดพัทลุง. *วารสารวิชาการ คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 8(2), 13-24.
- Howes, D. (1994). *Anthropology of Odor*. <https://www.davidhowes.com/senses/Consert-Odor.htm/>

แนวทางและมาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขออนุญาตติดตั้ง และผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว

กษิต์เดช สุธิวานิช¹ วรัญญา สมศิริ^{2*} ธนวัฒน์ สุดจิตร์สมโภชน์³ ญาณินท์ สายหยุด⁴
สุจินดา อิ่มเงิน⁵ นปภัช ธิรพัฒน์ธนโกศล⁶

Legal Measures and Guidelines for Enhancing the Efficiency of Solar Power Installation and Generation Permitting Process in the Agricultural Sector of Sa Kaeo Province

Kasidech Sutthivanich¹ Warunya Somsiri^{2*} Thanawat Sudjidsomphote³ Yanin Saiyood⁴
Sujinda Imngoen⁵ Napapach Thirapattanapokin⁶

Received 28/01/2026 Revised 16/03/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10252>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ วิเคราะห์ปัจจัยด้านกฎหมายและระเบียบที่ส่งผลกระทบต่อกระบวนการอนุญาตการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ ศึกษาทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการของประชาชนต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ และเสนอแนวทางและมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการอนุญาตการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชนในภาคเกษตรกรรม จังหวัดสระแก้ว การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสม โดยสัมภาษณ์เชิงลึกผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง รวม 22 คน และเก็บข้อมูลจากแบบสอบถาม 364 คน ในอำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่า แม้พลังงานแสงอาทิตย์มีศักยภาพสูงและช่วยลดต้นทุนภาคเกษตรกรรม แต่กระบวนการอนุญาตยังเผชิญข้อจำกัดจากกฎหมายหลายฉบับ ได้แก่ พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 มาตรา 7 และ 47 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 มาตรา 8 ซึ่งส่งผลให้ขั้นตอนมีความซับซ้อน ต้องประสานหลายหน่วยงาน ใช้ระยะเวลานาน และมีต้นทุนธุรกรรมสูงข้อมูลเชิงปริมาณสะท้อนว่าประชาชนเห็นด้วยต่อประเด็นด้านมาตรการทางกฎหมายโดยรวม (ค่าเฉลี่ย 3.86) ขณะที่ผลกระทบเชิงบวกจากการใช้พลังงานแสงอาทิตย์มีค่าเฉลี่ย 4.35 และมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ย 4.29 อยู่ในระดับเห็นด้วย และร้อยละ 71.43 ของผู้ตอบแบบสอบถามขาดความรู้เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายด้านพลังงานแสงอาทิตย์ และยังมองว่ากระบวนการอนุญาตมีความยุ่งยากและใช้เวลานาน สอดคล้องกับข้อมูลเชิงคุณภาพที่ชี้ว่าความไม่ชัดเจนของขั้นตอนและข้อกำหนดตามกฎหมายเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประชาชนลังเลในการดำเนินการ นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปฏิรูปเชิงกระบวนการ (process reform) ควบคู่กับการปรับปรุง

^{1,2,3,4}สาขาวิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Department of Management, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phranakorn

⁵สาขาวิชาบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Department of Accounting, Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phranakorn

⁶สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Office of the President, Rajamangala University of Technology Phranakorn

E-mail: ¹kasidech.s@rmutp.ac.th ²warunya.so@rmutp.ac.th ³Thanawat.su@rmutp.ac.th ⁴Yanin.s@rmutp.ac.th ⁵sujinda.i@rmutp.ac.th

⁶napapach.t@rmutp.ac.th

*Corresponding author e-mail: warunya.so@rmutp.ac.th



กฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อบูรณาการขั้นตอน ลดความซ้ำซ้อน เพิ่มความชัดเจนด้านระยะเวลาและเอกสาร และยกระดับกลไกสนับสนุนเชิงโครงสร้าง อาทิ การจัดทำคู่มือขั้นตอน การจัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ และการเสริมสร้างความรู้ด้านกฎหมายแก่ประชาชน ทั้งนี้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตให้มีความรวดเร็ว โปร่งใส และเอื้อต่อการปฏิบัติในระดับชุมชน อันจะนำไปสู่การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมอย่างถูกต้องตามกฎหมาย ยั่งยืน และกระจายรายได้สู่ฐานรากได้อย่างเป็นรูปธรรม

คำสำคัญ: มาตรการทางกฎหมาย ความรู้กฎหมายพลังงาน กระบวนการอนุญาต ระดับชุมชน ภาคเกษตรกรรม

Abstract

This study aims to study the current situation and potential for solar energy utilization, analyze the legal and regulatory factors affecting the permitting process for the installation solar energy systems and electricity generation from solar energy, investigate the attitudes, knowledge, understanding, and needs of the public regarding solar energy utilization and propose appropriate legal guidelines and measures to enhance the efficiency of the permitting process for community-level solar power installation and generation in the agricultural sector of Sa Kaeo Province. This research employed a mixed-methods approach, conducting in-depth interviews with 22 key stakeholders and collecting data from 364 respondents in Wang Nam Yen District, Sa Kaeo Province. The findings revealed that, despite the high potential of solar energy and its ability to reduce agricultural costs, the permitting process still faces limitations stemming from various laws. These include the Forest Act B.E. 2484 (1941), the Energy Business Act B.E. 2550 (2007) Sections 7 and 47, the Factory Act B.E. 2535 (1992), and the Building Control Act B.E. 2522 (1979) Section 8. These legal frameworks result in complex procedures, requiring coordination with multiple agencies, prolonged processing times, and high transaction costs. Quantitative data reflected that the public generally agreed with legal measures (mean = 3.86), while agreement on the positive impacts of solar energy utilization had a mean of 4.35, and government support measures had a mean of 4.29. Furthermore, 71.43% of respondents lacked knowledge regarding legal measures for solar energy and perceived the permitting process as complicated and time-consuming. This aligned with qualitative data, which indicated that the ambiguity of legal procedures and requirements was a significant factor causing public hesitation in initiating the process. The findings also highlighted the necessity for process reform alongside amendments to related laws. This aims to integrate procedures, reduce redundancy, enhance clarity regarding timelines and documentation, and upgrade structural support mechanisms. These include developing procedural manuals, establishing one-stop service centers, and enhancing legal knowledge among the public. All these measures are intended to increase the efficiency of the permitting process, making it faster, more transparent, and more conducive to implementation at the community level. This, in turn, will lead to legal, sustainable utilization of solar energy in the agricultural sector and tangible income distribution to the grassroots.

Keywords: legal measures, energy legal knowledge, permitting process, community level, agricultural sector

บทนำ

ในยุคที่โลกต้องเผชิญกับวิกฤตการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศและการขาดแคลนพลังงาน ประเทศต่าง ๆ ได้เร่งส่งเสริมการใช้พลังงานหมุนเวียนเพื่อลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกและลดการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิล พลังงานแสงอาทิตย์นับเป็นทางเลือกที่สำคัญซึ่งมีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อีกทั้งสามารถนำมาใช้ในการผลิตกระแสไฟฟ้าได้ทั้งในระดับครัวเรือน ชุมชน

และภาคอุตสาหกรรม (Maka & Alabid, 2022) การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการขออนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม มุ่งเน้นการสร้างกรอบกฎหมายที่ชัดเจนและลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาด และเพิ่มความมั่นคงทางอาหาร หลายประเทศได้นำแนวคิด "เกษตรพลังงานแสงอาทิตย์" (Agri-PV) มาปรับใช้ โดยมีมาตรการสำคัญ เช่น การรวมศูนย์กระบวนการขออนุญาตแบบ "One-Stop-Shop" การทำให้ขั้นตอนการประเมินผลกระทบเป็นมาตรฐานเดียวกัน และการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในการยื่นคำขอ (IRENA, 2022) นอกจากนี้ การทบทวนและปรับปรุงกฎหมายการใช้ที่ดินให้ยืดหยุ่นมากขึ้นสำหรับโครงการ Agri-PV ควบคู่ไปกับการให้สิ่งจูงใจทางการเงินและกลไกรับซื้อไฟฟ้า (Feed-in Tariff) เป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยลดอุปสรรคและระยะเวลาในการดำเนินการ ซึ่งสนับสนุนการพัฒนาชนบทอย่างยั่งยืน (FAO, 2023)

ประเทศไทยเป็นประเทศหนึ่งที่มีศักยภาพด้านพลังงานแสงอาทิตย์สูง โดยเฉพาะในภาคตะวันออก เช่น จังหวัดสระแก้ว ซึ่งมีพื้นที่การเกษตรมากถึงร้อยละ 68 และได้รับแสงแดดตลอดทั้งปี (สำนักงานจังหวัดสระแก้ว, 2566) อย่างไรก็ตาม การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมยังมีข้อจำกัดหลายด้าน ทั้งด้านกฎหมาย ด้านเทคนิค ด้านการเข้าถึงแหล่งทุน และการขาดความรู้ในกระบวนการขออนุญาตผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ทำให้การผลิตพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับชุมชนไม่สามารถขยายตัวได้อย่างเต็มที่ ซึ่งช่องว่างหรือปัญหาสำคัญในปัจจุบันของกระบวนการขออนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมไทย คือความไม่สอดคล้องและซับซ้อนของกฎหมายหลายฉบับ อาทิ พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 และพระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 ซึ่งไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับการบูรณาการพลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่เกษตรกรรมโดยเฉพาะ (สมศักดิ์ จตุรพัชร, 2567) ก่อให้เกิดความทับซ้อนทางอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ขาดกลไกการประสานงานแบบเบ็ดเสร็จ และทำให้ขั้นตอนการพิจารณาอนุมัติใช้เวลานานและมีต้นทุนแฝงสูง (พรทิพย์ สุริยวงค์, 2566) นอกจากนี้ เกษตรกรและผู้ประกอบการยังขาดความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดทางกฎหมายและขั้นตอนการปฏิบัติ ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจในการลงทุนและเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาพลังงานสะอาดในภาคเกษตรกรรมของไทย

จากรายงานของกรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2565) และสำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน (2566) พบว่าการปล่อยก๊าซเรือนกระจกจากภาคพลังงานของประเทศไทยมีสัดส่วนสูงถึงร้อยละ 69.06 และการพึ่งพาเชื้อเพลิงฟอสซิลยังคงอยู่ในระดับสูง อีกทั้งแม้ว่ารัฐบาลจะส่งเสริมพลังงานทดแทนตามแผนบูรณาการพลังงานแห่งชาติ แต่ข้อจำกัดทางกฎหมาย เช่น พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 พระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อเกษตรกรที่ต้องการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ แม้ว่ารายงานจะชี้ให้เห็นอุปสรรคด้านกฎหมายและขั้นตอนในการติดตั้งระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ แต่โดยมากยังเป็นการอธิบายในระดับภาพรวม ทำให้ยังขาดองค์ความรู้ที่จะอธิบายกลไกกระบวนการอนุญาตระดับชุมชน อย่างเป็นระบบ ตั้งแต่ลำดับขั้นตอน หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เอกสารหลักฐานที่ต้องใช้ ระยะเวลาและต้นทุนธุรกรรม ตลอดจนจุดคอขวดที่ทำให้เกษตรกรและกลุ่มชุมชนไม่สามารถดำเนินการได้จริงในพื้นที่ ขณะเดียวกันหลักฐานจากต่างประเทศสะท้อนว่า ความสำเร็จของโครงการพลังงานหมุนเวียนไม่ได้ขึ้นกับเทคโนโลยีเท่านั้น หากยังขึ้นกับการยอมรับในระดับท้องถิ่นและคุณภาพของกระบวนการวางแผนและอนุญาต ซึ่งจำเป็นต้องออกแบบให้ลดขั้นตอนและเอื้อต่อการดำเนินงานของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ (Pascaris et al., 2022; Energy Transitions Commission, 2022)

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาเพื่อเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว ด้วยการลงพื้นที่ศึกษากรณีศึกษาในจังหวัดสระแก้ว เพื่อจัดทำแผนที่กระบวนการอนุญาตระดับชุมชน วิเคราะห์ปัญหาเชิงกฎหมายและการบริหารจัดการ และพัฒนาข้อเสนอเชิงนโยบาย แนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในระดับท้องถิ่นและชุมชน ซึ่งจังหวัดสระแก้วเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพสูงสำหรับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม ทว่ากลับเผชิญกับข้อจำกัดทางกฎหมายที่ซับซ้อนและท้าทาย โดยเฉพาะปัญหาเกี่ยวกับการใช้ที่ดินภายใต้พระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 และข้อกำหนดตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 ซึ่งส่งผลกระทบโดยตรงต่อการขออนุญาตติดตั้งระบบโซลาร์เซลล์ในพื้นที่เกษตรกรรม อุปสรรคเหล่านี้ทำให้กระบวนการพิจารณาอนุญาตใช้เวลานาน ขาดความชัดเจน และสร้างภาระแก่เกษตรกรผู้สนใจ นอกจากนี้ ความหลากหลายของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและกฎหมายที่ทับซ้อนกันในระดับจังหวัด ยังสะท้อนถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนากลไกเชิงกฎหมายที่บูรณาการและสอดคล้องกับบริบท



ของพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดและยกระดับเศรษฐกิจฐานรากในจังหวัดสระแก้วอย่างยั่งยืน จากที่กล่าวมา งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาแนวทางและมาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว ทั้งในด้านมาตรการทางกฎหมาย การส่งเสริมการสร้างรายได้ในระดับชุมชน และการอนุญาตผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าในระดับท้องถิ่น โดยเน้นการลงพื้นที่ศึกษากรณีตำบลคลองหินปูน ตาหลังใน และทุ่งมหาเจริญ เพื่อให้ได้ข้อเสนอเชิงนโยบายที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในระดับนโยบายและชุมชน อันจะส่งผลให้เกิดความมั่นคงทางพลังงานในระดับฐานราก และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนของประเทศ

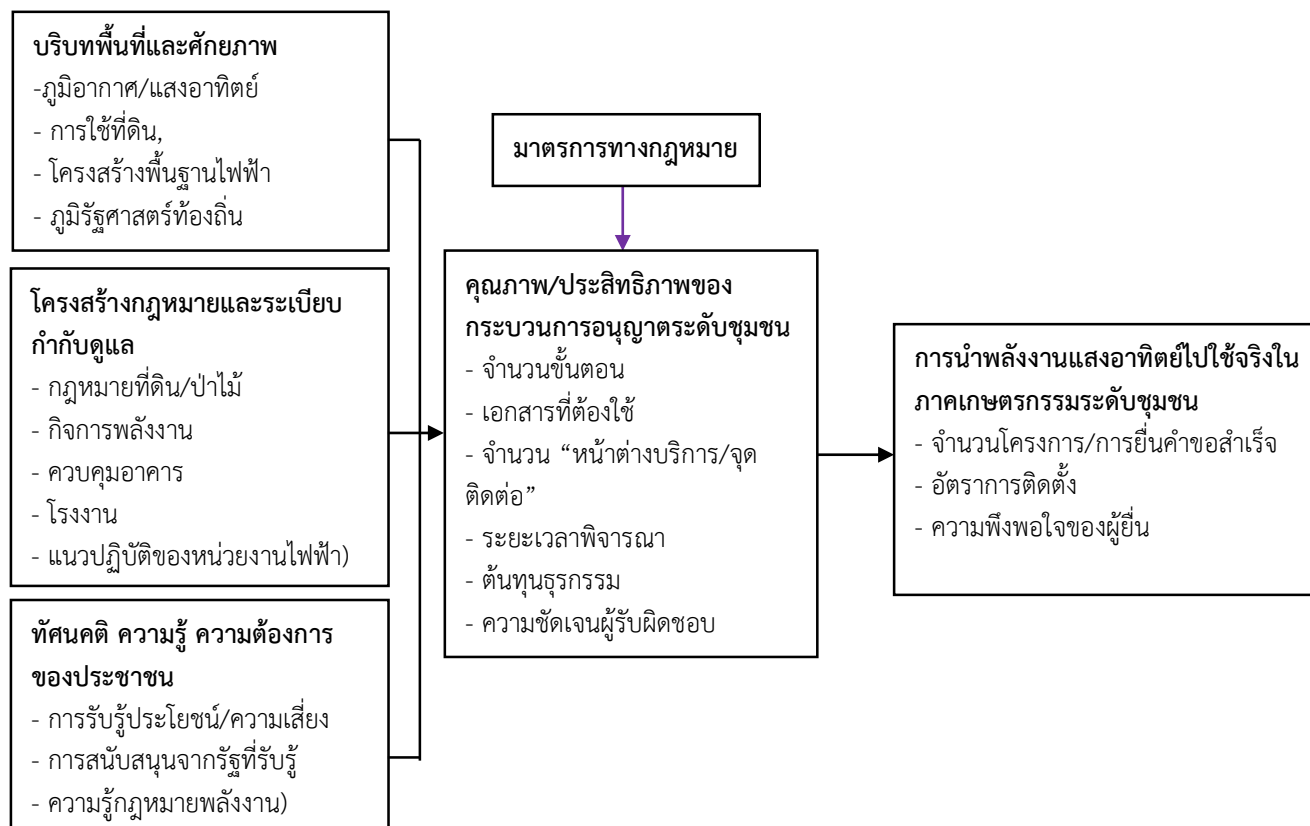
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาสถานการณ์และศักยภาพการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมระดับชุมชน จังหวัดสระแก้ว
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านกฎหมายและระเบียบที่ส่งผลต่อกระบวนการอนุญาตการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชนในภาคเกษตรกรรม
3. เพื่อศึกษาทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการของประชาชนต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม
4. เพื่อเสนอแนวทางและมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมในการเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการอนุญาตการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชนในภาคเกษตรกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพ 1

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีแบบผสมผสานวิธี (Mixed Methods Research Design)

โดยผสมผสานการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความลึกซึ้งและครอบคลุมบริบทของพื้นที่ศึกษา โดยแบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ได้แก่ การวิจัยเชิงคุณภาพ การวิจัยเชิงปริมาณ และการบูรณาการข้อมูล

การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research)

ผู้วิจัยเลือกใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) ที่คัดเลือกโดยวิธีการแบบเจาะจง (Purposive Sampling) และสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัว รวมจำนวนผู้ให้สัมภาษณ์ทั้งสิ้น 22 คน ประกอบด้วยข้าราชการระดับอำเภอและตำบล ผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานและกฎหมาย ผู้ประกอบการพลังงานแสงอาทิตย์ในชุมชน และเกษตรกรที่มีประสบการณ์ในการใช้ระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์

การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามให้แก่กลุ่มตัวอย่างประชาชนจำนวน 400 คน แต่สามารถเก็บข้อมูลที่สมบูรณ์และนำไปวิเคราะห์ได้จริงจำนวน 364 ชุด เนื่องจากแบบสอบถามบางส่วนมีข้อมูลไม่ครบถ้วนหรือการตอบกลับไม่สมบูรณ์ การเก็บข้อมูลครอบคลุมพื้นที่ 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลตาหล่งใน ตำบลทุ่งมหาเจริญ และตำบลคลองหินปูน อำเภอวังน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพในการพัฒนาระบบผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม

เครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย (Research Instruments)

ในการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยใช้แนวคำถามกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Guide) ซึ่งออกแบบให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาพลังงาน กฎหมาย และสังคมศาสตร์ (Patton, 2015)

สำหรับการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการของประชาชนต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม ประกอบด้วย

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง
2. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานจากแสงอาทิตย์
3. ความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายด้านพลังงานแสงอาทิตย์
4. ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ด้านมาตรการทางกฎหมาย
5. ความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ด้านผลกระทบจากการนำพลังงาน

แสงอาทิตย์มาใช้

6. ความคิดเห็นต่อมาตรการของรัฐในการสนับสนุนพลังงานแสงอาทิตย์

เกณฑ์แปลผลการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรมและมาตรการของรัฐในการสนับสนุนพลังงานแสงอาทิตย์

เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง คะแนนเฉลี่ย (Mean)	อยู่ระหว่าง 4.50 – 5.00
เห็นด้วย	หมายถึง คะแนนเฉลี่ย (Mean)	อยู่ระหว่าง 3.50 – 4.49
เฉย ๆ	หมายถึง คะแนนเฉลี่ย (Mean)	อยู่ระหว่าง 2.50 – 3.49
ไม่เห็นด้วย	หมายถึง คะแนนเฉลี่ย (Mean)	อยู่ระหว่าง 1.50 – 2.49
ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง	หมายถึง คะแนนเฉลี่ย (Mean)	อยู่ระหว่าง 0 – 1.49

จากนั้นผู้วิจัยนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินแต่ละข้อคำถาม (+1=สอดคล้อง, 0=ไม่แน่ใจ, -1=ไม่สอดคล้อง) และปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญก่อนนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างก่อนเก็บข้อมูลจริง



โดยก่อนการเก็บข้อมูลจริง ผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษานำร่อง (Pilot Study) กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับประชากรเป้าหมาย แต่ไม่อยู่ในพื้นที่วิจัยหลัก โดยได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.73 และทดสอบความชัดเจนและความเหมาะสมของแนวคำถามทั้งโครงสร้าง โดยการสัมภาษณ์ใช้เวลาเฉลี่ย 20-30 นาทีต่อราย และหลังการสัมภาษณ์ได้สอบถามความคิดเห็นเพิ่มเติม เกี่ยวกับความเข้าใจ ความยาว และประเด็นที่ยังไม่ครอบคลุม ข้อเสนอแนะที่ได้ถูกนำมาปรับปรุงถ้อยคำ ลำดับ และเพิ่มคำถามย่อยบางส่วน เช่น อุปสรรคทางกฎหมายหรือการเข้าถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ เพื่อให้แนวสัมภาษณ์เชิงลึกมีความชัดเจน ครบถ้วน และพร้อมสำหรับการเก็บข้อมูลจริงในพื้นที่ศึกษา

การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2565 ถึงเดือนเมษายน 2566 โดยผู้วิจัยและทีมวิจัยลงพื้นที่จริงใน 3 ตำบล ได้แก่ ตำบลตาหลังใน ตำบลทุ่งมหาเจริญ และตำบลคลองหินปูน อำเภอน้ำเย็น จังหวัดสระแก้ว เพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลตามแนวคำถามที่กำหนด โดยการสัมภาษณ์แต่ละครั้งใช้เวลาเฉลี่ย 45-60 นาที ทำการสัมภาษณ์จนข้อมูลอิ่มตัว พร้อมขออนุญาตให้มีการบันทึกเสียง (Voice Recording) และจัดทำบันทึกภาคสนาม (Field Notes) ควบคู่ไปกับการแจกและเก็บแบบสอบถามจากประชาชนในพื้นที่เดียวกัน

วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกได้ถูกถอดความอย่างเป็นระบบ (Transcription) และมีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลด้วยการตรวจสอบ 3 เสา จากนั้นทำการวิเคราะห์ด้วยวิธีวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามแนวทางของ Patton (2015) และ Yin (2011) โดยจัดหมวดหมู่ (Coding) ข้อมูลตามประเด็นหลัก เช่น ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ อุปสรรคในกระบวนการขออนุญาต ปัจจัยทางกฎหมาย และข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย จากนั้นจึงสังเคราะห์ข้อมูลที่มีความสอดคล้องกัน เพื่ออธิบายปรากฏการณ์เชิงลึกในบริบทของพื้นที่ศึกษา และใช้เป็นฐานในการเชื่อมโยงกับผลการวิจัยเชิงปริมาณในการวิเคราะห์แบบผสมวิธี (Mixed Methods)

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ผู้วิจัยนำมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการจัดอันดับความคิดเห็น

การบูรณาการข้อมูล (Data Integration)

ผู้วิจัยใช้เทคนิค Triangulation เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลจากทั้งสองแหล่ง และเชื่อมโยงผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยนำผลจากแบบสอบถามของประชาชนจำนวน 364 คนมาวิเคราะห์ร่วมกับข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 22 คน แล้วจัดแสดงในรูปแบบตารางแสดง “ข้อมูลเชิงตัวเลข คำอธิบายเชิงบริบท ข้อเสนอเชิงนโยบาย” ให้เห็นความสอดคล้องหรือความแตกต่างของหลักฐานจากสองแหล่งข้อมูล และสามารถสังเคราะห์ไปสู่ข้อเสนอเชิงกฎหมายที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เชิงปริมาณพบว่า ประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้และความเข้าใจในระดับพื้นฐานเกี่ยวกับการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ โดยร้อยละ 55.49 มีความรู้ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม พบว่าประชาชนส่วนใหญ่ขาดความรู้เกี่ยวกับกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ โดยร้อยละ 71.43 ระบุว่าไม่รู้หรือไม่แน่ใจเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย

สำหรับความคิดเห็นของประชาชนเกี่ยวกับประเด็นหลัก 3 ด้าน พบว่า ด้านมาตรการทางกฎหมายมีค่าเฉลี่ย 3.86 ซึ่งอยู่ในระดับ "เห็นด้วย" ด้านผลกระทบจากการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้มีค่าเฉลี่ย 4.35 และด้านมาตรการสนับสนุนจากภาครัฐมีค่าเฉลี่ย 4.29 ทั้งสองด้านอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก

ผลการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 22 ราย สนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ โดยพบว่าประชาชนมีความสนใจในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ แต่ยังคงขาดความเข้าใจในขั้นตอนทางกฎหมาย รวมถึงเผชิญกับข้อจำกัดด้านต้นทุน การเข้าถึงแหล่งเงินทุน และความยุ่งยากของกระบวนการขออนุญาตที่ต้องประสานกับหลายหน่วยงาน

การบูรณาการข้อมูลจากทั้งสองแหล่งชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงกระบวนการอนุญาตให้เหมาะสมกับบริบทระดับชุมชน และส่งเสริมการให้ความรู้ทางกฎหมาย รวมถึงการสนับสนุนเชิงโครงสร้างจากภาครัฐ เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์จากพลังงานแสงอาทิตย์ได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายและยั่งยืน

1. ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง จำนวน 255 คน คิดเป็นร้อยละ 70.05 และเพศชาย จำนวน 109 คน คิดเป็นร้อยละ 29.95 อายุเฉลี่ย 42.61 ปี อายุมัธยฐาน 41 ปี และอายุฐานนิยม 35 ปี อีกนัยหนึ่ง คือ มีตัวอย่าง 50% หรือ 29 คน มีอายุไม่เกิน 41 ปี และอีก 50% หรือ 29 คน มีอายุสูงกว่า 41 ปี และมีอายุสูงสุด 70 ปี ระดับการศึกษาในระดับปริญญาตรี มากที่สุด จำนวน 117 คน คิดเป็นร้อยละ 32.15 รองลงมา ระดับมัธยมศึกษา จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 25.27 ระดับอนุปริญญา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 17.31 ระดับประถมศึกษา จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 16.48 และ ระดับปริญญาโท จำนวน 32 คน คิดเป็นร้อยละ 8.79

1.2 อาชีพ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีอาชีพ ข้าราชการ/พนักงานของรัฐ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มากที่สุด จำนวน 126 คน คิดเป็นร้อยละ 34.62 รองลงมา อาชีพ เกษตรกร จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 21.70 อาชีพ ค้าขาย/ประกอบธุรกิจส่วนตัว จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 10.71 อาชีพ รับจ้างทั่วไป จำนวน 35 คน คิดเป็นร้อยละ 9.62 อาชีพ พนักงาน/ลูกจ้างเอกชน จำนวน 33 คน คิดเป็นร้อยละ 9.07 อาชีพ ข้าราชการบำนาญ และว่างงาน จำนวนอาชีพละ 20 คน คิดเป็นร้อยละ 5.49 และ นักเรียน/นักศึกษา จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3.30

1.3 ระดับรายได้ครัวเรือนของกลุ่มตัวอย่างต่อเดือน จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีรายได้เฉลี่ย 29,532.97 บาท รายได้มัธยฐาน 20,000 บาท และรายได้ฐานนิยม 20,000 บาท โดยที่มีรายได้ต่ำสุดอยู่ที่ 0 บาท และมีรายได้สูงสุดอยู่ที่ 120,000 บาท จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวเฉลี่ย 3 คน จำนวนสมาชิกในครอบครัวมัธยฐาน 4 คน และจำนวนสมาชิกในครอบครัวฐานนิยม 4 คน โดยที่มีจำนวนสมาชิกในครอบครัวน้อยสุดอยู่ที่ 0 คน และสูงสุดอยู่ที่ 6 คน

1.4 ที่อยู่อาศัย กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีประเภทที่อยู่อาศัยมากที่สุด ในรูปแบบบ้านเดี่ยว จำนวน 333 คน คิดเป็นร้อยละ 91.49 รองลงมา แฟลต/อพาร์ทเมนต์/หอพัก จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 4.67 และ อาคารพาณิชย์/ตึกแถว จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 3.84

1.5 ค่าไฟฟ้า จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 364 คน ผู้ตอบแบบสอบถาม มีค่าไฟฟ้าโดยเฉลี่ย 1,128.23 บาท ค่าไฟฟ้ามัธยฐาน 1,000 บาท และค่าไฟฟ้าฐานนิยม 600 บาท โดยที่มีค่าไฟฟ้าต่ำสุดอยู่ที่ 0 บาท และมีค่าไฟฟ้าสูงสุดอยู่ที่ 4,000 บาท

2. มาตรการทางกฎหมายเพื่อการบริหารจัดการพลังงานภาคเกษตรกรรม จังหวัดสระแก้ว

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานจากแสงอาทิตย์ จำนวน 202 คน คิดเป็นร้อยละ 55.49 รองลงมา ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับพลังงานจากแสงอาทิตย์ จำนวน 101 คน คิดเป็นร้อยละ 27.75 และ ไม่แน่ใจ จำนวน 61 คน คิดเป็นร้อยละ 16.76 และจากการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่า มีความรู้ความเข้าใจเล็กน้อย ในการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ และประชาชนบางส่วนนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ในภาคการเกษตร เนื่องจากพลังงานจากแสงอาทิตย์เป็นพลังงานที่สะอาดและสามารถเปลี่ยนเป็นไฟฟ้าได้ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ช่วยลดค่าใช้จ่ายภายในครัวเรือน ได้อีกด้วย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายด้านพลังงานแสงอาทิตย์ จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 71.43 รองลงมา มีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายด้านพลังงานแสงอาทิตย์ จำนวน 67 คน คิดเป็นร้อยละ 18.41 และไม่แน่ใจ จำนวน 37 คน คิดเป็นร้อยละ 10.16 และจากการสัมภาษณ์ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่



มีความคิดเห็นว่า ขาดหน่วยงานที่สามารถเข้ามาให้ความรู้ในพื้นที่ให้กับประชาชน และติดปัญหาเรื่องการติดตั้งต้องทำเรื่องขออนุญาต ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่ไม่มีความรู้ด้านกฎหมายที่ชัดเจน เป็นต้น

ตาราง 1

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ด้านมาตรการทางกฎหมาย

ด้านมาตรการทางกฎหมาย	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1.ท่านคิดว่าด้านข้อกฎหมาย ประกาศ กฎ หรือระเบียบ ที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจพลังงานแสงอาทิตย์มีจำนวนมากและสร้างความยุ่งยาก	4.02	0.92	เห็นด้วย
2.ท่านคิดว่าในการผลิตและจัดหาพลังงานแสงอาทิตย์ภายในชุมชนของท่านนั้นมีการวางแผน กระบวนการดำเนินงาน การติดตาม ตรวจสอบและปรับปรุง ที่ดี	3.52	1.07	เห็นด้วย
3.ท่านคิดว่าภาครัฐควรจะสนับสนุนค่าใช้จ่ายและพัฒนาาระบบสายส่งเพื่อรับซื้อไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานแสงอาทิตย์จากทุกพื้นที่	4.19	0.83	เห็นด้วย
4.ท่านคิดว่า การขออนุญาตสำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์ในการเชื่อมต่อกับระบบสายส่งใช้ระยะเวลานาน	4.01	0.85	เห็นด้วย
5.ท่านคิดว่าราคาในการรับซื้อไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโซลาร์เซลล์นั้นค่อนข้างต่ำ	3.71	0.90	เห็นด้วย
6.ท่านคิดว่า การที่ไม่มีระบบสินเชื่อที่จะมากู้ยืมสำหรับติดตั้งโซลาร์เซลล์เป็นปัญหา	3.53	1.15	เห็นด้วย
7.ท่านคิดว่า การส่งเสริมมาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมการผลิตพลังงานแสงอาทิตย์โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค	3.78	0.91	เห็นด้วย
8.ท่านคิดว่า มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมจำหน่ายพลังงานแสงอาทิตย์โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค	3.95	0.87	เห็นด้วย
9.ท่านคิดว่า มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมภาคเกษตรกรรมจากพลังงานแสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค	3.98	0.86	เห็นด้วย
ภาพรวม	3.86	0.63	เห็นด้วย

จากตาราง 1 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ผลรวมความคิดเห็นของประชาชน ด้านมาตรการทางกฎหมาย เห็นด้วย ($\bar{x} = 3.86$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า คิดว่าภาครัฐควรจะสนับสนุนค่าใช้จ่ายและพัฒนาาระบบสายส่งเพื่อรับซื้อไฟฟ้าที่ผลิตจากพลังงานแสงอาทิตย์จากทุกพื้นที่ ($\bar{x} = 4.19$) รองลงมา คิดว่า มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมภาคเกษตรกรรมจากพลังงานแสงอาทิตย์มีจำนวนมากและสร้างความยุ่งยาก ($\bar{x} = 4.02$) รองลงมา คิดว่า การขออนุญาตสำหรับการติดตั้งโซลาร์เซลล์ในการเชื่อมต่อกับระบบสายส่งใช้ระยะเวลานาน ($\bar{x} = 4.01$) คิดว่า มาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมภาคเกษตรกรรมจากพลังงานแสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค ($\bar{x} = 3.98$) คิดว่า การส่งเสริมมาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมจำหน่ายพลังงานแสงอาทิตย์โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค ($\bar{x} = 3.95$) คิดว่า การส่งเสริมมาตรการทางกฎหมายเพื่อส่งเสริมการผลิตพลังงานแสงอาทิตย์ โซลาร์รูฟท็อปและโซลาร์ฟาร์มยังเป็นปัญหาและอุปสรรค ($\bar{x} = 3.78$) คิดว่าราคาในการรับซื้อไฟฟ้าที่ผลิตได้จากโซลาร์เซลล์นั้นค่อนข้างต่ำ ($\bar{x} = 3.71$) คิดว่า การที่ไม่มีระบบสินเชื่อที่จะมากู้ยืมสำหรับติดตั้งโซลาร์เซลล์เป็นปัญหา ($\bar{x} = 3.53$) และคิดว่าการผลิตและจัดหาพลังงานแสงอาทิตย์ภายในชุมชนของท่านนั้นมีการวางแผน กระบวนการดำเนินงาน การติดตาม ตรวจสอบและปรับปรุง ที่ดี ($\bar{x} = 3.52$) ตามลำดับ

ตาราง 2

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ด้านผลกระทบจากการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้

ด้านผลกระทบจากการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. ท่านคิดว่าการนำพลังงานจากแสงอาทิตย์มาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่จะส่งผลให้เกิดประโยชน์	4.54	0.71	เห็นด้วยอย่างยิ่ง
2. ท่านคิดว่าการขออนุญาตติดตั้งโซลาร์เซลล์จะช่วยให้มีความปลอดภัยและไม่เกิดปัญหาภายหลัง	4.17	0.86	เห็นด้วย
ภาพรวม	4.35	0.68	เห็นด้วย

จากตาราง 2 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อการบริหารจัดการพลังงานจากแสงอาทิตย์ภาคเกษตรกรรม ผลรวมความคิดเห็นของประชาชน ด้านผลกระทบจากการนำพลังงานแสงอาทิตย์มาใช้ เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.35$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าคิดว่าการนำพลังงานจากแสงอาทิตย์มาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ที่จะส่งผลให้เกิดประโยชน์ ($\bar{x} = 4.54$) รองลงมา คิดว่าการขออนุญาตติดตั้งโซลาร์เซลล์จะช่วยให้มีความปลอดภัยและไม่เกิดปัญหาภายหลัง ($\bar{x} = 4.17$) ตามลำดับ

ตาราง 3

ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อมาตรการของรัฐในการสนับสนุนพลังงานแสงอาทิตย์

มาตรการของรัฐในการสนับสนุนพลังงานแสงอาทิตย์	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
1. การให้เงินทุนในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์แบบไม่ต้องจ่ายคืน	4.34	0.88	เห็นด้วย
2. การให้เงินกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์	4.09	1.07	เห็นด้วย
3. การลดหย่อนภาษีแก่ผู้ใช้อุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์	4.35	0.84	เห็นด้วย
4. การจำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในราคาถูก	4.38	0.82	เห็นด้วย
5. การสนับสนุนค่าไฟฟ้าสำหรับครัวเรือนที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์	4.34	0.85	เห็นด้วย
6. การรับแลกอุปกรณ์ไฟฟ้ามาเป็นอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์	4.30	0.84	เห็นด้วย
7. การแจกคู่มือแลอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์	4.23	0.96	เห็นด้วย
ภาพรวม	4.29	0.70	เห็นด้วย

จากตาราง 3 ความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามต่อมาตรการของรัฐในการสนับสนุนพลังงานแสงอาทิตย์ ผลรวมความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.29$) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การจำหน่ายอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในราคาถูก ความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.38$) รองลงมา การให้เงินทุนในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์แบบไม่ต้องจ่ายคืน การลดหย่อนภาษีแก่ผู้ใช้อุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ การสนับสนุนค่าไฟฟ้าสำหรับครัวเรือนที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.34$) การรับแลกอุปกรณ์ไฟฟ้ามาเป็นอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.30$) การแจกคู่มือแลอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.23$) และการให้เงินกู้ยืมดอกเบี้ยต่ำในการติดตั้งอุปกรณ์ที่ใช้พลังงานแสงอาทิตย์ ความคิดเห็นของประชาชน เห็นด้วย ($\bar{x} = 4.09$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก

ผลการสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 22 ราย ซึ่งประกอบด้วยเจ้าหน้าที่ภาครัฐระดับอำเภอและตำบล ผู้เชี่ยวชาญด้านพลังงานและกฎหมาย ผู้ประกอบการระบบพลังงานแสงอาทิตย์ และเกษตรกรในพื้นที่ สะท้อนประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับผลการวิจัยเชิงปริมาณ และสามารถสังเคราะห์ออกเป็นประเด็นหลักดังนี้



1) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่า ประชาชนในพื้นที่ที่มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับหนึ่ง โดยรับรู้ถึงประโยชน์ด้านการลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและการเป็นพลังงานสะอาดที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม ความรู้ดังกล่าวยังอยู่ในระดับทั่วไป และยังไม่เพียงพอสำหรับการดำเนินการติดตั้งหรือผลิตไฟฟ้าเพื่อจำหน่ายอย่างถูกต้องตามกฎหมาย

2) ประการที่สอง ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนตรงกันว่า ประชาชนส่วนใหญ่ขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับกฎหมายและขั้นตอนการขออนุญาตผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ โดยเฉพาะข้อกำหนดด้านการขออนุญาต การเชื่อมต่อระบบสายส่ง และเงื่อนไขของสัญญาซื้อขายไฟฟ้า ส่งผลให้ประชาชนเกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินการ แม้ว่าจะเห็นถึงประโยชน์ของการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ก็ตาม

3) ผู้ให้ข้อมูลจำนวนมากระบุว่า กระบวนการขออนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์มีความซับซ้อนและต้องประสานงานกับหลายหน่วยงาน เนื่องจากเกี่ยวข้องกับกฎหมายหลายฉบับ เช่น กฎหมายด้านพลังงาน การใช้ที่ดิน การควบคุมอาคาร และกฎหมายโรงงาน ส่งผลให้ขั้นตอนการดำเนินการใช้เวลานาน มีเอกสารจำนวนมาก และสร้างภาระด้านต้นทุนธุรกรรมแก่ผู้ขออนุญาต

4) ผู้ให้ข้อมูลเห็นว่า การสนับสนุนจากภาครัฐมีบทบาทสำคัญต่อการขยายการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม โดยประชาชนต้องการการสนับสนุนทั้งในด้านเงินทุน เทคโนโลยี โครงสร้างพื้นฐานด้านระบบสายส่ง และการให้คำปรึกษาเกี่ยวกับขั้นตอนทางกฎหมาย มากกว่าการสนับสนุนด้านการเงินเพียงอย่างเดียว

5) ผู้ให้ข้อมูลหลายรายเสนอว่า การปรับปรุงกระบวนการอนุญาตให้มีความชัดเจนและลดความซ้ำซ้อนของขั้นตอน จะช่วยส่งเสริมให้เกษตรกรและชุมชนสามารถเข้าถึงและใช้พลังงานแสงอาทิตย์ได้มากขึ้น โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) การจัดทำคู่มือขั้นตอนการขออนุญาต และการพัฒนาไกให้คำปรึกษาด้านกฎหมายในระดับท้องถิ่น

4. การบูรณาการข้อมูล (Data Integration)

ตาราง 4

การบูรณาการข้อมูล (Data Integration)

ประเด็นวิเคราะห์	ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	หลักฐานเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์	การตีความเชิงบูรณาการ (Integration)	แนวทางและมาตรการทางกฎหมายที่เสนอ
ความรู้เกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์	ประชาชนร้อยละ 55.49 มีความรู้ระดับปานกลาง	ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่า ประชาชนรู้จักเทคโนโลยี แต่ยังขาดความเข้าใจเชิงระบบ	ความรู้พื้นฐานมีอยู่ แต่ยังไม่เพียงพอสำหรับการตัดสินใจลงทุนหรือดำเนินการตามกฎหมาย	ส่งเสริมการให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับชุมชน
ความรู้ด้านกฎหมายพลังงาน	ร้อยละ 71.43 ไม่มีความรู้เกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย	ผู้ให้ข้อมูลระบุว่าขาดหน่วยงานให้คำปรึกษาและขั้นตอนทางกฎหมายเข้าใจยาก	ช่องว่างด้านความรู้ กฎหมายเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการดำเนินการจริง	จัดทำคู่มือขั้นตอนกฎหมาย จัดตั้งระบบให้คำปรึกษาในพื้นที่ และอบรมกฎหมายพลังงาน
ความซับซ้อนของกระบวนการอนุญาต	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นว่ากฎหมายและขั้นตอนยุ่งยาก = 4.02	ผู้ให้สัมภาษณ์ระบุว่าต้องประสานหลายหน่วยงาน ใช้เวลานาน และมีเอกสารจำนวนมาก	ความซับซ้อนของกฎหมายหลายฉบับและการประสานงานหลายหน่วยงานเป็น “จุดคอขวด” ของระบบ	พัฒนา One-Stop Service และบูรณาการขั้นตอนการอนุญาต
การสนับสนุนจากภาครัฐ	ค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่อมาตรการสนับสนุน = 4.29	ชุมชนต้องการเงินทุนสินเชื่อ และโครงสร้างพื้นฐานระบบสายส่ง	การสนับสนุนควรครอบคลุมทั้งด้านการเงินและกลไกเชิงโครงสร้าง	ส่งเสริมสินเชื่อดอกเบี้ยต่ำ มาตรการภาษี และระบบรับซื้อไฟฟ้า
ศักยภาพพลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่	ค่าเฉลี่ยผลกระทบเชิงบวก = 4.35	ผู้ให้สัมภาษณ์เห็นว่า พลังงานแสงอาทิตย์ช่วย	พื้นที่มีศักยภาพสูง แต่ยังถูกจำกัดด้วยกระบวนการอนุญาตและกฎหมาย	

ประเด็นวิเคราะห์	ผลการวิจัยเชิงปริมาณ	หลักฐานเชิงคุณภาพจาก การสัมภาษณ์	การตีความเชิงบูรณาการ (Integration)	แนวทางและมาตรการ ทางกฎหมายที่เสนอ
		ลดต้นทุนเกษตรและเพิ่ม รายได้		

จากตารางที่ 4 การบูรณาการผลการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ โดยเชื่อมโยงข้อมูลเชิงตัวเลขจากแบบสอบถามกับข้อมูลเชิงบริบทจากการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อสังเคราะห์ข้อเสนอเชิงนโยบายและมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสมกับบริบทระดับชุมชนในจังหวัดสระแก้ว ซึ่งช่วยให้การตีความผลการวิจัยมีความครอบคลุมทั้งมิติทางสังคม กฎหมาย และการบริหารจัดการกระบวนการอนุญาต

