



ISSN 2651-2122



วารสารการจัดการ และการพัฒนาท้องถิ่น

Journal of Management and Local Development

ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม - ธันวาคม 2568

Vol.8 No.2 July - December 2025

คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

- ๑) **เจ้าของ** คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
- ๑) **ที่ปรึกษา** ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เปรี๊ยานุช พรหมภาสิต
- ๑) **บรรณาธิการ** ดร.ประพล จิตคตติ
- ๑) **ผู้ช่วยบรรณาธิการ** รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรรย์ ผลประเสริฐ

๑) **กองบรรณาธิการ (ภายใน)**

- รองศาสตราจารย์ ดร.ปาจรรย์ ผลประเสริฐ
- รองศาสตราจารย์ ดร.เพชร บุตสีทา
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เพ็ญศรี จันทร์อินทร์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสรา จรัสวิญญู
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภรณ์มย์
- ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา จรุงศรีโชติกำจร

๑) **กองบรรณาธิการ (ภายนอก)**

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ศาสตราจารย์ ดร.ดิเรก ปัทมสิริวัฒน์ | สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) |
| รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| รองศาสตราจารย์ ดร.บุษบา สุธีธร | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงดี | มหาวิทยาลัยมหิดล |
| รองศาสตราจารย์ ดร.วรางคณา จันทร์คง | มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช |
| รองศาสตราจารย์ ดร.สมเดช มุงเมือง | มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น |
| รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทร์ตะนี | มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย |
| รองศาสตราจารย์ ดร.กัญญา ดิษฐ์แก้ว | มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ตาก |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภพงษ์ ปิ่นเวหา | มหาวิทยาลัยมหาสารคาม |

๑) **ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ**

- | | |
|---|--|
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุภารัตน์ แสงแก้ว | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| รองศาสตราจารย์ ดร.เสงี่ยม บุญพัฒน์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กษิตศิ ใจผาวัง | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เบญจวรรณ เบญจกรรณ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปานิสรา จรัสวิญญู | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รัชนีวรรณ บุญอนันท์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภรณ์มย์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จารันต์ เจริญสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพร ตึกขาว | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวัช พิทักษ์ทิม | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฤภา แผนสุวรรณ | มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์ |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภานารี พิรส | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มาระโกชน | มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์ |
| อาจารย์ ดร.พงษ์พันธ์ พุทธิวิศิษฐ์ | มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิ่นนที กัลยา | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิรภพ จันทร์แสนตอ | มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง |
| ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐพัชร วรพงศ์พัชร | สถาบันเทคโนโลยีภาคตะวันออกแห่งสุวรรณภูมิ |

๑ วัตถุประสงค์ของวารสาร

① เพื่อส่งเสริมผลงานทางวิชาการและวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาท้องถิ่นและได้องค์ความรู้ใหม่

② เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่บทความวิจัยทางด้านบริหารธุรกิจ ด้านการพัฒนาท้องถิ่นและด้านสหวิทยาการอันสามารถนำไปใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงทฤษฎี เชิงการบริหารจัดการ และเชิงพัฒนา และเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น ตลอดจนประสบการณ์ระหว่าง นักวิชาการ นักบริหาร นักธุรกิจ นักศึกษา และประชาชน

③ เพื่อสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางวิชาการกับสถาบันการศึกษาและองค์กรต่าง ๆ

๒ เป้าหมายและขอบเขต

เป็นวารสารที่นำเสนอบทความในศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ด้านการท่องเที่ยวและโรงแรม ด้านการพัฒนาท้องถิ่น และด้านสหวิทยาการที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานที่มีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาองค์ความรู้ในเชิงทฤษฎี หรือการนำไปใช้ประโยชน์ต่อองค์การ ทั้งเชิงนโยบาย เชิงพาณิชย์ หรือเชิงการบริหารจัดการ เพื่อการพัฒนาท้องถิ่นและชุมชน

๓ กระบวนการพิจารณา

บทความต้นฉบับที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารนี้ จะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้เชี่ยวชาญในศาสตร์หรือสาขาที่เกี่ยวข้องอย่างน้อยจำนวนสามท่าน ตามระบบ Double-Blind Peer Review

๔ กำหนดออกวารสาร ปีละ 2 ฉบับ

มกราคม – มิถุนายน และ กรกฎาคม - ธันวาคม

๕ ผู้จัดทำและเผยแพร่

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

๖ สำนักงาน

คณะวิทยาการจัดการ (ชั้น 6) มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

69 หมู่ 1 ต.นครชุม อ.เมือง จ.กำแพงเพชร 62000

☎ โทรศัพท์ : 0 5570 6511 , 08 8154 7262

✉ E-mail : jml_d_fms@kpru.ac.th

🌐 Website : <https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD>

๗ ฝ่ายจัดการและเลขานุการ

นายวัชรินทร์ ปัญญาเสน นายวชิรวิทย์ กรรณิกา นางสาวสุมิตรา หอมอรุณ

นางสุพัชรี กรรณิกา นายอมร วรรณารักษ์

บทความที่ตีพิมพ์ทุกบทความผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ
บทความหรือข้อคิดเห็นใดๆ ที่ปรากฏในวารสารเป็นวรรณกรรมของผู้เขียนโดยเฉพาะ
ซึ่งมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรและบรรณาธิการไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย

วารสาร “การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น” ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2568) ฉบับนี้ครอบคลุมประเด็นวิจัยที่หลากหลายและมีความสำคัญต่อการพัฒนาระดับฐานราก อาทิ การบริหารกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นเพื่อยกระดับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุที่อยู่ในภาวะพึ่งพิง การศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมบนฐานพุทธของผู้ประกอบการ และผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในอุตสาหกรรมบริการรับจ้างผลิตผลิตภัณฑ์เสริมอาหาร ผลิตภัณฑ์สุขภาพ และความงาม ตลอดจนการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีอิทธิพลต่อคุณภาพการให้บริการของธุรกิจล้างรถแบบหยอดเหรียญ งานวิจัยที่มุ่งพัฒนานวัตกรรมแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งด้านกัญชาทางการแพทย์ เพื่อถ่ายทอดองค์ความรู้สู่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย การสำรวจปัจจัยความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย การนำเสนอแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและระบบโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน รวมถึงการวิเคราะห์การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ในการขับเคลื่อนและส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

ทุกบทความในวารสารฉบับนี้เหล่านี้ไม่เพียงแต่มีคุณค่าทางวิชาการ หากแต่ยังเป็นกรณีศึกษาและต้นแบบที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในพื้นที่อื่นเพื่อส่งเสริมการพัฒนาอย่างครอบคลุมและยั่งยืน โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นสำคัญ ขอขอบคุณผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ร่วมกลั่นกรองผลงานวิจัยอย่างเข้มข้นตามกระบวนการ Double-Blind Peer Review อันเป็นกลไกสำคัญในการรักษาคุณภาพของวารสาร และขอขอบคุณผู้เขียน นักวิจัย และผู้อ่านทุกท่านที่ให้ความสนใจวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง

The Journal of Management and Local Development, Vol. 8, No. 2 (July–December 2025), The published studies explore high-impact themes, including local health-security fund management to strengthen long-term care for dependent older adults, Buddhist-grounded innovative entrepreneurial leadership and its influence on workplace happiness in contract manufacturing of supplements and health-beauty products, and consumer behavior as a determinant of service quality in coin-operated car-wash enterprises. Additional contributions present microlearning platforms for medical-cannabis knowledge transfer, customer-satisfaction drivers in Thai hotels, technology-logistics frameworks for sustainable tourism, and strategic communication capabilities of Local Administrative Organizations (LAOs) in enabling community-driven tourism.

We extend our sincere thanks to our expert reviewers for upholding scholarly rigor and publication quality through the Double-Blind Peer Review process. We also express our appreciation to all authors and readers for their ongoing support, engagement, and trust in our shared mission to advance sustainable local development.

บทความวิจัย

- 1 การบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นเพื่อดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลเมืองจังหวัดพัทลุง
:: ปิยภรณ์ ฤทธิมา และคณะ ::
- 21 Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employee Workplace Happiness in a Contract Manufacturing Business for Dietary Supplements, Health, and Beauty Products
:: Ntapat Worapongpat ::
- 49 พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อคุณภาพการบริการของธุรกิจห้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา
:: กิรติกาญจน์ นาคทอง และคณะ ::
- 65 การพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย
:: พงษ์ศักดิ์ วัฒมาศ และคณะ ::
- 85 ปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย
:: สิทธิรัตน์ สมณะ และคณะ ::
- 101 แนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลศิระราชูร์ จังหวัดตาก
:: สุริดา ทับทิมศรี และคณะ ::

บทความวิชาการ

- 117 การจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน
:: แว่นแก้ว ชัยอาราม และคณะ ::
- 133 คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น
- การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ
 - รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง
 - แบบฟอร์มการส่งบทความเพื่อเผยแพร่ในวารสาร



การบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นเพื่อดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง: กรณีศึกษาเทศบาลตำบลร่มเมือง จังหวัดพัทลุง

ปิยภรณ์ ฤทธิมา¹

อภิษฐา สงคง²

ผู้ดูแลแบบ

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นและประเมินประสิทธิผลของเทศบาลตำบลร่มเมือง จังหวัดพัทลุง ในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง โดยใช้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และแนวคิดการดูแลระยะยาว (Long-Term Care: LTC) เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 15 คน ประกอบด้วยผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ 6 คน และอาสาสมัครที่เกี่ยวข้อง 9 คน ระหว่างเดือนมิถุนายน-ตุลาคม พ.ศ. 2568 ผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกด้วยแนวคำถามที่ผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมจากผู้ทรงคุณวุฒิ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ตามกรอบแนวคิด NPM และตรวจสอบความน่าเชื่อถือด้วยวิธีสามเส้า (Triangulation) ใน 4 มิติ ได้แก่ ข้อมูล (Data Triangulation) วิธีการ (Method Triangulation) ผู้วิจัย (Investigator Triangulation) และทฤษฎี (Theory Triangulation) ผลการศึกษาพบว่า เทศบาลมีการบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยประเมินภาวะพึ่งพิงด้วยเครื่องมือ Activities of Daily Living (ADL) จัดทำแผนดูแลรายบุคคล (Care Plan) และจัดสรรงบประมาณอย่างเป็นระบบและโปร่งใส ส่งผลให้ผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงทั้ง 44 คน เข้าถึงบริการได้ครบถ้วน มีคุณภาพชีวิตดีขึ้น ภาวะผู้ดูแลลดลง และเกิดเครือข่ายการดูแลที่ยั่งยืน อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดด้านงบประมาณ บุคลากรเฉพาะทาง และระบบข้อมูลที่ไม่บูรณาการ ดังนั้น จึงควรพัฒนาศักยภาพบุคลากร เพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการกองทุน และพัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางเพื่อให้ระบบการดูแลระยะยาวมีความยั่งยืนและสามารถขยายผลได้

คำสำคัญ: การบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น / ประสิทธิภาพ / ผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง

^{1, 2} รัฐประศาสนศาสตร์ (ร.ป.บ.) สาขาวิชาการจัดการรัฐกิจ คณะศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตสุราษฎร์ธานี

Local Health Security Fund Management for Dependent Elderly Care: A Case Study of Rommuang Subdistrict Municipality, Phatthalung Province

*Piyaporn Ritima*¹

*Apichaya Songkong*²

ABSTRACT

This qualitative research examines the management of the Local Health Security Fund and evaluates its effectiveness in caring for dependent elderly individuals in Rommuang Subdistrict Municipality, Phatthalung Province, Thailand. The study applies the New Public Management (NPM) framework and Long-Term Care (LTC) concept as analytical lenses. Data were collected from 15 key informants, comprising 6 administrators and staff members and 9 relevant volunteers, between June and October 2025, through in-depth interviews using a content-validated interview guide. The data were analyzed using content analysis based on the NPM framework, and trustworthiness was established through four types of triangulation: data, method, investigator, and theory. The findings reveal that the municipality employs participatory management approaches by systematically assessing dependency levels using the Activities of Daily Living (ADL) tool, developing individualized care plans, and allocating budgets transparently. Consequently, all 44 dependent elderly individuals (100%) have accessed comprehensive care services, leading to improved quality of life, reduced caregiver burden, and the establishment of a sustainable long-term care network. However, several limitations persist, including budget constraints, shortage of specialized personnel, and lack of integrated data systems. Therefore, this study recommends developing staff capacity, increasing flexibility in fund management, and establishing a centralized database system to ensure the sustainability and scalability of the long-term care system.

Keywords: Local Health Security Fund Management / Effectiveness / Dependent Older Adults

^{1,2} Bachelor of Public Administration (B.P.A.) in Public Management, Faculty of Liberal Arts and Management Sciences, Prince of Songkla University, Surat Thani Campus

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรของโลก โดยเฉพาะการเพิ่มขึ้นของสัดส่วนผู้สูงอายุ ส่งผลกระทบต่อโครงสร้างสังคมและระบบสาธารณสุขอย่างมีนัยสำคัญ องค์การอนามัยโลกคาดการณ์ว่าประชากรสูงอายุ 60 ปีขึ้นไปจะเพิ่มขึ้นจาก 1 พันล้านคนในปี 2563 เป็น 2.1 พันล้านคนในปี 2593 (World Health Organization, 2021) สำหรับประเทศไทยนั้น เข้าสู่สังคมสูงอายุตั้งแต่ปี 2548 และคาดว่าจะเป็นสังคมสูงอายุระดับสูงสุด (Super-aged Society) ในปี 2575 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564; สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565) ด้วยเหตุนี้ การเพิ่มขึ้นของผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงจึงสร้างความต้องการระบบดูแลระยะยาว (Long-Term Care: LTC) ที่ครอบคลุมทั้งมิติด้านกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย, 2565) โดยเฉพาะผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงระดับกลางถึงรุนแรง ต้องการการดูแลอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ทั้งนี้ หากขาดการดูแลที่เหมาะสม อาจนำไปสู่ภาวะแทรกซ้อนทางสุขภาพ ภาระของครอบครัวผู้ดูแล รวมถึงค่าใช้จ่ายด้านสาธารณสุขที่เพิ่มสูงขึ้น

ภายใต้บริบทดังกล่าว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทสำคัญในการจัดบริการดังกล่าว โดยผ่าน “กองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น” ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์ปัญหา วางแผน และดำเนินโครงการให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่ (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, 2563) แม้ว่ากองทุนจะช่วยเสริมระบบสุขภาพและสนับสนุนการดูแลผู้สูงอายุ แต่ยังพบความท้าทาย เช่น การขาดข้อมูล และขาดแคลนบุคลากร การประเมินผลที่ไม่เป็นระบบ ตลอดจนงบประมาณที่จำกัด (สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ, 2566) ความท้าทายเหล่านี้ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนของระบบการดูแลผู้สูงอายุในระดับท้องถิ่น

จากการทบทวนวรรณกรรม พบช่องว่างทางวิชาการที่สำคัญ 3 ประการ ประการแรก การศึกษาเกี่ยวกับการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นส่วนใหญ่เน้นไปที่ผลลัพธ์เชิงปริมาณ เช่น จำนวนผู้รับบริการและงบประมาณที่ใช้ไป ขณะที่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับกระบวนการบริหารจัดการที่นำไปสู่ความสำเร็จ รวมทั้งปัจจัยแห่งความสำเร็จและอุปสรรคในบริบทเฉพาะพื้นที่ ประการที่สอง ยังขาดการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management) ร่วมกับแนวคิดการดูแลระยะยาว (Long-Term Care) ในการวิเคราะห์ประสิทธิผลของการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็กและปานกลางที่มีทรัพยากรจำกัดแต่ต้องรับผิดชอบดูแลผู้สูงอายุในจำนวนที่เพิ่มขึ้น และประการที่สาม การศึกษาส่วนใหญ่มุ่งเน้นไปที่ภาคกลางและภาคเหนือ ในขณะที่บริบทภาคใต้ซึ่งมีลักษณะทางสังคม วัฒนธรรม และภูมิศาสตร์ที่แตกต่าง ยังขาดการศึกษาอย่างเป็นระบบ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าวผ่านการศึกษาระดับปริญญาโทศึกษาเชิงลึกในบริบทภาคใต้

เนื่องจากเหตุผลเหล่านี้ เทศบาลตำบลร่มเมือง จังหวัดพัทลุง จึงเป็นกรณีศึกษาที่น่าสนใจ เพราะเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็กที่ดำเนินโครงการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ โดยมีสัดส่วนผู้สูงอายุประมาณ 1,847 คน และมีผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงจำนวน 44 คน (กองทุนหลักประกันสุขภาพท้องถิ่น เทศบาลตำบลร่มเมือง, 2568) เทศบาลได้ดำเนินกิจกรรมที่หลากหลาย ตั้งแต่การเยี่ยมบ้าน การจัดหาอุปกรณ์ช่วยเหลือ การฝึกอบรมผู้ดูแล ไปจนถึงการจัดตั้งศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยมีการใช้งบประมาณจากกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม เทศบาลยังต้องเผชิญความท้าทายในการบริหารจัดการงบประมาณให้เพียงพอ และตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของผู้สูงอายุ และครอบครัวผู้ดูแล จุดเด่นของเทศบาลตำบลร่มเมือง คือ การมีระบบการจัดการที่เป็นรูปธรรม โดยมีการประเมินภาวะพึ่งพิงด้วยเครื่องมือมาตรฐาน (ADL) และมีการจัดทำแผนการดูแลรายบุคคล (Care Plan) อย่างเป็นระบบ ซึ่งเป็นแนวปฏิบัติที่ดีที่สามารถเป็นต้นแบบให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นได้

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการบริหารจัดการและประสิทธิผลของกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาระบบ LTC ระดับท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมืองในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง
2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมืองในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง

คำถามการวิจัย

1. กระบวนการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมืองมีลักษณะอย่างไร และสอดคล้องกับหลักการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (NPM) ในมิติใดบ้าง
2. ปัจจัยใดบ้างที่ส่งผลต่อความสำเร็จและข้อจำกัดของการบริหารจัดการกองทุนในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง
3. ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการกองทุนส่งผลต่อคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง ภาระผู้ดูแล และความยั่งยืนของระบบการดูแลอย่างไร

แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด การบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) เป็นแนวทางที่เกิดขึ้นตั้งแต่ทศวรรษ 1980 โดยมุ่งเน้นการนำนวัตกรรม และวิธีการจากภาคเอกชนมาใช้ในการบริหารภาครัฐ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความคุ้มค่า และความโปร่งใส (Hood, 1991) หลักการสำคัญ ได้แก่ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ การใช้ตัวชี้วัดที่ชัดเจน การกระจายอำนาจ และการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีบทบาทในการตรวจสอบ (Osborne & Gaebler, 1992) สำหรับการประยุกต์ใช้แนวคิด NPM กับการบริหารจัดการกองทุนสุขภาพ พบว่า มีการนำแนวทางดังกล่าวมาปรับใช้โดยมุ่งเน้นการบริหารเชิงผลลัพธ์ การใช้ตัวชี้วัดคุณภาพ การสร้างการแข่งขันระหว่างหน่วยบริการ และการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการตัดสินใจ (Saltman & Ferlie, 2017) ซึ่งช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรด้านสุขภาพอย่างคุ้มค่า โปร่งใส และตอบสนองต่อความต้องการของสังคมได้ดียิ่งขึ้น

การดูแลระยะยาว (Long-Term Care: LTC) การให้บริการดูแลอย่างต่อเนื่องแก่ผู้สูงอายุหรือบุคคลที่มีภาวะพึ่งพิง เพื่อให้สามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างปลอดภัยและมีคุณภาพชีวิตที่ดี (Stone, 2000) บริการในระบบ LTC ครอบคลุมการดูแลทางการแพทย์และพยาบาล การฟื้นฟูสมรรถภาพทางร่างกาย การสนับสนุนด้านจิตใจ รวมถึงการเข้าถึงทรัพยากรชุมชน (Bodenheimer et al., 2002; Jette et al., 1999; Knight & Satre, 1999) การดูแลทางการแพทย์และพยาบาลมีบทบาทสำคัญในการรักษาโรคเรื้อรัง ดูแลแผล และให้คำแนะนำแก่ผู้รับบริการและครอบครัว ในขณะที่การฟื้นฟูสมรรถภาพทางกายช่วยชะลอการเสื่อมสมรรถภาพ ลดอาการปวด และส่งเสริมความสามารถในการดำเนินชีวิตประจำวัน ส่วนการดูแลด้านจิตใจและสังคมมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิต ลดความเครียด และสนับสนุนการเข้าถึงทรัพยากรในชุมชน รูปแบบการให้บริการ LTC ประกอบด้วย การดูแลที่บ้าน ศูนย์กลางวัน และสถานดูแลระยะยาว (Stuck et al., 2002; Conrad et al., 1993; Miller et al., 2005) ซึ่งแต่ละรูปแบบสามารถปรับใช้ตามความต้องการและบริบทของผู้รับบริการ แนวทางการจัดการที่มีประสิทธิภาพเน้นการดูแลในชุมชน เพื่อให้ผู้สูงอายุสามารถอยู่บ้านของตนเองได้นานที่สุด (Aging in Place) รวมถึงการดูแลแบบบูรณาการระหว่างบริการต่าง ๆ และการสนับสนุนครอบครัวให้มีส่วนร่วมในการดูแล (Kodner & Spreeuwenberg, 2002; Pearlin, 1990) ทั้งนี้ การดูแลระยะยาวไม่ได้มุ่งเพียงการให้บริการด้านสุขภาพเท่านั้น แต่ยังมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความยั่งยืนทางสังคม ลดภาระของครอบครัวและรัฐ พร้อมส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้ดีขึ้นอย่างแท้จริง (WHO, 2015)

การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) เป็นกลไกสำคัญในการบริหารกองทุนสุขภาพท้องถิ่น ช่วยให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน การดำเนินงาน จนถึงการติดตามและประเมินผล ทำให้โครงการตอบสนองต่อความต้องการของชุมชน เพิ่มประสิทธิภาพ ลดความ

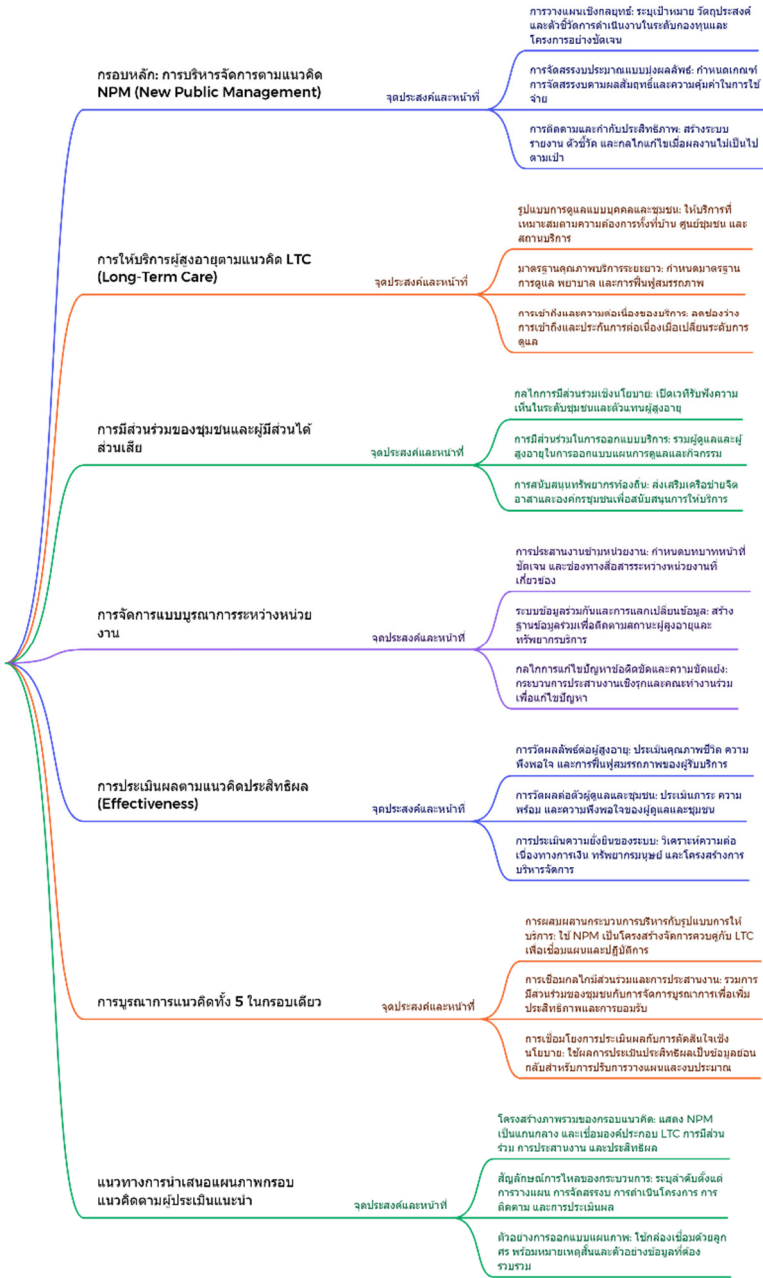
ผิดพลาด และเสริมความยั่งยืนของระบบสุขภาพ (Pretty, 1995) การมีส่วนร่วมยังช่วยสร้างทุนทางสังคมในมิติ bonding, bridging และ linking ซึ่งสนับสนุนความร่วมมือระหว่างชุมชน หน่วยงานของรัฐ และองค์กรภาคประชาสังคม รวมทั้งส่งเสริมพลังอำนาจของชุมชน (Putnam, 1995) อย่างไรก็ตาม ปัจจัยต่าง ๆ เช่น ความเหลื่อมล้ำทางสังคม โครงสร้างอำนาจแบบบนลงล่าง และทรัพยากรที่จำกัด อาจเป็นอุปสรรคต่อการมีส่วนร่วมของชุมชน

แนวคิดการจัดการแบบบูรณาการ (Integrated Care Concept) เป็นหลักการสำคัญในระบบสุขภาพและสวัสดิการสังคมสมัยใหม่ ที่มุ่งเชื่อมโยงบริการต่าง ๆ เข้าด้วยกัน เพื่อให้ผู้รับบริการได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพ (Kodner & Spreuwenberg, 2002) การบูรณาการครอบคลุมทั้งระดับนโยบาย ระดับองค์กร และระดับการปฏิบัติจริง ช่วยลดความซ้ำซ้อนของการให้บริการ เพิ่มคุณภาพ และตอบสนองต่อความต้องการของผู้สูงอายุหรือผู้ที่มีภาวะพึ่งพิงได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ว่ายังคงมีความท้าทายในด้านโครงสร้าง วัฒนธรรมองค์กร และระบบข้อมูลที่ต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

แนวคิดประสิทธิผล (Effectiveness) ประสิทธิภาพขององค์กรคือความสามารถในการบรรลุเป้าหมายและตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย โดยเน้นผลลัพธ์จริงต่อคุณภาพชีวิต การเข้าถึงบริการ และความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้อง (Drucker, 1973) หลายทฤษฎีเสนอกรอบการวัด เช่น Balanced Scorecard (Kaplan & Norton, 1992), Triple Bottom Line และ Competing Values Framework (Cameron & Quinn, 1999) การวัดประสิทธิผลรวมทั้งผลลัพธ์เชิงคุณภาพและปริมาณ การเข้าถึงบริการ ประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และความยั่งยืน (Donabedian, 1988) ปัจจัยที่มีผล ได้แก่ ภาวะผู้นำ โครงสร้าง และระบบ ทรัพยากรบุคคล และชุมชนหรือสิ่งแวดล้อม (Kouzes & Posner, 2017; Mintzberg, 1979; Putnam, 2000) การนำแนวคิดนี้มาใช้ช่วยประเมินความสำเร็จและพัฒนาการบริหารกองทุนสุขภาพท้องถิ่นอย่างครอบคลุม (OECD, 2020)

กรอบแนวคิดการวิจัย จากการทบทวนแนวคิดและทฤษฎีข้างต้น ผู้วิจัยได้สังเคราะห์กรอบแนวคิดการวิจัยที่บูรณาการแนวคิดทั้ง 5 เข้าด้วยกัน โดยใช้แนวคิด NPM เป็นกรอบหลักในการวิเคราะห์กระบวนการบริหารจัดการกองทุน (ตั้งแต่การวางแผน การจัดสรรงบประมาณ การดำเนินโครงการ การติดตามกำกับ จนถึง การประเมินผล) ผสมผสานกับแนวคิด LTC ในการวิเคราะห์รูปแบบการให้บริการดูแลผู้สูงอายุ แนวคิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในการวิเคราะห์กลไกการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย แนวคิดการจัดการแบบบูรณาการในการวิเคราะห์ประสานงานระหว่างหน่วยงาน และแนวคิดประสิทธิผลในการประเมินผลลัพธ์ต่อผู้สูงอายุ ผู้ดูแล และความยั่งยืนของระบบ ดังแสดงในรูปที่ 1

กรอบแนวคิดการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นเพื่อดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยใช้การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญประกอบด้วยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการกองทุนและผู้เกี่ยวข้องโดยตรง จำนวน 15 คน ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญถูกกำหนดรหัสเพื่อปกป้องความเป็นส่วนตัวและสิทธิในการรักษาข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มผู้บริหารและเจ้าหน้าที่ (A1–A6) และกลุ่มอาสาสมัครที่เกี่ยวข้อง (CG1–CG9)

ในส่วนของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แนวคำถามสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview Guide) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา (Content Validity) โดยผู้ทรงคุณวุฒิ และปรับปรุงให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

สำหรับการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน - เดือนตุลาคม 2568 โดยเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเผชิญหน้า (Face-to-Face Interview) บันทึกข้อมูลทั้งแบบจดบันทึกและการบันทึกเสียง (เมื่อได้รับความยินยอม)

จากนั้น การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการถอดความ (Transcription) และจัดหมวดหมู่ข้อมูล (Coding) ตามกรอบแนวคิดการบริหารจัดการภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) การตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูล (Trustworthiness) ผู้วิจัยใช้วิธีการตรวจสอบแบบสามเส้า (Triangulation) ใน 4 มิติ ประกอบด้วย (1) Data Triangulation เปรียบเทียบข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลายกลุ่ม ได้แก่ ผู้บริหาร เจ้าหน้าที่ อาสาสมัคร และครอบครัวผู้ดูแล (2) Method Triangulation ใช้หลายวิธีในการเก็บข้อมูล ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม และการศึกษาเอกสารที่เกี่ยวข้อง เช่น รายงานการประชุมคณะกรรมการกองทุน แผนปฏิบัติการ และเอกสาร Care Plan (3) Investigator Triangulation ใช้ผู้วิจัย 2 คน ร่วมกันวิเคราะห์และตีความข้อมูลเพื่อลดอคติส่วนบุคคล และ (4) Theory Triangulation เปรียบเทียบการตีความข้อมูลกับกรอบแนวคิดต่าง ๆ ทั้ง NPM, LTC, Community Participation และ Integrated Care เพื่อเพิ่มความลึกและความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย นอกจากนี้ ยังมีการตรวจสอบข้อมูลโดยการนำผลการวิเคราะห์เบื้องต้นกลับไปยืนยันกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Member Checking) เพื่อให้มั่นใจว่าการตีความสะท้อนความเป็นจริงอย่างถูกต้อง

ในส่วนของจริยธรรมการวิจัย ผู้วิจัยได้รับการขอเก็บข้อมูลจากเทศบาลตำบลเมืองและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้ ผู้ให้ข้อมูลทุกคนได้รับการอธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิในการปฏิเสธหรือยุติการให้ข้อมูลได้ทุกเมื่อ และได้รับการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลโดยเก็บรักษาข้อมูลอย่างเป็นความลับและใช้เพื่อวัตถุประสงค์ทางการวิจัยเท่านั้น

สรุปผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย ดังนี้

1. เพื่อศึกษาการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลริมเมืองในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง พบว่า เทศบาลตำบลริมเมือง มีการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพอย่างเป็นระบบและมีประสิทธิภาพ โดยมีกระบวนการทำงานที่ชัดเจน 5 ขั้นตอนหลัก ประกอบด้วย

ขั้นตอนที่ 1 การวางแผน เทศบาลตำบลริมเมืองได้มีการจัดทำแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาท้องถิ่นที่ให้ความสำคัญกับการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง มีการสำรวจข้อมูลผู้สูงอายุในพื้นที่อย่างครอบคลุม โดยเริ่มจากการคัดกรองผู้สูงอายุ วิเคราะห์ความต้องการและปัญหาที่แท้จริง และประเมิน ADL กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนในการให้บริการ จัดทำ Care Plan ในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง การวางแผนดังกล่าวมีการบูรณาการข้อมูลจากหลายหน่วยงาน ทั้งจากโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหูแร่ อาสาสมัครสาธารณสุข และข้อมูลจากการลงพื้นที่สำรวจจริง ทำให้แผนที่จัดทำขึ้นมีความสอดคล้องกับบริบทและความต้องการของชุมชน (A1) กล่าวว่า “เราต้องรู้จักผู้สูงอายุทุกคนในพื้นที่ รู้ว่าใครอยู่ในภาวะไหน ต้องการอะไร ถึงจะวางแผนได้ตรงจุด ไม่ใช่ทำตามโครงการสำเร็จรูป” ขณะที่ (A3) เสริมว่า “การประเมิน ADL ทำให้เห็นภาพชัดว่าผู้สูงอายุแต่ละรายต้องการความช่วยเหลือในระดับไหน เราจึงทำ Care Plan ที่เหมาะสมกับแต่ละคน”

ขั้นตอนที่ 2 การจัดสรรงบประมาณ เทศบาลตำบลริมเมืองมีการจัดสรรงบประมาณจากกองทุนหลักประกันสุขภาพท้องถิ่นอย่างเป็นธรรมและโปร่งใส โดยในปีงบประมาณ 2568 ได้จัดสรรงบประมาณสำหรับ “โครงการดูแลห่วงใย ใส่ใจผู้ที่มีภาวะพึ่งพิง” เป็นจำนวน 10,442 บาทต่อคน เพื่อดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงจำนวน 44 คน โดยงบประมาณนี้ถูกแบ่งออกเป็นหมวดหมู่ตามความจำเป็นเร่งด่วน เช่น งบประมาณสำหรับการเยี่ยมบ้าน การจัดหาอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่จำเป็น เช่น นม ไม่เหน็บ รดเช็ช และการจัดกิจกรรมฟื้นฟูสมรรถภาพ การจัดสรรงบประมาณนี้มีการนำเสนอต่อคณะกรรมการกองทุนเพื่อพิจารณาอนุมัติ ทำให้เกิดความโปร่งใสและตรวจสอบได้ (A4) อธิบายว่า “การจัดสรรงบประมาณเราทำอย่างไรโปร่งใส มีการประชุมคณะกรรมการเพื่อพิจารณาทุกรายการ ชุมชนสามารถเข้ามาตรวจสอบได้ทุกเมื่อ นี่ทำให้เกิดความเชื่อมั่นและไว้วางใจ”

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินโครงการ เทศบาลตำบลริมเมืองได้ดำเนินโครงการหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง ได้แก่ โครงการเยี่ยมบ้านผู้สูงอายุติดเตียงและผู้ป่วยระยะยาว มีการเยี่ยมบ้านเดือนละ 2-3 ครั้งต่อราย โครงการสนับสนุนอุปกรณ์ช่วยเหลือ เช่น เตียงผู้ป่วย รถเข็น ที่พยุงตัว ผ้าอ้อมผู้ใหญ่รายเดือนสำหรับผู้สูงอายุที่ติดเตียง โครงการฝึกอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ และจัดตั้งศูนย์พัฒนาผู้สูงอายุ การดำเนินงานมีการประสานความร่วมมือระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ อย่างใกล้ชิด โดยเทศบาลตำบลริมเมืองทำหน้าที่เป็นแกนกลางในการประสานงาน โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหูแร่ ให้การสนับสนุนด้านวิชาการและบริการสุขภาพ ขณะที่อาสาสมัครสาธารณสุขทำหน้าที่เป็นผู้เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานกับผู้สูงอายุและครอบครัว (A1) ให้ข้อมูลว่า “เทศบาลทำหน้าที่เป็นเจ้าภาพหลักครับ ทั้งเรื่องงบประมาณและการจัดการโครงการ เราจะเป็นศูนย์กลางในการเชื่อมโยงงานของทุกฝ่าย เพื่อให้ระบบการดูแลผู้สูงอายุเดินไปด้วยกัน ไม่สะดุด”

ขั้นตอนที่ 4 การติดตามกำกับ เทศบาลตำบลร่มเมืองมีระบบการติดตามกำกับ การดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ โดยมีการจัดประชุมคณะกรรมการกองทุนทุกเดือนเพื่อติดตามความก้าวหน้าของโครงการ รับฟังปัญหาและอุปสรรค และหาแนวทางแก้ไขร่วมกัน นอกจากนี้ อาสาสมัครสาธารณสุขยังมีบทบาทสำคัญในการติดตามสภาพของผู้สูงอายุในพื้นที่รับผิดชอบและรายงานต่อเทศบาลตำบลร่มเมืองอย่างต่อเนื่อง การติดตามกำกับดังกล่าวทำให้สามารถแก้ไขปัญหาได้ทันที่และปรับปรุงการให้บริการให้ตอบสนองความต้องการได้ดีขึ้น (CG3) กล่าวว่า “เราจะลงพื้นที่ทุกเดือนคะ มีการถ่ายรูปตอนส่งมอบสิ่งของและอัปโหลดเข้ากลุ่มไลน์เพื่อให้ทุกฝ่ายตรวจสอบได้ว่าของถึงมือผู้สูงอายุจริง” ขณะที่ (A2) กล่าวเสริมว่า “ระบบติดตามผลนี้ช่วยให้เราปรับปรุงงานได้ตลอดเวลา”

ขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล เทศบาลตำบลร่มเมืองมีการประเมินผลการดำเนินงานทั้งในระดับกระบวนการและผลลัพธ์ โดยใช้ตัวชี้วัดที่หลากหลาย เช่น จำนวนผู้สูงอายุที่ได้รับบริการ ความพึงพอใจของผู้รับบริการ และการเปลี่ยนแปลงของคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ผลการประเมินถูกนำมาใช้เป็นข้อมูลในการปรับปรุงและพัฒนาโครงการในปีถัดไป ทำให้การบริหารจัดการกองทุนมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

การดำเนินงานทั้ง 5 ขั้นตอนนี้อาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งเทศบาลตำบลร่มเมือง โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลหู่ อาสาสมัครสาธารณสุข และครอบครัวผู้ดูแล ซึ่งแต่ละภาคส่วนมีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจนและเสริมซึ่งกันและกัน ทำให้โครงการมีความครอบคลุมและสามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงได้อย่างแท้จริง

2. เพื่อประเมินประสิทธิผลของการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมืองในการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง พบว่า ประสิทธิภาพของการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมือง โดยมีประสิทธิผล 6 ด้าน ประกอบด้วย

ด้านการเข้าถึงบริการสุขภาพ ผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงจำนวน 44 คน (คิดเป็นร้อยละ 100) สามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้ครบถ้วนและต่อเนื่อง ผ่านโครงการเยี่ยมบ้านและบริการเชิงรุกที่นำบริการไปถึงผู้สูงอายุโดยตรง ช่วยลดอุปสรรคด้านการเดินทางและเพิ่มโอกาสได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง รวมถึงการจัดหาอุปกรณ์ช่วยเหลือต่าง ๆ เช่น เตียงผู้ป่วย รถเข็น และอุปกรณ์พยุงตัว ซึ่งช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างปลอดภัยและมีศักดิ์ศรีมากขึ้น (A2) กล่าวว่า “เราต้องมั่นใจว่าผู้สูงอายุทุกคนได้รับบริการครบถ้วนและตรงตามความต้องการ ดังนั้นการลงพื้นที่และติดตามตาม Care Plan จึงเป็นสิ่งสำคัญ”

ด้านคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในหลายมิติ ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม ด้านร่างกาย พบว่าผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีขึ้นจากการได้รับการดูแลที่เหมาะสม มีการป้องกันภาวะแทรกซ้อนต่าง ๆ เช่น แผลกดทับ การติดเชื้อ การดูแลเรื่องอาหารการกินของผู้สูงอายุ และการลดลงของสมรรถภาพ ด้านจิตใจ ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าและไม่ถูกทอดทิ้ง เนื่องจากได้รับความเอาใจใส่จากทั้งครอบครัวและชุมชน ความเหงาและภาวะซึมเศร้าลดลง ด้านสังคม ผู้สูงอายุที่สามารถเคลื่อนไหวได้บ้างมีโอกาสเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน เช่น กิจกรรมที่ศูนย์ดูแลผู้สูงอายุระยะกลางวัน ทำให้มีการพบปะสังสรรค์และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม (A2) ให้ข้อมูลว่า “ด้านจิตใจของผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงถือว่าสำคัญมาก

เมื่อ CG ลงไปเยี่ยม พุดคุยและพบหน้าเขา จะทำให้จิตใจดีขึ้น มีเพื่อนคุย และสามารถปรึกษาหารือได้ การมีเพื่อนและมีใครมาดูแลช่วยให้คุณภาพชีวิตด้านจิตใจดีขึ้น” และ (CG2) เสริมว่า “ผู้สูงอายุที่เราดูแลเปลี่ยนไปมาก จากเดิมที่ซิมเต้านอนอยู่แต่ในบ้าน พอได้รับการเยี่ยม ได้คุยกับคนอื่น มีอุปกรณ์ช่วยเหลือ ท่านยิ้มได้ พุดคุยกับลูกหลานมากขึ้น” (CG7) เสริมว่า “แม่มีความสุขขึ้น รู้สึกว่าตัวเองยังมีคุณค่า ไม่ใช่ภาระของลูกหลาน”

ด้านการลดภาระของผู้ดูแล ครอบครัวผู้ดูแลได้รับการสนับสนุนในหลายรูปแบบ ทั้งการจัดหาอุปกรณ์ที่ช่วยให้การดูแลง่ายและปลอดภัยขึ้น การฝึกอบรมที่ทำให้ผู้ดูแลมีความรู้และทักษะที่ถูกต้อง ป้องกันการบาดเจ็บของทั้งผู้สูงอายุและผู้ดูแลเอง อีกทั้งการสนับสนุนจากอาสาสมัครสาธารณสุขและทีมสุขภาพที่คอยให้คำปรึกษาและช่วยแก้ไขปัญหามา ทำให้ผู้ดูแลรู้สึกว่ามีที่พึ่งพิง ไม่ต้องรับภาระเพียงลำพัง ทำให้ผู้ดูแลมีเวลาพักผ่อนหรือประกอบอาชีพ ลดความเครียดและป้องกันการหมดไฟจากการดูแล (CG5) กล่าวว่า “ก่อนหน้านี้ดิฉันเครียดมาก ต้องดูแลแม่คนเดียว ไม่รู้จะทำยังไง พอเทศบาลเข้ามาช่วย ให้อุปกรณ์ ให้ความรู้ อสม. มาเยี่ยมบ้านเป็นประจำ รู้สึกว่ามีคนคอยช่วยเหลือ ไม่ได้อยู่คนเดียว” อีกท่านหนึ่ง (CG8) เสริมว่า “การฝึกอบรมวิธีดูแลผู้ป่วยทำให้มั่นใจขึ้น รู้ว่าต้องทำอะไร ไม่ต้องกลัวว่าจะทำผิดทำให้แม่บาดเจ็บ”

ด้านการสร้างเครือข่ายและความยั่งยืนของระบบการดูแล โครงการก่อให้เกิดการสร้างเครือข่ายการดูแลผู้สูงอายุที่เข้มแข็งและยั่งยืนในระดับพื้นที่ โดยมีการเชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคประชาชน และครอบครัว ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และการพัฒนาวัฒนธรรมท้องถิ่นในการดูแลผู้สูงอายุ เครือข่ายดังกล่าวยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การดูแลมีความต่อเนื่อง ไม่ขึ้นอยู่กับเพียงโครงการใดโครงการหนึ่ง แต่เป็นพลังร่วมของชุมชนในการรับผิดชอบดูแลผู้สูงอายุ (A2) กล่าวว่า “จุดแข็งของตำบลเมืองที่คิดว่าเป็นภาคีเครือข่ายที่เข้มแข็งมาก ไม่ว่าจะเป็น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) เทศบาล อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม) การปกครอง ตลอดจนคณะผู้บริหารก็จะมี ความเข้มแข็งที่จะมีวัตถุประสงค์เดียวกัน เป้าประสงค์เดียวกันที่จะดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น” และผลลัพธ์ที่สำคัญอีกประการหนึ่งคือการสร้างความตระหนักรู้ในระดับชุมชนเกี่ยวกับความสำคัญของการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง ชุมชนมีทัศนคติที่ดีขึ้นต่อผู้สูงอายุ และเกิดการยอมรับว่าการดูแลผู้สูงอายุไม่ใช่หน้าที่ของครอบครัวหรือรัฐเพียงฝ่ายเดียว แต่เป็นความรับผิดชอบร่วมกันของทุกภาคส่วน สิ่งนี้ทำให้ชุมชนเกิดวัฒนธรรมแห่งการเอาใจใส่และช่วยเหลือกัน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างระบบการดูแลระยะยาวที่มีความยั่งยืน โครงการช่วยสร้างเครือข่ายการดูแลผู้สูงอายุในชุมชนอย่างยั่งยืน โดยเชื่อมโยงหน่วยงานรัฐ ครอบครัว และภาคประชาชน สร้างการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การสนับสนุนซึ่งกันและกัน และนวัตกรรมท้องถิ่นพร้อมสร้างความตระหนักรู้และวัฒนธรรมแห่งการเกื้อกูลในชุมชน ทำให้การดูแลผู้สูงอายุเป็นความรับผิดชอบร่วมกันและต่อเนื่อง ไม่ขึ้นอยู่กับโครงการใดโครงการหนึ่ง

ด้านคุณภาพ ความครอบคลุม และความพึงพอใจของบริการ บริการที่จัดให้แก่ผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงมีคุณภาพและได้มาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้รับบริการ มีการประเมินภาวะพึ่งพิงและจัดทำแผนการดูแลรายบุคคลอย่างต่อเนื่องและปรับปรุงแผนตามสภาวะที่เปลี่ยนแปลงของผู้สูงอายุ ผู้สูงอายุที่

อยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือเข้าถึงยากก็ได้รับการดูแลเช่นเดียวกัน บริการที่จัดให้มีความหลากหลายและครอบคลุมหลายมิติของการดูแล ตั้งแต่การดูแลสุขภาพพื้นฐาน การฟื้นฟูสมรรถภาพ การสนับสนุนอุปกรณ์ ไปจนถึงการดูแลด้านจิตใจและสังคม (A3) ให้ข้อมูลว่า “ผลลัพธ์ที่เห็นคือผู้สูงอายุเข้าถึงบริการได้ครอบคลุมและเป็นระบบ การประเมิน ADL และ Care Plan ทำให้ผู้สูงอายุได้รับการช่วยเหลือที่เหมาะสม ทำให้คุณภาพชีวิตทั้งด้านร่างกายและจิตใจดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด” ผู้สูงอายุและครอบครัวผู้ดูแลมีความพึงพอใจต่อบริการในระดับสูง (ร้อยละ 100) ระดับสูง โดยให้เหตุผลว่าบริการมีความสะดวก ตรงกับความต้องการ บุคลากรมีความเอาใจใส่ และให้บริการด้วยความเป็นมิตร การได้รับการดูแลทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ความพึงพอใจสูงของผู้รับบริการเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญว่าโครงการสามารถตอบสนองความต้องการและสร้างคุณค่าที่แท้จริงให้กับผู้รับบริการ

ด้านประสิทธิภาพในการใช้กองทุนบริหารทรัพยากรอย่างคุ้มค่า กองทุนบริหารทรัพยากรอย่างคุ้มค่า จัดลำดับความสำคัญของงบประมาณ ประสานงานหน่วยงานลดความซ้ำซ้อน ใช้อาสาสมัครและผู้ดูแลครอบครัวช่วยลดค่าใช้จ่าย และจัดหาอุปกรณ์แบบรวมกลุ่มพร้อมระบบยืม-คืนอย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แม้ว่ากองทุนจะมีประสิทธิผลในหลายด้านดังที่กล่าวมา แต่การดำเนินงานยังคงเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายที่สำคัญหลายประการ ได้แก่

1. ข้อจำกัดด้านงบประมาณ งบประมาณกองทุนจำกัดเมื่อเทียบกับความต้องการที่เพิ่มขึ้น โดยส่วนใหญ่ใช้กับค่าอุปกรณ์และค่าใช้จ่ายพื้นฐาน ทำให้ขาดงบประมาณนวัตกรรมหรือสวัสดิการเสริมแก่ผู้ดูแลและอาสาสมัคร ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจระยะยาว
2. ข้อจำกัดด้านบุคลากร แม้ว่าจะมีอาสาสมัครสาธารณสุขและบุคลากรสาธารณสุขที่ให้การสนับสนุน แต่บุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านการดูแลระยะยาว (Long-Term Care) ยังมีไม่เพียงพอ เช่น นักกายภาพบำบัด นักกิจกรรมบำบัด นักจิตวิทยา และพยาบาลเฉพาะทางด้านผู้สูงอายุ การขาดบุคลากรเหล่านี้ทำให้บางบริการไม่สามารถจัดได้อย่างครบถ้วนหรือต้องพึ่งพาการส่งต่อไปยังโรงพยาบาลระดับอำเภอหรือจังหวัด ซึ่งอาจไม่สะดวกสำหรับผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิง
3. ข้อจำกัดด้านระบบข้อมูล ระบบข้อมูลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงยังไม่บูรณาการ ข้อมูลกระจายอยู่หลายหน่วยงาน เช่น เทศบาล โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และอาสาสมัครสาธารณสุข แต่ละหน่วยงานบันทึกข้อมูลต่างรูปแบบ ทำให้เชื่อมโยงและใช้ร่วมกันได้ยาก ส่งผลต่อการวิเคราะห์เพื่อวางแผนและติดตามผลลัพธ์ระยะยาว อาจเกิดความซ้ำซ้อนหรือคลาดเคลื่อนในการให้บริการ

โดยสรุป เทศบาลตำบลร่มเมืองสามารถบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงได้รับการดูแลที่ครอบคลุม คุณภาพชีวิตดีขึ้น ลดภาระของผู้ดูแล และเกิดเครือข่ายการดูแลที่เข้มแข็งในชุมชน ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารจัดการที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาการบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นเพื่อดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงของเทศบาลตำบลร่มเมือง จังหวัดพัทลุง ผลการศึกษา พบว่า การบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลร่มเมือง จังหวัดพัทลุง สะท้อนแนวคิดการบริหารภาครัฐแนวใหม่ (New Public Management: NPM) และหลักธรรมาภิบาล (Good Governance) โดยมุ่งเน้นผลสัมฤทธิ์ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของชุมชน เทศบาลให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ที่จับต้องได้ เช่น จำนวนผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงที่ได้รับบริการ ระดับความพึงพอใจ และคุณภาพชีวิตของผู้รับบริการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Osborne and Gaebler (1992) และ Hood and Peters (2004) ที่เสนอให้ภาครัฐขับเคลื่อนด้วยประสิทธิภาพและการตอบสนองต่อประชาชน อย่างไรก็ตาม การเน้นผลลัพธ์เชิงตัวเลขเพียงอย่างเดียวอาจละเลยมิติด้านคุณภาพชีวิตและศักดิ์ศรีของผู้สูงอายุ จึงจำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างความคุ้มค่าเชิงงบประมาณกับคุณค่าทางสังคมของการดูแล

ในด้านการดูแลระยะยาว (Long-Term Care: LTC) การดำเนินงานของเทศบาลมีความสอดคล้องกับกรอบแนวคิด Integrated Care for Older People (ICOPE) ขององค์การอนามัยโลก (WHO, 2021) ที่มุ่งเน้นการดูแลผู้สูงอายุแบบองค์รวมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม ผ่านบริการเยี่ยมบ้าน การฟื้นฟูสมรรถภาพ และการประเมินระดับความพึ่งพิงอย่างต่อเนื่อง แนวทางดังกล่าวสะท้อนลักษณะของ “การดูแลแบบชุมชนเป็นฐาน” ซึ่งมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2565) ชี้ว่าเป็นแนวทางที่ช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของภาครัฐและเพิ่มความพึงพอใจของผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ ความสำเร็จของการดำเนินงานเกิดจากการมีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายท้องถิ่น โดยเฉพาะอาสาสมัครสาธารณสุขและครอบครัวผู้ดูแล ซึ่งเป็นทุนทางสังคม (Social Capital) ที่สำคัญตามแนวคิดของ Putnam (1993) และ Coleman (1988) ที่มองว่าความไว้วางใจและเครือข่ายทางสังคมช่วยเสริมพลังให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ในขณะที่เทศบาลตำบลร่มเมืองได้เสริมสร้างทุนทางสังคมผ่านการประชุมคณะกรรมการกองทุน การจัดเวทีรับฟังความคิดเห็น และการฝึกอบรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างหน่วยงานและชุมชนอย่างต่อเนื่อง

ในด้านการจัดการแบบบูรณาการ (Integrated Care) เทศบาลตำบลร่มเมืองได้ทำงานร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลและภาคประชาชนอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Kodner and Spreeuwenberg (2002) ที่เน้นการเชื่อมโยงบริการสุขภาพในทุกระดับ เพื่อให้การดูแลผู้สูงอายุมีความต่อเนื่องและลดความซ้ำซ้อนของทรัพยากร อย่างไรก็ตาม ยังมีความท้าทายด้านโครงสร้างการประสานงาน บทบาทหน้าที่ที่ไม่ชัดเจน และระบบติดตามประเมินผลที่ต้องพัฒนาให้เข้มแข็งมากขึ้น

แม้ว่าการบริหารจัดการของเทศบาลตำบลร่มเมืองจะประสบความสำเร็จในหลายด้าน แต่ผู้วิจัยพบประเด็นที่ควรพิจารณาเชิงวิพากษ์ ประการแรก ความสำเร็จของโครงการขึ้นอยู่กับความมุ่งมั่นและภาวะผู้นำของผู้บริหารท้องถิ่นเป็นสำคัญ ซึ่งอาจสร้างความเสี่ยงต่อความยั่งยืนหากเกิดการเปลี่ยนแปลงผู้บริหาร ดังนั้น จึงจำเป็นต้องสถาบันนิยม (Institutionalization) กระบวนการบริหารจัดการให้เป็นระบบที่ไม่ขึ้นอยู่กับ

บุคคลใดบุคคลหนึ่ง ประการที่สอง การเน้นประสิทธิผลเชิงตัวเลข เช่น จำนวนผู้รับบริการ ร้อยละความพึงพอใจ อาจบดบังมิติเชิงคุณภาพที่สำคัญ เช่น ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ของผู้สูงอายุ ความเป็นธรรมในการเข้าถึงบริการ หรือคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างผู้ดูแลกับผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นสิ่งที่ยากต่อการวัดแต่มีความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตอย่างแท้จริง และประการที่สาม แนวคิด NPM ที่เน้นความคุ้มค่าและประสิทธิภาพอาจไม่เหมาะสมกับการดูแลผู้สูงอายุในบางมิติ โดยเฉพาะการดูแลด้านจิตใจและอารมณ์ที่ต้องใช้เวลาและความเอาใจใส่ ซึ่งไม่สามารถวัดผลได้ในระยะสั้น

จากการศึกษานี้ ผู้วิจัยเสนอข้อสมมติใหม่ว่า ความสำเร็จของการบริหารจัดการกองทุนสุขภาพท้องถิ่นในการดูแลผู้สูงอายุต้องอาศัย “สมดุลระหว่างเหตุผล (Rationality) กับความเมตตา (Compassion)” กล่าวคือ ต้องมีทั้งระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ตามหลัก NPM ไปพร้อมกับการดูแลที่ให้คุณค่ากับศักดิ์ศรีของมนุษย์ ความเอาใจใส่ และความสัมพันธ์ที่อบอุ่นระหว่างผู้ดูแลกับผู้สูงอายุ ข้อสมมติดังกล่าวเปิดโอกาสให้มีการศึกษาวิจัยในอนาคตเพื่อพัฒนากรอบแนวคิดใหม่ที่เรียกว่า “Compassionate Public Management” หรือ “การบริหารภาครัฐด้วยความเมตตา” ที่เหมาะสมกับการดูแลกลุ่มเปราะบางในสังคมมากกว่า NPM แบบดั้งเดิมที่เน้นประสิทธิภาพเพียงอย่างเดียว

นอกจากนี้ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของ “ทุนทางสังคมเชิงสะพาน (Bridging Social Capital)” ที่เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงานรัฐ ภาคประชาสังคม และภาคเอกชน ซึ่งอาจเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ระบบการดูแลผู้สูงอายุมีความยั่งยืนในระยะยาว การวิจัยในอนาคตควรศึกษาเชิงลึกว่ากลไกการสร้างและบำรุงรักษาทุนทางสังคมประเภทนี้ในบริบทท้องถิ่นของไทยมีลักษณะอย่างไร และปัจจัยใดบ้างที่ส่งเสริมหรือเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาทุนทางสังคมดังกล่าว

โดยสรุป การบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นของเทศบาลตำบลริมเมืองเป็นตัวอย่างของการประยุกต์ใช้แนวคิดการบริหารภาครัฐแนวใหม่ที่คำนึงถึงประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน พร้อมผสมผสานแนวคิดการดูแลระยะยาวและการจัดการแบบบูรณาการให้สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่ท้องถิ่น เป็นแนวทางสำคัญที่สามารถขยายผลสู่พื้นที่อื่นเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยที่พบว่าเทศบาลตำบลริมเมืองสามารถบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงเสนอข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติและเชิงนโยบาย โดยจัดลำดับความสำคัญและระบุหน่วยงานรับผิดชอบอย่างชัดเจน ดังนี้

1. มิติเชิงปฏิบัติการและการขยายผล ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าเทศบาลตำบลริมเมืองสามารถให้บริการดูแลผู้สูงอายุในภาวะพึ่งพิงได้ครอบคลุมและมีความพึงพอใจสูง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่นสามารถนำแนวทางนี้ไปปรับใช้ โดยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1.1 การพัฒนาระบบแผนการดูแลรายบุคคล (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนสูง) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการจัดทำ Care Plan ที่สอดคล้องกับผลการประเมิน ADL ช่วยให้การจัดสรรงบประมาณตรงตามความต้องการและมีประสิทธิภาพ ดังนั้น ควรจัดตั้งทีมสหวิชาชีพเพื่อประเมิน ADL และจัดทำ Care Plan อย่างน้อยทุก 6 เดือน โดยทีมประกอบด้วยพยาบาล นักกายภาพบำบัด และผู้ดูแลหลัก หน่วยงานรับผิดชอบหลัก คือ เทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล ร่วมกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และหน่วยงานสนับสนุน สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขตพื้นที่ พร้อมใช้งบประมาณจากกองทุนในหมวด “การพัฒนาระบบบริการ” สนับสนุนค่าใช้จ่ายในการประเมิน

1.2 การพัฒนาศักยภาพบุคลากรและผู้ดูแล (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนสูง) จากผลการวิจัยพบว่าการฝึกอบรมผู้ดูแลช่วยลดภาระและป้องกันการหมดไฟ ส่งผลต่อความยั่งยืนของระบบการดูแล ดังนั้น ควรจัดอบรมผู้ดูแล (Care Giver) และผู้จัดการรายกรณี (Case Manager) อย่างน้อยปีละ 1-2 ครั้ง ในหัวข้อการดูแลผู้สูงอายุ การปฐมพยาบาลเบื้องต้น และการใช้อุปกรณ์ทางการแพทย์ การป้องกันภาวะแทรกซ้อน และการจัดการความเครียดของผู้ดูแล โดยใช้งบประมาณในหมวด “การเสริมสร้างศักยภาพบุคลากร” หน่วยงานรับผิดชอบหลัก คือ เทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล ร่วมกับสาธารณสุขอำเภอ และหน่วยงานสนับสนุนวิทยาลัยพยาบาลในพื้นที่ หรือโรงพยาบาลชุมชน

1.3 การจัดระบบสนับสนุนผู้ดูแล (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนปานกลาง) ผลการวิจัยพบว่าภาระลดภาระผู้ดูแลส่งผลต่อความยั่งยืนของระบบการดูแล โดยผู้ดูแลที่ได้รับการสนับสนุนสามารถดูแลผู้สูงอายุได้อย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ข้อเสนอแนะประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ (1) จัดตั้งบริการพักช่วง (Respite Care) เพื่อให้ผู้ดูแลมีเวลาพักผ่อน เช่น บริการดูแลชั่วคราว 4-8 ชั่วโมงต่อสัปดาห์ (2) จัดทำฐานข้อมูลอุปกรณ์ช่วยเหลือทางการแพทย์พร้อมระบบยืม-คืนที่โปร่งใส มีการบันทึกและติดตามอย่างเป็นระบบ และ (3) จัดตั้งสายด่วนให้คำปรึกษา 24 ชั่วโมง โดยมีพยาบาลหรือเจ้าหน้าที่ที่ผ่านการอบรมคอยให้คำแนะนำ หน่วยงานรับผิดชอบหลัก คือ เทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบล อาสาสมัครสาธารณสุข โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล และหน่วยงานสนับสนุน สำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด

2. มิติเชิงนโยบาย ผลการวิจัยพบข้อจำกัดด้านงบประมาณและกลไกการประสานงานในระดับนโยบาย หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการดังนี้

2.1 การเพิ่มความยืดหยุ่นในการบริหารงบประมาณ (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนสูงสุด) เนื่องจากผลการวิจัยพบว่างบประมาณส่วนใหญ่ถูกใช้กับค่าใช้จ่ายพื้นฐาน ทำให้มีงบประมาณที่สามารถจัดสรรเพื่อพัฒนานวัตกรรมและปรับปรุงระบบการดูแลมีจำกัด ดังนั้น (1) ปรับปรุงระเบียบกระทรวงมหาดไทยและสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติให้กองทุนท้องถิ่นสามารถจัดสรรงบประมาณได้ยืดหยุ่นตามความจำเป็นของพื้นที่โดยไม่จำกัดหมวดงบประมาณเกินไป และ (2) เพิ่มสัดส่วนงบประมาณหมวด “นวัตกรรมและพัฒนาาระบบ” จากร้อยละ 5 เป็นร้อยละ 10-15 เพื่อส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมการดูแลผู้สูงอายุในระดับท้องถิ่น หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ ร่วมกับกระทรวงมหาดไทย และกลไกการขับเคลื่อน (1) ทบทวนระเบียบกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น (2) จัดเวทีรับฟังความคิดเห็นจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วประเทศ และ (3) เสนอคณะกรรมการหลักประกันสุขภาพแห่งชาติพิจารณาอนุมัติ

2.2 การส่งเสริมการบูรณาการ (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนสูง) ผลการวิจัยพบว่าการประสานงานระหว่างหน่วยงานเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จ โดยเฉพาะการประสานงานระหว่างเทศบาลกับโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลในการติดตามสุขภาพผู้สูงอายุ และการประสานกับสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ในการสนับสนุนเครื่องช่วยเหลือทางการแพทย์ แต่ยังคงขาดกลไกในระดับนโยบาย ดังนั้น (1) จัดตั้ง “คณะทำงานบูรณาการการดูแลผู้สูงอายุระดับจังหวัด” เพื่อประสานงานระหว่างกองทุนท้องถิ่น หน่วยงานสาธารณสุข และสังคมสงเคราะห์ โดยมีการประชุมเดือนละ 1 ครั้ง และ (2) พัฒนาระบบฐานข้อมูลกลางที่เชื่อมโยงระหว่างหน่วยงาน เพื่อให้สามารถติดตามสุขภาพผู้สูงอายุและประวัติการรับบริการได้อย่างต่อเนื่อง หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด ร่วมกับสำนักงานพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์จังหวัด และสมาคมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด และกลไกการขับเคลื่อน (1) ผู้ว่าราชการจังหวัด ออกประกาศตั้งคณะทำงาน (2) จัดประชุมประสานงานเดือนละ 1 ครั้ง (3) จัดทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ระหว่างหน่วยงาน และ (4) จัดสรรงบประมาณพัฒนาระบบฐานข้อมูล

2.3 การพัฒนาศักยภาพระดับพื้นที่ผ่านสถาบันการศึกษา (ระดับความสำคัญ: เร่งด่วนปานกลาง) จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของบุคลากรท้องถิ่นที่มีความรู้และทักษะในการดูแลผู้สูงอายุ โดยพบว่าอาสาสมัครสาธารณสุขที่ผ่านการอบรมมีความมั่นใจในการดูแลผู้สูงอายุสูงขึ้น และสามารถระบุปัญหาสุขภาพเบื้องต้นได้อย่างถูกต้อง ดังนั้น จัดตั้ง “ศูนย์พัฒนาศักยภาพบุคลากรด้านการดูแลผู้สูงอายุระดับจังหวัด” โดยความร่วมมือระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและสถาบันการศึกษา เช่น วิทยาลัยพยาบาล มหาวิทยาลัย เพื่อจัดฝึกอบรมหลักสูตรมาตรฐานแก่บุคลากร อาสาสมัคร และผู้ดูแลในพื้นที่ หน่วยงานรับผิดชอบหลัก สถาบันการศึกษา (วิทยาลัยพยาบาล/มหาวิทยาลัยในพื้นที่) ร่วมกับสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด หน่วยงานสนับสนุน สมาคมองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัด และสำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา และกลไกการขับเคลื่อน (1) จัดทำบันทึกข้อตกลง (MOU) ระหว่างสถาบันศึกษากับจังหวัด (2) จัดสรรงบประมาณสนับสนุนจากกองทุนพัฒนาบทบาทการแพทย์แผนไทยหรือกองทุนพัฒนาการสาธารณสุข และ (3) พัฒนาหลักสูตรอบรมมาตรฐานร่วมกับผู้ทรงคุณวุฒิ

2.4 การส่งเสริมการมีส่วนร่วมและความโปร่งใส (ระดับความสำคัญ: ระยะเวลา) ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นปัจจัยแห่งความยั่งยืน โดยชุมชนรู้สึกเป็นเจ้าของและพร้อมสนับสนุนโครงการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น (1) กำหนดให้มีการจัด “เวทีประชาคมกองทุน” อย่างน้อยปีละ 1 ครั้ง เพื่อให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผน ติดตาม และประเมินผล และ (2) เผยแพร่ข้อมูลการใช้งบประมาณผ่านเว็บไซต์หรือช่องทางออนไลน์ภายใน 30 วันหลังสิ้นไตรมาส เพื่อสร้างความโปร่งใสและตรวจสอบได้ หน่วยงานรับผิดชอบหลักเทศบาล/องค์การบริหารส่วนตำบลทุกแห่ง หน่วยงานสนับสนุน สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ เขตพื้นที่ และสำนักงานส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นจังหวัด และกลไกการขับเคลื่อน (1) บรรจุในแผนปฏิบัติการกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น (2) พัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์รายงานผลในระดับจังหวัด และ (3) จัดกิจกรรม “วันเปิดบ้านกองทุน” ให้ชุมชนเข้ามาตรวจสอบ

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่ายังมีประเด็นที่ควรศึกษาเพิ่มเติมเพื่อขยายองค์ความรู้และสนับสนุนการพัฒนานโยบายในอนาคต โดยจัดลำดับความสำคัญดังนี้

1. การวิจัยเชิงเปรียบเทียบ (ระดับความสำคัญ: สูง) จากผลการศึกษาพบว่า เทศบาลตำบลร่วมเมือง ซึ่งเป็นองค์กรขนาดเล็กสามารถบริหารจัดการกองทุนหลักประกันสุขภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากมีความใกล้ชิดกับชุมชนและมีความคล่องตัวในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีขนาดหรือบริบทแตกต่างกัน เช่น เทศบาลนคร องค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่ห่างไกล หรือพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม อาจต้องใช้รูปแบบการบริหารที่ปรับให้เหมาะสมกับบริบทของตนเอง ดังนั้น การวิจัยครั้งต่อไปควรดำเนินการในลักษณะ การศึกษาวิจัยเชิงเปรียบเทียบ ระหว่างพื้นที่ที่มีลักษณะต่างกันอย่างชัดเจน เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยแห่งความสำเร็จ ข้อจำกัด และแนวทางการบริหารจัดการที่เหมาะสมตามศักยภาพของแต่ละพื้นที่ โดยควรพิจารณาศึกษาอย่างน้อย 3-5 กรณีศึกษา เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่หลากหลาย ครบคลุม และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทท้องถิ่นประเภทต่าง ๆ

2. การติดตามผลในระยะยาว (Longitudinal Study) (ระดับความสำคัญ: สูง) เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เก็บข้อมูลเพียง 5 เดือน ยังไม่สามารถสรุปได้ว่าระบบการดูแลจะยั่งยืนหรือครอบครัวยุคใหม่จะยังคงมีแรงจูงใจในระยะยาว งานวิจัยในอนาคตควรติดตามผลต่อเนื่องอย่างน้อย 3-5 ปี เพื่อประเมิน (1) การเปลี่ยนแปลงคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในระยะยาว (2) ผลกระทบต่อภาระของครอบครัวผู้ดูแลและภาวะหมดไฟ (Burnout) (3) ความยั่งยืนของการมีส่วนร่วมของชุมชนในระบบการดูแล และ (4) ความคุ้มค่าทางเศรษฐศาสตร์เมื่อเทียบกับการดูแลในสถานพยาบาล

3. การศึกษาด้านนโยบายระดับมหภาค (ระดับความสำคัญ: ปานกลาง) ผลการวิจัยในครั้งนี้สะท้อนข้อจำกัดด้านงบประมาณและความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการในระดับพื้นที่ ควรมีการศึกษานโยบายเพื่อวิเคราะห์ (1) ความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายส่วนกลางกับการดำเนินงานในระดับท้องถิ่น (2) แนวทางพัฒนากลไกการจัดสรรงบประมาณที่เหมาะสม ยั่งยืน และสามารถบูรณาการงบประมาณระหว่างหน่วยงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และ (3) กรอบกฎหมายและระเบียบที่เอื้อต่อความยืดหยุ่นในการบริหารจัดการ การศึกษาควรใช้วิธีการวิจัยเชิงผสมผสาน (Mixed Methods) เพื่อให้ได้ทั้งข้อมูลเชิงลึกและข้อมูลเชิงปริมาณที่สนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย

4. การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล (ระดับความสำคัญ: ปานกลาง) จากผลการวิจัยพบว่าระบบฐานข้อมูลของเทศบาลยังขาดความเข้มแข็งและไม่ได้เชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การศึกษาครั้งต่อไปจึงควรมุ่งเน้น (1) การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสุขภาพผู้สูงอายุแบบบูรณาการที่เชื่อมโยงข้อมูลระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โรงพยาบาล และหน่วยงานสังคมสงเคราะห์ (2) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Telehealth และ Internet of Things (IoT) ในการติดตามสุขภาพผู้สูงอายุทางไกล เช่น การวัดสัญญาณชีพอัตโนมัติ การแจ้งเตือนเมื่อเกิดเหตุฉุกเฉิน และ (3) การพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อรายงานผลและสร้างความโปร่งใสในการดำเนินงาน รวมทั้งการศึกษาความพร้อมและการยอมรับเทคโนโลยีของผู้สูงอายุและผู้ดูแลในบริบทไทย

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนหลักประกันสุขภาพท้องถิ่น เทศบาลตำบลร่มเมือง. (2568). **โครงการดูแลห่วงใย ใส่ใจ ผู้ที่มีภาวะพึ่งพิง** (รหัสโครงการ 68-L3360-1-03). กองทุนสุขภาพตำบล.
<https://localfund.happynetwork.org/project/196686>
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2565). **รายงานสถานการณ์ผู้สูงอายุไทยและการดูแลระยะยาว**. กรุงเทพฯ: มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). **รายงานสถานการณ์ประชากรไทย พ.ศ. 2564**. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). **รายงานสังคมสูงอายุของประเทศไทย พ.ศ. 2565**. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรื.
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. (2563). **คู่มือการบริหารกองทุนหลักประกันสุขภาพระดับท้องถิ่น พ.ศ. 2563**. นนทบุรี: สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ.
- สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ. (2566). **รายงานผลการดำเนินงานกองทุนสุขภาพท้องถิ่น ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566**. นนทบุรี: สำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ.
- Bodenheimer, T., Wagner, E. H., & Grumbach, K. (2002). Improving primary care for patients with chronic illness. *JAMA*, *288*(14), 1775–1779.
<https://doi.org/10.1001/jama.288.14.1775>
- Cameron, K. S., & Quinn, R. E. (1999). **Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework**. Addison-Wesley.
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, *94*(Supplement), S95–S120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Conrad, K. J., Spence, R. T., & Riley, C. M. (1993). Evaluation of long-term care services. *Health Services Research*, *28*(2), 123–145.
- Donabedian, A. (1988). The quality of care: How can it be assessed? *JAMA*, *260*(12), 1743–1748. <https://doi.org/10.1001/jama.1988.03410120089033>
- Drucker, P. F. (1973). **Management: Tasks, responsibilities, practices**. Harper & Row.
- Hood, C. (1991). A public management for all seasons? *Public Administration*, *69*(1), 3–19.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-9299.1991.tb00779.x>
- Hood, C., & Peters, G. (2004). The middle aging of new public management: Into the age of paradox? *Journal of Public Administration Research and Theory*, *14*(3), 267–282.
<https://doi.org/10.1093/jopart/muh019>

- Jette, A. M., Haley, S. M., & Coster, W. J. (1999). Late-life disability and rehabilitation services. *The Journals of Gerontology*, *54B*(4), S234–S242.
- Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (1992). The balanced scorecard: Measures that drive performance. *Harvard Business Review*, *70*(1), 71–79.
- Knight, B. G., & Satre, D. D. (1999). *Psychosocial aspects of long-term care for older adults*. Springer.
- Kodner, D. L., & Spreeuwenberg, C. (2002). Integrated care: Meaning, logic, applications, and implications – a discussion paper. *International Journal of Integrated Care*, *2*, e12. <https://doi.org/10.5334/ijic.67>
- Kouzes, J. M., & Posner, B. Z. (2017). *The leadership challenge: How to make extraordinary things happen in organizations* (6th ed.). Jossey-Bass.
- Miller, R., De Vries, H., & Ginsburg, R. (2005). Long-term care services and supports: Future perspectives. *Health Affairs*, *24*(Suppl1), W5-321–W5-330.
- Mintzberg, H. (1979). *The structuring of organizations*. Prentice-Hall.
- OECD. (2020). *Measuring well-being and progress: Well-being research*. OECD Publishing. <https://www.oecd.org/statistics/measuring-well-being-and-progress.htm>
- Osborne, D., & Gaebler, T. (1992). *Reinventing government: How the entrepreneurial spirit is transforming the public sector*. Addison-Wesley.
- Pearlin, L. I. (1990). The sociological study of stress. *Journal of Health and Social Behavior*, *31*(3), 241–256. <https://doi.org/10.2307/2136956>
- Pretty, J. (1995). Participatory learning for sustainable agriculture. *World Development*, *23*(8), 1247–1263. [https://doi.org/10.1016/0305-750X\(95\)00046-F](https://doi.org/10.1016/0305-750X(95)00046-F)
- Putnam, R. D. (1993). *Making democracy work: Civic traditions in modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Turning in, Turning out: The Strange Disappearance of Social Capital in America. *PS: Political Science & Politics*, *28*, 664–683. <https://doi.org/10.1017/S1049096500058856>
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Saltman, R. B., & Ferlie, E. (2017). *The new public management in health care: Current trends and future prospects*. Routledge.

- Stone, R. I. (2000). Long-term care for the elderly with disabilities: Current policy, emerging trends, and implications for the 21st century. *The Milbank Quarterly*, *78*(3), 341–374. <https://doi.org/10.1111/1468-0009.00206>
- Stuck, A. E., Siu, A. L., Wieland, G. D., Adams, J., & Rubenstein, L. Z. (2002). Comprehensive geriatric assessment: A meta-analysis of controlled trials. *The Lancet*, *340*(8839), 179–183.
- World Health Organization. (2015). *World report on ageing and health*. WHO. <https://www.who.int/publications/i/item/9789241565042>
- World Health Organization. (2021). *Ageing and health*. WHO. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/ageing-and-health>

Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employee Workplace Happiness in a Contract Manufacturing Business for Dietary Supplements, Health, and Beauty Products



*Ntapat Worapongpat*¹

บทคัดย่อ

This research explores the impact of entrepreneurial Buddhist Innovative Leadership on employee workplace happiness within contract manufacturing businesses for dietary supplements, health, and beauty products. The study investigated: 1) individual factors influencing job satisfaction in this sector; 2) the relationship between executive leadership levels and employee well-being; and 3) specifically, the effect of Buddhist Innovative Leadership on employee happiness. Employing a mixed-methods approach, quantitative data from questionnaires administered to 400 employees (selected via stratified random sampling) were analyzed using descriptive and inferential statistics. Qualitative data from structured interviews with 10 organizational leaders (selected purposively) were analyzed using content analysis. Key findings revealed that work experience and monthly income significantly affected employee happiness. Notably, ethical and physical leadership demonstrated a strong positive correlation with employee well-being, while mental and intellectual leadership showed moderate associations. The research suggests that fostering participatory work environments and providing professional growth opportunities can enhance job satisfaction and organizational productivity. Furthermore, the positive influence of ethical and physical leadership aligns with core tenets of Buddhist Innovative Leadership, indicating its potential to contribute to employee happiness in this industry.

Keywords: Innovative Leadership / Entrepreneurs Affecting Employees' Workplace Happiness in Comprehensive Health / Beauty / and Dietary Supplement Manufacturing Businesses

¹ Knowledge Transfer Center, Technology, Community Innovation, Entrepreneurship, Tourism and Education Eastern Institute of Technology Suvarnabhumi (EIT) and Research and Development Center, SCG Grand Co., Ltd.
E-mail: dr.thiwat@gmail.com tel 095 5426414 ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0008-3071-5249>

Origin and significance of the issue or Background

Buddhist innovative leadership offers a transformative approach to organizational management and employee inspiration, drawing upon principles of mindfulness, compassion, wisdom, and ethical integrity to foster innovation and a balanced work environment (Zhi Chao et al., 2023). This leadership style distinguishes itself from traditional approaches by integrating moral and ethical considerations with contemporary strategies, empowering leaders to cultivate sustainable growth and creativity within their teams (Prayukvong & Rees, 2010). In highly competitive and innovation-driven industries such as health, beauty, and dietary supplements, the adoption of Buddhist innovative leadership presents a significant advantage by enhancing organizational adaptability and nurturing a positive culture where employees feel valued and motivated to excel (Dongjie et al., 2024; Liu et al., 2020).

Workplace happiness, encompassing employees' well-being, satisfaction, and fulfillment in their professional roles, is a crucial determinant of productivity, retention, and overall business success (Wei et al., 2020). This is particularly pertinent in the comprehensive manufacturing industry of health, beauty, and dietary supplements, where employees face continuous pressure to meet stringent standards and adapt to evolving market demands (Worapongpat et al., 2023). Buddhist innovative leadership directly contributes to workplace happiness by encouraging mindfulness to manage stress (Worapongpat, 2023), promoting ethical practices to build trust (Jianyu et al., 2024), and fostering creativity and inclusivity by valuing employee input in decision-making (Tao et al., 2024).

For businesses in this sector, where customer satisfaction and innovation are intrinsically linked to employee performance, the cultivation of workplace happiness through effective leadership yields a profound impact on quality, innovation, and profitability (Yicheng et al., 2024). This research seeks to address existing gaps by investigating the specific impact of Buddhist innovative leadership on employees' workplace happiness within the health, beauty, and dietary supplement manufacturing industry. The findings aim to provide practical insights for entrepreneurs and organizational leaders seeking to enhance employee well-being and drive sustainable success in this dynamic sector.

Objective

1. To study the individual factors affecting workplace happiness among employees in the comprehensive health, beauty, and dietary supplement manufacturing business.
2. To examine the level of leadership among executives and its impact on workplace happiness among employees in the comprehensive health, beauty, and dietary supplement manufacturing business.
3. To study the Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employee Workplace Happiness in a Contract Manufacturing Business for Dietary Supplements, Health, and Beauty Products

Literature Review

1. Innovative Leadership

Innovative leadership is a forward-thinking approach that emphasizes growth and adaptability within organizations (Gongjing et al., 2024). This style often incorporates elements that foster creativity, problem-solving, and the implementation of new ideas. Studies indicate that innovative leadership can positively influence organizational outcomes such as innovation, employee satisfaction, and organizational trust (Sophon & Worapongpat, 2025; Worapongpat & Khamcharoen, 2024). Key aspects often include encouraging employee participation in decision-making and fostering a sense of purpose and engagement.

2. Buddhist-Inspired Entrepreneurs

Buddhist innovative leadership represents a specific application of innovative leadership principles rooted in Buddhist philosophy. Key elements include: Mindfulness (Sati): Promoting present awareness for better decision-making and emotional regulation (Worapongpat & Junsuk, 2024; Worapongpat & Chirojyontrakij, 2024; Worapongpat, 2021). Compassion (Karuna): Cultivating an empathetic and supportive work environment (Worapongpat & Phakamach, 2024). Ethical Conduct (Sila): Upholding high ethical standards to build trust and integrity (Worapongpat, 2024). Wisdom (Pañña): Applying insightful and strategic thinking to organizational challenges (Worapongpat et al., 2024). While research suggests the positive impact of mindfulness and ethical behavior in leadership, there is a need for more studies on the specific adaptation and innovative application of Buddhist principles in business contexts (Worapongpat et al., 2025; Worapongpat, 2024). This research aims to explore this gap.

3. Employee Happiness

Employee happiness, or workplace happiness, encompasses employees' emotional and cognitive evaluation of their work experiences, including job satisfaction, a sense of purpose, and positive relationships. Key drivers include a positive work environment fostering collaboration and trust (Yasuttamathada & Worapongpat, 2025), supportive and empathetic leadership that values employee contributions (Worapongpat et al., 2024; Worapongpat, 2023), and opportunities for recognition and professional growth (Worapongpat, 2024). Empirical evidence strongly links workplace happiness to increased productivity, reduced turnover, and improved organizational performance (Worapongpat, 2023). Leadership plays a crucial role in shaping workplace happiness by influencing organizational culture, communication, and employee engagement. Furthermore, mindfulness-based leadership has been shown to reduce workplace stress, thereby improving job satisfaction and overall happiness (Worapongpat & Chirojyontrakij, 2024).

4. Health, Beauty and Dietary Supplement Industry

The health, beauty, and dietary supplement manufacturing sector is characterized by rapid innovation driven by evolving consumer needs (Chen, Worapongpat, & Wongkumchai, 2024), high employee demands to maintain quality and efficiency under strict regulations, and a strong customer-centric focus where employee well-being and motivation are critical (Jinlei, Worapongpat, & Wongkumchai, 2024). Leadership styles that prioritize both innovation and employee well-being are particularly important in this industry to address these challenges and foster sustainable growth (Wang, Worapongpat, & Wongkumchai, 2024). However, the specific mechanisms through which Buddhist innovative leadership impacts workplace happiness in this demanding and rapidly evolving industry remain underexplored (Worapongpat, Yotkham, Limlertrit, & Srichan, 2024). This research seeks to bridge this knowledge gap by examining the impact of Buddhist innovative leadership on employee happiness within this specific sector, drawing upon theories such as Transformational Leadership Theory (Worapongpat, 2024), the Job Demands-Resources Model (Worapongpat & Bhasabutr, 2024), and Mindfulness Theory (Worapongpat & Somchob, 2024; Worapongpat, 2021).

Research Conceptual Framework

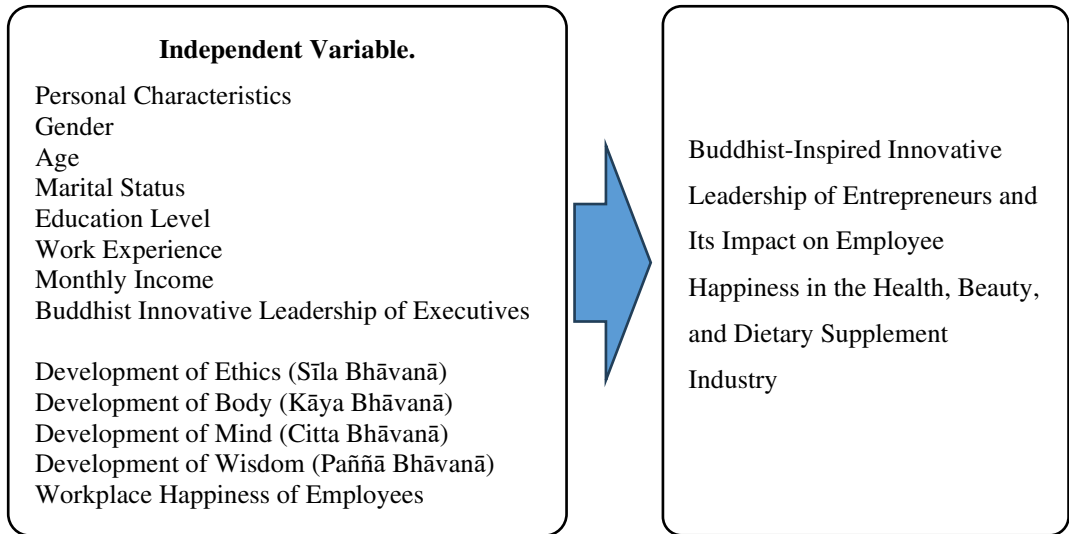


Figure 1. Conceptual framework of the research.

Methods

1. Population and Sample

1.1 Population and Sample Group

The population and sample group for this study consists of employees working in the comprehensive dietary supplement and cosmetic manufacturing businesses located in the local administrative area of Samut Sakhon Province, Thailand. Due to the inability to determine the exact population size, the sample size was calculated using Cochran's formula (1977) for an unknown population, with a 95% confidence level, a 5% margin of error, and a population proportion of 0.5. The required sample size was 385. To account for potential errors during data collection, a total of 400 samples were used. The sampling technique employed was purposive sampling, with data collected over a five-month period, from January 1, 2024 to May 30, 2024.

1.2 Target Groups

The target groups included: Experts (Connoisseurship): Three individuals. Members of the Samut Sakhon Entrepreneurs Association: Specifically, 10 committee members from the association engaged in the food industry (as reported in the 2023 Labor Situation Report for Samut Sakhon Province).

2. Research Tools

The research utilized the following tools: Interviews Questionnaires Other tools for quantitative data collection via questionnaires, which were divided into the following sections:

Part 1: Basic information of respondents (executives, employees, or stakeholders), using checklist and fill-in-the-blank questions covering gender, age, position, educational background, and work experience.

Part 2: Comparative questionnaire on the Buddhist innovative leadership of executives and its impact on workplace happiness among employees. A five-point Likert scale was used to assess comparative management.

Part 3 : Open-ended questions for additional opinions and suggestions, allowing respondents to express their views freely.

3. Research Tool Validation

Questionnaire Refinement: The questionnaire was reviewed by advisors and revised based on their recommendations for accuracy and comprehensiveness.

Content Validation: The revised questionnaire was reviewed by three experts to assess the consistency between objectives and questions using the Index of Item-Objective Congruence (IOC), with values ranging from 0.80 to 1.00

Pilot Test: The questionnaire was tested with a non-sample group of 30 participants. Results showed item discrimination values between 0.25 and 0.75. The reliability of the questionnaire was evaluated using Cronbach's Alpha, yielding a reliability coefficient of 0.95.

4. Data Analysis

Descriptive Statistics: Frequency and percentage for general data; mean and standard deviation for opinion levels.

Inferential Statistics: Relationships between variables and one-way analysis of variance (ANOVA).

Pairwise comparisons using Scheffé's method.

Hypothesis testing at a 0.05 level of significance.

Multiple linear regression analysis to determine relationships and develop prediction equations for dependent variables (e.g., workplace performance) based on independent variables (e.g., leadership).

Results

Table 1: Demographic Information of Respondents

Demographic Information	Frequency	Percentage
Gender		
Male	155	40.25%
Female	230	59.75%
Total	385	100.00%
Age		
20-25 years	165	42.85%
26-30 years	126	32.72%
31-35 years	58	15.06%
Over 35 years	36	9.35%
Total	385	100.00%
Marital Status		
Single	165	42.85%
Married	195	50.64%
Divorced	35	5.00%
Total	385	100.00%
Education Level		
Below Bachelor's degree	194	50.38%
Bachelor's degree	176	45.72%
Above Bachelor's degree	15	4.39%
Total	385	100.00%
Work Experience		
Less than 1 year	133	34.54%
1-5 years	80	20.77%
6-10 years	62	16.10%
10 years or more	100	25.98%
Total	385	100.00%

Table 1: Demographic Information of Respondents (continued)

Demographic Information	Frequency	Percentage
Monthly Income		
Less than or equal to 10,000 THB	41	10.64%
10,001 - 15,000 THB	47	12.20%
15,001 - 20,000 THB	143	37.14%
20,001 - 25,000 THB	96	24.90%
More than 25,000 THB	58	15.07%
Total	385	100.00%

The demographic analysis reveals the following key insights:

1. Gender Distribution: The majority of the respondents were female (59.74%), with males comprising 40.25%.
2. Age Group: The largest age group was 20-25 years (42.85%), followed by the 26-30 years age group (32.72%). Older age groups were less represented, with only 9.35% of the respondents being over 35 years old.
3. Marital Status: The majority of the respondents were married (50.64%), followed by singles (42.85%).
4. Education Level: Most respondents had education below a bachelor's degree (50.38%), with fewer having a bachelor's (45.72%) or higher degree (3.89%).
5. Work Experience: The largest group had less than one year of work experience (34.54%), and 25.98% of respondents had 10 years or more of experience.
6. Monthly Income: Most respondents had a monthly income between 15,001-20,000 THB (37.14%), with a significant portion earning between 20,001-25,000 THB (24.90%).

Section 2: Leadership Level Impact on Employees' Happiness in the Health, Beauty, and Dietary Supplement Manufacturing Business

Table 2: Analysis of Entrepreneurial Buddhist Innovative Leadership

Buddhist Innovative Leadership Dimensions	Mean (\bar{X})	Standard Deviation (S.D.)	Level of Opinion
Development of Morality (<i>Sīla Bhāvanā</i>)	3.90	0.843	High
Development of Physical Health (<i>Kāya Bhāvanā</i>)	3.95	0.862	High
Development of Mind (<i>Citta Bhāvanā</i>)	3.92	0.851	High
Development of Wisdom (<i>Paññā Bhāvanā</i>)	3.91	0.832	High
Overall Average	3.92	0.847	High

From Table 2, it is evident that the overall level of Buddhist innovative leadership among entrepreneurs in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing industry is rated as high across all aspects, with the average mean score of 3.92 and a standard deviation of 0.847.

The specific components are as follows:

- **Physical Health Development (*Kāya Bhāvanā*):** This was rated the highest with a mean score of 3.95 and a standard deviation of 0.862, indicating a strong emphasis on physical well-being.
- **Morality Development (*Sīla Bhāvanā*):** A mean score of 3.90 (S.D. = 0.843) reflects a high level of ethical development, indicating that leaders prioritize integrity and virtuous conduct.
- **Mind Development (*Citta Bhāvanā*):** Rated at 3.92 (S.D. = 0.851), suggesting that leaders foster a focus on mental well-being and mindfulness.
- **Wisdom Development (*Paññā Bhāvanā*):** A score of 3.91 (S.D. = 0.832) shows that leadership encourages wisdom and insight in decision-making processes.

Hypothesis Testing

Hypothesis 1:

Personal factors of employees with differences will affect employee happiness in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing business.

Table 3: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Gender

Gender	Mean (\bar{x})	Standard Deviation (S.D.)	t-value	Sig
Male	3.93	0.779	1.035	0.287
Female	3.91	0.647		

Significant at the 0.05 level

From Table 3, the t-test results show that the difference in gender (Male vs. Female) does not have a statistically significant effect on employee happiness in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing business. The t-value is 1.035, and the significance (Sig) value is 0.287, which is greater than the 0.05 significance level. Therefore, we fail to reject the null hypothesis, suggesting that gender does not have a significant impact on employee happiness in this business context.

Personal factors of employees with differences will affect employee happiness in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing business.

Table 4: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Age

Age	SS	Df	M.S.	F	Sig
Between Groups	21.378	3	7.529	15.768	0.000*
Within Groups	176.562	384	0.541		
Total	198.849	385			

Significant at the 0.05 level

From Table 4, the results of the ANOVA (Analysis of Variance) test show that there is a significant difference in employee happiness among different age groups in the dietary supplement, health, and beauty manufacturing business. The F-value is 15.768, and the significance value is 0.000, which is less than the 0.05 significance level. Therefore, we reject the null hypothesis, indicating that age is a significant factor influencing employee happiness in this business context.

Hypothesis Testing - Pairwise Comparison for Age Groups

Table 5: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Age (Pairwise Comparison)

Employee Happiness	Age 20-25 Years	Age 26-30 Years	Age 31-35 Years	Age Over 35 Years
20-25 Years	3.85	-	-0.275*	0.125
26-30 Years	4.31	-	0.391	1.154*
31-35 Years	3.73	-	-	0.774
Over 35 Years	3.11	-	-	-

Significant at the 0.05 level

From Table 5, the pairwise comparison reveals the following significant differences in employee happiness:

1. Age 20-25 years vs Age 26-30 years: The difference is statistically significant with a value of -0.275 (p -value = 0.05).
2. Age 26-30 years vs Age 31-35 years: There is a significant difference of 0.391, but this result does not reach significance at the 0.05 level.
3. Age 26-30 years vs Age Over 35 years: The difference is 1.154, and it is significant at the 0.05 level.