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

สรุปผลวิจัย

การศึกษาศาสนาการณ์และศักยภาพการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมระดับชุมชน จังหวัดสระแก้ว ผลการศึกษาพบว่าพื้นที่จังหวัดสระแก้วมีศักยภาพสูงในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ เนื่องจากมีพื้นที่เกษตรกรรมจำนวนมากและมีแสงแดดตลอดปี ประชาชนส่วนหนึ่งเริ่มมีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์และเห็นว่าการนำมาใช้สามารถช่วยลดค่าใช้จ่ายด้านพลังงานและเป็นพลังงานสะอาด อย่างไรก็ตาม การนำไปใช้ในระดับชุมชนยังไม่แพร่หลาย เนื่องจากข้อจำกัดด้านความรู้ ขั้นตอนการดำเนินการ และการเข้าถึงการสนับสนุนจากภาครัฐ สิ่งที่ยังคงพบพื้นที่มีศักยภาพสูงต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ แต่การนำไปใช้จริงยังจำกัดจากปัจจัยด้านระบบสนับสนุนและความรู้ของประชาชน

การวิเคราะห์ปัจจัยด้านกฎหมายและระเบียบที่ส่งผลต่อการบูรณาการการติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชนผลการศึกษาพบว่ากระบวนการอนุญาตมีความซับซ้อนจากการเกี่ยวข้องของกฎหมายหลายฉบับและหน่วยงานหลายฝ่าย ส่งผลให้ขั้นตอนการดำเนินงานใช้เวลานาน ต้องจัดเตรียมเอกสารจำนวนมาก และเกิดต้นทุนธุรกรรมสูง ประชาชนส่วนใหญ่เห็นว่าการกฎหมายและระเบียบมีจำนวนมากและเป็นอุปสรรคต่อการดำเนินการ รวมถึงการเชื่อมต่อระบบไฟฟ้าที่ต้องผ่านขั้นตอนพิจารณาหลายระดับ สิ่งที่ยังคงพบ โครงสร้างกฎหมายและขั้นตอนการอนุญาตเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การติดตั้งพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมดำเนินการได้ยาก

การศึกษาทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการของประชาชนต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ผลการศึกษาพบว่าประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้พลังงานแสงอาทิตย์และเห็นประโยชน์ต่อเศรษฐกิจครัวเรือนและสิ่งแวดล้อม แต่ยังขาดความรู้ด้านกฎหมายและขั้นตอนการขออนุญาตอย่างชัดเจน ทำให้เกิดความไม่มั่นใจในการดำเนินการ นอกจากนี้ประชาชนยังต้องการการสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การสนับสนุนเงินทุน การลดค่าใช้จ่าย และมาตรการส่งเสริมที่เข้าถึงได้ง่าย สิ่งที่ยังคงพบ แม้ประชาชนมีทัศนคติเชิงบวกต่อพลังงานแสงอาทิตย์ แต่ข้อจำกัดด้านความรู้และการสนับสนุนทำให้การนำไปใช้ยังไม่ขยายตัว

แนวทางและมาตรการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตผลการศึกษาเสนอให้ปรับปรุงกระบวนการอนุญาตโดยบูรณาการขั้นตอนระหว่างหน่วยงาน ลดความซ้ำซ้อนของเอกสาร และกำหนดระยะเวลาการพิจารณาที่ชัดเจน พร้อมทั้งจัดทำคู่มือขั้นตอนการขออนุญาต จัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ และส่งเสริมความรู้ด้านกฎหมายพลังงานแก่ประชาชน เพื่อให้การติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์สามารถดำเนินการได้อย่างรวดเร็ว โปร่งใส และเหมาะสมกับบริบทของชุมชน สิ่งที่ยังคงพบ การเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตต้องอาศัยการปฏิรูปทั้งด้านกฎหมาย ขั้นตอน และกลไกสนับสนุนในระดับชุมชนร่วมกัน

อภิปรายผล

ศักยภาพของการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมของจังหวัดสระแก้วไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านทรัพยากรธรรมชาติหรือเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังเกี่ยวข้องกับกลไกเชิงสถาบัน ได้แก่ โครงสร้างกฎหมาย กระบวนการอนุญาต และ



ระดับความรู้ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในพื้นที่ ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรสำคัญที่กำหนดการนำเทคโนโลยีพลังงานสะอาดไปใช้จริงในระดับชุมชน และพบว่ากลไกเชิงสาเหตุจากผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ามาตรการทางกฎหมายและคุณภาพของกระบวนการอนุญาต” ทำหน้าที่เป็นตัวแปรตัวกลาง ระหว่างศักยภาพของพื้นที่กับการนำพลังงานแสงอาทิตย์ไปใช้จริง กล่าวคือ แม้ว่าพื้นที่จะมีศักยภาพด้านทรัพยากรแสงอาทิตย์สูง แต่หากกระบวนการอนุญาตมีความซับซ้อน ใช้เวลานาน หรือขาดความชัดเจน ก็จะทำให้ศักยภาพดังกล่าวไม่สามารถแปรเปลี่ยนเป็นการลงทุนจริงได้ และจากการศึกษาพบว่าการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมของจังหวัดสระแก้วมีศักยภาพในการเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการลดต้นทุนและสร้างรายได้แก่เกษตรกรในระดับชุมชน อย่างไรก็ตาม ยังมีอุปสรรคสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไข ได้แก่ ข้อจำกัดทางกฎหมาย ต้นทุนการลงทุนเริ่มต้นสูง ความรู้ที่ไม่เพียงพอของประชาชนเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมาย และความยุ่งยากในกระบวนการขออนุญาต กลไกนี้สอดคล้องกับแนวคิดความสำเร็จของโครงการพลังงานหมุนเวียนขึ้นอยู่กับประสิทธิภาพของระบบการวางแผนและการอนุญาตไม่แพ้เทคโนโลยีการผลิตพลังงาน (Maka & Alabid, 2022)

ข้อมูลเชิงปริมาณจากแบบสอบถาม 364 ชุด พบว่าประชาชนร้อยละ 55.49 มีความรู้ในระดับปานกลางเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ แต่ร้อยละ 71.43 ไม่มีความรู้ด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า ส่งผลให้เกิดความลังเลในการดำเนินการตามกฎหมาย แม้ว่าจะเห็นด้วยกับประโยชน์ของพลังงานแสงอาทิตย์ โดยมีค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นด้านผลกระทบทางบวกจากการใช้พลังงานแสงอาทิตย์สูงถึง 4.35 และมาตรการสนับสนุนจากรัฐอยู่ที่ 4.29 ซึ่งอยู่ในระดับ "เห็นด้วย" และ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง" อาจเนื่องมาจากความไม่สมดุลระหว่างความรู้ทั่วไปและความรู้เฉพาะทาง ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่มีความรู้พื้นฐานเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์ (ระดับปานกลาง) และรับรู้ถึงประโยชน์ในเชิงบวกอย่างชัดเจน รวมถึงสนับสนุนมาตรการของรัฐ อย่างไรก็ตาม ความเข้าใจในระดับพื้นฐานนี้ไม่ได้แปรเปลี่ยนไปสู่ความเข้าใจในเชิงลึก โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านกฎหมายและระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับการผลิตและจำหน่ายไฟฟ้า เช่น การขออนุญาต การเชื่อมต่อระบบสายส่ง และข้อกำหนดสัญญาซื้อขายไฟฟ้า (PPA) ซึ่งเป็นเรื่องที่ซับซ้อนและเฉพาะทางกว่า และมีอุปสรรคจากข้อมูลที่ไม่ทั่วถึง การที่ประชาชนส่วนใหญ่ขาดความรู้ด้านกฎหมาย อาจมีสาเหตุมาจากการที่ข้อมูลเกี่ยวกับกฎหมายและระเบียบปฏิบัติต่าง ๆ ยังไม่ถูกเผยแพร่ในวงกว้าง หรืออาจเผยแพร่ในรูปแบบที่เข้าใจยากสำหรับประชาชนทั่วไป ทำให้เกิดความรู้สึกว่าการขออนุญาตและยื่นอุทธรณ์ต่อการนำพลังงานแสงอาทิตย์ไปใช้จริง แม้จะมีความต้องการและเห็นด้วยกับประโยชน์ แต่เกิดความลังเลในการลงมือทำ (Hesitation to Act) แม้จะมีความเห็นเชิงบวกและได้รับการสนับสนุนจากภาครัฐ แต่การขาดความรู้ด้านกฎหมายจะสร้างความไม่มั่นใจและความกังวลถึงผลกระทบทางกฎหมายที่อาจเกิดขึ้น ทำให้เกิดความลังเลที่จะลงทุนติดตั้งหรือเข้าร่วมโครงการต่าง ๆ ส่งผลให้ศักยภาพของพลังงานแสงอาทิตย์ในระดับครัวเรือนหรือภาคเกษตรกรรมยังไม่ถูกนำมาใช้ประโยชน์ได้อย่างเต็มที่ และมีความคาดหวังต่อบทบาทภาครัฐที่มากกว่าการสนับสนุนทางการเงิน การที่ประชาชนเห็นด้วยอย่างยิ่งกับมาตรการสนับสนุนจากรัฐ สะท้อนว่าประชาชนต้องการการสนับสนุนที่ครอบคลุม ไม่เพียงแต่ด้านการเงินหรือลดต้นทุน แต่อาจรวมถึงการอำนวยความสะดวกด้านกฎหมาย การให้คำปรึกษา และการทำให้กระบวนการต่าง ๆ ง่ายและชัดเจนยิ่งขึ้น ในขณะที่ สุกัญญา มาปันสาย และชนิดา ยาระณะ (2563) ศึกษากระบวนการทางธุรกิจและปัญหาของกระบวนการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาบ้านอยู่อาศัย (Solar PV Rooftop) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง ผู้ให้สัมภาษณ์ส่วนใหญ่ได้รับแรงจูงใจในการเข้าร่วมโครงการฯ มาจากราคารับซื้อในอัตราที่สูงถึง 6.85 บาทต่อหน่วย อีกทั้งมีสัญญารับประกันการซื้อชื้อนานถึง 25 ปี ซึ่งเป็นการรับประกันรายได้และผลตอบแทนที่ประเมินแล้วว่าเกิดความคุ้มค่า ซึ่งในด้าน การดำเนินธุรกิจพบปัญหาในเรื่องของการออกแบบติดตั้ง การดูแลรักษาและทำความสะอาด อุปกรณ์ชำรุดเสียหาย และช่วงฤดูกาลที่ส่งผล ต่อระบบการผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาบ้าน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความคิดเห็นที่สอดคล้องกัน ว่าเป็นธุรกิจที่น่าลงทุนเนื่องจากมีการแข่งขันทางด้านธุรกิจไม่สูง ซึ่งภายหลังการติดตั้งจะมีรายได้เข้ามาประจำทุกเดือน เป็นธุรกิจ ประเภท Passive Income อีกรูปแบบหนึ่ง ดังนั้น หากภาครัฐต้องการส่งเสริมให้ประชาชนหันมาติดตั้งโซลาร์เซลล์ผลิตกระแสไฟฟ้าบน หลังคาบ้านเพื่อสร้างความมั่นคงทางด้านพลังงานของประเทศในอนาคตให้เพิ่มมากขึ้น รัฐบาลควรให้การสนับสนุนการรับซื้อไฟฟ้าเพื่อ สร้างแรงจูงใจให้ทุกคนหันมาติดตั้ง เพราะเกิดความคุ้มค่ามากกว่าการติดตั้งเพื่อใช้เองภายในบ้าน

ซึ่งข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูล 22 ราย สนับสนุนผลการศึกษาทางปริมาณ โดยเน้นประเด็นความรู้ด้านพลังงานที่ยังไม่เพียงพอ กระบวนการขออนุญาตที่ซับซ้อน และการขาดการสนับสนุนเชิงโครงสร้างจากภาครัฐ ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Maka & Alabid (2022) ที่เสนอว่าการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในเอเชียต้องพึ่งพาเทคโนโลยี สนับสนุนภาครัฐและการมีส่วนร่วมของชุมชน และงานวิจัยของ ชวิศา ชันติ (2561) ศึกษาผลกระทบของมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจาก โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์ กรณีศึกษาปัญหาการลดลงของพื้นที่เกษตรกรรม ได้ให้ข้อคิดเห็นไว้อย่างน่าสนใจว่า ประเทศไทยอันเป็นหนึ่งในผู้นำด้านการส่งออกสินค้าเกษตรกรรมของโลกควรรายงานประมวลหลักการปฏิบัติสำหรับผู้ประกอบกิจการผลิตไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์จากเทคโนโลยี แผงโฟโตโวลเทอิกเข้ามาเป็นเครื่องมือในการกำหนดกฎเกณฑ์เกี่ยวกับที่ตั้งของโรงไฟฟ้าพลังงาน แสงอาทิตย์โดยคำนึงถึงพื้นที่เกษตรกรรมประกอบเหมือนกับสหรัฐอเมริกาโดยการแก้ไขให้มีกฎเกณฑ์เกี่ยวกับการตั้งโรงไฟฟ้าบนพื้นที่เกษตรกรรมเป็นการเฉพาะตั้งแต่ขนาดที่ตั้งโครงการ การออกแบบผัง โครงการพื้นที่และเทคโนโลยีของแผงพลังงานแสงอาทิตย์ การตรวจสอบคุณภาพดิน น้ำและน้ำใต้ดินระหว่างดำเนินการจนสิ้นสุดการดำเนินการ และการฟื้นฟูพื้นที่หลังจากการรื้อถอนโรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์เพื่อรักษาความอุดมสมบูรณ์ของพื้นที่ไว้ให้สามารถนำไปใช้ประโยชน์เพื่อการเกษตรกรรม ได้อีกครั้ง และเมื่อพิจารณาบริบทพื้นที่ จังหวัดสระแก้วมีลักษณะทางเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคเกษตรกรรมเป็นหลัก และมีพื้นที่เกษตรกรรมในสัดส่วนสูง ทำให้การใช้พลังงานแสงอาทิตย์มีศักยภาพในการช่วยลดต้นทุนพลังงานและเพิ่มรายได้แก่เกษตรกร อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษพบว่า การขาดความรู้ด้านกฎหมายและขั้นตอนการอนุญาตของประชาชนเป็นอุปสรรคสำคัญ ซึ่งสะท้อนให้เห็นช่องว่างระหว่าง ศักยภาพทางเทคโนโลยี กับ ความพร้อมด้านสถาบันและการบริหารจัดการในระดับท้องถิ่น

และจากการศึกษานี้มี จุดแข็งสำคัญ คือการจัดทำ ผังขั้นตอนกระบวนการอนุญาตระดับชุมชน ซึ่งช่วยให้เห็นภาพโครงสร้างและลำดับขั้นของการดำเนินการจริงในพื้นที่ ทำให้สามารถระบุจุดคอขวดของกระบวนการอนุญาตได้อย่างเป็นระบบ และการบูรณาการข้อมูลชี้ให้เห็นว่า การสนับสนุนจากหน่วยงานภาครัฐในด้านการอบรม การเข้าถึงเทคโนโลยี และการลดข้อจำกัดด้านกฎหมาย มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์อย่างยั่งยืนในภาคเกษตรกรรม (กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน, 2563) การมีส่วนร่วมของชุมชนควรได้รับการส่งเสริมผ่านการตั้งกลุ่มบริหารจัดการในระดับท้องถิ่น และมีแผนการใช้และบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างเป็นระบบเพื่อประสิทธิภาพในระยะยาว แต่อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ยังมี ข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ 1) การศึกษาครอบคลุมเพียงพื้นที่จังหวัดสระแก้ว ซึ่งอาจมีลักษณะทางเศรษฐกิจ สังคม และโครงสร้างการบริหารที่แตกต่างจากพื้นที่อื่น ทำให้การนำผลการศึกษาไปอ้างอิงในระดับประเทศควรพิจารณาบริบทเพิ่มเติม 2) ข้อมูลจากแบบสอบถามเป็นการรายงานความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากการรับรู้หรือประสบการณ์ส่วนบุคคล และ 3) การคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลบางส่วนใช้วิธีการคัดเลือกแบบเจาะจง ซึ่งอาจมีความเป็นไปไม่ได้ของอคติในการเลือกกลุ่มตัวอย่างแม้ว่าผู้วิจัยจะพยายามลดข้อจำกัดดังกล่าวด้วยการใช้ข้อมูลจากหลายแหล่งและการตรวจสอบสามเส้าแล้วก็ตาม ทั้งนี้ จากผลการศึกษาพบว่าการเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าจากพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจำเป็นต้องดำเนินการอย่างบูรณาการ ทั้งในด้านการปรับปรุงกฎหมาย การลดขั้นตอนการอนุญาต การสร้างกลไกบริการแบบเบ็ดเสร็จ และการเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชนในระดับชุมชนเพื่อให้ศักยภาพของพลังงานแสงอาทิตย์สามารถนำไปใช้ได้จริงและเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

การใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมระดับชุมชนยังเผชิญข้อจำกัดจากความซับซ้อนของกฎหมาย ขั้นตอนการอนุญาต และความรู้ด้านกฎหมายของประชาชนที่ไม่เพียงพอ แม้ว่าพื้นที่จะมีศักยภาพด้านทรัพยากรสูง ผลการศึกษพบว่าปัจจัยเชิงสถาบันและกระบวนการอนุญาตเป็นกลไกสำคัญที่กำหนดการนำพลังงานแสงอาทิตย์ไปใช้จริง จึงเสนอให้ปรับปรุงกฎหมาย บูรณาการขั้นตอนการอนุญาต และเสริมสร้างความรู้แก่ประชาชน ซึ่งคาดว่าจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพกระบวนการอนุญาตและส่งเสริมการใช้พลังงานสะอาดในภาคเกษตรกรรมอย่างยั่งยืน



ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาสถานการณ์และศักยภาพในการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว ภาครัฐควรส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในพื้นที่เกษตรกรรมที่มีศักยภาพอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีสภาพภูมิอากาศเอื้อต่อการผลิตพลังงาน เช่น จังหวัดสระแก้ว ควรพัฒนา “ชุมชนพลังงานแสงอาทิตย์” (Solar Community Model) เพื่อให้เกิดการจัดการร่วมกันในระดับท้องถิ่น ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนรวมและเพิ่มอำนาจต่อรองในการลงทุน อีกทั้งควรบูรณาการการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น ระบบ Smart Farming และ Internet of Things (IoT) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตทางการเกษตร

2. ข้อเสนอแนะจากการวิเคราะห์ปัจจัยด้านกฎหมายที่ส่งผลต่อกระบวนการขออนุญาตติดตั้งและผลิตไฟฟ้าในระดับชุมชน ควรปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เช่น พระราชบัญญัติการประกอบกิจการพลังงาน พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 พระราชบัญญัติโรงงาน พ.ศ. 2535 และพระราชบัญญัติป่าไม้ พ.ศ. 2484 ให้เหมาะสมกับบริบทของภาคเกษตรกรรมระดับชุมชน รวมถึงจัดทำคู่มือ “ขั้นตอนการขออนุญาตผลิตและจำหน่ายไฟฟ้าระดับชุมชน” เพื่อให้ประชาชนสามารถเข้าถึงและเข้าใจขั้นตอนการดำเนินการอย่างถูกต้อง และควรผลักดันการจัดตั้งศูนย์บริการแบบเบ็ดเสร็จ (One-Stop Service) โดยบูรณาการความร่วมมือของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คณะกรรมการกำกับกิจการพลังงาน (กกพ.) กระทรวงพลังงาน และองค์การบริหารส่วนท้องถิ่น

3. ข้อเสนอแนะจากการศึกษาทัศนคติ ความรู้ ความเข้าใจ และความต้องการของประชาชน ควรมีการจัดกิจกรรมเผยแพร่ความรู้และสร้างความตระหนักเกี่ยวกับพลังงานแสงอาทิตย์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องผ่านการอบรมในระดับตำบล โดยบูรณาการกับสถาบันการศึกษาท้องถิ่น เช่น มหาวิทยาลัยหรือวิทยาลัยเทคนิค นอกจากนี้ควรพัฒนาเครื่องมือออนไลน์ เช่น แอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์ที่ช่วยคำนวณต้นทุนและผลตอบแทนจากการลงทุนในพลังงานแสงอาทิตย์ เพื่อช่วยในการตัดสินใจของประชาชน พร้อมทั้งสร้างแรงจูงใจโดยการสนับสนุนผ่านมาตรการลดหย่อนภาษี หรือการรับรองมาตรฐานอุปกรณ์ที่ได้รับการติดตั้ง

4. ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแนวทางและมาตรการทางกฎหมายที่เหมาะสม ภาครัฐควรพิจารณาการตรากฎหมายว่าด้วย “พลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชน” เพื่อกำหนดกรอบนโยบายและกระบวนการที่ชัดเจนและเหมาะสมกับเกษตรกรรายย่อยในระดับท้องถิ่น ควรมีการปรับระบบรับซื้อไฟฟ้า (Feed-in Tariff) ให้สอดคล้องกับต้นทุนจริงและเป็นธรรมต่อผู้ผลิตรายย่อย รวมถึงการจัดตั้งกองทุนสนับสนุนการติดตั้งระบบพลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรม โดยอาจบริหารผ่านสถาบันการเงินภาครัฐ เช่น ธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตร (ธ.ก.ส.) หรือกองทุนพลังงานชุมชนที่มีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมพลังงานสะอาดอย่างทั่วถึงและยั่งยืน

5. ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยต่อยอด ควรขยายพื้นที่ศึกษาไปยังหลายจังหวัดเพื่อเปรียบเทียบปัจจัยด้านกฎหมายและกระบวนการอนุญาตในบริบทที่แตกต่างกัน รวมทั้งศึกษาประสิทธิภาพของรูปแบบการบริหารจัดการพลังงานแสงอาทิตย์ระดับชุมชนและการวิเคราะห์ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์ของการลงทุน นอกจากนี้ควรพิจารณาการวิเคราะห์เชิงนโยบายและกฎหมายเปรียบเทียบกับต่างประเทศ เพื่อพัฒนาแนวทางการปรับปรุงกระบวนการอนุญาตและมาตรการสนับสนุนที่เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของงานวิจัยเรื่อง มาตรการทางกฎหมายเพื่อการบริหารจัดการพลังงานภาคเกษตรกรรม ซึ่งได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากกองทุนส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (ววน.) ประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566 สัญญาเลขที่ 4162120/2 มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผู้วิจัยขอขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

รายการอ้างอิง

- กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน. (2563). *แผนอนุรักษ์พลังงาน 20 ปี (พ.ศ. 2561–2580)*. กระทรวงพลังงาน.
www.dede.go.th/ewt_dl_link.php?nid=54495
- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2565). *รายงานสถานการณ์การปล่อยก๊าซเรือนกระจกในประเทศไทย*. กรมฯ.
- ชวิตา ชันติ. (2561). *ผลกระทบของมาตรการทางกฎหมายในการส่งเสริมการผลิตไฟฟ้าจาก โรงไฟฟ้าพลังงานแสงอาทิตย์: กรณีศึกษาปัญหาการลดลงของพื้นที่เกษตรกรรม*. วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พรทิพย์ สุริยะวงศ์. (2566). *อุปสรรคทางกฎหมายและนโยบายต่อการพัฒนาโซลาร์เซลล์ภาคเกษตรในประเทศไทย*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานจังหวัดสระแก้ว. (2566). *รายงานสถานการณ์พลังงานและพื้นที่เกษตรกรรมจังหวัดสระแก้ว*. สำนักงานฯ.
- สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (2566). *รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย พ.ศ. 2565 กระทรวงพลังงาน*. สำนักงานฯ.
- สมศักดิ์ จตุรพัชร. (2567). การวิเคราะห์ข้อจำกัดทางกฎหมายในการส่งเสริมการใช้พลังงานแสงอาทิตย์ในภาคเกษตรกรรมไทย. *วารสารกฎหมายและสังคม*, 25(1), 123-145.
- สุกัญญา มานัสสาย และ ชนิตา ยาระณะ. (2563). การศึกษากระบวนการทางธุรกิจและปัญหาของกระบวนการผลิตไฟฟ้าจาก พลังงานแสงอาทิตย์บนหลังคาบ้านอยู่อาศัย (Solar PV Rooftop) ในพื้นที่ภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารบัณฑิตศึกษา*, 17(76), 255-266.
- Energy Transitions Commission. (2022). *Streamlining planning and permitting to accelerate wind and solar deployment*. Energy Transitions Commission.
- FAO. (2023). *Agricultural Solar Energy Policies and Practices: Global Overview*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- IRENA. (2022). *Renewable Energy Policies: Best Practices for Streamlining Permitting*. International Renewable Energy Agency.
- Maka, A. O. M., & Alabid, J. M. (2022). Solar energy technology and its roles in sustainable development. *Clean energy*, 6(3), 476-483. <https://doi.org/10.1093/ce/zkac023>
- Pascaris, A. S., Schelly, C., Rouleau, M., & Pearce, J. M. (2022). Do agrivoltaics improve public support for solar? A survey on perceptions, preferences, and priorities. *Green Technology, Resilience, and Sustainability*, 2(8), 1-17. <https://doi.org/10.1007/s44173-022-00007-x>
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research and evaluation methods (4th ed.)*. Sage Publications.
- Yin, R. K. (2011). *Qualitative research from start to finish*. The Guilford Press.



การใช้ Surface Strategy Taxonomy ในการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดในการเขียนเชิงโต้แย้ง: กรณีศึกษาของนักศึกษาไทยในระดับปริญญาตรี

มงคลไชย เทียนสุตสินนท์¹ ID นภาศรี สุวรรณโชติ^{2*} จีระศักดิ์ มีสุขสบาย³

Applying Surface Strategy Taxonomy to Analyze Argumentative Writing Errors: A Case Study of Thai Undergraduates

Mongkolchai Tiansoodeenon¹ Napasri Suwanajote^{2*} Jeerasak Meesuksabai³

Received 02/04/2026 Revised 04/06/2026 Accepted 10/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10848>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาข้อผิดพลาดทางไวยากรณ์ในระดับคำและสาเหตุของข้อผิดพลาดในการเขียนเรียงความเชิงโต้แย้งของนักศึกษาไทยระดับปริญญาตรีที่เรียนภาษาอังกฤษเป็นภาษาต่างประเทศ (EFL) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรประกอบด้วยนักศึกษาปริญญาตรีชั้นปีที่ 3 จำนวน 98 คน ที่ลงทะเบียนเรียนวิชาการเขียนเชิงโต้แย้งในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2569 ณ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานีในภาคกลางของประเทศไทย ผู้เข้าร่วมวิจัยประกอบด้วยนักศึกษา 33 คนที่ได้รับการคัดเลือกโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบฟอร์มการเก็บรวบรวมข้อผิดพลาดในการเขียนตามหลัก Surface Strategy Taxonomy (SST) ในการบันทึกข้อผิดพลาดในการเขียนของนักศึกษา การศึกษานี้ใช้ความถี่และร้อยละในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยพบว่าข้อผิดพลาดประเภทการเขียนผิด (Misformation) เป็นข้อผิดพลาดที่พบมากที่สุดรองลงมาคือการละเว้น (Omission) การเพิ่มคำ (Additional) และการเรียงลำดับคำผิด (Misordering) ตามลำดับ นอกจากนี้สาเหตุของข้อผิดพลาดได้แก่ข้อผิดพลาดในภาษาเดียวกัน (intralingual error) ซึ่งเป็นผลมาจากความยากของภาษาเป้าหมายโดยข้อผิดพลาดนี้เกิดจากการสรุปเกินจริง การไม่รู้กฎ และสมมติฐานที่ผิดพลาด และข้อผิดพลาดระหว่างภาษา (interlingual error) ได้แก่โครงสร้าง "ประธานสองตัว" ซึ่งสะท้อนถึงความสับสนของผู้เรียนในเรื่องของโครงสร้างของภาษาไทยและภาษาเป้าหมาย

คำสำคัญ: การวิเคราะห์ข้อผิดพลาด การเขียนเชิงโต้แย้ง การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดตามหลักการ

Abstract

This study examines the grammatical errors at a word level and their underlying causes in argumentative essays written by Thai EFL undergraduates. This study employed a quantitative research design. The population was 98 third-year undergraduates enrolled in an argumentative writing course in the second semester of the

¹สาขาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารสากล คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ
Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Krungthep

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajapath University

³คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
Faculty of Humanities and Social Sciences, Suan Sunandha Rajapath University
E-mail: ¹mongkolchai.t@mail.rmukk.ac.th ²napasri.su@ssru.ac.th ³jeerasak.me@ssru.ac.th

*Corresponding author e-mail: napasri.su@ssru.ac.th

2026 academic year at the Faculty of Liberal Arts at the public university in central Thailand. The participants included 33 students selected through purposive sampling. The research instrument was the Surface Strategy Taxonomy (SST) collection form used to record students' writing errors. The data were analyzed using frequency and percentage. The results revealed that misinformation was the most common error, followed by omission, addition, and misordering, respectively. Moreover, the causes of errors included intralingual errors such as overgeneralization, rule ignorance, and false hypotheses, as well as interlingual errors related to the "double subject" construction, which reflects confusion among Thai learners regarding direct syntactic transfer from Thai to the target language.

Keywords: error analysis, argumentative writing, surface strategy taxonomy

Introduction

Writing is a complicated cognitive and linguistic process that does not only express ideas (Bulqiyah et al., 2021). It is a mixture of cognitive skills, including planning, writing, and revising, and linguistic skills like grammar, vocabulary, and discourse-level competency (Burns & Siegel, 2018). The argumentative (AR) essay is another genre of writing regarded as one of the most intellectually challenging academic writing genres (Fatimah et al., 2025). This challenge is due to the necessity for advanced cognitive and language skills (Ahmad, 2022; Ferretti et al., 2007). Additionally, students are required to establish an accurate argument, demonstrate premises with empirical evidence, and articulate ideas clearly (Fatimah et al., 2025). Chuang & Yan (2022) assert that argumentative essays are crucial for EFL learners, especially for those in higher education. Even though writing is crucial, many EFL students still face challenges with grammatical accuracy when they have to produce AR writing (Fatimah et al., 2025). Moreover, studies show that EFL students often have trouble writing essays because they fail to organize their ideas clearly and make several grammatical errors. This situation often occurs when they have to demonstrate their logical thinking and display their excellent language skills (Fitrawati & Safitri, 2021). In Thailand, this problem is no exception because students still struggle with constructing sentences and using language independently (Wongkittiporn, 2024).

Numerous studies examined error analysis in AR writing. Fatimah et al. (2025) focused on the common errors displayed by Indonesian students in AR essay writing. The findings revealed that the most common errors were omission, followed by addition, misinformation, and misordering. Kampookaew (2020) researched the types of grammatical errors created by Thai EFL students, as well as the reasons for those errors. The results indicated that the most common grammatical errors were incorrect use of single and plural nouns, omission of the article 'the,' and subject-verb problems. Promsupa et al. (2017) investigated the types of grammatical errors and the sources of these errors in English made by Thai second-year English majors. The data showed that the three most common types of grammar mistakes were mistakes with articles, mistakes with prepositions, and mistakes with singular/plural forms. The causes of errors included interlanguage, where students continued to use L1 structures while learning the target language. Moreover, the overgeneralization, rule ignorance, and incomplete rule application indicate the cause of intralingual and developmental writing errors.



Even though several research studies have examined grammar errors and their fundamental causes to suggest methods of improvement, writing issues continue to persist, especially among Thai EFL university students (Roongsitthichai et al., 2019). Moreover, the application of the Surface Strategy Taxonomy (SST) has not been widely utilized to analyze students' errors in the Thai context. Therefore, this study aimed to further investigate the grammatical errors and their causes in the AR essays written by Thai EFL students at a public university in central Thailand. The findings of this study would provide additional insights that raise awareness of the errors made by Thai EFL students in their AR writing.

Research questions

1. What are the grammatical errors at a word level produced in the argumentative essays written by Thai EFL students of the public university in the central part of Thailand?
2. What are the causes of the frequently found errors in the argumentative essays written by Thai EFL students at the public university in the central part of Thailand?

Literature Review

Error analysis

Error analysis can be defined as a type of linguistic study that identifies errors made by second language learners (Gass et al., 2013). It offers a structured framework to analyze the development and deviations of learners' interlanguage from target-language norms. Thus, the method of error analysis intends to identify the frequency, characteristics, causes, and effects of unsuccessful language usage, as well as to uncover persistent patterns in learners' written or spoken output (Dulay & Burt, 1973). They claimed that second language (L2) acquisition in children is generally comparable to first language (L1) acquisition and suggested that learners employ universal cognitive processes to “reconstruct” the rules of the target language, resulting in distinct, predictable mistake patterns irrespective of their native language. Moreover, they categorized error analysis into three main types: developmental errors, interference errors, and unique errors.

The first category includes developmental errors. These errors resemble those made by children acquiring the language as their first language (Dulay & Burt, 1974). They found that the vast majority of child L2 errors fell into this category, such as overgeneralizing a rule. For instance, language learners say “eated” instead of “ate.” The second category is interference errors. These errors are directly attributed to the influence of the learner's native language. For example, French speakers might use their reflective structure to say in English, “I wash myself.” This is because in French it is “Je me lave.” Finally, the last type of error is a unique error that does not clearly fit into developmental or interference. For example, a learner sometimes finds a rule they like and applies it to every possible scenario, even where it makes no logical sense in either language. He might use the progressive -ing form in every sentence; for example, I am knowing the answer.

The SST was introduced by Dulay and Burt (1974), which enabled researchers to identify the precise cognitive error committed by the learners. It includes omission, addition, misformation, and misordering. Table 1 below provides an explanation for each indicator.

Table 1

The Explanation of the Surface Strategy Taxonomy (SST)

Category	Definition	Example
Omission	Leaving out some grammatical items such as article, auxiliaries	He playing football.
Addition	Adding some necessary items	He doesn't works here.
Misformation	Using incorrect verb forms, wrong morphology	The dog eated the food.
Misordering	Putting items in wrong sequence	What you are doing?

The SST is a common way to find mistakes in students' writing. Suprpto et al. (2022) examined students' errors in employing the passive voice at the word level. The findings indicated that the most frequent errors committed by students were addition, omission, misformation, and misordering, respectively. Not only does the SST employ internationally, it also used to investigate students' writing in Thailand. Suraprajit (2021) attempted to examine the errors present in English essays written by Thai non-English major university students. The results showed that the most frequent errors were leaving out articles, adding the preposition, leaving out the subject, and using the subject pronoun wrongly. Moreover, the most common errors included subject-verb agreement errors, tense errors, unclear sentences, direct translations from L1 to L2, misformation of object pronouns, incorrect use of adjectives as main verbs, the addition of the verb "to be," and the addition of conjunctions, respectively.

The Concept of Interlanguage

The interlanguage hypothesis is one of the most complicated ideas in second language acquisition (SLA). It explains the process that occurs when individuals acquire a new language. They want to adopt a new set of rules that may differ from their native language or the one they are attempting to learn. Dulay et al. (1982) maintained that individuals cannot acquire language without producing systematic errors, particularly when transferring structures and linguistic items from their mother tongue to the target language. For this reason, the interlingual interference often refers to errors produced by learners' native language interference, while the intralingual interference develops due to the difficulties of the language itself. Intralingual errors are categorized into several types, including overgeneralization, simplification, communication-based errors, induced errors, analogical errors, rule ignorance, inadequate rule application, and false hypotheses (Corder, 1982).

In an EFL writing context, Richard (1974) claims that interlingual interference occurs at the word level due to the influence of the L1 on the learner, who thinks in the L1 before translating into the L2. That means the learner writes in the L2 but follows the L1's regulations. This type may have errors in the fragments, word order, or subject-verb agreement. Conversely, he argues that intralingual interference occurs at the word level due to the learner's tendency to make overgeneralizations. To explain, the learner acquires a rule from one language and applies it instead of the rules of another language. For example, "I'm don't a doctor." This type may include different errors, such as those with demonstratives, word choices, and adjectives.

According to Selinker (1972), there are five major sources of errors in SLA resulting from a learner's interlanguage. These include (1) language transfer, where features of the L1 can either help (positive transfer)



or hinder (negative transfer). Positive transfer is when the learner uses some parts of L1 to assist him in learning L2. Conversely, L1 may adversely impact the acquisition of L2 due to negative transfer. (2) training transfer, which occurs when a language learner wrongly applies learned rules such as grammar and pronunciation to the wrong situations. (3) The L2 strategies for learning, which involve learning techniques to improve both their linguistic and sociolinguistic skills. (4) The L2 strategies for communication, which aim to resolve problems during the conversations. (5) Overgeneralization happens when a learner uses a certain grammatical rule of the target language, like a typical verb ending, in all cases without taking into account the exceptions that need to be made.

Research Methodology

Research Design

This study investigated the writing errors and then identified their causes. The population of this study included 98 students. The fundamental principles of an AR writing theory were introduced, and students were afforded the opportunity to complete their writing assignment by composing the initial draft, revising the second draft, and receiving feedback from their peers and teachers. After the instructions, the argumentative writing test was given to them. Then, 33 students' writing test results were selected to analyze errors by using the SST Taxonomy. Finally, the data was analyzed using frequency and percentages.

Population and sample selection

The population of this study was 98 third-year undergraduates who enrolled in an AR writing course in the second semester of the academic year of 2026 in the Faculty of Liberal Arts at a public university in Thailand. All students were native Thai speakers and had passed two compulsory writing courses: an introduction to writing and an essay writing course. The participants included 33 students selected by using a purposive sampling technique. The criteria to select the participants were that they must pass an essay-writing course and receive grade B, which they enrolled in in the second semester of the academic year 2025, indicating that they were at an intermediate level of writing. The rationale of selecting this group is that they do not yet master L2 but may acquire some certain writing ability. The results of the analysis of the errors produced by this group may help teachers understand which errors are still made by students who possess a certain degree of language ability. There were three groups of students. The participants from group A were 13 students, group B (4 students), and group C (16 students).

Research instrument

The SST collection form was used to record students' writing errors. Students were given two hours to complete the writing task and required to compose four paragraphs, which include an introductory paragraph, two main paragraphs, and a concluding paragraph. Moreover, students had to write approximately one hundred words for each, and it must consist of a thesis statement and adequate supporting details according to the AR writing structure. To facilitate students accumulating background knowledge and ideas, there were three distinct topics from which to choose. The AR writing topics were given to two teachers who teach an introduction to

writing and essay writing courses to evaluate the appropriateness of the topics. The IOC calculation was applied for the topic selection process. The topics that obtain a mean score of 0.5 to 1.00 were used for the test.

Data collection

The data chosen for this study's analysis were 33 AR essays written by the participants. The participants were assigned to write the essays in the classroom after completing the AR writing course. They were obligated to write on blank paper by themselves without any dictionaries or mobile devices. They were given two hours to complete the essays. Upon completion, they submitted their essays to the teacher.

Data analysis

This study included five steps to conduct error analysis suggested by Gass et al. (2013). The steps can be explained as the following:

Step 1: Error Collection

The data was collected from AR essays composed by three groups of students who received a B grade in an essay course. The essays were composed on paper for the purpose of analysis.

Step 2: Error Identification

To identify the errors, the SST was used. It encompasses omission, addition, misformation, and misordering. After selecting the approach for error analysis, the researchers assigned a code to each form of error. The codes were written and highlighted after the errors were identified. For instance, the code for the omission of an article was O-AR. The researcher identified the errors in the essay one at a time, which allowed for consistent identification. The researcher categorized the errors into the SST collection form. Each essay was assigned a number and labeled. This method enabled coders to review the information and quantify the errors more precisely for recording. For example, student A was assigned the number one on both the SST collection form and the AR essay. To ensure the reliability, there were two coders. The initial coder examined the errors for all 33 essays, and the second coder verified the errors evaluated by the first coder. Both coders are Thai EFL instructors who have instructed writing courses for over three years. They have had the opportunity to provide writing feedback to students. If there was a disagreement regarding specific errors, a discussion was conducted to resolve the matter.

Step 3: Error classification

After all errors had been identified and verified for correctness, they were transferred into four types of errors proposed by Dulay and Burt (1974).

Step 4: Error quantification

The researcher counted the number of errors for each category of error and ranked them from the highest to the lowest. Both frequency and percentage were used to quantify errors.



Step 5: Source of errors analysis

In the final step, errors were classified into interlingual and intralingual ones. Those that result from Thai language interference would be termed "interlingual errors." Conversely, errors mostly due to the complex grammatical requirements of English are classified as intralingual errors (Kampookaew, 2020).

Findings and Discussion

To answer the first research question, the overall errors produced by Thai EFL students can be demonstrated in Table 2 below:

Table 2

The Overall Errors

Types of error	Total of error	Percentage
Misformation	738	55.61
Omission	481	36.25
Addition	91	6.86
Mis-ordering	17	1.28
Total	1,327	100

The overall errors are that students perform AR writing at a word level with a total of 1,327 errors. The most common type of error is misformation, accounting for 55.61 percent of the total, followed by omission at 36.25 percent and addition at 6.86 percent. The least number of errors is misordering, which is equivalent to 1.28 percent. The overall findings were in line with the study of Fatimah et al. (2025), which indicated that the errors produced by Indonesian students in argumentative essay writing were misformation, omission, addition, and misordering, respectively. The details of the misformation-type errors can be presented in Table 3.

Table 3

Misformation-type Errors

Type of errors	Indicators	Frequency	Percentage
Misformation	Misformation of verb form (M-VF)	172	23.31
	Misformation of spelling (M-SP)	150	20.32
	Misformation of subject verb agreement (M-SA)	148	20.05
	Misformation of pronoun (M-PO)	94	12.74
	Misformation of word choice (M-WC)	72	9.76
	Misformation of capitalization (M-CP)	34	4.60
	Misformation of preposition (M-PR)	32	4.34
	Misformation of quantifiers (M-QA)	28	3.80
	Misformation of article (M-AR)	5	0.68
	Misformation of verb to be (M-VB)	3	0.40
Total		738	100

Table 3 indicates that the most common misformation-type error is misformation of verb form (M-VF), accounting for 23.31 percent, followed by misformation of spelling (M-SP) at 20.32 percent and misformation of subject-verb agreement (M-SA) at 20.05 percent, respectively. The least common type of misformation error is the misformation of the verb "to be" (M-VB), which accounts for 0.40 percent.

The majority of students demonstrated the most frequent misinformation of the verb form. It includes the double use of the verb form; for example, *many children **are develop** slowly when they have smartphones*. The results indicated that they overused the correct verb form in conjunction with the verb to be. Moreover, they also failed to use the correct form of modal verbs, such as “they **can learned** from it” and they also exhibited to use of the wrong negative pattern, such as “I think not have who don’t know about the Internet.” It demonstrates the student failed to master the change in verb form in the appropriate tense. These types of errors are in line with the study of Kampookaew (2020), which indicated that Thai students struggled the most with mastering the use of the subject and verb form. Students misused plural verb forms instead of singular verb forms, which accounted for 8.26% and represented the highest error rate among all subtypes of verb errors.

The second most produced error by students is misinformation of spelling. The common spelling errors produced by students were nouns, adjectives, and verbs, respectively. The following sentences illustrate the error of misspelling a noun. “*The popular **platfroms** is Fackbook*; It is stated that some children can improve their **knowlange**.” In terms of the misspelling of a verb, students produced errors such as “they can **contrat** their families” instead of “they can contact their families.” This M-SP is in line with the error investigation of Fatimah et al. (2025). The students also produce the same type of error, such as *positif* instead of “positive.”

Misinformation of subject-verb agreement ranked the third most produced error by students. The examples of this type of error can be seen in the sentence: “*There **is two reasons** why we should allow **children has** their own phones when **they is 8th** grade*.” The above sentence revealed that the student faced problems between a plural subject and the use of associated verbs. This finding is congruent with the study of Promsupa et al. (2017), which indicated that the subject-verb agreement type of error was presented in the top four errors overall in the study. The details of the omission-type errors can be presented in Table 4.