Hypothesis Testing - Impact of Marital Status on Employee Happiness

Table 6: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Marital Status

Employee Happiness	Sum of Squares (SS)	Degrees of Freedom (Df)	Mean Square (M.S.)	F	Significance (sig.)
Between Groups	4.082	2	2.050	4.197	0.017
Within Groups	194.685	384	0.496		
Total	198.767	385			

Significant at the 0.05 level

From Table 6, the test of the hypothesis shows that marital status significantly affects employee happiness in the health, beauty, and dietary supplement manufacturing business:

- F-value: 4.197
- p-value: 0.017

Since the p-value is less than 0.05, there is a statistically significant difference in the level of happiness at work among employees with different marital statuses. This suggests that marital status is an important factor influencing the employees' happiness in the organization.

Hypothesis Testing - Impact of Marital Status on Employee Happiness (Pairwise Comparison)

Table 7: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Marital Status (Pairwise Comparison)

Employee Happiness	Marital Status	Single	Married	Divorced
	\bar{x}	3.94	4.03	3.71
Single	3.94	-	0.001	0.288
Married	4.03		-	0.287
Divorced	3.71			-

Significant at the 0.05 level

From Table 7, the pairwise comparison test shows the following results:

- Single vs. Married: The difference between single and married employees is not statistically significant ($p = 0.001$), meaning marital status does not strongly impact employee happiness between these groups.
- Single vs. Divorced: The comparison between single and divorced employees shows a p-value of 0.288, which is not significant at the 0.05 level.
- Married vs. Divorced: Similarly, there is no significant difference between married and divorced employees ($p = 0.287$).

Hypothesis Testing - Impact of Education Level on Employee Happiness

Table 8: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Education Level

Employee Happiness	Education Level	Less than Bachelor's	Bachelor's Degree	Graduate Degree
	SS	10.861	-	-
	Between Groups		5.564	
	Within Groups	178.707		
Total		189.848		

- SS: Sum of Squares
- Df: Degrees of Freedom
- M.S.: Mean Squares
- F: F-value
- Sig.: p-value

Significant at the 0.05 level

From Table 8, the ANOVA test indicates the following:

- The F-value is 11.515, and the p-value is 0.000, which is statistically significant at the 0.05 level.
- This suggests that education level significantly impacts employee happiness in the health and beauty supplement production business.

Hypothesis Testing - Impact of Education Level on Employee Happiness (Pairwise Comparison)

Table 9: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Education Level (Pairwise Comparison)

Employee Happiness	Education Level	Less than Bachelor's	Bachelor's Degree	Master's Degree
	\bar{x}	3.98	4.05	3.10
Less than Bachelor's		-	-0.073	0.875
Bachelor's Degree			-	0.947
Master's Degree				-

- \bar{x} : Mean Score

- Significance Level: p-value < 0.05 indicates statistical significance.

Significant at the 0.05 level

From Table 9, the pairwise comparisons show:

- Less than Bachelor's vs Bachelor's Degree: The mean difference is -0.073, and the p-value is 0.875, which is not statistically significant.
- Bachelor's Degree vs Master's Degree: The mean difference is 0.947, with a p-value of 0.000, which is statistically significant.

Hypothesis Testing - Impact of Work Experience on Employee Happiness

Table 10: Testing Hypothesis on Personal Factors Affecting Employee Happiness by Work Experience

Employee Happiness	Work Experience	<1 Year	1-5 Years	6-10 Years	>10 Years
	SS	9.529			
Between Groups	Df	3			
	M.S.	3.237			
F-Value	F	6.721			
	Sig.	0.000*			

- M.S.: Mean Square
- F: F-statistic
- Significance Level: p-value < 0.05 indicates statistical significance.

Significant at the 0.05 level

From Table 10, the analysis of variance (ANOVA) shows that there is a statistically significant difference in employee happiness based on work experience (p-value = 0.000). This suggests that work experience does influence employee happiness in the health and wellness supplement business.

Table 11: Hypothesis Testing on Personal Factors Affecting Employee Job Satisfaction in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business, Categorized by Work Experience (Pairwise Comparison)

Job Satisfaction of Employees in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business	Work Experience	Less than 1 year	1-5 years	6-10 years	More than 10 years
Mean (\bar{x})		4.20	3.76	4.01	3.90
Less than 1 year	4.20	-	.454*	.186	.403*
1-5 years	3.76		-	-.341*	-.235
6-10 years	4.01			-	.204
More than 10 years	3.90				-

*Note: Indicates statistical significance at the 0.05 level.

From Table 11, the following observations can be made:

1. Comparison between less than 1 year and 1-5 years of experience:
 - o Employees with less than 1 year of experience have a mean job satisfaction score of 4.20, which is significantly higher than the employees with 1-5 years of experience (mean of 3.76) with a p-value of 0.454, which indicates a statistically significant difference at the 0.05 level.
2. Comparison between 1-5 years and 6-10 years of experience:
 - o The mean job satisfaction for employees with 1-5 years of experience is 3.76, which is significantly lower than those with 6-10 years of experience (mean of 4.01). The p-value of -.341 suggests a statistically significant difference.
3. Comparison between 6-10 years and More than 10 years of experience:
 - o There is no statistically significant difference in the job satisfaction between employees with 6-10 years (mean of 4.01) and more than 10 years (mean of 3.90) experience as indicated by the p-value of .204.

The data suggests that work experience plays a role in influencing job satisfaction, with employees having less than 1 year of experience having the highest satisfaction levels. Additionally, the gap in job satisfaction decreases with employees who have 6-10 years and more than 10 years of experience. However, there is no significant difference between employees with 6-10 years and more than 10 years of experience.

Table 12: Hypothesis Testing on Personal Factors Affecting Employee Job Satisfaction in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business, Categorized by Average Monthly Income

Job Satisfaction of Employees in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business	Average Monthly Income	SS	Df	M.S	F	Sig.
		13.613	4	2.971	6.216	.000*
Between Groups		13.613	4	2.971	6.216	.000*
Within Groups		178.327	384	0.561		
Total		189.849	385			

*Note: Indicates statistical significance at the 0.05 level.

From Table 12, the following conclusions can be made:

1. The F-value is 6.216, and the p-value is 0.000, which is less than the significance level of 0.05. This indicates that there is a statistically significant difference in job satisfaction between employees in different income groups.
2. The Between Groups SS value of 13.613 represents the variation in job satisfaction among employees with different levels of income.
3. The Within Groups SS value of 178.327 indicates the variation within each income group.

The data suggests that average monthly income significantly influences job satisfaction among employees in the health supplement, beauty, and wellness manufacturing business. Employees with different income levels experience different levels of job satisfaction, confirming the hypothesis that income plays a key role in shaping employee happiness at work.

Table 13: Hypothesis Testing on Personal Factors Affecting Employee Job Satisfaction in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business, Categorized by Average Monthly Income (Pairwise)

Job Satisfaction of Employees in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business	Average Monthly Income	≤ 10,000 Baht	10,001 - 15,000 Baht	15,001 - 20,000 Baht	20,001 - 25,000 Baht
		3.75	3.86	4.17	3.82
≤ 10,000 Baht	3.84	-	-0.114	-0.432*	-0.078
10,001 - 15,000 Baht	3.95		-0.327*	0.045	-0.095
15,001 - 20,000 Baht	4.26			-0.363*	0.241*
20,001 - 25,000 Baht	3.91				-0.131
> 25,000 Baht	3.93				

*Note: Indicates statistical significance at the 0.05 level.

1. Pairwise Comparison:

- The comparison of job satisfaction between employees earning less than or equal to 10,000 Baht and those earning 15,001 - 20,000 Baht shows a significant difference ($p = 0.432$), indicating that employees with an income in the latter group report significantly higher job satisfaction.
- Employees earning 10,001 - 15,000 Baht show a significant difference in job satisfaction when compared to those earning 15,001 - 20,000 Baht ($p = 0.327^*$) and 20,001 - 25,000 Baht ($*p = 0.131$).

2. Significant Differences:

- The significant differences (**marked with $p < 0.05$*) highlight key findings:
 - Employees with an income of 15,001 - 20,000 Baht report significantly higher job satisfaction compared to other income groups, particularly 10,001 - 15,000 Baht and 20,001 - 25,000 Baht.

From Table 13, it is concluded that average monthly income significantly affects job satisfaction among employees in the health supplement, beauty, and wellness manufacturing business. Particularly, employees with an income of 15,001 - 20,000 Baht tend to report higher job satisfaction than those with lower or higher income ranges. The hypothesis that personal

factors like income impact job satisfaction is supported by the statistical significance observed in the pairwise comparisons.

Table 14: Hypothesis Testing on Leadership Impacting Job Satisfaction of Employees in the Health Supplement, Beauty, and Wellness Manufacturing Business

Leadership Impacting Job Satisfaction	Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta	
(Constant)	1.222	0.081		12.338
Leadership in Morality (Silapavana)	0.336	0.059	0.301	3.713
Leadership in Physical Aspects (Kayapavana)	0.355	0.065	0.326	3.548
Leadership in Mental Aspects (Cittapavana)	0.216	0.068	0.156	1.713
Leadership in Wisdom (Paññapavana)	0.185	0.074	0.122	1.532
R = 0.862				
R ² = 0.736				
Sig = 0.000*				

*Note: * Indicates statistical significance at the 0.05 level.

1. Significant Variables: The leadership in morality (Silapavana) and leadership in physical aspects (Kayapavana) show a significant impact on job satisfaction. The standardized beta values of 0.301 and 0.326, respectively, are statistically significant ($p < 0.05$). The constant term also shows a significant value ($p = 0.000$), suggesting that even without the leadership factors, a basic level of job satisfaction is achieved.
2. Non-Significant Variables: Leadership in mental aspects (Cittapavana) and leadership in wisdom (Paññapavana) did not show statistical significance ($p > 0.05$), indicating that these leadership aspects do not have a direct impact on employee job satisfaction in this context.
3. Model Fit: The R² value of 0.736 indicates that the model explains 73.6% of the variation in job satisfaction, suggesting a strong model fit. The overall significance (Sig = 0.000) also confirms the reliability of the model.

Discussion

Results from Research Objective 1: To study the individual factors affecting workplace happiness. The study found that marital status, education level, work experience, and income level significantly influenced workplace happiness, whereby: Marital Status: Married employees reported higher happiness, potentially due to greater emotional and social stability (Worapongpat, 2023). Education Level: Higher education was associated with greater happiness, possibly due to increased job opportunities and confidence. Work Experience: Employees with less than 1 year of experience reported the highest happiness, likely due to the “honeymoon effect” (Worapongpat & Runghana, 2023). Income Level: Higher income was linked to greater happiness, possibly by reducing financial stress.

Results from Research Objective 2: To examine the level of leadership among executives and its impact on workplace happiness. Ethical leadership (Silapa-wana) and physical leadership (Kaya-wana) showed a significant positive impact on workplace happiness, while mental leadership (Citta-wana) and intellectual leadership (Panna-wana) had weaker correlations. Ethical Leadership: Fosters trust and respect, crucial for happiness (Worapongpat & Bhasabutr, 2024). Physical Leadership: Being present and supportive makes employees feel valued. Mental and Intellectual Leadership: While important for other outcomes, ethical and physical aspects may more directly influence immediate workplace happiness in this context.

Results from Research Objective 3: To study the Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employee Workplace Happiness. The positive influence of ethical and physical leadership aligns with key principles of Buddhist Innovative Leadership, such as compassion (Karuna) in physical leadership and ethical conduct (Sila) in ethical leadership. Ethical Leadership: Consistent with Sila, promoting trust and peace of mind. Physical Leadership: Reflects Karuna by caring for employees' well-being happiness (Worapongpat & Narong Uttamavangso, 2024). Further research specifically measuring “Buddhist Innovative Leadership,” including mindfulness (Sati) and wisdom (Panna) in an innovative context, is needed to fully understand its unique contribution to workplace happiness in this industry (Worapongpat & Aekaraj, 2024). Conclusion: Workplace happiness is influenced by YongMing, C., Worapongpat, N., & Wongkumchai, T., 2024). individual factors and leadership, particularly ethical and physical leadership, which align with Buddhist Innovative Leadership principles. Creating a supportive and ethical work environment is key to promoting employee well-being.

Originality and body of knowledge

From the study of Buddhist Innovative Leadership of Entrepreneurs Affecting Employees' Workplace Happiness in Comprehensive Health, Beauty, and Dietary Supplement Manufacturing Businesses Its Affiliates knowledge that can be summarized into a diagram. Here is the visual model illustrating the gratitude and contributions in your research study. It shows the interconnected elements representing key contributors such as the Academic Advisor, Study Participants, Institution/Department, Family and Friends, and Scholars/Authors, symbolizing the flow of support and collaboration throughout the research process

Suggestions

Based on the analysis of factors influencing employee happiness in the dietary supplement, health, and beauty production business, the following suggestions are proposed:

1. Policy Implications:

Compensation and Benefits: Organizations should review and potentially enhance their compensation and benefits packages to ensure fair and competitive pay, particularly for employees earning below 15,000 Baht per month. This could include exploring options for salary increases, performance-based bonuses, or additional benefits that address financial well-being.

Work-Life Balance Initiatives: Given the potential for decreased happiness among longer-tenured employees, policies promoting work-life balance are crucial. This could involve flexible work arrangements, generous vacation and leave policies, and initiatives to prevent burnout, such as workload management strategies and employee assistance programs.

Ethical Leadership Development: Organizations should invest in training and development programs that specifically focus on cultivating ethical leadership behaviors among managers at all levels. This includes emphasizing fairness, integrity, and creating a supportive work environment.

Physical Leadership Engagement: Encourage leaders to be actively present and engaged with their teams. This can be facilitated through regular check-ins, open communication channels, and leadership visibility within the workplace. Policies could support time allocation for these interactions.

Support for New Employees: While new employees report high happiness levels, organizations should have robust onboarding programs and mentorship opportunities to sustain this enthusiasm and integrate them effectively into the company culture.

2. Education and Training:

Employee Development Programs: Recognizing the link between higher education and job satisfaction, organizations should provide opportunities for continuous learning and professional development for all employees. This can include skills-based training, tuition reimbursement programs, and internal mobility opportunities to enhance career prospects and a sense of competence.

Leadership Training Curricula: Educational initiatives for leaders should incorporate the principles of ethical and physical leadership, providing practical tools and techniques for fostering a supportive and engaging work environment. Training could also address strategies for recognizing and addressing signs of burnout in long-term employees.

Financial Literacy Education: Given the impact of income on happiness, offering financial literacy workshops or resources could empower employees to manage their finances effectively, potentially reducing financial stress and improving overall well-being.

3. Industrial Considerations:

Benchmarking and Best Practices: Industry associations and organizations can facilitate the sharing of best practices related to employee happiness initiatives within the dietary supplement, health, and beauty production sector. Benchmarking compensation, benefits, and leadership development programs against industry standards can help companies identify areas for improvement.

Research and Development: Further research within the industry can explore the specific nuances of employee happiness and the effectiveness of different interventions. This could include investigating the impact of specific job roles, work processes, and organizational cultures on employee well-being.

Promoting Ethical Standards: Industry-wide initiatives to promote ethical business practices and fair labor standards can contribute to a more positive overall work environment and enhance employee trust and satisfaction across the sector.

Addressing Burnout in Experienced Employees: Given the finding regarding experienced employees, the industry could explore collaborative solutions to address potential burnout, such as workload sharing strategies, mentorship programs where experienced employees can take on different roles, or opportunities for skill diversification.

References

- Chen, Y., Worapongpat, N., & Wongkumchai, T. (2024). Develop a sustainable competitive advantage strategy for financial business by using blockchain in the banking industry. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies (SITER)**, 2(1), 50-65. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/270628>
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques (3rd ed.)**. John Wiley & Sons.
- Dongjie, Z., Wongkumchai, T., Worapongpat, N. (2024). THE FACTORS AFFECTING EFFECTIVE ORGANIZATIONAL CULTURE MANAGEMENT: A CASE STUDY HONGFU COMPANY IN CHINA. **The Journal of International Buddhist Studies College (JIBSC)**, 10(1), 1-19. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/ibsc/article/view/273736>
- Gongjing, Worapongpat, N., Wongkumchai, T. (2024). Developing a competitive strategy for in Alternative Energy powercompany: A Case Study of Taizhou Sanxin Co., Ltd. **Journal of Administration Management and Sustainable Development**, 2(1), 231-246. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/522>
- Jianyu, Z., Wongkumchai, T., Worapongpat, N. (2024). Reform of Enterprise Management Model in The Era of Digital Economy Case Study of a Chinese Exhibition Industry Company. **Art and Science Great Mekong Subregion Research Journal Khon Kaen University [oasjournal]**, 31(2), 54-69. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/oasjournal/article/view/261358>
- Jinlei, W., Worapongpat, N., & Wongkumchai, T. (2024). The Investgation of the Guidelines of Appropriate Tax Strategy in Agricultural Industry in China. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER)**, 2(1), 29-49. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/270596>
- Labor Situation Report of Samut Sakhon Province and Local Administration Data, 2023.

- Liu, H., Niyomsilp, E., Worapongpat, N. (2020). , Impact of Perceived Value Dimensions on Purchase Intention for Intangible Cultural Heritage Souvenir: A Case of Xi'an City in China. **Journal of Management Innovation and Management (RCIM)**, 8(2), 54-60. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/240483>
- Prayukvong, W., & Rees, B. (2010). A Buddhist economic approach to employee volunteer programmes. **Journal of Corporate Citizenship**, (38), 75-91. <https://www.jstor.org/stable/jcorpciti.38.75>
- Sophon, T., & Worapongpat, N. (2025). A study of service quality affecting the re-use of services of those who use the services of the Internal Medicine Clinic, Department of Internal Medicine, Faculty of Medicine, Vajira Hospital, Navamindradhiraj University. **Journal of Education and Learning Reviews**, 2(1), 59–68. <https://doi.org/10.60027/jelr.2025.962>
- Tao, Q., Wongkumchai, T., Worapongpat, N. (2024). Factors Affecting Customers' Purchase Intentions Towards Organic food Products in Chengdu. **Art and Science Great Mekong Subregion Research Journal Khon Kaen University [oasjournal]**, 31(2), 70-85. <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/oasjournal/article/view/261549>
- Wang, J., Worapongpat, N., & Wongkumchai, T. (2024). The investigation of the guidelines of appropriate tax strategy in agricultural industry in China. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies (SITER)**, 2(1), 29-49. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/270596>
- Wei, Y., Worapongpat, N., Prompanyo, M. (2020). Route Selection of Thai Fruit Maritime Logistics Between Thailand and Southern China. **Journal of Management Innovation and Management (RCIM)**, 8(2), 101-115 . <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/RCIM/article/view/240319>
- Worapongpat, N. (2021). - MARKETING MANAGEMENT GUIDELINES FOR THE COMPLETE SUPPLEMENT MANUFACTURING BUSINESS IN MUANG SAMUT SAKHON DISTRICT. **Journal of Liberal Art of Rajamangala University of Technology Suvarnabhumi**, 3(2), 161–174. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/art/article/view/252114>

- Worapongpat, N. (2023). - Service Marketing Strategies Affecting the Use of Contract Manufacturing Business Services, Dietary Supplements SCG Grand Co., Ltd. **Journal of Management Science, Dhonburi Rajabhat University, 5(1)**, 1–17. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/msdru/article/view/530>
- Worapongpat, N. (2023). - Study on employee satisfaction towards welfare of Global Consumer Public Company Limited. **Journal of Social Sciences and Humanities Kasetsart University, 49(1)**, 103–114. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/socku/article/view/258412>
- Worapongpat, N. (2023). Integrated Communication Marketing effect brand value Cosmetic factory in national metropolitan areas. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies, 1(2)**, 1-11. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/267159>
- Worapongpat, N. (2023). Quality Improvement Guidelines of Effective Service Management for the Services of the Support Department of Direct Business Members of the Health Food Business Group of the Thai Direct Selling Business Association after the Covid-19 Situation. **Journal of Liberal Arts RMUTT, 4(1)**, 16–25. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/JLA/article/view/2324>
- Worapongpat, N. (2023). The service marketing mix affecting the use of contract manufacturing services for food supplement products at SCG Grand Co., Ltd. **Journal of Management Science Thonburi Rajabhat University, 5(1)**, 1-17. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/msdru/article/view/530>
- Worapongpat, N. (2024). Education of Factors Affecting the Decision to Purchase Handwoven Plastic Products as Community Souvenirs for Long Life Learning by the Na Prong Ma Duea Weaving Housewives Group to Promote Community Enterprises. **Journal of Education and Learning Reviews, 1(1)**, 1–16. <https://doi.org/10.60027/jelr.2024.679>

- Worapongpat, N. (2024). Improving the production process and manpower to reduce labor costs in the closed factory chick farm industry in Chonburi Province. **Journal of the Ramkhamhaeng Logistics and Supply Chain Professional Association**, 1(1), 28-43. <https://so10.tci-thaijo.org/index.php/PALSCR/article/view/863>
- Worapongpat, N. (2024). Marketing Management and Digital Marketing Jasmine Rice, Nong Hin Housewives Group, Ratchaburi. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER)**, 2(1), 1-14. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/270721>
- Worapongpat, N., & (Narong Uttamavangso/Sendaranath), P. (2024). Strategic Leadership According to the 4 Brahmavihāra Principles of Business Executives Producing Complete Dietary Supplements, Health and Beauty in Mueang District, Samut Sakhon. **Journal of Social Religion and Culture**, 5(2), 53–65. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/src/article/view/1368>
- Worapongpat, N., & Aekaraj, N. (2024). Construction Industry Administration Skills in The 21st Century According To The Four Pala Dhammas of The Executive Construction Industry Hemaraj RIL Industry Estate Rayong. **Journal Management Science of Public and Private Administration**, 2(1), 1–18. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPPMS/article/view/755>
- Worapongpat, N., & Bhasabutr , P. (2024). Community learning for marketing management and digital marketing of Jasmine Rice by Nong Hin Housewives Group, Ratchaburi Province. **Journal of Education and Learning Reviews**, 1(5), 57–70. DOI: <https://doi.org/10.60027/jelr.2024.848>
- Worapongpat, N., & Bhasabutr, P. (2024). Human Resource Management and Organizational Conflict Management of Automotive Industrial in Chonburi Province. **Journal of Political and Local Management**, 2(1), 1–14. <https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JPLM/article/view/757>

- Worapongpat, N., & Chirojyontrakij, N. (2024). Increasing the production capacity of the detergent production line in Chonburi Provincial Industry. **Journal of Administration, Management, and Sustainable Development**, 2(2), 497-504. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/538>
- Worapongpat, N., & Khamcharoen, N. (2024). Development of a digital market management system for community enterprises and professional groups. **Journal of Public and Private Issues**, 1(2), 118-133. <https://so17.tci-thaijo.org/index.php/jppi/article/view/318>
- Worapongpat, N., & Rungnapa, A. (2023). Personnel management according to the Dutiyaapanika Sutta principles of administrators In the airbag sewing industry Amata Nakorn Industrial Estate area Chonburi Province. **Journal of Contemporary and Interdisciplinary Management**, 2(3), 1–17. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/JCIM/article/view/2856>
- Worapongpat, N., & Somchob, P. (2024). Participatory Community Learning to Develop a Digital Market Management System for Community Enterprises and Stable Occupation Groups Nam Phrik Kaeng Krua Khanong, Song Khanong Subdistrict, Sam Phran District, Nakhon Pathom Province. **Journal of Education and Learning Reviews**, 1(6), 61–74. <https://doi.org/10.60027/jelr.2024.847>
- Worapongpat, N., Chaiwiwat, U., Thavisin, N., & Sun, Q. (2025). Learning Management in Innovative Communities for Marketing and Digital Marketing of Agricultural Products: A Case Study of Date Palm Products, Rai Sukjai Project, Ban Hao, Ratchaburi Province. **Journal of Education and Learning Reviews**, 2(1), 69–82. <https://doi.org/10.60027/jelr.2025.853>
- Worapongpat, N., Limlertrid, T., Zangphukieo, N., Wongkumchai, T., & Muangmee, C. (2023). FACTORS INFLUENCING PRODUCTION ORDER DECISIONS PRODUCE AND CREATE HEALTH SUPPLEMENT BRANDS THROUGH DIGITAL MEDIA OF SCG GRAND CO., LTD. **Journal of Social Innovation and Mass Communication Technology**, 6(1), 33–43. <https://doi.org/10.14456/jsmt.2023.4>

- Worapongpat, N., PHAKAMACH, P. (2024). COMPONENTS AND GUIDELINES FOR BEING A HAPPINESS WORKPLACE OF VOCATIONAL EDUCATION INSTITUTIONS UNDER THE CIRCUMSTANCES OF EDUCATIONAL TRANSFORMATION, *Asian Education and Learning Review [AELR]*, 2(2), 1-15. <https://so07.tci-thaijo.org/index.php/AELR/article/view/4491>
- Worapongpat, N., Purisuttamo, P., Phrakhruudombodhivides (Narong Uttamavangso Sendaranath), Arunyananon, P., Dookarn, S. (2024). Guidelines for the Development of Innovative Buddhist Leadership in the Context of Sudden Change at Bangkok Rajabhat University. *The Journal of International Buddhist Studies College (JIBSC)*, 10(3). 127-144. ISSN: 3027-6276 (Online), <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/ibsc/article/view/277807>
- Worapongpat, N., Thavisin, N., & Viphoouparakhot, B. (2024). Study on the application of wireless communication technology in digital communities in Guangdong. *Journal of Public and Private Issues*, 1(5), 230–242. <https://so17.tci-thaijo.org/index.php/jppi/article/view/683>
- Worapongpat, N., Yotkham, E., Limlertrit, T., & Srichan, P. (2024). Guidelines for the development of factory design and layout systems for industries applied to CPT industries. *Eastern Institute of Technology Suvarnabhumi Academic Journal*, 3(1), 41-47. <https://so09.tci-thaijo.org/index.php/JEITS/article/view/22088>.
- Worapongpat, N., Junsuk, P. (2024). Personnel development of schools in Phaeng sub-district administrative organization. *Journal of Public and Private Issues: JPPI*, 1(1), 45-54. <https://so17.tci-thaijo.org/index.php/jppi/article/view/294>
- Yasuttamathada, N., & Worapongpat, N. (2025). Leadership of Organization Administrators in an Open University in China: A Case Study. *Journal of Education and Learning Reviews*, 2(1), 83–92. (TCI ThaiJo) <https://doi.org/10.60027/jelr.2025.930>
- Yicheng, W., Worapongpat, N., Wongkumchai, T. (2024). The College Graduate's on Employment City Selection Effecting the Housing Prices in Yangtze River Delta Region China. *Journal of Administration Management and Sustainable Development*, 2(1), 195-218. <https://so15.tci-thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/521>

- YongMing.C, Worapongpat, N, Wongkumchai.T. (2024). Develop a Sustainable Competitive Advantage Strategy For Financial Business by using Blockchain in banking Industry. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies. (SITER), 2(1), 50-65.** <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/270628>
- Zhi Chao, H., Wongkumchai, T. Worapongpat, N. (2023). Rural Digital Model for Upgrade a Rural to an Efficient Digital Society case study economic of SMEs in Urumqi China. **International Journal of Multidisciplinary in Educational & Cultures Studies, 1(3), 35-55.** <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ijec/article/view/268211>



พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อคุณภาพการบริการ ของธุรกิจล้างรถหยอดเหรียญ ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

กীরติกาญจน์ นาคทอง ¹

อรชร หาชนนธ์ ²

พนาวัน บุญลา ³

นฤมล ตีระพัฒน์เกียรติ ⁴

ฉบับ
ฉบับ

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา 2) ศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญของผู้บริโภค และ 3) วิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการล้างรถหยอดเหรียญ และทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ กลุ่มตัวอย่างคือผู้ใช้บริการจำนวน 400 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมาน โดยกำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 31 - 40 ปี 2) ใช้บริการเดือนละครั้งช่วงเย็น เพราะราคาถูก ให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการ โดยเฉพาะความปลอดภัย 3) ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับคุณภาพบริการในระดับมาก และพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญด้านความสะดวกในการเดินทาง

คำสำคัญ : พฤติกรรมการใช้บริการ / ล้างรถหยอดเหรียญ / คุณภาพการบริการ

¹⁻³ นักศึกษาหลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี

⁴ อาจารย์ ดร. คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี ที่ปรึกษาการวิจัย

Consumer Behaviors and Opinions on Service Quality Factors of Coin-Operated Car Wash Businesses in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

*Keeratikan Nakthong*¹

*Orachol Hachanon*²

*Panawan Boonla*³

*Naruemon Teerapattanakit*⁴

ABSTRACT

This research aimed to: 1) examine the demographic characteristics of self-service car wash users in Mueang District, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province; 2) study consumer behavior in using self-service car wash services; and 3) analyze user opinions on service quality factors and test differences in opinions based on demographic characteristics and usage behavior. The sample consisted of 400 users, with data collected via questionnaires. Descriptive and inferential statistics were used for data analysis, with a significance level set at 0.05. The findings revealed that: 1) most respondents were female, aged between 31–40 years; 2) they used the service once a month, usually in the evening, due to its low cost and emphasized service quality, particularly safety; 3) users rated the service quality at a high level, and a statistically significant difference was found in terms of travel convenience.

Keywords : Consumer Behavior / Self-Service Car Wash / Service Quality

¹⁻³ Student of the Bachelor of Business Administration Program in Management, Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani University

⁴ Lecturer (Ph.D.), Faculty of Business Administration and Accounting, Pathumthani University; Research Advisor

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ธุรกิจล้างรถหยอดเหรียญได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในประเทศไทย โดยเฉพาะในเขตเมือง เนื่องจากความสะดวก รวดเร็ว และสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมงโดยไม่ต้องใช้แรงงานบุคลากร ซึ่งตอบสนองไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยด้านคุณภาพบริการ เช่น ความปลอดภัย ความสะดวก และความรวดเร็ว ยังคงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ โดยเฉพาะในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวอย่างพระนครศรีอยุธยา ที่มีความหลากหลายของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการ แม้มีงานวิจัยที่กล่าวถึงคุณภาพบริการในธุรกิจล้างรถทั่วไป แต่ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับบริการล้างรถหยอดเหรียญในบริบทเฉพาะนี้ อีกทั้งพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงหลังสถานการณ์โควิด-19 ทำให้เกิดความต้องการด้านความปลอดภัยและการควบคุมประสบการณ์การใช้บริการมากขึ้น (ขจรจิตร ธารสาร และ สรวรรณ สัจภาพิชาติ, 2567) จึงมีความจำเป็นในการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้บริการ และการรับรู้คุณภาพบริการ เพื่อเสนอแนวทางพัฒนาธุรกิจให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน

ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ธุรกิจล้างรถยังคงเป็นส่วนสำคัญของบริการในพื้นที่ โดยพบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังคงให้บริการในรูปแบบดั้งเดิมที่ใช้แรงงานบุคลากร เช่น การล้าง อัดฉีด และขัดเคลือบสี อย่างไรก็ตาม บริการล้างรถหยอดเหรียญและระบบล้างรถอัตโนมัติกำลังเติบโตสำคัญขึ้นในพื้นที่ที่มีความต้องการความสะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย เนื่องจากสามารถให้บริการได้ตลอด 24 ชั่วโมง ลดการสัมผัส และตอบโจทย์พฤติกรรมผู้บริโภคหลังสถานการณ์โควิด-19 (กรมพัฒนาธุรกิจการค้า, 2566) แม้ว่าในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาจะไม่มีสถิติจำเพาะเกี่ยวกับจำนวนสถานีล้างรถหยอดเหรียญ แต่การเติบโตของธุรกิจบริการอัตโนมัติในกลุ่มธุรกิจล้างรถในพื้นที่เมืองท่องเที่ยวที่มีการเคลื่อนย้ายของประชากรและนักท่องเที่ยวจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงศักยภาพและโอกาสการขยายตัวของธุรกิจนี้ในอนาคต

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงจำเป็นเพื่อศึกษาลักษณะประชากร พฤติกรรมการใช้บริการ และปัจจัยด้านคุณภาพที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในพระนครศรีอยุธยา ซึ่งยังขาดข้อมูลเชิงลึกในบริบทพื้นที่เฉพาะ การศึกษานี้จะเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการและเสนอแนวทางพัฒนาคุณภาพบริการให้ตอบสนองความต้องการผู้บริโภคยุคใหม่ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความหลากหลายทั้งด้านประชากรและพฤติกรรม นอกจากนี้ยังสนับสนุนผู้ประกอบการวางแผนกลยุทธ์เพื่อเพิ่มความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

3. เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการล้างรถหยอดเหรียญ และทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ

แนวคิด / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีด้านประชากรศาสตร์ (Demographic Concept)

ประชากรศาสตร์ (demography) เป็นการศึกษาทางสถิติของประชากร โดยเฉพาะอย่างยิ่งมนุษย์ จัดเป็นวิทยาศาสตร์ทั่วไปแขนงหนึ่ง ศาสตร์นี้สามารถวิเคราะห์ประชากรมีชีวิตพลวัตใด ๆ ก็ได้ คือ ประชากรที่เปลี่ยนแปลงตามเวลาหรือสถานที่ ประชากรศาสตร์ครอบคลุมการศึกษาขนาด โครงสร้าง และการกระจายของประชากรเหล่านี้ และการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่หรือเวลาในประชากรเมื่อมีการเกิด การย้ายถิ่น การเปลี่ยนแปลงตามวัยและการเสียชีวิต สามารถประมาณการประชากรของโลกได้โดยอาศัยการวิจัยทางประชากรศาสตร์ (สารานุกรมเสรี, 2567)

Salkind (2010 อ้างถึงใน นัฐตา ทับอิม, 2565) กล่าวว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ หมายถึง อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งเป็นเกณฑ์ที่นิยมใช้ในการแบ่งส่วนตลาดและเป็นสิ่งสำคัญและสถิติที่วัดได้ของประกรที่ช่วยกำหนดตลาดเป้าหมาย

ประไพศาล คณารักษ์พงษ์ (2565) กล่าวว่าลักษณะทาง ประชากรศาสตร์ประกอบด้วย อายุ เพศ ขนาดครอบครัว สถานภาพครอบครัว รายได้ อาชีพ การศึกษา ซึ่งเกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ที่กล่าวมาเป็นเกณฑ์ที่นักการตลาดนิยมใช้ในการ แบ่งส่วนการตลาด ดังนั้นลักษณะประชากรศาสตร์จึงเป็นสิ่งสำคัญ และสถิติที่สามารถวัดได้ของประชากร ที่ช่วยในการกำหนดเป้าหมายทางการตลาด รวมทั้งง่ายต่อการวัดผลมากกว่าตัวแปรอื่น เกณฑ์ทางด้านประชากรศาสตร์ที่สำคัญ ประกอบไปด้วยตัวแปรที่สำคัญดังนี้

1. อายุ (Age) อายุที่แตกต่างกันนั้นจะมีความต้องการผลิตภัณฑ์และตอบสนองแตกต่างกัน โดยนักการตลาดมักจะใช้ประโยชน์จากอายุ เป็นตัวแปรที่ช่วยในการค้นหาและระบุส่วนตลาด ตามต้องการแบบเฉพาะของแต่ละช่วงอายุ

2. เพศ (Sex) ตัวแปรที่ใช้ในการแบ่งส่วนการตลาด โดยนักการตลาดต้องศึกษาตัวแปรนี้ อย่างรอบคอบ เพราะในปัจจุบันตัวแปรด้านเพศมีการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมบริโภค การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจึงเป็นสาเหตุที่ทำให้เพศหญิงและเพศที่สามมีบทบาททางสังคมมากขึ้น

3. ลักษณะครอบครัว (Marital status) ในทุก ๆ สมัย ลักษณะครอบครัวถือเป็นเป้าหมายที่สำคัญของนักการตลาดมาโดยตลอด เนื่องจาก มีความสำคัญยิ่งขึ้นในส่วนที่เกี่ยวกับผู้บริโภค นักการตลาดมักจะให้ความสนใจในจำนวน และบุคลิกของคนในครัวเรือนที่บริโภคสินค้าที่ เกี่ยวข้องกับผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในครัวเรือนเพื่อช่วยในการพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสม

4. รายได้ การศึกษา และอาชีพ (Income, Education and Occupation) เป็นอีกตัวแปรที่ นักการตลาดให้ความสำคัญในการกำหนดส่วนของตลาด โดยทั่วไปนักการตลาดจะให้ความสนใจ ผู้บริโภคที่มีความสามารถในการซื้อ แต่อย่างไรก็ตามครอบครัวที่มีรายได้ต่ำจะเป็นตลาดที่มีขนาดใหญ่ ปัญหาสำคัญในการแบ่งส่วนการตลาดโดยถือเกณฑ์รายได้ได้อย่างเดียวก็คือ รายได้จะเป็น ปัจจัยสำคัญที่แสดงความสามารถในการใช้

จ่ายสินค้าของผู้บริโภคได้ซึ่งในความเป็นจริงแล้วยังมี ปัจจัยอื่น ๆ อีกมากมาย ซึ่งในการเลือกซื้อสินค้าที่แท้จริงนั้นมักจะมาจาก รสนิยม การศึกษา อาชีพ หรือรูปแบบการดำรงชีวิต ฯลฯ แม้รายได้จะเป็นตัวแปรที่นักการตลาดนิยมใช้ที่สุด แต่นักการตลาด ส่วนใหญ่มักจะใช้ความสัมพันธ์กับตัวแปรลักษณะประชากรศาสตร์ด้านอื่น ๆ ด้วย เพื่อให้กำหนด ตลาดเป้าหมายได้ถูกต้องและชัดเจนยิ่งขึ้น

แนวคิดและทฤษฎีด้านพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior Concept)

พฤติกรรมผู้บริโภค คือ กระบวนการตัดสินใจและการกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องกับการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการจัดการหลังการใช้สินค้าหรือบริการ โดยมีเป้าหมายเพื่อตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจ พฤติกรรมเหล่านี้เกิดขึ้นจากกระบวนการตัดสินใจก่อนหน้า และได้รับอิทธิพลจากปัจจัยหลายด้าน การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคจึงเป็นการศึกษาข้อมูลเพื่อเข้าใจเหตุผลหรือแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวางกลยุทธ์เพื่อเสนอสินค้าและบริการให้ตรงกับความต้องการของลูกค้า สร้างความพึงพอใจ และส่งเสริมการกลับมาใช้บริการซ้ำหรือการบอกต่อ

พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อหรือการใช้ของ ผู้บริโภค โดยการใช้คำถามในการวิเคราะห์คำตอบ 7 คำถาม (6Ws1H) ได้แก่ (ธัญลักษณ์ ถาวรจิต, 2564)

1. Who is in the market หรือใครบ้างที่อยู่ในตลาดเป้าหมาย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ด้านประชากรศาสตร์ด้านภูมิศาสตร์ด้านจิตวิทยาหรือจิตวิเคราะห์และด้านพฤติกรรมศาสตร์

2. What does the consumer buy หรือผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร เป็นคำถามที่จะทำให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ซึ่งสามารถเจาะจงได้ว่าผู้บริโภคต้องการคุณสมบัติหรือ ส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์หรือต้องการสินค้าที่มีความแตกต่างเหนือกว่าคู่แข่ง

3. Why does the consumer buy หรือทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามที่บ่งชี้ถึง วัตถุประสงค์ในการซื้อ เพื่อให้ชี้ชัดว่าผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายหรือด้าน จิตวิทยา

4. Who participate in the buying หรือใครบ้างที่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ เป็นคำถามในการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ประกอบไปด้วยผู้ริเริ่มผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อ และผู้ใช้

5. When does the consumer buy หรือผู้บริโภคซื้อสินค้าเมื่อใด เป็นคำถามที่บ่งชี้ถึงโอกาสในการซื้อสินค้า เช่น การซื้อสินค้าช่วงเทศกาล ซื้อสินค้าตามฤดูกาล และความถี่ในการซื้อสินค้า

6. Where does the consumer buy หรือผู้บริโภคซื้อสินค้าที่ไหน เป็นคำถามที่บ่งบอกถึง ช่องทางหรือแหล่งซื้อสินค้า เช่น ห้างสรรพสินค้า ร้านสะดวกซื้อ เป็นต้น

7. How does the consumer buy หรือผู้บริโภคซื้ออย่างไร เป็นคำถามที่สอบถามถึงขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อสินค้า ประกอบไปด้วย การรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและความรู้สึกภายหลังการซื้อ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคุณภาพการบริการ (Service Quality Concept)

คุณภาพการให้บริการ (Service Quality) เป็นแนวคิดด้านการจัดการที่องค์กร หรือ หน่วยงาน มีความต้องการพัฒนาความสัมพันธ์กับผู้รับบริการเพื่อให้องค์กรหรือหน่วยงานของตนเอง สามารถตอบสนอง ความต้องการของผู้รับบริการได้โดยให้ความสำคัญกับผู้รับบริการมากขึ้น

สำหรับการวัดคุณภาพการบริการในธุรกิจบริการได้พัฒนาเครื่องมือเพื่อประเมินการรับรู้ของลูกค้าต่อ คุณภาพการบริการในธุรกิจบริการ และ ธุรกิจค้าปลีก และเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาคุณภาพของงาน บริการ เรียกว่า SERVQUAL ซึ่งเป็นหนึ่งในมาตรวัดที่มีชื่อเสียง ต่อมาพบว่า มีระดับความสัมพันธ์กันเอง (Degree of Correlation) ระหว่างตัวแปรดังกล่าวค่อนข้างสูง จึงปรับเกณฑ์ในการประเมินคุณภาพของบริการ โดยให้เหลือเกณฑ์ อย่างกว้างทั้งหมดรวม 5 เกณฑ์ ซึ่งในแต่ละเกณฑ์ได้กำหนดเครื่องมือในการวัดระดับ คุณภาพ การให้บริการ ตามเกณฑ์ดังนี้ (วารกมลวรรณ รักษา, 2565)

1. สิ่งสัมผัสจับต้องได้ (Tangibles) หมายถึง คุณภาพการบริการที่เกี่ยวกับสภาพแวดล้อม ทางกาย ที่ให้บริการ ผู้บริโภคสามารถรับรู้ได้จากสัมผัสทั้ง 5 จากบริการ ตัวอย่างเช่น การตกแต่งสถานที่ บรรยากาศ กลิ่น เสียง เครื่องมือ เครื่องใช้ อุปกรณ์ พนักงานให้บริการ สภาพแวดล้อม รวมถึงเครื่องมือ ที่ใช้ในการ ติดต่อสื่อสาร สิ่งสัมผัสจับต้องได้ (Tangibles) เป็นการสร้างการรับรู้ที่ดี และเป็นสิ่งที่ ส่งผลอย่างมากในการ เลือกใช้บริการของผู้บริโภค

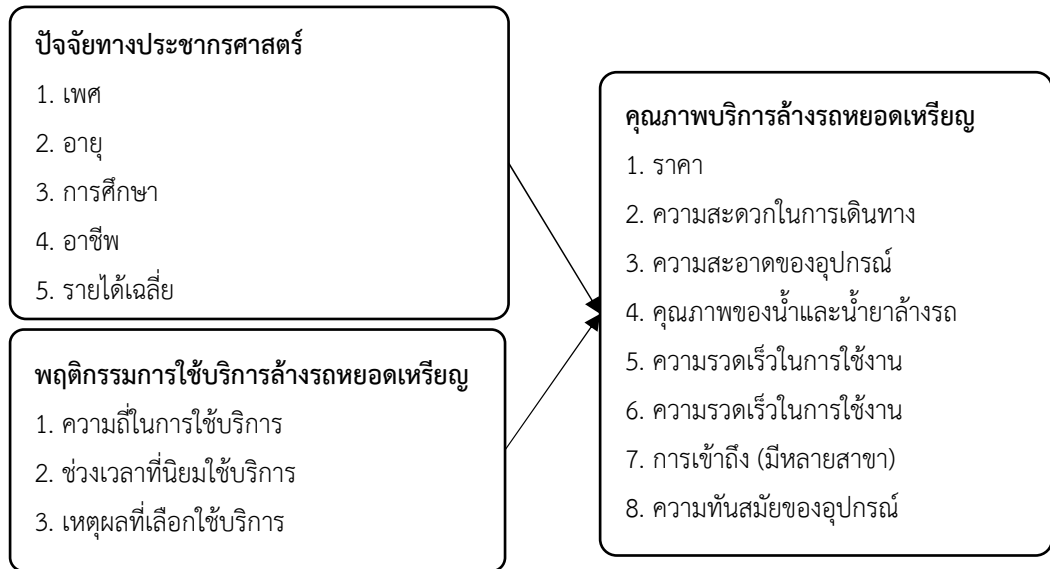
2. ความน่าเชื่อถือ (Reliability) หมายถึง คุณภาพในการให้บริการตามที่ได้สัญญา รับปาก ไว้กับ ผู้บริโภคอย่างถูกต้องตรงตามวัตถุประสงค์ หากไม่สามารถทำตามได้ทีกล่าวจะทำให้ ผู้บริโภคขาดความเชื่อมั่น และลดลง จนกระทั่งหายไปและไปใช้บริการรายอื่น ตัวอย่างเช่น แจ้งระยะเวลา ในการให้บริการ 45 นาที ก็ควรให้บริการให้แล้วเสร็จภายใน 45 นาที, การเสร็จสินค้าที่ถูกต้อง

3. การตอบสนองความต้องการ (Responsiveness) หมายถึง คุณภาพการบริการด้าน การตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างทันท่วงที มีความพร้อมและความเต็มใจที่จะให้บริการ มีความ สนใจในการแก้ปัญหา ช่วยเหลือผู้รับบริการ เช่น พนักงานรีบลงทะเบียนเมื่อผู้บริโภคเข้ามา ใช้บริการ พนักงาน รีบหาที่จอดรถให้เมื่อที่จอดรถเต็ม ด้วยสีหน้าที่เต็มใจให้บริการ

4. การให้ความมั่นใจ (Assurance) หมายถึง คุณภาพการให้บริการที่เกี่ยวกับความรู้ ความสามารถ ในการสร้างความเชื่อมั่นให้เกิดกับผู้บริโภค ผู้ให้บริการต้องแสดงถึงทักษะความรู้ ความสามารถ ซึ่งนำไปสู่ความ เชื่อถือหรือความไว้วางใจของผู้บริโภค เช่น พนักงานมีใบวิชาชีพ ใบประกาศผ่านการอบรม พนักงานมีการ สื่อสารที่ดี พูดชัดถ้อยชัดคำ ตอบตรงคำถาม ให้แนะนำและ คำปรึกษาแก่ผู้บริโภค

5. ความเอาใจใส่ (Empathy) หมายถึง คุณภาพการให้บริการในส่วนของการดูแลเอาใจใส่ ของพนักงาน และให้ความสนใจผู้บริโภค ทั้งก่อนให้บริการ ขณะให้บริการ และหลังการให้บริการ ตามความ ต้องการที่แตกต่างของผู้บริโภค เช่น การจดจำรายละเอียดผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ การให้บริการ หลังการขาย

กรอบแนวคิดในงานวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. รูปแบบของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยออกแบบเป็นภาคสนาม ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้ใช้บริการลำรถหยอดเหรียญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่เคยใช้บริการภายใน 3 เดือน โดยวิธีสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) จำนวน 400 คน ในพื้นที่อำเภอเมืองและอำเภอใกล้เคียง โดยกลุ่มตัวอย่างครอบคลุมผู้ใช้บริการในช่วงอายุและอาชีพหลากหลาย รวมถึงระดับรายได้และการศึกษาแตกต่างกัน เพื่อให้สะท้อนความเห็นจากกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ (เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ระดับการศึกษา) ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการใช้บริการ (ความถี่ ช่วงเวลา เหตุผล) ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพบริการใน 8 ด้าน ได้แก่ ราคา ความสะดวกในการเดินทาง ความสะอาดของอุปกรณ์ คุณภาพน้ำและน้ำยา ความรวดเร็ว ความปลอดภัย การเข้าถึง และความทันสมัยของอุปกรณ์ และตรวจสอบความเที่ยงตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ใช้ดัชนี IOC โดยข้อคำถามที่มีค่า ≥ 0.50 จึงถือว่าเหมาะสม

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามแก่ผู้ใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมืองพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน ด้วยวิธีสุ่มแบบสะดวก ณ จุดให้บริการ โดยให้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเองและสมัครใจ ใช้เวลารวบรวมข้อมูลประมาณ 3 สัปดาห์ จากนั้นตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนวิเคราะห์

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

5.1. วิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา เช่น ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

5.2. วิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการและระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพบริการด้วย ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) โดยใช้เกณฑ์คะแนนเฉลี่ย ดังนี้

1	หมายถึง	น้อยที่สุด
2	หมายถึง	น้อย
3	หมายถึง	ปานกลาง
4	หมายถึง	มาก
5	หมายถึง	มากที่สุด

มีเกณฑ์ในการวิเคราะห์คะแนนเฉลี่ยดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง มากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง มาก

2.61 – 3.40 หมายถึง ปานกลาง

1.81 – 2.50 หมายถึง น้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง น้อยที่สุด

5.3. วิเคราะห์ความแตกต่างของความคิดเห็นในกลุ่มประชากรศาสตร์ต่าง ๆ โดยใช้การทดสอบ t-test และ One-way ANOVA ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

สรุปผลการวิจัย

1 เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมืองจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 50.75 ขณะที่เพศชายมีสัดส่วนร้อยละ 49.25 กลุ่มอายุที่ใช้บริการมากที่สุดอยู่ในช่วง 31-40 ปี ร้อยละ 31.00 รองลงมาคือกลุ่มอายุ 21-30 ปี ร้อยละ 29.75 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่ต่ำกว่าปริญญาตรี ร้อยละ 54.50 รองลงมาคือปริญญาตรี ร้อยละ 35.25 ในด้านอาชีพ พบว่าพนักงานบริษัทเอกชนเป็นกลุ่มที่ใช้บริการมากที่สุด ร้อยละ 35.50 รองลงมาคือข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 29.75 และนักเรียนหรือนักศึกษา ร้อยละ 22.25 สำหรับรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 29.75 รองลงมาคือช่วง 20,001-25,000 บาท ร้อยละ 19.50 และต่ำกว่า 10,000 บาท ร้อยละ 18.50 ตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและค่าร้อยละของกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล (n = 400)

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน(คน)	ร้อยละ
เพศ		
ชาย	197	49.25
หญิง	203	50.75
อายุ		
ต่ำกว่า 20 ปี	62	15.50
21-30 ปี	119	29.75
31-40 ปี	124	31.00
41 ปีขึ้นไป	95	23.75
ระดับการศึกษาสูงสุด		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	218	54.50
ปริญญาตรี	141	35.25
สูงกว่าปริญญาตรี	41	10.25
อาชีพ		
นักเรียน-นักศึกษา	89	22.25
ข้าราชการ-รัฐวิสาหกิจ	119	29.75
พนักงานบริษัทเอกชน	142	35.50
รับจ้างทั่วไป	32	8.00
ธุรกิจส่วนตัว	8	4.50
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	74	18.50
10,001 - 15,000 บาท	119	29.75
15,001 - 20,000 บาท	56	14.00
20,001 - 25,000 บาท	78	19.50
25,001 - 30,000 บาท	14	3.50
มากกว่า 30,001 บาท	59	14.75

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญของผู้ใช้บริการในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในลักษณะที่ใช้งานเป็นครั้งคราว โดยความถี่ในการใช้บริการส่วนใหญ่คือ เดือนละครั้ง (72.25%) รองลงมาคือ

นาน ๆ ครั้ง (14.25%), สัปดาห์ละครั้ง (12.25%) และ มากกว่าหนึ่งครั้งต่อสัปดาห์ (1.25%) ขณะที่ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการมากที่สุดคือ ช่วงเย็น (36.25%) รองลงมาคือ กลางคืน (34.00%), บ่าย (18.25%) และ เช้า (11.50%) ส่วนเหตุผลหลักในการเลือกใช้บริการ คือ ราคาไม่แพง (69.25%) และ ประหยัดเวลา (23.75%) ในขณะที่เหตุผลอื่น ๆ อย่าง ใกล้บ้าน (5.00%) และ ใช้ง่าย (1.75%) มีผลต่อการตัดสินใจในสัดส่วนที่น้อยกว่า พฤติกรรมเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่า ความสะดวกสบาย และความยืดหยุ่นในการเลือกช่วงเวลาใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะการดำเนินชีวิตในเขตเมืองที่เน้นประสิทธิภาพและการจัดการเวลาอย่างเหมาะสม ตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญ (n=400)

ปัจจัยด้านการใช้บริการ	จำนวน(คน)	ร้อยละ
ระดับการศึกษาสูงสุด		
มากกว่า 1 ครั้ง/สัปดาห์	5	1.25
สัปดาห์ละครั้ง	49	12.25
เดือนละครั้ง	289	72.25
นานๆครั้ง	57	14.25
ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ		
เช้า	46	11.50
บ่าย	73	18.25
เย็น	145	36.25
กลางคืน	136	34
เหตุผลที่เลือกบริการ		
ราคาไม่แพง	278	69.25
ประหยัดเวลา	95	23.75
ใกล้บ้าน	20	5
ใช้ง่าย	7	1.75

3. เพื่อวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของผู้ใช้บริการที่มีต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการล้างรถหยอดเหรียญ และทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการพบว่า ผู้ใช้บริการล้างรถหยอดเหรียญในอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในระดับมากทุกด้าน โดยให้ความสำคัญมากที่สุดกับด้านความปลอดภัยของสถานที่ (M = 4.05, S.D. = 0.43) รองลงมาคือด้านความรวดเร็วในการใช้บริการ (M = 3.95, S.D. = 0.42) และความสะดวกในการเดินทาง (M = 3.94, S.D. = 0.43) ส่วนปัจจัยอื่น ๆ ได้แก่ คุณภาพของน้ำและน้ำยาล้างรถ (M = 3.82,

S.D. = 0.45) ความทันสมัยของอุปกรณ์ (M = 3.80, S.D. = 0.44) ความสะอาดของอุปกรณ์ (M = 3.79, S.D. = 0.45) การเข้าถึงบริการ (M = 3.65, S.D. = 0.46) และด้านราคาซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (M = 3.43, S.D. = 0.50) แต่ยังคงอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมของทุกปัจจัยเท่ากับ (M = 3.80, S.D. = 0.44) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อคุณภาพของการบริการโดยรวมอย่างชัดเจน ผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นตามลักษณะประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน รวมถึงพฤติกรรมการใช้บริการ เช่น ความถี่ในการใช้บริการและช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ พบว่าไม่มี ความแตกต่างของความคิดเห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. > 0.05) ในทุกปัจจัย เช่น ด้านราคา (Sig. = 0.320) ด้านความปลอดภัยของสถานที่ (Sig. = 0.955) ด้านคุณภาพของน้ำและน้ำยาล้างรถ (Sig. > 0.05) และด้านอื่น ๆ ล้วนมีค่า Sig. สูงกว่า 0.05 เช่นกัน ยกเว้นเพียงด้านความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเมื่อจำแนกตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ โดยมีค่า Sig. = 0.041 ซึ่งต่ำกว่าระดับนัยสำคัญทางสถิติที่กำหนดไว้ที่ 0.05 สะท้อนว่าแรงจูงใจหรือเหตุผลส่วนบุคคลอาจมีอิทธิพลต่อการรับรู้คุณภาพของบริการ ขณะที่ลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการทั่วไปไม่ได้ส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการล้างรถหยอดเหรียญอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในบริบทของพื้นที่ศึกษา ตามตารางด้านล่าง

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของปัจจัยด้านคุณภาพบริการ (n=400)

ข้อที่	ปัจจัย	ระดับความสำคัญ		
		M	S.D	แปลค่า
1	ด้านราคา	3.43	0.50	มาก
2	ด้านความสะดวกในการเดินทาง	3.94	0.43	มาก
3	ด้านความสะอาดของอุปกรณ์	3.79	0.45	มาก
4	ด้านคุณภาพของน้ำและน้ำยาล้างรถ	3.82	0.45	มาก
5	ด้านความเร็วในการใช้บริการ	3.95	0.42	มาก
6	ด้านความปลอดภัยของสถานที่	4.05	0.43	มาก
7	ด้านการเข้าถึง	3.65	0.46	มาก
8	ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์	3.80	0.44	มาก
	รวม	3.80	0.44	มาก

ตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านคุณภาพบริการล้างรถ
หยุดเหรียญ จำแนกตามเพศ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ t-test

ปัจจัย	T	Sig (2-tailed)	ผลการทดสอบ
ด้านราคา	-0.995	0.320	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกในการเดินทาง	0.969	0.333	ไม่แตกต่าง
ด้านความสะดวกของอุปกรณ์	-0.361	0.718	ไม่แตกต่าง
ด้านคุณภาพของน้ำและน้ำยาล้างรถ	-0.767	0.443	ไม่แตกต่าง
ด้านความรวดเร็วในการใช้งาน	-0.904	0.366	ไม่แตกต่าง
ด้านความปลอดภัยของสถานที่	-0.057	0.955	ไม่แตกต่าง
ด้านการเข้าถึง	0.663	0.514	ไม่แตกต่าง
ด้านความทันสมัยของอุปกรณ์	-0.643	0.521	ไม่แตกต่าง

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นต่อปัจจัยที่มีอิทธิพลด้านคุณภาพบริการล้างรถ
หยุดเหรียญจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ความถี่ ระยะเวลา เหตุผล
ช่วงเวลาที่นิยมใช้บริการ เหตุผลในการใช้บริการ วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ANOVA

ปัจจัย	อายุ	การศึกษา	อาชีพ	รายได้	ความถี่	ช่วงเวลา	เหตุผล
ด้านราคา	0.669	0.441	0.618	0.652	0.448	0.651	0.785
ด้านความสะดวกในการเดินทาง	0.073	0.762	0.124	0.664	0.546	0.087	0.041*
ด้านความสะดวกของอุปกรณ์	0.729	0.468	0.984	0.739	0.950	0.775	0.763
ด้านคุณภาพของน้ำและน้ำยาล้างรถ	0.583	0.253	0.289	0.566	0.224	0.365	0.416
ด้านความรวดเร็วในการใช้งาน	0.593	0.889	0.210	0.223	0.450	0.910	0.331
ด้านความปลอดภัยของสถานที่	0.255	0.538	0.589	0.231	0.529	0.354	0.367
ด้านการเข้าถึง	0.997	0.977	0.959	0.974	0.754	0.730	0.079

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สรุปและอภิปรายผลการวิจัย

ผู้ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญในอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยทำงาน อายุระหว่าง 31-40 ปี มีรายได้ปานกลางและประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนหรือข้าราชการ ซึ่งเป็นกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่าในการใช้บริการ โดยนิยมใช้บริการเดือนละครั้งในช่วงเย็นหรือกลางคืน เนื่องจากราคาถูกและช่วยประหยัดเวลา นอกจากนี้ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญต่อคุณภาพการบริการในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะดวกในการเดินทาง ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความมั่นใจ ประหยัดเวลา และการเข้าถึงบริการได้ง่าย ทั้งนี้ ผลการทดสอบความแตกต่างพบว่าคุณภาพการบริการไม่แตกต่างตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ ยกเว้นด้านความสะดวกในการเดินทางที่แตกต่างตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (Sig. = 0.041) แสดงให้เห็นว่าทำเลที่ตั้งและการเข้าถึงยังคงเป็นปัจจัยสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญในปัจจุบัน

การศึกษารังนี้มุ่งเน้นวิเคราะห์พฤติกรรมการใช้บริการและความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อคุณภาพการบริการล้งรถหยอดเหรียญในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยเน้นการวิเคราะห์ทั้งด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ พฤติกรรมการใช้บริการ และการรับรู้คุณภาพบริการในมิติต่าง ๆ รวมถึงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์และความแตกต่างของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการ ซึ่งผลการวิจัยที่ได้สะท้อนถึงแนวโน้มและทิศทางการรับรู้ของผู้บริโภคที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงและพัฒนาระบบบริการได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 50.75 และมีอายุในช่วงวัยทำงานระหว่าง 31-40 ปี ร้อยละ 31.00 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงในวัยทำงานเป็นกลุ่มหลักที่ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนในช่วง 10,001-15,000 บาท ร้อยละ 29.75 และประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชนและข้าราชการ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบริการล้งรถแบบหยอดเหรียญตอบโจทย์กลุ่มที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว และคุ้มค่าในราคาที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอุไรพร ศรีคำคง และคณะ (2568) ที่พบว่าผู้บริโภคบริการร้านชาบูหม่าล่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงวัยทำงาน และเน้นใช้บริการเพื่อความสะดวกและคุ้มค่า นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศุภกิตต์ ดอกไม้ และคณะ (2567) ที่ศึกษาผู้ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ตซึ่งมีพฤติกรรมการใช้บริการแบบประหยัด สะดวก และรวดเร็ว ดังนั้น ผลวิจัยนี้สะท้อนว่ากลุ่มผู้ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีลักษณะประชากรและพฤติกรรมการใช้บริการที่คล้ายคลึงกับกลุ่มผู้ใช้บริการในงานวิจัยก่อนหน้า ทั้งในแง่เพศ อายุ รายได้ และพฤติกรรมในการเลือกใช้บริการที่มุ่งเน้นความสะดวกและประหยัดต้นทุน

ผลการวิจัยวัตถุประสงค์ที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีพฤติกรรมการใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญแบบไม่ต่อเนื่อง โดยส่วนใหญ่นิยมใช้บริการเดือนละครั้ง (72.25%) และเลือกใช้บริการในช่วงเย็นและกลางคืน (รวม 70.25%) ซึ่งสะท้อนถึงวิถีชีวิตของคนเมืองที่ต้องการความยืดหยุ่นด้านเวลาและความสะดวกในการเข้าถึงบริการหลังเลิกงาน เหตุผลหลักในการ

เลือกใช้บริการคือ ราคาไม่แพง (69.25%) และการประหยัดเวลา (23.75%) แสดงให้เห็นว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและความรวดเร็วมากกว่าปัจจัยอื่น เช่น ความใกล้บ้านหรือความง่ายในการใช้งาน พฤติกรรมดังกล่าวชี้ให้เห็นถึงความต้องการบริการที่ตอบโจทย์ทั้งด้านต้นทุนและเวลา ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มการเลือกใช้บริการแบบอัตโนมัติในสังคมเมืองปัจจุบัน ทั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเนตรดาว ชัยเขต และฉินิกานต์ สังข์สุวรรณ (2568) ที่พบว่า การตัดสินใจของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์และความเชื่อมั่นในการใช้บริการมากกว่าการรับรู้จากแหล่งข้อมูลภายนอก สะท้อนให้เห็นว่าการเลือกใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญเป็นผลจากความพึงพอใจส่วนบุคคลและการตอบสนองต่อข้อจำกัดด้านเวลาและงบประมาณในชีวิตประจำวัน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญในอำเภอเมือง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ให้ความสำคัญต่อยังปัจจัยด้านคุณภาพการบริการในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะ ด้านความปลอดภัยของสถานที่ (M = 4.05) ความรวดเร็วในการให้บริการ (M = 3.95) และ ความสะดวกในการเดินทาง (M = 3.94) ซึ่งสะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับองค์ประกอบของบริการที่ตอบสนองต่อ ความมั่นใจ ความประหยัดเวลา และการเข้าถึงที่ง่าย ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ “ความปลอดภัย” เนื่องจากลักษณะของบริการล้งรถหยอดเหรียญมักเปิดให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง ผู้ใช้บริการส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงและมักมาใช้บริการในช่วงเย็นหรือกลางคืน จึงต้องการสภาพแวดล้อมที่มั่นใจได้ว่าปลอดภัย ทั้งต่อชีวิต ทรัพย์สิน และยานพาหนะ ขณะที่ความสำคัญต่อ “ความรวดเร็ว” สะท้อนรูปแบบการดำเนินชีวิตของคนเมืองที่ต้องการความคล่องตัวและประหยัดเวลาในการทำกิจวัตรประจำวัน การล้งรถจึงถูกมองว่าเป็นกิจกรรมที่ต้อง “สะดวก เร็ว และทำได้ด้วยตนเอง” ผลการทดสอบความแตกต่างของความคิดเห็นพบว่า ไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการเมื่อจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการใช้บริการ ยกเว้นเพียง ปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทางที่แตกต่างตามเหตุผลในการเลือกใช้บริการ (Sig. = 0.041) ซึ่งอาจสะท้อนถึงแรงจูงใจเฉพาะของผู้บริโภคแต่ละกลุ่มในการเลือกใช้บริการ เช่น การเน้นประหยัดเวลา หรือการเลือกสถานที่ที่เดินทางสะดวกใกล้บ้าน สอดคล้องกับงานของอรวรรณ ธรรมมาวุฒิกุล และคณะ (2568) ที่พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองต่อความต้องการ มากกว่าปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ หรือสถานภาพ และยังตรงกับงานของรัชชานนท์ ภิรัชชอมรพันธ์ (2563) ที่ชี้ให้เห็นว่า ความพึงพอใจในคุณภาพบริการและความคุ้มค่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจกลับมาใช้บริการซ้ำ แสดงให้เห็นว่า ประสบการณ์โดยรวมและองค์ประกอบของบริการมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของผู้บริโภคในลักษณะที่สอดคล้องกันหลากหลายบริบท

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผู้ใช้บริการล้งรถหยอดเหรียญมีลักษณะส่วนบุคคลที่หลากหลาย ควรปรับกลยุทธ์การตลาดและบริการให้เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายแต่ละกลุ่ม เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและตอบสนองความต้องการได้อย่างมีประสิทธิภาพ
2. ผู้ใช้บริการมีความพึงพอใจในระดับมาก โดยเฉพาะคุณภาพน้ำ อุปกรณ์ และความสะอาด จึงควรรักษามาตรฐานเหล่านี้อย่างต่อเนื่อง และเพิ่มความใส่ใจด้านความสะอาดเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้ลูกค้า
3. ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะอาด มากกว่าราคา ควรมุ่งเน้นพัฒนาคุณภาพบริการด้านเหล่านี้เพื่อสร้างความพึงพอใจและรักษฐานลูกค้าในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายและมีจำนวนมากขึ้น เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย
2. ศึกษาปัจจัยเชิงลึกที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในแต่ละด้าน เช่น ความปลอดภัย ความรวดเร็ว และความสะอาดในการใช้บริการ
3. นำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในการเก็บข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อเพิ่มความหลากหลายและความลึกของผลการวิจัย

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาธุรกิจการค้า. (2566). รายงานสถานการณ์ธุรกิจบริการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. กระทรวงพาณิชย์. สืบค้น 14 สิงหาคม 2568. <https://www.dbd.go.th>
- ขจรจิตร ธาระสาร และ สรวงภรณ์ สักภาพพิชิต. (2567). ผลกระทบของโควิด-19 ต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการที่เปลี่ยนแปลงไป และแนวทางในการรับมือของผู้ประกอบการธุรกิจบริการในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร*, 7(1), 110-124.
- ชัยลักษณ์ ธารวจิต. (2564). การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารเพื่อสุขภาพในเทศบาลนครหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยแม่โจ้*, 3(1), 41-56.
- นัฐตา ทับอิม. (2565). ปัจจัยทางประชากรศาสตร์และปัจจัยสภาพลักษณะองค์กรที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสถานีน้ำมันพีที [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- เนตรดาว ชัยเขต และ ธินิกานต์ สังข์สุวรรณ. (2568). อิทธิพลปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมส่วนบุคคลในสถานะปัจจัยตัวแปรแทรกกลาง ที่เชื่อมโยงการรับรู้ส่วนประสมทางการตลาดสู่ความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลที่ผ่านตัวกลางการจอบที่พกออนไลน์. *วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์และกลยุทธ์การจัดการ*, 12(1), 151 – 169.
- ประไพศาล คณารักษ์พงษ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลในการตัดสินใจเลือกใช้บริการวีดีโอสตรีมมิ่งของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- รัชชานนท์ ภิรัชอมรพันธ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมความพึงพอใจและความสนใจในการกลับมาใช้บริการ ร้านอาหารและสถานบันเทิงของประชากรที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานคร [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- วราภรณ์วรรณ รักษา. (2565). คุณภาพการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจและการรับคุณค่าของผู้บริโภค ในการเลือกใช้บริการสรวายน้ำสุนัข ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ]. นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศุภกิตติ ดอกไม้, อภิสิทธิ์ สงวนศิลป์, วัชรชาติ นริดิธรรมธรา และวรัรัตน์ จงไกรจักร. (2567). พฤติกรรมของลูกค้ำที่มาใช้บริการร้านล้างรถหยอดเหรียญในจังหวัดภูเก็ต. ใน *การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติ ครั้งที่ 15*. (น. 113 – 120). นครศรีธรรมราช: วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้.
- สารานุกรมเสรี. (2567). วิถีพีเดีย. *ประชากรศาสตร์*. สืบค้นวันที่ 10 กรกฎาคม 2568. <https://th.wikipedia.org/wiki/ประชากรศาสตร์>
- อรวรรณ ธรรมาวุฒิกุล, ฐนันวริน โฆษิตคณิน และ ชัญญุณห์ กริมใจ. (2567). พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เลือกใช้บริการประกันวินาศภัยในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย*, 6(1), 86 – 96.
- อุไรพร ศรีคำคง, นรินุช ยุวดีนิเวศ และ จตุรงค์ ศรีวงษ์วรรณะ. (2568). ปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านชาบูหม่าล่าของผู้บริโภคในจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารสหวิทยาการจัการมหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 9(1), 84-99.



การพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย

พงษ์ศักดิ์ ผกา มาศ¹

พจ ตู๊พจ²

ฤทธิเดช พรหมดี³

ณัฐชยา สมมาศเดชสกุล⁴

วติธ ยลชื่น⁵

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ 1) เพื่อออกแบบและสร้างแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย และ 2) เพื่อทดลองใช้และประเมินผลการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย การวิจัยนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ วิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย จำนวน 108 คน และ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน วิธีดำเนินการวิจัยมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แพลตฟอร์ม 2) การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม 3) การทดสอบการใช้งานและประเมินผลแพลตฟอร์ม และ 4) การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์ม การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อแสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพใช้รูปแบบการวิเคราะห์แก่นสาระ

ผลการวิจัยพบว่า 1) แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทยใช้กระบวนการออกแบบของ ADDIE ผู้เชี่ยวชาญเห็นว่าแพลตฟอร์มนี้มีความเหมาะสมที่จะนำมาใช้ประกอบการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ได้จริงโดยประเมินคุณภาพอยู่ในระดับมาก 2) กลุ่มวิสาหกิจชุมชนไทยมีความพึงพอใจต่อแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นสามารถช่วยให้ผู้เข้าอบรมมีทักษะเชิงปฏิบัติการในปลูกกัญชาคุณภาพทางการแพทย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการพัฒนาทักษะด้านการใช้งานแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งให้ดียิ่งขึ้น

คำสำคัญ: ไมโครเลิร์นนิ่ง / กัญชาทางการแพทย์ / บริการวิชาการ / วิสาหกิจชุมชน

¹ วิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์

² คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ

³⁻⁴ สถาบันพัฒนาศักยภาพมนุษย์แห่งอนาคต

⁵ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

Development of Medical Cannabis Microlearning Platform for Academic Services to Cannabis Growing Community Enterprises in Thailand

*Phongsak Phakamach*¹

*Pot Toopot*²

*Ritthidech Phomdee*³

*Natchaya Sommartdejsakul*⁴

*Wadit Yoncheaun*⁵

ABSTRACT

This research aimed to: 1) design and develop a medical cannabis microlearning platform to provide academic services to cannabis growing community enterprises in Thailand; and 2) pilot and evaluate the platform's usage and outcomes for these enterprises. This study employed a research and development methodology. The sample group comprised 108 cannabis growing community enterprises in Thailand and 10 ICT and educational innovation experts. The research process involved four phases: 1) user needs assessment, 2) platform design and development, 3) platform testing and evaluation, and 4) platform enhancement. Quantitative data were analyzed using statistical software to determine means and standard deviations. Qualitative data were analyzed using thematic analysis.

The research findings indicated that: 1) The medical cannabis micro learning platform for Thai cannabis-growing community enterprises was developed using the ADDIE model process. Experts rated the platform as highly suitable for supporting practical medical cannabis learning, with a high level of quality. 2) Thai community enterprises expressed the highest level of satisfaction with the developed microlearning platform, which effectively enhanced their practical skills in cultivating quality medical cannabis and improved their micro learning platform usage skills.

Keywords: Micro Learning / Medical Cannabis / Academic Service / Community Enterprise

¹ Rattanakosin International College of Creative Entrepreneurship,
Rajamangala University of Technology Rattanakosin

² Faculty of Social Sciences and Humanities, North Eastern University

³⁻⁴ Career for the Future Academy (CFA)

⁵ Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

“กัญชา” เป็นพืชให้ดอกอยู่ในตระกูล “Cannabaceae” ต้นกำเนิดอยู่แถบเอเชียกลางและกระจายปลูกในหลายส่วนของโลกซึ่งเรียกกันทั่วไปว่า Cannabis, Marijuana, Ganja โดยมีชื่อวิทยาศาสตร์ว่า “Cannabis sativa L. subsp. Indica” กัญชาจะมี 3 สายพันธุ์ที่พบบ่อยคือ Sativa, Indica และ Ruderalis จากประวัติศาสตร์พบว่าการใช้กัญชาเพื่อรักษาโรคนั้นเริ่มขึ้นในประเทศจีนโดยจักรพรรดิเสินหนิงเป็นผู้ค้นพบวิธีการชงชาและการต้มชา อธิบายสรรพคุณทางยาของพืชกัญชาในตำรายาสมุนไพรจีนเป็นครั้งแรก และริเริ่มให้มีการเพาะปลูกพืชกัญชาเพื่อใช้เป็นยารักษาโรคนับจากนั้นเป็นต้นมา (Fry, 2018) ในปี ค.ศ. 1839 นายแพทย์ชาวอังกฤษ (William O’Shaughnessy) ค้นพบว่ากัญชานั้นมีสรรพคุณทางการแพทย์บางอย่างโดยสามารถใช้ระงับอาการปวด เพิ่มความอยากอาหาร ลดการอาเจียน ลดอาการชัก ผ่อนคลายกล้ามเนื้อ และลดอาการตึงเครียด โดยได้ตีพิมพ์ผลงานวิจัยนี้ในวารสารทางการแพทย์และมีการใช้กัญชาทางการแพทย์กันอย่างแพร่หลายทั้งในประเทศอังกฤษและในกลุ่มประเทศตะวันตก ตลอดจนมีการซื้อขายผลิตภัณฑ์กัญชาในร้านยาทั่วไปโดยไม่ผิดกฎหมาย มีการบรรจุสรรพคุณทางยาของสารสกัดจากกัญชา และยาทิงเจอร์จนกลายเป็นอุตสาหกรรมมาจนถึงปัจจุบัน สำหรับประเทศไทยได้มีการประกาศพระราชบัญญัติยาเสพติดให้โทษ (ฉบับที่ 7) พ.ศ. 2562 ในวันที่ 18 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2562 ซึ่งอนุญาตให้สามารถนำมาใช้ในกรณีจำเป็นเพื่อประโยชน์ของทางราชการ การแพทย์ การรักษาผู้ป่วย หรือการศึกษาวิจัยและพัฒนาการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับสรรพคุณของกัญชาทางการแพทย์ได้โดยมีหลักฐานทางวิชาการหลายแหล่งสนับสนุนทั้งแพทย์แผนไทยและแพทย์แผนปัจจุบัน ในปัจจุบันอาจถือได้ว่ากัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจที่สร้างรายได้มหาศาลในประเทศแถบอเมริกา รวมถึงเอเชียบางประเทศและมีการนำมาทดลองใช้กับการรักษาผู้ป่วยได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Sunthonprawet, 2021; Yeoh, 2020)

อย่างไรก็ตาม ในอนาคตหากรัฐบาลไทยมีการส่งเสริมให้เกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชนสามารถปลูกกัญชาได้อย่างถูกต้องตามกฎหมายแล้วก็ต้องพิจารณากฎหมายประกอบในการดำเนินการให้ถูกต้องและเป็นระบบ การพัฒนาพืชสมุนไพรกัญชาเพื่อประโยชน์ทางการแพทย์จำเป็นต้องมีการศึกษาการพัฒนาสารสกัด การแยกสารบริสุทธิ์และผลิตภัณฑ์จากกัญชา เพื่อให้มีสรรพคุณที่สามารถใช้ประโยชน์ทางการแพทย์ได้อย่างมีคุณภาพเหมาะสม ในการนำไปกัญชามาประกอบอาหารและเป็นองค์ประกอบในการปรุงตำรับยาที่ไม่มีข้อมูลปริมาณสารสำคัญ ในเศรษฐกิจมีดินเป็นอีกก้าวสำคัญในการดำเนินงานตามนโยบายเพื่อผ่อนปรนให้ใช้ประโยชน์กัญชามากยิ่งขึ้น ประกาศในราชกิจจานุเบกษาที่เปิดให้ทุกภาคส่วนทั้งเกษตรกร ภาครัฐและเอกชน ประชาชน และบุคคลธรรมดาทั่วไปสามารถขออนุญาตปลูกและนำกัญชาไปใช้ในทุกวัตถุประสงค์ได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่รัฐบาลกำหนดนโยบายในการส่งเสริมให้มีการปลูกกัญชาทางการแพทย์ ซึ่งจำเป็นจะต้องมีรายงานข้อมูลและทักษะสำคัญรอบด้านในการปลูกกัญชาให้มีคุณภาพทางการแพทย์ (Sunthonprawet, 2021) ทั้งนี้ เพื่อส่งเสริมรายได้ไปสู่เกษตรกรไทยและพัฒนาให้เป็นพืชเศรษฐกิจที่สำคัญอีกทางหนึ่งด้วย อีกทั้งยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มในผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ทั้งยา อาหาร เครื่องสำอาง และผลิตภัณฑ์สมุนไพรเพื่อสุขภาพ นอกจากนี้ จากการสังเคราะห์แผนงานประจำปี พ.ศ. 2566 แนวโน้มจะมีการปรับบทบาทภาครัฐเพื่อส่งเสริม

การดึงเอกชนและวิสาหกิจชุมชนร่วมขับเคลื่อนนโยบายกัญชาในทุกกิจกรรมมากยิ่งขึ้นไม่ว่าจะเป็นปลูก การผลิต และการจำหน่ายตลอดจนเพื่อให้สามารถขับเคลื่อนกัญชาเป็นพืชเศรษฐกิจได้อย่างรวดเร็ว การส่งเสริม สนับสนุนการเพาะปลูกกัญชาเพื่อการแพทย์จะนำไปสู่การพัฒนาเศรษฐกิจครบวงจรและกำกับภายใต้กฎหมาย อย่างเหมาะสมกับความรับผิดชอบต่อสังคม พร้อมทั้งก่อให้เกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจชุมชนและประโยชน์ทาง การแพทย์ของประเทศไทย ดังนั้นในการปลูกกัญชาให้มีคุณภาพทางการแพทย์ (Medical Grade) จึงต้องมี แพลตฟอร์มดิจิทัลและการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ที่ได้มาตรฐานสำหรับเกษตรกรหรือวิสาหกิจชุมชนเพื่อสนับสนุน การปลูกกัญชาให้มีคุณภาพทางการแพทย์อย่างแท้จริงต่อไป (Yeoh, 2020)

ยุคแห่งการพลิกผันทางการศึกษา (Education Disruption) และการศึกษาดิจิทัล สถานการณ์แห่ง การระบาดของโรคไวรัสโคโรนา (Covid-19) ได้ส่งผลกระทบต่อการบริหารจัดการองค์การทางการศึกษา อย่างต่อเนื่องทั้งด้านการดำเนินงานและการจัดการเรียนการสอน การปฏิบัติการกิจในสถานการณ์นี้ต้องอาศัย วิธีการเฉพาะในการบริหารจัดการสถาบันการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ให้ สามารถรักษาคุณภาพทางการศึกษาและส่งผลกระทบต่อจัดการเรียนการสอนของนักศึกษาให้น้อยที่สุด การเรียนการสอนยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงได้มีรูปแบบการจัดการที่หลากหลายที่ใช้นามาส่งเสริมและแก้ปัญหา การจัดการศึกษาในด้านต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการใช้กระบวนการออกแบบของ ADDIE 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 การวิเคราะห์ (Analysis) ขั้นที่ 2 การออกแบบ (Design) ขั้นที่ 3 การพัฒนา (Development) ขั้นที่ 4 การนำไปใช้ (Implementation) และขั้นที่ 5 การประเมิน (Evaluation) (Crompton et al., 2024) ดังนั้น การจัดการเรียนการสอนจึงต้องปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้ใหม่ เพื่อให้ผู้เรียนเป็น บุคคลที่มีความสามารถแสวงหาความรู้และทักษะการเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถใน การใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาในการแสวงหาความรู้ได้อย่างเต็มที่ (Klerk & Palmer, 2022) ดังนั้น แนวทางการจัดการเรียนการสอนตามกระบวนการเรียนรู้ใหม่ควรเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยเน้นว่า ความรู้เป็นสิ่งที่ปลูกสร้างขึ้นโดยผู้เรียน ผู้เรียนต้องสามารถใช้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่เป็นพื้นฐานในการ สร้างความรู้ใหม่ เน้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้สื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับเพื่อนและ สิ่งแวดล้อมภายนอก โดยผู้สอนคอยช่วยเหลือให้ผู้เรียนนำความรู้ที่มีอยู่ออกมาใช้ให้ถูกต้อง และไตร่ตรองสิ่งที่ ได้จากการอภิปรายกับผู้อื่น ผู้สอนจึงมีหน้าที่จัดสภาพแวดล้อมของการเรียนรู้ให้เหมาะสม การตั้งประเด็น ปัญหาที่ท้าทาย และการช่วยเหลือให้ผู้เรียนสามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ได้เอง

จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะศึกษาเพื่อการ พัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูก กัญชาในประเทศไทย ซึ่งจะปรับเปลี่ยนกระบวนการเรียนรู้ด้วยการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งมาสนับสนุน การดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้จากการฝึกอบรมสัมมนาระยะสั้น เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกัญชา คุณภาพทางการแพทย์แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย กระบวนการออกแบบและพัฒนา แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งนี้ประยุกต์ใช้การออกแบบและพัฒนาของ ADDIE โดยนำเสนอสื่อดิจิทัลเพื่อการ เรียนรู้โดยมีมิติประกอบด้วย 1) ข้อมูลการเรียนรู้ดิจิทัลเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ 2) ระบบสนับสนุนการ จัดการความรู้ระยะสั้น 3) ฐานข้อมูลและการบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน 4) ช่องทางสื่อสารดิจิทัล

เพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้ และ 5) เครื่องมือสื่อสารและเชื่อมโยงกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ดังนั้นต้นแบบที่พัฒนาขึ้นจะเป็นแบบจำลองไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์และบริการกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตลอดจนการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและความพึงพอใจของผู้เข้ารับการอบรมจากการใช้งานแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้น การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์มตามข้อคิดเห็นจากผู้เชี่ยวชาญ ดังนั้นแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งจึงมีรูปแบบเหมาะสมกับการจัดการความรู้และบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชน สามารถนำไปใช้งานได้จริง และก่อให้เกิดการเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อออกแบบและสร้างแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย
2. เพื่อทดลองใช้และประเมินผลการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดแบบจำลองของ ADDIE

กระบวนการออกแบบการสอน ADDIE เป็นกรอบการทำงาน 5 ขั้นตอนที่เป็นรากฐานในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ โดยย่อมาจาก การวิเคราะห์ (Analysis), การออกแบบ (Design), การพัฒนา (Development), การนำไปใช้ (Implementation) และ การประเมิน (Evaluation) (Mayfield, 2011) โดยที่

(1) การวิเคราะห์ (Analysis) มุ่งเน้นการทำความเข้าใจความต้องการในการเรียนรู้ กลุ่มเป้าหมาย ลักษณะเฉพาะ ความรู้พื้นฐาน ทักษะที่ขาด และผลลัพธ์การเรียนรู้ที่ต้องการ รวมถึงข้อจำกัดต่าง ๆ กิจกรรมหลักคือการประเมินความต้องการ วิเคราะห์ผู้เรียน กำหนดวัตถุประสงค์ และระบุสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ ผลลัพธ์คือความเข้าใจที่ชัดเจนเกี่ยวกับปัญหา ผู้เรียน และเป้าหมาย

(2) การออกแบบ (Design) เกี่ยวข้องกับการวางแผนการเรียนรู้โดยละเอียด รวมถึงการกำหนดวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม การเลือกกลยุทธ์การสอน วิธีการนำเสนอเนื้อหา การจัดลำดับเนื้อหา การออกแบบกิจกรรม และการวางแผนการประเมิน ผลลัพธ์คือพิมพ์เขียวรายละเอียดของโปรแกรมการสอน

(3) การพัฒนา (Development) เป็นขั้นตอนการสร้างและรวบรวมสื่อการเรียนรู้ตามข้อกำหนดในการออกแบบ ซึ่งรวมถึงการสร้างเนื้อหา สื่อมัลติมีเดีย การเขียนโปรแกรมบทเรียนออนไลน์ และการทดลองใช้สื่อ ผลลัพธ์คือสื่อการเรียนรู้ที่พร้อมสำหรับการนำไปใช้

(4) การนำไปใช้ (Implementation) คือการนำโปรแกรมการสอนไปใช้จริงกับผู้เรียน ซึ่งรวมถึงการฝึกอบรมผู้สอน การจัดการสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ และการให้การสนับสนุนผู้เรียน ผลลัพธ์คือผู้เรียนมีส่วนร่วมกับสื่อและกิจกรรมการเรียนรู้

(5) การประเมิน (Evaluation) เป็นขั้นตอนสุดท้ายในการประเมินประสิทธิภาพและประสิทธิผลของโปรแกรมการสอน โดยมีการเก็บรวบรวมข้อมูลและข้อเสนอแนะเพื่อตรวจสอบว่าวัตถุประสงค์การเรียนรู้บรรลุผลหรือไม่ และระบุจุดที่ควรปรับปรุง การประเมินมีทั้งแบบระหว่างดำเนินการ (Formative) และหลังสิ้นสุด (Summative) ผลลัพธ์คือข้อมูลเชิงลึกเพื่อการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง

ADDIE เป็นโมเดลที่มีระบบ มีความยืดหยุ่น และได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในวงการออกแบบการสอน แม้ว่าบางครั้งจะถูกวิพากษ์วิจารณ์ว่ามีความเป็นเส้นตรงมากเกินไป แต่หลักการพื้นฐานของ ADDIE ยังคงมีความสำคัญในการสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณภาพ (Dick, Carey, & Carey, 2015; Crompton et al., 2024)

2. แนวคิดไมโครเลิร์นนิง

ไมโครเลิร์นนิง (Micro Learning) สามารถนิยามได้ว่า หมายถึง สื่อการเรียนรู้สมัยใหม่ที่แบ่งเป็นหน่วยย่อยตามหัวข้อการเรียนรู้โดยแบ่งออกเป็นหน่วยเล็ก ๆ พร้อมกิจกรรมการเรียนรู้ที่กำหนด ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อให้เป็นรูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบทันเวลา (Just-in-Time) (Insaard, 2021; Chen, 2022) ไมโครเลิร์นนิงจึงเป็นกลยุทธ์การเรียนรู้ที่ใช่จุดเนื้อหาที่มีลักษณะเป็นหน่วยการเรียนรู้ประกอบด้วยกิจกรรมขนาดเล็กหรือเป็นหลักสูตรระยะสั้น (Short Course) ที่มีการวางเส้นทางการเรียนรู้เป็นอย่างเป็นระบบ (Osborne & Hogarth, 2021) การออกแบบไมโครเลิร์นนิงมาเพื่อให้เหมาะกับขีดจำกัดของสมองมนุษย์ในด้านของช่วงความสนใจและหลีกเลี่ยงการรับรู้ที่มากเกินไป โดยไมโครเลิร์นนิงจะประกอบด้วยชุดบทเรียนสั้น ๆ (Bit Size Lessons) หรือบทเรียนขนาดเล็กที่มีวัตถุประสงค์การเรียนรู้เฉพาะเจาะจงเพื่อสนับสนุนเป้าหมายการเรียนรู้และเข้าใจในระยะยาว ความหมายอีกนัยหนึ่งจะเป็นการเรียนรู้ด้วยตนเอง (Self-Directed) และเป็นการศึกษาตามอัธยาศัย (Informal Learning) รวมถึงเป็นเครื่องมือสนับสนุนเสริมสร้างการเรียนรู้และการจัดการความรู้แบบเฉพาะเจาะจงได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งช่วยให้เกิดความเข้าใจที่ง่ายขึ้นรวมถึงการเกิดความทรงจำในระยะยาวได้เป็นอย่างดี (Mohammed et al., 2018; Leong et al., 2021; Kossen & Ooi, 2021; Phakamach, 2023; Choudhary & Pandita, 2024)

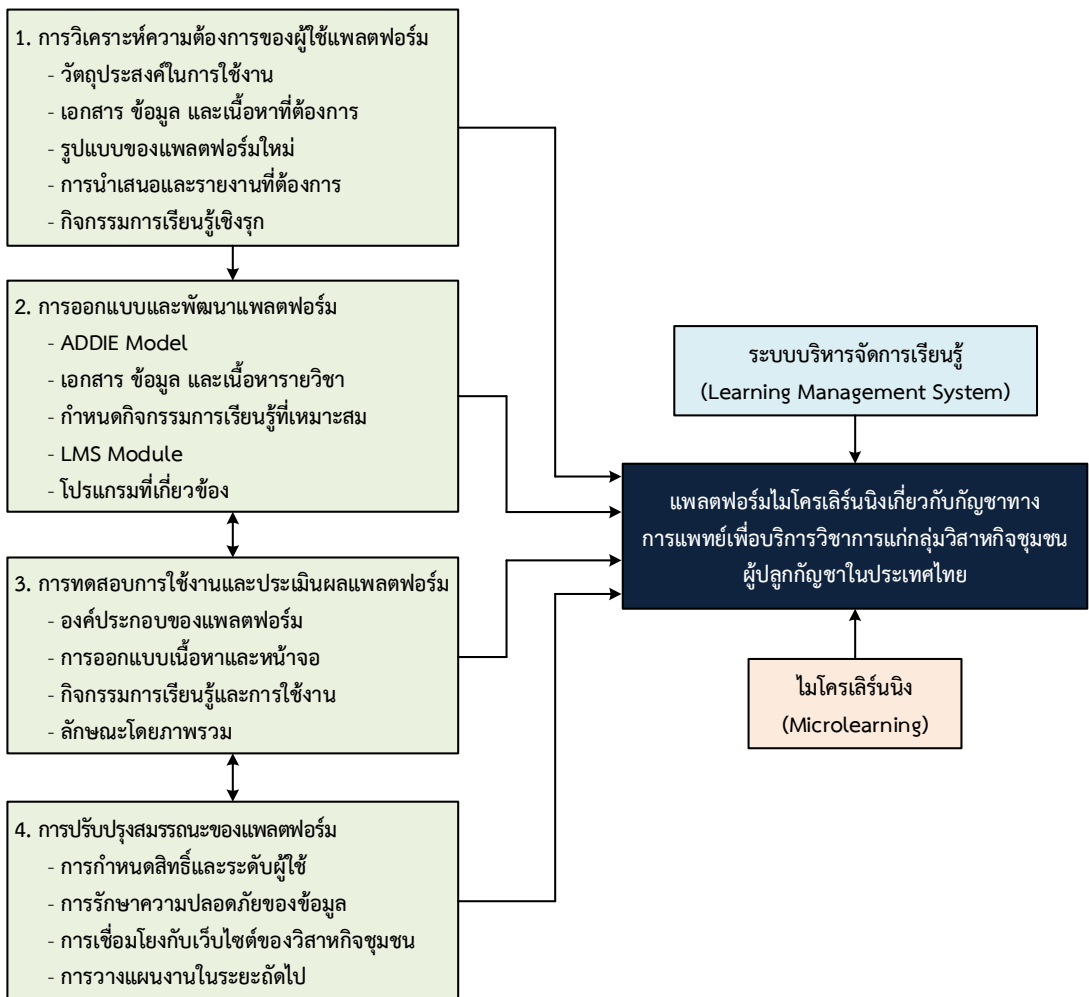
3. แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิงและการนำไปใช้งาน

แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิง (Micro Learning Platform) จัดเป็นเทคโนโลยีสื่อดิจิทัลเพื่อการเรียนรู้ที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับการศึกษาได้ สามารถส่งเสริมและพัฒนาการเรียนรู้ร่วมกับการสอนแบบมีปฏิสัมพันธ์ (Interactive Learning) ที่ทำให้ผู้สอนและผู้เรียนสามารถเข้าถึงนวัตกรรมองค์ความรู้ยุคใหม่ รวมถึงการมีปฏิสัมพันธ์กันได้สะดวกรวดเร็วขึ้นบนโลกออนไลน์ จากรายงานการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มเพื่อการศึกษา มักจะเลือกใช้แพลตฟอร์มที่มีคุณสมบัติ ได้แก่ ความสะดวกต่อผู้ใช้ เครื่องมือที่ครบถ้วน ความยืดหยุ่นในการใช้งาน ความสามารถในการเข้าถึง ความปลอดภัยในการใช้งาน และไม่มีค่าใช้จ่ายเพิ่มเติม เป็นต้น (Phakamach & Panjarattanakorn, 2024) ส่วนกระบวนการพัฒนาและนำไมโครเลิร์นนิงไปใช้เพื่อสร้างสมรรถนะการเรียนรู้ประกอบด้วย (1) เนื้อหาของบทเรียนต้องสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ (2) บกจุดประสงค์และปัญหากับผู้เรียนอย่างชัดเจน (3) การออกแบบโครงสร้างและ