Table 4

The Details of Omission-type Error

Type of errors	Indicators	Frequency	Percentage
Omission	Omission of punctuation (O-PU)	95	19.75
	Omission of pronoun (O-PO)	77	16.00
	Omission of -s noun inflection (O-SN)	74	15.38
	Omission of verb form (O-VF)	72	14.98
	Omission of gerund (O-GE)	58	12.06
	Omission of article (O-AR)	38	7.90
	Omission of preposition (O-PR)	29	6.03
	Omission of conjunction (O-CO)	25	5.20
	Omission of -s verb inflexion (O-SV)	13	2.70
Total		481	100

Table 4 presents that the most common omission-type error is omission of punctuation (O-PU), accounting for 19.75 percent, followed by omission of pronoun (O-PO), at 16 percent, and omission of s-noun inflection (O-SN), at 15.38 percent, respectively. The least common type of misinformation error is the omission of the -s



verb inflexion (O-SV), which accounts for 2.70 percent. The significant common types of omission errors are discussed below.

The majority of students failed to use periods to end the sentences, and this made run-on sentences such as *“ChatGPT should be banned in school and universities because nowadays, many students use it to help many things in real life such as finding information.”* This error was found in every student's work. This finding supported the studies by Promsupa et al. (2017) which indicated that students continued to write multiple sentences without using commas or periods to separate them. The students produced a second type of omission by omitting pronouns. They appeared to omit the use of the pronoun as a subject in the subordinate clause, such as *“Students shouldn’t be banned from ChatGPT in schools and universities because helps them in doing research and is important for students.”* This example demonstrated the absence of subjects after *“because”*. Moreover, they also failed to use a pronoun after a transitive verb, as in *“It requires to use the Internet.”* This subcategory error is congruent with the study of Promsupa (2017), which indicated that Thai EFL students omitted the subject in a sentence the most. However, the findings of this type of error are contradictory to the study of Fatima et al. (2025), which revealed that Indonesian students make the error with relative pronouns the most rather than the omission of subject pronouns.

The third most common omission error produced by the students was the omission of the -s noun inflection. Several students made this type of error, such as *“There are two reason.”* It is clear that students struggled to use the parallel structure with the appropriate sentence structure and plural quantifiers. This error is like Fatima et al.'s (2025) study, which found that students omitted pronouns with quantifiers like “many” or used *“there is”* or *“there are”* incorrectly. They also failed to construct the appropriate comparison, and this is one of the major verb forms that students struggled with, such as *“it faster than cars.”* This finding aligns with Promsupa's (2017) study, which showed that students most often omit the verb “be.”

Half of students demonstrated a failure to use gerunds after prepositions, which resulted in their omission in other contexts. For example, *“We will see students use it for find the answers.”* In terms of the omission of articles, students exhibited a tendency not to place an article before a countable noun, such as *“It is easy way.”* The omission of prepositions ranked third from the bottom of the table; students produce less under the omission category. Certain verbs, such as *“try”* or *“tell,”* and expressions like *“in the future”* illustrate this error. For example, a student made an error in the sentences *“They try do their homework.”* The details of the addition-type errors can be presented in Table 5.

Table 5

The Details of Addition-type Error

Type of errors	Indicators	Frequency	Percentage
Addition	Addition of preposition (A-PR)	37	40.66
	Addition of article (A-AR)	19	20.88
	Addition of -s verb inflection (A-SV)	8	8.80
	Addition of -s noun inflection (A-SN)	7	7.69
	Addition of gerund (A-GE)	7	7.69
	Addition of punctuation (A-PU)	6	6.59

Type of errors	Indicators	Frequency	Percentage
	Addition of conjunction (ACO)	5	5.49
	Addition of adjective (A-AD)	2	2.20
	Total	91	100

Table 5 demonstrates that the most common addition-type error is the addition of preposition (A-PR), accounting for 40.66 percent, followed by the addition of article (A-AR), at 20.88 percent, and the addition of adjective (A-AD), at 8.80 percent, respectively. Moreover, students produced the equal number of additions of conjunctions (A-CO) and additions of gerunds (A-GE), at 7.69 percent. The least common type of misinformation error is the addition of a verb inflection (A-SV), which accounts for 2.20 percent. The significant common types of addition errors are discussed below.

The most common addition error is adding a preposition. An example of this type of error can be seen, such as *“ChatGPT is so smart because it can remember **in** interesting topics.”* This can imply that they overused prepositions with some verbs that do not require any prepositions. Such error produced by students are congruent with the study of Kampookaew (2020), which indicated that students add unnecessary prepositions in sentences the most. However, this finding contradicted the study of Fatima et al. (2025), which revealed that the errors produced by Indonesian students were caused by the addition of the preposition after the determiner *“most,”* such as *“Most **of** people using TikTok in their daily lives.”*

The second type of error is the addition of an article. Half of the students demonstrated errors in adding an article before the plural nouns. The following sentence is an example of this type of error produced by students: *“It has negative impacts for **a** students.”* The findings of this subcategory of error contradicted the studies of Prompsupa (2017) and Kampookaew (2020), the former of which revealed that students used articles with uncountable nouns the most, and the latter added the article *“the”* unnecessarily. In terms of the addition of the *“s”* verb inflection, students displayed the omission to inflect *“s”* after the singular subject, especially the pronoun *“it.”* This can be seen in the following example: *“it **make** the final decision to decide which social media we should use.”* This finding is in line with Kampookaew (2020), which indicated that students failed to use the plural verb form with a singular subject. Not only did students omit putting *“s”* after the singular subject, but they also added *“s”* to the modal verbs, such as *“You will **uploads** everything when you see it from social media.”* This finding is congruent with the study of Fatima et al. (2025). The details of the misordering type of errors can be presented in Table 6.

Table 6

The Details of Misordering-type Error

Type of errors	Indicators	Frequency	Percentage of total errors
Misordering	Mis-ordering of sentence patterns (M-SP)	17	1.28

It is evident that students performed the misordering of sentence patterns (M-SP) seventeen times, which accounts for 1.28 percent of the overall errors. Half of students used multiple verbs in one sentence and double verb forms, such as *“Student **will** practice on time in homework **will** must sent.”* Moreover, they also placed the wrong order of the sentence, as can be seen from the following sentence: *“The answer of ChatGPT*



no correct is always.” The finding of the wrong order of the sentence is in line with the study of Fatima et al. (2025), as students produced errors such as “*But if we not do that.*”

To answer the second research question, the two categories of causes of error used in this study are intralingual and interlingual. According to Richard (1974), interlingual interference occurs at the word level as a result of the first language's influence on the learner, who thinks in that language before translating into the second language. This indicates that the learner writes in the second language while adhering to the first language's rules. On the contrary, the intralingual interference develops due to the difficulties of the language itself. Intralingual errors are categorized into several types, including overgeneralization, rule ignorance, inadequate rule application, and false hypotheses. The findings of the causes of misformation-type error can be presented in Table 7 below:

Table 7

The Causes of Error

Type of Error	Interlingual errors	Intralingual errors			
		Overgeneralization	Rule ignorance	Inadequate rule application	False hypotheses
Modal and Auxiliary verbs	—	√	—	√	√
Spelling errors	—	—	—	—	√
Capitalization	—	—	√	—	—
Subject and verb agreement	—	—	—	—	—
Double subject	√	—	—	—	—
Wrong part of speech	—	—	—	—	√
Wrong preposition	—	—	√	—	—
Adjective	—	√	—	—	—
Article	—	—	—	√	—
Punctuation	—	—	√	—	—
“S” inflection with noun	—	—	√	—	—
Gerund	—	—	—	—	√

From Table 7, most of the students performed misformation of modal verbs, and this resulted in multiple aspects under intralingual error. The first example is that “*they can learned from it.*” The student might have a false hypothesis when they attempt to describe a completed action or a general truth that has already taken place. For this reason, they used a past tense verb in conjunction with a modal verb. Next, students applied inadequate rules as in the example “*Many children are develop slowly.*” The student chose the auxiliary “are” but failed to complete the morphological change to the main verb. Finally, they also exhibited the overgeneralization error, which can be seen in the sentence “*They can makes many mistakes.*” The student overgeneralized the verb agreement rule by adding “s” to the modal verb, which is not required.

Both misformation of spelling and capitalization are categorized in the rule ignorance under the intralingual error. From the example of “Some *parants* failed to teach their children,” the student might recognize the phonetic /ant/ ending, which is very common in English nouns and adjectives such as “servant.” For this reason, they formed a false hypothesis to make such an error. Wrong capitalization occurred when the student failed to apply to capitalize the word when begin the new sentence, they might neglect that every new sentence must begin with a capital letter to signal a boundary in English. Moreover, the student exhibited overgeneralization in their misuse of subject and verb agreement. This can be seen in the example of “*They is 8th grade.*” From this example, the learner has likely overgeneralized the use of the most common form of the verb “to be” (is) or has not yet fully internalized the rule restrictions for plural subjects.

The student displayed the use of a double subject by adding the pronoun after the subject, as in “*ChatGPT it has many good things.*” This construction is a direct transfer from the Thai language, which is topic-prominent and typically states the topic first before using a pronoun or a “comment” to follow. Moreover, they performed a false hypothesis when they used the wrong part of a speech such as “It is importance to ...” The student failed to distinguish between the use of a noun and the syntactic requirement of the need for an adjective after the verb “to be.” Next, the student ignored the rule restrictions when they misused the preposition as in the sentence “*Firstly, we should be allowed for watching the media for learning.*” They might be ignorant of the special requirement of certain prepositions that can be used with certain verbs. There is a restriction for the verb “allow” that must be followed by a to-infinitive, not the preposition “for.”

Moreover, students appeared to overgeneralize for the use of adjectives, as in the example of “There are many several advantages of ChatGPT.” They overused the quantifier “many” and “several” to make “a lot” stronger because they know that both words mean “more than one.” For this reason, they failed to recognize that they cannot be used together as modifiers for the same noun. In terms of the article, the student misused the article as in the sentence “*We will have a good assistance.*” This example indicated the inadequate rule applications. It revealed the wrong use of an article. The student might know the rule of using English articles, but they fail to apply the specific phonological restriction of using the article “a” before consonants and “an” after vowels.

Moreover, the students ignored the rules when they omitted the use of punctuation and the appropriate “s” with a part of speech “noun”. The use of punctuation appeared to be problematic for students because they failed to break long and complex sentences by using appropriate punctuation. In terms of a “s” inflection with a noun. The students failed to put “s” with appropriate form in the sentence as “It has a negative impact for a students.” This example demonstrates the rule ignorance since certain nouns require specific collocation in English. In terms of using a gerund, the student could have a false hypothesis. This can be seen in the following sentence: “Allowed children under 14 years old to have their phone cannot protect their mental health from social media.” The learner might have thought that the verb should be in the -ed form when a statement conveys a broad rule or a “completed” idea to show that it is a “fixed fact.”



Conclusion

This study investigated the grammatical errors and the causes of errors produced in AR essays by 33 Thai EFL undergraduates. The SST was used as a theoretical framework to analyze the errors; the finding revealed that the students produced 1,327 word-level errors in total. The results also demonstrated that the most common type of error is misformation, followed by omission, addition, and misordering. Verb forms, spelling, and subject-verb agreement were the most common types of mistakes in the misformation category. The most common omission-type errors were omission of punctuation, omission of pronoun, and omission of s-noun inflection. Finally, the addition-type error was the addition of a preposition, the addition of an article, and the addition of an adjective. The investigation of the causes of these errors reveals a significant dependence on intralingual error, which results from the internal complexity of the English language, including overgeneralization, rule ignorance, insufficient rule application, and erroneous hypotheses. Interlingual interference, especially in the form of "double subjects". This is because it directly transfers from the topic-prominent structure of Thai, which often leads speakers to incorrectly apply their native language's syntax when constructing sentences in English.

Implication and Recommendations

This study could enhance Thai undergraduates' AR writing grammar. Therefore, teachers should focus on teaching methods that help students confront intralingual and interlingual interference rather than focusing on the basic grammar. Teachers should pay attention to English morphological rules, such as the use of gerunds and model verbs. Misinformation and omission, the most common errors, often stem from ignorance of the rules or false assumptions. Teachers could also offer "contrastive feedback" sessions to demonstrate how Thai topic-comment patterns and English subject-verb requirements differ to prevent L1 interference. Also, proper punctuation use is important because most participants still made such mistakes, which could lead to run-on sentences. Finally, future research should examine the SST model to investigate another essay-writing error.

References

- Ahmad, Z. (2022). Negotiating meaning relationships in the rhetorical structure of EFL argumentative writing through text cohesion. *Education Quarterly Reviews*, 5(3), 523–533.
- Bulqiyah, S., Mahbub, M., & Nugraheni, D. A. (2021). Investigating writing difficulties in essay writing: Tertiary students' perspectives. *English Language Teaching Educational Journal*, 4(1), 61-73.
- Burns, A., & Siegel, J. (Eds.). (2018). *International perspectives on teaching the four skills in ELT: Listening, speaking, reading, writing*. Springer International Publishing.
- Chuang, P. L., & Yan, X. (2022). An investigation of the relationship between argument structure and essay quality in assessed writing. *Journal of Second Language Writing*, 56, 100892.
- Corder, S. P. 1982. *Error analysis and interlanguage*. Oxford University Press.
- Dulay, H. C., & Burt, M. K. (1973). Should we teach children syntax? *Language learning*, 23(2), 245-258.
- Dulay, H. C., & Burt, M. K. (1974). Errors and strategies in child second language acquisition. *TESOL Quarterly* 8, 129-136.
- Dulay, H., Burt, M.K., & Krashen, S. D. (1982). *Language Two*. Oxford University Press.

- Fatimah, A., Hasbullah, H., & Dabamona, M. (2025). An analysis of error in undergraduate students' argumentative essay writing. *Journal of Language and Education*, 4(1), 41-59.
- Ferretti, R. P., Andrews-Weckerly, S., & Lewis, W. E. (2007). Improving the argumentative writing of students with learning disabilities: Descriptive and normative considerations. *Reading & Writing Quarterly*, 23, 267-285.
- Fitrawati, F., & Safitri, D. (2021). Students' grammatical errors in essay writing: A pedagogical grammar reflection. *International Journal of Language Education*, 5(2), 74-88.
- Gass, S. M., Behney, J., & Plonsky, L. (2013). *Second language acquisition: An introductory course*. (4th ed.). Routledge.
- Kampookaew, P. (2020). An analysis of grammatical errors made by Thai EFL university students in an EAP writing class: issues and recommendations. *REF Lections*, 27(2), 246-273.
- Promsupa, P., Varasarin, P., & Brudhiprabha, P. (2017). An analysis of grammatical errors in English writing of Thai university students. *HRD Journal*, 8(1), 93-104.
- Richards, J. C. (1974). *Error Analysis: Perspectives on second language acquisition*. Longman.
- Roongsitthichai, A., Sriboonruang, D., & Prasongsook, S. (2019). Error analysis in English abstracts written by veterinary students in Northeast Thailand. *Chophayom Journal*, 30(3), 21-30.
- Selinker, L. (1972). Interlanguage. *IRAL*, 10, 209-231.
- Suprpto, S., Hasan, J. R., & Suzanne, N. (2022). Students' error of using passive voice based on surface strategy taxonomy. *ELOQUENCE: Journal of Foreign Language*, 1(2), 80-94.
- Suraprajit, P. (2021). An analysis of errors in English essays written by Thai non-English major students. *Theory and Practice in Language Studies*, 11(1), 12-19.
- Wongkittiporn, A. (2024). Thai EFL undergraduate students' attitudes towards syntactic structures in English writing. *Journal of English Language and Linguistics*, 5(1), 1-16.

ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ภาษาอังกฤษและทักษะการฟังภาษาอังกฤษ จริยาภรณ์ ตาปิน¹ อารัมภ์ เอี่ยมละออ^{2*}

Relationship between Behaviors in Watching English Movies and English Listening Skill Jariyaporn Tapin¹ Aram Iamlaor^{2*}

Received 16/02/2026 Revised 03/04/2026 Accepted 15/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10419>

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สำรวจระดับความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษของนักศึกษาเอกภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี 2) ระบุพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ภาษาอังกฤษของนักศึกษา และ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการชมภาพยนตร์ภาษาอังกฤษและระดับความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษของนักศึกษา ผู้เข้าร่วมการวิจัยครั้งนี้คือนักศึกษาชั้นปีที่ 4 เอกภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสาร คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 155 คน ซึ่งคัดเลือกโดยวิธีสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถาม ความถูกต้องของเนื้อหาได้รับการตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 และผ่านการทดสอบเบื้องต้นด้วยค่าสัมประสิทธิ์ความน่าเชื่อถือ 0.81 (ค่าอัลฟาของครอนบาค) ระดับความสามารถทางภาษาอังกฤษของนักเรียนถูกกำหนดจากคะแนนการฟัง TOEIC โดยแบ่งตามกรอบ CEFR Mapping จาก A1 ถึง C1 (C1 (ขั้นสูง): 490 – 495, B2 (ระดับกลางค่อนข้างสูง): 400 – 485, B1 (ระดับกลาง): 275 – 395, A2 (ระดับพื้นฐาน): 110 – 270, A1 (ระดับเริ่มต้น): 60 – 105) ข้อมูลถูกวิเคราะห์โดยใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ และการทดสอบไคสแควร์ เพื่อความเป็นอิสระ ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความสามารถด้านการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียนอยู่ที่ A1, A2, B1, B2 และ C1 ตามลำดับ 2) นักเรียนส่วนใหญ่ (95.5%) ดูภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ นอกจากนี้ นักเรียน 46.6% ชมภาพยนตร์ที่มีคำบรรยายภาษาไทย นอกจากนี้ นักศึกษาจำนวน 43.2% ดูภาพยนตร์ภาษาอังกฤษ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ และส่วนใหญ่ดูภาพยนตร์ผ่านบริการสตรีมมิ่ง 3) มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญระหว่างการเปิดคำบรรยายเมื่อดูภาพยนตร์ภาษาอังกฤษกับระดับความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษของนักเรียน ($\chi^2 = 12.3$, $df = 12$, $p < 0.01$) โดยนักศึกษาที่ใช้คำบรรยายภาษาอังกฤษมีแนวโน้มที่จะแสดงระดับความสามารถในการฟังที่สูงกว่านักศึกษาที่ใช้คำบรรยายภาษาไทยหรือไม่มีคำบรรยาย

คำสำคัญ: ความสัมพันธ์ พฤติกรรมการดูภาพยนตร์ ความสามารถในการฟังภาษาอังกฤษ ทักษะการฟัง

Abstract

This study aimed to: 1) survey the levels of English listening proficiency of the students majoring in English for Communication, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, 2) identify the students' English movie watching behaviors, and 3) investigate the correlation between student's behaviors in watching English movies and their levels of English listening proficiency.

^{1,2} คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: ¹jariyaporn_t@rmutt.ac.th ²aram_i@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: aram_i@rmutt.ac.th

The participants of this study were 155 fourth-year students majoring in English for Communication, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, in the 2nd semester of the academic year 2025, selected by purposive sampling. A questionnaire was used as a research instrument. The content validity was verified by three experts with an IOC value ranging from 0.67 to 1.00. and pilot-tested with a reliability coefficient of 0.81 (Cronbach's alpha). The students' English proficiency levels were determined based on their TOEIC listening scores, categorized according to the CEFR Mapping framework from A1 to C1 (C1 (Advanced): 490 – 495, B2 (Upper-Intermediate): 400 – 485, B1 (Intermediate): 275 – 395, A2 (Elementary): 110 – 270, A1 (Beginner): 60 – 105). The data were analyzed using frequency distribution, percentage, and a chi-square test of independence. It was found that 1) the students' English listening proficiency levels were at the A1, A2, B1, B2, and C1, respectively. 2) The majority of students (95.5%) watched English movies. Moreover, 46.6% of the students watched movies with Thai subtitles, 43.2% watched English movies 3-4 times a week, and most of them watched movies via streaming service. 3) There was a significant relationship between turning on subtitles when watching English movies and the students' levels of English listening proficiency ($\chi^2 = 12.3$, $df = 12$, $p < 0.01$), with students who used English subtitles tending to demonstrate higher listening proficiency levels than those who used Thai subtitles or without subtitles.

Keywords: relationship, movie watching behaviors, English listening proficiency, listening skill

Introduction

Listening is widely recognized as the most frequently used communication skill in daily life and serves as the foundation for language acquisition. According to Noppawong Na Ayutthaya (2011), it is the first language skill humans practice and is crucial for learning about our surroundings. The significance of listening in language development cannot be overstated, as research indicates that listening accounts for approximately 45% of language competency, compared to 30% for speaking, 15% for reading, and 10% for writing (Higgins, 1995). This distribution highlights the critical role of listening comprehension in achieving effective communication, particularly for language learners.

The integration of films as teaching tools in educational settings has gained increasing popularity world-wide. Films offer numerous benefits in the classroom, including enhanced visual literacy, cultural understanding, and critical thinking. Unlike traditional instructional methods, films uniquely captivate and engage students through the combination of music, moving visuals, and storytelling, providing a multisensory experience that stimulates both the mind and emotions. This immersive experience facilitates deeper connections with the material, making the learning process more meaningful and memorable for students.

English language learners specifically, films present an authentic context for language exposure and practice. Schwartz & Bransford (1998) note that movies or videos engage learners' interest and provide contextually rich, authentic, and culturally communicative situations, aiding students in improving their listening comprehension. One of the key advantages of using film in education is its ability to cater to diverse learning preferences and styles, as the rich audiovisual content aids visual learners in better understanding and retaining information, helping to bridge the gap between abstract concepts and tangible knowledge (Varyan, 2023).



However, research findings on the relationship between watching English movies and listening comprehension present varied perspectives. Worrawattananukul (2016) (more recent study should be used) found that students perceive English movies as effective for improving listening comprehension, with those of higher proficiency levels showing more positive attitudes toward using English movies for this purpose. Pakaya et al. (2024) confirmed a strong positive correlation between film-watching behavior and listening skills among university-level EFL students, suggesting that increased engagement with English-language films is associated with improved listening performance. Furthermore, Putri & Sinaga (2020) observed significant improvements in listening skills among tenth-grade students following movie watching, noting that it also motivated students and increased their interest in learning listening skills. Conversely, Ningsih (2019) found no positive correlation between students' movie-watching habits and listening comprehension in a study conducted among fourth-semester students at the State Islamic Institute of Palangka Raya.

This study investigates whether certain movie-watching behaviors—use of subtitles, how often students watch, and choice of platform—are associated with English listening ability among fourth-year English for Communication students at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year. The results aim to inform several groups: learners will gain an evidence-based strategy for improving listening through self-directed film viewing; teachers can use the findings to choose films suited to students' proficiency and improve instruction; and researchers may use the study's approach as a model for future work on how media consumption relates to language learning, especially listening comprehension.

The findings of this research offer substantial value to multiple stakeholders in language education. For language learners seeking to enhance their English listening abilities through self-directed methods, this study provides evidence-based insights into how specific movie-watching behaviors might contribute to listening skill development. Additionally, educators will benefit from the practical implications of this research, as it can inform pedagogical decisions regarding the selection and implementation of appropriate film materials tailored to students' proficiency levels, potentially leading to more effective classroom instruction. Furthermore, the methodological framework and results of this investigation will serve as a valuable reference point for future researchers interested in examining the relationship between media consumption patterns and language acquisition, particularly in the context of listening comprehension development.

Research Questions

1. What is the movie-watching behavior of fourth-year students in the English for Communication program at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year?
2. What is the level of English listening comprehension among fourth-year students in the English for Communication program at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year?
3. Is there a relationship between the students' English movie-watching behavior and their English listening comprehension level?

Objectives

1. To study the movie-watching behavior of fourth-year students in the English for Communication program, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year.
2. To survey the level of English listening comprehension among fourth-year students in the English for Communication program, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year.
3. To study the relationship between the students' English movie-watching behavior and their English listening comprehension level.

Hypothesis

H0: Students' English-language movie-watching behavior is not related to their English listening comprehension level.

H1: Students' English-language movie-watching behavior is related to their English listening comprehension level.

Literature Review

English Listening Skill

Listening is consistently identified the most essential skill of the four language skills and the primary channel through which humans acquire and deliver knowledge and wisdom across generations (Noppawong Na Ayutthaya, 2011; Nushi & Orouji, 2020). Learners spend approximately twice as much time listening as speaking, four times as much as reading, and five times as much as writing, underscoring the centrality of this skill in the context of everyday communication (Nushi & Orouji, 2020). Within the process of English language learning, Guo and Wills (2006) emphasize that listening underpins all other language competencies and therefore is worthy of particular attention in language instruction. Listening has long been recognized as an important skill that significantly challenges professors, students, and researchers working within ESL and EFL contexts (Nushi & Orouji, 2020), yet its importance to communication makes it indispensable in the instructional setting for language learning.

Scholars have defined listening in increasingly active and complex terms. Early conceptualizations placed a strong emphasis on the reception and decoding of spoken input, including a speaker's pronunciation, grammar, vocabulary, and overall meaning (Rivers, 1966) was initially regarded as relatively narrow terms, while later perspectives expanded this view to include immediate processing and interaction with prior knowledge (Harmer, 1991). Thomlison (1984) further extended the concept to include "active listening," which involves empathetically understanding the speaker's intent beyond the literal message. Despite diverse theoretical approaches, scholars share a consensus that listening comprehension is a complex, dynamic, and integrated activity requiring the simultaneous activation of multiple mental abilities (Nushi & Orouji, 2020). More recently, Khan and Khan (2024) confirmed that students' attitudes toward learning English through listening is able to shift significantly when appropriate instructional approaches and



materials are thoroughly and appropriately provided, suggesting that the nature of listening tasks and input sources profoundly shapes learner engagement.

The centrality of listening to overall language development is well established. Dunkel (1986) demonstrated that listening proficiency plays a direct role in supporting the development of speaking ability, while Cheung (2010) argued that listening serves as the foundation upon which all other language skills are built and should be prioritized in second language instruction. Tavi (2010) further showed that integrating approaches that combine listening and speaking instruction led to better oral communicative outcomes than teaching each skill in isolation, underscoring the interdependence of receptive and productive skills in language learning. Gökçe (2022) additionally confirmed, through a comprehensive and systematic review of 29 studies published between 2012 and 2022, that the use of multimedia and video-based tools was found to have consistently positive effects on various aspects of students' English listening achievement, motivation, and metacognitive listening strategies.

Despite its importance, listening remains persistently challenging for EFL learners. Kijpooonphol (2008) identified a wide range of potential challenges, including unfamiliar vocabulary, slang, idioms, topic complexity, speech delivered at an excessively fast pace, redundancy, and prosodic features. More recent research continues to confirm these difficulties: Solak and Altay (2014) found that even prospective English teachers exhibited particular aspects that remain comparatively underdeveloped among listening comprehension. Meng et al., (2023) further identified some of the most prevalent barriers among EFL university students involve semantic understanding and vocabulary recognition, which cause listening comprehension failures through both compensatory and non-compensatory cognitive processes. Gogoi and Sultana (2024) additionally found, through a series of interviews with secondary school teachers, that systemic challenges such as time constraints, inadequate teaching materials, and teachers' tendency to prioritize reading and writing over listening create significant gaps in students' communicative competence. Nushi and Orouji (2020) further cautioned that access to large quantities of listening materials, when considered in isolation, does not guarantee meaningful progress or improvement — the quality of listening engagement matters more than quantity. These persistent challenges highlight the need for diverse and authentic listening input, a gap that English movies, as investigated in the present study, may help address.

Language Learning and English Movies

Listening skills form a fundamental basis for language learning and serve as a key pathway through which both first and second language knowledge is developed. (Burley-Allen, 2007). Research indicates that learners spend a substantially greater amount of time listening than engaging in any other language activity, making it the dominant mode of language input in daily life (Nushi & Orouji, 2020). Learning a second language, however, markedly distinct from first language acquisition. Unlike naturalistic L1 development, second language acquisition (SLA) can be regarded as a structured academic process that demands deliberate direct attention to various aspects of the language code which encompasses phonology, vocabulary, grammar, and discourse (Dörnyei, 2003). This distinction is particularly significant because it

highlights the importance of intentional and varied exposure to authentic language input, especially in the case of the development of listening comprehension in EFL contexts.

In this study, particular attention is given to an English movie which is referred to any film produced in or narrated in the English language. Schwartz and Bransford (1998) argue that movies and videos engage learners' interest by providing contextually rich, authentic, and culturally communicative situations that aid listening comprehension development. Chaiarkom et al. (2023) state that listening skills are able to be reinforced by watching movies in English, which are readily available across diverse platforms. Fidelia & Rohmah (2023) found that regularly watching English-language films improved students' listening comprehension and speaking fluency, demonstrating that film viewing is an effective medium for developing both receptive and productive language skills, as movies can make the process of teaching and studying English more engaging, interactive, and responsive to English learners' needs. (Tafari, 2009).

Language Learning Theories

Several theoretical frameworks in SLA explain why watching English movies may support listening skill development. Central among these is Krashen's (1985) Input Hypothesis, which suggests that language acquisition takes place whenever learners are exposed to input that is slightly beyond their current level of the competence, often described as "i+1." English movies offer precisely this kind of comprehensible input, as learners are simultaneously exposed not to spoken language but also to visual cues and, depending on the choice of subtitles, written text that assists them make sense of they hear. This multi-channel input environment creates conditions conducive to natural language acquisition rather than the process of learning language through the study of grammatical rules (Krashen, 1985). Recent studies have consistently grounded the use of movies within this framework, affirming their value as a form of input that gradually promotes and supports the development of English language skills over time (Roslim et al., 2021; Albiladi et al., 2018).

Complementing this, Krashen's (1985) Affective Filter Hypothesis suggests that emotional factors such as motivation, self-confidence, and anxiety play a crucial role in shaping how effectively English learners are able to take in and process language input. When the affective filters are high, which are often the case in more stressful or highly formal learning surroundings, learners may struggle to absorb the input available to them. In contrast, when these filters are low, learners are gradually more receptive, allowing input to be processed more easily and supporting more effective language development. Watching English movies in non-formal, self-directed contexts may lower the affective filter by decreasing performance anxiety, thereby creating more effective processing of linguistic input (Rahmat et al., 2021). Students who are involved in movie-watching activities tend to be more motivated and have higher opportunities to practice language skills (Sari & Aminatun, 2021). Gökçe (2022) further confirmed through a systematic review that authentic video materials, including English movies, provide learners with casual and natural language environments that minimize affective filters and support the greater development of metacognitive listening strategies.



A third relevant framework is Nation and Newton's (2009) concept of incidental learning refers to the way language is acquired by product of engaging with meaningful content, rather than through direct or explicit instruction without deliberate study intent. Repeated exposure to authentic English through movies, particularly when combined with English subtitles, supports incidental vocabulary and phonological acquisition that cumulatively strengthens listening comprehension over time. A meta-analysis of 87 studies confirms a statistically significant moderate effect of subtitled video on both vocabulary and listening outcomes, with English subtitles benefiting higher-proficiency learners particularly (Dizon & Thanyawatpokin, 2021). Furthermore, research cites that L2 subtitles significantly enhance learning for higher-proficiency learners, whereas L1 subtitles serve as a valuable scaffold for lower-proficiency learners by minimizing cognitive load (Baranowska, 2020; Negi & Mitra, 2022). Taken together, these three theoretical frameworks suggest that behavioral variables examined in this study, such as subtitle preference, viewing frequency, and the usage of platforms, are not viewed as routine habits. Rather, they indicate meaningful differences in how learners interact with and make use of comprehensible English input that may gradually transform into measurable differences in listening comprehension ability.

English-Language Films as Teaching Mediums

The use of English-language films as a teaching tool has garnered increasing attention in language education worldwide. Films offer numerous educational benefits, including the development of visual cognition, cultural awareness, and critical thinking skills (Varyan, 2023). Unlike traditional teaching media, films provide a multisensory experience that combines music, animation, and storytelling, stimulating both intellectual and emotional engagement. This immersive quality allows students to connect more deeply with linguistic content, making learning more meaningful and memorable.

A key advantage of film-based teaching is its ability to respond to diverse learning styles. The diverse visual and auditory content in films is particularly beneficial for visual learners, bridging the gap between abstract linguistic concepts and tangible, real-world communication. Films also provide learners with opportunities to experience authentic spoken language, including natural speech rhythms, pronunciation patterns, idioms, and cultural references rarely found in textbooks (Abbas, 2018). Gökçe (2022) confirmed through a systematic review of 29 studies that multimedia tools, including films, have a consistently positive effect on students' listening achievements, reducing listening anxiety and increasing motivation. However, implementing film-based learning presents practical challenges, such as ensuring the content is appropriate for the learners' abilities. And overcoming technological limitations in some classrooms.

Relevant Research

Previous research on English-language movie viewing and listening skills has yielded mixed results. Ningsih (2019) found no positive association between movie-watching behavior and listening skills among 57 EFL students, and Worawatthanukool (2016) similarly reported no direct increase in proficiency levels, although higher-proficiency students had a more positive attitude towards learning from movies. Tekin &

Parmaksis (2016) found no difference by movie type among 200 students but observed that shorter clips were more effective and male students performed better than female students. In contrast, Putri and Sinaka (2020) reported that watching English-language movies had a significantly positive effect on listening skills and motivation in a group of 400 10th-grade students.

More recent research has focused on more specific behavioral variables. Alzamil (2022) found that Saudi Arabian EFL students acknowledged that English subtitles were more effective than native language subtitles in developing listening skills, with higher-proficiency learners showing a greater preference for second language subtitles. Oktapiani et al. (2024) confirmed through a meta-analysis of 87 studies that videos with English subtitles have a moderate, statistically significant impact (impact size = 0.59) on listening skills in a variety of EFL contexts. Fidelia and Rohmah (2023) further observed that regular viewing of English-language films improves students' listening comprehension and speaking fluency over time. A systematic review of 23 empirical studies conducted between 2000 and 2023 confirmed that the inclusion of English-language films in language curricula benefits learners' communicative abilities on an ongoing basis, identifying listening comprehension as a key area for improvement (Pavitra and Gandhimathi, 2024). Overall, these studies suggest that the impact of film viewing on listening skills is not solely dependent on general viewing habits but also on specific behavioral variables, particularly the preference for subtitles, rather than viewing alone. This current research aims to fill this gap by examining three behavioral variables: preference for subtitles, viewing frequency, and viewing platform, in relation to TOEIC listening scores of Thai university students studying English as a foreign language.

Research Design

This quantitative study uses a correlational design to investigate the relationship between watching English-language films and English listening ability—assessed by TOEIC Listening scores—among fourth-year students in the English for Communication program at Rajamangala University of Technology Thanyaburi (RMUTT), in the second semester of the academic year 2025. A correlational approach was chosen to identify whether and to what degree a statistical association exists between students' film-watching habits and their TOEIC Listening results, without manipulating variables. The independent variable is English film-viewing behavior, defined by three dimensions: (1) subtitle preference, (2) viewing frequency, and (3) viewing platform. The dependent variable is English listening proficiency, represented by TOEIC Listening scores and classified from A1 to C1 using the CEFR mapping.

Population and Sample

The population for this study consists of 155 fourth-year students majoring in English for Communication, enrolled in the second semester of the 2025 academic year. The participants were drawn from four sections: Section A (n = 39), Section B (n = 33), Section C (n = 42), and Section E (n = 41). Purposive sampling was used, selecting students who have an ID number starting with 65103 and met the specified criteria. The selection of fourth-year students as the sample group is important because this group of students has completed almost all the courses in the curriculum, possesses higher language skills and experience than students in other majors, and must have a TOEIC test score as a requirement for graduation. Therefore, they have the necessary and appropriate data for analysis.

Selection criteria include (1) being a 4th-year undergraduate student who have an ID number starting with 65103, (2) being registered for the second semester of the 2025 academic year, and (3) having



completed all courses according to the study plan, (4) they also had existing TOEIC test scores available for analysis. Exclusion criteria include students who are unwilling to participate in the research or who cannot access the online questionnaire.

Research Tools

The research tool that was used in this study is questionnaire, which was developed by researchers informed by a review of related literature. It was conducted online via Google Forms and in Thai in order to limit the errors for the participants. The questionnaires comprised of less than 10 questions which were separated into 2 sections: (1) Background information, like gender and study group; and (2) Movie viewing behavior, which is a multiple-choice question regarding three independent variables; preferred subtitle, frequency of viewing, and preferred platforms.

Preferred subtitle means when the students choosing the types of subtitles during English movies, no subtitles, English subtitles, or Thai subtitles. Frequency of viewing means the number of times per week that the students watch English movies, varying from less than once a week to more than six times weekly. Preferred platforms mean the channel that the students choose to watch English movies, which were going to the cinema, through CD/DVD/Blu-ray, television, and digital streaming platforms, Netflix, Disney Plus, and Amazon Prime Video.

The dependent variable was TOEIC Listening scores of the students, which were used as operational indicators of the students' listening skills. Content validity was validated by three specialists in the field using Index of Item Objective Congruence (IOC). It was discovered that all the points have IOC values from 0.60 to 0.79, which was in accordance with the minimum threshold of 0.60 as suggested by Rovinelli and Hambleton (1977), the results demonstrate that every item effectively captures the target construct.

As all the survey items were categorical and nominal in multiple-choice format as opposed to a rating scale. Thus, the use of Cronbach's alpha is not feasible. Consequently, assessing content validity through the IOC index serves as a suitable and sufficient approach to guarantee the tool's quality before data collection."

Data Collection

The researcher distributed the questionnaire through the LINE group of 4th-year students who have an ID number starting with 65103, student ID 65103 by sending a link and QR code of the Google Form to students to answer at their convenience. The questionnaire did not collect any personal information of respondents to maintain privacy. Data collection was conducted between November 21-30, 2025. The researchers coordinated with relevant departments within the university to request permission for formal data collection.

Data Analysis

The collected data were processed using SPSS software, employing descriptive statistics to analyze general data, movie-watching behavior data, and TOEIC scores. Hypothesis testing employed inferential statistics, specifically a Chi-square tests of independence were employed to study the relationship between four variables: (1) TOEIC Listening score, (2) subtitle preference (Thai subtitles, English subtitles, or no subtitles), (3) frequency of watching movies, and (4) viewing platform. The statistical significance level was set at 0.05.

Findings

Results showed the findings from the data collection that students answered the questionnaires, which consisted of gender, section, watching movies, level of TOEIC listening score, watching English movie behavior, and inferential statistics.

The results of the students' questionnaire responses were as follows:

The participants consisted of 39 males (25.2%), 84 females (54.2%), and 32 gender-neutrals (20.6%). In addition, the students were from Section A with 39 students (25.2%), Section B with 33 students (21.3%), Section C with 42 students (27.1%), and Section E with 41 students (26.4%). There were 148 students (95.5%) who watched English movies, while 7 of them (4.5%) were not watching English movies. No student (0%) got TOEIC scores of 60-105, 16 students (10.8%) got 110-270 scores, 51 students (34.5%) got 275-395 scores, 71 students (48.0%) got 400-485 scores, and 10 students (6.8%) got 490-495 scores.

There were 69 students (46.6%) who chose to watch English movies with Thai subtitles, followed by 65 students (43.9%) who preferred English subtitles. On the other hand, 14 students (9.5%) of them did not turn on subtitles.

The highest range of frequency was 64 participants (43.2%) watching English movies 3–4 times per week, followed by 33 participants (22.3%) watching English movies about 5–6 times per week, 24 participants (16.2%) watching English movies more than 6 times per week, 22 participants (14.9%) watching English movies about 1-2 times per week, and 5 of them (3.4%) watching English movies less than once a week.

There were 123 students (83.1%) who watched English movies through streaming, 20 students (13.5%) chose to watch English movies in cinemas, 3 students (2.0%) watched by CD, DVD, or Blu-ray, and 2 of them (1.4%) watched English movies on television.

There were 123 participants who chose to watch English movies through streaming platforms, consisting of 68 participants (55.3%) who chose to watch English movies through Netflix, followed by 21 participants (17.1%) who watched English movies through Prime Video, 18 participants (14.6%) who watched English movies through Disney Plus, 9 participants (7.3%) who watched English movies through YouTube, 6 participants (4.9%) who watched English movies through Monomax, and only 1 participant (0.8%) who chose to watch English movies through HBO Go.

The findings are presented in accordance with the three research questions as follows.

Research Question 1: Movie-Watching Behavior

The results revealed that the majority of students (95.5%, $n = 148$) watched English movies, while 4.5% ($n = 7$) did not.

Regarding subtitle preference, the most common choice was Thai subtitles (46.6%, $n = 69$), followed by English subtitles (43.9%, $n = 65$), and no subtitles (9.5%, $n = 14$).

In terms of viewing frequency, the largest group watched English movies 3–4 times per week (43.2%, $n = 64$), followed by those who watched 5–6 times per week (22.3%, $n = 33$), more than 6 times per week (16.2%, $n = 24$), 1–2 times per week (14.9%, $n = 22$), and less than once a week (3.4%, $n = 5$).

Regarding viewing platform, the majority watched via streaming services (83.1%, $n = 123$), followed by cinema (13.5%, $n = 20$), CD/DVD/Blu-ray (2.0%, $n = 3$), and television (1.4%, $n = 2$). Among those who



used streaming platforms, Netflix was the most popular (55.3%, $n = 68$), followed by Prime Video (17.1%, $n = 21$), Disney Plus (14.6%, $n = 18$), YouTube (7.3%, $n = 9$), Monomax (4.9%, $n = 6$), and HBO Go (0.8%, $n = 1$).

Research Question 2: English Listening Proficiency Levels

The results showed that no student (0%) scored at the A1 level (60–105). The majority scored at the B2 level (48.0%, $n = 71$), followed by B1 (34.5%, $n = 51$), A2 (10.8%, $n = 16$), and C1 (6.8%, $n = 10$).

Research Question 3: Relationship between Movie-Watching Behavior and TOEIC Listening Scores

Subtitle Preference and TOEIC Listening Scores

A chi-square test of independence revealed a statistically significant relationship between subtitle preference and TOEIC listening scores ($\chi^2 = 263.002$, $df = 12$, $p < .001$). Students who used English subtitles tended to demonstrate higher listening proficiency levels than those who used Thai subtitles or no subtitles.

Viewing Frequency and TOEIC Listening Scores

A chi-square test of independence revealed a statistically significant relationship between viewing frequency and TOEIC listening scores ($\chi^2 = 218.874$, $df = 20$, $p < .001$), indicating that how often students watched English movies was significantly associated with their listening proficiency level.

Viewing Platform and TOEIC Listening Scores

A chi-square test of independence revealed a statistically significant relationship between viewing platform and TOEIC listening scores ($\chi^2 = 195.730$, $df = 16$, $p < .001$), indicating that the platform students chose for watching English movies was significantly associated with their listening proficiency level.

Discussion

This research explored three main areas: students' movie-watching habits, their English listening abilities, and the correlation between the two. The data revealed that most participants regularly watched English-language films—typically three to four times a week—primarily utilizing streaming services, with Netflix being the dominant choice. While Thai subtitles were the most favored, English subtitles were a close second. When assessing listening skills, the majority of students achieved an upper-intermediate (B2) level, with no participants falling into the beginner (A1) category. Statistical analysis via chi-square tests demonstrated a significant link between students' TOEIC Listening scores and all three behavioral factors: subtitle choice, viewing frequency, and the platform used.

The positive correlation between subtitle selection and TOEIC scores echoes established theories regarding comprehensible input in language education. Specifically, students who opted for English subtitles generally exhibited stronger listening skills. This reinforces Krashen's (1985) Input Hypothesis, which proposes that language acquisition is enhanced by exposure to material slightly beyond a learner's current proficiency, such as simultaneously hearing and reading English. It also supports Vanderplank's (1988) theory that target-language captions serve as an additional decoding tool that strengthens sound and vocabulary recognition. Conversely, depending heavily on Thai subtitles might decrease a student's active focus on the English audio, potentially hindering the long-term development of their listening skills.

Additionally, the positive relationship between viewing frequency and TOEIC scores implies that regular exposure to authentic English media boosts listening abilities. This reflects Dörnyei's (2003) assertion that consistent interaction with understandable input aids second language acquisition. Similarly, the connection between viewing platforms and test scores is likely tied to content quality and availability.

Streaming services like Netflix provide an abundance of authentic, native-speaker material, resulting in richer language exposure. As Chaiarkom et al. (2023) pointed out, the vast array of English media on these sites facilitates casual, out-of-class development of listening skills.

Ultimately, these outcomes help clarify discrepancies found in older literature. For instance, Ningsih (2019) discovered no meaningful link between movie-watching and listening comprehension, while Worawattananukul (2016) evaluated learner attitudes rather than objective performance. The current research advances the field by evaluating specific viewing behaviors against concrete TOEIC scores. The results suggest that the nature of a student's movie-watching habits—especially their choice of subtitles—is a much stronger indicator of listening ability than general viewing habits alone. This nuance likely explains the mixed results of previous studies that relied on broader metrics. However, it is important to note that this study identifies a correlation, not causation; it highlights viewing behaviors that accompany strong listening skills rather than proving that watching movies directly causes those improvements. As a result, further research utilizing longitudinal tracking is recommended.

This study investigates whether certain movie-watching behaviors—use of subtitles, how often students watch, and choice of platform—are associated with English listening ability among fourth-year English for Communication students at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the second semester of the 2025 academic year. The results aim to inform several groups: learners will gain an evidence-based strategy for improving listening through self-directed film viewing; teachers can use the findings to choose films suited to students' proficiency and improve instruction; and researchers may use the study's approach as a model for future work on how media consumption relates to language learning, especially listening comprehension.

Conclusion

The findings of this research study shed light on the correlation between behaviors in watching English movies and English listening skill of 4th year students in Faculty of Liberal Arts, majoring in English for Communication at Rajamangala University of Technology. The analysis of questionnaire responses revealed several significant trends:

First, the watching movie behaviors of 4th year students majoring in English for Communication at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the 2nd semester of the academic year 2025, were as follows:

The majority of the students watched English movies 148 students (95.5%), most of them watched movies with English subtitles turned on 69 students (46.6%), watched movies in English 3-4 times a week 64 students (43.2%), 123 among the students preferred watching via streaming (83.1%), and 68 students watched via Netflix (55.3%).

Second, the TOEIC Listening score of 4th year students majoring in English for Communication at Rajamangala University of Technology Thanyaburi in the 2nd semester of the academic year 2025 were as follows: 16 students (10.8%) scored at the A2 level, 51 students (34.5%) at the B1 level, 71 students (48%) at the B2 level, and 10 students (6.8%) at the C1 level.

Third, the research findings support H1, indicating a relationship between students' behaviors in watching English movies and their level of English listening proficiency. This conclusion is reinforced by the statistically significant relationships identified through Chi-square tests, all of which were significantly



associated with levels less than 0.01 with TOEIC Listening scores. This underscores the importance of various movie-viewing behaviors in influencing TOEIC Listening scores. Consequently, H0, which posited no relationship between these variables, is rejected based on the evidence provided by the statistical analyses.

Recommendation

For Learners: Because watching movies frequently with English subtitles is strongly linked to better TOEIC listening performance, students should transition away from Thai subtitles. Watching English-language films three to four times a week is recommended for steady improvement in listening skills.

For Teachers: Instead of simply telling students to watch English movies, instructors should actively promote the use of English subtitles and create post-viewing activities, like dictation or comprehension quizzes, to solidify learning. Since Netflix is highly popular among students, teachers could also curate a list of shows on the platform that align with their students' skill levels.

For Future Researchers: Upcoming studies should explore the motivations driving students' subtitle preferences—specifically, whether they use them out of habit or a deliberate desire to learn—as this context is crucial for interpreting data. Additionally, employing longitudinal methods and more diverse participant groups would help make the findings more universally applicable.

References

- Abbas, I. (2018). The power of video materials in EFL classroom from the perspectives of teachers and students. *Journal of Applied Linguistics and Language Research*, 5(5), 161–181.
- Albiladi, W. S., Abdeen, F. H., & Lincoln, F. (2018). Learning English through movies: Adult English language learners' perceptions. *Theory and Practice in Language Studies*, 8(12), 1567–1574.
- Alzamil, A. (2022). Saudi students' attitudes to the use of subtitles to improve their listening skills. *Arab World English Journal*, 13(1), 486–494. <https://doi.org/10.24093/awej/vol13no1.33>
- Baranowska, K. (2020). Learning vocabulary from captioned videos: The role of captions and on-screen text. *Studies in Second Language Acquisition*, 42(5), 1025–1047. <https://doi.org/10.1017/S0272263120000261>
- Burley-Allen, M. (2007). *Listening: The forgotten skill: A Self-Teaching Guide (Wiley Self-Teaching Guides)*. Wiley.
- Chaiarkom, A., Rachawong, M., & Kaewsanthip, K. (2023). Teaching Approaches to Promote the Learning of Listening Speaking Skills in English. *Journal of MCU Ubon Review*, 8(2), 23-33.
- Cheung, Y. K. (2010). The role of listening comprehension in second language acquisition. *Polyglossia*, 18, 1–12. <https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED512082.pdf>
- Dizon, G., & Thanyawatpokin, B. (2021). Language learning with Netflix: Exploring the effects of dual subtitles on vocabulary learning and listening comprehension. *Computer Assisted Language Learning Electronic Journal*, 22(3), 52–65. <https://doi.org/10.52208/klasikal.v7i1.1262>
- Dörnyei, Z. (2003). Attitudes, orientations, and motivations in language learning: Advances in theory research, and applications. *Language Learning*, 53(S1), 3–32. <https://doi.org/10.1111/1467-9922.53222>
- Dunkel, P. (1986). Developing listening fluency in L2: Theoretical principles and pedagogical considerations. *The Modern Language Journal*, 70(2), 99–106. <https://doi.org/10.2307/328870>

- Fidelia, V. D., & Rohmah, Z. (2023). Using English movies to improve students' listening skills. *NOBEL: Journal of Literature and Language Teaching*, 14(2), 206–225. <https://doi.org/10.15642/NOBEL.2023.14.2.206-225>
- Gogoi, N., & Sultana, Y. (2024). Problems in developing listening skills: Voices of secondary school teachers. *Journal of English Language Teaching*, 66(1), 3–12. <https://journals.eltai.in/jelt/article/view/JELT660102>
- Gökçe, D. (2022). A review on developing English listening skills through multimedia and video tools. *ELT Research Journal*, 11(2), 193–212.
- Guo, N., & Wills, R. (2006). *An investigation of factors influencing English listening comprehension and possible measures for improvement*. Paper presented at the Australian Association for Research in Education Conference.
- Harmer, J. (1991). *The practice of English language teaching* (New ed.). Longman.
- Higgins, J. M. D. (1995). *Facilitating listening in second language classrooms through the manipulation of temporal variables* [Unpublished doctoral dissertation]. University of Kent at Canterbury.
- Khan, M. O., & Khan, S. (2024). Influence of online versus traditional learning on EFL listening skills: A blended mode classroom perspective. *Heliyon*, 10(7), e28510. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28510>
- Kijpooonphol, W. (2008). An investigation of difficulties related to listening comprehension: A case of university students. *NIDA Language and Communication Journal*, 13, 30–51.
- Krashen, S. (1985). *The input hypothesis: Issues and implications*. Longman.
- Meng, Y., Wang, Y., & Zhao, N. (2023). Cognitive diagnostic assessment of EFL learners' listening barriers through incorrect responses. *Frontiers in Psychology*, 14, 1126106. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1126106>
- Nation, P., & Newton, J. (2009). *Teaching ESL/EFL listening and speaking*. Routledge.
- Negi, S., & Mitra, R. (2022). Native language subtitling of educational videos: A multimodal analysis with eye tracking, EEG and self-reports. *British Journal of Educational Technology*, 53(6), 1793–1816. <https://doi.org/10.1111/bjet.13214>
- Ningsih, S. (2019). The relationship between students' habits of watching English movies and their listening comprehension skills. *JETL (Journal of English Education, Linguistics, and Literature)*, 1(1), 1–13.
- Noppawong Na Ayutthaya, U. (2011). *English listening instruction*. Kasetsart University Press.
- Nushi, M., & Orouji, F. (2020). Investigating EFL teachers' views on listening difficulties among their learners: The case of Iranian context. *SAGE Open*, 10(2), 1–12. <https://doi.org/10.1177/2158244020917393>
- Oktapiani, I. U., Ilham, Humaira, Bafadal, F., Adebayo, M., & Fasih, P. (2024). The effectiveness of English-subtitled videos in enhancing speaking, listening and vocabulary skills: A meta-analysis. *Journal of Languages and Language Teaching*, 12(1), 45–58. <https://doi.org/10.33394/jollt.v12i1.9501>
- Pakaya, M. H., Saleh, Y. R., & Ayuba, H. (2024). The correlation of watching English movies habit and listening skill. *Journal of English Language Teaching, Linguistics, and Literature Studies*, 4(1), 69–79.
- Pavithra, K., & Gandhimathi, S. N. S. (2024). A systematic review of empirical studies incorporating English movies as pedagogic aids in English language classroom. *Frontiers in Education*, 9, 1383977. <https://doi.org/10.3389/feduc.2024.1383977>



- Putri, D., & Sinaga, T. (2020). The effect of watching English movies on students' listening skills. Anglo-Saxon: *Journal Ilmiah Program Studi Pendidikan Bahasa Inggris*, 11(1), 110–117. <https://doi.org/10.33373/>
- Rahmat, N. H., Abu Bakar, A. M., Zamri, A. H., Roslan, A. N., Zakaria, A. Z., Ahmad Sabandi, D. T., & Mohamad Zaki, M. A. I. (2021). A study of speech anxiety among ESL learners. *European Journal of English Language Teaching*, 6(4), 34–47. <https://doi.org/10.46827/ejel.v6i4.3736>
- Rivers, W. M. (1966). Listening comprehension. *The Modern Language Journal*, 50(4), 196–204. <https://doi.org/10.2307/321716>
- Roslim, N., Azizul, A. F., Nimehchisalem, V., & Abdullah, M. H. T. (2021). Exploring movies for language teaching and learning at the tertiary level. *Asian Journal of University Education*, 17(3), 272–280. <https://doi.org/10.24191/ajue.v17i3.14520>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Sari, S. N., & Aminatun, D. (2021). Students' perception on the use of English movies to improve vocabulary mastery. *Journal of English language teaching and learning*, 2(1), 16–22.
- Schwartz, D. L., & Bransford, J. D. (1998). A time for telling. *Cognition and Instruction*, 16(4), 475–522. https://doi.org/10.1207/s1532690xc1604_4
- Solak, E., & Altay, F. (2014). EFL learner's beliefs about language learning: A study of Turkish speaking university students. *The Journal of Language Teaching and Learning*, 4(1), 1–16.
- Tafari, V. (2009). Teaching English through mass media. *Acta Didactica Napocensia*, 2(1), 81–96.
- Tavil, Z. M. (2010). Integrating listening and speaking skills to facilitate English language learners' communicative competence. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 9, 765–770. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2010.12.231>
- Tekin, I., & Parmaksiz, R. S. (2016). Impact of Video Clips on the Development of the Listening Skills in English Classes: A Case Study of Turkish Students. *Journal of Education and Training Studies*, 4(9), 200–208.
- Thomlison, T. D. (1984). *Relational listening: Theoretical and practical considerations*. Paper presented at the Annual Meeting of the International Listening Association.
- Vanderplank, R. (1988). The value of teletext subtitles in language learning. *ELT Journal*, 42(4), 272–281. <https://doi.org/10.1093/elt/42.4.272>
- Varyan, A. (2023, October 17). *The Benefits of Teaching Film in the Classroom*. <https://editmentor.com/blog/the-benefits-of-teaching-film-in-the-classroom/>
- Worawattananukul, A. (2016). *APIU learners' attitudes toward using English movies for developing listening comprehension skills* [Independent study, Master of Arts in English for Careers]. Language Institute, Thammasat University.

ปัจจัยส่งเสริมพฤติกรรมการรับรู้การบริการเพื่อมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรมของนักศึกษา
สาขาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

นันท์ภัสกร ฤทธิ์พนิชชवाल^{1*} กนกภรณ์ ครุฑภาพันธุ์² บุศรา ตั้งศิริพัฒน์ภรณ์³
ทัตพิชา หฤทัยวรกุล⁴ อลิศลาลี ศิริวิไลภรณ์⁵

Factors Promoting Service Behavior Perceptions Towards Becoming Innovative
Graduates Among Students in the Hotel Management Program, Faculty of
Liberal Arts, Rajamangala University of Technology, Thanyaburi
Nanpassakorn Ritpanitchajchaval^{1*} Kanokporn Krutpapan² Bussara Tungsiriphatporn³
Tatpicha Harutaivorakul⁴ Alinlalee Siriwi laikorn⁵

Received 21/01/2026 Revised 21/05/2026 Accepted 15/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.10185>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาพฤติกรรมการรับรู้การบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม (2) ศึกษาปัจจัยด้านการจัดการศึกษา ได้แก่ เนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ และ (3) ตรวจสอบความสอดคล้องเชิงโครงสร้างของเครื่องมือวัดที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการรับรู้การบริการและการมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกรรม การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม ชั้นปีที่ 1-4 จำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์พหุคูณ ผลการวิจัยเชิงพรรณนาพบว่า ปัจจัยด้านการจัดการศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่พฤติกรรมการรับรู้การบริการโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านทักษะการบริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด และการมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยองค์ประกอบด้านการคิดเชิงนวัตกรรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนว่าเครื่องมือวัดมีความเหมาะสมต่อการใช้ประเมินมิติพฤติกรรมการรับรู้การบริการและการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรมในบริบทการศึกษาด้านการโรงแรม ผลการวิจัยเสนอเชิงนโยบาย การพัฒนาหลักสูตรและสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการฝึกปฏิบัติและการสะท้อนคิด อาจมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างพฤติกรรมการรับรู้การบริการและการพัฒนาไปสู่คุณลักษณะบัณฑิตนวัตกรรม

คำสำคัญ: พฤติกรรมการรับรู้การบริการ บัณฑิตนวัตกรรม การจัดการการโรงแรม

Abstract

This study aimed to (1) assess service behavior perceptions among Hotel Management undergraduate students, (2) examine the perceived level of educational factors—curriculum content, instructors, students, and learning support facilities—and (3) evaluate the measurement structure underlying service behavior perceptions and innovative graduate orientation. A quantitative design was employed. Data were collected from 400 students (Years 1–4) using a five-point Likert-scale questionnaire

^{1, 2, 3, 4, 5} สาขาการจัดการการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Hotel Management, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology, Thanyaburi

*Corresponding author e-mail: nanpassakorn_r@rmutt.ac.th



with content validity assessment. Descriptive statistics and multiple regression were performed. Descriptive findings indicated that overall educational factors demonstrated moderately positive level, with learning support facilities yielding the highest mean. Service behavior was also rated high overall, particularly service skills. Innovative graduate orientation was rated high, with innovative thinking showing the highest mean among its dimensions. Practically, the findings suggest that curriculum design and learning environments that foster hands-on practice and reflective learning may be crucial for strengthening service behavior perceptions and cultivating innovative graduate attributes.

Keywords: service behavior perceptions, innovative graduates, hotel management

บทนำ

อุตสาหกรรมบริการโรงแรมเป็นแกนหลักของเศรษฐกิจบริการซึ่งสร้างรายได้ การจ้างงาน และความสามารถทางการแข่งขันของประเทศ โดยลักษณะเฉพาะของอุตสาหกรรมดังกล่าวคือ “คุณค่า” ถูกสร้างขึ้นจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการอย่างเข้มข้น จึงทำให้พฤติกรรมของบุคลากรด้านบริการเป็นปัจจัยกำหนดคุณภาพบริการและประสบการณ์ของลูกค้าอย่างมีนัยสำคัญ (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018) ภายใต้บริบทที่ผู้บริโภคมีความคาดหวังสูงและการแข่งขันด้านนวัตกรรมรุนแรงขึ้น สถาบันอุดมศึกษาด้านการโรงแรมถูกคาดหวังให้ผลิตบัณฑิตที่มีทั้งสมรรถนะการบริการและความสามารถในการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อพัฒนาการบริการอย่างต่อเนื่อง (Baum, 2015; OECD, 2018)

แนวคิด “บัณฑิตนวัตกรรม” สะท้อนเป้าหมายการจัดการศึกษาที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้สามารถบูรณาการความรู้ ทักษะ และทัศนคติไปสู่การสร้างแนวทางใหม่หรือการปรับปรุงกระบวนการทำงานให้เกิดคุณค่าเพิ่ม (Amabile, 1996; OECD, 2018) อย่างไรก็ตาม การพัฒนาคุณลักษณะดังกล่าวในสาขาการโรงแรมจำเป็นต้องอาศัยฐานสำคัญคือ “พฤติกรรมบริการ” ซึ่งครอบคลุมมิติด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ (Parasuraman et al., 1988) และต้องอาศัยระบบนิเวศการเรียนรู้ที่สนับสนุน เช่น การออกแบบหลักสูตรเชิงปฏิบัติ บทบาทอาจารย์ในฐานะผู้อำนวยความสะดวก และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ที่เหมาะสม (Kolb, 1984; Vygotsky, 1978)

ถึงแม้ว่างานวิจัยในปัจจุบันศึกษาความสำคัญของสมรรถนะบริการและการพัฒนาทักษะวิชาชีพในนักศึกษาด้านการโรงแรมเพิ่มมากขึ้น แต่ยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ในบริบทประเทศไทยที่ทำการศึกษาร่องพฤติกรรมบริการรับรู้การบริการ ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา และความเหมาะสมของโครงสร้างเครื่องมือวัดที่ใช้ประเมินการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรมอย่างเป็นระบบ ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาประเด็นดังกล่าว เพื่อสนับสนุนการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาหลักสูตรที่สอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรมบริการโรงแรมในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดการรับรู้ (Perception)

การรับรู้ (Perception) เป็นกระบวนการทางจิตวิทยาที่บุคคลใช้ในการตีความข้อมูล ข่าวสาร หรือสิ่งเร้าจากสภาพแวดล้อมผ่านประสาทสัมผัส เพื่อสร้างความเข้าใจและกำหนดพฤติกรรมตอบสนองต่อสถานการณ์ต่าง ๆ โดยการรับรู้มิได้เกิดจากข้อมูลภายนอกเพียงอย่างเดียว แต่ยังได้รับอิทธิพลจาประสบการณ์เดิม ความรู้ ความเชื่อ ทัศนคติ และบริบททางสังคมของแต่ละบุคคล (Schiffman & Wisenblit, 2019) ในบริบทของอุตสาหกรรมบริการ การรับรู้ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการแสดงพฤติกรรมของผู้ให้บริการ เนื่องจากบุคลากรจะตีความความคาดหวังของลูกค้า มาตรฐานองค์กรและสถานการณ์การบริการผ่านกระบวนการรับรู้ก่อนแสดงออกเป็นพฤติกรรมบริการ Parasuraman et al. (1988) อธิบายว่าการรับรู้ด้านบริการมีความสัมพันธ์กับคุณภาพการบริการที่ลูกค้าคาดหวังและประสบการณ์ที่ได้รับจริง โดยผู้ให้บริการที่มีการรับรู้เชิงบวกต่อบทบาทของตน มักแสดงพฤติกรรมบริการที่เหมาะสมและสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการได้ดีกว่า นอกจากนี้ การรับรู้ยังมีบทบาทต่อการเรียนรู้และการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน โดยเฉพาะในบริบทการศึกษาด้านการโรงแรมที่เน้นการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริงและการปฏิบัติงานด้านบริการ

สำหรับนักศึกษาสาขาการจัดการโรงแรม การรับรู้ด้านการบริการจึงสะท้อนถึงความเข้าใจ ความตระหนัก และมุมมองที่มีต่อการบริการในวิชาชีพโรงแรม ซึ่งอาจส่งผลต่อการพัฒนาความรู้ ทักษะ และทัศนคติด้านการบริการ ตลอดจนส่งผลต่อการพัฒนาตนเองไปสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกรรมในอนาคต

2. องค์ประกอบของการบริการ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

พฤติกรรมบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของอุตสาหกรรมบริการและการบริการ โดยพฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความสามารถของบุคลากรในการตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าอย่างเหมาะสม มีประสิทธิภาพ และสร้างความพึงพอใจแก่ผู้รับบริการ (Zeithaml et al., 2018) องค์ประกอบสำคัญของพฤติกรรมบริการสามารถแบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ

2.1 ความรู้ด้านการบริการ (Service Knowledge)

ความรู้ด้านการบริการหมายถึง ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการ กระบวนการ และมาตรฐานการให้บริการ รวมถึงความรู้เฉพาะทางในวิชาชีพโรงแรม เช่น การบริการอาหารและเครื่องดื่ม การต้อนรับ การจัดการงานบริการ และการสื่อสารกับลูกค้า (Baum, 2015) ความรู้ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการปฏิบัติงาน เพราะช่วยให้ผู้ปฏิบัติงานสามารถตัดสินใจและแก้ไขปัญหาได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

2.2 ทักษะด้านการบริการ (Service Skills)

ทักษะด้านการบริการหมายถึง ความสามารถในการปฏิบัติงานด้านบริการอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น ทักษะการสื่อสาร การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า การทำงานเป็นทีม และการให้บริการลูกค้าอย่างมีอาชีพ (Lashley, 2018) ในอุตสาหกรรมบริการ ทักษะการบริการถือเป็นสมรรถนะสำคัญที่สะท้อนคุณภาพของผู้ให้บริการ และเป็นปัจจัยที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า

2.3 ทัศนคติด้านการบริการ (Service Attitude)

ทัศนคติด้านการบริการหมายถึง ความรู้สึก ความเชื่อ และแนวโน้มในการแสดงออกต่อการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในการปฏิบัติงานบริการ (Robbins & Garton, 2019) บุคลากรที่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการบริการ มักแสดงความเต็มใจในการช่วยเหลือ มีความรับผิดชอบ และสามารถสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีแก่ผู้รับบริการได้

ดังนั้น ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ จึงเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งเสริมพฤติกรรมบริการของนักศึกษาในสาขาการจัดการโรงแรม และเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะวิชาชีพในอนาคต

3. แนวคิดบัณฑิตนวัตกรรม (Innovative Graduates)

แนวคิด “บัณฑิตนวัตกรรม” (Innovative Graduates) เป็นแนวคิดที่ได้รับความสำคัญในระบบอุดมศึกษายุคใหม่ ซึ่งมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามารถในการคิดสร้างสรรค์ วิเคราะห์ และพัฒนานวัตกรรมเพื่อแก้ไขปัญหาและสร้างคุณค่าใหม่ให้แก่สังคมและองค์กร (OECD, 2018)

Amabile (1996) อธิบายว่า การคิดเชิงนวัตกรรมเกิดจากการบูรณาการองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ ความรู้เฉพาะด้าน ทักษะการคิดสร้างสรรค์ และแรงจูงใจภายใน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมของบุคคล ขณะที่การศึกษาในระดับอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้เชิงลึก คิดวิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง

ในบริบทของการศึกษาด้านการโรงแรม บัณฑิตนวัตกรรมจึงหมายถึง ผู้สำเร็จการศึกษาที่สามารถบูรณาการความรู้ ทักษะ และทัศนคติด้านการบริการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการบริการใหม่ การปรับปรุงกระบวนการทำงาน และการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้าอย่างสร้างสรรค์ นอกจากนี้ บัณฑิตนวัตกรรมยังต้องมีคุณลักษณะสำคัญ ได้แก่ ความสามารถในการเผชิญความท้าทาย ความมุ่งมั่นในการพัฒนาตนเอง และการคิดเชิงนวัตกรรม ซึ่งเป็นสมรรถนะสำคัญในอุตสาหกรรมบริการยุคปัจจุบัน

4. องค์ประกอบของการเรียนการสอน หลักสูตร ผู้สอน นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

การจัดการเรียนการสอนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน โดยเฉพาะในสาขาวิชาชีพด้านการโรงแรมที่เน้นการเรียนรู้ผ่านการปฏิบัติจริง การจัดการศึกษาอย่างเหมาะสมสามารถส่งเสริมทั้งพฤติกรรมบริการและการพัฒนาความคิดเชิงนวัตกรรมของนักศึกษาได้

4.1 หลักสูตร (Curriculum)

หลักสูตรเป็นกรอบสำคัญในการกำหนดเนื้อหา วิธีการเรียนรู้ และผลลัพธ์การเรียนรู้ของผู้เรียน หลักสูตรที่ดีควรเชื่อมโยงระหว่างทฤษฎีและการปฏิบัติ พร้อมทั้งสอดคล้องกับความต้องการของอุตสาหกรรม (Tyler, 1949) โดยเฉพาะหลักสูตรด้านการโรงแรมที่ควรส่งเสริมการเรียนรู้เชิงประสบการณ์และการฝึกปฏิบัติจริง

4.2 ผู้สอน (Instructor)

ผู้สอนมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ กระตุ้นการคิดวิเคราะห์ และส่งเสริมการเรียนรู้เชิงสร้างสรรค์ของผู้เรียน (Vygotsky, 1978) อาจารย์ที่ใช้วิธีการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) และการเรียนรู้ผ่านปัญหา (Problem-based Learning) สามารถช่วยพัฒนาความสามารถด้านนวัตกรรมของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4.3 นักศึกษา (Students)

นักศึกษาเป็นศูนย์กลางของกระบวนการเรียนรู้ โดยลักษณะเฉพาะของผู้เรียน เช่น แรงจูงใจ ความพร้อมในการเรียนรู้ และทัศนคติต่อวิชาชีพ มีผลต่อพฤติกรรมการเรียนรู้และการพัฒนาตนเอง (Knowles et al., 2015) นักศึกษาที่มีแรงจูงใจภายในสูง มักสามารถพัฒนาทักษะและศักยภาพด้านนวัตกรรมได้ดีกว่า

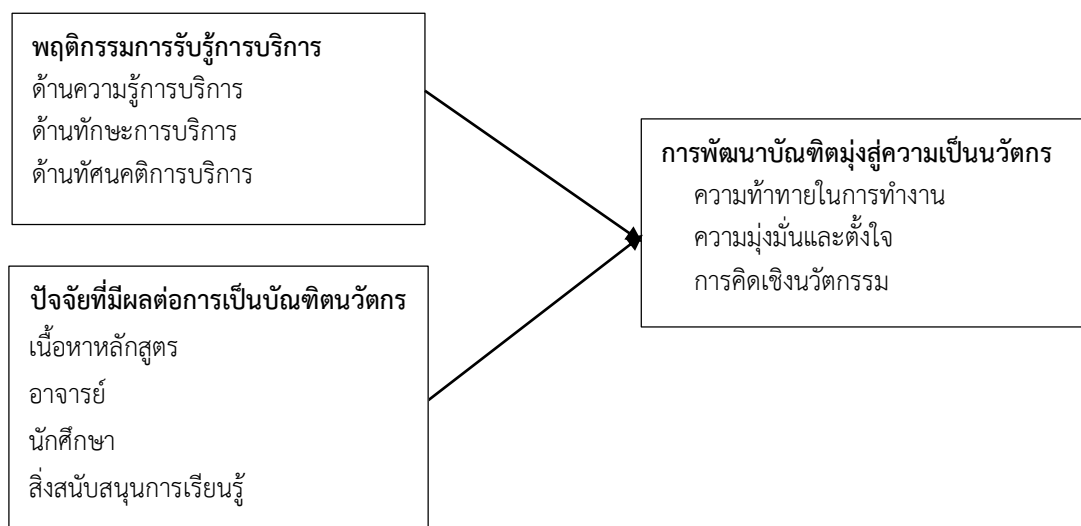
4.4 สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ (Learning Support)

สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ได้แก่ สภาพแวดล้อม ห้องปฏิบัติการ เทคโนโลยี และสื่อการเรียนรู้ ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่ช่วยส่งเสริมประสบการณ์การเรียนรู้ของนักศึกษา (Kolb, 1984) สภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้จะช่วยให้ นักศึกษาสามารถฝึกปฏิบัติ ทดลอง และพัฒนาทักษะด้านบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น องค์ประกอบด้านหลักสูตร ผู้สอน นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ จึงถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนส่งเสริมการพัฒนาพฤติกรรมบริการรับรู้การบริการและการมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม

ภาพ 1

กรอบแนวคิดงานวิจัย



จากภาพที่ 1 กรอบแนวคิดนี้พัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิดด้านคุณภาพการบริการและการพัฒนานวัตกรรมในบริบทการศึกษาด้านการโรงแรม

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมบริการรับรู้การบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม
2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรรมของสาขาการจัดการการโรงแรม
3. เพื่อทดสอบความสอดคล้องของเครื่องมือวัดพฤติกรรมบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิต และปัจจัยส่งผลต่อการพัฒนานักศึกษามุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตสาขาการจัดการการโรงแรม

วิธีดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมบริการ การรับรู้การบริการและการพัฒนาบัณฑิตในบริบทอุตสาหกรรมการโรงแรม โดยยึดกรอบแนวคิดด้านคุณภาพการบริการ (service quality) และการเรียนรู้เชิงประสบการณ์เป็นฐานในการพัฒนาเครื่องมือวิจัย (Parasuraman et al., 1988; Kolb, 1984) แบบสอบถามถูกออกแบบให้ครอบคลุมตัวแปรหลักตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเหมาะสมกับกลุ่มตัวอย่างคือนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

โครงสร้างของแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ตอนหลัก ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เช่น เพศ อายุ ชั้นปี และสาขาวิชา เพื่อใช้ในการอธิบายลักษณะประชากรของกลุ่มตัวอย่าง

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับ ปัจจัยด้านการจัดการศึกษา ที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตในอุตสาหกรรม ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ เนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ โดยพัฒนาข้อคำถามให้สะท้อนบทบาทของหลักสูตรเชิงปฏิบัติ บทบาทของอาจารย์ในการส่งเสริมการเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการคิดเชิงนวัตกรรม (OECD, 2018; Vygotsky, 1978)

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ พฤติกรรมบริการ การรับรู้การบริการของนักศึกษา ซึ่งพิจารณาใน 3 มิติหลัก ได้แก่ ด้านความรู้ ด้านทักษะ และด้านทัศนคติ ตามแนวคิดคุณภาพการบริการที่มองว่าพฤติกรรมบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การบริการและคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ (Parasuraman et al., 1988; Zeithaml et al., 2018) ข้อคำถามในส่วนนี้มุ่งประเมินทั้งความรู้ด้านงานบริการ ทักษะการปฏิบัติงานและการสื่อสาร รวมถึงทัศนคติในการให้บริการด้วยความเต็มใจและความรับผิดชอบ

ตอนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการพัฒนานักศึกษาไปสู่ความเป็นบัณฑิตในอุตสาหกรรม ซึ่งครอบคลุม 3 มิติหลัก ได้แก่ (1) ความมุ่งมั่นและตั้งใจในการทำงาน (2) ความสามารถในการเผชิญความท้าทาย และ (3) การคิดเชิงนวัตกรรม โดยมีมิติดังกล่าวสะท้อนศักยภาพของผู้เรียนในการบูรณาการความรู้ ทักษะ และทัศนคติ เพื่อสร้างคุณค่าใหม่ในบริบทวิชาชีพด้านการโรงแรม (Amabile, 1996; OECD, 2018) แบบสอบถามในส่วนนี้ใช้มาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (five-point Likert scale) ตั้งแต่ระดับ “น้อยที่สุด” ถึง “มากที่สุด” ซึ่งเป็นรูปแบบที่เหมาะสมสำหรับการวัดทัศนคติ การรับรู้ และความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามในงานวิจัยด้านสังคมศาสตร์และการศึกษา (Likert, 1932) การแปลผลค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นใช้เกณฑ์การแปลผลตามแนวคิดของ Best and Kahn (2006) โดยกำหนดค่าเฉลี่ย 4.21–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด, 3.41–4.20 หมายถึง ระดับมาก, 2.61–3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง, 1.81–2.60 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล ได้มีการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการการโรงแรม การศึกษา และการวิจัย เพื่อประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ซึ่งผลการประเมินพบว่าข้อคำถามมีค่า IOC อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยมีค่า IOC เท่ากับ 0.7 ขึ้นไป สะท้อนถึงความเหมาะสมของเครื่องมือวิจัยในการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล (Rovinelli & Hambleton, 1977)

นอกจากนี้ แบบสอบถามยังได้รับการปรับปรุงถ้อยคำให้มีความชัดเจน เข้าใจง่าย และสอดคล้องกับบริบทของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในการจัดการการโรงแรม ก่อนนำไปใช้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจริง เพื่อให้เครื่องมือวิจัยสามารถสะท้อนการพัฒนานักศึกษาไปสู่ความเป็นบัณฑิตในอุตสาหกรรมได้อย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลวิจัย

งานวิจัยนี้เก็บข้อมูล นักศึกษาระดับปริญญาตรีในการจัดการการโรงแรมทั้ง 4 ชั้นปี จำนวน 400 คน โดยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังนี้ ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย จำนวน 256 คน คิดเป็นร้อยละ 64.00 และเพศหญิง จำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ 36.00 โดยมีช่วงอายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อายุ 20 ปี จำนวน 132 คน คิดเป็นร้อยละ 33.00 รองลงมา มีอายุ 19 ปี จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.75 อายุ 21 ปีขึ้นไป จำนวน 71 คน คิดเป็นร้อยละ 17.75 และมีอายุ 18 ปี จำนวน 66 คน คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ ซึ่งนักศึกษาส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 1 จำนวน 118 คน คิดเป็นร้อยละ 29.50 รองลงมาเป็นกำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 2 จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.25 กำลังศึกษาในระดับชั้นปีที่ 3 จำนวน 91 คน คิดเป็นร้อยละ 22.75 และกำลัง



ศึกษาในระดับชั้นปีที่ 4 จำนวน 78 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 ตามลำดับ การวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร แสดงผลการวิเคราะห์ดังตารางที่ 1 – 5

ตาราง 1

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านเนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ด้านเนื้อหาหลักสูตร	3.30	0.84	ปานกลาง	2
อาจารย์ผู้สอน	3.25	0.88	ปานกลาง	3
นักศึกษา	3.24	0.91	ปานกลาง	4
สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	3.33	0.86	ปานกลาง	1
ภาพรวม	3.28	0.65	ปานกลาง	

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.28) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ "สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้" ($\bar{X}$ = 3.33) รองลงมาคือ "ด้านเนื้อหาหลักสูตร" ($\bar{X}$ = 3.30) "อาจารย์ผู้สอน" ($\bar{X}$ = 3.25) และ "นักศึกษา" ($\bar{X}$ = 3.24)

ตาราง 2

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านเนื้อหาหลักสูตร

ด้านเนื้อหาหลักสูตร	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
นักศึกษาได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการในอุตสาหกรรม โรงแรมภายในหลักสูตรมากนักน้อยเพียงใด	3.30	1.25	ปานกลาง	2
รายวิชามีความสอดคล้องกับหลักสูตรและตรงกับความต้องการของผู้เรียน	3.26	1.28	ปานกลาง	3
เนื้อหาวิชาสะท้อนความรู้ด้านการโรงแรมและนำไปปฏิบัติงานได้จริง	3.35	1.27	ปานกลาง	1
ภาพรวม	3.30	0.85	ปานกลาง	

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านเนื้อหาหลักสูตร ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ = 3.30) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ "เนื้อหาวิชาสะท้อนความรู้ด้านการโรงแรมและนำไปปฏิบัติได้จริง" ($\bar{X}$ = 3.35) รองลงมาคือ "นักศึกษาได้รับการอบรมเกี่ยวกับมาตรฐานการบริการในอุตสาหกรรมโรงแรมภายในหลักสูตรมากนักน้อยเพียงใด" ($\bar{X}$ = 3.30) และ "รายวิชามีความสอดคล้องกับหลักสูตรและตรงกับความต้องการของผู้เรียน" ($\bar{X}$ = 3.26)

ตาราง 3

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านอาจารย์ผู้สอน

ด้านอาจารย์ผู้สอน	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
อาจารย์ผู้สอนใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน	3.23	1.26	ปานกลาง	3
อาจารย์ในสาขาการจัดการโรงแรมมีส่วนในการกระตุ้นให้นักศึกษามหาคิดที่ต่อการบริการ	3.26	1.27	ปานกลาง	2
อาจารย์มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาและสนับสนุนพฤติกรรมบริการที่มีคุณภาพ	3.27	1.28	ปานกลาง	1
ภาพรวม	3.28	0.65	ปานกลาง	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยด้านอาจารย์ผู้สอนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนา และสนับสนุน พฤติกรรมการบริการที่มีคุณภาพของนักศึกษา โดยองค์ประกอบที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การที่อาจารย์มีบทบาทในการพัฒนาพฤติกรรมการบริการที่มีคุณภาพ ($\bar{X} = 3.27$) รองลงมาคือ การกระตุ้นให้นักศึกษามีทัศนคติที่ดีต่อการบริการ ($\bar{X} = 3.26$) และการใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของผู้เรียน ($\bar{X} = 3.23$) ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.28 ซึ่งสะท้อนว่า อาจารย์ผู้สอนมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง

ตาราง 4

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านนักศึกษา

ด้านนักศึกษา	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
นักศึกษาเข้าใจถึงความสำคัญของพฤติกรรมการบริการที่มีต่อลูกค้าและภาพลักษณ์ของโรงแรม มากน้อยเพียงใด	3.24	1.30	ปานกลาง	2
นักศึกษามีโอกาสได้รับประสบการณ์การบริการจากสถานประกอบการที่สามารถส่งเสริมทักษะ การบริการ	3.22	1.24	ปานกลาง	3
นักศึกษามีความรู้ ทักษะด้านวิชาชีพโรงแรม	3.26	1.32	ปานกลาง	1
ภาพรวม	3.28	0.84	ปานกลาง	

จากตารางที่ 4 จากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษามีความพร้อมในด้านวิชาชีพ โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ย สูงสุด คือ ความรู้และทักษะด้านวิชาชีพโรงแรม ($\bar{X} = 3.26$) รองลงมาคือ ความเข้าใจถึงความสำคัญของพฤติกรรมการบริการ ต่อลูกค้าและภาพลักษณ์ขององค์กร ($\bar{X} = 3.24$) และการได้รับประสบการณ์จากสถานประกอบการเพื่อส่งเสริมทักษะการ บริการ ($\bar{X} = 3.22$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.28 ซึ่งแสดงให้เห็นว่านักศึกษามีศักยภาพและความพร้อมต่อการพัฒนา ไปสู่การเป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง

ตาราง 5

ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้

ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
สื่อการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพเอื้อต่อการเรียนรู้	3.36	1.26	ปานกลาง	2
สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษาที่มีความเหมาะสม	3.38	1.29	ปานกลาง	1
ขนาดห้องเรียนและห้องปฏิบัติการเหมาะสมกับจำนวนนักศึกษา	3.27	1.32	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.28	0.75	ปานกลาง	

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลชี้ให้เห็นว่า สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีความสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษา โดย องค์ประกอบที่ได้ค่าคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษาที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ($\bar{X} = 3.38$) รองลงมาคือ ประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน ($\bar{X} = 3.36$) และขนาดของห้องเรียนและห้องปฏิบัติการที่เหมาะสมกับ จำนวนนักศึกษา ($\bar{X} = 3.27$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.28 สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้มีผลต่อ การพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง มีผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการรับรู้การบริการ ด้านความรู้การบริการ ทักษะการบริการ ทัศนคติการบริการ แสดงดังตารางที่ 6 -11

ตาราง 6

พฤติกรรมกรรมการรับรู้การบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร 3 คือ ความรู้การบริการ ทักษะการบริการ และทัศนคติการบริการ

พฤติกรรมกรรมการรับรู้การบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร	$\bar{X}$	ระดับความคิดเห็น		
		S.D.	ระดับ	อันดับ
ความรู้การบริการ	3.28	0.91	ปานกลาง	3
ทักษะการบริการ	3.31	0.85	ปานกลาง	1
ทัศนคติการบริการ	3.30	0.87	ปานกลาง	2
ภาพรวม	3.30	0.65	ปานกลาง	

ตารางที่ 6 พฤติกรรมการบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ผลการวิเคราะห์พบว่า ทักษะด้านการบริการเป็นองค์ประกอบที่มีค่าสูงสุดต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ($\bar{X} = 3.31$) รองลงมาคือ ทัศนคติด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.30$) และความรู้ด้านการบริการ ($\bar{X} = 3.28$) ซึ่งแม้ว่าจะเป็นองค์ประกอบที่มีคะแนนเฉลี่ยต่ำสุด แต่ยังคงอยู่ในระดับที่สูง ทั้งนี้ ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยด้านพฤติกรรมกรรมการรับรู้การบริการอยู่ที่ ($\bar{X} = 3.30$) ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษามีความพร้อมด้านพฤติกรรมกรรมการรับรู้การบริการที่สอดคล้องกับคุณลักษณะของบัณฑิตนวัตกรปานกลาง

ตาราง 7 พฤติกรรมการรับรู้การบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านความรู้การบริการ

ด้านความรู้การบริการ	$\bar{X}$	ระดับความคิดเห็น		
		S.D.	ระดับ	อันดับ
มีความรู้พื้นฐานในการใช้อุปกรณ์ต่างๆ ในแผนกบริการอาหารและเครื่องดื่ม	3.42	1.25	มาก	1
มีความรู้ในการเก็บรักษาเครื่องดื่ม	3.24	1.29	ปานกลาง	2
มีความรู้เรื่องการให้บริการที่ดี	3.18	1.30	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.30	0.91	ปานกลาง	

ตารางที่ 7 ความรู้การบริการ การศึกษาพบว่า นักศึกษามีความรู้เกี่ยวกับการปฏิบัติงานในแผนกอาหารและเครื่องดื่มในระดับที่ดี โดยองค์ประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความรู้พื้นฐานในการใช้อุปกรณ์ในแผนกอาหารและเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.42$) รองลงมาคือ ความรู้เกี่ยวกับการเก็บรักษาเครื่องดื่ม ($\bar{X} = 3.24$) และความรู้เกี่ยวกับหลักการให้บริการที่ดี ($\bar{X} = 3.18$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.30 แสดงให้เห็นว่าความรู้ด้านการบริการเป็นองค์ประกอบที่สำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาให้เป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง

ตาราง 8

พฤติกรรมกรรมการรับรู้การบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านทักษะการบริการ

ด้านทักษะการบริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
สามารถต้อนรับลูกค้าในห้องอาหารได้อย่างถูกต้อง	3.38	1.27	ปานกลาง	1
สามารถสื่อสารภาษาต่างประเทศได้เป็นอย่างดี	3.21	1.33	ปานกลาง	3
มีความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าขณะให้บริการ	3.34	1.29	ปานกลาง	2
ภาพรวม	3.31	0.85	ปานกลาง	

จากตารางที่ 8 ด้านทักษะการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลระบุว่า นักศึกษามีทักษะในการให้บริการอยู่ในระดับสูง โดยองค์ประกอบที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสามารถในการต้อนรับลูกค้าในห้องอาหารได้อย่างเหมาะสม ($\bar{X} = 3.38$) รองลงมาคือ ความสามารถในการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าขณะให้บริการ ($\bar{X} = 3.34$) และทักษะในการสื่อสารภาษาต่างประเทศ ($\bar{X} = 3.21$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.31 ซึ่งสะท้อนว่าทักษะด้านการบริการเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง

ตาราง 9

พฤติกรรมการรับรู้การบริการที่ส่งผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ด้านทัศนคติการบริการ

ด้านทัศนคติในการบริการ	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
สามารถรับคำติชมจากคนอื่นและแสดงพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม	3.37	1.26	ปานกลาง	1
สามารถแสดงออกในทางที่ดีต่อผู้อื่นได้	3.29	1.27	ปานกลาง	2
สามารถปฏิบัติตามระเบียบได้โดยไม่มั่วซั่วโต้แย้ง	3.25	1.29	ปานกลาง	3
ภาพรวม	3.31	0.85	ปานกลาง	

จากตารางที่ 9 ทัศนคติด้านการบริการ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า นักศึกษามีทัศนคติที่เหมาะสมกับงานบริการ โดยองค์ประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสามารถในการรับคำติชมและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมให้เหมาะสม ($\bar{X} = 3.37$) รองลงมาคือ ความสามารถในการแสดงออกในทางที่ดีต่อผู้อื่น ($\bar{X} = 3.29$) และการปฏิบัติตามระเบียบขององค์กร ($\bar{X} = 3.25$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.31 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าทัศนคติการบริการเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนา นักศึกษาให้เป็นบัณฑิตนวัตกรในระดับปานกลาง

ตาราง 10

ภาพรวมการมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกร 3 มิติ

การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกร	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความท้าทายในการทำงาน	3.32	0.87	ปานกลาง	1
ความมุ่งมั่นและตั้งใจ	3.28	0.86	ปานกลาง	3
การคิดเชิงนวัตกรรม	3.29	0.98	ปานกลาง	2
ภาพรวม	3.30	0.67	ปานกลาง	