วางแผนเส้นทางการเข้าถึงการเรียนรู้ที่ดี (4) มีระบบตรวจสอบว่าผู้เรียนบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้และแก้ปัญหาได้ (5) ต้องให้ผู้เรียนเรียนรู้แบบ Non-Linear Approach และ Active Learning (6) พัฒนาไปสู่การเรียนรู้เชิงวิเคราะห์และวิพากษ์ (7) จัดให้มีแบบฝึกปฏิบัติอย่างสม่ำเสมอและมีการโต้ตอบกลับทันทีทันใด และ (8) การบันทึกข้อมูลการเข้าถึง ผลการประมวลความรู้ และการใช้งานในรูปแบบมาตรฐาน (Dos Santos et al., 2022; Sharma et al., 2024)

กรอบแนวคิดในการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม เอกสาร บทความวิชาการ และรายงานงานวิจัยที่เกี่ยวข้องต่าง ๆ คณะผู้วิจัยนำมาออกแบบกระบวนการวิธีการวิจัยโดยกำหนดกรอบแนวคิดสำหรับการพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิงเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกัญชาในประเทศไทย แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยเป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับอนุญาตปลูกกล้วยในประเทศไทย 142 แห่ง จำนวน 142 คน (ข้อมูลจากกรมส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน กระทรวงเกษตรและสหกรณ์, 2567) กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตาราง Krejcie และ Morgan (Krejcie & Morgan, 1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 108 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ 2 ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนดประกอบด้วย

- 1) มีคุณวุฒิในระดับปริญญาเอกด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษาและสาขาอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง
- 2) มีความรู้และประสบการณ์ด้านการพัฒนาระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษามากกว่า 5 ปี 3) มีผลงานเชิงประจักษ์ในการออกแบบและพัฒนาสื่อหรือนวัตกรรมทางการศึกษาสมัยใหม่

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและพัฒนา ได้แก่ ไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย และเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ 1) แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview Form) สำหรับศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มทั้งในส่วนของวิทยากรและผู้เข้ารับการอบรมตามหลักสูตรระยะสั้น 2) แบบประเมินคุณภาพของแพลตฟอร์มสำหรับผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา เป็นแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ 3) แบบประเมินความพึงพอใจสำหรับผู้เข้ารับการอบรม เป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งประเมินความเหมาะสมของแพลตฟอร์มในด้านองค์ประกอบการออกแบบและเนื้อหา และการนำไปใช้งาน และ 4) แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview Form) สำหรับสัมภาษณ์การใช้งานแพลตฟอร์มของผู้เข้ารับการอบรมในประเด็นเกี่ยวกับ (1) ความรู้และการนำไปใช้งาน (2) พฤติกรรมและการตอบสนอง (3) การมีส่วนร่วม (4) ผลการใช้งานและทัศนคติ และ (5) ปัญหาและข้อเสนอแนะ

ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) คณะผู้วิจัยกำหนดขั้นตอนการดำเนินการวิจัยออกเป็น 4 ขั้นตอน แสดงดังภาพที่ 2 เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นการวิจัยตามลำดับ โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แพลตฟอร์ม (User Needs Assessment) ซึ่งเป็นการศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้งานแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งทั้งในส่วนของวิทยากรและผู้เข้ารับการอบรม เพื่อทราบความต้องการจำเป็นสำหรับการนำไปใช้ออกแบบและสร้างแพลตฟอร์ม

2) การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม (Platform Design and Development) ออกแบบและพัฒนาโดยใช้ซอฟต์แวร์สนับสนุนการจัดการเรียนรู้ (Learning Management System: LMS) และโปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสื่อดิจิทัล การออกแบบกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาด้านการเพาะปลูกกล้วยทางการแพทย์รวมถึงการทดสอบใช้งานเบื้องต้น

3) การนำไปใช้งานและประเมินผลแพลตฟอร์ม (Platform Testing and Evaluation) เป็นขั้นของการทดลองใช้แพลตฟอร์มเป็นระยะเวลา 1 เดือน ซึ่งประกอบด้วยหน่วยการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ 12 หน่วย

การเรียนรู้ การทดสอบคุณภาพในการใช้งานโดยผู้เชี่ยวชาญ และการทดสอบความพึงพอใจในการใช้งาน แพลตฟอร์มโดยผู้เข้ารับการอบรม การทดลองและเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยจะกำหนดรูปแบบการทดลอง และการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยดังนี้

3.1) การเตรียมการทดลอง ได้แก่ (1) ขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลและทดลองใช้แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นเป็นระยะเวลา 3 เดือน (2) เตรียมต้นแบบที่พัฒนาแล้วอัปโหลดลงในเว็บไซต์ อัปโหลดข้อมูลขึ้นเครื่องแม่ข่าย และทดสอบการใช้งาน และ (3) เตรียมสถานที่ คอมพิวเตอร์ และกำหนดระยะเวลาที่ทำการทดลอง โดยการทดสอบเชิงปฏิบัติการในเนื้อหาของกัญชาทางการแพทย์แบบครบวงจร

3.2) การดำเนินการทดลอง โดยการนำต้นแบบแพลตฟอร์มที่ผ่านการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้เพื่อประเมินหาคุณภาพโดยการทดลองภาคสนาม (Field Testing) ได้แก่ (1) นำแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นไปให้ผู้เข้ารับการอบรมทดลองใช้เชิงปฏิบัติการเป็นเวลา 3 เดือน (1 สัปดาห์ต่อหน่วยการเรียนรู้) โดยเลือกผู้เข้ารับการอบรมกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชน จำนวน 108 คน เก็บข้อมูลระหว่างเดือนมกราคม-มีนาคม พ.ศ. 2567 มีการจัดประชุมให้ความรู้ก่อนการทดลองและประเมินคุณภาพในภาพรวมภายหลังการทดลอง (2) สัมภาษณ์ผู้เข้ารับการอบรมกลุ่มตัวอย่างวิสาหกิจชุมชนที่มีการใช้งานสม่ำเสมอ และ (3) วิเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ สรุปในลักษณะความเรียง และปรับปรุงแก้ไขแพลตฟอร์มให้มีความเหมาะสมและสมบูรณ์ตามวัตถุประสงค์การวิจัย

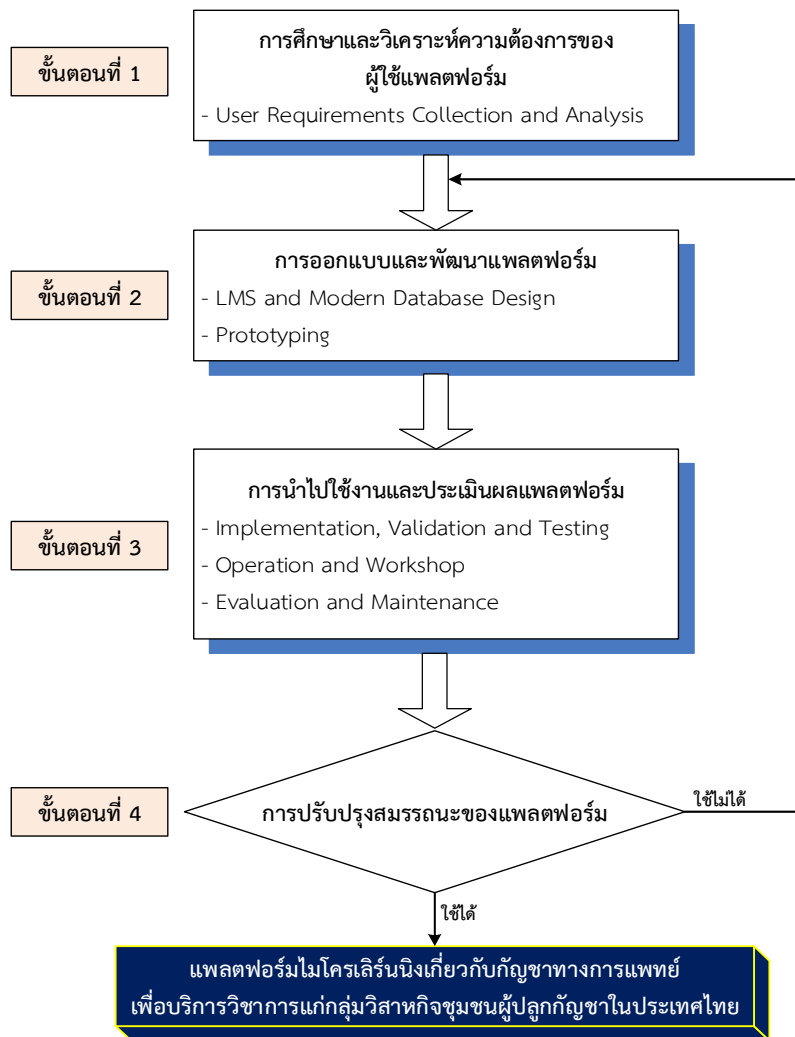
4) การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์ม (Platform Enhancement) โดยการนำผลการทดสอบและประเมินผลที่ได้จากขั้นตอนที่ 3 มาวิเคราะห์ยืนยัน (Confirmation) และปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยให้มีประสิทธิภาพตามวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้ตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ไปวิเคราะห์โดยวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอนตามลำดับ ดังนี้

1) การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แพลตฟอร์ม สรุปในลักษณะความเรียงเพื่อแสดงรายละเอียดจำเป็นสำหรับการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มประกอบด้วย (1) วัตถุประสงค์ในการใช้งาน (2) เอกสาร ข้อมูล และเนื้อหาที่ต้องการ (3) รูปแบบของแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่ง (4) การนำเสนอและรายงานที่ต้องการ (5) กิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก และ (6) กิจกรรมเชิงปฏิบัติการ

2) การประเมินด้านการออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์มโดยผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน สรุปในลักษณะความเรียงเพื่อแสดงรายละเอียดที่ประกอบด้วย (1) LMS Module, (2) ADDIE Process, (3) Micro Learning Prototyping และ (4) โปรแกรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนา Social Media

3) การทดสอบการใช้งานและประเมินผลแพลตฟอร์ม การประเมินคุณภาพของแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้น โดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ



ภาพที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในขั้นตอนนี้จะเป็นการนำข้อมูลจากขั้นตอนที่ 1 และ 2 มาประเมินเบื้องต้นก่อนนำไปทำการประเมินคุณภาพและความพึงพอใจของการใช้งาน ซึ่งข้อมูลในขั้นตอนที่ 2 สามารถปรับเปลี่ยนกระบวนการได้ตามความเหมาะสมกับระยะเวลาที่กำหนด มีการทดสอบการใช้งานจริง ตลอดจนศึกษาตามรูปแบบที่กำหนดเพื่อให้ได้แพลตฟอร์มโมโครเลิร์นนิ่งที่เหมาะสม กลุ่มตัวอย่างแบ่งออกได้เป็น 2 กลุ่ม กลุ่มที่ 1 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน กลุ่มที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เข้ารับการอบรมโมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย จำนวน 108 คน ขั้นตอนนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อทดสอบคุณภาพภาพการใช้งานแพลตฟอร์มโมโครเลิร์นนิ่ง ปัญหาและอุปสรรค ตลอดจนแนวทางการแก้ไข โดยจะสามารถแบ่งแยกเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลตามกลุ่มประชากรศึกษาดังนี้

กลุ่มที่ 1 จะเป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการ (Workshop) และการสัมภาษณ์

กลุ่มที่ 2 จะเป็นการอบรมเชิงปฏิบัติการและการสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Workshop Facilitation and Participant Observation) โดยใช้แบบสอบถามที่ประกอบด้วยข้อความแบบตรวจสอบรายการ แบบเติมข้อความ และแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบสอบถามจะมี 3 ส่วน ที่มีรายละเอียดประกอบด้วย

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนที่ 2 : ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อ บริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นการวิเคราะห์เพื่อหาคุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้ การกำหนดเกณฑ์ในการใช้วัดคะแนนดังนี้ มากที่สุด ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 5, มาก ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 4, ปานกลาง ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 3, น้อย ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 2 และ น้อยที่สุด ให้ค่าน้ำหนักคะแนนเป็น 1

ส่วนที่ 3 : ข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อ บริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือที่เป็นแบบสอบถามจะเสนอร่างต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ตลอดจนความเหมาะสมของภาษาและการใช้ถ้อยคำแล้วนำไปทดลองใช้ (Trial) จากนั้นนำมาทดสอบหาค่าความเที่ยงของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมดขยับอยู่ที่ .939

จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อหาคุณภาพ (Quality) และความพึงพอใจ (Satisfaction) ของการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับ ปัญหาทางการแพทย์เพื่อ บริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย และนำเสนอรูปแบบการประเมิน คุณภาพและความพึงพอใจของผู้ใช้ทางสถิติตามหลักการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มที่ 1: นำข้อมูลมาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุง และพัฒนาสมรรถนะของแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้น ตลอดจนการแนะนำการใช้งานที่ถูกต้องตามรูปแบบที่กำหนดเพื่อให้ผู้ใช้สามารถใช้งานแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มที่ 2:

ส่วนที่ 1 : ข้อมูลที่เป็นสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่และค่า ร้อยละ

ส่วนที่ 2 : ข้อมูลที่เกี่ยวกับความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อ บริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นแบบมาตราส่วน ประมาณค่า วิเคราะห์โดยการคำนวณหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ

ส่วนที่ 3 : ข้อมูลที่เกี่ยวกับข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับ ปัญหาทางการแพทย์เพื่อ บริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย ซึ่งเป็นข้อมูลที่เป็นแบบเติม ข้อความ วิเคราะห์โดยการหาข้อสรุปเพื่อทราบข้อเสนอแนะและแนวทางการพัฒนา โดยค่าเฉลี่ยที่ได้จากข้อมูล แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่าจากการวิเคราะห์ข้อมูลในกลุ่มที่ 2 นำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์สำหรับ

แปลความหมายค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ในการสรุปผลได้ดังนี้ 4.21–5.00 หมายถึง คุณภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด 3.41–4.20 หมายถึง คุณภาพภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก 2.61–3.40 หมายถึง คุณภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับปานกลาง 1.81–2.60 หมายถึง คุณภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง คุณภาพและความพึงพอใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด โดยที่ช่วงความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดได้จากสูตร $= (5-1)/5 = 0.8$

4) การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์ม การวิจัยในขั้นตอนนี้จะนำผลการวิจัยในขั้นตอนที่ 3 มาวิเคราะห์และทำการปรับปรุงคุณภาพ ซึ่งดำเนินการสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างโดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบเจาะเจาะจง (Focused Interview) ในส่วนของผู้เชี่ยวชาญด้านระบบไอซีทีและนวัตกรรมทางการศึกษา จำนวน 10 คน เพื่อการตรวจสอบยืนยันโดยให้แสดงความคิดเห็นต่อการใช้งานและให้ข้อเสนอแนะ จากนั้นนำผลการตรวจสอบไปปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งให้มีความสมบูรณ์ตามข้อกำหนดของการจัดการเรียนรู้สมัยใหม่

สรุปผลการวิจัย

ผลการวิจัยเพื่อพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย สามารถแสดงผลการวิจัยโดยสรุปในประเด็นสำคัญตามขั้นตอนการดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ดังนี้

1) การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แพลตฟอร์ม (User Needs Assessment) ผลการศึกษาพบว่า ความต้องการจำเป็นทั้งในส่วนของวิทยากรและผู้เข้ารับการอบรมต้องการให้มีแพลตฟอร์มที่สามารถนำไปใช้เพื่อการอบรมเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ โดยมีหัวข้อสำคัญ ได้แก่ ความรู้เกี่ยวกับกัญชา ข้อสรุปเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ การปลูกกัญชาคุณภาพทางการแพทย์ ผลผลิตจากกัญชาที่นำไปใช้งาน การขออนุญาตปลูกกัญชาในประเทศไทย และพัฒนาให้เป็นแพลตฟอร์มที่กลุ่มผู้ใช้สามารถเข้าถึงได้บนอินเทอร์เน็ต ส่วนวิธีการวิจัยและพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยที่เหมาะสมมี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การศึกษาและวิเคราะห์ความต้องการของผู้ใช้แพลตฟอร์ม 2) การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม 3) การทดสอบการใช้งานและประเมินผล และ 4) การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์ม

2) การออกแบบและพัฒนาแพลตฟอร์ม (Platform Design and Development) ผลการศึกษาพบว่า ควรใช้กระบวนการพัฒนาสื่อการเรียนรู้ระยะสั้นที่ได้มาตรฐานในการพัฒนาระบบการจัดการเรียนรู้ การกำหนดขั้นตอนและวิธีปฏิบัติเพื่อการแลกเปลี่ยนเรียนรู้รวมถึงการแบ่งปันความรู้ที่ชัดเจน เพื่อให้ได้มาซึ่งแพลตฟอร์มที่สามารถตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้ในเนื้อหาที่กำหนดได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ

3) การนำไปใช้งานและประเมินผลแพลตฟอร์ม (Platform Testing and Evaluation) ผลการศึกษาพบว่า จากการนำแพลตฟอร์มไปใช้งานและประเมินผล ผลการวิเคราะห์คุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญและความพึงพอใจของการใช้งานโดยผู้ใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย สรุปได้ว่า

3.1 คุณภาพของแพลตฟอร์มจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.20$, S.D.=0.55) ดังตารางที่ 1 แสดงว่าแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมีความสามารถในการใช้งานโดยเป็นเครื่องมือสำหรับการบริหารจัดการการเรียนรู้เกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์ของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามวัตถุประสงค์ โดยสามารถสนับสนุนการเรียนรู้เกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์สำหรับการบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ทำให้แพลตฟอร์มนี้สามารถนำไปใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการเรียนรู้และปฏิบัติการในหัวข้อที่กำหนดได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพของแพลตฟอร์มจากผู้เชี่ยวชาญ

	หัวข้อและรายการประเมิน	\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านองค์ประกอบและ กิจกรรมการเรียนรู้	1. แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิง	4.32	0.65	มากที่สุด
	2. กิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก	4.17	0.50	มาก
	3. การวัดและประเมินความรู้	4.11	0.55	มาก
	4. กระดานสนทนาและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้	4.35	0.50	มากที่สุด
	5. บันทึกลงและคลังความรู้	4.26	0.55	มากที่สุด
	6. การดาวน์โหลดเอกสาร	4.08	0.65	มาก
	7. ภาพกิจกรรมต่าง ๆ	4.07	0.55	มาก
ด้านการออกแบบ และพัฒนา	8. เนื้อหาและความสอดคล้อง	4.42	0.55	มากที่สุด
	9. รูปแบบและขนาดตัวอักษร	4.22	0.55	มาก
	10. สีตัวอักษรกับพื้นหลัง	4.05	0.55	มาก
	11. ภาพและเสียงประกอบ	4.07	0.55	มาก
	12. ระบบมีเดียโต้	3.99	0.65	มาก
	13. คำสั่งและคู่มือการใช้งาน	3.94	0.55	มาก
	14. เนื้อหาและหน้าจอโดยภาพรวม	4.38	0.50	มากที่สุด
	15. กระบวนการออกแบบและพัฒนา	4.50	0.55	มากที่สุด
ด้านการนำไปใช้งาน	16. ระบบสมาชิก	4.07	0.45	มาก
	17. ระบบ Back End	4.21	0.55	มาก
	18. ส่วนการเชื่อมโยง	4.30	0.55	มากที่สุด
	19. ส่วนการปฏิสัมพันธ์	4.35	0.65	มากที่สุด
	20. ระบบการค้นหาและตรวจสอบผลลัพธ์	4.05	0.55	มาก
	21. วิธีการนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์	4.41	0.55	มากที่สุด
	รวม	4.20	0.55	มาก

3.2 ความพึงพอใจโดยภาพรวมจากความคิดเห็นของผู้เข้ารับการอบรมของการทำงานของแพลตฟอร์มก็อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}=4.22$, S.D.=0.64) ดังตารางที่ 2 แสดงว่าผู้เข้ารับการอบรมซึ่งเป็นผู้ใช้แพลตฟอร์มนี้มีความพึงพอใจในการทำงานในระดับที่น่าพอใจ เนื่องจากแพลตฟอร์มนี้สามารถตอบสนองต่อการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยได้เป็นอย่างดี ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมสามารถพัฒนาปัญหาทางการแพทย์ตามโปรแกรมการจัดการเรียนรู้ที่กำหนด

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจจากผู้เข้ารับการอบรมของการทำงานของแพลตฟอร์ม

หัวข้อและรายการประเมิน		\bar{X}	S.D.	แปลผล
ด้านองค์ประกอบและ กิจกรรมการเรียนรู้	1. แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่ง	4.36	0.47	มากที่สุด
	2. กิจกรรมการเรียนรู้และกรณีศึกษา	4.33	0.72	มากที่สุด
	3. การวัดและประเมินความรู้	4.08	0.57	มาก
	4. กระดานสนทนา	4.35	0.56	มากที่สุด
	5. บันทึกและคลังความรู้	4.26	0.63	มากที่สุด
	6. การดาวน์โหลดเอกสาร	4.28	0.73	มากที่สุด
	7. ภาพกิจกรรมต่าง ๆ	4.30	0.65	มากที่สุด
ด้านการออกแบบ เนื้อหาและหน้าจอ	8. เนื้อหาและความสอดคล้อง	4.36	0.64	มากที่สุด
	9. รูปแบบและขนาดตัวอักษร	4.22	0.75	มากที่สุด
	10. สีตัวอักษรกับพื้นหลัง	4.28	0.60	มากที่สุด
	11. ภาพประกอบ	4.25	0.55	มากที่สุด
	12. เสียงประกอบ	4.12	0.64	มาก
	13. ระบบมีัลติมีเดีย	4.21	0.51	มาก
	14. คำสั่งและคู่มือการใช้งาน	4.30	0.63	มากที่สุด
	15. เนื้อหาและหน้าจอโดยภาพรวม	4.35	0.72	มากที่สุด
ด้านการนำไปใช้งาน และทัศนคติ	16. ระบบสมาชิก	4.26	0.67	มาก
	17. ระบบการค้นหา	4.12	0.71	มาก
	18. ระบบนำเข้าสู่บทเรียนและแบบฝึกหัด	4.32	0.57	มากที่สุด
	19. ส่วนการเชื่อมโยงและปฏิสัมพันธ์	4.15	0.56	มาก
	20. วิธีการนำไปใช้ตามวัตถุประสงค์	4.28	0.67	มากที่สุด
	21. ความรู้และประสบการณ์ใช้งาน	4.41	0.52	มากที่สุด
รวม		4.22	0.64	

4) การปรับปรุงสมรรถนะของแพลตฟอร์ม (Platform Enhancement) ผลการศึกษา พบว่า ผู้เชี่ยวชาญมีความเห็นว่าแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประกอบการอบรมเชิงปฏิบัติการได้จริง แพลตฟอร์มมีขั้นตอนการเรียนรู้โดยมีฟังก์ชันสนับสนุนที่ครบถ้วน แพลตฟอร์มจัดส่วนปฏิบัติการที่สอดคล้องกับเนื้อหา มีการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการและกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องเพื่อเสริมความรู้ความเข้าใจ นอกจากนี้ แพลตฟอร์มสามารถดำเนินการได้ตามตารางเวลาที่กำหนดและควรใช้ระบบจัดการเนื้อหา (CMS) และเทคโนโลยีเอไอเสริมเพื่อให้สามารถเป็นระบบบริหารจัดการเรียนรู้ที่สมบูรณ์แบบมากยิ่งขึ้น ตัวอย่างของแพลตฟอร์มแสดงดังภาพที่ 3 และ 4 ตามลำดับ



ภาพที่ 3 แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่
กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย



ภาพที่ 4 หัวข้อการอบรมผ่านแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับกัญชาทางการแพทย์

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยและพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย สามารถนำประเด็นและข้อค้นพบมาอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. เพื่อออกแบบและสร้างแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย นำเสนอประเด็นการอภิปรายผลดังนี้

1.1 ต้นแบบแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้น คณะผู้วิจัยได้นำกรอบแนวคิดในการวิจัยและพัฒนาจากแนวคิดของ Kant et al. (2021), Murphy and Kelliher (2022) และ Phakamach (2023) มาออกแบบการวิจัยโดยมีขั้นตอนประกอบด้วย (1) การวิเคราะห์เนื้อหา (2) การออกแบบแพลตฟอร์มโดยจัดลำดับเนื้อหาจำแนกหัวข้อวิชาตามหลักการเรียนรู้ระยะสั้น กำหนดกิจกรรมการเรียนรู้ กำหนดแหล่งค้นคว้าที่เกี่ยวข้อง การสร้างห้องเรียนรู้เสมือนจริง การประมวลความรู้ และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ (3) การพัฒนาแพลตฟอร์มโดยยึดหลัก 4Is มาตรฐาน (Information, Interactive, Individual และ Immediate Feedback) (4) การใช้แพลตฟอร์มดำเนินการอบรมโดยอาศัยช่องทางการสื่อสารที่จัดไว้ และ (5) การทดสอบหาคุณภาพและความพึงพอใจโดยพิจารณาจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญและผู้เข้ารับการอบรมเป็นหลัก

1.2 ผลการประเมินคุณภาพโดยผู้เชี่ยวชาญพบว่า แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในระดับมาก แสดงว่าแพลตฟอร์มนี้มีคุณภาพเป็นที่น่าพอใจและสามารถนำไปใช้ได้จริง ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากคณะผู้วิจัยดำเนินการวิจัยอย่างเป็นระบบโดยการประยุกต์ใช้กระบวนการ ADDIE 5 ขั้น ซึ่งผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญ จากนั้นจึงนำไปทดลองกับกลุ่มตัวอย่างเพื่อประเมินคุณภาพและนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข ซึ่งเป็นวิธีการดำเนินการผลิตสื่อดิจิทัลตามกระบวนการของการวิจัยและพัฒนา (R&D) ให้มีความสมบูรณ์ที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Osborne and Hogarth (2021), Maslov et al. (2021), Almoslamani (2022), Klerk and Palmer (2022), Crompton et al. (2024) และ Phakamach and Panjarattanakorn (2024) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้ได้ต้นแบบการจัดการเรียนรู้ที่ดีและผู้เข้ารับการอบรมมีความสามารถในการใช้งานมากยิ่งขึ้นก็ควรปรับปรุงในประเด็นของการมีส่วนค้นคว้า กรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องและเชื่อถือได้ ระบบมีลต์มีเดียและกราฟิกบางส่วนที่เกี่ยวข้องเพื่อสร้างความน่าสนใจ และการใช้เทคโนโลยีเอไอเสริมเพื่อการเรียนรู้เชิงวิพากษ์ ทั้งนี้เพื่อให้แพลตฟอร์มมีความสมบูรณ์และสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้ข้อมูลสนับสนุนการผลิตปัญหาให้มีคุณภาพทางการแพทย์มากยิ่งขึ้น

2. เพื่อทดลองใช้และประเมินผลการใช้แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์เพื่อบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย นำเสนอประเด็นการอภิปรายผลดังนี้

2.1 ผลการประเมินความพึงพอใจโดยผู้เข้ารับการอบรมพบว่า แพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้เข้ารับการอบรมสามารถเรียนรู้และเข้าใจเกี่ยวกับการผลิตปัญหาทางการแพทย์และแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งสามารถสนับสนุนการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี โดยสอดคล้องกับผลงานการวิจัยของ Kossen and Ooi (2021), Chen (2022), Jang et al. (2022), Romero-Rodríguez et al.

(2023) และ Phakamach and Panjarattanakorn (2024) ที่พบว่าการพัฒนาแพลตฟอร์มที่ดีต้องมียังค์ประกอบอย่างน้อย 4 ประการ คือ แหล่งข้อมูลและเนื้อหา แหล่งสนับสนุน กระดานสนทนา และกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก รวมถึงการเพิ่มเติมกรณีศึกษาเกี่ยวกับประเด็นที่เกี่ยวข้องจะมีส่วนช่วยให้ผู้เรียนรู้เข้าใจ โดยสามารถสร้างรูปแบบการเรียนรู้เสมือนจริงได้หากมีการพัฒนาองค์ประกอบทุกมิติที่ส่งเสริมรูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Phakamach et al., 2022; Sung et al., 2023) ดังนั้นแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นจึงมียังค์ประกอบครบถ้วนที่จะใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการจัดการเรียนรู้เกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์สำหรับการบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยได้

2.2 ผลการยืนยันการใช้งานแพลตฟอร์มโดยผู้เชี่ยวชาญจากการสัมภาษณ์แบบกลุ่มพบว่า แพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งเกี่ยวกับปัญหาทางการแพทย์สามารถนำไปใช้เป็นห้องเรียนสมัยใหม่ในการพัฒนาองค์ความรู้เชิงปฏิบัติการในรูปแบบของการบริการวิชาการแก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนผู้ปลูกกล้วยในในประเทศไทย ทำให้ผู้เข้ารับการอบรมได้รับองค์ความรู้ทั้งเชิงทฤษฎี การฝึกประสบการณ์ และการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการ เพื่อการเพาะปลูก รวมถึงการพัฒนาสายพันธุ์กล้วยที่มีคุณภาพทางการแพทย์ตามมาตรฐาน ดังนั้นผลการวิจัยที่ค้นพบจึงสามารถยืนยันได้ในเชิงคุณภาพของแพลตฟอร์มที่พัฒนาขึ้นจากองค์ประกอบและขั้นตอนการพัฒนาที่มีคุณภาพในระดับสากล (Kant et al., 2021; Tam, 2022; Fidalgo-Blanco et al. 2022; Phakamach & Panjarattanakorn, 2024)

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้และพัฒนา

การนำแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งไปใช้งานและพัฒนาให้มีคุณภาพเหมาะสมเพิ่มขึ้นประกอบด้วย

1) จากผลการวิจัยที่พบว่า กระบวนการพัฒนาไมโครเลิร์นนิ่งควรใช้วิธีการและโปรแกรมที่ได้มาตรฐานในการออกแบบและพัฒนาระบบบริหารจัดการเรียนรู้ ดังนั้นการพัฒนาแพลตฟอร์มในลักษณะของไมโครเลิร์นนิ่งจำเป็นต้องใช้ทีมงานพัฒนาที่มีประสบการณ์หลายส่วน ได้แก่ ผู้สอน ผู้ชำนาญการด้านเนื้อหา นักการศึกษา นักจิตวิทยาทางการศึกษา โปรแกรมเมอร์ และนักออกแบบนวัตกรรมและเทคโนโลยีทางการศึกษา เป็นต้น ทั้งนี้เพื่อให้ได้แพลตฟอร์มที่เหมาะสมกับผู้เรียนและมีสมรรถนะในการใช้งานอย่างแท้จริงโดยบรรลุผลลัพธ์การเรียนรู้ในทางปฏิบัติตามที่กำหนด

2) จากผลการวิจัยที่พบว่า ทักษะการใช้งานแพลตฟอร์มของผู้ใช้เป็นสิ่งสำคัญและจำเป็น เพื่อให้กระบวนการเรียนรู้ด้วยไมโครเลิร์นนิ่งเกิดความรวดเร็วและคุ้มค่าภายในระยะเวลาที่จำกัด ดังนั้นควรจัดให้มีการฝึกทักษะ (Literacy) การใช้โปรแกรมเบราว์เซอร์หรือแอปพลิเคชันก่อนการฝึกอบรมอยู่เสมอเพื่อให้ผู้เรียนหรือผู้อบรมสามารถเข้าใจวิธีการที่ถูกต้องและสามารถแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นระหว่างการเรียนรู้และการฝึกปฏิบัติได้ด้วยตนเอง

3) จากผลการวิจัยที่พบว่า การใช้งานไมโครเลิร์นนิ่งจำเป็นจะต้องมีการฝึกปฏิบัติการอยู่เสมอ ดังนั้นควรเพิ่มรายละเอียดกิจกรรมที่เหมาะสมกับเนื้อหาที่นำมาใช้ เช่น แหล่งเรียนรู้และกรณีศึกษาที่เกี่ยวข้องกับประสบการณ์การปลูกและการรักษาคุณภาพของกล้วยทางการแพทย์ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเอไอกับ

การค้นคว้าวิจัยเชิงลึก การแก้ปัญหาเฉพาะทางรวมถึงส่วนปฏิสัมพันธ์เชิงรุก เพื่อฝึกปฏิบัติการเชิงลึกให้กับผู้เข้ารับการอบรมในหัวข้อที่สนใจและส่งเสริมการเรียนรู้ให้กว้างขวางยิ่งขึ้น และ

4) การพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งที่ได้มาตรฐานและสามารถเป็นต้นแบบของสื่อเพื่อการเรียนรู้สมัยใหม่ควรเลือกใช้ตัวอักษร กราฟิก เสียง มัลติมีเดีย และเทคโนโลยีเอไอ อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกันกับกิจกรรมการเรียนรู้ตามเวลาที่กำหนด เพื่อดึงดูดให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ตามสถานการณ์ การฝึกปฏิบัติการที่ให้ผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ และการประมวลผลเป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพภายในระยะเวลาที่กำหนด

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1) ควรมีการพัฒนาแพลตฟอร์มไมโครเลิร์นนิ่งนี้ให้มียังครอบคลุมที่จะใช้เป็นสื่อการเรียนรู้สมัยใหม่ที่ได้มาตรฐานมากยิ่งขึ้น จะทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงรูปแบบการเรียนรู้เชิงปฏิบัติการแบบครบวงจรให้มีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น

2) ควรมีการวิจัยและพัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลโดยอาศัยรูปแบบการเรียนรู้แบบผสมผสาน (Blended Learning) หรือแบบยืดหยุ่น (HyFlex) ที่สามารถทำให้ผู้เรียนรู้ในลักษณะออนไลน์มีความรู้สึกและจินตนาการเชิงบวกมากยิ่งขึ้นโดยการพัฒนา มัลติมีเดียรวมถึงช่องทางการสื่อสารที่ดึงดูดความสนใจให้ดีขึ้น

3) ควรมีการวิจัยและพัฒนาระบบหรือรูปแบบการจัดการเรียนรู้ไมโครเลิร์นนิ่งเนื้อหาอื่น ๆ เพิ่มขึ้นอีก ทั้งนี้เพื่อเป็นการเพิ่มทรัพยากรการเรียนรู้สมัยใหม่สำหรับการพัฒนาการศึกษาของประเทศไทย และ

4) ควรมีการวิจัยและพัฒนาไมโครเลิร์นนิ่งโดยเลือกเนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับทักษะชีวิตสมัยใหม่ในยุคการศึกษาดิจิทัลเพื่อการพัฒนาวิชาชีพอื่น ๆ สำหรับคนไทยและการนำความรู้ไปใช้สำหรับการพัฒนาประเทศต่อไป

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยและตีพิมพ์เผยแพร่จากวิทยาลัยผู้ประกอบการสร้างสรรค์ นานาชาติรัตนโกสินทร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์ ผู้วิจัยขอขอบคุณเป็นอย่างสูงมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

- Almoslamani, Y. (2022). The impact of learning strategies on the academic achievement of university students in Saudi Arabia. *Learning and Teaching in Higher Education: Gulf Perspectives*, 18(1), 4-18.
- Chen, R. (2022). Multimodal cooperative learning for micro-video advertising click prediction. *Internet Research*, 32(2), 477-495.
- Choudhary, H., & Pandita, D. (2024). Maximizing learning outcomes in the digital age: the role of microlearning for Gen Z. *Development and Learning in Organizations*, 38(3), 15-18.

- Crompton, H., Jones, M.V., Sendi, Y., Aizaz, M., Nako, K., Randall, R., & Weisel, E. (2024). Examining technology use within the ADDIE framework to develop professional training. *European Journal of Training and Development*, **48**(3/4), 422-454.
- Dick, W., Carey, L., & Carey, J.O. (2015). *The systematic design of instruction (8th ed.)*. Pearson.
- Dos Santos, V.M., Cernev, A.K., Saraiva, G.M.M., & Bida, A.G. (2022). Faculty experience and digital platforms in education. *Revista de Gestão*, **29**(3), 252-266.
- Fidalgo-Blanco, A., Sein-Echaluce, M.L., & García-Peñalvo, F.J. (2022). Education 4.0-based approach to enhance learning: lessons learned from COVID-19. *RIED-Revista Iberoamericana de Educación a Distancia*, **25**(2), 49-72.
- Fry, J.P. (2018). Tales of the frenchfry: on cannabis and uphill battles. *Drugs and Alcohol Today*, **18**(2), 147-156.
- Insaard, S. (2021). Microlearning design in the digital Age. *Journal of Educational Technology and Communication*, **16**(20), 16-31.
- Jang, C.S., Lim, D.H., You, J., & Cho, S. (2022). Brain-based learning research for adult education and human resource development. *European Journal of Training and Development*, **46**(5/6), 627-651.
- Kant, N., Prasad, K.D., & Anjali, K. (2021). Selecting an appropriate learning management system in open and distance learning: a Strategic Approach. *Asian Association of Open Universities Journal*, **16**(1), 79-97.
- Klerk, E.D., & Palmer, J.M. (2022). Technology inclusion for students living with disabilities through collaborative online learning during and beyond COVID-19. *Perspectives in Education*, **40**(1), 80-95.
- Kossen, C., & Ooi, C.-Y. (2021). Trialling micro-learning design to increase engagement in online courses. *Asian Association of Open Universities Journal*, **16**(3), 299-310.
- Krejcie, R.V., & Morgan, D.W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, **30**(3), 607-610.
- Leong, K., Sung, A., Au, D., & Blanchard, C. (2021). A review of the trend of microlearning. *Journal of Work-Applied Management*, **13**(1), 88-102.
- Maslov, I., Nikou, S., & Hansen, P. (2021). Exploring user experience of learning management system. *International Journal of Information and Learning Technology*, **38**(4), 344-363.
- Mayfield, M. (2011). Creating training and development programs: using the ADDIE method. *Development and Learning in Organizations*, **25**(3), 19-22.

- Mohammed, G.S., Wakil, K., & Nawroly, S.S. (2018). The effectiveness of microlearning to improve students' learning ability. **International Journal of Educational Research Review**, 3(3), 17-23.
- Murphy, M., & Kelliher, F. (2022). A week is a long time in a pandemic: learning strategy and survival insights from a micro-enterprise owner. **Journal of Work-Applied Management**, 14(2), 226-241.
- Osborne, S., & Hogarth, K. (2021). Mind the gap: the reality of remote learning during COVID-19. **Accounting Research Journal**, 34(3), 323-334.
- Phakamach, P. (2023). Educational innovation: elements and mechanisms for the development of Thai educational institutions towards internationalization. **Journal of Education and Innovative Learning**, 3(2), 161-180.
- Phakamach, P., & Panjarattanakorn, D. (2024). The development of a blended learning management digital platform on entrepreneurship and ventures in education for graduate learner. **Asian Education and Learning Review**, 2(1), 1-16.
- Phakamach, P., Senarith, P., & Wachirawongpaisarn, S. (2022). The metaverse in education: The future of immersive teaching & learning. **RICE Journal of Creative Entrepreneurship and Management**, 3(2), 75-88.
- Romero-Rodríguez, J.-M., Ramirez-Montoya, M.S., Glasserman-Morales, L.D., & Ramos Navas-Parejo, M. (2023). Collaborative online international learning between Spain and Mexico: a microlearning experience to enhance creativity in complexity. **Education + Training**, 65(2), 340-354.
- Sharma, H., Jain, V., Mogaji, E., & Babbilid, A.S. (2024). Blended learning and augmented employability: a multi-stakeholder perspective of the micro-credentialing ecosystem in higher education. **International Journal of Educational Management**, 38(4), 1021-1044.
- Sung, A., Leong, K., & Lee, C. (2023). A study of learners' interactive preference on multimedia microlearning. **Journal of Work-Applied Management**, 15(1), 96-119.
- Sunthonprawet, P. (2021). The medical cannabis development in community enterprises. **Thai Research and Management Journal**, 2(1), 86-102.
- Tam, S. (2022). Humor and learning styles: Toward a deeper understanding of learning effectiveness in the virtual environment. **Qualitative Research Journal**, 22(2), 143-156.
- Yeoh, P. (2020). Legal challenges for the cannabis industry. **Journal of Money Laundering Control**, 23(2), 327-340.



ปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย

สิทธิรัตน์ สมณะ¹

ธิติพร งามขำ²

สรวิศ สุวรรณนิล³

มนทกาญจน์ พรหมอินทร์⁴

ธนนท์รัฐ นาคตั้ง^{5*}

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสารมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สังเคราะห์แนวทางและศึกษาปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย และ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย จากเอกสารทฤษฎีภูมิรวมทั้งสิ้น 18 ฉบับแบ่งเป็น วรรณกรรมภาษาไทย จำนวน 12 ฉบับ และวรรณกรรมภาษาต่างประเทศจำนวน 6 ฉบับ วิเคราะห์ผลการวิจัยด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า แนวทางการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าสามารถจำแนกออกเป็น 7 แนวทาง ได้แก่ การพัฒนาคุณภาพการบริการ การพัฒนาบุคลากรและการสื่อสารเชิงบวก การบริหารความสัมพันธ์ลูกค้า การสร้างคุณค่าและความคุ้มค่า การพัฒนาสภาพแวดล้อม และสิ่งอำนวยความสะดวก การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล และการส่งเสริมพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ช่วยยกระดับประสบการณ์ของผู้เข้าพักอย่างรอบด้าน

ผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจากการบูรณาการปัจจัยสำคัญ 4 ด้าน ได้แก่ คุณภาพการบริการตามกรอบ SERVQUAL (ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความมั่นใจ การเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้) ความปลอดภัยและสุขอนามัย ราคาและความคุ้มค่า และคุณภาพของบุคลากรและการสื่อสาร นอกจากนี้ยังพบว่าในบริบทหลังสถานการณ์โควิด-19 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับประเด็นด้านสุขอนามัยเพิ่มขึ้น ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และการใช้เทคโนโลยีแบบไร้สัมผัส ส่งผลให้การปรับปรุงมาตรฐานเหล่านี้มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างประสบการณ์เชิงบวกและความเชื่อมั่นต่อโรงแรม ตลอดจนส่งเสริมให้เกิดความภักดีของลูกค้าในระยะยาว

คำสำคัญ: ความพึงพอใจของลูกค้า / ธุรกิจโรงแรมไทย / ปัจจัยการสร้าง ความพึงพอใจ

¹⁻⁴ นิสิตปริญญาตรี ชั้นปีที่ 4 หลักสูตรศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี

⁵ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สาขาวิชาภาษาอังกฤษเพื่อการสื่อสารทางธุรกิจ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา วิทยาเขตจันทบุรี * ผู้ประพันธ์บรรณกิจ, email: tanonratn@buu.ac.th

Factors for Creating Customers Satisfaction in the Thai Hotel Business

*Sittinan Samana*¹

*Thitiporn Ngamkum*²

*Sorawit Suwannil*³

*Montakan Promin*⁴

Tanonrat Naktang^{5*}

ABSTRACT

This study employs a documentary research approach with the objectives of: 1) synthesizing guidelines for creating customer satisfaction in the Thai hotel industry; and 2) investigating the factors contributing to customer satisfaction in this sector. The study utilized data from 18 secondary sources, comprising 12 Thai and 6 international publications. Data analysis was conducted using content analysis.

The first objective finding revealed seven approaches to building customer satisfaction: 1) service quality development, 2) personnel development and positive communication, 3) Customer Relationship Management (CRM), 4) value creation and value for money, 5) environmental and facility improvement, 6) digital technology application, and 7) promotion of repurchase behavior and word-of-mouth. Collectively, these elements comprehensively elevate the guest experience.

The second objective finding revealed that customer satisfaction stems from the integration of four key factors: 1) service quality based on the SERVQUAL framework (Reliability, Responsiveness, Assurance, Empathy, and Tangibles), 2) safety and hygiene, 3) price value and personnel quality; and 4) communication. Furthermore, the findings suggested that in the post-COVID-19 context, consumers place increased importance on hygiene, safety, privacy, and contactless technology. Consequently, improving these standards plays a pivotal role in fostering positive experiences and trust, as well as promoting long-term customer loyalty.