จากตารางที่ 10 ภาพรวมการมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกร 3 มิติ ผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า องค์ประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความท้าทายในการทำงาน ($\bar{X} = 3.32$) การคิดเชิงนวัตกรรมเป็นองค์ประกอบที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ($\bar{X} = 3.29$) และความมุ่งมั่นและตั้งใจ ($\bar{X} = 3.28$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.30 ซึ่งสะท้อนว่านักศึกษามีศักยภาพในการพัฒนาตนเองให้เป็นบัณฑิตนวัตกร 3 มิติที่มีคุณภาพ



ตาราง 11

การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม 3 มิติ คือ ความท้าทายในการทำงาน ความมุ่งมั่นและตั้งใจ การคิดเชิงนวัตกรรม

การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม	ระดับความคิดเห็น			
	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
ความท้าทายในการทำงาน	3.32	0.87	ปานกลาง	
สามารถพัฒนาแผนกลยุทธ์เพื่อขึ้นนำตนเองและผู้อื่นให้ตระหนักถึงโอกาสใหม่ๆ เช่น การพัฒนาศักยภาพด้านภาษา	3.36	1.25	ปานกลาง	1
สามารถยอมรับความผิดพลาดในการทำงานได้	3.25	1.30	ปานกลาง	3
มีความสามารถในการคิดเชิงวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น	3.32	1.20	ปานกลาง	2
ความมุ่งมั่นและตั้งใจ	3.28	0.86	ปานกลาง	
สามารถนำความรู้จากห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการได้	3.25	1.30	ปานกลาง	2
มีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นบัณฑิตที่มีความสามารถด้านนวัตกรรม	3.16	1.30	ปานกลาง	3
สามารถทำงานได้อย่างเป็นระบบ	3.43	1.27	ปานกลาง	1
การคิดเชิงนวัตกรรม	3.29	0.98	ปานกลาง	
มีความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น	3.34	1.32	ปานกลาง	1
มีความสามารถทางการคิดและพื้นฐานแนวคิดที่จะเป็นประโยชน์แก่ตนเองและผู้อื่น	3.23	1.23	ปานกลาง	3
มักจะเริ่มดำเนินการทำงานที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกสำหรับตัวเอง	3.32	1.22	ปานกลาง	2
ภาพรวม	3.30	0.67	ปานกลาง	

จากตารางที่ 11 การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม ใน 3 มิติ นั้น พบว่าผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ในส่วนของความท้าทายในการทำงาน องค์กรประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถพัฒนาแผนกลยุทธ์เพื่อขึ้นนำตนเองและผู้อื่นให้ตระหนักถึงโอกาสใหม่ๆ เช่น การพัฒนาศักยภาพด้านภาษา ($\bar{X} = 3.36$) มีความสามารถในการคิดเชิงวิเคราะห์เพื่อพัฒนาการบริการให้ดียิ่งขึ้น ($\bar{X} = 3.32$) และ สามารถยอมรับความผิดพลาดในการทำงานได้ ($\bar{X} = 3.25$) ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.32 สะท้อนให้เห็นถึงมีศักยภาพต่อความสามารถในการรับรู้ความท้าทายในการทำงาน

ในส่วนของความมุ่งมั่นและตั้งใจ องค์กรประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ สามารถทำงานได้อย่างเป็นระบบ ($\bar{X} = 3.43$) สามารถนำความรู้จากห้องเรียนมาประยุกต์ใช้ในการให้บริการ ($\bar{X} = 3.25$) และมีแรงจูงใจในการพัฒนาตนเองเพื่อเป็นบัณฑิตที่มีความสามารถด้านนวัตกรรม ($\bar{X} = 3.25$) ได้ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.30 บ่งบอกถึงศักยภาพของนักศึกษาในการพัฒนาตนเองให้เป็นบัณฑิตนวัตกรรม

ในส่วนการคิดเชิงนวัตกรรม องค์กรประกอบที่ได้รับค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ($\bar{X} = 3.34$) มักจะเริ่มดำเนินการทำงานที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกสำหรับตัวเอง ($\bar{X} = 3.32$) มีความสามารถที่จะคิดค้นสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้อื่น ($\bar{X} = 3.23$) ได้ค่าเฉลี่ยรวมของปัจจัยนี้อยู่ที่ 3.30 บ่งบอกถึงศักยภาพของนักศึกษาต่อการคิดเชิงนวัตกรรม

การทดสอบสมมติฐาน

แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยด้านหลักสูตร เนื้อหา อาจารย์ นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนมีอิทธิพลต่อการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม

สมมติฐานข้อที่ 2 พฤติกรรมการรับรู้การบริการมีอิทธิพลต่อการมุ่งสู่การเป็นบัณฑิตนวัตกรรม

ตาราง 12

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านหลักสูตร อาจารย์ นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนกับการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม	CON	TEA	STU	SUP	Innovative Graduate
เนื้อหา (Content)	1.000				
อาจารย์ (Teacher)	.477**	1.000			
นักศึกษา (Student)	.392**	.463**	1.000		
สิ่งสนับสนุน (Support)	.488**	.398**	.300**	1.000	
การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม (Innovative Graduate)	.463**	.496**	.489**	.524**	1.000

**p < .05

หมายเหตุ: p < 0.01 แสดงถึงความสัมพันธ์ที่มีนัยสำคัญทางสถิติ

ตาราง 13

การวิเคราะห์ถดถอยแบบ Enter ระหว่างปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร เนื้อหา อาจารย์ นักศึกษา และสิ่งสนับสนุนมีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรรม

ปัจจัย	Unstandardized		Standardized	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	Coefficients		Coefficients				
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.071	.129		8.275	.000		
เนื้อหา	.093	.037	.116	2.480	.014	.645	1.550
อาจารย์	.150	.035	.197	4.264	.000	.660	1.515
นักศึกษา	.191	.032	.259	5.949	.000	.744	1.344
สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้	.244	.035	.311	7.031	.000	.723	1.382

จากตารางที่ 12 พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรมมากที่สุดคือ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ ($r = 0.524$, $p < 0.01$) รองลงมาคือ อาจารย์ ($r = 0.496$, $p < 0.01$) และ นักศึกษา ($r = 0.489$, $p < 0.01$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าปัจจัยทั้ง 4 ด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการพัฒนาบัณฑิตนวัตกรรม

สำหรับตารางที่ 13 พบว่า ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านเนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน นักศึกษา และ สิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} < 0.05$) โดยพบว่า ปัจจัยด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เป็นตัวแปรที่ส่งอิทธิพลมากที่สุดต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรรม ($\text{Beta} = 0.311$, $t = 7.031$, $\text{Sig.} = 0.000$) รองลงมา นักศึกษา ($\text{Beta} = 0.259$, $t = 5.949$, $\text{Sig.} = 0.000$) และ อาจารย์ผู้สอน ($\text{Beta} = 0.197$, $t = 4.264$, $\text{Sig.} = 0.000$) ตามลำดับ

ตาราง 14

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติกับการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม

ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม	CON	TEA	STU	Innovative Graduate
ความรู้ด้านบริการ Service knowledge	1.000			
ทักษะ Skills	.438**	1.000		
ทัศนคติ Attitude	.413**	.426**	1.000	
การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกรรม (Innovative Graduate)	.488**	.518**	.530**	1.000

**p < .05

ตาราง 15

วิเคราะห์ถดถอยแบบ Enter ระหว่างพฤติกรรมบริการรับรู้การบริการ ความรู้ด้านการบริการ ทักษะ และทัศนคติมีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร

ปัจจัย	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
(Constant)	1.198	.125		9.589	.000		
ความรู้บริการ	.174	.033	.236	5.352	.000	.746	1.341
ทักษะการบริการ	.221	.035	.281	6.343	.000	.735	1.360
ทัศนคติการบริการ	.240	.034	.312	7.129	.000	.755	1.325

จากตารางที่ 14 พบว่าปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับ การมุ่งสู่บัณฑิตนวัตกร มากที่สุดคือ ทัศนคติ ($r = 0.530$, $p < 0.01$) รองลงมาคือ ทักษะ ($r = 0.518$, $p < 0.01$) และ ความรู้ด้านการบริการ ($r = 0.488$, $p < 0.01$) ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ทัศนคติที่ดี มีบทบาทสำคัญที่สุดในการพัฒนาเป็นบัณฑิตนวัตกร

จากตารางที่ 15 พบว่า ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านความรู้ ทักษะ และทัศนคติ มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\text{Sig.} < 0.05$) โดยพบว่า ทัศนคติเป็นปัจจัยที่ส่งอิทธิพลมากที่สุด ($\text{Beta} = 0.312$, $t = 7.129$, $\text{Sig.} = 0.000$) รองลงมาคือ ทักษะ ($\text{Beta} = 0.281$, $t = 6.343$, $\text{Sig.} = 0.000$) และ ความรู้ด้านการบริการ ($\text{Beta} = 0.236$, $t = 5.352$, $\text{Sig.} = 0.000$) ผลการศึกษานี้สนับสนุนแนวคิดที่ว่า ทัศนคติที่ดีของนักศึกษา มีความสำคัญต่อการพัฒนาตนเองให้เป็นบัณฑิตนวัตกร และเป็นตัวกำหนดแนวทางในการพัฒนาทักษะและความรู้ด้านการบริการในอนาคต

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติจากกลุ่มตัวอย่างพบว่า นักศึกษามีระดับพฤติกรรมบริการรับรู้การบริการโดยรวมอยู่ระดับปานกลาง ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษามีพื้นฐานด้านการบริการที่สอดคล้องกับลักษณะวิชาชีพ โดยสามารถพัฒนาศักยภาพด้านทัศนคติและทักษะการบริการเพิ่มเติม เพื่อการยกระดับที่สูงขึ้นมากกว่าด้านความรู้ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดด้านคุณภาพการบริการที่ระบุว่าทัศนคติและทักษะเชิงปฏิบัติเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดพฤติกรรมบริการที่มีประสิทธิภาพ (Parasuraman et al., 1988; Baum et al., 2016)

ในส่วนของปัจจัยด้านการจัดการศึกษา พบว่า เนื้อหาหลักสูตรและอาจารย์ผู้สอนเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาความคิดเชิงนวัตกรรมของนักศึกษา โดยหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้เชิงปฏิบัติและการบูรณาการประสบการณ์จริงช่วยส่งเสริมการเรียนรู้เชิงลึกและการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง (Kolb, 1984) ขณะเดียวกันบทบาทของอาจารย์ในฐานะผู้ชี้แนะและผู้กระตุ้นการคิดเชิงสร้างสรรค์ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมของผู้เรียน (Vygotsky, 1978) ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณยังแสดงให้เห็นว่า พฤติกรรมบริการทั้งสามมิติ ได้แก่ ความรู้ ทักษะ และทัศนคติ สามารถพยากรณ์การมุ่งสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกรได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลลัพธ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาบัณฑิตด้านการโรงแรมไม่ควรมุ่งเน้นเพียงการเสริมสร้างทักษะการปฏิบัติงานเชิงเทคนิค แต่ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาทัศนคติและกรอบความคิดที่เอื้อต่อการสร้างสรรค์นวัตกรรมและการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (Amabile, 1996; OECD, 2018)

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยและอภิปรายผลคือ พฤติกรรมบริการรับรู้การบริการและปัจจัยด้านการจัดการศึกษามีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนานักศึกษาไปสู่ความเป็นบัณฑิตนวัตกรในสาขาการจัดการการโรงแรม โดยเฉพาะการออกแบบหลักสูตรที่เน้นการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ บทบาทของอาจารย์ในการสนับสนุนและกระตุ้นการเรียนรู้ และสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ที่เอื้อต่อการทดลองและการคิดเชิงสร้างสรรค์ การพัฒนานักศึกษาให้มีทั้งสมรรถนะด้านการบริการและความสามารถด้านนวัตกรรมจึงเป็นแนวทางสำคัญในการยกระดับคุณภาพบัณฑิตด้านการโรงแรมให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของอุตสาหกรรมบริการในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการรับรู้การบริการของนักศึกษาสาขาการจัดการการโรงแรม พบว่า นักศึกษามีระดับพฤติกรรมการรับรู้การบริการอยู่ในระดับปานกลาง โดยการรับรู้ที่โดดเด่น ได้แก่ ด้านทักษะการบริการ ด้านทัศนคติการบริการ ด้านความรู้การบริการ ซึ่งสะท้อนถึงการรับรู้ที่โดดเด่น บทบาทหน้าที่ด้านการบริการตามมาตรฐานวิชาชีพโรงแรม อย่างไรก็ตาม พฤติกรรมการรับรู้การบริการ ยังอยู่ในระดับปานกลาง สะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านประสบการณ์จริงและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับการบริการ ความคิดของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในอุตสาหกรรมบริการ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริการเป็นผลลัพธ์ของการผสมผสานระหว่างความรู้เชิงทฤษฎี ทักษะการปฏิบัติ และทัศนคติที่เหมาะสม (Lashley, 2018) นอกจากนี้ งานวิจัยของ Baum (2015) ระบุว่า นักศึกษาด้านการโรงแรมมักแสดงพฤติกรรมบริการขั้นพื้นฐานได้ดีจากการเรียนการสอนในห้องเรียน แต่ยังต้องการการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงเพื่อเสริมสร้างความมั่นใจและความสามารถในการรับมือกับปัญหาที่ซับซ้อนในบริบทการทำงานจริง

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร ผลการวิเคราะห์ข้อมูล พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรสามารถอธิบายได้ผ่านมิติ 4 ด้านคือ ด้านสิ่งสนับสนุนการเรียนรู้ เนื้อหาหลักสูตร อาจารย์ผู้สอน และนักศึกษา ซึ่งผลการศึกษานี้มุ่งเน้นปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกรมากที่สุดคือสิ่งสนับสนุน เช่น สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานศึกษาต้องมีความเหมาะสม สื่อการเรียนการสอนมีประสิทธิภาพเอื้อต่อการเรียนรู้ของนักศึกษาและความสามารถในการพัฒนาแนวคิดความคิดสร้างสรรค์ วิธีการ และกระบวนการทำงานเป็นทีม สอดคล้องกับ ยงยุทธ มุ่งหมาย และคณะ (2567) รูปแบบสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้เปิดแบบสร้างสรรค์เป็นฐานเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในบริบทการศึกษาด้านการโรงแรม การเป็นบัณฑิตนวัตกรจึงหมายถึงผู้ที่สามารถผสมผสานองค์ความรู้ด้านการบริการเข้ากับความคิดสร้างสรรค์และการแก้ปัญหาเชิงระบบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Robinson และ Garton (2019) ที่ชี้ว่าทักษะนวัตกรรมของบัณฑิตเกิดจากการเรียนรู้ที่เน้นการลงมือปฏิบัติและการคิดเชิงวิพากษ์เป็นสำคัญ

จากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์พฤติกรรมการรับรู้การบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตส่งผลต่อการพัฒนาบัณฑิตมุ่งสู่ความเป็นนวัตกร ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการรับรู้การบริการ ปัจจัยที่มีผลต่อการเป็นบัณฑิตนวัตกร และการพัฒนาบัณฑิตมุ่งสู่ความเป็นนวัตกร พบว่า พฤติกรรมการรับรู้การบริการ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านการเป็นบัณฑิตนวัตกรอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีพฤติกรรมการรับรู้การบริการ ในระดับสูง มีแนวโน้มพัฒนาศักยภาพด้านนวัตกรรมได้ดีกว่านักศึกษาที่มีพฤติกรรมการบริการในระดับต่ำ ผลการศึกษานี้สะท้อนแนวคิดเชิงบูรณาการของสมรรถนะ (competency-based approach) (Boyatzis, 2008) ซึ่งมองว่าพฤติกรรมบริการเป็นฐานสำคัญของการต่อยอดไปสู่ความสามารถเชิงนวัตกรรม (Spencer & Spencer, 1993) กล่าวคือ การมีทัศนคติและพฤติกรรมที่เหมาะสมในการให้บริการ จะเอื้อต่อการเรียนรู้เชิงลึก การแลกเปลี่ยนประสบการณ์ และการสร้างสรรค์แนวทางใหม่ในการทำงาน

นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับแนวคิดของ experiential learning ที่ชี้ว่าการเรียนรู้จากประสบการณ์จริงในบริบทการบริการ ช่วยกระตุ้นการคิดเชิงสะท้อนและการพัฒนานวัตกรรมของผู้เรียน (Kolb, 2015) ในมุมมองนี้ การพัฒนาบัณฑิตมุ่งสู่ความเป็นนวัตกรจึงไม่ใช่กระบวนการแยกส่วน แต่เป็นผลลัพธ์ของการบูรณาการพฤติกรรมบริการและปัจจัยสนับสนุนด้านการจัดการศึกษาอย่างเป็นระบบ

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ในเชิงปฏิบัติ สถาบันอุดมศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรด้านการโรงแรมที่บูรณาการการเรียนรู้เชิงประสบการณ์ การเรียนรู้ผ่านโครงงาน และกิจกรรมที่ส่งเสริมการสร้างนวัตกรรม เพื่อเปิดโอกาสให้นักศึกษาได้ฝึกคิด วิเคราะห์ และประยุกต์ใช้ความรู้ในบริบทจริงของอุตสาหกรรม (Kolb, 1984) ควบคู่กับการส่งเสริมความร่วมมือกับภาคอุตสาหกรรมโรงแรมผ่านการฝึกงานและโครงการร่วม ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างระหว่างการเรียนรู้ในห้องเรียนกับการปฏิบัติงานจริง และเพิ่มความพร้อมในการทำงานของบัณฑิต (Baum et al., 2016)

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ในเชิงวิชาการและเชิงวิจัย ควรมีการขยายขอบเขตการศึกษาไปยังสถาบันอุดมศึกษาอื่น เพื่อเพิ่มความสามารถในการอ้างอิงทั่วไปของผลการวิจัย และควรพัฒนาระเบียบวิธีวิจัยให้มีความลุ่มลึกมากขึ้น เช่น การใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงผสมหรือการวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อ



อธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างปัจจัยด้านการจัดการศึกษา พฤติกรรมการบริการ และการพัฒนาความเป็นบัณฑิตนวัตกรอย่างเป็นระบบและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น (Hair et al., 2019)

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยที่ได้รับการสนับสนุนจากคณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

รายการอ้างอิง

- ยงยุทธ มุ่งหมาย, ธนดล ภูสีฤทธิ์, และสุทธิพงศ์ หกสุวรรณ. (2567). การพัฒนารูปแบบสภาพแวดล้อมทางการเรียนรู้เปิดแบบสร้างสรรค์เป็นฐานเพื่อส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์*, 18(2), 91-104.
- Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context*. Westview Press.
- Baum, T. (2015). *Human resource management for tourism, hospitality and leisure: An international perspective* (2nd ed.). Cengage Learning.
- Best, J. W., & Kahn, J. V. (2006). *Research in education* (10th ed.). PHI Learning Private Ltd.,
- Boyatzis, R. E. (2008). Competencies in the 21st century. *Journal of Management Development*, 27(1), 5–12. <https://doi.org/10.1108/02621710810840730>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage.
- Knowles, M. S., Holton, E. F., & Swanson, R. A. (2015). *The adult learner* (8th ed.). Routledge.
- Kolb, D. A. (1984). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development*. Prentice Hall.
- Kolb, D. A. (2015). *Experiential learning: Experience as the source of learning and development* (2nd ed.). Pearson Education.
- Lashley, C. (2018). *Hospitality management: A brief introduction* (2nd ed.). Routledge.
- Likert, R. (1932). A technique for the measurement of attitudes. *Archives of Psychology*, 140, 1–55.
- OECD. (2018). *The future of education and skills: Education 2030*. OECD Publishing.
- 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.
- Robinson, R. N. S., & Garton, S. (2019). Developing graduate employability through innovation and creativity. *Journal of Hospitality and Tourism Education*, 31(2), 71–84. <https://doi.org/10.1080/10963758.2018.1487786>
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). *Consumer behavior* (12th ed.). Pearson.
- Spencer, L. M., & Spencer, S. M. (1993). *Competence at work: Models for superior performance*. John Wiley & Sons.
- Tyler, R. W. (1949). *Basic principles of curriculum and instruction*. University of Chicago Press.
- Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.
- Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th ed.). McGraw-Hill Education.

ปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย
ในกำกับของรัฐ : กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
คมกริช พุ่มเกิด¹ ณัฐกิตติ์ เอี่ยมสมบุญ^{2*}

Factors Affecting the Acceptance of Change Status from Civil Servant to
State-Controlled University Employee: A Case Study of
Rajamangala University of Technology Thanyaburi
Komkrit Poomkerd¹ Nuttakit Iamsomboon^{2*}

Received 27/10/2025 Revised 08/06/2026 Accepted 15/06/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.9425>

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ และศึกษาปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กลุ่มตัวอย่างเป็นข้าราชการจำนวน 196 คน ประกอบด้วยสายวิชาการ 163 คน และสายสนับสนุน 33 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นต่อปัจจัยที่ส่งต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในภาพรวมอยู่ในระดับที่เห็นด้วย ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยภายนอกและปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติฯ สามารถพยากรณ์การยอมรับได้ร้อยละ 62.60 ($R^2 = .626$) ได้แก่ ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ($\beta = 0.605$) และปัจจัยภายนอก ($\beta = 0.230$) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับสภาพแวดล้อมภายนอกองค์กรและการสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับร่างพระราชบัญญัติฯ มีความสำคัญต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงสถานภาพของบุคลากร

คำสำคัญ: การยอมรับการเปลี่ยนแปลง การเปลี่ยนสถานภาพ มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

Abstract

This research aimed to study the level of opinions regarding the factors influencing the acceptance of the status transition from civil servant to university employee under the autonomy of the state. It also aimed to examine the factors affecting this acceptance among personnel at Rajamangala University of Technology Thanyaburi. The sample group consisted of 196 civil servants, including 163 academic staff and 33 support staff. The research instrument used was a questionnaire, and data were analyzed using descriptive statistics, correlation coefficients, and multiple regression analysis. The findings revealed that

¹ กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Human Resource Management Division, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

² คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: ¹komkrit_p@rmutt.ac.th ²nuttakit_i@rmutt.ac.th

* Corresponding author. e-mail address: nuttakit_i@rmutt.ac.th



respondents generally agreed with the factors influencing the acceptance of the status transition, which included internal factors, external factors, and awareness of the draft Rajamangala University of Technology Thanyaburi Act. Hypothesis testing showed that external factors and awareness of the draft Act could predict the acceptance of the status change at a rate of 62.60% ($R^2 = .626$). The predictors were awareness of the draft Act ($\beta = 0.605$) and external factors ($\beta = 0.230$). The results indicate that building understanding about the external organizational environment and communicating information about the draft Act are crucial for personnel accepting the status change.

Keywords: Acceptance of change, Status transition, State-controlled university

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคโลกาภิวัตน์เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม โดยเฉพาะสถาบันอุดมศึกษาที่ต้องปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และสังคม อย่างไรก็ตาม มหาวิทยาลัยส่วนหนึ่งของไทยยังคงอยู่ในระบบราชการที่มีข้อจำกัดด้านความคล่องตัว กฎระเบียบ และโครงสร้างองค์กร ทำให้ไม่สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วถึง (บรรจบ ภิรมย์คำ และคณะ, 2560) สถานการณ์นี้ส่งผลให้มีการโยกย้ายบุคลากรที่มีคุณภาพจากภาครัฐไปสู่ภาคเอกชนเพิ่มมากขึ้น เนื่องจากปัญหาค่าตอบแทนที่ต่ำและการขาดโอกาสในความก้าวหน้าทางอาชีพ การเปลี่ยนสภาพเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐจึงเป็นทางเลือกที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นรูปแบบการบริหารที่มีความเป็นอิสระในการดำเนินงาน ไม่อยู่ภายใต้ระบบราชการแต่ยังคงได้รับการสนับสนุนงบประมาณจากรัฐ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา (2558) ระบุว่า มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมีความเป็นอิสระในการบริหารงานด้านต่าง ๆ ทั้งการบริหารงานบุคคล การบริหารงบประมาณและทรัพย์สิน และการบริหารวิชาการ ซึ่งสิ้นสุดที่สภามหาวิทยาลัยเป็นส่วนใหญ่ อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงไปสู่มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมีทั้งข้อดีและข้อจำกัด อมรรัตน์ ทองชุมสิน (2561) ชี้ให้เห็นว่าข้อดีสำคัญคือความสามารถในการกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกบุคลากรและการจ่ายค่าตอบแทนที่เน้นคุณภาพและปริมาณงานเป็นหลัก แต่ในขณะเดียวกัน กัลยณัฐ พรหมนอก (2556, อ้างถึงใน บรรจบ ภิรมย์คำ และคณะ, 2560) ระบุว่าข้อจำกัดที่สำคัญคือการขาดมาตรฐานการคุ้มครองการทำงานที่เป็นมาตรฐานเดียวกัน เนื่องจากแต่ละมหาวิทยาลัยมีอิสระในการออกข้อบังคับการคุ้มครองการทำงานได้เอง

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีเป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาที่กำลังอยู่ในกระบวนการเปลี่ยนแปลงสู่การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยได้เริ่มดำเนินการร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีตั้งแต่เดือนกันยายน พ.ศ. 2565 ซึ่งมาตรา 4 ของร่างพระราชบัญญัติกำหนดให้มหาวิทยาลัยมีฐานะเป็นหน่วยงานในกำกับของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลโดยตรงต่อบุคลากรทุกคนในองค์กร โดยเฉพาะการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย จากการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรต่อการเปลี่ยนสถานภาพในเดือนพฤษภาคม 2562 พบประเด็นสำคัญหลายประการที่เป็นข้อกังวลของบุคลากร ได้แก่ ความมั่นคงในอาชีพที่ลดลง ค่าตอบแทนประจำตำแหน่งหรือเงินชดเชยหลังเกษียณที่อาจไม่เหมาะสม และสิทธิประโยชน์ที่แตกต่างจากสถานภาพข้าราชการ โดยเฉพาะด้านการรักษาพยาบาล (กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2562) ข้อกังวลเหล่านี้สะท้อนถึงความซับซ้อนของกระบวนการเปลี่ยนแปลงที่ไม่ได้เป็นเพียงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างองค์กรเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและความมั่นคงของบุคลากรด้วย

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาผลกระทบของการเปลี่ยนสถานภาพมหาวิทยาลัยในระดับองค์กรและนโยบาย เช่นงานวิจัยของศักดิ์ดา นาสองสี และศรดา สมพอง (2565) พบว่า โครงสร้างมหาวิทยาลัยในกำกับของไทยมีโครงสร้างการบริหารใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยของรัฐ โดยเฉพาะอย่างยิ่งปัจจัยที่เกี่ยวกับระบบการบริหารงานบุคคลที่ยังคงใช้ระเบียบที่ใกล้เคียงกับมหาวิทยาลัยรัฐและการบริหารงบประมาณ ที่มีรายได้หลักมาจากการจัดสรรงบประมาณจากรัฐบาล และไม่มีข้อมูลชี้ชัดว่าการออกนอกระบบจะให้การศึกษานี้พัฒนาไปข้างหน้า งานวิจัยของสุรัชย์ แต่ผู้เจริญ (2565) พบว่า ปัจจัยภายในคือ ด้านเจตคติ และปัจจัยแวดล้อม คือด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์มีผลต่อการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงาน

มหาวิทยาลัยอยู่ในระดับปานกลาง งานวิจัยของ กนกวรรณ วราภรณ์วิมลชัย (2564) พบว่า บุคลากรมหาวิทยาลัยนครสวรรค์ มีการรับรู้ต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้าและด้านการบริหารงานวิชาการ ด้านการบริหารงานทั่วไปและด้านการบริหารงานบุคคล และด้านการบริหารงบประมาณและทรัพย์สิน งานวิจัยของ บรรจบ ภิรมย์คำ และคณะ (2560) พบว่า การบริหารงานบุคคลของมหาวิทยาลัย ควรมีบุคลากรประเภทเดียว คือ พนักงานมหาวิทยาลัย การมหาวิทยาลัยที่จะเปลี่ยนเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ควรมีความพร้อมในทุก ๆ ด้าน และต้องคิดให้เหมาะกับบริบทของตนเอง แต่งานวิจัยที่มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับของบุคลากรในระดับบุคคลยังมีจำกัด โดยเฉพาะในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลที่มีภารกิจเฉพาะด้านการผลิตบุคลากรสายวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ซึ่งอาจมีความต้องการและความคาดหวังที่แตกต่างจากสถาบันอุดมศึกษาทั่วไป (นิศา เขียวพุ่มพวง, 2565; นกสร อินสมตัว, 2560) ช่องว่างทางความรู้ดังกล่าวนำไปสู่การวิจัยครั้งนี้ ซึ่งมุ่งศึกษาปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพของบุคลากร ผลการวิจัยจะเป็นฐานข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับผู้บริหารในการวางแผนการเปลี่ยนผ่านสถาบัน และช่วยให้บุคลากรสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูลรองรับ

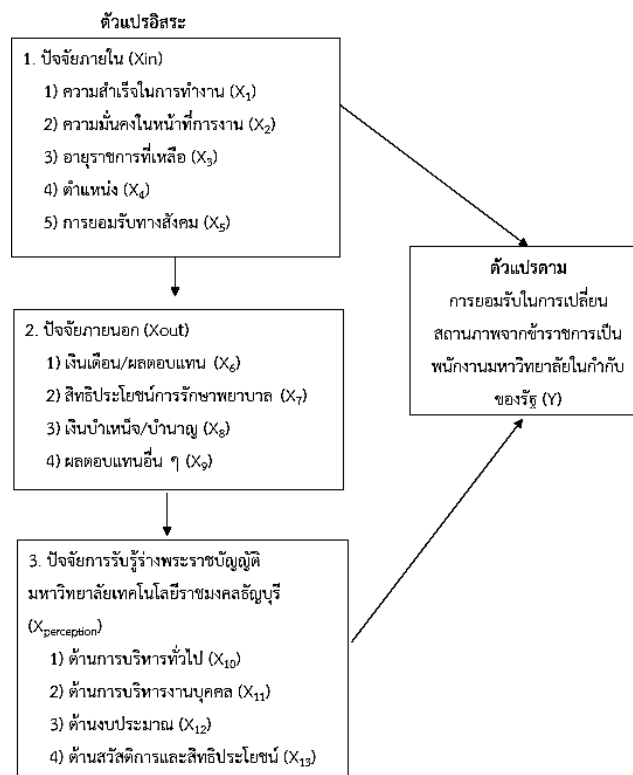
วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพ 1

กรอบแนวคิดในการวิจัย





การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการยอมรับมีความสำคัญต่อการศึกษาการเปลี่ยนสถานภาพของบุคลากร โดยเฉพาะทฤษฎีการกระทำทางสังคมของรีเตอร์ที่ได้แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับออกเป็น 3 ประเภทหลัก ได้แก่ ปัจจัยดึง ปัจจัยผลัก และปัจจัยความสามารถ (นุชนาถ พันธราษฎร์ และคณะ, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาครั้งนี้ที่แบ่งการศึกษาปัจจัยออกเป็นปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก และทฤษฎีความคาดหวังของ Vroom อธิบายว่าการตัดสินใจของบุคคลขึ้นอยู่กับความคาดหวังในผลลัพธ์ที่จะได้รับ โดยแรงจูงใจจะเกิดจากผลคูณระหว่างคุณค่าของผลลัพธ์ ความคาดหวัง และความสัมพันธะระหว่างการกระทำกับผลลัพธ์ (สุพจน์ ศรีสวຍ, 2562) นอกจากนี้ Herzberg ได้เสนอทฤษฎีสองปัจจัยที่อธิบายว่าปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคล (ธนภรณ์ พรรณราย, 2565)

ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับลักษณะส่วนบุคคลและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร แรงผลักดันหรือสิ่งกระตุ้นที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมและการแสดงออกของบุคคล ช่วยสร้างพลังภายในให้บุคคลเกิดความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ มีผลต่อความสำเร็จในการทำงานและคุณภาพชีวิต (ณัฐกฤตา นันตา, 2567) การทำงานซึ่งประกอบด้วยแรงจูงใจในการทำงาน ความสำเร็จในงาน ความมั่นคงในการทำงาน และอายุราชการ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิษญา หอมหวล (2561) พบว่า การจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในภาพรวมอยู่ในระดับมีการจูงใจมาก และยังพบว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน และด้านความสำเร็จในการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ งานวิจัยของนฤมล เตียวไพบลูย์ (2564) พบว่า ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม คุณภาพชีวิตการทำงาน และแรงจูงใจ ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงจูงใจในด้านต่างๆ เช่น การได้รับการยอมรับนับถือ ความสำเร็จในงาน และความมั่นคงในงาน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพอย่างมาก และงานวิจัยของวิลาลักษณ์ ดุจแสงทอง (2565) พบว่า พบว่าในกลุ่มบุคลากรที่มีอายุงานสูง ความมั่นคงในอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน จากการทบทวนวรรณกรรม พบว่าผลการศึกษาส่วนใหญ่มีความสอดคล้องกันว่าปัจจัยภายในมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจคงอยู่ในองค์กร แต่ยังมีข้อค้นพบที่แตกต่างกันเกี่ยวกับน้ำหนักความสำคัญของแต่ละปัจจัยตามช่วงอายุและประสบการณ์การทำงาน นอกจากนี้ งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาบุคลากรในภาคเอกชนหรือหน่วยงานภาครัฐทั่วไป ขณะที่การศึกษาในบริบทมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐยังมีจำนวนจำกัด

ปัจจัยภายนอก ประกอบด้วยสวัสดิการ ผลตอบแทน ค่าตอบแทน และสิทธิประโยชน์หลังเกษียณอายุราชการ เช่น เงินบำนาญ ซึ่งเป็นปัจจัยที่องค์กรใช้ในการจูงใจและรักษามูลค่าบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ อมรรรัตน์ ทองชุมสิน (2561) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย พบว่า สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการรักษาพยาบาล เงินบำเหน็จบำนาญที่ได้รับและสิทธิประโยชน์จากกองทุนบำเหน็จข้าราชการ ทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจ งานวิจัยของ ไพลิน เจาะขาว (2565) พบว่า ค่าตอบแทนที่เป็นตัวเงิน โอกาสความก้าวหน้าในอาชีพ และความสมดุลชีวิตในการทำงาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ ชารินทร์ เกษร (2566) พบว่าว่าบุคลากรสายสนับสนุนให้ความสำคัญกับโอกาสก้าวหน้าในสายงานมากกว่าผลตอบแทนทางการเงิน เมื่อวิเคราะห์เปรียบเทียบพบว่า แม้งานวิจัยส่วนใหญ่จะยืนยันความสำคัญของผลตอบแทนและสวัสดิการ แต่ยังคงมีความแตกต่างตามบริบทองค์กรและลักษณะบุคลากร โดยเฉพาะประเด็นเงินบำนาญซึ่งยังมีการศึกษาค่อนข้างจำกัดในบริบทการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ความเข้าใจในสาระสำคัญของร่างพระราชบัญญัติ และทัศนคติต่อระบบมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจของบุคลากร งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ข้อมูลที่ถูกต้องช่วยลดความวิตกกังวลต่อการเปลี่ยนแปลงองค์กร และส่งผลต่อการยอมรับนโยบายใหม่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกวรรณ วราภรณ์วิมลชัย (2564) พบว่า โดยภาพรวมบุคลากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยมีการรับรู้ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้ามากที่สุด คือ ร้อยละ 89.95 และที่มีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารงบประมาณและทรัพย์สิน อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ต่อร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐกับการตัดสินใจคงอยู่ในระบบราชการยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น จึงยังมีช่องว่างองค์ความรู้

เกี่ยวกับอิทธิพลของการรับรู้ต่อร่างพระราชบัญญัติและการเปลี่ยนแปลงสถานภาพมหาวิทยาลัยที่มีต่อการตัดสินใจของบุคลากรสายสนับสนุนและสายวิชาการ ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการศึกษาเพิ่มเติม

จากการศึกษาที่ผ่านมาพบว่า บุคลากรที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีความพึงพอใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีความพึงพอใจสูงกว่าในหลายด้าน (นิศา เขียวพุ่มพวง, 2565) สอดคล้องกับการศึกษาของ กนกวรรณ วราภรณ์วิมลชัย (2564) ที่พบว่า บุคลากรมีการรับรู้ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้าในระดับสูง ส่วนพิชญา หอมหวล (2561) พบว่าการมุ่งใจในด้านการได้รับการยอมรับ ความก้าวหน้า และความสำเร็จในการทำงานส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงาน ขณะที่อมรรัตน์ ทองชุมสิน (2561) ชี้ว่าเงินบำเหน็จบำนาญเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพ ส่วนสุรัชย์ แต่ผู้เจริญ (2565) พบว่าปัจจัยแวดล้อมมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจมากกว่าปัจจัยภายใน ซึ่งสอดคล้องกับ ทฤษฎีการแพร่กระจายของนวัตกรรมของ Rogers ที่อธิบายว่าการยอมรับสิ่งใหม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยแวดล้อมและการสื่อสารข้อมูล (กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต, 2561) โดยนภสร อินสมตัว (2560) พบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านบุคคลกับความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีแรงจูงใจของ McClelland ที่เน้นความต้องการความสำเร็จ อำนาจ และความผูกพัน (ธนภรณ์ พรณราย, 2565)

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นจะเห็นได้ว่า การยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพเป็นกระบวนการที่ซับซ้อนและมีปัจจัยเกี่ยวข้องหลายด้าน ทั้งปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านการรับรู้ และปัจจัยด้านการมุ่งใจ โดยการตัดสินใจเลือกสถานภาพขึ้นอยู่กับพิจารณาองค์ประกอบทั้งสามภายใต้สถานการณ์ที่กำหนด มนุษย์ทุกคนล้วนแต่มีความคาดหวังเสมอ ความคาดหวังจึงเปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้เกิดความต้องการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ งานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในบริบทองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนทั่วไป มากกว่าบริบทมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ยังไม่มีการบูรณาการปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และการรับรู้ต่อร่างพระราชบัญญัติไว้ในกรอบการวิเคราะห์เดียวกัน ยังมีงานวิจัยจำนวนน้อยที่ศึกษาการตัดสินใจของบุคลากรเกี่ยวกับการคงอยู่ในระบบราชการภายใต้การเปลี่ยนผ่านสู่มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

การศึกษานี้จึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยที่มีต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพ เพื่อให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงของบุคลากรในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยกรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ได้บูรณาการทฤษฎีการยอมรับ ทฤษฎีความคาดหวัง และทฤษฎีแรงจูงใจ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยที่มีต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยคาดว่าผลการวิจัยจะช่วยเพิ่มความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนแปลงในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ยังคงสถานะเป็นข้าราชการรวมทั้งสิ้น 387 คน แบ่งเป็นสายวิชาการ 322 คน และสายสนับสนุน 65 คน (กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ข้อมูล ณ พฤษภาคม 2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ บุคลากรที่เป็นข้าราชการจำนวน 196 คน กำหนดขนาดตัวอย่างตามตารางของ Krejcie & Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ($\alpha = 0.05$) โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Sampling) ได้แก่ ข้าราชการสายวิชาการ 163 คน และข้าราชการสายสนับสนุน 33 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ประกอบด้วย 4 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 4 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุราชการ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร



ตอนที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ แบ่งเป็น 2 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยภายใน ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน ความมั่นคงในหน้าที่การงาน อายุราชการที่เหลือ ตำแหน่ง และการยอมรับทางสังคม ปัจจัยภายนอก ได้แก่ เงินเดือน/ผลตอบแทน สิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาล เงินบำเหน็จ/บำนาญ และผลตอบแทนอื่น ๆ

ตอนที่ 3 การรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ และคำถามปลายเปิด

แบบสอบถามตอนที่ 2-4 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับตามแบบของ Likert ประกอบด้วย 5 มากที่สุด 4 มาก 3 ปานกลาง 2 น้อย 1 น้อยที่สุด ใช้การประเมินผลโดยการหาค่าเฉลี่ย แบ่งออกเป็น 5 ระดับชั้น (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ดังนี้

4.51 – 5.00	หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
3.51 – 4.50	หมายถึง	เห็นด้วยมาก
2.51 – 3.50	หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
1.51 – 2.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1.00 – 1.50	หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

ผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน มาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องแล้วเลือกข้อที่มีค่าดัชนีตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.66-1.00 และมีค่าความเชื่อมั่น Cronbach's Alpha) ทั้งฉบับเท่ากับ 0.976 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 จึงถือว่า แบบสอบถามมีความเหมาะสมสามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้ (Hair et al., 2006)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในช่วงเดือนตุลาคม - พฤศจิกายน 2567 โดยใช้แบบสอบถามจำนวน 200 ชุด เพื่อป้องกันการสูญหายและคัดแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก ผู้วิจัยชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัยให้ผู้ตอบแบบสอบถามทราบก่อนการเก็บข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุราชการ ระดับการศึกษา และประเภทบุคลากร ใช้สถิติคำนวณค่าความถี่หรือจำนวน (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ได้แก่ ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยการรับรู้ รวมถึงระดับการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

3) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Multiple Correlation Analysis) ของเพียร์สัน (Pearson's Correlation) เพื่อให้ทราบทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพ (ธำนิษฐา ศิลปจักร, 2563, หน้า 204-206)

4) การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยใช้สถิติการถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ด้วยเทคนิค Enter (ชินนันท พงษ์ประมูล และคณะ, 2563, หน้า 2-3) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาข้อมูลส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 94 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 84 คน และสายสนับสนุน 10 คน รองลงมาเป็นเพศหญิง จำนวน 94 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 68 คน และสายสนับสนุน 23 คน มีอายุราชการมากกว่า

20 ปีขึ้นไป จำนวน 161 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 134 คน และสายสนับสนุน 27 คน รองลงมาคืออายุราชการ 10-20 ปี จำนวน 31 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 25 คน และสายสนับสนุน 6 คน มีระดับการศึกษาปริญญาเอก จำนวน 106 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 105 คน และสายสนับสนุน จำนวน 1 คน รองลงมาคือระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 71 คน เป็นบุคลากรสายวิชาการ 54 คน และสายสนับสนุน 17 คน

ผลการศึกษตามวัตถุประสงค์

วัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ

ตาราง 1

ค่าเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ จำแนกเป็นรายปัจจัย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ	ระดับความคิดเห็น/การรับรู้		
	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ปัจจัยภายใน	4.26	0.55	เห็นด้วย
1. ความสำเร็จในการทำงาน	4.43	0.53	เห็นด้วย
2. ความมั่นคงในหน้าที่การงาน	4.11	0.69	เห็นด้วย
3. อายุราชการที่เหลือ	4.36	0.81	เห็นด้วย
4. ตำแหน่ง	4.17	0.84	เห็นด้วย
5. การยอมรับทางสังคม	4.25	0.74	เห็นด้วย
ปัจจัยภายนอก	4.23	0.68	เห็นด้วย
1. เงินเดือน/ผลตอบแทน	4.21	0.73	เห็นด้วย
2. สิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาล	4.31	0.77	เห็นด้วย
3. เงินบำเหน็จ/บำนาญ	4.24	0.78	เห็นด้วย
4. ผลตอบแทนอื่น ๆ	4.18	0.81	เห็นด้วย
ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ มทร. ธัญบุรี	4.03	1.00	รับรู้เรื่องนี้มาก
1. ด้านการบริหารทั่วไป	4.11	0.95	รับรู้เรื่องนี้มาก
2. ด้านการบริหารงานบุคคล	4.05	1.01	รับรู้เรื่องนี้มาก
3. ด้านงบประมาณ	3.94	1.06	รับรู้เรื่องนี้มาก
4. ด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์	4.05	1.01	รับรู้เรื่องนี้มาก
การยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ	3.77	1.31	เห็นด้วย

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับความคิดเห็นต่อ ปัจจัยภายในเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพมากที่สุดเป็นลำดับแรก อยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = 0.55) โดยปัจจัยภายในด้านความสำเร็จในการทำงานที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.43$, S.D. = 0.53) เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านอายุราชการที่เหลือ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.36$, S.D. = 0.81) การยอมรับทางสังคม ($\bar{X} = 4.25$, S.D. = 0.74) ตำแหน่ง ($\bar{X} = 4.17$, S.D. = 0.84) และด้านความมั่นคงในหน้าที่การงาน มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.69) เป็นลำดับสุดท้าย

ปัจจัยภายนอก มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.23$, S.D. = 0.68) โดยปัจจัยภายนอกด้านสิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาลที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.31$, S.D. = 0.77) เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านเงินบำเหน็จ/บำนาญ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.24$, S.D. = 0.78) เงินเดือน/ผลตอบแทน ($\bar{X} = 4.21$, S.D. = 0.73) และด้านผลตอบแทนอื่น ๆ มีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วย ($\bar{X} = 4.18$, S.D. = 0.81) เป็นลำดับสุดท้าย



ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ มทร. ธัญบุรี มีระดับการรับรู้เรื่องนี้มาก ($\bar{X} = 4.03$, S.D. = 1.00) เป็นลำดับสุดท้าย โดยปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติด้านการบริหารทั่วไปที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ มีระดับการรับรู้เรื่องนี้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = 0.95) เป็นลำดับแรก รองลงมา คือ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ มีระดับการรับรู้เรื่องนี้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.05$, S.D. = 1.01) และด้านงบประมาณมีระดับการรับรู้เรื่องนี้อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.94$, S.D. = 1.06) เป็นลำดับสุดท้าย

วัตถุประสงค์ที่ 2 ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพกับปัจจัยภายใน ปัจจัยภายนอก และปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ

ตัวแปร	การยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ	ปัจจัยภายใน	ปัจจัยภายนอก	ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ
การยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ	1			
ปัจจัยภายใน	.529*	1		
ปัจจัยภายนอก	.633*	-	1	
ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ	.724*	.-	-	1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า ทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดย ปัจจัยภายในมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ($r = 0.529$) ปัจจัยภายนอกมีความสัมพันธ์กับการยอมรับ ($r = 0.633$) ปัจจัยการรับรู้ร่าง พ.ร.บ. มีความสัมพันธ์กับการยอมรับสูงสุด ($r = 0.724$)

ตาราง 3

ผลการพยากรณ์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ปัจจัย	b	SE	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.142	.458		2.491*	.014
ปัจจัยภายใน (Xin)	.015	.154	.007	.098	.922
ปัจจัยภายนอก (Xout)	.426	.144	.230	2.958*	.003
ปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ มทร. ธัญบุรี ($X_{\text{perception}}$)	.800	.096	.605	8.291*	.000

$R = .791$, $R^2 = .626$, SEE = .783, F = 104.697, Sig. of F = .000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยภายนอกและปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ มทร. ธัญบุรี ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) = 0.626 หรือสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 62.60

สมการพยากรณ์

$$\hat{Y} = 1.142 + 0.015(X_{\text{in}}) + 0.426(X_{\text{out}}) + 0.800(X_{\text{perception}})$$

การสรุปผลและการอภิปรายผล

การศึกษาระดับความคิดเห็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ พบว่า

ปัจจัยภายใน เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐมากที่สุด โดยปัจจัยด้านความสำเร็จในการทำงานเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเป็นลำดับแรก อาจกล่าวได้ว่า ปัจจัยทั้งที่มีความเกี่ยวข้องกับความเป็นอยู่ทางสังคมทั้งในปัจจุบัน และอนาคตเมื่อต้องเกษียณอายุราชการ เมื่อบุคลากรยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพ บทบาทหน้าที่ ตำแหน่งงาน อำนาจการบริหาร อาจมีการเปลี่ยนแปลงไป ไม่เอื้ออำนวยต่อการปฏิบัติงาน อาจเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาตนเอง ในตำแหน่งหน้าที่การงาน อาจส่งผลต่อการประเมินประสิทธิภาพการทำงาน หรืออาจมีผลต่ออายุราชการที่เหลือของตนเอง ซึ่งความกังวลต่อผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นนี้เป็นผลให้การยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเป็นไปได้ยากยิ่งขึ้น ซึ่งโดยปกติแล้วมนุษย์เรามีแรงจูงใจเพื่อตอบสนองความต้องการของตนเองเป็นพื้นฐานอยู่แล้ว โดยที่มนุษย์ทุกคนต่างก็ใช้ชีวิตวนเวียนหาสิ่งต่าง ๆ มา ซึ่งต่างมีประสบการณ์เรียนรู้มาเหมือนกัน แต่จะต่างกันเฉพาะขนาดของความต้องการมากน้อยแตกต่างกันไป ด้วยเหตุนี้ จึงสรุปว่ามนุษย์ทุกคนต่างก็มีความต้องการเหมือนกัน แต่จะมีขนาดมากน้อยแตกต่างกัน ทั้งความต้องการความสำเร็จ บุคคลที่ต้องการความสำเร็จจะมีลักษณะชอบการแข่งขัน ชอบงานที่ท้าทาย ต้องการได้รับข้อมูลย้อนกลับเพื่อประเมินผลงานมีความชำนาญในการวางแผน มีความรับผิดชอบสูง บุคคลต้องการอำนาจเพื่อมีอิทธิพลเหนือผู้อื่น ต้องการเป็นผู้นำในการยอมรับ และมีความต้องการความภาคภูมิใจ รวมทั้งการมีอิทธิพลเหนือบุคคลอื่น ด้วยการทำงานที่มีประสิทธิผล (McClelland, 1961, อ้างถึงใน ธนภรณ์ พรหมฉาย, 2565) ความต้องการในการได้รับการยอมรับในความสามารถ การได้รับยกย่องชมเชย การได้เลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น รวมทั้งมีโอกาสได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมนั้น เป็นองค์ประกอบที่มนุษย์ทุกคนต้องการได้รับการตอบสนองอยู่เสมอ (Herzberg, Mausner, & Snyderman, 1959 อ้างถึงใน ธนภรณ์ พรหมฉาย, 2565) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของ พิษญา หอมหวล (2561) พบว่า การมุ่งใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในภาพรวมอยู่ในระดับมีการมุ่งใจมาก และยิ่งพบว่า การมุ่งใจในการปฏิบัติงานในด้านการได้รับการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงาน และด้านความสำเร็จในการทำงาน ส่งผลต่อความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ หากการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐนั้นส่งผลให้การตอบสนองความต้องการเหล่านี้เป็นไปได้ยากขึ้น การยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพ ก็คงเป็นไปได้ยากเช่นกัน

รองลงมาเป็นปัจจัยด้านอายุราชการที่เหลือ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิลาลักษณ์ ดุจแสงทอง (2565) พบว่าในกลุ่มบุคลากรที่มีอายุงานสูง ความมั่นคงในอาชีพมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการปฏิบัติงานสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าบุคลากรในช่วงปลายของเส้นทางอาชีพมักคำนึงถึงความมั่นคงและสิทธิประโยชน์ระยะยาวเป็นสำคัญ อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาดังกล่าวแตกต่างจากงานวิจัยบางส่วนที่พบว่าความก้าวหน้าในสายอาชีพและความสำเร็จในการทำงานยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจคงอยู่ในองค์กร จึงสะท้อนให้เห็นว่าระดับอายุราชการอาจเป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อความสำคัญของปัจจัยในการตัดสินใจแตกต่างกันในแต่ละกลุ่มบุคลากร

สำหรับ**ปัจจัยภายนอก**ที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ พบว่า ปัจจัยด้านสิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาล เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐเป็นลำดับแรก เป็นปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตความเป็นอยู่ของบุคลากรเป็นข้าราชการเป็นอย่างมาก เพราะสิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาลนั้นไม่ใช่มูลค่าเงินตราที่ได้รับ แต่เป็นเครื่องการันตีถึงความปลอดภัยของชีวิตตนเอง และการที่บุคคลรอบข้างได้รับสิทธิประโยชน์ในการรักษาพยาบาลร่วมด้วย นอกจากนี้เงินบำเหน็จ/บำนาญที่จะได้รับทั้งในตอนนี้และอนาคต ซึ่งการได้รับสิทธิประโยชน์เหล่านี้แม้จะเป็นข้าราชการเหมือนกันแต่แต่ละคนจะได้รับสิทธิประโยชน์จากราชการไม่เหมือนกัน ด้วยความแตกต่างด้านระดับการศึกษา อายุราชการ ตำแหน่งงาน มีผลให้แต่ละบุคคลได้รับสิทธิประโยชน์เหล่านี้ต่างกัน ด้วยเหตุของบุคคลตัดสินใจที่จะทำพฤติกรรมโดยเลือกจากพฤติกรรมหลายอย่าง สิ่งที่เป็นข้อมูลให้เลือก ได้แก่ ความคาดหวังในค่าของผลลัพธ์ที่ได้ภายหลังจากการแสดงพฤติกรรมนั้นไปแล้ว ความคาดหวังจึงเป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผล ในแนวทางที่เป็นไปได้ หรือเป็นความคาดหวังที่คาดการณ์ว่าต้องการจะได้ในอนาคตของบุคคล ความคาดหวังจึงเป็นสภาวะทางจิตที่บุคคลคาดคะเนล่วงหน้ากับบางสิ่งบางอย่างว่าควรจะเป็นหรือควรจะเป็นเกิดขึ้นตามความเหมาะสม (สุพจน์ ศรีสวຍ, 2562) รองลงมาคือ ด้านเงินบำเหน็จ/บำนาญ โดยปัจจัยทั้ง 2 ด้านนี้ ดังผลการวิจัยของ อมรรัตน์ ทองชุมสิน (2561) พบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย



พบว่าผู้ที่ตัดสินใจเลือกเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยภายใต้เงื่อนไขและกรอบระยะเวลา 3 ปี ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการรักษาพยาบาล เงินบำเหน็จบำนาญที่ได้รับและสิทธิประโยชน์จากกองทุนบำเหน็จข้าราชการ ทั้ง 3 ปัจจัยนี้เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศักดิ์ดา นาสองสี และศรดา สมพอง (2565) กล่าวว่า การเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยการกำกับดูแลมหาวิทยาลัยในกำกับตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษา พบว่ามหาวิทยาลัยมีความคล่องตัวในการบริหารจัดการ บุคลากรเปลี่ยนสถานภาพของข้าราชการขึ้นอยู่กับความสมัครใจ เจ้าหน้าที่หรืออาจารย์มีโอกาสเปลี่ยนสถานะเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย มีสวัสดิการได้รับการคุ้มครองและประโยชน์ตอบแทนที่เป็นมาตรฐานตามกฎหมาย

ผลการศึกษาปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ พบว่า ด้านการบริหารทั่วไป มีระดับการรับรู้เรื่องนี้อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านการบริหารงานบุคคล และด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ ลำดับสุดท้ายคือด้านงบประมาณ เนื่องจากบุคลากรยังมองไม่เห็นภาพของการบริหารงบประมาณของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐที่ชัดเจน เพราะมหาวิทยาลัยต้องดูแล ช่วยเหลือ จัดสรรและจัดหารายได้ด้วยตนเอง ซึ่งส่งผลกระทบต่อรายได้ของบุคลากรแต่ละคนด้วยเช่นกัน และยังมีผลทางอ้อมต่อการประเมินผลงาน การเลื่อนตำแหน่ง การจัดซื้อจัดจ้าง และสิทธิประโยชน์ที่ทางมหาวิทยาลัยเป็นผู้ดูแล เป็นผลกระทบจากความไม่ชัดเจนในการบริหารงบประมาณ มุมมองที่คิดว่าไม่มีปัจจัยสนับสนุนจากรัฐเหมือนแต่เดิม ทำให้บุคลากรยังเกิดความกังวลใจ ไม่เชื่อมั่นรูปแบบมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสามารถยืนยันได้จากข้อมูลการตอบแบบสอบถามที่ผู้วิจัยถามว่า "ท่านมีข้อกังวลหรือข้อสงสัยที่ยังไม่ได้การตอบสนองในประเด็นใดเพิ่มเติม" พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามยังมีความกังวลในประเด็นรายได้ของมหาวิทยาลัย "ไม่ยากให้ออกนอกกรอบ อยากให้ดูความจำเป็นส่วนรวม คิดว่ารายได้ของมหาวิทยาลัยยังไม่เพียงพอที่จะออกนอกกรอบ และคงอยู่ในสภาพของการออกนอกกรอบโดยไม่เกิดปัญหาทางสภาพทางการเงินได้", "เท่าที่ทราบ คือไม่น่าจะได้ผลตอบแทนที่คุ้มค่าในการเปลี่ยนสถานะ ซึ่งต่างจากของมหาวิทยาลัยอื่น", "การหารายได้เพื่อเลี้ยงองค์กร", "ในสถานการณ์ของ มทร.ธัญบุรี ด้านงบประมาณ/ประเมิน ITA/การบริหารมีความคลุมเครือ ไม่โปร่งใส ตามสถานการณ์ปัจจุบัน ควรจัดการให้แล้วเสร็จแล้วดำเนินการเป็น ม.ในกำกับฯ", "จะหาเงินที่ไหนมาจ่ายเงินเดือนครับ เพราะรายได้มหาวิทยาลัยก็ลดลง เพราะนักศึกษาลดลง", "ไม่ต่อสัญญาหรือไม่ขึ้นเงินเดือนเนื่องจากไม่ผ่านการประเมิน ค่าใช้จ่ายในการจัดการเรียนการสอนไม่เพียงพอเนื่องจากเด็กน้อยลง" และ "งบประมาณมีเพียงพอ หรือในการรองรับข้าราชการที่เปลี่ยนสภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัยฯ" ผลการศึกษาของ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560) ได้พบว่า มหาวิทยาลัยบางแห่งยังไม่ประสบความสำเร็จในการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยพยายามดึงคนเก่งคนดีเข้าร่วมงาน แต่ก็ยังเกิดปัญหาการไม่ได้คุณภาพระดับสูงเข้ามาเป็นอาจารย์ ทำให้การบริหารด้านบุคคลยังไม่มีประสิทธิภาพพอ ซึ่งส่วนหนึ่งมาจากการสร้างแรงจูงใจที่ยังไม่เพียงพอ การเกิดข้อขัดแย้งระหว่างบุคคลสองระบบ คือ พนักงานมหาวิทยาลัย และข้าราชการ โดยเฉพาะความเชื่อมั่นในระบบการประเมินผลงานต่าง ๆ ว่ามีความยุติธรรมหรือไม่ ประเด็นสำคัญของการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแล้วจะมีประสิทธิภาพ จึงขึ้นอยู่กับคนได้ คนที่เหมาะสม และมีความเข้าใจในเรื่องมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ โดยเฉพาะผู้บริหารระดับสูง และความต้องการขับเคลื่อน เพื่อให้เกิดความเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น โดยผลการวิจัยดังกล่าวขัดแย้งกับผลการวิจัยของ กนกวรรณ วราภรณ์วิมลชัย (2564) พบว่า โดยภาพรวมบุคลากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยมีการรับรู้ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้ามากที่สุด คือ ร้อยละ 89.95 และที่มีการรับรู้ที่น้อยที่สุด คือ ด้านการบริหารงบประมาณและทรัพย์สิน ร้อยละ 84.30 เนื่องจากบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวรให้ความสำคัญในเรื่องของสวัสดิการและความก้าวหน้า เนื่องจากบุคลากรของมหาวิทยาลัยนเรศวร ยังไม่ทราบแนวทางการบริหารงานบุคคลที่ชัดเจน โดยเฉพาะเรื่องเงินเดือนและผลประโยชน์ของพนักงานมหาวิทยาลัย และการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากรให้มีความยุติธรรม โปร่งใสและตรวจสอบได้เป็นอย่างไร อีกทั้งบุคลากรยังต้องการทราบข้อมูลเพิ่มเติมในเรื่องดังกล่าวด้วย ซึ่งถือเป็นเรื่องของผลประโยชน์ที่ใกล้ตัวที่สุด เป็นการสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานในเรื่องของการประเมินผลงาน อันจะนำไปสู่ความมั่นคงและความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานในอนาคต รวมทั้งมหาวิทยาลัยควรจัดสวัสดิการหรือประโยชน์เกื้อกูลจะเป็นสิ่งกระตุ้นในการทำงานหรือสิ่งสนองตอบความต้องการขั้นพื้นฐานของมนุษย์ให้มีความรู้สึกสมหวังในสิ่งที่ต้องการที่ดีให้กับชีวิต และการพัฒนาคุณภาพชีวิตให้พร้อมที่จะปฏิบัติงานในอนาคตได้อย่างเต็มกำลังความสามารถและเป็นไปตามสมรรถนะของบุคลากรของมหาวิทยาลัยต่อไป

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ

ผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยภายนอกและปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ ส่งผลต่อการยอมรับ โดยปัจจัยภายนอกนั้น บุคลากรมีความเห็นเกี่ยวกับสิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาล ซึ่งมีผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพ สิทธิประโยชน์ที่จะได้รับนั้นอาจไม่เป็นไปตามความต้องการ หรืออาจไม่เหมาะสมกับตำแหน่งงานหรือภาระหน้าที่ รวมทั้งประเด็นของเงินบำเหน็จ/บำนาญที่ส่งผลต่อการยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพของบุคลากรด้วยเช่นกัน ทั้งในเรื่องของจำนวนเงินบำเหน็จ/บำนาญ เกณฑ์การพิจารณาเงินบำเหน็จ/บำนาญ การคำนวณเงินบำเหน็จ/บำนาญที่อาจมีผลต่ออนาคตเมื่อต้องเกษียณอายุ ส่วนปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี บุคลากรมีความเห็นเกี่ยวกับการบริหารทั่วไป โดยเฉพาะเป้าหมายของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เพื่อให้มหาวิทยาลัยกำกับดูแลตนเองโดยอิสระมากขึ้น มีลักษณะการดำเนินการจะเป็นนิติบุคคลภายใต้การกำกับดูแลของรัฐ มีสถานภาพเป็นหน่วยงานของรัฐที่ไม่เป็นส่วนราชการและไม่เป็นรัฐวิสาหกิจ สภามหาวิทยาลัยสามารถกำหนดระเบียบข้อบังคับในการบริหารจัดการภายใต้ พรบ. ของมหาวิทยาลัยได้ เป็นต้น ประเด็นที่บุคลากรมีระดับการรับรู้อยู่ในระดับมาก แต่ยังคงมีข้อกังวลจากมุมมองส่วนตัวที่เห็นว่ามหาวิทยาลัยยังไม่มีความพร้อมในการบริหารจัดการด้วยตนเอง การสรรหารายได้ด้วยตนเอง สอดคล้องกับสุรชัย แต่ผู้เจริญ (2565) ที่พบว่าปัจจัยภายนอกด้านเงินเดือน/ผลตอบแทน ด้านสิทธิประโยชน์การรักษาพยาบาล ด้านเงินบำเหน็จ/บำนาญ ส่งผลต่อการยอมรับในการเปลี่ยนสถานภาพ ส่วนอมรรรัตน์ ทองชุมสิน (2561) พบว่าปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย ได้แก่ สิทธิประโยชน์ที่ได้รับจากการรักษาพยาบาล เงินบำเหน็จบำนาญที่ได้รับ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดต่อการตัดสินใจ สำหรับปัจจัยการรับรู้ร่างพระราชบัญญัติ ซึ่งกนกวรรณ วราภรณ์วิมลชัย (2564) พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่มีการรับรู้ต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐอยู่ในระดับดีทุกด้าน โดยมีการรับรู้ด้านสวัสดิการและความก้าวหน้ามากที่สุด

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัย

- 1) ผู้บริหารควรจัดสรรงบประมาณ และจัดโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน ไม่ซับซ้อน สามารถดำเนินงานต่าง ๆ ได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว ส่งเสริมการปฏิบัติงานให้ประสบความสำเร็จเพิ่มมากขึ้น รวมถึงการสร้างแรงจูงใจจากสิทธิประโยชน์อื่น ๆ และผลตอบแทนอื่น ๆ อย่างเหมาะสม
- 2) ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากรและยกระดับคุณภาพการทำงานของบุคลากรอย่างจริงจัง โดยการพิจารณาการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างยุติธรรม โปร่งใส ตรวจสอบได้ มีการกำหนดเกณฑ์การประเมินอันเป็นที่ยอมรับ จัดให้มีคณะกรรมการทำหน้าที่ช่วยเหลือ ดูแล ให้คำแนะนำกับบุคลากรที่ต้องการพัฒนาตนเอง การขอตำแหน่งทางวิชาการในระดับต่าง ๆ รวมถึงการดำเนินงานต่าง ๆ ของหน่วยงาน เพื่อให้จูงใจให้บุคลากรที่มีความสามารถ มีความชำนาญคงอยู่กับมหาวิทยาลัยต่อไป
- 3) ควรมีการประชาสัมพันธ์ชี้แจง ความคืบหน้าและรายละเอียดสิทธิประโยชน์ที่จะได้รับแก่บุคลากรอย่างทั่วถึงและสม่ำเสมอ เพื่อแสดงให้เห็นว่าแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงครั้งนี้มีผลไปในทางบวก และช่วยจูงใจให้บุคลากรยอมรับการเปลี่ยนสถานภาพของตนได้ง่ายยิ่งขึ้น
- 4) ควรมีการวางระบบติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการปรับโครงสร้างการบริหารงานที่ชัดเจน ทุกหน่วยงานหรือฝ่ายงานมีส่วนร่วมในการกำหนดโครงสร้างการบริหารงานภายในหน่วยงานของตน และสามารถประเมินผลแบบข้ามหน่วยงานหรือการประเมินผลอย่างหลากหลาย เพื่อช่วยพิจารณาถึงข้อเด่นและข้อด้อยจากหน่วยงานอื่น ที่ไม่ได้มีส่วนได้เสียกับโครงสร้างการบริหารงานดังกล่าว
- 5) ควรเปิดโอกาสให้บุคลากรแต่ละส่วนงาน มีส่วนร่วมในการกำหนดตำแหน่งงาน อำนาจหน้าที่ ผลตอบแทน และสิทธิประโยชน์ ในพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- 6) ควรมีการตราข้อบังคับที่ชัดเจน โดยมีองค์กรบริหารงานบุคคลที่มีบุคลากรผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเข้ามามีส่วนร่วม มีกลไกการพิจารณาต่าง ๆ อย่างยุติธรรม มีช่องทางการร้องทุกข์ อุทธรณ์ ยึดหลักการบริหารในระบบคุณธรรม มีที่พึ่งได้รับ



ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1) ขยายขอบเขตการศึกษา ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลแห่งอื่น ๆ หรือมหาวิทยาลัยที่อยู่ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านไปเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสามารถนำไปใช้อ้างอิงได้กว้างขวางขึ้น

2) เชิงคุณภาพ ควรนำปัจจัยที่มีอิทธิพลสูง โดยเฉพาะปัจจัยการรับรู้ร่าง พ.ร.บ. ไปศึกษาเชิงลึกด้วยวิธีการสัมภาษณ์หรือการสนทนากลุ่ม เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอุปสรรคและแนวทางการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

- กนกกาญจน์ เสน่ห์นมะหุต. (2561). การวิเคราะห์การยอมรับการใช้บริการธนาคารดิจิทัลโดยใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม. *วารสารพฤติกรรมศาสตร์ สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 24(2), 44-64.
- กนกวรรณ วราภรณ์วิลชัย. (2564). การรับรู้และความคิดเห็นต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐของบุคลากรมหาวิทยาลัยนเรศวร. *วารสารวิจัย มช. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (ฉบับบัณฑิตศึกษา)*, 9(2), 25-36.
- กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2562). *รายงานสรุปผลการรับฟังความคิดเห็นประกอบการพิจารณาร่างพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี พ.ศ. 2562*. กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- กองบริหารงานบุคคล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2567). *จำนวนบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี*. <https://www.ped.rmUTT.ac.th/>
- ชนินันท์ พงษ์ประมุข, นฤธิศา เจริญตะคุ และสวีสวดี ศรีสุทธียาก. (2563). ประสิทธิภาพของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สเปียร์แมน และเคนดอลล์ เมื่อข้อมูลแจกแจงแบบไม่ปกติ. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา*, 15(2), 1-16.
- ชารินทร์ เกษร. (2566). *ความก้าวหน้าในอาชีพของสายสนับสนุนในสถาบันอุดมศึกษาในกำกับของรัฐ : กรณีศึกษาบุคลากรสายสนับสนุนของสถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ณัฐกฤตา นันดา. (2567). *แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของข้าราชการสังกัดกรมการปกครอง จังหวัดนนทบุรี*. [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนภรณ์ พรหมฉาย. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2563). *การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS: เล่มเดียวที่รวมตั้งแต่พื้นฐานไปจนถึงขั้นสูงสุด* (พิมพ์ครั้งที่ 18). สำนักพิมพ์บิสซิเนสอาร์แอนด์ดี.
- นภสร อินสมตัว. (2560). ความคาดหวังในคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน เมื่อเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐบาล. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี*, 28(3), 136-147.
- นฤมล เตียวไพบูลย์. (2565). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานมหาวิทยาลัยสายปฏิบัติการ กรณีศึกษาจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น*, 19(1), 124-137.
- นิตา เขียวพุ่มพวง. (2565). *ความพึงพอใจของบุคลากรที่มีต่อการปฏิบัติงานหลังออกนอกระบบราชการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยมหิดล*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

- นุชนาถ พันธราษฎร์, จุไรรัตน์ ศิริมั่งมุล, ณัฐณา ขำศิริ และภารดี อนุสุเรนทร์. (2565). **การศึกษาปัจจัยและแนวทางการประชาสัมพันธ์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกเข้าศึกษาในมหาวิทยาลัยขอนแก่น ระดับปริญญาตรีรอบ 2 (โควตาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) ปีการศึกษา 2565**. สำนักบริหารและพัฒนาวิชาการ มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- บรรจบ ภิรมย์คำ, สุมิตร สุวรรณ, จริญญา มาติลโกวิท, พิษญาภา ยืนยาว, วิไลลักษณ์ สร้อยศิริ, กุลธิดา นกุลธรรม, อีรศักดิ์ สร้อยศิริ และสุธารัตน์ ขาวนาฟาง. (2560). **แนวทางปฏิบัติที่ดีและข้อเสนอเชิงนโยบายระบบการบริหารจัดการมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ**. สำนักงานคณะกรรมการการวิจัยแห่งชาติ.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). **การวิจัยเบื้องต้น** (พิมพ์ครั้งที่ 10). สุวีริยาสาส์น.
- พิชญา หอมหวล. (2561). ความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐต่อการเป็นมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ. **วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร**, 38(5), 80-98.
- ไพลิน เจาะขาว. (2565). **ความตั้งใจของผู้ของข้าราชการเจเนอเรชันวายกรมสรรพากร: บทบาทของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในฐานะตัวแปรส่งผ่าน**. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิลาลักษณ์ ดุจแสงทอง. (2565). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรในสำนักการสาธารณสุขเทศบาลนครหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา**. [สารนิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ศักดิ์ดา นาสองสี และศรดา สมพอง. (2565). การปรับโครงสร้างมหาวิทยาลัยภาครัฐกับความเปลี่ยนแปลงตามพระราชบัญญัติมหาวิทยาลัยสวนดุสิตพ.ศ. 2558. **วารสารชุมชนวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา**, 16(4), 176-186.
- สุพจน์ ศรีสว. (2562). **ความคาดหวังของประชาชนต่อการปฏิบัติงานของกำนัน ผู้ใหญ่บ้านในเขตตำบลปากกรรณ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา**. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- สุรัชย์ แต่ผู้เจริญ. (2565). **การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการพลเรือนในสถาบันอุดมศึกษาเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษากลุ่มข้าราชการสายวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี**. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2558). **ความเป็นมาของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ: อดีตถึงปัจจุบัน**. <http://www.mua.go.th/>
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). **ประสิทธิภาพและการบริหารจัดการของมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐ**. บริษัท พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.
- อมรรัตน์ ทองชุมสิน. (2561). **กระบวนการตัดสินใจเปลี่ยนสถานภาพจากข้าราชการเป็นพนักงานมหาวิทยาลัย: กรณีศึกษา มหาวิทยาลัยเชียงใหม่**. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- Hair, J., Black, W., Babin, B., Anderson, R., & Tatham, R. (2006). **Multivariate Data Analysis** (6th Edition). Pearson Prentice Hall, Upper Saddle River.



ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภค
ขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี
ทัตพิชา หฤทัยวรกุล¹ อัจฉิรา ทิวะสิงห์^{2*}

Structural Model of Sensory Perception, Cultural Value, and Repurchase
Intention toward Traditional Thai Desserts among Generation Z

Tatpicha Harutaivorakul¹ Atchira Tiwasing^{2*}

Received 30/04/2026 Revised 29/06/2026 Accepted 06/07/2026

<https://doi.org/10.60101/jla.2026.7.1.11167>

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่มเจนเอเรชั่นซี (Generation Z: Gen Z) แม้ว่าการตลาดทางประสาทสัมผัสและการวิจัยประสบการณ์ผู้บริโภคยังคงได้รับความสนใจอย่างต่อเนื่อง แต่ก็มีข้อจำกัดในการอธิบายคุณค่าทางวัฒนธรรมในฐานะกลไกที่เชื่อมโยงประสบการณ์การบริโภคและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ โดยเฉพาะในบริบทของขนมไทยดั้งเดิมและผู้บริโภคเจนเอเรชั่น Z งานวิจัยนี้จึงเสนอแบบจำลองสมการโครงสร้างเพื่ออธิบายความสัมพันธ์เหล่านี้ในบริบทของอาหารมรดกทางวัฒนธรรมของประเทศไทย กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z จำนวน 478 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามออนไลน์ที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการรับรู้ทางประสาทสัมผัสในด้านรูปลักษณ์และสีมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านรสชาติและกลิ่น ตามลำดับ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า 1) การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (SP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta = 0.92, p < 0.01$) 2) ประสบการณ์ในการบริโภค (CEP) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) ($\beta = 0.32, p < 0.01$) และ 3) คุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) มีอิทธิพลทางตรงเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) ($\beta = 0.80, p < 0.01$) การวิจัยชี้ให้เห็นว่า การสร้างประสบการณ์ผ่านประสาทสัมผัสที่โดดเด่นทั้งรูป รส และกลิ่น เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยยกระดับการรับรู้คุณค่าทางมรดกวัฒนธรรมในใจของผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อความยั่งยืนในการอนุรักษ์และการตัดสินใจกลับมาบริโภคขนมไทยโบราณซ้ำอย่างต่อเนื่องในอนาคต

คำสำคัญ: การรับรู้ทางประสาทสัมผัส, ขนมไทยโบราณ, คุณค่าทางวัฒนธรรม, กลุ่มเจนเอเรชั่นซี, พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ

Abstract

The objectives of this research were to study the structural relationship of factors influencing the experiential perception of traditional Thai dessert consumption and its impact on cultural value and repurchase intention among Generation Z (Gen Z). The sample consisted of 478 Gen Z consumers. The data

^{1,2} สาขาวิชาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

Department of Tourism and Hospitality, Faculty of Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Thanyaburi

E-mail: ¹tatpicha_p@rmutt.ac.th ²atchira_t@rmutt.ac.th

* Corresponding author e-mail: atchira_t@rmutt.ac.th

collection instrument was an online questionnaire that was validated for content validity using the Index of Item-Objective Congruence (IOC). The research findings revealed that the majority of the sample prioritized sensory perception in terms of appearance and color, followed by taste and aroma, respectively. Hypothesis testing demonstrated that: 1) Sensory Perception (SP) had a significant positive direct influence on Cultural Value (CV) ($\beta = 0.92$, $p < 0.01$); 2) Consumption Experience (CEP) had a significant positive direct influence on Cultural Value (CV) ($\beta = 0.32$, $p < 0.01$); and 3) Cultural Value (CV) had a significant positive direct influence on Repurchase Intention (RIT) ($\beta = 0.80$, $p < 0.01$). The conclusions of this study indicate that creating distinctive multisensory experiences—encompassing sight, taste, and smell—is a crucial factor in enhancing the perception of cultural heritage value among modern consumers. This directly contributes to the sustainability of cultural preservation and the continuous decision to repurchase traditional Thai desserts in the future.

Keywords: sensory perception, traditional Thai desserts, cultural value, Generation Z, repurchase intention

บทนำ

ขนมไทยโบราณถือเป็นมรดกทางภูมิปัญญาที่สะท้อนเอกลักษณ์ วิถีชีวิต และความหลากหลายทางวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่น โดยมีพัฒนาการทางประวัติศาสตร์ที่น่าสนใจ รวมถึงได้รับอิทธิพลจากต่างประเทศ เช่น โปรตุเกส ก่อนจะถูกปรับปรุงยุคทำให้สอดคล้องกับรสนิยมและบริบทของสังคมไทย ขนมไทยมิได้เป็นเพียงอาหารหวานที่นิยมรับประทานหลังมื้ออาหารเท่านั้น แต่ยังสามารถจำแนกได้หลายลักษณะทั้งตามส่วนผสมหลัก วิธีการปรุง และการนำไปใช้ในพิธีกรรมหรือวาระสำคัญต่าง ๆ อีกทั้งยังสะท้อนความเจริญรุ่งเรือง การหลอมรวมทางวัฒนธรรม และความผูกพันกับจารีตประเพณีของชาติไทย (UNESCO, 2003) ในปัจจุบัน รัฐบาลไทยได้กำหนดให้อาหารเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ภายใต้นโยบาย “Soft Power” เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศในระดับสากล โดยเฉพาะภายใต้กรอบยุทธศาสตร์ของคณะกรรมการพัฒนาซอฟต์แวร์แห่งชาติ ซึ่งกำหนดให้ “อาหาร” เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจวัฒนธรรมไทย ตลอดจนเพิ่มขีดความสามารถด้านการแข่งขัน การท่องเที่ยว และการส่งออก (กรมประชาสัมพันธ์, 2566, 2567)

อย่างไรก็ตาม แม้การส่งเสริมอาหารไทยในฐานะทุนทางวัฒนธรรมจะมีความก้าวหน้าในระดับนโยบายและเศรษฐกิจมหภาค แต่ขนมไทยโบราณยังคงเผชิญความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงของระบบบริโภคสมัยใหม่ โดยเฉพาะกระแสโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมบริโภคนิยมที่ทำให้พฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว Hawkes (2006) อธิบายว่า โลกาภิวัตน์มีผลต่อระบบอาหารผ่านกลไกหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นการค้า การลงทุนของธุรกิจอาหาร การขยายตัวของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ รวมถึงการโฆษณาและการส่งเสริมการตลาดอาหารในระดับโลก ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อประเภทของอาหารที่เข้าสู่ตลาด ราคา ความสะดวกในการเข้าถึง และภาพลักษณ์ความน่าบริโภคของอาหารในสายตาผู้บริโภค ขณะเดียวกัน Kelly et al. (2015) ชี้ให้เห็นว่า ในบริบทของประเทศไทย การขยายตัวของซูเปอร์มาร์เก็ต ไฮเปอร์มาร์เก็ต และร้านสะดวกซื้อสัมพันธ์กับวิถีชีวิตแบบเมือง ความต้องการความสะดวก และความสนใจต่ออาหารและไลฟ์สไตล์แบบตะวันตก ส่งผลให้อาหารพื้นถิ่นและรูปแบบการบริโภคแบบดั้งเดิมต้องเผชิญการแข่งขันกับระบบอาหารสมัยใหม่มากขึ้น นอกจากนี้ Seubsman et al. (2009) พบว่า การบริโภคฟาสต์ฟู้ดของเยาวชนไทยได้รับอิทธิพลจากภาพลักษณ์ความทันสมัย กิจกรรมทางสังคม การตลาด ความสะดวก ความรวดเร็ว และรสชาติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าอาหารสมัยใหม่สามารถสร้างแรงดึงดูดต่อผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างชัดเจน ด้วยเหตุนี้ ขนมไทยโบราณจึงมีความเสี่ยงที่จะถูกลดบทบาทในชีวิตประจำวัน หากไม่สามารถปรับภาพลักษณ์ วิธีการนำเสนอ และประสบการณ์การบริโภคให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่ได้อย่างเหมาะสม

นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค โดยเฉพาะกลุ่ม Gen Z ซึ่งเติบโตในยุคดิจิทัล ส่งผลให้รูปแบบการบริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวก ประสบการณ์ และความแปลกใหม่มากกว่าคุณค่าดั้งเดิม (Djafarova & Bowes, 2021) ผลการสำรวจของกรมส่งเสริมวัฒนธรรม (2564) ยังสะท้อนว่า การบริโภคขนมไทยในกลุ่มเยาวชนและคนรุ่นใหม่มีแนวโน้ม



ลดลง ขณะที่การเลือกบริโภคขนมต่างชาติและขนมร่วมสมัยเพิ่มขึ้น อันแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลของโลกาภิวัตน์และวัฒนธรรมป๊อปที่เข้ามามีบทบาทต่อพฤติกรรมผู้บริโภคมากขึ้น เมื่อพิจารณาในเชิงทฤษฎี พฤติกรรมผู้บริโภคไม่ได้ขึ้นอยู่กับรสชาติเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับประสบการณ์เชิงประสาทสัมผัส (Sensory Experience) ซึ่งมีบทบาทต่อการรับรู้คุณค่าการตอบสนองทางอารมณ์ และการสร้างความทรงจำของผู้บริโภค (Krishna, 2012; Spence, 2020) งานวิจัยร่วมสมัยยังชี้ว่าประสบการณ์แบบหลายประสาทสัมผัสสามารถเสริมสร้างความพึงพอใจ ความผูกพันกับผลิตภัณฑ์ และความตั้งใจกลับมาบริโภคซ้ำได้ (Biswas et al., 2017; Velasco & Spence, 2022) โดยเฉพาะในกลุ่ม Gen Z ที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์ความแปลกใหม่ การมีส่วนร่วมทางอารมณ์ และองค์ประกอบที่สามารถถ่ายทอดผ่านสื่อสังคมออนไลน์ได้ (Djafarova & Bowes, 2021; Wiedmann et al., 2022) นอกจากนี้ Petit et al. (2019) ยังอธิบายว่า องค์ประกอบด้านภาพ กลิ่น และสัมผัสมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์ของแบรนด์ และสามารถเชื่อมโยงไปสู่คุณค่าทางจิตวิทยาและพฤติกรรมผู้บริโภคในระยะยาว

การศึกษานี้ใช้ทฤษฎีสิ่งเร้า-สิ่งมีชีวิต-การตอบสนอง (S-O-R Theory) ของ Mehrabian & Russell (1974) เป็นกรอบในการอธิบายพฤติกรรมผู้บริโภค โดยทฤษฎีนี้มองว่า สิ่งเร้า (Stimulus) ส่งผลกระทบต่อกระบวนการรับรู้และประเมินผลภายในของบุคคล (Organism) ก่อนนำไปสู่การตอบสนองเชิงพฤติกรรม (Response) ในบริบทของขนมไทยโบราณ การรับรู้ทางประสาทสัมผัสและประสบการณ์การบริโภคถือเป็นสิ่งเร้าที่ผู้บริโภคได้รับผ่านรูปลักษณ์ รสชาติ กลิ่น เนื้อสัมผัส และประสบการณ์โดยรวม ส่วนการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นกระบวนการตีความภายในของผู้บริโภค และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำเป็นการตอบสนองที่เกิดขึ้นภายหลังการรับรู้คุณค่านั้น ทฤษฎี S-O-R จึงช่วยอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ประสบการณ์การบริโภค คุณค่าทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำได้อย่างเป็นระบบ โดยชี้ให้เห็นว่าคุณค่าทางวัฒนธรรมมีบทบาทเชื่อมโยงระหว่างประสบการณ์การบริโภคกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเจนเนอเรชันซี แม้งานของ Krishna (2012), Spence (2017) และ Hultén (2020) จะเน้นบทบาทของการรับรู้หลายประสาทสัมผัสต่อการประเมินคุณค่าของผู้บริโภค แต่งานส่วนใหญ่ยังอยู่ในบริบทผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์และแบรนด์สมัยใหม่ การศึกษานี้จึงขยายมุมมองดังกล่าวมาสู่ผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าทางวัฒนธรรม โดยเฉพาะขนมไทยโบราณ

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยพัฒนาโมเดลสมการโครงสร้างเพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างการรับรู้ทางประสาทสัมผัส ประสบการณ์ในการบริโภค การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ ในบริบทของขนมไทยโบราณในกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ซึ่งจะช่วยขยายองค์ความรู้ทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงประยุกต์เกี่ยวกับบทบาทของประสบการณ์และคุณค่าทางวัฒนธรรมในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประสบการณ์ในการบริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม
3. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่มเจนเนอเรชันซี

สมมติฐานการวิจัย

- H1: การรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม
- H2: ประสบการณ์ในการบริโภคมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม
- H3: การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (Sensory Perception)

การรับรู้ประสาทสัมผัส (Sensory Perception) จัดเป็นกระบวนการทางจิตวิทยาขั้นพื้นฐานที่สำคัญ เมื่อมีสิ่งเร้าจากภายนอกมากระตุ้นและส่งผ่านไปยังสมองจะทำให้กระบวนการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสเกิดขึ้น หากกล่าวถึงการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสกับขนมไทยโบราณ จะไม่สามารถพิจารณาการรับรู้รสชาติเพียงอย่างเดียวได้ เนื่องจากขนมไทยโบราณมีความซับซ้อนและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวซึ่งเป็นการสะท้อนถึงความประณีตศิลป์ในอาหารไทย โดย Spence (2017) ระบุว่าไม่สามารถที่จะแยกส่วนตามอวัยวะสัมผัสได้ แต่จะเป็นการทำงานแบบบูรณาการรับรู้หลายประสาทสัมผัส (Multisensory Integration) หมายความว่า ประสาทสัมผัสทุกส่วนจะทำงานประสานกันเพื่อสร้างประสบการณ์ในการบริโภคที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แนวคิดการตลาดเชิงประสาทสัมผัส (Sensory Marketing) ซึ่งให้เห็นว่าการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสทั้งห้าเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลต่ออารมณ์ การจดจำ และการประเมินคุณค่าของผู้บริโภค (Hultén, 2020) เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Piqueras-Fiszman and Spence (2015) ได้กล่าวถึงการรับรู้ทางด้านรูปลักษณ์และสีสันทัน ซึ่งชี้ว่าการรับรู้ทางสายตาเป็นจุดเริ่มต้นของประสบการณ์ เนื่องจากรูปลักษณ์และสีสันทันมีอิทธิพลต่อความคาดหวังด้านรสชาติและคุณภาพของอาหารอย่างมีนัยสำคัญ

ประเด็นดังกล่าวมีความสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z ที่ให้ความสำคัญอย่างยิ่งกับการประเมินคุณภาพผ่านสุนทรียภาพหรือความน่าดึงดูดทางด้านสายตา (Visual Aesthetics) โดยใช้ภาพลักษณ์ที่พบเห็นเป็นเกณฑ์ในการตัดสินใจการบริโภคสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ ผู้บริโภคกลุ่มนี้มักประเมินคุณค่าของอาหารผ่านภาพลักษณ์และความสามารถในการนำเสนอผ่านสื่อสังคมออนไลน์หรือที่เรียกว่า “Instagrammability” ซึ่งกลายเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์การบริโภคในยุคปัจจุบัน (Djafarova & Bowes, 2021; Wiedmann et al., 2022) เมื่อเข้าสู่กระบวนการบริโภคจริง รสชาติและกลิ่นจะทำหน้าที่เป็นตัวแปรที่สำคัญในการยืนยันการรับรู้เชิงบวกของผู้บริโภค หากรสชาติและกลิ่นมีความสอดคล้องกับรูปลักษณ์ที่รับรู้ในตอนแรก จะส่งผลให้เกิดการบันทึกข้อมูลเข้าสู่ระบบความจำระยะยาวและความทรงจำเชิงประสบการณ์ระยะยาว ต่อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมนั้น ในทางเดียวกันงานวิจัยของ Krishna (2012) ระบุว่าองค์ประกอบด้านประสาทสัมผัสเชิงกายภาพที่ผู้บริโภคสามารถสัมผัสได้ถือเป็นกระบวนการรับรู้ และประเมินค่าที่สำคัญในการสื่อสารเอกลักษณ์รวมทั้งคุณภาพของอาหารในระดับจิตใต้สำนึก โดยเฉพาะองค์ประกอบด้านเนื้อสัมผัสของขนมไทย เช่น ความเหนียวนุ่ม หรือความละเอียดละไม ซึ่งถือเป็นเครื่องชี้วัดเชิงประจักษ์ที่สะท้อนถึงความประณีตและทักษะภูมิปัญญาเชิงช่างของกระบวนการผลิตแบบดั้งเดิมที่อาศัยความเชี่ยวชาญระดับสูง (Krishna, 2012; Spence, 2017)