Keywords: Customer Satisfaction / Thai Hotel Industry / Factors for Creating Satisfaction

¹⁻⁴ Bachelor's degree students (4th year), Bachelor of Arts Program in English for Business Communication, Faculty of Science and Arts, Burapha University Chanthaburi Campus

⁵ Assistant Professor, Bachelor of Arts Program in English for Business Communication, Faculty of Science and Arts, Burapha University Chanthaburi Campus * Corresponding Author, email: tanonratn@buu.ac.th

ความเป็นมาของปัญหาและความสำคัญ

อุตสาหกรรมธุรกิจโรงแรมของไทยนับเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและเป็นองค์ประกอบหลักของภาคการท่องเที่ยวของประเทศเนื่องจากธุรกิจนี้ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงแคเป็นแหล่งที่พักสำหรับนักท่องเที่ยวเท่านั้น หากยังมีบทบาทสร้างรายได้มวล การจ้างงานและเป็นส่วนประกอบพื้นฐานของโครงสร้างอุตสาหกรรมบริการโดยรวม ด้วยสภาพการแข่งขันที่มีความรุนแรงทั้งในประเทศและต่างประเทศ ธุรกิจโรงแรมจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องยกระดับและรักษามาตรฐานคุณภาพการให้บริการอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถตอบสนองความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงและเพิ่มสูงขึ้นของผู้ใช้บริการได้ งานวิจัยหลายฉบับยืนยันตรงกันว่า “คุณภาพการให้บริการ” เป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการรับรู้ประสบการณ์ของผู้เข้าพัก การตัดสินใจใช้บริการซ้ำ และนำไปสู่การสร้างความภักดีต่อโรงแรมในระยะยาว ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการกำหนดความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม (มณฑิรา บุณนาค, 2561; ภาสกร เตโชวินิชกุล, 2566; บุญทาพิกา มาลีแก้ว, 2564) ในบริบทของธุรกิจบริการ แนวคิด Expectancy-Disconfirmation Theory ของ Oliver, R. L. (1980) เป็นกรอบทฤษฎีที่ใช้อธิบายปรากฏการณ์ความพึงพอใจของลูกค้า โดยอธิบายว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่างความคาดหวังก่อนการใช้บริการกับประสบการณ์จริงที่ได้รับ หากประสบการณ์ที่เกิดขึ้นสูงกว่าหรือเป็นไปตามความคาดหวัง ลูกค้าจะเกิดความพึงพอใจ ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อเจตนาการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก งานวิจัยในบริบทของโรงแรมก็สนับสนุนแนวคิดดังกล่าว โดยชี้ให้เห็นว่าการที่โรงแรมสามารถส่งมอบบริการที่มีคุณภาพสูงและตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักได้อย่างครอบคลุมจะนำมาซึ่งความเชื่อมั่นและความพึงพอใจของลูกค้าที่เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ (ชินิชฐา ใจเป็ง, 2566; ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์, 2559) สำหรับการประเมินคุณภาพบริการ กรอบแนวคิด SERVQUAL ที่พัฒนาโดย Parasuraman และคณะ (1988) ได้รับการยอมรับและถูกนำมาใช้อย่างแพร่หลายในการวิเคราะห์คุณภาพบริการในอุตสาหกรรมโรงแรม โดยแบ่งมิติของคุณภาพออกเป็น 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) Reliability (ความเชื่อถือได้) ในการให้บริการที่ถูกต้องและสม่ำเสมอ 2) Assurance (ความมั่นใจ) ในทักษะ ความสุภาพ และความปลอดภัยที่พนักงานมอบให้ 3) Responsiveness (การตอบสนอง) ที่รวดเร็วและความเต็มใจในการช่วยเหลือ 4) Empathy (ความเข้าใจลูกค้า) ในการให้บริการอย่างใส่ใจเป็นรายบุคคล และ 5) Tangibles (สิ่งที่จับต้องได้) เช่น สภาพแวดล้อม สิ่งอำนวยความสะดวก และภาพลักษณ์โดยรวมของโรงแรม ผลการศึกษาที่ผ่านมาในประเทศไทยมีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจนว่า ทั้งห้ามิติของ SERVQUAL ล้วนมีบทบาทในการกำหนดการรับรู้คุณภาพบริการของผู้เข้าพัก และเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อระดับความพึงพอใจในโรงแรมไทย (Tang Xiwu & Napawan Netpradit, 2024; รัชชานนท์ ทวีผล, 2565; อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์, 2567) ในขณะเดียวกัน โมเดลด้านการตลาดบริการ 7Ps Service Marketing Mix ของ Booms & Bitner (1981) โดยเฉพาะอย่างยิ่งองค์ประกอบด้าน People (บุคลากร), Process (กระบวนการ) และ Physical Evidence (สภาพแวดล้อมทางกายภาพ) ก็เป็นอีกหนึ่งกรอบแนวคิดที่ช่วยสนับสนุนการทำความเข้าใจโครงสร้างบริการของโรงแรม และความสัมพันธ์โดยตรงกับการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้า (อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์, 2567; บุญทาพิกา มาลีแก้ว, 2564) อย่างไรก็ตาม สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค

โควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่อและนำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญต่อพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้ใช้บริการโรงแรม ผลการวิจัยหลายชิ้นระบุว่าหลังวิกฤตการณ์ ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย สุขอนามัย การลดการสัมผัส (Contactless Service) การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล รวมถึงความเป็นส่วนตัวและความรวดเร็วของการบริการเพิ่มมากขึ้น (ภาสกร เตโชวินิชกุล, 2566; มณฑิรา บุณนาค, 2561; ชมัยพร แก้วรอด, 2558) การเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมนี้ส่งผลให้มีมิติต่าง ๆ ของ SERVQUAL โดยเฉพาะอย่างยิ่ง Reliability (ความเชื่อถือได้) Assurance (ความมั่นใจ) และ Tangibles (สิ่งที่จับต้องได้) กลายเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญมากยิ่งขึ้นกว่าเดิม โรงแรมที่สามารถปรับตัวและตอบสนองความคาดหวังใหม่ในยุคหลังโควิด-19 ได้อย่างเหมาะสมจึงมีแนวโน้มที่จะได้รับความพึงพอใจในระดับสูงกว่า ด้วยเหตุนี้ การศึกษาในครั้งนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการสังเคราะห์องค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพบริการภายใต้บริบทที่เปลี่ยนแปลง และนำเสนอข้อเสนอแนะเพื่อสนับสนุนการพัฒนากลยุทธ์การให้บริการของธุรกิจโรงแรมไทยในบริบทหลังโควิด-19 ซึ่งเป็นช่วงเวลาที่เกิดพฤติกรรมและความคาดหวังของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงและส่งผลโดยตรงต่อรูปแบบการรับรู้คุณภาพบริการ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย
2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (Literature Review)

การวิจัยเชิงเอกสารนี้ ดำเนินการผ่านการทบทวนและสังเคราะห์วรรณกรรมจากแหล่งข้อมูลรวม 18 รายการ แบ่งเป็น บทความวิจัย 6 ฉบับ บทความวิชาการ 4 ฉบับ วิทยานิพนธ์ 5 ฉบับ และ หนังสือ 3 ฉบับ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและสังเคราะห์แนวคิดและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย ทั้งนี้ยังมุ่งเน้นการศึกษากรอบทฤษฎีและโมเดลด้านคุณภาพการบริการและการตลาดบริการที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมและความคาดหวังของลูกค้า ตลอดจนการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างประสบการณ์, การเสริมสร้างความภักดี, และการปรับตัวของธุรกิจโรงแรมไทยในบริบทปัจจุบัน ดังรายละเอียดต่อไปนี้

การสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย

ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction) เป็นตัวชี้วัดความสำเร็จที่สำคัญของโรงแรม เพราะส่งผลโดยตรงต่อ ความภักดี ความตั้งใจกลับมาซ้ำซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก ซึ่งนำไปสู่รายได้และความยั่งยืนในระยะยาว แนวคิดนี้อธิบายได้ด้วย ทฤษฎี Expectancy-Disconfirmation ของ Oliver, R. L. (1980) ที่ระบุว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่าง ความคาดหวัง กับ ประสบการณ์จริง หากประสบการณ์สูงกว่าความคาดหวังจะนำไปสู่ความพึงพอใจ แต่หากต่ำกว่าจะเกิดความไม่พอใจ กรอบ SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ (5 มิติ: ความน่าเชื่อถือ, การตอบสนอง, การสร้างความเชื่อมั่น,

การเอาใจใส่, สิ่งที่จับต้องได้) เป็นแนวทางประเมินคุณภาพบริการที่สำคัญในการศึกษาลูกค้าโรงแรมไทย งานวิจัยในชลบุรี (ณัฏฐนันท์ พชรนิวัฒนากุล และสรโรชนี ศิริวัฒนา 2567) ชี้ว่า โรงแรมมีคุณภาพการบริการในระดับสูงทุกด้าน โดยเฉพาะด้านความเห็นอกเห็นใจและความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนระยะสั้นและใช้จ่ายไม่สูงมาก ปัจจัยส่วนบุคคลบางอย่างมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแต่ไม่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวมของโรงแรมในพื้นที่ ขณะทำงานวิจัยในสมุทรสงคราม (ชนิษฐา ใจเป็ง, 2566) พบว่า มิติสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ “สิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน” และ “การเอาใจใส่ต่อลูกค้า” ซึ่งสะท้อนว่าพนักงานที่มีมารยาทและบริการด้วยความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญต่อความประทับใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต การสื่อสารที่ชัดเจนและมาตรการความปลอดภัยเสริมสร้างความเชื่อมั่น ผลการศึกษาจึงตอกย้ำว่า ความเชื่อมั่นและการตอบสนองที่มีคุณภาพ เป็นหัวใจหลักในการสร้างความพึงพอใจ และคุณภาพบริการต้องรวมถึงการจัดการ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Tangibles) ควบคู่ไปกับบุคลากร งานวิจัยที่ผ่านมาสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทร่วมกันของแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม และส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) ในการยกระดับคุณภาพการบริการและสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจแก่ผู้เข้าพัก การทบทวนวรรณกรรมเชิงประจักษ์หลายฉบับได้ยืนยันถึงความสำคัญของแนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม ดังต่อไปนี้

ระชานนท์ ทวีผล (2565) ศึกษาความพึงพอใจของกลุ่มสเตเดชั่น (วัยทำงาน อายุ 25–39 ปี) ที่อินเทอร์เน็ต คอนติเนนตัล พัทยา รีสอร์ทผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยหลักที่สร้างความพึงพอใจสูงสุดคือ ความคุ้มค่าและคุณภาพการนอน โดยผู้เข้าพักให้ความสำคัญกับความสะอาด ความเงียบสงบของห้องพักและบรรยากาศโดยรอบ นอกจากนี้ทำเลที่ตั้งที่เดินทางสะดวกยังเป็นปัจจัยเสริมด้วย

ชนิษฐา ใจเป็ง (2566) ศึกษาเรื่อง คุณภาพการบริการ (Service Quality) กับ “ความพึงพอใจของลูกค้า (Customer Satisfaction)” ในธุรกิจโรงแรมระดับท้องถิ่น โดยเฉพาะรีสอร์ท “เดอะ เลจเจนด์ แม่กลอง” ซึ่งเป็นที่พักริมแม่น้ำจังหวัดสมุทรสงคราม ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับ มากที่สุด โดยเฉพาะในเรื่อง สภาพแวดล้อมภายในและภายนอกโรงแรมที่ร่มรื่น

ขมัยพร แก้วรอด (2558) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีผลต่อระดับความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4–5 ดาว ผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการ และ สิ่งอำนวยความสะดวกในโรงแรม เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการมากที่สุด

พรธนนท์ คล่องส่งสอน (2562) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยในการเลือกโรงแรมห้าดาวริมน้ำในย่านบางรัก กรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกโรงแรมคือ ส่วนประสมทางการตลาด คุณภาพการบริการ และ ภาพลักษณ์แบรนด์ ซึ่งทั้งหมดนี้ล้วนมีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจเข้าพักในโรงแรมระดับหรู

มณฑิรา บุณนาค (2561) ศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรมแกรนด์ ทาวเวอร์ อินน์ สุขุมวิท 55 ของพนักงานโรงแรมในมิติต่าง ๆ เช่น ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง ความสามารถของเจ้าหน้าที่ การให้ความไว้วางใจ การสร้างงานบริการให้เป็นที่ยอมรับ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยทั้ง 5 ด้านดังกล่าว มีผลต่อคุณภาพ

การบริการโดยรวมในระดับสูง โดยเฉพาะ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองของพนักงาน ที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์ (2567) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้า ต่อ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps) ของโรงแรมซีทิว จังหวัดอุทัยธานี ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรและกระบวนการบริการมีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า

สรุปได้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้าเกิดจาก ประสบการณ์จริงที่เกินความคาดหวัง (Expectancy-Disconfirmation) โดยมี คุณภาพการบริการ ตามกรอบ SERVQUAL และ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) เป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนผลลัพธ์ทางพฤติกรรม (ความภักดี การกลับมาใช้ซ้ำ และการบอกต่อเชิงบวก) ตัวขับเคลื่อนความพึงพอใจที่สำคัญบุคลากรและการเอาใจใส่ รวมถึงความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจ เป็นปัจจัยเด่นที่สุดในการยกระดับความพึงพอใจและเจตนากลับมาใช้บริการซ้ำสิ่งที่จับต้องได้และสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะความสะอาด คุณภาพการนอน ความเงียบสงบ และบรรยากาศโดยรอบ มีอิทธิพลสูงสุดต่อการรับรู้คุณค่า การตอบสนองที่รวดเร็วและการสื่อสารที่ชัดเจน รวมถึงมาตรการความปลอดภัย ช่วยเสริมความเชื่อมั่นและลดความไม่แน่นอนของผู้เข้าพัก

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) กับความพึงพอใจของลูกค้า

ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจโรงแรมสามารถออกแบบกลยุทธ์การบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาต่อยอดจาก 4Ps ดั้งเดิม (Product, Price, Place และ Promotion) เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการที่ต้องอาศัยปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ให้บริการและผู้รับบริการ จึงได้มีการเพิ่มองค์ประกอบอีก 3Ps ได้แก่ People, Process และ Physical Evidence (Booms & Bitner, 1981) ส่งผลให้โมเดล 7Ps สามารถสะท้อนคุณค่าประสบการณ์การเข้าพักของผู้ใช้บริการได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น งานวิจัยเชิงประจักษ์หลายฉบับยืนยันว่า องค์ประกอบใน 7Ps มีอิทธิพลโดยตรงต่อ ความพึงพอใจและความภักดี ของลูกค้า เนื่องจากการเลือกใช้บริการโรงแรมมิได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านราคาเพียงประการเดียว แต่ขึ้นอยู่กับภาพรวมคุณค่าและประสบการณ์ที่ได้รับจากทุกจุดสัมผัสบริการ (พรธรัตน์ คล่องสั่งสอน, 2562; อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์, 2567)

ในด้านลักษณะและปัจจัยของความพึงพอใจลูกค้า Tang และ Napawan (2024) พบว่า นักท่องเที่ยวให้คะแนนความพึงพอใจสูงสุดแก่ด้าน servicescape ได้แก่ สภาพแวดล้อมการบริการภายในโรงแรม โดยเฉพาะโซนต้อนรับ (Reception Area) ที่มีการจัดวางพื้นที่นั่งรอ สิ่งอำนวยความสะดวก และบรรยากาศโดยรวมอย่างเหมาะสม ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพการบริการโดยรวม

นอกจากนี้ ทฤษฎี Expectancy-Disconfirmation ของ Oliver, R. L. (1980) ได้รับการนำมาใช้อธิบายความพึงพอใจในธุรกิจโรงแรมอย่างแพร่หลาย โดย อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์ (2567) กล่าวว่าความพึงพอใจเกิดขึ้นจากการเปรียบเทียบระหว่าง “ประสบการณ์จริง” และ “ความคาดหวัง” ของผู้ให้บริการ หากประสบการณ์ที่ได้รับสูงกว่าความคาดหวัง ย่อมก่อให้เกิดความรู้สึกเชิงบวก นำไปสู่ ความภักดี

(Loyalty) ทั้งในรูปแบบการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ โดยเฉพาะปัจจัยด้านราคาและความคุ้มค่า (Value for Money) ที่ได้รับการระบุว่าเป็นแรงจูงใจที่สำคัญที่สุดในการตัดสินใจเข้าพัก

กล่าวโดยสรุป โมเดล 7Ps มีความสอดคล้องและสนับสนุนแนวคิดด้าน Customer Value, Satisfaction และ Loyalty ได้อย่างเป็นเหตุเป็นผล เนื่องจากทุกองค์ประกอบมีบทบาทร่วมกันในการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ลูกค้า ซึ่งนำไปสู่การรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และความภักดีอย่างยั่งยืนต่อธุรกิจโรงแรม

ธุรกิจโรงแรมไทยและการประยุกต์ใช้ SERVQUAL Model

อุตสาหกรรมโรงแรมไทยเป็นกลไกสำคัญของเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว ซึ่งสร้างรายได้และการจ้างงานในวงกว้าง ทำให้การแข่งขันระหว่างผู้ประกอบการเพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ภายใต้บริบทดังกล่าว “ความพึงพอใจของลูกค้า” จึงกลายเป็นตัวแปรเชิงกลยุทธ์ที่โรงแรมต้องให้ความสำคัญสูงสุด งานวิจัยด้านการบริการจำนวนมากในประเทศไทยชี้ให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างชัดเจนระหว่างคุณภาพบริการกับความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้า โดยมีกรอบแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ (1988) เป็นต้นแบบสำคัญ ครอบคลุม 5 มิติ ได้แก่ ความเชื่อถือได้ ความสามารถในการตอบสนอง ความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้ ซึ่งถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างกว้างขวางในธุรกิจโรงแรม

งานศึกษาของ ฉัฐชธรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2559) พบว่าคุณภาพบริการทั้ง 5 มิติตามกรอบ SERVQUAL ส่งผลโดยตรงต่อคุณค่าที่ลูกค้ารับรู้ ความพึงพอใจ และความภักดีต่อการกลับมาใช้บริการ ขณะที่ บุญทาฬิกา มาลีแก้ว (2564) ระบุว่า นักท่องเที่ยวไทยที่เข้าพักโรงแรม 3 ดาวในเมืองพัทยาให้ความสำคัญกับทักษะการบริการของพนักงาน เช่น ความสุภาพ น้ำเสียง บุคลิก และการให้ข้อมูลที่ถูกต้อง ส่วน อารยา บุญปลูก (2563) ชี้ว่า ปัจจัยด้านราคาและคุณภาพบริการมีผลต่อความพึงพอใจสูงสุด ขณะที่ชื่อเสียงโรงแรมและคุณภาพห้องพักมีความสำคัญรองลงมา อีกทั้งอวัจนภาษา เช่น รอยยิ้มและน้ำเสียงที่อ่อนโยน มีอิทธิพลต่อความประทับใจมากกว่าคำพูดโดยตรง

ในช่วงหลังการระบาดของโควิด-19 พฤติกรรมผู้บริโภคได้เปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ ตามที่ชนิษฐาใจเป็ง (2566) ระบุ นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสำคัญกับสุขอนามัย ความปลอดภัย ความเป็นส่วนตัว และการเดินทางในประเทศด้วยรถส่วนตัวมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ภาสกร เตโชวินิชกุล (2566) ที่ระบุว่า โรงแรมจำเป็นต้องเสริมมาตรฐานการบริการด้านความสะอาด การตอบสนองที่รวดเร็ว และการสร้างความมั่นใจแก่ลูกค้าอย่างต่อเนื่อง

จากการสังเคราะห์ข้อมูลวิชาการทั้งหมดสะท้อนว่า ความพึงพอใจลูกค้าของธุรกิจโรงแรมไทยมีความเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านการตลาดบริการ (7Ps) โดยเฉพาะ People, Process และ Physical Evidence ร่วมกับทฤษฎี SERVQUAL, Customer Value, Loyalty และ Expectancy-Disconfirmation ของ Oliver, R. L. (1980) ซึ่งต่างมีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุนถึงประสิทธิผลด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ได้แก่ การกลับมาซ้ำและการบอกต่อเชิงบวก ดังนั้นผู้ประกอบการโรงแรมไทยจำเป็นต้องปรับตัวเชิงกลยุทธ์ โดยเน้น

1. การพัฒนาทักษะและทัศนคติของบุคลากร
2. การออกแบบกระบวนการบริการที่กระชับ รวดเร็ว และโปร่งใส

3. การสร้างประสบการณ์จากหลักฐานทางกายภาพที่มีคุณภาพ
4. การลงทุนในเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเติมเต็มการบริการ
5. การสื่อสารเชิงบวก ลดช่องว่างระหว่างความคาดหวังและประสบการณ์จริง

กล่าวโดยสรุป คุณภาพการบริการที่สอดคล้องกับความคาดหวังของลูกค้า เป็นปัจจัยหลักที่กระทบต่อความพึงพอใจและสร้างความภักดีอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในบริบทหลังโควิด-19 ที่มาตรฐานสุขอนามัยและความปลอดภัยกลายเป็น “ความคาดหวังขั้นต่ำ” ที่ทุกโรงแรมต้องตอบสนองให้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

กระบวนการวิธีการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้กระบวนการวิธีการวิจัยเชิงเอกสารเป็นเครื่องมือสำคัญ โดยผู้วิจัยได้คัดเลือกเอกสารระดับทุติยภูมิ ได้แก่ วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วยบทความวิจัย เอกสารเผยแพร่ รวมถึงงานศึกษาที่ได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ทั้งในประเทศและต่างประเทศ โดยคัดเลือกเฉพาะเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถใช้เป็นฐานข้อมูลในการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับ ปัจจัยการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในธุรกิจโรงแรม (Wellington, 2000)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยคัดเลือกข้อมูลจากเอกสารระดับทุติยภูมิตามแนวทางของ Scott (1990) ซึ่งมีหลักเกณฑ์ ในการคัดเลือกเอกสารที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วย 1) มีความถูกต้อง (Authenticity) คือ เป็นเอกสารที่มาจากแหล่งเชื่อถือได้ มีความต้องถูกต้อง สมบูรณ์ สอดคล้องกับบริบทของสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในช่วงระยะเวลาที่ตีพิมพ์ 2) มีความน่าเชื่อถือ (Credibility) คือ เป็นเอกสารที่ปราศจากข้อผิดพลาดและการบิดเบือนข้อมูล 3) ความเป็นตัวแทน (Representativeness) คือ เป็นเอกสารที่สามารถแสดงรายละเอียดแทนเอกสารประเภทเดียวกันได้ รายละเอียดสามารถเป็นตัวแทนกลุ่มประชากรตัวอย่างได้ และ 4) มีความหมายชัดเจน (Meaning) คือ เป็นเอกสารที่สามารถเข้าใจได้ง่าย ชัดเจน สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และนัยสำคัญของการวิจัย (Mogalakwe, 2006) และวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) ทั้งหมด จากนั้นสรุปและอภิปรายผลการวิจัยจากการวิเคราะห์เนื้อหา

ขอบเขตการวิจัยเอกสารทุติยภูมิ

ขอบเขตเนื้อหาของข้อมูลที่ใช้ในการสังเคราะห์เอกสารครั้งนี้ ประกอบด้วย 1. แนวคิดความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรม 2. คุณภาพการบริการกับความพึงพอใจ 3. ส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4. การสื่อสารของพนักงานกับประสบการณ์และความพึงพอใจของลูกค้า โดยผลการคัดเลือก พบว่ามีวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สอดคล้องกับหลักเกณฑ์การคัดเลือกเอกสาร และวัตถุประสงค์งานวิจัย รวมทั้งสิ้น 18 ฉบับ แบ่งเป็น วรรณกรรมภาษาไทย จำนวน 12 ฉบับ และวรรณกรรมภาษาต่างประเทศจำนวน 6 ฉบับ ซึ่งผู้วิจัยได้นำวรรณกรรมดังกล่าวมาเป็นปัจจัยการสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย และสรุปความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดต่าง ๆ ดังกล่าว เพื่อใช้เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยต่อไป

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษาปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย เป็นไปตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ซึ่งมุ่งสังเคราะห์แนวทางการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย จากผลการสังเคราะห์ดังกล่าว ได้จำแนกมาเป็น 7 แนวทางหลักดังนี้

1.1 การพัฒนาคุณภาพการบริการ (Service Quality Improvement)

เป็นแนวทางหลักที่เป็นปัจจัยสำคัญต่อความพึงพอใจ โดยเฉพาะ 5 มิติของ SERVQUAL ได้แก่ ความน่าเชื่อถือ (Reliability), การตอบสนอง (Responsiveness), ความมั่นใจ (Assurance), การเอาใจใส่ (Empathy), สิ่งจับต้องได้ (Tangibles) แนวทางจึงควรเน้นการอบรมพนักงานให้บริการอย่างถูกต้อง รวดเร็ว และจริงใจ เพื่อให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจและได้รับประสบการณ์เชิงบวก

1.2 การบริหารบุคลากรและการสื่อสารเชิงบวก (Staff and Positive Communication)

บุคลากร คือมิติที่สร้างความพึงพอใจสูงสุด เนื่องจากพนักงานเป็นจุดสัมผัสหลักกับลูกค้า จึงต้องแสดงความสุขภาพ อ่อนน้อม และมีทัศนคติที่ดี แนวทางคือการสร้างวัฒนธรรม บริการด้วยรอยยิ้ม (Smile Service) และสื่อสารเชิงบวก เพื่อเสริมภาพลักษณ์อบอุ่นและเป็นมิตร

1.3 การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (Customer Relationship Management – CRM)

การรักษาความสัมพันธ์หลังการใช้บริการ เช่น การติดตามผล การตอบข้อร้องเรียน และการสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์ เป็นแนวทางสำคัญต่อการสร้าง “ลูกค้าภักดี” (Loyalty)

1.4 การสร้างคุณค่าและความคุ้มค่า (Perceived Value and Fair Pricing)

ความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับราคา เป็นตัวผลักดันความพึงพอใจและการตัดสินใจกลับมาใช้บริการอีกครั้ง โดยลูกค้าไทยมองว่าราคาเหมาะสม บริการครบ และสิ่งอำนวยความสะดวกสมราคา คือจุดแข็งของโรงแรม

1.5 การพัฒนาสภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวก (Physical Evidence & Servicescape)

สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Servicescape) เช่น ความสะอาด ความร่มรื่น แสงไฟ ความปลอดภัย และการตกแต่งภายใน มีอิทธิพลสูงต่อความประทับใจลูกค้า โดยเฉพาะในจังหวัดเมืองรองที่ลูกค้าคาดหวังความเรียบง่ายแต่สะอาดสบาย

1.6 การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัล (Digital & Smart Service)

โรงแรมที่ใช้เทคโนโลยี เช่น การจองผ่านมือถือ การชำระเงินแบบไม่สัมผัส และระบบตอบกลับออนไลน์ จะสร้างความสะดวกและลดปัญหาการรอคอย เป็นการยกระดับประสบการณ์ลูกค้าโดยตรง

1.7 การกระตุ้นการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อ (Loyalty & Word of Mouth)

ความพึงพอใจจะนำไปสู่ พฤติกรรมซ้ำ และการบอกต่อ ซึ่งเป็นผลลัพธ์สำคัญของธุรกิจบริการ แนวทางจึงควรพัฒนาโปรแกรมสะสมแต้ม ส่วนลดพิเศษ และกิจกรรมสื่อสารความสัมพันธ์กับลูกค้าเดิม

เมื่อได้สังเคราะห์แนวทางการสร้าง ความพึงพอใจของลูกค้าตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 แล้ว คณะผู้วิจัยได้ดำเนินการศึกษาต่อในส่วนของ ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ซึ่งผลการวิเคราะห์พบว่า ความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทยเกิดจากการบูรณาการของปัจจัย

สำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 1) คุณภาพการบริการที่ครอบคลุมทั้งความสะอาด 2) ความปลอดภัย 3) ความสุภาพ และ 4) คุณภาพของพนักงาน ร่วมกับองค์ประกอบทางการตลาด เช่น ราคา บุคลากร และกระบวนการบริการ ตลอดจนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวกกับลูกค้า เมื่อรวมเข้ากับการปรับตัวต่อสถานการณ์โควิด-19 จึงทำให้โรงแรมสามารถสร้างความพึงพอใจและรักษาความภักดีของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน โดยผลการสังเคราะห์สามารถแบ่งออกเป็นประเด็นสำคัญ 4 ด้านได้ดังตารางนี้

ปัจจัย	รายละเอียด	ผลลัพธ์
คุณภาพการบริการ (Service Quality)	<ul style="list-style-type: none"> - มิติ SERVQUAL (ความน่าเชื่อถือ, การตอบสนอง, ความมั่นใจ, ความเอาใจใส่, สิ่งที่จับต้องได้) - ความสะอาดของห้องพัก และสถานที่ - ความปลอดภัย ในสถานที่ - ความสุภาพ/ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองที่รวดเร็วของพนักงาน 	<ul style="list-style-type: none"> ลูกค้ารับรู้ถึงคุณภาพที่ดี เกิดความเชื่อมั่น ความพึงพอใจ และมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ
ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix: 7Ps)	<ul style="list-style-type: none"> - Product: คุณภาพห้องพัก สิ่งอำนวยความสะดวก บรรยากาศ - Price: ราคาที่เหมาะสม ความคุ้มค่า (Value for Money) - Place: ทำเลที่ตั้ง การเข้าถึง - Promotion: โปรโมชัน การสื่อสาร การรีวิว - People: บุคลากร การบริการ ความสุภาพ ทักษะ - Process: กระบวนการบริการ ความรวดเร็ว ประสิทธิภาพ - Physical Evidence: บรรยากาศ สิ่งแวดล้อม ความสะอาด ภาพลักษณ์โรงแรม 	<ul style="list-style-type: none"> ช่วยสร้างความแตกต่างทางการแข่งขัน เพิ่มการรับรู้คุณค่า และกระตุ้นความภักดีต่อโรงแรม
ความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty)	<ul style="list-style-type: none"> - คุณภาพการบริการสูง (Service Quality) - ความพึงพอใจโดยรวม (Satisfaction) - ประสบการณ์ดีจากพนักงาน (Positive People Experience) - ราคาเหมาะสมคุ้มค่า (Value for Money) - ภาพลักษณ์โรงแรมดี (Brand Image) - ความเชื่อมั่นและความปลอดภัย (Trust & Safety) - ประสบการณ์เชิงบวกซ้ำหลายครั้ง (Consistent Experience) 	<ul style="list-style-type: none"> เกิดพฤติกรรมการใช้บริการซ้ำ การบอกต่อ และสร้างรายได้ระยะยาวให้ธุรกิจโรงแรม

ปัจจัย	รายละเอียด	ผลลัพธ์
ปัจจัยใหม่หลังสถานการณ์โควิด-19 (Post-COVID-19 Factors)	- มาตรการด้านสุขอนามัย และความปลอดภัยขั้นสูง - การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล: ระบบไร้สัมผัส, การชำระเงินออนไลน์, แพลตฟอร์มดิจิทัล	เกิดมาตรฐานใหม่ด้านความปลอดภัยและเทคโนโลยี ซึ่งกลายเป็นตัววัดคุณภาพบริการในยุคใหม่

ผลการวิจัยชี้ว่า ความพึงพอใจของลูกค้า ในธุรกิจโรงแรมไทยเกิดจากการบูรณาการปัจจัยหลัก ได้แก่ คุณภาพการบริการตามกรอบ SERVQUAL การจัดการส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7Ps) คุณภาพด้านความปลอดภัย สุขอนามัย และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในยุคหลังโควิด-19 ปัจจัยเหล่านี้ช่วยสร้างประสบการณ์ของผู้เข้าพัก โดยมุ่งเน้นที่ความเชื่อมั่น ความคุ้มค่า และการได้รับบริการที่ตอบโจทย์ความต้องการอย่างแท้จริง ซึ่งนำไปสู่ความพึงพอใจโดยรวม และส่งผลให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อโรงแรมในรูปแบบของการกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวกได้ในที่สุด

การอภิปราย

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัย ตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังนี้

1. เพื่อสังเคราะห์แนวทางการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย พบว่า แนวทางการสร้างความพึงพอใจของลูกค้ามีลักษณะสอดคล้องกันในภาพรวม ผลการศึกษาหลายฉบับ เช่น ของมณฑิรา บุณนาค (2561) และ ภาสกร เตโชวณิชกุล (2566) ยืนยันว่าคุณภาพการบริการ (Service Quality) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลโดยตรงต่อความพึงพอใจของลูกค้า โดยเฉพาะเมื่อพิจารณาผ่านกรอบแนวคิด SERVQUAL ของ Parasuraman และคณะ (1988) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การสร้างความมั่นใจ ความเอาใจใส่ และสิ่งที่จับต้องได้ เป็นองค์ประกอบหลักของการบริการที่มีคุณภาพ โรงแรมที่สามารถรักษามาตรฐานการบริการในทั้ง 5 มิตินี้ได้อย่างต่อเนื่องย่อมสร้างความประทับใจและแรงจูงใจให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำได้มากขึ้น ในส่วนของบุคลากร ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญของการสร้างประสบการณ์ลูกค้า งานวิจัยของ อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์ (2567) รวมทั้งชนิษฐา ใจเป็ง (2566) พบว่าพนักงานโรงแรมที่มีความสุภาพ ยิ้มแย้ม และให้บริการด้วยความใส่ใจส่งผลให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกอบอุ่นและไว้วางใจต่อแบรนด์โรงแรม การบริการด้วยรอยยิ้ม (Smile Service) และการสื่อสารเชิงบวกถือเป็นจุดแข็งทางวัฒนธรรมบริการของไทยที่แตกต่างจากประเทศอื่น ๆ และยังคงเป็นปัจจัยที่ลูกค้าต่างชาติให้คุณค่าสูง งานวิจัยเหล่านี้สะท้อนว่าการสร้างความพึงพอใจไม่อาจเกิดขึ้นได้หากขาด มนุษย์สัมพันธ์ที่ดี ระหว่างพนักงานกับผู้ใช้บริการ นอกจากนี้ การบริหารความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer Relationship Management: CRM) ยังเป็นอีกองค์ประกอบที่มีความสำคัญต่อการสร้างความภักดี งานของฉัฐชธรรม กาญจนศิลานนท์ (2559) และ อารยา บุญปลุก (2563) พบว่าการติดตามผลหลังการเข้าพัก การตอบกลับข้อร้องเรียนอย่างรวดเร็ว และการให้ข้อมูลข่าวสารที่เป็น

ประโยชน์ผ่านช่องทางออนไลน์ช่วยเสริมความไว้วางใจและสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกต่อโรงแรม การรักษาความสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องส่งผลให้ลูกค้ารู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของแบรนด์ ซึ่งจะนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำและการแนะนำต่อในอนาคต อีกประเด็นหนึ่งที่สะท้อนชัดในหลายงานวิจัยคือ “ความคุ้มค่าและความเหมาะสมของราคา” เช่น ในงานของพรธนนท์ คล่องสั่งสอน (2562) และ อารยา บุญปลูก (2563) ที่ชี้ว่าลูกค้าชาวไทยมักตัดสินใจเลือกโรงแรมจากการเปรียบเทียบระหว่างราคาห้องพักกับสิ่งที่ได้รับ เช่น ความสะอาด ความสะดวก และคุณภาพของสิ่งอำนวยความสะดวก โรงแรมที่สามารถสร้างภาพลักษณ์ของความคุ้มค่า (Perceived Value) ได้อย่างเหมาะสม ย่อมได้รับความพึงพอใจในระดับสูงกว่าโรงแรมที่มีราคาสูงแต่บริการไม่สอดคล้องกับความคาดหวัง นอกจากนี้คุณภาพการบริการและบุคลากรแล้ว สภาพแวดล้อมและสิ่งอำนวยความสะดวกของโรงแรมก็มีบทบาทสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน ผลการศึกษาของ Tang Xiwu และ Napawan Netpradit (2024) รวมถึงงานของอภิมุข ลีอำนาจเจริญ และอรชร มณีสงฆ์ (2567) ชี้ว่า “สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ” หรือ Servicescape เช่น ความสะอาด การจัดแสง การตกแต่งภายใน และความปลอดภัย มีผลต่อความรู้สึกพึงพอใจของลูกค้าโดยตรง โดยเฉพาะในโรงแรมเมืองรองที่ลูกค้าคาดหวังความเรียบง่ายแต่ต้องการความสะดวกสบายในเวลาเดียวกัน การปรับปรุงบรรยากาศให้สอดคล้องกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นจึงเป็นแนวทางที่ช่วยเพิ่มคุณค่าเชิงประสบการณ์ของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในยุคดิจิทัลที่พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว งานของระชานนท์ ทวีผล (2565) และ Tang Xiwu & Napawan Netpradit (2024) พบว่าเทคโนโลยีเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความพึงพอใจ เช่น การใช้ระบบจองออนไลน์ การชำระเงินแบบไม่สัมผัส และการสื่อสารผ่านช่องทางดิจิทัลที่รวดเร็วและเข้าถึงง่าย เทคโนโลยีไม่เพียงช่วยลดขั้นตอนการบริการ แต่ยังสร้างภาพลักษณ์ความทันสมัยให้กับโรงแรม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของลูกค้ารุ่นใหม่ที่มีแนวโน้มความสะดวกและความปลอดภัย ดังนั้น ผลการศึกษาหลายฉบับสะท้อนตรงกันว่า ความพึงพอใจของลูกค้าจะนำไปสู่พฤติกรรมกลับมาใช้บริการซ้ำและการบอกต่อในเชิงบวก เช่น งานของฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2559) และ อภิมุข ลีอำนาจเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์ (2567) และ ระชานนท์ ทวีผล (2565) ที่พบว่าความพึงพอใจมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) และการบอกต่อแบบปากต่อปาก (Word of Mouth) ซึ่งเป็นเครื่องมือการตลาดที่ทรงพลังและมีต้นทุนต่ำ การสร้างระบบสะสมแต้ม สิทธิพิเศษสำหรับลูกค้าประจำ และกิจกรรมส่งเสริมความสัมพันธ์หลังการเข้าพักจึงเป็นแนวทางที่ช่วยรักษากรฐานลูกค้าเดิมและเพิ่มลูกค้าใหม่อย่างยั่งยืน

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย พบว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) ตามกรอบ SERVQUAL (ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การสร้างความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ สิ่งที่จับต้องได้) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการกำหนดความพึงพอใจและความภักดีของลูกค้าโรงแรมไทย สอดคล้องกับทฤษฎีของ ฌ็องฌัก ลัททงส์ พัทธนิวัฒน์กุล และ สโรชนี ศิริวัฒนา (2567) ที่ชี้ว่าโรงแรมที่มีคุณภาพการบริการในระดับสูงทุกด้าน จะเน้นการเอาใจใส่และสร้างความน่าเชื่อถือ นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางเพื่อพักผ่อนระยะสั้นและใช้จ่ายไม่สูงมาก ปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมทางท่องเที่ยว สอดคล้องกับงานวิจัยของมณฑิรา บุนนาค (2561) ที่ศึกษาคุณภาพการให้บริการของโรงแรม แกรนด์ ทาวเวอร์ อินน์ สุขุมวิท 55 โดยพบว่ามิติทั้ง 5 ด้าน (ความน่าเชื่อถือ การตอบสนอง การสร้างความเชื่อมั่น การเอาใจใส่ สิ่ง

จับต้องได้) ส่งผลต่อคุณภาพการบริการโดยรวมในระดับสูง โดยเฉพาะ ความน่าเชื่อถือ และการตอบสนองของพนักงานที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า ทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัฐชธรณ์ กาญจนศิลาพันธ์ (2559) ที่กล่าวถึงความสัมพันธ์ระหว่างคุณค่าของลูกค้า ความพึงพอใจ และความภักดีของลูกค้า โดยอ้างอิงกรอบ SERVQUAL และยืนยันว่าคุณภาพการบริการทั้ง 5 มิติ มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจและความตั้งใจกลับมาใช้ซ้ำ ตรงกับทฤษฎี Expectancy-Disconfirmation ของ Oliver, R. L. (1980) นอกจากนี้ ส่วนประสมทางการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) โดยเฉพาะ ราคา และ บุคลากร มีบทบาทสำคัญในการสร้างความคุ้มค่าและความไว้วางใจ ส่วนกระบวนการบริการ และ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ สร้างประสบการณ์เชิงบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเป็ง (2566) ที่พบว่า มิติสำคัญที่มีผลต่อความพึงพอใจมากที่สุดคือ “สิ่งที่สัมผัสได้จากที่พักและพนักงาน” และ “การเอาใจใส่ต่อลูกค้า” สะท้อนว่าพนักงานที่มีมารยาทและบริการด้วยความตั้งใจเป็นปัจจัยสำคัญต่อความประทับใจและการกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต นอกจากนี้ อภิมุข ลีอานวยเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์ (2567) ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมทางการตลาดบริการของโรงแรมซีทู และพบว่าบุคลากรและกระบวนการบริการมีอิทธิพลสูงสุดต่อความพึงพอใจของลูกค้า หลังโควิด-19 ความคาดหวังได้เปลี่ยนไป โดยสุขอนามัย, ความปลอดภัย และ เทคโนโลยีไร้สัมผัสกลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ การปรับใช้นวัตกรรมดิจิทัล เช่น ระบบเช็คอินอัตโนมัติ ได้ขยายมิติของ SERVQUAL ให้ครอบคลุม เทคโนโลยี และ สุขอนามัย เพื่อสร้างความมั่นใจและความปลอดภัยแก่ลูกค้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชนิษฐา ใจเป็ง (2566) ที่กล่าวถึงโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างมากต่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลก โดยพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพอนามัยมากขึ้น และนิยมการท่องเที่ยวภายในประเทศ, การใช้รถยนต์ส่วนตัว, และการหลีกเลี่ยงสถานที่แออัด นอกจากนี้ งานวิจัยของภาสกร เตโชวนิชกุล (2566) ยังชี้ให้เห็นถึงความสอดคล้องในประเด็นนี้ว่า หลังสถานการณ์โควิด-19 ธุรกิจโรงแรมในอุตรดิตถ์ต้องเผชิญกับความท้าทายใหม่ด้านคุณภาพบริการ โดยนักท่องเที่ยวยังคงมีความคาดหวังและความพึงพอใจสูงในเรื่องสุขอนามัย ความปลอดภัย การตอบสนองที่รวดเร็ว และความเข้าใจลูกค้า

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ประโยชน์ทางวิชาการ (Academic Benefits) งานวิจัยนี้มีความสำคัญในการ สังเคราะห์และสร้างองค์ความรู้ใหม่ เกี่ยวกับปัจจัยความพึงพอใจลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย โดยอิงกรอบทฤษฎีสำคัญ (SERVQUAL, 7Ps, Expectancy-Disconfirmation) ผลลัพธ์ยืนยันปัจจัยดั้งเดิม (เช่น ความสะอาด ความสุภาพ) พร้อมทั้งขยายองค์ความรู้ใหม่ ในมิติ “สุขอนามัยและเทคโนโลยีดิจิทัล” ซึ่งเกิดขึ้นหลังโควิด-19 ถือเป็น การปรับปรุงฐานทฤษฎีให้ทันสมัยและเป็นประโยชน์อย่างยิ่งสำหรับงานวิจัยและการจัดการโรงแรมในอนาคต

2. ประโยชน์ต่อการปฏิบัติ (Practical Benefits for Hotel Industry) ในเชิงปฏิบัติ งานวิจัยนี้ช่วยผู้ประกอบการโรงแรมในการออกแบบกลยุทธ์บริการที่ตรงจุด โดยเน้นการ ยกระดับความสะอาด ความปลอดภัย การพัฒนาบุคลากร (ด้านการสื่อสารและการตอบสนอง) และการใช้ เทคโนโลยีดิจิทัล (เช่น ระบบไร้สัมผัส,

CRM) เพื่อสร้างประสบการณ์ที่สะดวกทันสมัย นอกจากนี้ ยังช่วยให้โรงแรมแต่ละระดับวางกลยุทธ์ได้เหมาะสม เช่น โรงแรมหรูเน้นประสบการณ์ โรงแรมระดับกลางเน้นราคาโปร่งใสและความคุ้มค่า

3. ประโยชน์ต่อสังคมและเศรษฐกิจ (Socio-Economic Benefits) ผลการวิจัยนี้มีส่วนช่วยสนับสนุนการยกระดับอุตสาหกรรมโรงแรมไทยในภาพรวม โดยทำให้ธุรกิจสามารถสร้างมาตรฐานการบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ ซึ่งจะส่งผลเชิงบวกต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยว คุณภาพ การสร้างความเชื่อมั่นต่อประเทศไทย และการเพิ่มรายได้ทางเศรษฐกิจในระยะยาว อีกทั้งยังช่วยผลักดันการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยการเน้นความรับผิดชอบต่อสังคม การบริหารจัดการที่โปร่งใส และการรักษาสิ่งแวดล้อมในธุรกิจโรงแรม

ข้อเสนอแนะ

จากผลการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการสร้างความพึงพอใจของลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย สามารถสรุปข้อเสนอแนะได้ดังนี้

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

1. **ด้านคุณภาพการบริการ** โรงแรมควรให้ความสำคัญกับมาตรฐานความสะอาด ความปลอดภัย และความสุภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อการรับรู้คุณภาพและความพึงพอใจของผู้เข้าพัก การจัดอบรมและประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้กับลูกค้า

2. **ด้านบุคลากรและการสื่อสาร** การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพทั้งในเชิงวิชันภาษาและอวิชันภาษาเป็นปัจจัยสำคัญที่เสริมสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตรและความมั่นใจ โรงแรมจึงควรพัฒนาทักษะการสื่อสารของพนักงานให้เหมาะสมกับลูกค้าหลากหลายกลุ่ม พร้อมทั้งจัดระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่รวดเร็วและใส่ใจเพื่อสร้างความไว้วางใจในระยะยาว

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ใช้ประโยชน์จากงานวิจัย

ข้อเสนอแนะจากคณะผู้ทำวิจัยจากผลการวิจัยสามารถนำไปประยุกต์เพื่อพัฒนาในหลายภาคส่วนของธุรกิจโรงแรม ดังนี้

1. **ผู้ประกอบการโรงแรม** ผู้ประกอบการโรงแรมจะต้องปรับตัวเชิงกลยุทธ์และกำหนดนโยบายการบริการที่ชัดเจน ทั้งมาตรฐานคุณภาพ ความปลอดภัย การใช้เทคโนโลยี และปรับกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อให้ตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มโอกาสในการกลับมาใช้บริการซ้ำ

2. **ฝ่ายทรัพยากรบุคคลและพนักงานบริการ** บุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสบการณ์ลูกค้า ดังนั้นจึงต้องพัฒนาโปรแกรมการอบรมด้านการบริการ ความสุภาพ การมีทัศนคติที่ดี การแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า และทักษะการสื่อสาร เพื่อสร้างความพึงพอใจและความไว้วางใจของลูกค้า

3. ฝ่ายการตลาดและการประชาสัมพันธ์ ควรออกแบบกลยุทธ์การสื่อสารเนื้อหาการตลาดที่สะท้อนถึงการบริการ ความสะอาด ความปลอดภัย บรรยากาศ และการใช้เทคโนโลยีใหม่ของโรงแรม สร้างความแตกต่างของโรงแรม การทำโปรโมชั่น การสร้างรีวิวเชิงบวก และสร้างภาพลักษณ์น่าเชื่อถือ เพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในตลาดการแข่งขัน

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต มุ่งเน้นไปที่การเสริมสร้างความเข้าใจเชิงลึกและเชิงประจักษ์ ในมิติที่หลากหลายของปัจจัยการสร้างควมพึงพอใจต่อลูกค้าในธุรกิจโรงแรมไทย ดังนี้

1. **มิติด้านลูกค้าต่างชาติ** งานวิจัยที่มุ่งศึกษานักท่องเที่ยวจีนชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างของความคาดหวังระหว่างลูกค้าต่างชาติและลูกค้าไทย การศึกษาต่อไปควรเปรียบเทียบเพื่อทำความเข้าใจปัจจัยความพึงพอใจที่แตกต่างกันในแต่ละกลุ่มวัฒนธรรม

2. **ความภักดีของลูกค้า** งานที่เน้นความภักดีของลูกค้าโดยตรงชี้ว่าความพึงพอใจและความภักดีมีความสัมพันธ์กันอย่างใกล้ชิด การศึกษาต่อไปควรใช้วิธีวิจัยเชิงปริมาณที่ซับซ้อน เช่น การทำการตลาดผ่านเครื่องมือค้นหา (SEM) เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างสองปัจจัยนี้

เอกสารอ้างอิง

ชนิษฐา ใจเป็ง. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพการบริการกับความพึงพอใจของผู้ใช้บริการ เดอะ เลจ เจนท์ แม่กลอง จังหวัดสมุทรสงคราม. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 5(2), 57-65.

ชมัยพร แก้วรอด. (2558). พฤติกรรมและระดับความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกใช้บริการโรงแรมระดับ 4-5 ดาวในเขตตำบลป่าตอง อำเภอเกาะภูเก็ต จังหวัดภูเก็ต [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คณะมนุษยศาสตร์และการจัดการการท่องเที่ยว]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฉัฐชสรณ์ กาญจนศิลาพันธ์. (2559). การสร้างคุณค่าและความพึงพอใจแก่ลูกค้าในธุรกิจโรงแรม.

วารสารวิชาการ Veridian E Journal Silpakorn University สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ 9(2), 154-168.

ณัฐนันท์ พัทธินวัฒนากุล และสโรชนี ศิริวัฒนา. (2567). คุณภาพการให้บริการนักท่องเที่ยวของโรงแรมในจังหวัดชลบุรี. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 9(3), 192-202.

บุญพาฬิกา มาลีแก้ว. (2564). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี [วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

- พรธรรณันท์ คล่องสั่งสอน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของลูกค้าชาวไทยในการเข้าพักโรงแรมห้าดาว
ริมน้ำย่านบางรัก กรุงเทพฯ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, 13(2), 154-165.
- ภาสกร เตโชฉนิชกุล. (2566). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการ
บริการของธุรกิจโรงแรมในช่วงโควิด 19: กรณีศึกษาโรงแรมในจังหวัดอุดรธานี [วิทยานิพนธ์
ปริญญาโทศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการ
โรงแรม]. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- มณฑิรา บุณนาค. (2561). คุณภาพการให้บริการของโรงแรมแกรนด์ ทาวเวอร์ อินน์ สุขุมวิท 55 ที่มีผลต่อ
ความพึงพอใจของลูกค้า [วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจบัณฑิต แขนงวิชาการบริหารธุรกิจ
สาขาวิชาวิทยาการจัดการ]. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- ระชานนท์ ทวีผล. (2565). คุณลักษณะของที่พักที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของผู้รับบริการกลุ่มสแตเคชั่น
ในอินเทอร์เน็ตเนตคัล พัทยา รีสอร์ท. *วารสารศิลปศาสตร์และวิทยาการจัดการ*, 9(1), 100-114.
- อภิมุข ลีอำนวยเจริญ และ อรชร มณีสงฆ์. (2567). ความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อส่วนประสมการตลาดบริการ
ของโรงแรมซีทียูอุทัยธานี. *วารสารบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่*, 10(4), 264-270.
- อารยา บุญปลุก. (2563). คุณภาพบริการ คุณภาพห้องพัก ชื่อเสียงและความคุ้มค่าด้านราคาที่มีอิทธิพลต่อ
ความพึงพอใจและความภักดีต่อโรงแรมของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ]. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- Booms, B. H. & Bitner, M. J. (1981). **Marketing strategies and organization structure for
Service firms**. Chicago: American Marketing Associations.
- Mogalakwe, M. (2006). The use of document research methods in social research. *African
Sociological Review*, 10(1), 221-230.
- Oliver, R. L. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction
Decisions. *Journal of Marketing Research*, 17, 460-469.
- 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.
- Scott, J. (1990). **A matter of record: Documentary sources in social research**. Polity Press.
- Tang, X., & Napawan, N. (2024). Services scape, service quality, and satisfaction influencing
the intention to revisit a 4-star hotel in Chiang Mai province among Chinese tourist
groups. *Research and Development Journal Loei Rajabhat University*, 19(70),
49-58.
- Wellington, J. (2000). **Educational Research: Contemporary Issues and Practical
Approaches**. London: Continuum.



แนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนา การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ตำบลศรีราษฎร์ จังหวัดตาก

สุธิดา ทับทิมศรี¹
น้ำฝน สละโกสา²
เอกรัฐ ปัญญาเทพ³

ฉบับ
ฉบับ

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง “แนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลศรีราษฎร์ จังหวัดตาก” มีวัตถุประสงค์ในการศึกษา ดังนี้ 1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว 2. วิเคราะห์ศักยภาพของชุมชนในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการขับเคลื่อนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน และ 3. พัฒนาแนวทางการออกแบบระบบหรือเครื่องมือสนับสนุนการจัดการท่องเที่ยวเชิงโลจิสติกส์โดยเฉพาะ ผลงานวิจัยที่สำคัญของโครงการนี้ ได้แก่ การพัฒนาแนวทางการต้นแบบในรูปแบบ “แอปพลิเคชันการท่องเที่ยวชุมชน” ที่เน้นการบูรณาการเทคโนโลยีกับข้อมูลด้านโลจิสติกส์ของพื้นที่ เช่น การค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจองกิจกรรม ระบบรีวิว-ให้คะแนน ระบบชำระเงินแบบออนไลน์ (e-payment mockup) และแผนที่แบบโต้ตอบ (interactive map) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผ่านการเก็บข้อมูลจากนักท่องเที่ยวจำนวน 384 คน และการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และหน่วยงานในท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า ระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังอยู่ในระดับเริ่มต้น โดยมีข้อจำกัดทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การขนส่ง และการบริหารจัดการนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม พื้นที่มีศักยภาพในการพัฒนาโดยเฉพาะแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม เช่น น้ำตกป่าหวาย เทศกาลปีใหม่ม้ง และกิจกรรมทอผ้ากัญชง ดังนั้นการพัฒนาเครื่องมือดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนจะช่วยเสริมประสิทธิภาพการจัดการโลจิสติกส์ และยกระดับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ: การบูรณาการเทคโนโลยี / โลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยว / การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

¹⁻² โปรแกรมวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

³ วิชาเอกเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร แม่สอด

Integrating Technology and Logistics for Sustainable Tourism Development in Khirirat Subdistrict, Tak Province

*Sutida Tubtimsri*¹

*Namfon Saragosa*²

*Eakkarath Panyathep*³

ABSTRACT

The research titled “Integrating Technology and Logistics for Sustainable Tourism Development in Khirirat Subdistrict, Phop Phra District, Tak Province” aims to examine the general condition of the tourism logistics system in the area, analyze the community’s potential in applying technology to enhance sustainable tourism, and develop a supportive system or tool for tourism logistics management. A key research output of this study is the development of a prototype “community-based tourism mobile application” designed to integrate local logistics data and technology. The application includes core functions such as destination search, activity booking, review and rating systems, online payment mockup, and interactive mapping—designed to suit the local context and be user-friendly. A mixed-methods approach was employed, combining quantitative data from 384 tourist questionnaires and qualitative insights from in-depth interviews with community leaders, entrepreneurs, and local authorities. The findings indicate that the current tourism logistics system in Khirirat Subdistrict is still at an early stage, facing challenges in infrastructure, transportation, and visitor service management. However, the area shows high potential for development, especially in its rich natural and cultural attractions such as Pa Wai Waterfall, the Hmong New Year Festival, and traditional hemp weaving activities. The implementation of appropriate digital tools tailored to the local context can enhance logistics efficiency and serve as a concrete model for sustainable community-based tourism.

Keywords: Technology Integration / Logistics for Tourism Development / Sustainable Tourism

¹⁻² Bachelor of Business Administration Program in Logistics Management, Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot

³ Bachelor of Business Administration Program in Digital Business Technology, Kamphaeng Phet Rajabhat University Maesot

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

โลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจและสังคม โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทมากขึ้น ทั้งในการวางแผนการเดินทาง การจัดเส้นทาง การบริการ และการเข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์ ซึ่งล้วนช่วยเพิ่มประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้เดินทาง (Buhalis & Law, 2008; Baggio & Klobas, 2011; จิราพร พงษ์ทอง, 2561) ประเทศไทยเป็นหนึ่งในประเทศที่มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวสูง รายได้จากภาคการท่องเที่ยวจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างงาน กระจายรายได้ และส่งเสริมการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน ไม่ว่าจะเป็นระบบคมนาคมขนส่ง ระบบสื่อสาร หรือบริการในชุมชน อย่างไรก็ตามประเทศไทยยังคงเผชิญกับความท้าทายในการกระจายตัวของนักท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท และการจัดการสิ่งแวดล้อมที่ยังไม่ทั่วถึง (WTO, 1993; การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2555; จิราพร พงษ์ทอง, 2561)

ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายทางธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ที่ปรากฏผ่านวิถีชีวิต เครื่องแต่งกาย และประเพณีท้องถิ่น เช่น เทศกาลปีใหม่ม้ง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติอย่างน้ำตกป่าห้วย ซึ่งมีความงดงามและยังไม่ถูกพัฒนาเชิงพาณิชย์มากนัก อย่างไรก็ตาม จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่าระบบโลจิสติกส์พื้นฐานในพื้นที่ยังมีข้อจำกัด เช่น ถนนบางเส้นยังไม่สะดวก ระบบขนส่งสาธารณะยังไม่ทั่วถึง และการบริการนักท่องเที่ยวยังไม่รองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล เช่น การจองกิจกรรม การค้นหาข้อมูล หรือระบบชำระเงินออนไลน์

ด้วยเหตุนี้ จึงมีความจำเป็นในการศึกษาแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับตำบลคีรีราษฎร์ให้สามารถพัฒนาเป็นต้นแบบของการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนในอนาคต อันจะนำไปสู่การพัฒนาชุมชนอย่างสมดุลในทุกมิติ ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพของการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวใน ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก
2. เพื่อวิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีในการสนับสนุนระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์
3. เพื่อเสนอแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก

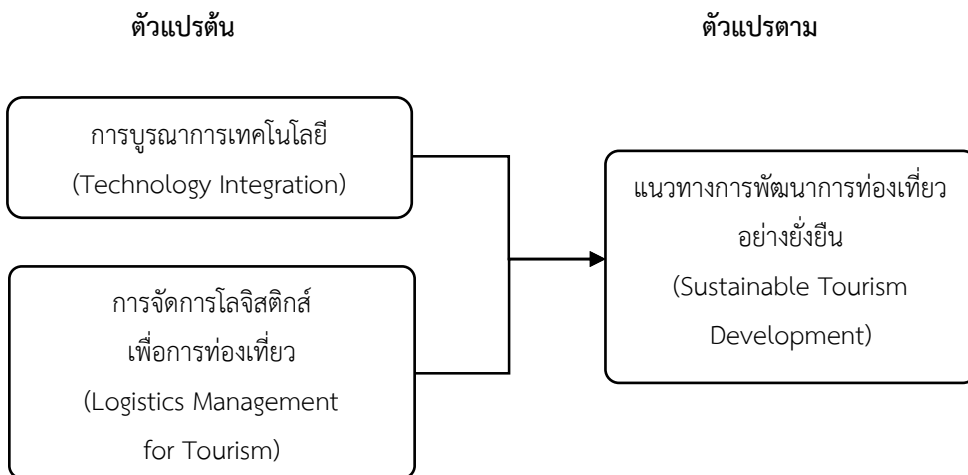
แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับ โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) การบูรณาการเทคโนโลยีในโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Technology Integration in Tourism Logistics) การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development) และการพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับการท่องเที่ยว (Community Development Tourism Support) ได้สรุปเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 1 แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิด / ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง	ประเด็นสำคัญ	แหล่งอ้างอิง
โลจิสติกส์	<ol style="list-style-type: none"> 1. การเคลื่อนย้ายสินค้า บริการ และข้อมูล 2. การวางแผน ควบคุม และจัดการโซ่อุปทาน 3. การเพิ่มประสิทธิภาพต้นทุน เวลา และคุณภาพการบริการ 	Ballou (2004); Christopher (2016); CSCMP (2023)
โลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Logistics)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การไหลของนักท่องเที่ยว (Physical Flow) 2. การบริการในแหล่งท่องเที่ยว (Tourist Service) 3. การไหลของข้อมูล (Information Flow) 4. การไหลของการเงิน (Financial Flow) 5. การจัดการทรัพยากรพื้นที่อย่างมีระบบ (Resource Management for Tourism Systems) 	Christopher (2016); Baggio & Klobas (2011), จิราพร พงษ์ทอง (2561)
การบูรณาการเทคโนโลยีในโลจิสติกส์ การท่องเที่ยว (Technology Integration in Tourism Logistics)	การนำเทคโนโลยีมาช่วยในการจองที่พัก การนำ ทางผ่านแอปพลิเคชัน ระบบวีวีอาร์ออนไลน์ และ การชำระเงินแบบไร้เงินสด เป็นสิ่งที่ นักท่องเที่ยวยุคใหม่คาดหวัง	Buhalis & Law (2008); UNWTO (2020), บุญส่ง นิลวรรณ (2560)
การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Sustainable Tourism Development)	<ol style="list-style-type: none"> 1. การใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างรู้คุณค่า 2. การเคารพวัฒนธรรมท้องถิ่น 3. การกระจายรายได้ให้ชุมชนอย่างเท่าเทียม 4. การมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการท่องเที่ยว 	WTO (1993); การ ท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555)
การพัฒนาชุมชนเพื่อรองรับ การท่องเที่ยว (Community Development Tourism Support)	การสร้างศักยภาพของคนในท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็น ด้านความรู้ ทักษะบริการ การใช้เทคโนโลยี ไปจนถึง การบริหารจัดการองค์กรชุมชนอย่างเป็นระบบ	Chambers (1997); Chaskin (2001), Yiamjanya & Wongleedee (2014)

กรอบแนวคิดการวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

1. การออกแบบการวิจัย (Research Design)

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ที่ผสมระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน เพื่อให้สามารถวิเคราะห์ทั้งเชิงสถิติและเชิงลึกถึงบริบทของชุมชนในพื้นที่ตำบลศรีราษฎร์ได้อย่างครอบคลุมและชัดเจน โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์เพื่อยกระดับการท่องเที่ยวให้เกิดความยั่งยืนในระดับพื้นที่

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample)

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบขนาดประชากร (Unknown Population) ตามสูตรของ Cochran (1977) เพื่อคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างสำหรับการสำรวจเชิงปริมาณ ซึ่งได้จำนวนที่เหมาะสมคือ 384 คน และการเลือกกลุ่ม

สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากบุคคลที่มีประสบการณ์หรือมีบทบาทสำคัญในพื้นที่ จำนวน 10 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instruments)

แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากนักท่องเที่ยว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไป ความพึงพอใจในการเดินทาง และความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

แบบสัมภาษณ์ (Interview) สำหรับผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในชุมชน เช่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการหน่วยงานราชการ เพื่อวิเคราะห์เชิงลึกถึงปัญหา อุปสรรค และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวด้วยเทคโนโลยีและโลจิสติกส์

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection)

ข้อมูลเชิงปริมาณ ดำเนินการแจกแบบสอบถามในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว เช่น น้ำตกป่าห้วย สวนอโศคาโต และกิจกรรมในชุมชนต่าง ๆ

ข้อมูลเชิงคุณภาพ ดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ หน่วยงานราชการโดยใช้การบันทึกเสียง การจดบันทึก และการสรุปประเด็นสำคัญ

5. การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis)

ข้อมูลเชิงปริมาณ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ข้อมูลเชิงคุณภาพ วิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) โดยการจัดหมวดหมู่ประเด็นที่เกิดขึ้นจากการสัมภาษณ์ และสรุปสาระสำคัญในรูปแบบเชิงอธิบาย

สรุปผลการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพทั่วไปและศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์ 2) วิเคราะห์บทบาทของเทคโนโลยีในการสนับสนุนระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว และ 3) เสนอแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีกับโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนชนบท จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ ผลการวิจัยสามารถสรุปประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. สภาพทั่วไปและศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์

ผลการสำรวจพบว่า ตำบลคีรีราษฎร์ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก เป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในเชิงธรรมชาติและวัฒนธรรม โดยเฉพาะทรัพยากรธรรมชาติ เช่น น้ำตกป่าห้วย และแหล่งเกษตรกรรมเชิงอนุรักษ์อย่างสวนอโศคาโต รวมถึงวัฒนธรรมของกลุ่มชาติพันธุ์ม้ง ซึ่งมีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งในด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญาท้องถิ่น และประเพณีปีใหม่ม้ง ซึ่งสามารถนำมาต่อยอดเป็นกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้อย่างเหมาะสม ในด้านโครงสร้างพื้นฐานพบว่ายังมีข้อจำกัดที่ส่งต่อการเดินทางและความสะดวกของนักท่องเที่ยว เช่น ถนนบางสายยังไม่ได้รับการพัฒนาให้ได้มาตรฐาน ความถี่ของพาหนะสาธารณะไม่เพียงพอ โดยเฉพาะในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว อีกทั้งพื้นที่จอดรถและจุดบริการนักท่องเที่ยวยังขาดการจัดระเบียบ รวมถึงระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำสาธารณะ และระบบจัดการขยะ ยังไม่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพแม้จะมีข้อจำกัดในด้านระบบโลจิสติกส์พื้นฐาน แต่ตำบลคีรีราษฎร์ยังคงมีศักยภาพในการพัฒนา เนื่องจากประชาชนในพื้นที่ส่วนใหญ่มีความพร้อมและความตั้งใจในการต้อนรับนักท่องเที่ยว อีกทั้งยังมีความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐและภาคประชาสังคมในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงชุมชน โดยเฉพาะการพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวใหม่ และการจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมอัตลักษณ์ของชุมชน จุดแข็งสำคัญของพื้นที่คือการท่องเที่ยวที่ไม่ได้ถูกเปลี่ยนแปลงมากนัก ยังคงความสมบูรณ์ของธรรมชาติและวัฒนธรรมไว้ได้ ส่งผลให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น หากมีการวางแผนพัฒนาระบบโลจิสติกส์ควบคู่กับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อยกระดับบริการ เช่น การจัดการข้อมูล การจองกิจกรรม หรือ

ระบบนำทาง ก็จะสามารถส่งเสริมให้ตำบลคีรีราษฎร์ก้าวสู่การเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวที่มีศักยภาพและยั่งยืนได้ในอนาคต ซึ่งจากผลสำรวจนักท่องเที่ยวสรุปปัจจัยด้านต่าง ๆ ดังนี้

ตารางที่ 2 ผลการประเมินสภาพทั่วไปและศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์

ด้านการประเมิน	ค่าเฉลี่ย (\bar{X})	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)	การแปลผล
บุคคล	3.50	0.78	มาก
การกลับมาเที่ยวซ้ำ	3.01	0.84	มาก
การให้บริการ	2.48	0.73	มาก
สถานที่	2.89	0.69	ปานกลาง
การไหลทางกายภาพ	2.17	0.91	ปานกลาง
สิ่งดึงดูดใจ	2.09	0.82	น้อย
การไหลทางการเงิน	1.81	0.77	น้อย
การไหลสารสนเทศ	1.32	0.58	น้อยที่สุด

จากข้อมูลในตาราง พบว่า ด้านบุคคล เป็นปัจจัยที่ได้รับการประเมินสูงสุด ($\bar{X} = 3.50$, $SD = 0.78$) สะท้อนให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความประทับใจต่อบุคลากรและเจ้าหน้าที่ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งในด้านความเป็นมิตร ความเอาใจใส่ และการให้ข้อมูลเบื้องต้น ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับผู้มาเยือน ในทางกลับกัน ด้านการไหลสารสนเทศ ได้คะแนนต่ำที่สุด ($\bar{X} = 1.32$, $SD = 0.58$) บ่งชี้ถึงข้อจำกัดด้านการให้ข้อมูลแก่นักท่องเที่ยว เช่น การขาดป้ายสื่อสาร แผนที่แนะนำเส้นทาง ช่องทางการประชาสัมพันธ์ รวมถึงสื่อดิจิทัลที่ช่วยนำทางหรือแนะนำจุดท่องเที่ยว ส่งผลให้การวางแผนการท่องเที่ยวยังไม่สะดวกและไม่เอื้อต่อการค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ

นอกจากนี้ ค่า SD ที่อยู่ในช่วง 0.58–0.91 ชี้ให้เห็นถึงระดับความหลากหลายของความคิดเห็นในแต่ละด้าน โดยเฉพาะ ด้านการไหลทางกายภาพ ที่มี SD สูงที่สุด (0.91) แสดงว่านักท่องเที่ยวมีประสบการณ์ที่แตกต่างกันในเรื่องการเข้าถึง การเดินทางภายในพื้นที่ ระบบไฟส่องสว่าง หรือการคมนาคม ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับฤดูกาล เวลาเดินทาง หรือโหมดการคมนาคมที่ใช้

2. บทบาทของเทคโนโลยีในการสนับสนุนระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

จากการสัมภาษณ์พบว่า ระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวยังอยู่ในระดับเริ่มต้น โดยเฉพาะในด้านโครงสร้างพื้นฐาน เช่น เส้นทางคมนาคมบางสายยังไม่เอื้อต่อการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว โดยสะดวก ห้องน้ำและที่จอดรถมีเพียงพอเฉพาะบางจุดเท่านั้น และยังขาดระบบจัดการขยะและสิ่งอำนวยความสะดวกที่ได้มาตรฐาน ซึ่งพื้นที่ตำบลคีรีราษฎร์มีศักยภาพในด้านทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งแหล่งธรรมชาติและวัฒนธรรม อาทิ น้ำตกป่าหวาย สวนอะโวคาโด บ้านผ้าทอภูซาง และประเพณีปีใหม่

ตารางรถสองแถว แม่สอด - ศิริราชบุรี				
เที่ยวที่	ออกจาก	อัตราค่าบริการ 60 บาท	ถึงจุดหมาย	
	วงเวียนอุ้มผาง แม่สอด		กม.44 ตำบลศิริราชบุรี	
1	07.00 น.			7.50 น.
2	8.00 น.			8.50 น.
3	9.00 น.			9.50 น.
4	10.00 น.			10.50 น.
5	11.00 น.			11.50 น.
6	12.00 น.			12.50 น.
7	13.00 น.			13.50 น.
9	14.00 น.			14.50 น.
10	15.00 น.			15.50 น.
11	16.00 น.			16.50 น.
12	17.00 น.		17.50 น.	

ภาพที่ 2 ตารางเส้นทางและตารางค่าใช้จ่ายมาท่องเที่ยวยังตำบลศิริราชบุรี

เครื่องยนต์ cc	ระยะทาง	อัตราการ สิ้นเปลืองน้ำมัน	อัตรา ความเร็ว ในการวิ่ง	ราคาค่าน้ำ ปัจจุบัน	ค่าน้ำมันใน การเดินทาง โดยประมาณ
125 cc	60km	64km/l	80-100 km/h	27.38 บาท	25.66 บาท
150 cc	60km	40 km/l	80-100 km/h	27.38 บาท	41.07 บาท
300 cc	60km	35 km/l	80-100 km/h	27.38 บาท	56.06 บาท
600 cc	60km	21km/l	80-100 km/h	27.38 บาท	78.22 บาท
1000 cc	60km	19km/l	80-100 km/h	27.38 บาท	86.46 บาท

ภาพที่ 4 ตารางค่าใช้จ่ายการเดินทางรถจักรยานยนต์โดยประมาณ

(จากแยกอุ้มผาง อำเภอแม่สอด - ตำบลศิริราชบุรี)

เครื่องยนต์ cc	ระยะทาง	อัตราการสิ้นเปลืองน้ำมันโดยเฉลี่ย	อัตราความเร็วในการวิ่ง	ราคาค่าน้ำมันปัจจุบัน	ค่าน้ำมันในการเดินทางโดยประมาณ
1200 cc	60km	20 km/l	80-100 km/h	35.06 บาท	105.18 บาท
1500 cc	60km	15 km/l	80-100 km/h	35.06 บาท	140.24 บาท
2500 cc	60km	11.73 km/l	80-100 km/h	26.09 บาท	133.45 บาท
3000 cc	60km	10.28 km/l	80-100 km/h	26.09 บาท	152.27 บาท

ภาพที่ 5 ตารางค่าใช้จ่ายการเดินทางรถยนต์โดยประมาณ

(จากแยกอ้อมผาง อำเภอแม่สอด - ตำบลคีรีราษฎร์)

ในด้านเทคโนโลยี แม้ว่าปัจจุบันชุมชนยังไม่มีแพลตฟอร์มออนไลน์ที่ใช้ในการจองกิจกรรมหรือแสดงข้อมูลแบบเรียลไทม์ แต่จากการสัมภาษณ์และการสังเกตพฤติกรรมนักท่องเที่ยว พบว่านักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะใช้เทคโนโลยีเพื่อการค้นหาข้อมูล เช่น การใช้ Google Maps การรีวิวผ่านโซเชียลมีเดีย และการชำระเงินผ่านระบบ e-Payment ซึ่งแสดงให้เห็นถึงโอกาสในการออกแบบเครื่องมือหรือแอปพลิเคชันที่เชื่อมโยงนักท่องเที่ยว กับแหล่งท่องเที่ยวท้องถิ่นให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งในแง่ของการเข้าถึงข้อมูล การจองบริการ และการสื่อสารอย่างเป็นระบบ เมื่อพิจารณาโดยรวม พบว่าตำบลคีรีราษฎร์มีศักยภาพในการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากได้รับการสนับสนุนทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การพัฒนาทักษะบุคลากร และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม โดยเฉพาะการพัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์ทั้งด้านข้อมูล แผนที่ดิจิทัล ระบบรีวิว ระบบฝึกอบรม และการชำระเงินออนไลน์ ซึ่งจะสามารถส่งเสริมการจัดการโลจิสติกส์ในระดับชุมชนให้มีความทันสมัยและยั่งยืนในระยะยาว

3. เสนอแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีกับโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนชนบท

จากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสังเคราะห์ ผู้วิจัยได้พัฒนาแนวทางบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับการจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวของตำบลคีรีราษฎร์ จังหวัดตาก โดยออกแบบต้นแบบแอปพลิเคชันที่ช่วยสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงชุมชนอย่างยั่งยืน ผ่านฟังก์ชันที่ตอบโจทย์บริบทชุมชนชนบท ทั้งด้านการเข้าถึงข้อมูล การบริหารจัดการกิจกรรม และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ดังนี้

ระบบค้นหาแหล่งท่องเที่ยว (Destination Search) เป็นการอำนวยความสะดวกให้ผู้ใช้สามารถค้นหาจุดท่องเที่ยวได้อย่างรวดเร็วผ่านการพิมพ์ชื่อหมู่บ้านหรือสถานที่ พร้อมข้อมูลประกอบ เช่น ประเภทกิจกรรม เวลาเปิด-ปิด และการเดินทาง

ระบบจองกิจกรรมท่องเที่ยวในชุมชน (Activity Booking) เพื่อรองรับการจองกิจกรรมเชิงวัฒนธรรม และวิถีชีวิต เช่น การทอผ้าไหมกัญชง การทำอาหารพื้นบ้าน “ไก่ดำสมุนไพร” หรือกิจกรรมเชิงเรียนรู้อื่น ๆ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมและกระจายรายได้สู่คนในพื้นที่

ระบบเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ (Community Co-Creation) เป็นการเปิดพื้นที่ให้คนในชุมชนและนักท่องเที่ยวสามารถเสนอแหล่งท่องเที่ยว กิจกรรม หรือสินค้าท้องถิ่นใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบมีส่วนร่วมระหว่างชุมชนและผู้ใช้งาน

แผนที่แบบโต้ตอบ (Interactive Map) เป็นการแสดงเส้นทาง จุดเช็คอิน บริการพื้นฐาน ร้านค้า โฮมสเตย์ และตำแหน่งกิจกรรมผ่านแผนที่ดิจิทัลแบบโต้ตอบ ช่วยให้นักท่องเที่ยววางแผนการเดินทางได้อย่างเหมาะสม สะดวก และลดการใช้ทรัพยากรเกินจำเป็น

ระบบตัวอย่างการชำระเงินออนไลน์ (e-Payment Mockup) เป็นการจัดทำระบบจำลองช่องทางการชำระเงินออนไลน์ เพื่อสร้างความคุ้นเคยให้ผู้ใช้และชุมชนก่อนพัฒนาสู่การเชื่อมต่อระบบ e-Payment จริง เช่น พร้อมเพย์ e-Banking หรือ QR Payment ในระยะต่อไป

ระบบรีวิวและให้คะแนน (Review & Rating) เพื่อให้นักท่องเที่ยวสามารถประเมินประสบการณ์ให้คะแนน และแสดงความคิดเห็นต่อแหล่งท่องเที่ยวหรือกิจกรรมที่เข้าร่วม ซึ่งช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือให้ข้อมูลบนแพลตฟอร์ม และเป็นฐานข้อมูลพัฒนาคุณภาพบริการของชุมชน

ระบบความรู้ด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว (Logistics Learning Space) เป็นการจัดทำชุดความรู้และสื่อการเรียนรู้ เช่น บทความสั้น ๆ วิดีโอ หรือคู่มือ ให้ความรู้เกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยว การจัดการเส้นทาง การบริหารจัดการนักท่องเที่ยว และแนวคิดท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน เพื่อพัฒนาศักยภาพคนในชุมชน

ภาพที่ 6 ต้นแบบแอปพลิเคชันระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ตำบลศรีราชา

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “แนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีและโลจิสติกส์เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์ จังหวัดตาก” สามารถอภิปรายผลตามประเด็นสำคัญ ดังนี้

1. สภาพทั่วไปและศักยภาพของระบบโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยวในตำบลคีรีราษฎร์

ผลการวิจัยชี้ว่าตำบลคีรีราษฎร์มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น กิจกรรมทอผ้าไหมยกัญชง น้ำตกป่าห้วย และเอกลักษณ์ของชาติพันธุ์ม้ง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนของ WTO (1993) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างรู้คุณค่าและคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ท้องถิ่นเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม ระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว (Tourism Logistics) ในพื้นที่ยังไม่สมบูรณ์ โดยเฉพาะมิติของการไหลของนักท่องเที่ยว การไหลของข้อมูล และการไหลของการเงิน ซึ่งเป็นองค์ประกอบตามกรอบของ Christopher (2016) และ Baggio & Klobas (2011) ส่งผลให้การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวยังมีข้อจำกัด เช่น ถนน ป้ายสื่อสาร การเดินทางภายในพื้นที่ และการขาดระบบข้อมูลเชิงพื้นที่ (Spatial Information) สำหรับการเชื่อมโยงเส้นทางท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ballou (2004) และ CSCMP (2023) ที่ระบุว่า “โลจิสติกส์ที่ดีต้องมีการวางแผน ควบคุม และจัดการโซ่อุปทานข้อมูลและบริการที่มีประสิทธิภาพ” หากฐานโครงสร้างพื้นฐานยังอ่อนแอ การยกระดับประสบการณ์นักท่องเที่ยวจะทำได้อย่างจำกัด

ดังนั้น ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าตำบลคีรีราษฎร์มีทรัพยากร (Resource) ที่พร้อมต่อการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงชุมชน แต่ยังคงขาดระบบ (System) และข้อมูล (Information Flow) ที่รองรับการบริหารจัดการการท่องเที่ยวแบบบูรณาการอย่างยั่งยืน

2. บทบาทของเทคโนโลยีในการสนับสนุนระบบโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว

ผลวิจัยพบว่า ชุมชนยังไม่ได้บูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับระบบการจัดการท่องเที่ยว เช่น ยังไม่มีระบบจองกิจกรรมออนไลน์ แพลตฟอร์มประชาสัมพันธ์ หรือฐานข้อมูลนักท่องเที่ยว ซึ่งสะท้อน “ช่องว่างการใช้เทคโนโลยี (Technology Adoption Gap)” ในบริบทท่องเที่ยวชนบทไทย การไม่มีแพลตฟอร์มดิจิทัลรองรับทำให้การไหลของข้อมูล (Information Flow) การไหลของการเงิน (Financial Flow) และการบริการท่องเที่ยว (Tourist Service) ยังต้องพึ่งพาวิธีดั้งเดิม จึงสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Buhalis & Law (2008) ที่ชี้ว่า การนำเทคโนโลยีมาช่วยด้านการจอง การนำทาง รีวิว และการชำระเงิน เป็น “ความคาดหวังพื้นฐานของนักท่องเที่ยวยุคใหม่”

นอกจากนี้ แนวคิดของ UNWTO (2020) ยังเน้นว่าการบูรณาการเทคโนโลยีในระบบโลจิสติกส์ท่องเที่ยวจะเพิ่มความเร็ว ความโปร่งใส และประสิทธิภาพของห่วงโซ่คุณค่าการท่องเที่ยว ตั้งแต่การค้นหาข้อมูล การตัดสินใจเดินทาง การซื้อบริการ ไปจนถึงประสบการณ์หลังการท่องเที่ยว

ผลการวิจัยจึงสะท้อนว่า หากนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยว จะเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงทรัพยากรชุมชนเข้ากับตลาดนักท่องเที่ยว และทำให้ระบบบริหารจัดการท่องเที่ยวของชุมชนก้าวสู่ความเป็น “Smart Tourism Logistics”

3. เสนอแนวทางการบูรณาการเทคโนโลยีกับโลจิสติกส์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในพื้นที่ชุมชนชนบท

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อบูรณาการเทคโนโลยีกับระบบโลจิสติกส์ การท่องเที่ยวในชุมชน ถือเป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยยกระดับประสิทธิภาพการบริหารจัดการการท่องเที่ยวของ ตำบลคีรีราษฎร์ จังหวัดตาก ทั้งในมิติของการให้บริการ การเข้าถึงข้อมูล และการสร้างประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน โดยฟังก์ชันหลักของแอปพลิเคชัน ได้แก่ ระบบแผนที่โต้ตอบ (Interactive Map) ระบบจองกิจกรรม ระบบรีวิว การชำระเงินผ่าน e-Payment และคลังความรู้ด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยว สอดคล้องโดยตรงกับแนวคิดโลจิสติกส์และโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยวของ Ballou (2004), Christopher (2016) และ Baggio & Klobas (2011) ที่เน้นการจัดการการไหลของข้อมูล นักท่องเที่ยว ทรัพยากร และการบริการในพื้นที่อย่างเป็นระบบ เพื่อลดต้นทุน เพิ่มประสิทธิภาพเวลา และยกระดับคุณภาพการบริการ

การผสมผสานเทคโนโลยีดิจิทัลในแพลตฟอร์มดังกล่าว ยังสะท้อนถึงการตอบสนองความคาดหวังของ นักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล ตามแนวคิดของ Buhalis & Law (2008) และ UNWTO (2020) ที่ระบุว่าการท่องเที่ยวสมัยใหม่ให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล การจอง การนำทาง การรีวิว และระบบการชำระเงินแบบไร้เงินสด ซึ่งฟังก์ชันที่ออกแบบมาช่วยลดอุปสรรคในการเดินทาง เพิ่มประสิทธิภาพการรับรู้ข้อมูล และทำให้ประสบการณ์ท่องเที่ยวเป็นแบบ “Smart Tourism Experience” มากยิ่งขึ้น

นอกจากนี้ การออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบยังสนับสนุนแนวคิด การท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT) และการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนตามกรอบของ WTO (1993) และ การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2555) โดยเฉพาะด้านการมีส่วนร่วมของคนในชุมชน การคงไว้ซึ่งอัตลักษณ์ท้องถิ่น และการกระจายรายได้ อย่างเป็นธรรม ฟังก์ชันการเสนอแหล่งท่องเที่ยวใหม่ การรีวิว การจองกิจกรรม และคลังความรู้โลจิสติกส์ การท่องเที่ยว ช่วยให้ชุมชนมีพื้นที่ในการจัดการทรัพยากรท่องเที่ยวของตนเอง สามารถเรียนรู้และพัฒนา ศักยภาพการบริการผ่านระบบเทคโนโลยีได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดของ Chambers (1997), Chaskin (2001) และ Yiamjanya & Wongleedee (2014) ที่เน้นการพัฒนาศักยภาพคนในท้องถิ่นเพื่อรองรับ การท่องเที่ยว

โดยสรุป ผลการออกแบบแอปพลิเคชันต้นแบบครั้งนี้ช่วยสร้างกลไกเชื่อมโยงระหว่าง “เทคโนโลยี – โลจิสติกส์ – ชุมชน” และผลักดันให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่บริหารจัดการได้ด้วยตนเอง ชุมชนมีความ เข้มแข็ง และเกิดประโยชน์ต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างแท้จริง ซึ่งสอดคล้องกับหลักการการพัฒนาการท่องเที่ยว อย่างยั่งยืนและตอบสนองต่อการเปลี่ยนผ่านสู่สังคมดิจิทัลในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. พัฒนาแอปพลิเคชันต้นแบบเพื่อการท่องเที่ยวในชุมชน
จากแนวทางที่ออกแบบไว้ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในท้องถิ่นสามารถนำต้นแบบแอปพลิเคชันไปปรับใช้จริง โดยเริ่มจากฟังก์ชันพื้นฐาน เช่น การค้นหาแหล่งท่องเที่ยว การจองกิจกรรม หรือระบบแผนที่โต้ตอบ เพื่อช่วยให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงข้อมูลได้สะดวก และสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัยให้กับชุมชน
2. เสริมสร้างศักยภาพด้านบริการและดิจิทัลให้คนในชุมชน
ควรมีการอบรมชาวบ้านและผู้ประกอบการในเรื่องการใช้เทคโนโลยี การบริการนักท่องเที่ยว และความเข้าใจในพฤติกรรมนักท่องเที่ยวยุคใหม่ เพื่อให้ชุมชนสามารถบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถปรับตัวเข้าสู่เศรษฐกิจดิจิทัลได้อย่างมั่นคง
3. ผลักดันตำบลคีรีราษฎร์เป็นแหล่งท่องเที่ยวต้นแบบระดับตำบล
หน่วยงานภาครัฐและเอกชนควรพิจารณานำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่อื่น ๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน โดยใช้ตำบลคีรีราษฎร์เป็นตัวอย่างในการบูรณาการเทคโนโลยีกับทรัพยากรท้องถิ่นอย่างมีเอกลักษณ์
4. การส่งเสริมการนำผลวิจัยไปใช้ในระดับภาคส่วนต่าง ๆ ดังนี้
หน่วยงานภาครัฐ เช่น กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา จังหวัดตาก สามารถนำผลวิจัยไปเป็นแนวทางพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในพื้นที่ชนบท อีกทั้งวางแผนการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวใหม่ และส่งเสริมตลาดเฉพาะกลุ่มที่สอดคล้องกับอัตลักษณ์ของชุมชนเพื่อให้รองรับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน
ผู้ประกอบการขนส่งในเส้นทางแม่สอด-พบพระ อาจใช้ผลการวิเคราะห์เส้นทางท่องเที่ยวจากแอปพลิเคชันเพื่อจัดระบบการเดินทาง รับ-ส่งนักท่องเที่ยวให้สะดวกและปลอดภัยมากยิ่งขึ้น
นักพัฒนาซอฟต์แวร์ด้านโลจิสติกส์ท่องเที่ยว สามารถใช้ข้อค้นพบของงานวิจัยนี้ในการออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันที่ตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวในพื้นที่ชนบท และสร้างโมเดลธุรกิจที่มีความยั่งยืน

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ขยายพื้นที่ศึกษาให้ครอบคลุมมากขึ้น
การวิจัยครั้งนี้เน้นเฉพาะในตำบลคีรีราษฎร์ ดังนั้น ในการศึกษากครั้งต่อไปอาจพิจารณาขยายพื้นที่ครอบคลุมตำบลหรืออำเภอใกล้เคียงเพื่อเปรียบเทียบศักยภาพและแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมในบริบทที่หลากหลาย
2. ศึกษาผลกระทบด้านสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมจากการพัฒนาการท่องเที่ยว

แม้ว่างานวิจัยนี้จะเน้นด้านโลจิสติกส์และเทคโนโลยีแต่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวควรควบคู่กับการประเมินผลกระทบทางสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมด้วยเพื่อให้เกิดการจัดการอย่างรอบด้านและยั่งยืนอย่างแท้จริง

3. ทดลองใช้แอปพลิเคชันต้นแบบในสถานการณ์จริง

ควรมีการศึกษาเชิงทดลอง (Pilot Test) แอปพลิเคชันหรือแนวทางที่ได้ออกแบบไว้ในสถานการณ์จริง เพื่อประเมินประสิทธิภาพในการใช้งาน ปัญหาในการดำเนินงาน และข้อเสนอแนะจากผู้ใช้งานเพื่อพัฒนาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2555). **แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2555–2559**. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- จิราพร พงษ์ทอง. (2561). โลจิสติกส์กับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. **วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ**, 10(2), 45–52.
- บุญส่ง นิลวรรณ. (2560). เทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวยุคใหม่. **วารสารนวัตกรรมการท่องเที่ยว**, 8(3), 15–28.
- Baggio, R., & Klobas, J. (2011). **Quantitative methods in tourism: A handbook**. Channel View Publications.
- Ballou, R.H. (2004). **Business Logistics/Supply Chain Management: Planning, Organizing and Controlling the Supply chain**. 5th Edition, Pearson/Prentice Hall Inc., New Jersey.
- Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research. **Tourism Management**, 29(4), 609–623.
- Chambers, R. (1997). **Whose reality counts? Putting the first last**. Intermediate Technology Publications.
- Chaskin, R. J. (2001). Building community capacity: A definitional framework and case studies from a comprehensive community initiative. **Urban Affairs Review**, 36(3), 291–323.
- Christopher, M. (2016). **Logistics & supply chain management** (5th ed.). Pearson Education.
- Cochran, W. G. (1977). **Sampling techniques (3rd ed.)**. John Wiley & Sons.
- Council of Supply Chain Management Professionals. (2023). **CSCMP Supply Chain Management Definitions and Glossary**.
https://cscmp.org/CSCMP/Educate/SCM_Definitions_and_Glossary_of_Terms.aspx
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2020). **Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030**. <https://www.unwto.org/sustainable-development>
- World Tourism Organization (WTO). (1993). **Sustainable tourism development: A guide for local planners**. Madrid: World Tourism Organization.
- Yiamjanya, S., & Wongleedee, K. (2014). Enhancing logistics performance for tourism in rural destinations. **International Journal of Social, Behavioral, Educational, Economic, Business and Industrial Engineering**, 8(9), 2925–2929.



การจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

แวนแก้ว ชัยอาราม¹

วิทยากร ท่อแก้ว²

กรกช ชันสมบูรณ์³

สเนชิตาเชนบ

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อน แต่ความสำเร็จของการส่งเสริมการท่องเที่ยวกลับถูกจำกัดด้วยปัญหาด้านการสื่อสารที่ขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ การสื่อสารแบบแยกส่วนและการไม่สามารถสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนได้ แม้จะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษารายกรณีแต่ยังคงปรากฏช่องว่างในการสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อสร้างเป็นกรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง บทความวิชาการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อสังเคราะห์องค์ความรู้จากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำเสนอกรอบการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนผ่านการสังเคราะห์ 3 ประเด็นหลัก คือ แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน บทบาทและความท้าทายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ นำเสนอเป็นกระบวนการ 4 ขั้นตอน ประกอบด้วย การวิเคราะห์สถานการณ์ การวางแผนกลยุทธ์ การดำเนินการและการวัดผล ซึ่งจะเป็นประโยชน์เชิงปฏิบัติแก่ผู้บริหารและปฏิบัติงานในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารเพื่อสร้างการรับรู้และพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ / องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น / การท่องเที่ยวโดยชุมชน

¹ นักศึกษา หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

² รองศาสตราจารย์ ดร., ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

³ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ประจำสาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช

Strategic Communication Management for Local Administrative Organizations to Promote Community-Based Tourism

*Wankaew Chairram*¹

*Wittayatorn Torkeaw*²

*Korakoch Kantaboon*³

ABSTRACT

Community-based tourism serves as a crucial tool for economic and social development, with local administrative organizations serving as primary drivers. The success of tourism promotion is often constrained by communication challenges, including a lack of strategic planning, fragmented communication efforts, and the inability to foster genuine community participation. Although numerous case studies exist, a significant gap remains in synthesizing this knowledge into a practical, applicable framework. This academic article, therefore, aims to synthesize knowledge from relevant concepts and research to propose a strategic communication management framework for promoting community-based tourism. The synthesis focuses on 3 core themes: the concept of community-based tourism, the roles and challenges of these organizations, and strategic communication theories. The proposed framework consists of a 4 step process: situational analysis, strategic planning, implementation, and evaluation. This framework is intended to offer practical benefits for executives and practitioners in developing communication strategies to enhance awareness and foster the sustainable development of community-based tourism.