ดังนั้น หากกระบวนการการรับรู้ผ่านประสาทสัมผัสของบุคคลอยู่ในเกณฑ์การรับรู้ระดับสูงทั้งด้านรูป รส กลิ่น และสัมผัส ย่อมส่งผลโดยตรงต่อกระบวนการประเมินคุณค่า (Value Assessment) ในระดับที่สูงขึ้น และมากไปกว่านั้นคือการนำไปสู่การสร้างทัศนคติเชิงบวกในระยะยาว ซึ่งนับว่าเป็นรากฐานการสร้างความผูกพันระหว่างผู้บริโภคและมรดกทางวัฒนธรรมทางด้านอาหารให้คงอยู่อย่างยั่งยืน (Velasco & Spence, 2022; Biswas et al., 2021) จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า แม้ว่างานวิจัยส่วนใหญ่จะเห็นพ้องกันว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสเป็นองค์ประกอบสำคัญของการประเมินมูลค่าและความตั้งใจในการซื้อซ้ำ แต่ก็ยังมีความแตกต่างในมิติที่ศึกษา งานส่วนใหญ่เน้นไปที่อาหารเชิงพาณิชย์ ร้านอาหาร หรือผลิตภัณฑ์ที่มีแบรนด์ด์ และการศึกษาที่เชื่อมโยงการรับรู้ทางประสาทสัมผัสกับคุณค่าทางวัฒนธรรมของอาหารมรดกยังมีจำกัด ดังนั้นจึงยังไม่ชัดเจนว่าประสบการณ์ทางประสาทสัมผัสสามารถแปลงเป็นความรู้สึกของคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างไร

ประสบการณ์ผู้บริโภค (Consumer Experience)

ประสบการณ์การบริโภคอาหารไม่ได้จำกัดเพียงแค่พฤติกรรมซื้อและการใช้งานผลิตภัณฑ์ในด้านประโยชน์ใช้สอยเท่านั้น แต่ยังเป็นปัจจัยเชิงกระบวนการที่มีความซับซ้อน โดยเกิดจากการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริโภคและผลิตภัณฑ์ นอกจากนี้ ประสบการณ์นับว่าเป็นผลรวมทางด้านความรู้สึก ด้านการรับรู้และการตอบสนองทางอารมณ์ที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้อยู่ตลอดเวลา (Schmitt, 1999) ซึ่งประสบการณ์เหล่านี้จะส่งผ่านประสาทสัมผัสและสถานะจิตใจของผู้บริโภคในช่วงเวลานั้น ตามแนวคิดของ Schmitt (1999) เกี่ยวกับ Strategic Experiential Modules (SEMs) ประสบการณ์ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ (Sense) ความรู้สึก (Feel) การคิด (Think) การกระทำ (Act) และความสัมพันธ์ (Relate) สำหรับขนมไทยโบราณ การสร้างประสบการณ์หรือความผูกพันทางวัฒนธรรมเป็นสิ่งที่ท้าทายสำหรับกลุ่ม Gen Z เนื่องจากผู้บริโภคกลุ่มดังกล่าวต้องการบริโภคสิ่งที่สะท้อนถึงตัวตนและค่านิยมของตนเอง (Value-based Consumption)



ในขณะที่ Slack et al. (2020) แสดงให้เห็นถึงประเด็นที่มีความสำคัญเกี่ยวกับกลุ่มผลิตภัณฑ์อาหารพื้นถิ่นและขนมไทยโบราณว่าประสบการณ์ในการบริโภคเกี่ยวข้องกับเรื่องราว (Storytelling) และการมีส่วนร่วมทางอารมณ์ (Emotional Engagement) ทั้ง 2 ประเด็นมีบทบาทสำคัญในการยกระดับความพึงพอใจของผู้บริโภค เนื่องจากผู้บริโภคไม่เพียงแต่ได้รับประสบการณ์ในการรับรสชาติของอาหารพื้นถิ่นและขนมไทยเท่านั้นแต่ยังได้รับรู้ถึงคุณค่าอีกทั้งความละเอียดละไมที่แฝงอยู่ ประเด็นดังกล่าวยังสอดคล้องกับแนวความคิดของ Richards (2021) กล่าวว่าประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์สามารถเชื่อมโยงกับมิติด้านการให้ความรู้ทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าใจถึงที่มาของวัตถุดิบและกรรมวิธีในการประกอบอาหาร นำไปสู่ความประทับใจในมรดกทางวัฒนธรรมอย่างเป็นรูปธรรม การท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์และการบริโภควัฒนธรรมต้องอาศัยประสบการณ์ร่วม (Co-creation Experience) หมายถึง การที่ผู้บริโภคได้เห็นหรือมีส่วนร่วมในกระบวนการผลิต เช่น การชมการทำขนมสดใหม่หรือการได้รับรู้เรื่องราวเบื้องหลังของคนทำขนม ซึ่งจะช่วยเพิ่มระดับความลุ่มลึกของประสบการณ์ได้มากกว่าการซื้อจากห้างจำหน่ายทั่วไป

นอกจากนี้ ประสบการณ์ที่เหล่านี้อย่างทำหน้าที่เป็นรากฐานสำคัญที่ส่งผลต่อกระบวนการตีความทางด้านคุณค่าในมิติต่างๆ ของผู้บริโภค (Velasco & Spence, 2022) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้บริโภครุ่นใหม่หรือกลุ่ม Gen Z ซึ่งมีพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปจากเดิม คนกลุ่มนี้มักแสวงหา “ความหมาย” (Meaningful Consumption) และคุณค่าทางจิตใจจากการบริโภคมากกว่าเพียงแค่คุณประโยชน์ทางกายภาพ (Physical Benefits) ประสบการณ์ในการบริโภคที่มีความหมายจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ผลิตภัณฑ์ขนมไทยโบราณสามารถสร้างความแตกต่างและครองใจผู้บริโภคในระยะยาวได้

การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม (Perceived Cultural Value)

การรับรู้ทางวัฒนธรรมมีรากฐานที่สำคัญ คือ ทุนทางวัฒนธรรม (Cultural Capital) แนวคิดทุนทางวัฒนธรรมได้รับการพัฒนาโดย Bourdieu (1986) ซึ่งอธิบายว่า ทุนทางวัฒนธรรมไม่ได้จำกัดอยู่เพียงทรัพย์สินทางเศรษฐกิจ แต่ครอบคลุมถึงความรู้ ความสามารถ รสนิยม และสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่ส่งผลต่อสถานะและโอกาสในสังคม ทั้งนี้ Throsby (2001) ได้กล่าวว่าคุณค่าของวัตถุหรือมรดกทางวัฒนธรรมมีความแตกต่างจากสินค้าและผลิตภัณฑ์ทั่วไป เนื่องจากมรดกทางวัฒนธรรมประกอบไปด้วยมิติด้านสุนทรียภาพและมิติด้านประวัติศาสตร์ที่มีรากฐานที่สั่งสมมาอย่างยาวนาน โดยเฉพาะในบริบทขนมไทยโบราณคุณค่าทางประวัติศาสตร์และมรดกที่แฝงอยู่ในตัวผลิตภัณฑ์ถือเป็นองค์ประกอบหลักที่สะท้อนถึงภูมิปัญญาและการถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ในทางเดียวกันกับแนวคิดของ UNESCO (2003) ในมิติของมรดกที่มีชีวิต (Living Heritage) ที่มุ่งเน้นการรักษาและธำรงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ดั้งเดิมให้สามารถดำรงอยู่ได้อย่างมีความหมายในบริบทของสังคมปัจจุบัน การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมยังเชื่อมโยงกับทฤษฎีความแท้จริง (Authenticity Theory) ซึ่งการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมยังเชื่อมโยงกับแนวคิดเกี่ยวกับคุณค่าทางมรดกและความหมายเชิงสังคมของวัฒนธรรม ซึ่งสะท้อนผ่านการตีความของผู้บริโภคต่อคุณค่าที่แฝงอยู่ในผลิตภัณฑ์ โดยคุณค่าดังกล่าวไม่ได้จำกัดเพียงมิติทางเศรษฐกิจ แต่ครอบคลุมถึงมิติทางสุนทรียภาพ ประวัติศาสตร์ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม (Throsby, 2001; Richards, 2023)

การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมไทยโบราณสามารถอธิบายได้ผ่านมุมมองของอาหารในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมและทรัพยากรเชิงอัตลักษณ์ของสังคม โดย Bessière (1998) อธิบายว่า อาหารและศาสตร์การกินเป็นเครื่องหมายสำคัญของอัตลักษณ์ท้องถิ่น และสามารถนำไปใช้ในการส่งเสริมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น ตลอดจนสนับสนุนการพัฒนาพื้นที่และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมได้ ในทำนองเดียวกัน Throsby (2001) ชี้ให้เห็นว่า วัฒนธรรมมิได้มีคุณค่าเฉพาะในเชิงสัญลักษณ์หรือจิตใจเท่านั้น แต่ยังมีมิติทางเศรษฐกิจที่สามารถนำไปสู่การสร้างมูลค่าและการพัฒนาอย่างยั่งยืนได้ ขณะที่ UNESCO (2003) ให้ความสำคัญกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในฐานะมรดกที่มีชีวิต ซึ่งได้รับการสืบทอด ถ่ายทอด และปรับใช้จากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น ขนมไทยโบราณจึงมิได้เป็นเพียงอาหารหวานหรือผลิตภัณฑ์บริโภคทั่วไป หากแต่เป็นมรดกอาหารที่สะท้อนอัตลักษณ์ ความทรงจำ ภูมิปัญญา และคุณค่าทางสังคมของไทย การส่งเสริมคุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมไทยโบราณอย่างเป็นระบบจึงสามารถช่วยเพิ่มมูลค่าทั้งในมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และการอนุรักษ์มรดกทางวัฒนธรรมให้ดำรงอยู่ได้อย่างมีความหมายในบริบทของผู้บริโภครุ่นใหม่

พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (Repurchase Intention)

พฤติกรรมการบริโภคซ้ำเป็นปัจจัยที่สะท้อนถึงความตั้งใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าหรือผลิตภัณฑ์เดิมซ้ำในอนาคต ซึ่งถือว่าเป็นดัชนีชี้วัดความสำเร็จและความยั่งยืนของสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม พฤติกรรมดังกล่าวมีรากฐาน

ที่สำคัญทางแนวคิดทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior) ของ Ajzen (1991) ที่อธิบายว่าความตั้งใจในการกระทำใดๆ ล้วนเกิดจากองค์ประกอบของทัศนคติและการรับรู้ของบุคคลนั้นๆ ในมิติของการตัดสินใจนี้ Zeithaml (1988) ได้ขยายความเข้าใจผ่านมุมมองด้านความคุ้มค่า โดยมุ่งเน้นไปที่ความสมดุลระหว่าง “ผลประโยชน์ที่ได้รับ” เทียบกับ “ต้นทุนหรือสิ่งที่ต้องจ่ายไป” อย่างไรก็ตาม สำหรับกลุ่ม Gen Z พฤติกรรมการบริโภคซ้ำไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคาเพียงอย่างเดียว แต่ขึ้นอยู่กับความไว้วางใจในแบรนด์ (Brand Trust) และการมีส่วนร่วมในคุณค่า (Value Congruence) หากแบรนด์ขนมไทยโบราณสามารถพิสูจน์ได้ว่ามีจริยธรรมในการผลิตและการรักษาสิ่งแวดล้อม กลุ่มคนรุ่นใหม่จะแสดงความภักดีต่อแบรนด์ผ่านการซื้อซ้ำและการบอกต่อ (Repurchase and Recommendation)

เมื่อพิจารณาพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันซี พบว่า การกลับมาบริโภคสินค้าเดิมไม่ได้ขึ้นอยู่กับราคา เวลา หรือประโยชน์ที่ได้รับเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับการประเมินคุณค่าระหว่างสิ่งที่ได้รับกับสิ่งที่ต้องแลกเปลี่ยนไปด้วย (Zeithaml, 1988) ทั้งนี้ ผู้บริโภคกลุ่มเจนเอเรชันซีเติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัล จึงเข้าถึงข้อมูลสินค้าได้รวดเร็ว และให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของข้อมูล ภาพลักษณ์ของสินค้า และความสอดคล้องกับคุณค่าที่ตนเองยึดถือ Francis & Hoefel (2018) ระบุว่า ผู้บริโภคกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความจริง ความโปร่งใส และความน่าเชื่อถือของแบรนด์ ขณะที่ Jakubowska et al. (2024) พบว่า ความรู้และทัศนคติของเจนเอเรชันซีมีผลต่อความตั้งใจซื้ออาหารที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืน โดยเฉพาะประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อสังคม ดังนั้น การส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของขนมไทยโบราณจึงไม่ควรเน้นเพียงรสชาติ ราคา หรือความสะดวก แต่ควรสื่อสารที่มา คุณค่าทางวัฒนธรรม ความประณีตของกระบวนการผลิต และความน่าเชื่อถือของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้ผู้บริโภคเจนเอเรชันซีมองเห็นว่าขนมไทยโบราณเป็นอาหารที่มีความหมายทางวัฒนธรรมและเชื่อมโยงกับวิถีชีวิตของผู้บริโภครุ่นใหม่ได้

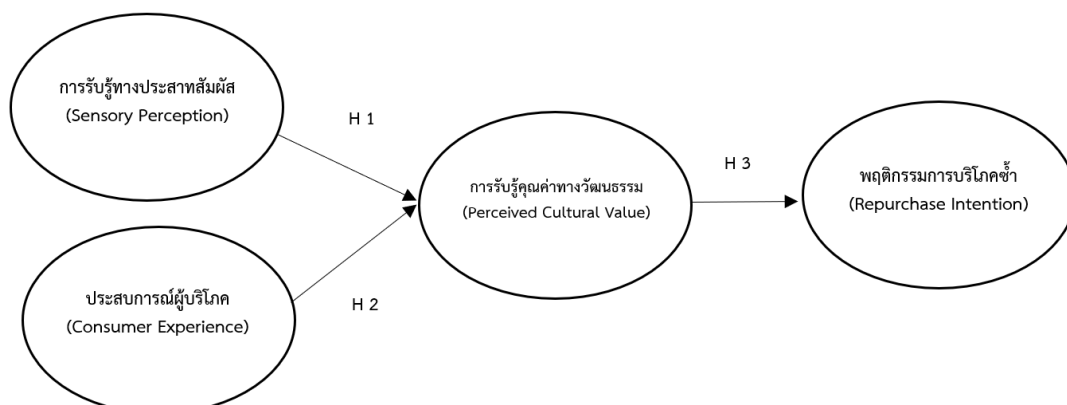
ดังนั้น เมื่อผู้บริโภครับรู้ว่ามีผลิตภัณฑ์สามารถสะท้อนอัตลักษณ์ ตัวตน และสร้างความสุขทางอารมณ์ได้ ย่อมมีแนวโน้มที่จะกลับมาบริโภคซ้ำ ความพึงพอใจที่เกิดจากการรับรู้ทางประสาทสัมผัสร่วมกับคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรม จึงเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญที่นำไปสู่ความตั้งใจบริโภคซ้ำ และอาจต่อยอดไปสู่การแนะนำผลิตภัณฑ์แก่ผู้อื่นผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ซึ่งเป็นปัจจัยหนึ่งที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้กับขนมไทยโบราณในตลาดปัจจุบัน

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าการรับรู้ทางประสาทสัมผัสและประสบการณ์การบริโภคมีบทบาทต่อพฤติกรรมผู้บริโภค แต่การเชื่อมโยงปัจจัยทั้งสองผ่านมุมมองด้านคุณค่าทางวัฒนธรรมในบริบทอาหารมรดกยังมีจำกัด งานวิจัยนี้จึงบูรณาการแนวคิดการตลาดเชิงประสาทสัมผัส ประสบการณ์ผู้บริโภค คุณค่าทางวัฒนธรรม และทฤษฎี S-O-R เพื่อพัฒนาแบบจำลองที่อธิบายกระบวนการเปลี่ยนผ่านจากประสบการณ์การบริโภคไปสู่พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ โดยมีการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญ

กรอบแนวคิดการวิจัย

ภาพ 1

ความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่มเจนเอเรชันซี





วิธีการวิจัย

การวิจัยความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของปัจจัยที่ส่งผลต่อการรับรู้เชิงประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่ม Gen Z เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งเน้นการทดสอบสมมติฐานตามกรอบแนวคิดการวิจัยผ่านการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝง อย่างไรก็ตาม เพื่อให้เกิดความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของตัวแปรอย่างครบถ้วน ทั้งนี้ยังได้วิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อม (Indirect Effects: IE) เพิ่มเติม โดยไม่ได้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบบทบาทของตัวแปรส่งผ่านอย่างเป็นทางการ

ประชากร/กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคกลุ่ม Gen Z จำนวน 478 คน ซึ่งกำหนดช่วงปีเกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540–2555 (ค.ศ. 1997–2012) โดยในช่วงเวลาทำการเก็บข้อมูล กลุ่มตัวอย่างมีอายุประมาณ 14–29 ปี อ้างอิงตามการจัดกลุ่มของ Pew Research Center ซึ่งเป็นหนึ่งในแหล่งอ้างอิงมาตรฐานที่ใช้ในการจำแนกกลุ่มประชากรตามช่วงวัยในงานวิจัยสากล การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-probability Sampling) ด้วยเทคนิคการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ผ่านแบบสอบถามออนไลน์ ซึ่งเหมาะสมกับลักษณะของกลุ่มเป้าหมายที่เป็นผู้บริโภค Generation Z ซึ่งมีพฤติกรรมการใช้งานสื่อดิจิทัลเป็นหลัก โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้ 1) อาศัยอยู่ในประเทศไทยและสามารถเข้าถึงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้และ 2) มีประสบการณ์การบริโภคขนมไทยโบราณภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา เช่น ขนมชั้น ทองหยิบ ฝอยทอง เม็ดขนุน ตะโก้ ขนมหม้อแกง ขนมตาล ข้าวเหนียวมะม่วง และกล้วยบัวชี่ เป็นต้น เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ให้ข้อมูลยังคงมีความจดจำในเชิงประสบการณ์ (Dimock, 2019)

ทั้งนี้ ผู้วิจัยตระหนักถึงข้อจำกัดด้านความเป็นตัวแทนของประชากร เนื่องจากการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นร่วมกับการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ อาจส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตและมีความสนใจในเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับขนมไทยโบราณ ดังนั้น การตีความผลการวิจัยควรพิจารณาภายใต้ขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา

เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ประกอบด้วย 4 ตัวแปรแฝง ได้แก่ การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (Sensory Perception: SP) ประสบการณ์การบริโภค (Consumption Experience: CEP) การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม (Cultural Value: CV) และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (Repurchase Intention: RIT) เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) โดยพัฒนาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert scale) ตั้งแต่ 1 = เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 = เห็นด้วยมากที่สุด รายการคำถาม (measurement items) ของแต่ละตัวแปรถูกปรับปรุงยุคจากงานวิจัยที่ได้รับการยอมรับในระดับสากล เพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทของขนมไทยโบราณ

ตาราง 1

องค์ประกอบของตัวแปรและแหล่งอ้างอิงของมาตรวัด

ตัวแปร	ตัวอย่างข้อคำถาม	แหล่งอ้างอิง
SP	สี กลิ่น รส	Krishna (2012); Spence (2015)
CEP	ความรู้สึกรับประทาน	Schmitt (1999)
CV	คุณค่าทางวัฒนธรรม	Throsby (2001)
RIT	การซื้อซ้ำ	Zeithaml et al. (1996)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านระบบออนไลน์ (Online Survey) กับกลุ่มตัวอย่าง Gen Z จำนวน 478 คน โดยมีคำถามคัดกรอง (Screening Question) เพื่อระบุผู้ที่เคยบริโภคขนมไทยโบราณภายในระยะเวลา 6 เดือนที่ผ่านมา การกระจายแบบสอบถามดำเนินการผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) ได้รับความนิยมในกลุ่ม Gen Z เช่น Line Application, Facebook, Instagram และ Twitter (X) โดยผู้ตอบแบบสอบถามต้องให้ความยินยอมตามหลักจริยธรรมการ

วิจัยก่อนเริ่มต้นให้ข้อมูล ข้อมูลที่รวบรวมได้ทั้งหมดจะถูกตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนนำไปวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาและทดสอบสมมติฐานด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ และร้อยละ เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับความคิดเห็นของตัวแปรที่ศึกษา ก่อนการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ ความสมบูรณ์ของข้อมูล การแจกแจงปกติ ค่าผิดปกติ และอคติจากวิธีการเก็บข้อมูลร่วมกัน จากนั้นจึงประเมินคุณภาพของแบบจำลองการวัด โดยพิจารณาค่าน้ำหนักองค์ประกอบ (Factor Loading) ความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Scale Reliability) ความตรงเชิงบรรจบ (Convergent Validity) และความตรงเชิงจำแนก (discriminant validity) ก่อนนำไปสู่การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) เพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย (Research Hypotheses)

การพิทักษ์สิทธิรับรองด้านจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

การศึกษานี้ได้รับรองด้านจริยธรรมจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สาขาสังคมศาสตร์และพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เอกสารรับรองเลขที่ 2568/336 (17)

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิจัยในส่วนนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 478 คน โดยแบ่งการนำเสนอออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่ การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่ศึกษา และการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM)

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 478 คน พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 304 คน คิดเป็นร้อยละ 63.6 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 170 คน คิดเป็นร้อยละ 35.6 และเพศอื่น ๆ หรือไม่ระบุ จำนวน 4 คน คิดเป็นร้อยละ 0.8 ในด้านอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 19-21 ปี จำนวน 366 คน คิดเป็นร้อยละ 76.6 รองลงมาคือช่วงอายุ 22-24 ปี จำนวน 60 คน คิดเป็นร้อยละ 12.6 ช่วงอายุ 16-18 ปี จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 8.4 และช่วงอายุ 25-27 ปี จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 2.5 ตามลำดับ สำหรับระดับการศึกษา พบว่าส่วนใหญ่กำลังศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 382 คน คิดเป็นร้อยละ 79.9 รองลงมาคือระดับมัธยมศึกษาตอนปลายหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพ จำนวน 48 คน คิดเป็นร้อยละ 10.0 และระดับอนุปริญญาหรือประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง จำนวน 42 คน คิดเป็นร้อยละ 8.8 ในขณะที่ผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีจำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.3 ในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 388 คน คิดเป็นร้อยละ 81.2 รองลงมาคือรายได้ระหว่าง 10,001-20,000 บาท จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 14.6 รายได้ระหว่าง 20,001-30,000 บาท จำนวน 17 คน คิดเป็นร้อยละ 3.6 และรายได้ระหว่าง 30,001-40,000 บาท จำนวน 3 คน คิดเป็นร้อยละ 0.6

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรแฝง

ความน่าเชื่อถือของโครงสร้าง

การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยเป็นกระบวนการสำคัญในการประเมินคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยความน่าเชื่อถือสะท้อนถึงระดับความสม่ำเสมอและความคงที่ของการวัดภายในชุดข้อคำถามที่ใช้ประเมินตัวแปรหรือโครงสร้างเดียวกัน (Heale & Twycross, 2015) ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยประเมินความน่าเชื่อถือของเครื่องมือวิจัยโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha (α) ซึ่งเป็นค่าสถิติที่นิยมใช้ในการพิจารณาความสอดคล้องภายในของข้อคำถามในแต่ละองค์ประกอบของมาตรวัด ทั้งนี้ ค่า Cronbach's Alpha ที่มีค่ามากกว่า 0.70 ถือว่าอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ และแสดงให้เห็นว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือเพียงพอสำหรับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Hair et al., 2019)



จากผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha ดังแสดงในตารางที่ 3 พบว่า เครื่องมือวิจัยที่ใช้ในการศึกษาหลักมีความน่าเชื่อถือโดยรวมเท่ากับ 0.977 ขณะที่ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha ของตัวแปรทั้งสี่ตัวมีค่าอยู่ในช่วง 0.915 ถึง 0.959 จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 478 คน ($n = 478$) ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 0.70 อย่างชัดเจน ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ข้อคำถามของแต่ละตัวแปรมีความสอดคล้องภายในอยู่ในระดับสูงมาก และสามารถยืนยันได้ว่าเครื่องมือวิจัยมีความน่าเชื่อถือเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลและทดสอบสมมติฐานการวิจัยในขั้นตอนต่อไป

ตาราง 2

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันและการประเมินแบบจำลองการวัด

ตัวแปรแฝง	ตัวแปร	จำนวนข้อคำถาม	Factor loading	Cronbach's α	CR	AVE	สรุปผล
SP	การรับรู้ทางประสาทสัมผัส ใน การบริโภคขนมไทยโบราณ	20	0.70 – 0.86	0.959	0.953	0.836	สนับสนุน
CEP	ประสบการณ์ในการบริโภค ขนมไทยโบราณ	5	0.83 – 0.86	0.929	0.929	0.723	สนับสนุน
CV	คุณค่าทางวัฒนธรรม	5	0.81 – 0.89	0.927	0.927	0.719	สนับสนุน
RIT	พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ	5	0.79 – 0.88	0.915	0.916	0.686	สนับสนุน

หมายเหตุ. CR = Composite Reliability; AVE = Average Variance Extracted. เกณฑ์การพิจารณา ได้แก่ factor loading > .50, Cronbach's α > .70, CR > .70 และ AVE > .50 ส่วนความตรงเชิงจำแนกรายงานเพิ่มเติมตามเกณฑ์ Fornell-Larcker ดังแสดงในตารางที่ 3

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันพบว่า ค่าน้ำหนักองค์ประกอบมาตรฐานของตัวชี้วัดที่คงไว้ในแบบจำลองอยู่ระหว่าง 0.70–0.89 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 แสดงว่าตัวชี้วัดสามารถสะท้อนตัวแปรแฝงได้อย่างเหมาะสม ค่า Cronbach's alpha อยู่ระหว่าง 0.915–0.959 และค่า Composite Reliability (CR) อยู่ระหว่าง 0.916–0.953 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.70 แสดงถึงความเชื่อมั่นของมาตรวัดในระดับที่ยอมรับได้ ขณะที่ค่า Average Variance Extracted (AVE) อยู่ระหว่าง 0.686–0.836 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 0.50 จึงยืนยันได้ว่าแบบจำลองการวัดมีความตรงเชิงบรรจบ

เพื่อยืนยันความตรงเชิงจำแนกของแบบจำลองการวัด ผู้วิจัยได้ตรวจสอบตามเกณฑ์ Fornell-Larcker โดยพิจารณาเปรียบเทียบค่า $\sqrt{AVE}$ ของตัวแปรแฝงแต่ละตัวกับค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงที่เกี่ยวข้อง หากค่า $\sqrt{AVE}$ สูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง แสดงว่าตัวแปรแฝงดังกล่าวมีความสามารถในการจำแนกออกจากตัวแปรแฝงอื่นได้อย่างเหมาะสม (Fornell & Larcker, 1981) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตาราง 3

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ Fornell-Larcker

ตัวแปรแฝง	SP	CEP	CV	RIT
SP	0.914	0.845	0.796	0.800
CEP	0.845	0.850	0.702	0.805
CV	0.796	0.702	0.848	0.653
RIT	0.800	0.805	0.653	0.828

หมายเหตุ. ตัวเลขตัวหนาบนแนวทแยงคือค่า $\sqrt{AVE}$ ส่วนตัวเลขนอกแนวทแยงคือค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง โดย SP = การรับรู้ทางประสาทสัมผัส, CEP = ประสบการณ์ในการบริโภค, CV = คุณค่าทางวัฒนธรรม และ RIT = พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่า $\sqrt{AVE}$ ของตัวแปรแฝงแต่ละตัว ได้แก่ SP = 0.914, CEP = 0.850, CV = 0.848 และ RIT = 0.828 มีค่าสูงกว่าค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงที่เกี่ยวข้องทุกคู่ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรแฝงแต่ละตัวมีความตรงเชิงจำแนกตามเกณฑ์ Fornell-Larcker กล่าวคือ ตัวแปรแต่ละตัวสามารถสะท้อนแนวคิดของตนเองได้ชัดเจน และสามารถจำแนกออกจากตัวแปรแฝงอื่นในแบบจำลองได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้ทางประสาทสัมผัสและประสบการณ์

ในการบริโภคอยู่ในระดับค่อนข้างสูง ซึ่งสะท้อนความใกล้เคียงกันเชิงแนวคิดของตัวแปรทั้งสองในบริบทการบริโภคขนมไทยโบราณ ดังนั้น การตีความผลการวิเคราะห์จึงควรพิจารณาควบคู่กับกรอบแนวคิดและทฤษฎีที่ใช้ในการศึกษา

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง

ผู้วิจัยได้วิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้างตามสมมติฐานการวิจัย หรือโมเดลความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผลลัพธ์ของตัวแปร การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (SP) ประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณ (CEP) คุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องระหว่าง โมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ผลการวิเคราะห์ความสอดคล้องระหว่างโมเดลที่พัฒนาขึ้นกับข้อมูลเชิงประจักษ์ ดังตารางที่ 4

ตาราง 4

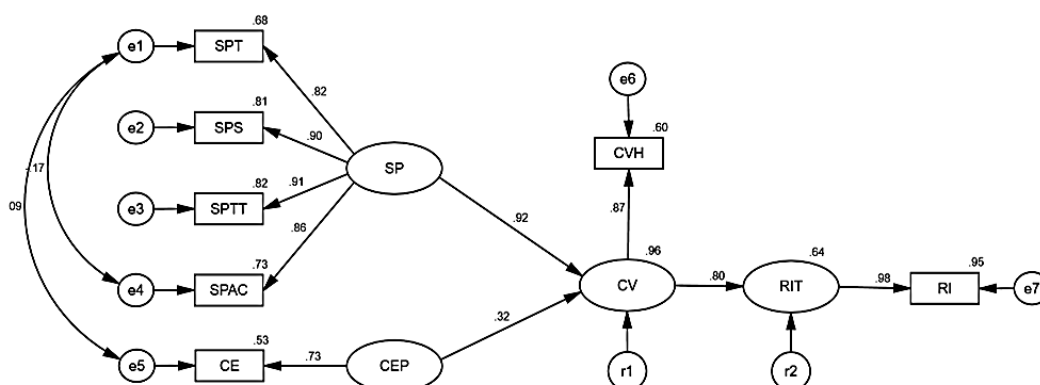
ดัชนีวัดความสอดคล้องกลมกลืนของโมเดลสมการโครงสร้าง

	χ^2/df	GFI	AGFI	CFI	TLI	RMSEA	RMR	HOELTER (0.01)
Criteria	≤ 3.00	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≥ 0.90	≤ 0.08	≤ 0.08	≥ 200
Initial Model	67.741	0.708	0.416	0.706	0.559	0.374	0.126	12
Final Model	0.337	0.999	0.994	1.000	1.004	0.000	0.001	3356

ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบจำลองเริ่มต้นยังไม่สอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยดัชนีหลายรายการไม่ผ่านเกณฑ์ที่กำหนด ผู้วิจัยจึงดำเนินการปรับโมเดลโดยพิจารณาค่า Modification Indices ควบคู่กับเหตุผลเชิงทฤษฎีและความสัมพันธ์ของข้อคำถามภายในมิติเดียวกัน ภายหลังการปรับโมเดล ดัชนีความสอดคล้องมีค่าดีขึ้นอย่างชัดเจน อย่างไรก็ตาม ค่าดัชนีบางรายการที่เข้าใกล้ความสมบูรณ์ เช่น CFI = 1.000 และ RMSEA = 0.000 ควรตีความด้วยความระมัดระวัง เนื่องจากอาจสะท้อนความเฉพาะเจาะจงของโมเดลกับกลุ่มตัวอย่างและความเป็นไปได้ของ model overfitting ดังนั้น ผู้วิจัยจึงรายงานทั้งค่า initial model และ final model เพื่อแสดงความโปร่งใสของกระบวนการวิเคราะห์ และเสนอให้มีการตรวจสอบความเสถียรของโมเดลกับกลุ่มตัวอย่างอื่นในงานวิจัยอนาคต

ภาพ 2

ผลการวิเคราะห์แบบจำลองสมการโครงสร้าง (หลังปรับโมเดล)



Chi-square = 1.349, df = 4, P-value = .853, Chi-square/df = .337,
GFI = .999, AGFI = .994, CFI = 1.000, TLI = 1.004, RMSEA = .000, RMR = .001

หมายเหตุ: SPT = รสชาติ, SPS = กลิ่น, SPTT = เนื้อสัมผัส, SPAC = รูปลักษณ์และสีกลิ่น, CEP = ประสบการณ์ในการบริโภค, CV = คุณค่าทางวัฒนธรรม และ RIT = พฤติกรรมการบริโภคซ้ำ



ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเชิงสาเหตุระหว่างตัวแปร

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตามสมมติฐานที่กำหนด ทั้งนี้ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางอ้อมถูกนำเสนอเพื่อเสริมความเข้าใจความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของตัวแปร โดยไม่ได้มุ่งเน้นการทดสอบบทบาทของตัวแปรส่งผ่านในเชิงสถิติอย่างเป็นทางการ

ตาราง 5

อิทธิพลทางตรง (DE) อิทธิพลทางอ้อม (IE) อิทธิพลรวม (TE) ของแบบจำลองสมการโครงสร้าง (หลังปรับโมเดล)

ตัวแปรเชิงสาเหตุ	ตัวแปรผล					
	CV			RIT		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
SP	0.92**	-	0.92**	-	0.74**	0.74**
CEP	0.32**	-	0.32**	-	0.25**	0.25**
CV	-	-	-	0.80**	-	0.80**
R ²		0.956			0.636	

หมายเหตุ : **p<0.01, *p<0.05, ns = Not significant

จากตารางที่ 5 พบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (SP) มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.92, $p < 0.01$) และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.92 ในทำนองเดียวกัน ประสิทธิภาพในการบริโภคขนมไทยโบราณ (CEP) มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.32, $p < 0.01$) นอกจากนี้ คุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) ยังมีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (DE = 0.80, $p < 0.01$)

ในส่วนของอิทธิพลทางอ้อม พบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัส (SP) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) ผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) (IE = 0.74) และมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับ 0.74 ขณะที่ประสิทธิภาพในการบริโภคขนมไทยโบราณ (CEP) มีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) ผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) เช่นกัน (IE = 0.25) สำหรับค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R²) พบว่า ตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของคุณค่าทางวัฒนธรรม (CV) ได้ร้อยละ 95.6 (R² = 0.956) และสามารถอธิบายความแปรปรวนของพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ (RIT) ได้ร้อยละ 63.6 (R² = 0.636)

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สรุปขนาดของผลกระทบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างของการรับรู้ทางประสาทสัมผัสและประสิทธิภาพในการบริโภคขนมไทยโบราณที่มีต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของกลุ่ม Gen Z ที่แสดงดังตารางที่ 7 สามารถสรุปผลการทดสอบสมมติฐานได้ดังนี้

ตาราง 6

สรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

Hypothesis	Path Diagram	Estimate	S.E.	t-value	P-value	สรุปผลการทดสอบ
H1	SP --> CV	0.92	0.045	19.504	***	สนับสนุน
H2	CEP --> CV	0.32	0.079	4.242	***	สนับสนุน
H3	CV --> RIT	0.80	0.069	15.583	***	สนับสนุน

หมายเหตุ : **p<0.01, *p<0.05

สมมติฐานที่ 1 การรับรู้ทางประสาทสัมผัส มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.92 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.045 มีค่า t-value เท่ากับ 19.504 และ ค่า p-value เท่ากับ 0.000 < 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1

สมมติฐานที่ 2 ประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณ มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณ มีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรม มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.32 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.079 มีค่า t-value เท่ากับ 4.242 และ ค่า p-value เท่ากับ 0.000 < 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

สมมติฐานที่ 3 คุณค่าทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า คุณค่าทางวัฒนธรรม มีอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ มีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ 0.80 ค่าความคลาดเคลื่อนเท่ากับ 0.069 มีค่า t-value เท่ากับ 15.583 และ ค่า p-value เท่ากับ 0.000 < 0.01 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ดังนั้น จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผล

ผลการวิจัยจากการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (SEM) แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ในระดับสูง โดยดัชนีความสอดคล้องหลัก เช่น χ^2/df , GFI, CFI, TLI และ RMSEA อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ ซึ่งสะท้อนว่าโครงสร้างความสัมพันธ์ของตัวแปรในโมเดลสามารถอธิบายพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม อย่างไรก็ตาม ค่าดัชนีบางรายการที่มีค่าใกล้เคียงสมบูรณ์ เช่น CFI $\approx$ 1.000 และ RMSEA $\approx$ 0.000 อาจสะท้อนถึงความเป็นไปได้ของการปรับโมเดลมากเกินไป (model overfitting) ซึ่งควรพิจารณาอย่างระมัดระวังในการตีความผลลัพธ์

ในส่วนของอิทธิพลเชิงโครงสร้าง พบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมในระดับสูงมาก ($\beta = 0.92$, $p < 0.01$) อย่างไรก็ตาม ค่าอิทธิพลที่อยู่ในระดับสูงมากอาจสะท้อนถึงความใกล้เคียงกันในเชิงแนวคิดของตัวแปร หรืออาจได้รับอิทธิพลจากลักษณะการเก็บข้อมูลแบบรายงานตนเอง ซึ่งควรได้รับการตรวจสอบเพิ่มเติมในงานวิจัยอนาคต

ขณะเดียวกัน ประสบการณ์ในการบริโภคมีอิทธิพลทางตรงต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมในระดับปานกลาง ($\beta = 0.32$, $p < 0.01$) ซึ่งสะท้อนว่าประสบการณ์มีบทบาทสำคัญแต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักเมื่อเปรียบเทียบกับ การรับรู้ทางประสาทสัมผัส ในเชิงสถิติ ค่า β ในช่วง 0.30–0.50 ถือเป็นอิทธิพลระดับปานกลาง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์สามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้บางส่วน แต่ยังคงอาศัยปัจจัยอื่นร่วมด้วย

สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ พบว่ามีอิทธิพลทางตรงในระดับสูง ($\beta = 0.80$, $p < 0.01$) ซึ่งถือเป็นขนาดอิทธิพลที่มีความสำคัญมากในโมเดลเชิงพฤติกรรม โดยค่า β ดังกล่าวสะท้อนว่าการเพิ่มขึ้นของการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมมีผลอย่างชัดเจนต่อความตั้งใจในการกลับมาบริโภคซ้ำของผู้บริโภค เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อม พบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลทางอ้อมต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำผ่านคุณค่าทางวัฒนธรรมในระดับสูง ($IE = 0.74$) ในขณะที่ประสบการณ์ในการบริโภคมีอิทธิพลทางอ้อมในระดับปานกลาง ($IE = 0.25$) ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของคุณค่าทางวัฒนธรรมในเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงระหว่างตัวแปร โดยในเชิงการตีความหากไม่มีตัวแปรคุณค่าทางวัฒนธรรม อิทธิพลของการรับรู้และประสบการณ์จะไม่สามารถส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำได้อย่างเต็มที่

นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ (R^2) ของตัวแปรคุณค่าทางวัฒนธรรมมีค่าเท่ากับ 0.956 ซึ่งหมายความว่าโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรดังกล่าวได้ถึงร้อยละ 95.6 ขณะที่ R^2 ของพฤติกรรมการบริโภคซ้ำมีค่าเท่ากับ 0.636 หรือร้อยละ 63.6 ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับสูงในงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ค่า R^2 ที่สูงมากโดยเฉพาะในตัวแปรคุณค่าทางวัฒนธรรม อาจสะท้อนถึงความเป็นไปได้ของการรวมตัวของตัวแปรที่มีความใกล้เคียงกันในเชิงแนวคิด หรือการกำหนดโมเดลที่มีความเฉพาะเจาะจงสูงกับกลุ่มตัวอย่าง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Krishna (2012) ที่อธิบายว่า ประสาทสัมผัสมีบทบาทต่อการรับรู้ การ



ประเมินคุณค่า และการตัดสินใจของผู้บริโภค โดยเฉพาะผลิตภัณฑ์อาหารที่รับรู้ผ่านสัญลักษณ์ สี กลิ่น รสชาติ และเนื้อสัมผัส ในกรณีของขนมไทยโบราณ องค์ประกอบเหล่านี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงบอกคุณลักษณะของอาหาร แต่ยังช่วยถ่ายทอดเอกลักษณ์ ความประณีต และภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมที่อยู่ในตัวขนม ผลการวิจัยจึงชี้ว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชันซีสามารถรับรู้คุณค่าของ ขนมไทยโบราณผ่านประสาทสัมผัสที่เป็นลักษณะเฉพาะของขนมไทยได้อย่างชัดเจน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ประสบการณ์ในการบริโภคขนมไทยโบราณมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการรับรู้คุณค่า ทางวัฒนธรรม สอดคล้องกับ Schmitt (1999) ที่เสนอว่า ประสบการณ์ของผู้บริโภคครอบคลุมทั้งด้านประสาทสัมผัส อารมณ์ ความคิด การกระทำ และความสัมพันธ์ทางสังคม ดังนั้น การบริโภคขนมไทยโบราณจึงไม่ใช่เพียงการรับรสชาติหรือความพึง พอใจจากอาหาร แต่ยังเกี่ยวข้องกับเรื่องราว ความทรงจำ ความผูกพัน และความหมายทางวัฒนธรรม อย่างไรก็ตาม ค่า อิทธิพลของประสบการณ์อยู่ในระดับปานกลางเมื่อเทียบกับการรับรู้ทางประสาทสัมผัส แสดงว่า ผู้บริโภคเจนเนอเรชันซีอาจเริ่ม รับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมจากสิ่งที่สัมผัสได้โดยตรงก่อน แล้วจึงพัฒนาไปสู่ความเข้าใจเชิงความหมายของขนมไทยโบราณ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการบริโภคซ้ำอย่าง มีนัยสำคัญทางสถิติ ผลนี้สอดคล้องกับ Throsby (2001) ที่อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมมีคุณค่ามากกว่าประโยชน์ใช้ สอยหรือมูลค่าทางเศรษฐกิจ เพราะประกอบด้วยคุณค่าทางสุนทรียภาพ ประวัติศาสตร์ สังคม และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังสอดคล้องกับ UNESCO (2003) ที่ให้ความสำคัญกับมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมในฐานะมรดกที่มีชีวิตและมีการ ถ่ายทอดจากรุ่นสู่รุ่น ดังนั้น เมื่อผู้บริโภคเจนเนอเรชันซีมองว่าขนมไทยโบราณเป็นมากกว่าอาหารหวาน แต่เป็นมรดกทาง วัฒนธรรมที่สะท้อนอัตลักษณ์ไทย ความประณีต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ย่อมช่วยสร้างทัศนคติเชิงบวกและเพิ่มโอกาสในการ กลับมาบริโภคซ้ำ

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมการบริโภคซ้ำยังสามารถอธิบายได้ผ่านทฤษฎี พฤติกรรมตามแผนของ Ajzen (1991) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมของบุคคลเกิดจากทัศนคติ การประเมินคุณค่า และการรับรู้ของบุคคลต่อพฤติกรรมนั้น เมื่อผู้บริโภคมีทัศนคติเชิงบวกต่อคุณค่าทางวัฒนธรรมของขนมไทยโบราณ จึงมี แนวโน้มที่จะเกิดความตั้งใจในการบริโภคซ้ำมากขึ้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Zeithaml, Berry, and Parasuraman (1996) ที่ อธิบายว่า การรับรู้คุณค่าและคุณภาพของประสบการณ์สามารถนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวกของผู้บริโภค เช่น การซื้อซ้ำ ความ รักดี และการแนะนำต่อผู้อื่น ผลการวิจัยนี้จึงแสดงให้เห็นว่า คุณค่าทางวัฒนธรรมเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเปลี่ยนประสบการณ์ การบริโภคให้กลายเป็นความตั้งใจเชิงพฤติกรรม และนำไปสู่การบริโภคซ้ำในระยะยาว

เมื่ออภิปรายผลในภาพรวมภายใต้กรอบทฤษฎีสิ่งเร้า-สิ่งมีชีวิต-การตอบสนอง หรือ S-O-R Theory ของ Mehrabian & Russell (1974) สามารถอธิบายได้ว่า การรับรู้ทางประสาทสัมผัสและประสบการณ์ในการบริโภคทำหน้าที่เป็น “สิ่งเร้า” ที่กระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดกระบวนการตีความและประเมินคุณค่าภายใน ซึ่งในงานวิจัยนี้สะท้อนผ่านการรับรู้คุณค่า ทางวัฒนธรรม ก่อนนำไปสู่ “การตอบสนอง” ในรูปของพฤติกรรมการบริโภคซ้ำ ผลการวิจัยจึงชี้ให้เห็นว่า การส่งเสริมให้ขนม ไทยโบราณเกิดการบริโภคซ้ำในกลุ่มเจนเนอเรชันซี ไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการพัฒนารสชาติ รูปลักษณ์ หรือบรรจุภัณฑ์เท่านั้น แต่ ควรออกแบบประสบการณ์การบริโภคให้เชื่อมโยงกับความหมายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์ไทย และความภาคภูมิใจในมรดก อาหารไทย เพื่อให้ขนมไทยโบราณสามารถคงคุณค่าและปรับตัวได้อย่างเหมาะสมในบริบทของผู้บริโภครุ่นใหม่

โดยสรุป เมื่อพิจารณาทั้งในเชิงสถิติและเชิงทฤษฎี ผลการศึกษานี้ยืนยันว่า แม้ปัจจัยด้านประสาทสัมผัสและ ประสบการณ์จะมีบทบาทสำคัญ แต่การสร้างพฤติกรรมการบริโภคซ้ำอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องอาศัยการแปรเปลี่ยน ประสบการณ์ดังกล่าวให้เป็น “คุณค่าทางวัฒนธรรมที่มีความหมาย” ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการกำหนดการตัดสินใจของ ผู้บริโภคในระยะยาว อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยอาจมีข้อจำกัดด้านความสามารถในการอ้างอิงไปยังประชากรทั้งหมด (Generalizability) เนื่องจากการใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็นร่วมกับการเก็บข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่ง อาจส่งผลให้กลุ่มตัวอย่างมีลักษณะกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มผู้ใช้งานสื่อดิจิทัลเป็นหลัก ดังนั้น การตีความผลการวิจัยควรพิจารณา ภายใตบริบทของกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา ควรมีการทดสอบซ้ำในกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้นในงานวิจัยอนาคต และเพื่อ เพิ่มความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง งานวิจัยในอนาคตควรดำเนินการทดสอบความเสถียรของโมเดล (Model Stability) ผ่าน การตรวจสอบแบบ Cross-validation กับกลุ่มตัวอย่างที่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การพัฒนากลยุทธ์การตลาดเชิงประสาทสัมผัสแบบองค์รวม (Holistic Sensory Marketing) ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการออกแบบประสบการณ์การบริโภคที่ครอบคลุมทุกมิติของประสาทสัมผัส ได้แก่ การมองเห็น (Visual) รสชาติ (Taste) กลิ่น (Olfactory) และสัมผัส (Haptic) โดยเฉพาะการออกแบบรูปลักษณ์และสีสันทของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นจุดเริ่มต้นของการรับรู้ในกลุ่มผู้บริโภค Gen Z ควบคู่กับการคงเอกลักษณ์ของกลิ่นและรสชาติแบบดั้งเดิม เช่น กลิ่นควันเทียนหรือดอกมะลิ รวมถึงการสื่อสารลักษณะเฉพาะของเนื้อสัมผัสของขนมแต่ละชนิดอย่างชัดเจน การบูรณาการองค์ประกอบดังกล่าวจะช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์จาก “สินค้าอาหาร” ไปสู่ “ประสบการณ์เชิงวัฒนธรรม” ที่มีคุณค่าและสามารถสร้างการมีส่วนร่วมในสื่อสังคมออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านประสบการณ์ดิจิทัล (Digital Cultural Integration) เนื่องจากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าคุณค่าทางวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงพฤติกรรมผู้บริโภคเข้า ผู้ประกอบการควรประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเสริมสร้างประสบการณ์การบริโภคให้มีความหมายมากยิ่งขึ้น เช่น การใช้ QR Code บนบรรจุภัณฑ์เพื่อเชื่อมโยงไปยังเนื้อหาเชิงเรื่องราว (Storytelling) ในรูปแบบสื่อวิดีโอสั้น ซึ่งนำเสนอที่มา วัตถุดิบ และกระบวนการผลิตของขนมไทยอย่างละเอียด การสื่อสารในลักษณะนี้จะช่วยสร้างความรู้สึกร่วมเชื่อมโยงทางอารมณ์ ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรม และการรับรู้ถึงคุณค่าที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การบริโภคซ้ำและการส่งต่อประสบการณ์ผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยครั้งต่อไปควรพิจารณาขยายขอบเขตของกลุ่มตัวอย่างเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างกลุ่มผู้บริโภคในบริบทที่หลากหลาย เช่น การเปรียบเทียบระหว่างผู้บริโภคในเมืองและชนบท หรือการเปรียบเทียบระหว่างประเภทของขนมไทยโบราณ เพื่อทำความเข้าใจถึงความแตกต่างของการรับรู้ทางประสาทสัมผัสและการตีความคุณค่าทางวัฒนธรรมในบริบทที่แตกต่างกัน ซึ่งจะช่วยเพิ่มความสามารถในการอธิบายและการประยุกต์ใช้ผลการวิจัยในวงกว้าง

2. การบูรณาการตัวแปรด้านวัฒนธรรมและเทคโนโลยีร่วมสมัยในการวิจัยครั้งต่อไป ควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรที่สะท้อนอิทธิพลของเทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์ เช่น อิทธิพลของผู้มีอิทธิพลทางสื่อสังคม (Social Media Influencers) การสื่อสารแบบปากต่อปากในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ (e-WOM) หรือความเต็มใจในการจ่าย (Willingness to Pay) เพื่อศึกษาบทบาทของปัจจัยร่วมสมัยเหล่านี้ในการส่งผลต่อการรับรู้ประสบการณ์ การรับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรม และพฤติกรรมการบริโภคซ้ำของผู้บริโภค Gen Z อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมประชาสัมพันธ์. (2566, 23 กรกฎาคม). กระทรวงวัฒนธรรมจัดทำแผนขับเคลื่อน Soft Power ยุกระดับวัฒนธรรมพลิกโฉมประเทศไทยสู่สากล. <https://www.prd.go.th/th/content/category/detail/id/33/iid/199731>
- กรมประชาสัมพันธ์. (2567, 27 กันยายน). สำนักพัฒนานโยบายและแผนการประชาสัมพันธ์จัดกิจกรรมเสวนาวิชาการ “กรมประชาสัมพันธ์กับ Soft Power ไทยไปไกลระดับโลก”. <https://plan.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/329069>
- กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. (2564, 4 พฤศจิกายน). สวธ. ชวนเชฟ-คนทั่วไปเข้าครัวแข่งขันทำอาหารออนไลน์ Thai Taste Therapy Challenge ร่วมสนุกได้ง่าย ๆ ลุ้นรับเงินรางวัลสูงสุด 100,000 บาท. https://www.culture.go.th/ewt_news.php?nid=6049&filename=i
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179–211. [https://doi.org/10.1016/0749-5978\(91\)90020-T](https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T)
- Bessière, J. (1998). Local development and heritage: Traditional food and cuisine as tourist attractions in rural areas. *Sociologia Ruralis*, 38(1), 21–34. <https://doi.org/10.1111/1467-9523.00061>

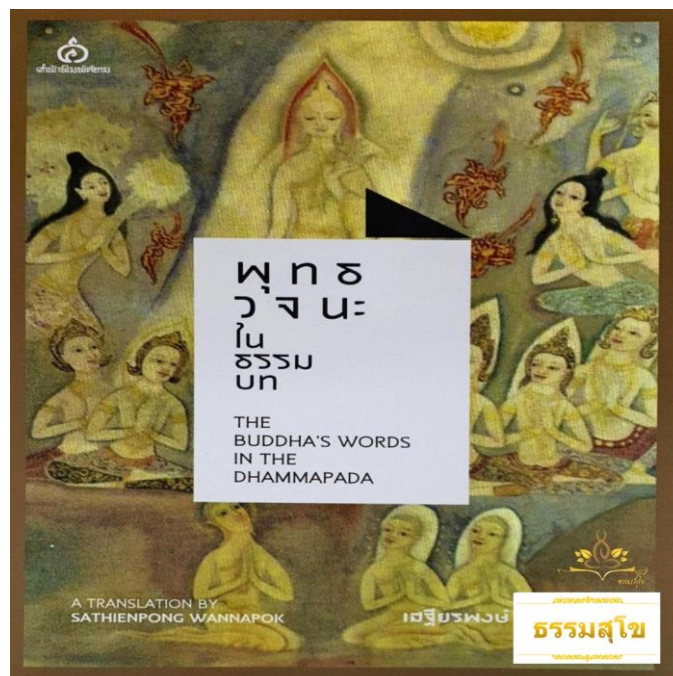


- Biswas, D., Labrecque, L. I., & Lehmann, D. R. (2021). Effects of sequential sensory cues on food taste perception: Cross-modal interplay between visual and olfactory stimuli. *Journal of Consumer Psychology, 31*(4), 746–764. <https://doi.org/10.1002/jcpy.1231>
- Biswas, D., Szocs, C., Chacko, R., & Wansink, B. (2017). Shining light on atmospherics: How ambient light influences food choices. *Journal of Marketing Research, 54*(1), 111–123. <https://doi.org/10.1509/jmr.14.0115>
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
- Dimock, M. (2019, January 17). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/>
- Djafarova, E., & Bowes, T. (2021). “Instagram made me buy it”: Generation Z impulse purchases in fashion industry. *Journal of Retailing and Consumer Services, 59*, Article 102345. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102345>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research, 18*(1), 39–50. <https://doi.org/10.2307/3151312>
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November 12). ‘True Gen’: Generation Z and its implications for companies. *McKinsey & Company*. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed.). Cengage Learning.
- Hawkes, C. (2006). Uneven dietary development: Linking the policies and processes of globalization with the nutrition transition, obesity and diet-related chronic diseases. *Globalization and Health, 2*, Article 4. <https://doi.org/10.1186/1744-8603-2-4>
- Heale, R., & Twycross, A. (2015). Validity and reliability in quantitative studies. *Evidence-Based Nursing, 18*(3), 66–67. <https://doi.org/10.1136/eb-2015-102129>
- Hultén, B. (2020). *Sensory marketing: An introduction*. SAGE Publications.
- Jakubowska, D., Radzymińska, M., & Staniewska, K. (2024). Behavioral intention to purchase sustainable food: Generation Z’s perspective. *Sustainability, 16*(17), Article 7284. <https://doi.org/10.3390/su16177284>
- Kelly, M., Seubsman, S.-A., Banwell, C., Dixon, J., & Sleight, A. (2015). Traditional, modern or mixed? Perspectives on social, economic, and health impacts of evolving food retail in Thailand. *Agriculture and Human Values, 32*(3), 445–460. <https://doi.org/10.1007/s10460-014-9561-z>
- Krishna, A. (2012). An integrative review of sensory marketing: Engaging the senses to affect perception, judgment and behavior. *Journal of Consumer Psychology, 22*(3), 332–351. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2011.08.003>
- Mehrabian, A., & Russell, J. A. (1974). *An approach to environmental psychology*. MIT Press.
- Petit, O., Velasco, C., & Spence, C. (2019). Digital sensory marketing: Integrating new technologies into multisensory online experience. *Journal of Interactive Marketing, 45*, 42–61. <https://doi.org/10.1016/j.intmar.2018.07.004>
- Piqueras-Fiszman, B., & Spence, C. (2015). Sensory expectations based on product-extrinsic food cues: An interdisciplinary review of the empirical evidence and theoretical accounts. *Food Quality and Preference, 40*, 165–179. <https://doi.org/10.1016/j.foodqual.2014.09.013>

- Richards, G. (2021). *Rethinking cultural tourism*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781789905441>
- Schmitt, B. (1999). Experiential marketing. *Journal of Marketing Management*, 15(1–3), 53–67. <https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
- Seubsman, S.-A., Kelly, M., Yuthapornpinit, P., & Sleigh, A. (2009). Cultural resistance to fast-food consumption? A study of youth in North Eastern Thailand. *International Journal of Consumer Studies*, 33(6), 669–675. <https://doi.org/10.1111/j.1470-6431.2009.00795.x>
- Slack, N. J., Singh, G., & Sharma, S. (2020). The effect of supermarket service quality dimensions and customer satisfaction on customer loyalty and disloyalty dimensions. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 12(3), 297–318. <https://doi.org/10.1108/IJQSS-10-2019-0114>
- Spence, C. (2015). Multisensory flavor perception. *Cell*, 161(1), 24–35. <https://doi.org/10.1016/j.cell.2015.03.007>
- Spence, C. (2017). *Gastrophysics: The new science of eating*. Viking.
- Spence, C. (2020). Shitsukan — the Multisensory Perception of Quality. *Multisensory Research*, 33, 737–775. <https://doi.org/10.1163/22134808-bja10003>
- Throsby, D. (2001). *Economics and culture*. Cambridge University Press.
- UNESCO. (2003). *Text of the Convention for the Safeguarding of the Intangible Cultural Heritage*. <https://ich.unesco.org/en/convention>
- Velasco, C., & Spence, C. (2022). Capitalizing on the crossmodal correspondences between audition and olfaction in the design of multisensory experiences. In N. Pomirleanu, B. J. Mariadoss, & J. Schibrowsky (Eds.), *Experiential marketing in an era of hyper-connectivity* (pp. 85–113). Cambridge Scholars Publishing.
- Wiedmann, K.-P., & von Mettenheim, W. (2021). Attractiveness, trustworthiness and expertise – social influencers’ winning formula?. *Journal of Product & Brand Management*, 30(5), 707–725. <https://doi.org/10.1108/JPBM-06-2019-2442>
- Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2–22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31–46. <https://doi.org/10.1177/002224299606000203>

บทปริทัศน์หนังสือ (Book Review)

บทวิจารณ์โดย
ฉานิศ วงศ์สุวรรณ¹



พระธรรมบท การเดินทางตามรอยบทแห่งพระธรรม

มโนปุพพพคมา ธมมา	ใจเป็นผู้นำสรรพสิ่ง
มโนเสฏฐา มโนมยา	ใจเป็นใหญ่ (กว่าสรรพสิ่ง)
มนสา เจ ปทุมฺเจน	สรรพสิ่งสำเร็จได้ด้วยใจ
ภาสตี วา กโรตี วา	ถ้าพูดหรือทำสิ่งใดด้วยใจชั่ว
ตโต นํ ทุกฺขมเนวติ	ความทุกข์ย่อมติดตามตัวเขา
จกํว วหโต ปทํ ฯ	เหมือนล้อหมุนเต้าตามเท้าโค
(สำนวนแปล ศ.(พิเศษ) เสฐียรพงษ์ วรรณปก)	

อรรถกถา ขุททกนิกาย ธรรมบท ยมกวรรค เรื่องที่ ๑ พระจักขุपालเถระ ได้กล่าวถึงเหตุแห่งการบรรลุธรรมของพระจักขุपाल และบุรพกรรมที่ทำให้พระจักขุपालต้องเสียจักขุ แม้สิ้นอาสวะไปแล้วแต่กรรมทั้งหลายก็ยังตามติดตัว ไม่ละพระเถระให้ล่วงพ้นจากบ่วงกรรมไปได้เลย คำสอนของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าที่ปรากฏในนิทานธรรมบทนั้น สะท้อนให้เห็นว่าบุคคลพึงระมัดระวังเรื่องผลแห่งอกุศลกรรม เพราะผลเหล่านั้น

¹ ฉานิศ วงศ์สุวรรณ, ผู้ช่วยศาสตราจารย์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (กศ.บ., อ.ม. ภาษาไทย, ศศ.บ. ภาษาอังกฤษ)

จะติดตามบุคคลทั้งหลาย อย่างไม่ย่อท้อ ไม่ละเว้น ไม่ปล่อยให้หลักเร้นเฟ้นกายไปได้เลย แม้พระอรหันต
ชีณาสพยังต้องรับผลกระทบเหล่านั้นเช่นเดียวกัน

“ธรรมบท” เป็นข้อธรรมที่ใช้ภาษาเรียบง่าย แต่โดดเด่นด้วยศิลปะการใช้ภาษาที่งดงาม การใช้ถ้อยคำ
เปรียบเทียบล้วนแต่ใช้สิ่งแวดล้อมรอบตัวที่พบเห็นได้โดยทั่วไปในสังคมสมัยนั้น มาโยงเปรียบกับข้อธรรมอัน
ลึกซึ้ง กระชับ ของสมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้า ทำให้พระธรรมบทเป็นบทคำสอนที่เผยแพร่ไปทั่วโลกจนทุก
วันนี้

ศาสตราจารย์แมกซ์ มุลเลอร์ (Max Muller) นักนิรุกติศาสตร์ชาวเยอรมัน ได้จัดประทีปให้ชาวยุโรปรับรู้
ถึงความดีงาม ลึกซึ้งของพระพุทธศาสนา รวมถึงได้แปลคาถาธรรมบทเป็นภาษาอังกฤษ โดยตีพิมพ์ครั้งแรกใน
พ.ศ. ๒๔๑๓ และตีพิมพ์ครั้งที่สองใน พ.ศ. ๒๔๒๔ และมุลเลอร์ได้กล่าวถึงพระธรรมบทว่าเป็น “ประมวล
ศีลธรรมของพระพุทธเจ้าอันสมบูรณ์มากที่สุดเท่าที่โลกเคยรู้จักมา”

สังคมปัจจุบันเป็นสังคมที่อาจแลดูวุ่นวายมากขึ้นทุกที ทั้งที่บางครั้งหากเราพิจารณาให้ถ่องแท้แล้ว อาจ
นึกคิดว่า แท้แล้วโลกนี้ไม่เคยสงบ เพราะตราบโศกที่มนุษย์ยังคงมีกิเลส มนุษย์ย่อมมีพฤติกรรมที่ทำให้โลก
วุ่นวายเสมอไป เพราะกิเลสอันไม่มีประมาณของมนุษย์

กิเลสคือสภาพที่ทำให้จิตเศร้าหมอง มีมลทิน สกปรก เช่น ความโกรธ ความโลภ ความหลง อันก่อให้เกิด
โรคร้ายต่างๆ ในจิตใจ เช่น ความอิจฉาริษยา ความอาฆาต พยาบาท จองเวร ซึ่งล้วนแต่ก่อให้เกิดเวรสร้างภัย
สืบเนื่องกันไปไม่จบสิ้น ดังพระคาถาว่า

อกโกจฉิ มํ อวธิ มํ	ใครมัวคิดอาฆาตว่า
อหิณี มํ อหสิ เม	“มันดำเรา มันทำร้ายเรา
เย จ ตํ อุปนยหนติ	มันเอาชนะเรา มันขโมยของเรา”
เวรํ เตสํ น สมมตฺติฯ	เวรของเขาไม่มีทางระงับ

(สำนวนแปล ศ.(พิเศษ) เสฐียรพงษ์ วรรณปก)

พระคาถานี้จึงกล่าวเตือนให้ทราบถึงเหตุแห่งความเร่าร้อนทั้ง อันก่อให้เกิดโรคอาฆาตในใจ เพื่อจัก
ตระหนักว่าหากเราไม่ละทิ้งเหตุแห่งความเร่าร้อนเหล่านั้น ความอาฆาตที่เกิดขึ้นในใจ (แม้เพียงใจตน หรือทั้ง
สองฝ่ายก็ตาม) ย่อมไม่อาจจางยับยั้งลงได้เลย ทั้งเมื่อคู่จองเวรต้องมาพบกันในทางใดทางหนึ่ง ย่อมเกิดวิ
วาทะขึ้นได้ง่ายเพราะมีเหตุปัจจัยอันก่อให้เกิดความเร่าร้อนสมุรมรอกอยู่ตลอดเวลา ดังพระคาถาว่า

มาโวจ ผรุสํ กณฺธิ	อย่ากล่าวคำหยาบแก่ใครๆ
วุตฺตา ปฏฺวิเทยฺยํ ตํ	เมื่อถูกท่านด่าว่า เราจะโต้ตอบท่าน
ทุกฺขา หิ สารมกฺกถา	การพูดจាក้าวร้าวกันเป็นเหตุก่อทุกข์
ปฏฺิทฺถนฺตา มุเสยฺยํ ตํ	อาจลุกลามถึงขั้นลงมือประทุษร้ายกัน

(สำนวนแปล ศ.(พิเศษ) เสฐียรพงษ์ วรรณปก)

การละความจองเวร พยาบาท การวางเหตุอันก่อให้เกิดทุกข์ หรือ “ตัดตอน” เหตุแห่งความทุกข์
ทั้งหลายนั้น เริ่มกระทำจากเราเองย่อมง่ายกว่าเราขอให้ผู้อื่นหรือคู่จองเวรเป็นผู้วางเหตุเหล่านั้นลง ดังที่สมเด็จพระ
สัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสพระคาถาอันปรากฏอยู่ใน อรรถกถา ขุททกนิกาย ธรรมบท พุทธวรรค เรื่องที่ ๔



พระโกณฑธานเถระ ตามพระศาสดาอันกล่าวมาแล้ว อันพอเตือนใจได้ว่าเมื่อเรามีอารมณ์ขุ่นมัว อย่าได้รับร้อน หุนหันพลันแล่นทะเลาะทุ่มเถียงกับผู้อื่น เพราะการวิวาททุ่มเถียงนั้นมักเต็มไปด้วยถ้อยคำอันหยาบช้า ก่อให้เกิดความขุ่นมัวระหว่างกัน อยากเอาชนะ และต้อง “เอาคืนให้สาสม” แน่่อนว่าการเอาคืนให้สาสมอาจ ไม่ได้จบเพียงสงครามปากเท่านั้น แต่อาจจบด้วยสงคราม “ลงมือ” หรือ “ลงไม้” คือการใช้อาวุธเข้า ประหัตประหารกันเพื่อให้ตนได้ชัยชนะเหนือปฏิปักษ์ ที่สุดแล้วเราอาจไม่รู้ด้วยซ้ำว่าทะเลาะกันเพราะอะไร หรือชนะแล้วจะได้อะไรกลับมา

ดังนั้นแล้วจึงชวนให้นึกถึงพระคาถาธรรมบท อันปรากฏในยมกวรรค เรื่องที่ ๕ ภิกษุชาวเมืองโกสัมพี ที่ พระบรมสุคตตรัสว่า

ปเร จ น วิชานนติ
มยเมตถ ยมามหเส
เย จ ตตถ วิชานนติ
ตโต สมมุนติ เมธคา

คนทั่วไปมักนึกไม่ถึงว่า ตนกำลังพินาศ
เพราะวิวาททุ่มเถียงกัน
ส่วนผู้รู้ความจริงเช่นนั้น
ย่อมไม่ทะเลาะกันอีกต่อไป

(สำนวนแปล ศ.(พิเศษ) เสฐียรพงษ์ วรรณปก)

เนื้อความอันปรากฏในอรรถกถา ขุททกนิกาย ธรรมบท ยมกวรรค เรื่องที่ ๔ ความเกิดขึ้นของนางกาลิ ยักชิณี ได้พรรณนาถึงความน่ากลัวของการผูกเวรจองกรรม อาฆาตพยาบาทซึ่งกันละกันไว้โดยพิสดาร พอย่อ เนื้อความได้ว่า บุตรภุมมพิศคนหนึ่ง เมื่อบิดากระทำการละไปแล้ว มารดาจึงหานางกุมาริกาแต่ตระกูลอื่นมาให้แก่ บุตรของตน แต่กลับปรากฏว่านางกุมาริกานั้นเป็นหมัน ผู้มารดาจึงปรารภหานางกุมาริกาผู้อื่นมาให้แก่บุตร ของตนอีก นางผู้เป็นหมันจึงเที่ยวแสวงหาหญิงแต่ตระกูลอื่นมาเป็นอนุภรรยาในเรือน เมื่อนางนั้นตั้งครรภ์ นาง ผู้เป็นหมันจึงวางยาเพื่อทำลายครรภ์นั้นเสียถึงสามครั้งสามครา และครั้งหลังนี้เอง หญิงผู้เป็นอนุภรรยา เสียชีวิต

หญิงผู้เป็นอนุภรรยาแค้นใจ กลับมาเกิดเป็นนางแมวในเรือน ฝ่ายหญิงหมันถูกสามีจับได้ว่าวางยา ทำลายครรภ์ จึงทุบตีจนนางตายแล้วกลับมาเกิดเป็นแม่ไก่ในเรือนนั่นเอง เมื่อแม่ไก่วางไข่ นางแมวก็นำไข่มากิน ไข่สามครั้งสามครา นางไก่แค้นใจละอรรถภาพนั้นแล้วไปเกิดเป็นนางเสือเหลือง ส่วนนางแมวเกิดเป็นแม่เนื้อ (นางกวาง)

เมื่อนางกวางคลอดลูกแล้ว นางเสือเหลืองได้มากินลูกของนางกวางถึงสามครั้งสามครา จนที่สุดก็ต้องถูก นางเสือเหลืองกินตนด้วย แล้วนางกวางจึงกลับมาเกิดเป็นนางยักชิณี ส่วนแม่เสือเหลืองเกิดเป็นนางกุลธิดาใน เมืองสาวัตถี แน่่อนว่าความจองเวรของทั้งคู่ยังไม่แล้วไม่เลิก เมื่อนางกุลธิดาตั้งครรภ์แล้ว ก็ถูกนางยักชิณีกิน บุตรถึงสองครั้งแล้ว จนครั้งที่สามนางจึงหนีกลับไปยังตระกูลเดิมของตนเพื่อหวังให้บุตรพ้นภัย ทว่านางยักชิณี ตามติดไม่ลดละ นางนั้นเห็นนางยักชิณีจึงหนีไปสู่วิหารที่สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้ากำลังแสดงธรรม

สมเด็จพระสัมมาสัมพุทธเจ้าได้ตรัสแสดงธรรมแก่บุคคลทั้งสอง แล้วแนะนำให้นางกุลธิดานำนางยักชิณีไป ประณิบัติในเรือนของตนด้วยประการต่างๆ นานา จนภายหลังนางยักชิณีจึงวางการจองอาฆาตนั้นลง ทั้งบอก ทางแห่งลาภแก่นางกุลธิดา แม้นภายหลังนางกุลธิดาเองก็น้อมใจปลงความจองเวรให้ตกลงลงไปเช่นกัน

พระคาถาเพียงไม่กี่พระคาถาที่ได้อ่านมานี้ ยังน่าประโยชน์ให้เกิดแก่ “จิต” อันเป็นตัวชี้นำ “วาจา” และ “กายปฏิบัติ” ของเราได้ถึงเพียงนี้ ดังนั้นแล้วหนังสือ “พระธรรมบท” สำนวนแปลต่างๆ ตลอดทั้งฉบับ ย่อมนำความสุข จากการวางทุกข์ไปเสียได้มากโขทีเดียว

การศึกษาเรื่อง “พระธรรมบท” ไม่ว่าสำนวนใด จึงทำให้เราได้ทางเดินตาม “บทแห่งพระธรรม”
อันนำไปสู่ความสงบ สงัด จากความทุกข์ทั้งหลายได้

รายการอ้างอิง

เสฐียรพงษ์ วรรณปก. (2563). *พุทธวจนะในธรรมบท* (พิมพ์ครั้งที่ 13). ช่อมะไฟ.



การเสนอบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรีเป็นวารสารทางวิชาการที่มีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่องค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ภาษาศาสตร์ ภาษาศาสตร์ประยุกต์ การท่องเที่ยวและการจัดการโรงแรม อุตสาหกรรม การบริการ พลศึกษาและนันทนาการ และสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง การเสนอบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร มีรายละเอียด หลักเกณฑ์และรูปแบบการจัดเตรียมต้นฉบับ ดังนี้

1. ประเภทบทความที่รับพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร ได้แก่ บทความวิชาการและบทความงานวิจัย
2. บทความที่เสนอขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสาร จะต้องไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการเสนอพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นและจะไม่นำไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ อีก นับจากวันที่ได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี
3. ความยาวของบทความ 10 – 15 หน้า กระดาษ A4 และกำหนดให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์
4. การตั้งค่าหน้ากระดาษ A4 และกำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 เท่า (Single Space) พร้อมระบุเลขหน้าตั้งระยะขอบกระดาษบน 1.5 นิ้ว ล่าง 1 นิ้ว ซ้าย 1 นิ้ว และขวา 1 นิ้ว
5. องค์ประกอบของบทความ ประกอบด้วย ชื่อเรื่อง บทคัดย่อ คำหลัก (ภาษาละไม่เกิน 5 คำ) รายละเอียดเกี่ยวกับผู้เขียน (ชื่อ – สกุล, สังกัด และอีเมล โดยให้ใส่ที่เชิงอรรถ) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษและส่วนของเนื้อหา
6. หากเป็นงานแปลหรือเรียบเรียงจากภาษาต่างประเทศ ต้องมีหลักฐานการอนุญาตให้ตีพิมพ์เป็นลายลักษณ์อักษรจากเจ้าของลิขสิทธิ์
7. ส่วนเนื้อหา ขนาด 14 พอยท์
 - 7.1 บทความวิชาการ
 - ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ตัวหนา ขนาด 18 พอยท์
 - บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ภาษาละไม่เกิน 300 คำ
 - บทนำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - เนื้อหา (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - บทสรุป (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - รายการอ้างอิง* (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - 7.2 บทความงานวิจัย ขนาด 14 พอยท์
 - ชื่อเรื่อง (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ตัวหนา ขนาด 18 พอยท์
 - บทคัดย่อ (ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ) ภาษาละไม่เกิน 300 คำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - บทนำ (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - การทบทวนวรรณกรรม (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - วิธีการวิจัย (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - ผลการวิจัย (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
 - อภิปรายผลและข้อเสนอแนะการวิจัย
 - รายการอ้างอิง* (ในส่วนหัวข้อความ 16 พอยท์)
8. การอ้างอิง รายการอ้างอิงให้ใช้ตามรูปแบบ APA 6th
 - 8.1 การอ้างอิงในเนื้อหา

การอ้างอิงในเนื้อหา มีผู้แต่ง 1 คน

หน้าข้อความ

นิศกร สิงห์เสนี (2550)

* รายการอ้างอิง เป็นการบอกรายการแหล่งอ้างอิงที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาของงานเขียน

Hanna (2015)

ท้ายข้อความ

(นิศากร สิงห์เสนี, 2550)

(Hanna, 2015)

การอ้างอิงในเนื้อหา มีผู้แต่ง 2 คน

หน้าข้อความ

ปรรรฐมาศ พสิษฐ์ภคกุล และมนต์ชาติรี เกตุมุณี (2567)

Hiradhar & Bhattacharya (2022)

ท้ายข้อความ

(ปรรรฐมาศ พสิษฐ์ภคกุล และมนต์ชาติรี เกตุมุณี, 2567)

(Hiradhar & Bhattacharya, 2022)

การอ้างอิงในเนื้อหา มีผู้แต่งตั้งแต่ 3 คนขึ้นไป

หน้าข้อความ

พรเทพ เลิศเทวศิริ และคณะ(2561)

Fletcher et al. (2023)

ท้ายข้อความ

(พรเทพ เลิศเทวศิริ และคณะ, 2561)

(Fletcher et al., 2023)

การอ้างอิงมากกว่าสองแหล่งข้อมูลให้เขียนเรียงตามลำดับอักษร เช่น

หน้าข้อความ

มานะ นาคทอง (2559) และสีลา ดีบัวสาย (2558)

ท้ายข้อความ

(เพิ่มตระกูล พุนศรี, 2551; วรรณ มีคุณศรี, 2548)

(Embretson & Reise, 2000; Marvelde et al., 2006)

8.2 รายการอ้างอิง

ตัวอย่าง

หนังสือ

ผู้แต่ง 1 คน

วรวิทย์ จันทร์สุวรรณ. (2565). *เคมีวิเคราะห์ : หลักการและเทคนิคการคำนวณเชิงปริมาณ* (พิมพ์ครั้งที่ 2).
สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Page, S. J. (2015). *Tourism management* (5th ed.). Routledge Taylor & Francis Group.

ผู้แต่ง 2 คน

พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์ และพเยาว์ ยินดีสุข. (2560). *สร้างนวัตกรรมบนฐานการวิจัย PLC & Logbook*.
สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

Strachan, T.& Read, A. P. (2019). *Human molecular genetics* (5th ed.). CRC Press.



ผู้แต่ง 3-20 ให้ใส่ชื่อทุกคน

รุ่งฤดี อภิวัฒน์ศร, บรรเลง สระมูล, พนิดา สมประจบ, สุรวงศ์ ศรีสุวัจนรีย, ชุตติมา น่วมจิตร, สายฝน บัวชา, และทริมา ฐิติภูมิเดชา. **ห้องสมุดและสารนิเทศเพื่อการศึกษาค้นคว้า**. ทริปเพิ้ล เอ็ดดูเคชั่น.

Coad, J., Pedley, K., & Dunstall, M. (2020). *Anatomy and physiology for midwives* (4th ed.). Elsevier.

ผู้แต่ง 21 คนขึ้นไป ใส่ชื่อ 19 คนแรกและใช้ . . .ตามด้วยคนสุดท้าย

ชนิษฐานันท์บุตร, พีรพงษ์ บุญสวัสดิ์กุลชัย, จงกลณี จันทศิริ, นิลภาจิระรัตนวรรณะ,สุคนธ์ วรรณะอมร, แสงเดือน แท่งทองคำ, กษพร สิงห์หล้า, กติกานวพันธ์,กนกพร จิรัฐติกาลวงศ์, กนกพร จิวประสาท, กนกพร แจ่มสมบุรณ์, กนกพรอัครเมธิกางค์, กมลวรรณ จุติวรกุล, กมลวรรณตั้ง ฌนกันนท์, กรรณิชาธรรม,กรรณิการ์ มุรธาธร, กรองทอง วงศ์ศรีตรัง, กรั้ว อัครคุปตานนท์, กฤตินี กุลเพ็ง, . . . พัฒนาคททอง. (2563). **ชุดความรู้การพัฒนากลไกและการพัฒนาระบบสุขภาพชุมชนโดยชุมชนเพื่อชุมชน**. เดอะ กราฟิโก ซิสเต็มส์.

Hilden, I., Lauritzen, B., Sørensen, B. B., Clausen, J. T., Jespersgaard, C., Krogh, B. O., Bowler, A. N., Breinholt, J., Gruhler, A., Svensson, L. A., Petersen, H. H., Petersen, L. C., Balling, K. W., Hansen, L., Hermit, M. B., Egebjerg, T., Friederichsen, B., Ezban, M., Bjørn, S. E., . . . Abbas, A. K. (2021). *Robbins basic pathology* (10th ed.). Elsevier.

กรณีและผู้แต่งเป็นนิติบุคคล เช่น หน่วยงาน องค์กร บริษัท หรือเป็นผู้รับผิดชอบในการจัดพิมพ์ ใส่ชื่อย่อในส่วนของสำนักพิมพ์ หรือผู้รับผิดชอบในการจัดพิมพ์ได้ เช่น WHO, มหาวิทยาลัย, สถาบัน, กรม, โรงพยาบาล

กรมพัฒนาพลังงานทดแทนและอนุรักษ์พลังงาน. (2564). **คู่มือการตรวจสอบการออกแบบและก่อสร้างอาคารเพื่อการอนุรักษ์พลังงาน**. กรม.

World Health Organization. (2021). *World health statistics report 2021 monitoring health for the SDGs, sustainable development goals*. WHO.

หนังสือแปล

เคน โรบินสัน. (2561). Out of our minds the power of being creative [จะสร้างสรรค์ชีวิตต้องคิดนอกกรอบ]. ซีเอ็ดดูเคชั่น.

ฮอว์คิง เอส. (2552). The illustrated: A brief history of time [ประวัติย่อของกาลเวลาฉบับภาพประกอบ] (พิมพ์ครั้งที่ 17). มติชน.

บทความหรือบทในหนังสือ

วัลลภ สุขสวัสดิ์. (2561). แนวความคิดเรื่องชนชั้นนำทางการเมืองของกิตาโน มอสก้า กับชนชั้นนำทางการเมืองไทยในยุคมาลามาไทย. ใน วัชรพล ศุภจักรวัฒนา และวัชรพล พุทธิรักษา (บ.ก.), **ว่าด้วยทฤษฎีรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ร่วมสมัย** (พิมพ์ครั้งที่ 2). (น. 47-68). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Sparks, D.L. (2003). Environmental Soil Chemistry: An Overview. In D.L. Sparks (Eds.), *Environmental Soil Chemistry* (2nd Ed.). pp. 1-42. Academic Press.

บทความในเอกสารรายงานการประชุมและสัมมนา

เชษฐจิตา กุศลไสยานนท์, วิภาวรรณ จันทร์ประชู, นิจุรา ภูทวี และहरษา พลอยประเสริฐ. (2557).

การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์เพื่อสร้างประสิทธิภาพในการจัดการของตลาดน้ำดอนหวาย จังหวัดนครปฐม. ใน *การประชุมสวนสุนันทาวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 1 เรื่อง “งานศิลปวัฒนธรรม กรุงรัตนโกสินทร์ เพื่อพัฒนาท้องถิ่นไทย”*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, กรุงเทพฯ, ประเทศไทย.

Cochrane, T. & Narayan, V. (2019). Evaluation the CMALT cMOOC: An agile and scalable professional development framework. In Breakout session [Symposium]. Scholarship of Technology Enhanced Learning Symposium, Auckland, New Zealand

บทความในวารสาร

แบบรูปเล่ม

ธิดารัตน์ ตันนิรัตน์. (2557). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวตลาดคลองสวน 100 ปี. *วารสารวิจัย มสค สาขาสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 10(2), 91-103.

Liao, Hui-Chuan. (2016). Using automated writing evaluation to reduce grammar errors in writing. *ELT Journal*, 70(3), 308-319.

แบบออนไลน์มีหมายเลข DOI

นันท์ภัสกร ฤทธิพนิชवाल, ทัดพิชา หฤทัยวรกุล, บุศรา ตั้งศิริพัฒนภรณ์, ศิราวุฒิ ยศทนนท์, และ กนกภรณ์ ครุฑภาพันธ์. (2567). การวิเคราะห์แรงจูงใจและพฤติกรรมของผู้บริโภคต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารบนบรรทัดทองกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี*, 5(2), 49-61. <https://doi.org/10.60101/jla.2024.5.2.4675>

วิทยานิพนธ์

วรท พิณแพทย. (2553). *แนวทางการพัฒนาการบริการระหว่างการบินในชั้นธุรกิจ สำหรับผู้โดยสารกลุ่มนักธุรกิจชาวไทย กรณีศึกษา บริษัท การบินไทย จำกัด (มหาชน)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Niphawan Samartkit. (2008). *Caregiver role strain and rewards of care giving: a study of caring for traumatic brain injured patients in eastern Thailand* (Unpublished Doctoral Dissertation). Mahidol University.

วิทยานิพนธ์ที่มีการตีพิมพ์เผยแพร่ในฐานข้อมูล/ออนไลน์

วันชนะ จูบรรจง. (2560). *ระบบสนับสนุนการประมาณการสัมผัสแคดเมียมผ่านการบริโภคอาหาร* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. ThaiLIS. https://tdc.thailis.or.th/tdc/search_result.php

Miller, T. (2019). *Enhancing readiness: An Exploration of the New Zealand Qualified Firefighter Programme* [Master's thesis, Auckland University of Technology]. Tuwhera. <https://openrepository.aut.ac.nz/handle/10292/12338>

Marten, M. G. (2014). *Aid withdrawal and health care sustainability: Shifting mandates in health institutions and HIV/AIDS programs in Tanzania*. [Doctoral thesis, University of Florida]. ProQuest Dissertations and Theses.



เว็บเพจมีผู้แต่งหรือหน่วยงานรับผิดชอบ

วรวิทย์ จันทรสุวรรณ. (2563, 17 พฤษภาคม). รู้ก่อนใช้สารเคมีในห้องปฏิบัติการ. Active Learning : Learning for All. https://sci.rmutp.ac.th/woravith/?page_id=2941

Avramova, N. (2019, January 19). The Secret to a long, happy, healthy life? Think age positive. CNN. <https://www.cnn.com/2019/01/03/health/respect-toward-elderly-leads-to-long-life-intl/index.html>

วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้. (2562). การเขียนบทความทางวิชาการเพื่อเข้าสู่การขอตำแหน่งทางวิชาการ. <https://hs.sct.ac.th/content/307>

World Health Organization. (2023, March 18). Advice for the public: Coronavirus disease (COVID-19). <https://www.who.int/emergencies/diseases/novel-coronavirus-2019/advice-for-public>

หมายเหตุ

*กรณีที่ไม่มีวันที่เผยแพร่ปรากฏ ให้ใส่ (ม.ป.ป.) หรือ (n.d.)

*กรณีที่มีปรากฏเฉพาะ พ.ศ. หรือ ค.ศ. ให้ใส่แค่ (ปี) เท่านั้น

*กรณีชื่อผู้เขียนและชื่อเว็บไซต์เป็นชื่อเดียวกัน ให้ตัดชื่อเว็บไซต์ออก

*ผู้เขียนอาจเป็นหน่วยงาน องค์กรที่รับผิดชอบในการสร้างสรรค์ ผลิตภัณฑ์หรือเผยแพร่

*กรณีไม่สามารถระบุผู้เขียนได้ ให้ใช้ชื่อเรื่อง (title) แทน (เป็นตัวเอน)

วิธีการจัดส่งบทความ

กรุณาส่งแบบเสนอผลงานวิชาการและไฟล์ข้อมูลบทความมาทางอีเมล: liberalartsjournal@rmutt.ac.th
หากมีข้อสงสัยติดต่อผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ประธมาศ พลิชฐภักกุล, คุณวรรณยาเฉลยปราชญ์
เบอร์โทรศัพท์ 02 549 4965

การพิจารณาบทความ

บทความทุกบทความจะต้องผ่านการพิจารณาโดยผู้ทรงคุณวุฒิที่เชี่ยวชาญ 3 ท่าน แบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้แต่งไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)



แบบเสนอผลงานวิชาการเพื่อลงตีพิมพ์ในวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

เรียน บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ข้าพเจ้า (ชื่อ-สกุล)

(ภาษาอังกฤษ)

ตำแหน่งทางวิชาการ (โปรดระบุ)

☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ☐ อาจารย์

☐ ดร. ☐ นาย ☐ นาง ☐ นางสาว

☐ อื่น ๆ (ระบุ).....

สถาบันหรือหน่วยงานที่สังกัด.....

วุฒิการศึกษา(สูงสุด).....

ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้)

โทรศัพท์ที่ทำงาน..... โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร..... E-mail.....

มีความประสงค์ขอส่งผลงานวิชาการ เรื่อง :

ชื่อผลงาน (ภาษาไทย).....

ชื่อผลงาน (ภาษาอังกฤษ).....

ประเภทของผลงานวิชาการ

☐ บทความวิจัย ☐ บทความวิชาการ

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าผลงานนี้ ☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าเพียงผู้เดียว

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ที่ระบุชื่อในผลงาน

ผลงานนี้ยังไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน หรืออยู่ระหว่างการเสนอพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่นและจะไม่นำส่งไปเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารอื่น ๆ อีก นับจากวันที่ข้าพเจ้าได้ส่งผลงานต้นฉบับนี้มายังกองบรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์มทร.ธัญบุรี

.....ลายมือชื่อเจ้าของบทความ

(.....)

วันที่

**แบบรับรองบทความวิจัยจากปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์**

เรียน บรรณาธิการวารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี

ข้าพเจ้า ☐ ศาสตราจารย์ ☐ รองศาสตราจารย์ ☐ ผู้ช่วยศาสตราจารย์
☐ อาจารย์ ☐ ดร.

ชื่อ - สกุล

สถาบันหรือหน่วยงานที่สังกัด.....

ที่อยู่และหมายเลขโทรศัพท์ (ที่ติดต่อได้)

.....

.....

โทรศัพท์ที่ทำงาน.....โทรศัพท์มือถือ.....

โทรสาร.....E-mail.....

ขอรับรองว่าได้ตรวจสอบบทความวิจัยจากปริญญานิพนธ์/วิทยานิพนธ์/ดุษฎีนิพนธ์ เรื่อง :

ชื่อผลงาน (ภาษาไทย).....

.....

.....

ชื่อผลงาน (ภาษาอังกฤษ).....

.....

.....

ของนิสิต ชื่อ -สกุล

ว่าถูกต้องตามหลักวิชาการเป็นที่เรียบร้อยแล้ว ซึ่งบทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ระหว่างการเสนอเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น

.....ลายมือชื่อ

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษาหลัก

วันที่