Keywords: Strategic Communication Management / Local Administrative Organizations / Community-Based Tourism

¹ Doctor of Philosophy (Ph.D.) Student in Communication Arts, Sukhothai Thammathirat Open University

² Associate Professor (Dr.), Lecturer in Communication Arts Program, Sukhothai Thammathirat Open University

³ Assistant Professor (Dr.), Lecturer in Communication Arts Program, Sukhothai Thammathirat Open University

บทนำ

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism : CBT) ได้รับการยอมรับในฐานะเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน โดยมีองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นกลไกหลักในระดับพื้นที่ (ดงนภสร ณ ป้อมเพชร์ และ อธิภัทร กิจจารักษ์, 2567) ทั้งนี้ความสำเร็จในการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้บรรลุศักยภาพสูงสุดนั้นขึ้นอยู่กับการจัดการการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพซึ่งกลายเป็นความท้าทายสำคัญที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจำนวนมากกำลังเผชิญ จากการสังเคราะห์ข้อมูลพบว่า แม้หลายพื้นที่จะมีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่โดดเด่นแต่กลับประสบปัญหาในการสื่อสารเพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย (ฉันทย์สินดา บุตรจินดาเวศย์ และ สุกิจ ชัยมุสิก, 2565) ความท้าทายดังกล่าวนี้เองคือจุดเริ่มต้นและแรงผลักดันสำคัญที่ทำให้บทความวิชาการนี้มุ่งแสวงหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวอย่างเป็นระบบ

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า ความท้าทายด้านการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่ซับซ้อนโดยมีรากฐานมาจากการขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่ชัดเจน (วัชระ วรดิถี และ คณะ, 2568) ส่งผลให้การดำเนินงานมักเป็นการสื่อสารแบบแยกส่วน ยึดติดกับรูปแบบดั้งเดิมและไม่สามารถบูรณาการช่องทางสื่อสมัยใหม่ได้อย่างเต็มศักยภาพ (สมพร เกื้อไข และคณะ, 2565) ปัญหาเหล่านี้ถูกตอกย้ำด้วยวัฒนธรรมการสื่อสารจากบนลงล่างที่ขาดกระบวนการสร้างการมีส่วนร่วมจากชุมชนซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (ภัทรภร จิรมหาโภาค, 2565) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี ยังขาดการสังเคราะห์องค์ความรู้เพื่อพัฒนารอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั่วไป โดยเฉพาะกรอบที่บูรณาการทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เข้ากับหลักการจัดการภาครัฐแนวใหม่และบริบทของ CBT

ด้วยเหตุนี้ บทความวิชาการฉบับนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อทบทวนและสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำเสนอกรอบการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (SCM-CBT Framework) โดยกรอบแนวคิดที่พัฒนานี้จะมุ่งเน้นการบูรณาการกระบวนการวางแผน การดำเนินงาน และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ เพื่อใช้เป็นแนวทางปฏิบัติที่จับต้องได้เพื่อยกระดับขีดความสามารถด้านการสื่อสารและขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป

แนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนและความยั่งยืน (Concept of Community-Based Tourism and Sustainability)

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community-Based Tourism: CBT) เป็นปรัชญาและรูปแบบการพัฒนาการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญสูงสุดกับบทบาทของชุมชนท้องถิ่นในฐานะเจ้าของและบริหารจัดการทรัพยากรในพื้นที่ของตนเอง โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างความยั่งยืนในทุกมิติ (ละเอียด ขจรภัย, 2562) แนวคิดนี้ถือกำเนิดขึ้นเพื่อเป็นทางเลือกในการพัฒนาที่แตกต่างไปจากการท่องเที่ยวแบบมวลชน (Mass Tourism) ซึ่งมักนำไปสู่ผลกระทบเชิงลบและลดทอนอำนาจการควบคุมของคนในท้องถิ่น (Chatkaewnapanon & Lee, 2022)

หัวใจสำคัญของ CBT จึงไม่ใช่เพียงการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่คือการสร้างกระบวนการที่ชุมชนสามารถเสริมสร้างศักยภาพ (Empowerment) กำหนดทิศทางการพัฒนาและได้รับประโยชน์จากการท่องเที่ยวอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง (Apriliani et al., 2019)

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปองค์ประกอบและหลักการสำคัญของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นหัวใจสำคัญ (Community Participation as the Core) การมีส่วนร่วมถือเป็นรากฐานที่สำคัญที่สุดของ CBT ซึ่งปรากฏในทุกขั้นตอนของกระบวนการพัฒนา สรุปหลักการมีส่วนร่วม ประกอบด้วย 1) การวางแผนและตัดสินใจร่วมกัน โดยชุมชนต้องเข้ามามีบทบาทหลักในการกำหนดทิศทาง วิสัยทัศน์ และนโยบายการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตนเอง 2) การมีส่วนร่วมในกระบวนการดำเนินงานสมาชิกในชุมชนมีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ตามความถนัดและความสนใจ ไม่ว่าจะเป็นการเป็นมัคคุเทศก์ ผู้ประกอบการที่พัก หรือผู้ผลิตสินค้าที่ระลึก 3) การแบ่งปันผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม โดยผลประโยชน์ที่เกิดขึ้นจากการท่องเที่ยว ทั้งในรูปแบบของตัวเงินและที่ไม่ใช่ตัวเงินจะต้องถูกกระจายอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมเพื่อป้องกันการผูกขาดและลดความขัดแย้งภายในชุมชน (ดั่งนภสร ฌ ป้อมเพชร และ ธีรภัทร กิจจาร์ักษ์, 2567) และ 4) การสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนจากภายนอก ซึ่งการพัฒนา CBT จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคส่วนภายนอก ทั้งภาครัฐ เอกชน และสถาบันการศึกษา แต่การสนับสนุนดังกล่าวต้องเป็นไปในลักษณะของการส่งเสริมและอำนวยความสะดวกไม่ใช่การเข้ามาควบคุมหรือชี้นำ (Apriliani et al., 2019)

2. การบูรณาการทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรท้องถิ่น (Integration of Cultural Capital and Local Resources) โดย CBT ให้คุณค่ากับความเป็นของแท้ โดยการนำทุนทางวัฒนธรรมและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาเป็นสินทรัพย์หลักในการดึงดูดนักท่องเที่ยวซึ่งรวมถึงวิถีชีวิต ประเพณี ภูมิปัญญาท้องถิ่น อาหาร ประวัติศาสตร์ และทรัพยากรธรรมชาติ (เศกสรรค์ วรรณพงษ์ และคณะ, 2568) การนำเสนอสิ่งเหล่านี้ผ่านเรื่องเล่า (Storytelling) และกิจกรรมที่สร้างสรรค์จะช่วยสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจและแตกต่างให้นักท่องเที่ยว ในขณะที่เดียวกันก็เป็นการปลูกจิตสำนึกให้คนในชุมชนตระหนักถึงคุณค่าและเกิดความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์ของตนเอง (จริญญา ตูมะแก้ว และคณะ, 2567; อรัญญา พงศ์สะอาด และ ปฐมาพร เนตินันท์, 2567)

3. เป้าหมายสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน (The Goal of Sustainable Development) ความยั่งยืนเป็นเป้าหมายสูงสุดของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งครอบคลุมใน 3 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ มุ่งเน้นการสร้างรายได้และกระจายรายได้สู่เศรษฐกิจฐานรากอย่างเป็นธรรม ช่วยลดความยากจน และสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ในระยะยาว (ดั่งนภสร ฌ ป้อมเพชร และ ธีรภัทร กิจจาร์ักษ์, 2567) 2) ความยั่งยืนทางสังคมและวัฒนธรรม ส่งเสริมการอนุรักษ์และฟื้นฟูวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตดั้งเดิมให้คงอยู่ การท่องเที่ยวกลายเป็นเครื่องมือในการสร้างความภาคภูมิใจในอัตลักษณ์และเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของคนในชุมชน นอกจากนี้ยังเปิดโอกาสให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ทางวัฒนธรรมระหว่างเจ้าบ้านและผู้มาเยือน (ปิยะนุช สิ้นันตา และคณะ, 2567) และ 3) ความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม

ให้ความสำคัญกับการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีความรับผิดชอบ ส่งเสริมกิจกรรมท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและปลูกฝังจิตสำนึกในการอนุรักษ์ให้ทั้งคนในชุมชนและนักท่องเที่ยว (ละเอียด ขจรภักย์, 2562)

จะเห็นได้ว่าการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นแนวความคิดการพัฒนาแบบองค์รวมที่ซับซ้อนและมีพลวัต ไม่ใช่เพียงแค่ผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว แต่เป็นกระบวนการที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วม การจัดการอย่างมีกลยุทธ์ และความเข้าใจอย่างลึกซึ้งต่อบริบทของชุมชนเพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่สมดุลและยั่งยืนอย่างแท้จริง ซึ่งองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะมีบทบาทและความท้าทายอย่างยิ่งในการสนับสนุนให้กระบวนการนี้เกิดขึ้นได้จริงในพื้นที่ต่อไป

บทบาทและความท้าทายขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.)

ในระบบนิเวศของการท่องเที่ยวโดยชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) มีสถานะเป็นทั้งผู้มีส่วนได้ส่วนเสียหลักในการขับเคลื่อน (Key Driver) และเป็นผู้สนับสนุนอำนวยความสะดวกที่สำคัญที่สุดในระดับพื้นที่ (Aprilani et al., 2019; Mardiansyah, 2025) เนื่องจากเป็นหน่วยงานภาครัฐที่ใกล้ชิดกับประชาชนและเข้าใจบริบทของท้องถิ่นได้ดีที่สุด บทบาทของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงมีความหลากหลายและซับซ้อนครอบคลุมตั้งแต่ระดับนโยบายไปจนถึงระดับปฏิบัติการ

บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปบทบาทสำคัญขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ดังนี้

1. บทบาทในฐานะผู้ประสานงานและผู้สร้างเครือข่าย (Coordinator and Network Builder) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นตัวกลางในการประสานงานระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภายนอก ไม่ว่าจะเป็นหน่วยงานภาครัฐระดับจังหวัดหรือประเทศ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษาเพื่อระดมทรัพยากร องค์ความรู้และการสนับสนุนที่จำเป็นต่อการพัฒนา (Mardiansyah, 2025)

2. บทบาทในฐานะผู้วางแผนและผู้ผลักดันนโยบาย (Planner and Policy Implementer) โดยทำหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับท้องถิ่นให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติและยุทธศาสตร์จังหวัด รวมถึงการผลักดันนโยบายที่เอื้อต่อการดำเนินงานของชุมชน (Aprilani et al., 2019)

3. บทบาทในฐานะผู้จัดสรรงบประมาณและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน (Budget Allocator and Infrastructure Developer) การสนับสนุนด้านงบประมาณและการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็น เช่น ถนน ป้ายบอกทาง ระบบสาธารณสุข เป็นบทบาทที่จับต้องได้และมีความสำคัญอย่างยิ่งในการอำนวยความสะดวกและสร้างความปลอดภัยให้แก่นักท่องเที่ยว (ธัญย์สิตา บุตรจินดาเวศย์ และ สุกิจ ชัยมุสิก, 2565; สุภัทธานี ชุนสิงห์สกุล, 2565)

4. บทบาทในฐานะผู้กำกับดูแลและผู้ออกกฎระเบียบ (Regulator) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจในการออกข้อบัญญัติหรือกฎระเบียบต่างๆ เพื่อบริหารจัดการการท่องเที่ยวในพื้นที่ให้เป็นระเบียบเรียบร้อยและยั่งยืน เช่น การจัดการขยะ การดูแลความปลอดภัย และการควบคุมผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรม (Aprilani et al., 2019)

ความท้าทายเชิงการจัดการการสื่อสารที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกำลังเผชิญ

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทที่สำคัญตามกฎหมายและตามความคาดหวัง แต่ในทางปฏิบัติกลับต้องเผชิญกับความท้าทายเชิงโครงสร้างและเชิงสมรรถนะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้การส่งเสริมการท่องเที่ยวไม่บรรลุผลสำเร็จเท่าที่ควร จากการทบทวนวรรณกรรมสามารถสังเคราะห์ความท้าทายหลักได้ 4 ประการ ดังนี้

1. การขาดการวางแผนการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Lack of Strategic Communication Planning) งานวิจัยจำนวนมากแสดงผลตรงกันว่า การสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมักขาดแผนแม่บทที่เป็นระบบและมีทิศทางชัดเจน การดำเนินงานส่วนใหญ่เป็นไปในลักษณะโครงการเฉพาะกิจหรือทำตามความถนัดของบุคลากรที่มีอยู่ มากกว่าที่จะเกิดจากการวิเคราะห์สถานการณ์ กำหนดกลุ่มเป้าหมาย และวางกลยุทธ์ด้านการสื่อสารอย่างเต็มรูปแบบ (วัชร วรรดิณี และคณะ, 2568; เจริญเนตร แสงดวงแข, 2564) ส่งผลให้การสื่อสารขาดความต่อเนื่องและไม่สามารถสร้างผลกระทบในระยะยาวได้

2. การยึดติดกับรูปแบบการสื่อสารแบบดั้งเดิมและไม่บูรณาการ (Reliance on Traditional and Fragmented Communication) ในยุคที่นักท่องเที่ยวค้นหาข้อมูลและวางแผนการเดินทางผ่านช่องทางดิจิทัลเป็นหลัก องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นหลายแห่งยังคงพึ่งพาการสื่อสารในรูปแบบดั้งเดิม เช่น สื่อบุคคล ป้ายประชาสัมพันธ์ หรือสื่อสิ่งพิมพ์ ซึ่งมีข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายในวงกว้าง (สมพร เกื้อไข และคณะ, 2565) แม้บางแห่งจะเริ่มใช้สื่อสังคมออนไลน์แต่ก็มักเป็นการใช้แบบแยกส่วน ไม่มีการบูรณาการเนื้อหาและช่องทางต่าง ๆ เข้าด้วยกันทำให้สารที่สื่อออกไปกระจัดกระจายและขาดความเป็นเอกภาพ นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงการขาดความพร้อมในการปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอีกด้วย (เศกสรรค์ วรรณพงษ์ และคณะ, 2568)

3. การสื่อสารทางเดียวและขาดการมีส่วนร่วมของชุมชน (Top-Down Communication and Lack of Community Participation) ปัญหาที่สำคัญที่สุดประการหนึ่งคือ กระบวนการสื่อสารมักเป็นแบบทางเดียวจากบนลงล่าง (Top-down) โดยองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทำหน้าที่เป็นผู้ผลิตและกระจายสารแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยขาดกระบวนการดึงชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์เนื้อหาและบอกเล่าเรื่องราวของตนเอง (ภัทรภร จิรมหาโกลา, 2565) การขาดการมีส่วนร่วมนี้ไม่เพียงแต่ทำให้เนื้อหาที่สื่อสารออกไปขาดความเป็นของแท้ซึ่งเป็นหัวใจของการท่องเที่ยวโดยชุมชน แต่ยังขัดแย้งกับหลักการพื้นฐานของ CBT ที่เน้นการเสริมสร้างศักยภาพและการเป็นเจ้าของโดยชุมชน (สุภาพร กลิ่นนาค และคณะ, 2566)

4. ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและองค์ความรู้เฉพาะทาง (Constraints in Resources and Expertise) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในพื้นที่ห่างไกล มักเผชิญกับข้อจำกัดด้านงบประมาณและบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล การสร้างแบรนด์หรือการผลิตสื่อสมัยใหม่โดยตรง (สุภัทธินีย์ ขุนสิงห์สกุล, 2565) ข้อจำกัดนี้เป็นอุปสรรคสำคัญที่ทำให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถพัฒนานวัตกรรมหรือรูปแบบการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพเพื่อแข่งขันในตลาดการท่องเที่ยวที่มีการแข่งขันสูงได้และยังรวมถึงปัญหาและอุปสรรคด้านศักยภาพขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอีกด้วย (ช่อผกา สุขชา และคณะ, 2567)

ความท้าทายดังกล่าวมาทั้งหมดนี้ แม้จะถูกนำเสนอเป็นประเด็นแยกย่อยแต่เมื่อทำการสังเคราะห์ในเชิงลึกจะพบว่า ปัญหาเหล่านี้ไม่ได้ดำรงอยู่อย่างเป็นเอกเทศแต่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ การขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์เป็นต้นตอสำคัญที่นำไปสู่การสื่อสารที่ยึดติดกับรูปแบบดั้งเดิมและไม่บูรณาการ เนื่องจากไม่มีทิศทางที่ชัดเจนในการเลือกใช้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ ขณะเดียวกัน โครงสร้างการทำงานแบบราชการยังส่งเสริมให้เกิดการสื่อสารจากบนลงล่าง ซึ่งปัญหาข้อนี้มีสาเหตุมาจากข้อจำกัดด้านองค์ความรู้เฉพาะทางของบุคลากรทำให้ อปท. ไม่สามารถสร้างกระบวนการสื่อสารแบบมีส่วนร่วมจากชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยเหตุนี้ การแก้ไขปัญหาจึงไม่สามารถทำแบบแยกส่วนได้แต่จำเป็นต้องมีกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่สามารถตอบโจทย์ความท้าทายเชิงโครงสร้างเหล่านี้ได้พร้อมกัน ซึ่งเป็นที่มาของความจำเป็นในการพัฒนา SCM-CBT Framework ในบทความนี้

ทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ (Strategic Communication)

การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ คือการสื่อสารที่มีเป้าหมายและมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (วิษระ วรดิถี และคณะ, 2568) ซึ่งเป็นแนวคิดที่กว้างกว่าการประชาสัมพันธ์ (Public Relations) แบบดั้งเดิม โดยครอบคลุมทุกมิติของการสื่อสารที่องค์กรใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ บรรลุเป้าหมาย และจัดการภาพลักษณ์ในบริบทของการท่องเที่ยวโดยชุมชน การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการเผยแพร่ข้อมูลแต่ให้ความสำคัญกับการสื่อสารเพื่อสร้างคุณค่าและอัตลักษณ์ ดังนี้

1) การสื่อสารอัตลักษณ์ (Identity Communication) เป็นการนำเสนอตัวตนที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชน ไม่ว่าจะเป็นประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต ความเชื่อ ประเพณี หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อสร้างความแตกต่างและจุดขายที่โดดเด่น การสื่อสารอัตลักษณ์ที่มีประสิทธิภาพจะช่วยสร้างภาพลักษณ์ที่น่าจดจำและดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่สนใจประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมอย่างแท้จริง (อัจฉริยา โชติกลาง และคณะ, 2568; จริญญา ตูมะแก้ว และคณะ, 2567; บุรณ์ชน สุขคุ้ม, 2567)

2) การเล่าเรื่อง (Storytelling) เป็นกลยุทธ์สำคัญในการแปลงข้อมูลและข้อเท็จจริงที่อาจดูแห้งแล้งให้กลายเป็นเรื่องราวที่น่าสนใจ มีชีวิตชีวาและสร้างความผูกพันทางอารมณ์กับผู้รับสาร การเล่าเรื่องราวเบื้องหลังของสถานที่ บุคคล หรือผลิตภัณฑ์ในชุมชนจะช่วยสร้างคุณค่าและความหมายให้กับการท่องเที่ยวได้มากกว่าการให้ข้อมูลเพียงอย่างเดียว (กษมล พงษ์วีชรนนท์ และ คณะ, 2568)

3) กระบวนการที่เป็นระบบ (Systematic Process) การสื่อสารเชิงกลยุทธ์ให้ความสำคัญกับกระบวนการที่เป็นขั้นตอนชัดเจน ซึ่งโดยทั่วไปประกอบด้วย การวางแผน (Planning) โดยเริ่มจากการวิเคราะห์สถานการณ์และกำหนดวัตถุประสงค์, การดำเนินการ (Implementation) หรือการลงมือปฏิบัติตามแผน และการประเมินผล (Evaluation) เพื่อวัดผลสำเร็จและนำข้อมูลกลับมาปรับปรุงแผนในอนาคต (จุฬารัตน์ จุลภักดิ์ และคณะ, 2567; ปิยะนุช สิ้นันตา และคณะ, 2567)

การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC)

IMC คือแนวคิดในการผสมผสานและบูรณาการเครื่องมือสื่อสารการตลาดที่หลากหลาย เพื่อส่งมอบสารที่ชัดเจน สอดคล้องกัน และสร้างผลกระทบสูงสุด (ปิยะนุช สิ้นันตา และคณะ, 2567) แนวคิดนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่ผู้บริโภคหรือนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงข้อมูลได้จากหลายช่องทาง การสื่อสารที่ไม่บูรณาการจะทำให้เกิดความสับสนและลดทอนความน่าเชื่อถือของแบรนด์การท่องเที่ยว จากการทบทวนงานวิจัย สามารถจำแนกเครื่องมือสื่อสารที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำมาบูรณาการได้ ดังนี้

1) สื่อดั้งเดิม (Traditional Media) ยังคงมีบทบาทในการเข้าถึงคนบางกลุ่ม เช่น วิทยุชุมชน สื่อสิ่งพิมพ์ท้องถิ่น หรือป้ายประชาสัมพันธ์ ซึ่งยังคงมีประสิทธิภาพในการสื่อสารกับคนในชุมชนหรือนักท่องเที่ยวกลุ่มผู้สูงอายุ (สมพร เกื้อไข และคณะ, 2565)

2) สื่อดิจิทัล (Digital Media): ถือเป็นเครื่องมือที่สำคัญที่สุดในปัจจุบัน ได้แก่

2.1) สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) แพลตฟอร์มอย่าง Facebook Instagram TikTok และ YouTube เป็นช่องทางหลักในการสร้างการรับรู้ สร้างปฏิสัมพันธ์และเผยแพร่เนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย ทั้งภาพ วิดีโอ และเรื่องเล่า (เศกสรรค์ วรรณพงษ์ และคณะ, 2568)

2.2) เทคโนโลยีสมัยใหม่ การนำเทคโนโลยีอย่าง Virtual Reality (VR) หรือ Augmented Reality (AR) มาสร้างประสบการณ์ทัวร์เสมือนจริง (Virtual Tour) กำลังเป็นแนวโน้มใหม่ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสบรรยากาศของสถานที่ได้ก่อนตัดสินใจเดินทางจริง (พีรพล สุวรรณชีพ และคณะ, 2568)

3) สื่อบุคคล (Personal Media) ในบริบทของชุมชน สื่อบุคคลถือเป็นช่องทางที่ทรงพลังและน่าเชื่อถือที่สุด ซึ่งรวมถึง ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน ผู้ประกอบการในพื้นที่ จนถึงผู้นำทางความคิด (Influencers) ในท้องถิ่น การสื่อสารผ่านบุคคลเหล่านี้จะช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและถ่ายทอดเรื่องราวได้อย่างมีชีวิตชีวา (ประภาภรณ์ รัตโน และคณะ, 2566)

4) สื่อกิจกรรม (Event Media) การจัดกิจกรรมหรือเทศกาลประเพณีต่าง ๆ เป็นเครื่องมือสื่อสารที่ทรงพลังในการสร้างประสบการณ์ตรงและดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังพื้นที่ (จุฬารัตน์ จุลภักดิ์ และคณะ, 2567; แวนแก้ว ชัยอาราม และคณะ, 2568)

การมีเครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายดังที่กล่าวมาเป็นเพียงองค์ประกอบหนึ่ง แต่หัวใจสำคัญของ IMC คือการนำเครื่องมือเหล่านั้นมาบูรณาการภายใต้การวางแผนที่เป็นระบบและมีทิศทางชัดเจน เพื่อตอบโจทย์ดังกล่าว โมเดล RACE ซึ่งถูกนำเสนอครั้งแรกโดย Marston (1963, as cited in Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) จึงได้กลายเป็นกรอบการวางแผนพื้นฐานที่สำคัญในงานด้านการสื่อสาร ประกอบด้วยกระบวนการ 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การวิจัย (Research) เพื่อวิเคราะห์สถานการณ์ 2) การวางแผนปฏิบัติการ (Action) เพื่อกำหนดกลยุทธ์ 3) การสื่อสาร (Communication) เพื่อนำแผนไปปฏิบัติ และ 4) การประเมินผล (Evaluation) เพื่อวัดผลลัพธ์ ซึ่งต่อมา Chaffey and Ellis-Chadwick (2019) ได้นำกรอบการทำงานนี้มาประยุกต์ใช้ในบริบทของการตลาดดิจิทัลโดยเฉพาะ เพื่อให้สอดคล้องกับการบริหารจัดการที่เน้นการใช้ข้อมูลเป็นฐานในการตัดสินใจ (Data-Driven Decision Making)

ในขณะเดียวกัน เมื่อพิจารณาในมิติของการบูรณาการช่องทางสื่อในยุคดิจิทัล PESO Model ซึ่งพัฒนาโดย Dietrich (2014) ได้กลายเป็นกรอบคิดที่สำคัญในการจำแนกและวางแผนการใช้สื่อผสมผสาน 4 ประเภท ได้แก่ สื่อที่จ่ายเงิน (Paid Media) เช่น โฆษณาออนไลน์ สื่อที่ได้รับมา เช่น ข่าวประชาสัมพันธ์หรือการรีวิว สื่อที่แบ่งปันคือ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ และสื่อขององค์กรเอง (Owned Media) เช่น เว็บไซต์หรือแอปพลิเคชัน การนำโมเดล PESO มาประยุกต์ใช้จะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถวางแผนการใช้สื่อได้อย่างครอบคลุมและสร้างผลกระทบแบบทวีคูณในทุกช่องทางที่นักท่องเที่ยวเป้าหมายมีปฏิสัมพันธ์

โดยสรุป การนำทฤษฎีการสื่อสารเชิงกลยุทธ์มาเป็นกรอบคิดเพื่อวางแผนอย่างเป็นระบบและนำแนวคิด IMC พร้อมด้วยโมเดลอย่าง RACE (Marston, 1963, as cited in Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) และ PESO (Dietrich, 2014) มาเป็นเครื่องมือในการปฏิบัติเพื่อบูรณาการช่องทางสื่อสารที่หลากหลายจะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเอาชนะความท้าทายและพัฒนากระบวนการสื่อสารที่สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งแนวทางดังกล่าวนี้เองที่เป็นรากฐานสำคัญของกรอบแนวคิด SCM-CBT ที่จะนำเสนอในส่วนถัดไป

กรอบการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (SCM-CBT Framework)

จากการสังเคราะห์ให้เห็นว่าความท้าทายด้านการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีความเชื่อมโยงกันเชิงระบบ ดังนั้นการแก้ไขจึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือเชิงบูรณาการที่สามารถตอบโจทย์ปัญหาได้ในทุกมิติ ผู้วิจัยจึงได้พัฒนา กรอบการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน หรือ SCM-CBT Framework ขึ้น โดยกรอบแนวคิดนี้มีได้เป็นเพียงขั้นตอนการวางแผนทั่วไป แต่ถูกออกแบบมาโดยเฉพาะเพื่อเป็นแนวทางในการแก้ไขปัญหา สำหรับการเอาชนะความท้าทายหลัก 4 ประการ โดยแต่ละขั้นตอนของกรอบแนวคิดจะเชื่อมโยงกับการแก้ไขปัญหาโดยตรง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์สถานการณ์และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Situational and Stakeholder Analysis) ขั้นตอนนี้คือการวางรากฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ เป็นการสำรวจทุนที่มีอยู่และทำความเข้าใจบริบทแวดล้อมทั้งหมดก่อนที่จะเริ่มวางแผนการสื่อสาร ประกอบด้วย

1.1 การวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมและสินทรัพย์ทางการท่องเที่ยว (Cultural Capital & Tourism Asset Analysis) องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเริ่มต้นจากการสำรวจและประเมินศักยภาพของทรัพยากรในพื้นที่อย่างลึกซึ้ง ไม่ว่าจะเป็นทรัพยากรทางธรรมชาติที่โดดเด่น ทรัพยากรทางวัฒนธรรม เช่น ประวัติศาสตร์ ประเพณี พิธีกรรม (ประภาภรณ์ รัตโน และคณะ, 2566) หรือภูมิปัญญาท้องถิ่นที่เป็นเอกลักษณ์ (จริญญา ตุมะแก้ว และคณะ, 2567) เพื่อค้นหาอัตลักษณ์และเรื่องราวที่สามารถพัฒนาเป็นจุดขายที่แตกต่างและเป็นของแท้ได้ (ภัทรภร จิรมหาโกคา, 2565) ขั้นตอนนี้ถูกออกแบบมาเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการแก้ไขปัญหาการขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ โดยให้หน่วยงานเริ่มต้นจากการใช้ข้อมูลไม่ใช่การทำโครงการตามความถนัดของบุคลากร

1.2 การวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายและภูมิทัศน์สื่อ (Target Audience & Media Landscape Analysis) ทำความเข้าใจว่านักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายคือใคร มีพฤติกรรม ความต้องการและช่องทางการรับสื่ออย่างไร โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่นักท่องเที่ยวใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลและวางแผนการ

เดินทางเป็นหลัก (เศกสรรค์ วรรณพงษ์ และคณะ, 2568) การวิเคราะห์นี้จะช่วยให้สามารถเลือกใช้ช่องทางการสื่อสารและออกแบบเนื้อหาได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

1.3 การวิเคราะห์ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Stakeholder Analysis) การท่องเที่ยวโดยชุมชนเกี่ยวข้องกับคนหลายกลุ่มองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงจำเป็นต้องระบุและทำความเข้าใจบทบาท ความคาดหวัง และความสัมพันธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทั้งหมด ตั้งแต่สมาชิกในชุมชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ ไปจนถึงหน่วยงานภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชน (วัชร วรรดิดี และคณะ, 2568; Mardiansyah, 2025) เพื่อสร้างแนวทางการทำงานร่วมกันและลดความขัดแย้งที่อาจเกิดขึ้น

ขั้นตอนที่ 2 การวางแผนกลยุทธ์ (Strategy Formulation) หลังจากมีความเข้าใจในสถานการณ์อย่างรอบด้านแล้ว ข้อมูลทั้งหมดจะถูกนำมาใช้ในการกำหนดทิศทางและกลยุทธ์การสื่อสารที่ชัดเจนประกอบด้วย

2.1 กำหนดวัตถุประสงค์การสื่อสาร (Communication Objectives) ตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน วัดผลได้ และสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาโดยรวม เช่น เพื่อสร้างการรับรู้ (Awareness) แหล่งท่องเที่ยวใหม่ รวมถึงเพื่อส่งเสริมภาพลักษณ์ (Image Building) ด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และเพื่อกระตุ้นให้เกิดการเดินทาง (Call to Action) ในช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว (จุฬารัตน์ จุลภักดี และคณะ, 2567)

2.2 พัฒนากลยุทธ์สารและการเล่าเรื่อง (Message & Storytelling Strategy) นำ “อัตลักษณ์” ที่ค้นพบในขั้นตอนแรก มาพัฒนาเป็นแก่นสารหลัก (Core Message) และสร้างสรรค์เรื่องเล่า (Story) ที่น่าสนใจ และสร้างความผูกพันทางอารมณ์ สารที่สื่อออกไปต้องสะท้อนคุณค่าที่แท้จริงของชุมชนและสื่อสารอย่างสม่ำเสมอทุกช่องทางเพื่อสร้างการจดจำ (อัจฉริยา โชติกลาง และคณะ, 2568)

2.3 วางแผนกลยุทธ์ช่องทางแบบบูรณาการ (Integrated Channel Strategy) ออกแบบการใช้เครื่องมือสื่อสารที่หลากหลายอย่างผสมผสานและสอดคล้องกัน (IMC) ตามหลักการที่ได้ทบทวนไว้ ทั้งสื่อดั้งเดิม (สื่อท้องถิ่น) เพื่อเข้าถึงคนในชุมชน สื่อดิจิทัล (Facebook TikTok เว็บไซต์ Virtual Tour) เพื่อเข้าถึงนักท่องเที่ยวในวงกว้าง สื่อบุคคล (ผู้นำชุมชน Influencer ท้องถิ่น) เพื่อสร้างความน่าเชื่อถือและสื่อกิจกรรม (เทศกาล ประเพณี) เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง (ปิยะนุช สิ้นันตา และคณะ, 2567; พีรพล สุวรรณชีพ และคณะ, 2568; แวนแก้ว ชัยอาราม และคณะ, 2568) หัวใจของขั้นตอนนี้คือการตอบโจทย์ความท้าทายเรื่องการสื่อสารแบบแยกส่วนโดยตรงผ่านการนำหลักการของ IMC มาใช้วางแผนการใช้สื่อผสมผสานให้ทำงานสอดประสานกัน เพื่อส่งมอบสารที่มีเอกภาพและทรงพลัง

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการสื่อสารและการสร้างการมีส่วนร่วม (Implementation and Engagement) ขั้นตอนนี้คือการนำแผนกลยุทธ์ไปสู่การปฏิบัติจริง โดยมีหัวใจสำคัญคือการสร้างการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ประกอบด้วย

3.1 การผลิตและเผยแพร่เนื้อหาข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-Platform Content Production) สร้างสรรค์เนื้อหาในรูปแบบที่หลากหลาย เช่น วิดีโอสั้น บทความ ภาพถ่าย อินโฟกราฟิก และปรับให้เหมาะสมกับลักษณะ

ของแต่ละแพลตฟอร์ม เพื่อสื่อสารเรื่องราวของชุมชนออกไปอย่างน่าสนใจและต่อเนื่อง (เศกสรรค์ วรรณพงษ์ และคณะ, 2568)

3.2 การสร้างเครือข่ายและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Network Building and Community Engagement) นี้คือขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการทำให้การสื่อสารมีความเป็นของแท้และยั่งยืนองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องเปลี่ยนบทบาทจาก ผู้ผลิตสารมาเป็นผู้อำนวยความสะดวกโดยการจัดตั้งคณะทำงานหรือเวทีที่เปิดโอกาสให้สมาชิกชุมชน เยาวชน ประชาชนชาวบ้าน และผู้ประกอบการเข้ามามีส่วนร่วมในการคิดและผลิตเนื้อหา (สุภาพร กลิ่นนาค และคณะ, 2566) การให้ชุมชนเป็นผู้เล่าเรื่องของตนเองจะสร้างเนื้อหาที่ทรงพลังและน่าเชื่อถือกว่าการสื่อสารโดยภาครัฐเพียงฝ่ายเดียว (ภัทรภร จิรมหาโกคา, 2565) นี้คือขั้นตอนที่สำคัญที่สุดในการเอาชนะปัญหาการสื่อสารทางเดียว โดยเปลี่ยนบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจากผู้ผลิตสารไปเป็นผู้อำนวยความสะดวกซึ่งเป็นหัวใจแท้จริงของการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT)

3.3 การส่งเสริมเนื้อหาที่สร้างโดยผู้ใช้ (User-Generated Content - UGC) ออกแบบกิจกรรมหรือแคมเปญที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนร่วมกันสร้างและแบ่งปันประสบการณ์ของตนเองผ่านสื่อสังคมออนไลน์ เช่น การจัดประกวดภาพถ่ายพร้อมติดแฮชแท็ก (#) ซึ่งเป็นวิธีการที่ทรงพลังในการขยายผลการสื่อสารและสร้างความน่าเชื่อถือแบบปากต่อปากในยุคดิจิทัล (จุฬารัตน์ จุลภักดิ์ และคณะ, 2567)

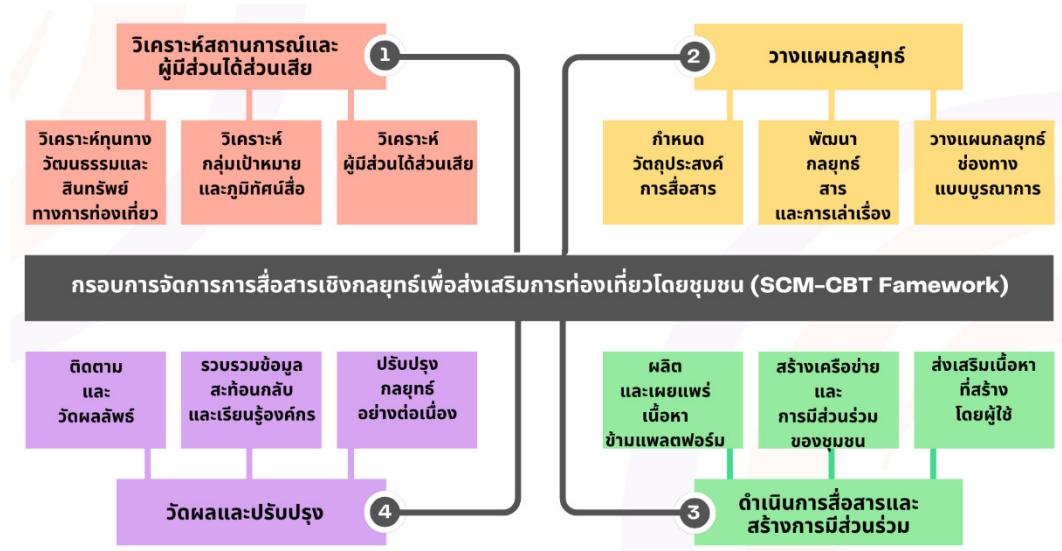
ขั้นตอนที่ 4 การวัดผลและปรับปรุง (Evaluation and Refinement) ขั้นตอนนี้คือกระบวนการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อให้แน่ใจว่าการสื่อสารบรรลุเป้าหมายและสามารถปรับตัวได้ทันต่อสถานการณ์ ประกอบด้วย

4.1 การติดตามและวัดผลลัพธ์ (Monitoring and Measurement) กำหนดตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) ที่ชัดเจนและวัดผลได้ในเชิงปริมาณ เช่น ยอดการเข้าถึง อัตราการมีส่วนร่วม และจำนวนนักท่องเที่ยวด้านเชิงคุณภาพ เช่น การรับรู้ ภาพลักษณ์ และความพึงพอใจ โดยใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัลและการสำรวจความคิดเห็น (ปิยะนุช สิ้นันตา และคณะ, 2567)

4.2 การรวบรวมข้อมูลสะท้อนกลับและการเรียนรู้ขององค์กร (Feedback Collection and Organizational Learning) จัดให้มีช่องทางหรือเวทีสำหรับรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะจากทุกภาคส่วน ทั้งนักท่องเที่ยว ชุมชน และภาคีเครือข่ายอย่างสม่ำเสมอ (วัชระ วรดิถี และคณะ, 2568) ข้อมูลเหล่านี้ถือเป็นสิ่งล้ำค่าสำหรับการเรียนรู้และค้นหาจุดที่ต้องปรับปรุง

4.3 การปรับปรุงกลยุทธ์อย่างต่อเนื่อง (Continuous Strategy Refinement) นำผลลัพธ์จากการวัดผลและข้อมูลสะท้อนกลับมาวิเคราะห์และถอดบทเรียนเพื่อใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์และแผนการดำเนินงานในรอบต่อไป ทำให้ SCM-CBT Framework เป็นกระบวนการที่เป็นวงจรที่มีการพัฒนาอย่างไม่หยุดนิ่ง กระบวนการเรียนรู้และปรับปรุงนี้จะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเอาชนะข้อจำกัดด้านทรัพยากรได้ในระยะยาว เพราะทำให้สามารถจัดสรรงบประมาณและกำลังคนไปในกิจกรรมที่วัดผลได้ว่าเกิดประสิทธิภาพสูงสุดและยังเป็นการสร้างองค์ความรู้ภายในองค์กรไปพร้อมกัน

โดยสรุป SCM-CBT Framework ที่นำเสนอนี้เป็นเครื่องมือเชิงกระบวนการที่มุ่งเปลี่ยนกระบวนการตัดสินใจ การสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจากการทำงานแบบแยกส่วนและเป็นผู้ดำเนินการเอง มาสู่การทำงานเชิงกลยุทธ์ที่บูรณาการและเน้นการมีส่วนร่วม ซึ่งจะช่วยให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถเอาชนะความท้าทายและเพิ่มศักยภาพของการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างยั่งยืน



ภาพที่ 1 กรอบการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน (SCM-CBT Framework) ที่มา : เรียบเรียงโดยผู้เขียน

การประยุกต์ใช้หลักการในทางปฏิบัติ การวิเคราะห์ผ่านกรณีศึกษาชุมชนนาหมื่นศรี

แม้ว่า SCM-CBT Framework จะเป็นกรอบแนวคิดที่นำเสนอขึ้นใหม่ แต่หลักการสำคัญที่อยู่ในกรอบแนวคิดนี้ได้ปรากฏให้เห็นแล้วในทางปฏิบัติของชุมชนที่ประสบความสำเร็จหลายแห่ง โดยมีกรณีศึกษาจากงานวิจัยของ ธรรมจักร เล็กบรรจง และคณะ (2565) ซึ่งได้ศึกษากระบวนการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวในชุมชนนาหมื่นศรี จังหวัดตรัง การนำข้อค้นพบจากงานวิจัยดังกล่าวมาวิเคราะห์ผ่านกรอบแนวคิด SCM-CBT สามารถแสดงให้เห็นถึงศักยภาพในการนำไปปฏิบัติได้จริง ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 และ 2 การวิเคราะห์และวางแผนกลยุทธ์ งานวิจัยระบุว่าจุดเริ่มต้นคือ การศึกษาบริบทชุมชนเพื่อค้นหาอัตลักษณ์และศึกษาแนวทางการพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับสองขั้นตอนแรกของ Framework ที่เน้นการเริ่มต้นจากการวิเคราะห์ทุนทางวัฒนธรรมและสินทรัพย์ภายในชุมชน ก่อนนำไปสู่การวางแผนกลยุทธ์ร่วมกัน

ขั้นตอนที่ 3 การดำเนินการและการสร้างการมีส่วนร่วม ในงานวิจัยได้ระบุว่ากระบวนการพัฒนาเกิดขึ้นผ่าน การเปิดเวทีชาวบ้าน การประชุมสร้างเครือข่าย และการประชุมเชิงปฏิบัติการ สิ่งนี้สะท้อนว่าองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและผู้นำชุมชนได้ทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวกตามหลักการของ Framework

อย่างแท้จริง โดยสร้างพื้นที่ให้เกิดการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วนจนนำไปสู่การจัดตั้งคณะกรรมการการท่องเที่ยวที่ประกอบด้วย 5 ฝ่าย ซึ่งเป็นการสร้างกระบวนการมีส่วนร่วมที่แข็งแกร่งและเป็นรูปธรรม

ขั้นตอนที่ 4 การวัดผลและปรับปรุง งานวิจัยได้กล่าวถึง การประเมินและยืนยันรูปแบบ ผ่านการจัดท่องเที่ยววนำร่องเพื่อตรวจสอบผลสะท้อนที่เกิดขึ้นซึ่งตรงกับขั้นตอนสุดท้ายของ Framework ที่เน้นการเรียนรู้และปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง ชุมชน นามีนศรีไม่ได้หยุดแค่การวางแผนแต่มีการนำไปทดลองปฏิบัติและรับฟังความคิดเห็นเพื่อนำมาปรับปรุงและยืนยันเป็น NA-MUENSI Model ในที่สุด

ดังนั้น กรณีศึกษาของชุมชนนามีนศรีจึงเป็นเครื่องยืนยันเชิงประจักษ์ว่า หลักการและกระบวนการที่นำเสนอใน SCM-CBT Framework ตั้งแต่การวิเคราะห์ การวางแผน การสร้างการมีส่วนร่วม ไปจนถึงการประเมินและปรับปรุงนั้นมีศักยภาพในการนำไปปฏิบัติให้เกิดผลสำเร็จและสร้างความยั่งยืนให้การท่องเที่ยวโดยชุมชนได้จริง

บทสรุปและข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์วรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง บทความนี้ได้นำเสนอข้อสรุปเชิงสังเคราะห์ที่สำคัญว่าความท้าทายด้านการสื่อสารขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนนั้นไม่ใช่ปัญหาที่แยกส่วนกัน แต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่มีความเชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ กล่าวคือการขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์นำไปสู่การสื่อสารที่ไม่บูรณาการ ซึ่งถูกต่อยอดด้วยวัฒนธรรมการสื่อสารจากบนลงล่างและการขาดกระบวนการมีส่วนร่วมจากชุมชน ด้วยเหตุนี้บทความจึงเสนอว่าการแก้ไขปัญหแบบนี้แยกส่วนจึงไม่สามารถสร้างผลลัพธ์ที่ยั่งยืนได้ เพื่อตอบโจทยความท้าทายเชิงโครงสร้างดังกล่าว บทความนี้จึงได้พัฒนา SCM-CBT Framework ขึ้นมาเป็นกรอบแนวคิดที่สำคัญ โดยกรอบแนวคิดนี้ไม่ได้เป็นเพียงขั้นตอนการจัดการทั่วไปแต่เป็นข้อเสนอเชิงบูรณาการที่แต่ละขั้นตอนถูกออกแบบมาเพื่อแก้ไขปัญหาที่วิเคราะห์ไว้โดยตรง ศักยภาพในการนำไปปฏิบัติของกรอบแนวคิดนี้ได้รับการยืนยันผ่านการวิเคราะห์ข้อค้นพบจากงานวิจัยเชิงปฏิบัติการกรณีศึกษาชุมชนนามีนศรี ของ ธรรมจักร เล็กบรรจง และคณะ (2565) ซึ่งมีกระบวนการพัฒนาที่สอดคล้องกับหลักการสำคัญของ Framework ที่นำเสนอ ดังนั้น SCM-CBT Framework จึงเป็นมากกว่าแนวทางปฏิบัติแต่ยังเป็นการนำเสนอกระบวนการที่คนใหม่ในการจัดการการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนสำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากข้อเสนอเชิงแนวคิดดังกล่าว ผู้เขียนจึงมีข้อเสนอแนะเพื่อการนำไปปฏิบัติสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในระดับต่าง ๆ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

หน่วยงานกำกับดูแลส่วนกลาง เช่น กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น และกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา ควรพิจารณาดำเนินการในเชิงรุกเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดังนี้

1.1 การพัฒนาศักยภาพบุคลากร ควรจัดทำ หลักสูตรฝึกอบรมระยะสั้น ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลและการจัดการการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ โดยใช้กรอบ SCM-CBT เป็นแกนหลักของหลักสูตร พร้อมทั้ง

จัดสรรงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดเล็กสามารถเข้าถึงการฝึกอบรมได้อย่างเท่าเทียม

1.2 การพัฒนาเครื่องมือและองค์ความรู้ ควรพัฒนาคู่มือปฏิบัติงานและชุดเครื่องมือดิจิทัลที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นสามารถนำไปปรับใช้ได้ทันที เช่น เหมเพลตสำหรับกรวางแผนเนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์หรือแนวทางการกำหนดและวัดผลตัวชี้วัดความสำเร็จ (KPIs) ที่ชัดเจน

1.3 การสร้างศูนย์กลางความเป็นเลิศ ควรพิจารณาจัดตั้งศูนย์กลางความเป็นเลิศด้านการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับภูมิภาคเพื่อทำหน้าที่เป็นที่เลี้ยงให้คำปรึกษา และเป็นศูนย์กลางในการรวบรวมและเผยแพร่กรณีศึกษาที่ประสบความสำเร็จเพื่อการเรียนรู้ร่วมกัน

2. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

สำหรับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ต้องการนำกรอบแนวคิดนี้ไปปรับใช้ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ควรเริ่มต้นจากการสร้างระบบนิเวศการทำงานที่เอื้อต่อความสำเร็จ โดยมีแนวทางดังนี้:

2.1 การจัดตั้งคณะกรรมการเชิงบูรณาการ การจัดตั้งคณะกรรมการด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวควรเป็นวาระสำคัญลำดับแรก โดยต้องมีองค์ประกอบจากหลากหลายภาคส่วนจริง ๆ ทั้งตัวแทนจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และที่สำคัญอย่างยิ่งคือตัวแทนเยาวชนคนรุ่นใหม่ที่มีความรู้ความสามารถด้านเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการสื่อสารยุคใหม่

2.2 การดำเนินโครงการนำร่อง แทนที่จะปรับเปลี่ยนการทำงานทั้งหมดในครั้งเดียวองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอาจเริ่มต้นด้วยกลยุทธ์ที่จัดการได้ง่ายกว่า โดยการเลือก 1-2 ชุมชนที่มีศักยภาพและความพร้อม มาดำเนินโครงการนำร่องตามกรอบ SCM-CBT เพื่อสร้างเป็นต้นแบบความสำเร็จที่สามารถวัดผลได้ชัดเจนและใช้เป็นกรณีศึกษาในการเรียนรู้และขยายผลไปยังพื้นที่อื่น ๆ ต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กชมล พงษ์วัชรนนท์, สุภาภรณ์ ศรีดี, หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล, และ สมาน งามสนิท. (2568). การสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวตามนโยบายคุณภาพและความยั่งยืนของชุมชนต้นแบบบ้านริมคลอง. **วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม**, 9(1), 352-362.
- จริญญา ตูมะแก้ว, สุภาภรณ์ ศรีดี, และ หฤทัย ปัญญาวุธตระกูล. (2567). การสื่อสารต่อการอนุรักษ์ประเพณีทางวัฒนธรรมล้านนาเพื่อการส่งเสริมภูมิปัญญาท้องถิ่น. **วารสารพุทธศาสตร์ มจร. อุบลราชธานี**, 6(3), 1948-1956.
- จุนารัตน์ จุลภักดี, วิทยาธร ท่อแก้ว, สุภาภรณ์ ศรีดี, และ จิตราภรณ์ สุทธิวรเศรษฐ์. (2567). การจัดการการสื่อสารการท่องเที่ยวการวิ่งเทรลที่ขับเคลื่อนโดยองค์การบริหารส่วนจังหวัด. **วารสารวิชาการร้อยแก่นสาร**, 9(6), 66-80.

- เจริญเนตร แสงดวงแข. (2564). การสื่อสารอัตลักษณ์ท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของชุมชนตำบลเกาะหมาก อำเภอปากพะยูน จังหวัดพัทลุง. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 29(2), 1-23.
- ช่อผกา สุขชา, พงศ์สวัสดิ์ ราชจันทร์, และสุรพงษ์ แสงเรณู. (2567). ศักยภาพองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม กรณีศึกษา วัดกุฎีมุขำ ตำบลคำพอง อำเภอโพธิ์ชัย จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารเมธีวิจัย**, 1(6), 46-60.
- ดั่งนภสร ณ ป้อมเพชร, และ ธีรภัทร กิจจารักษ์. (2567). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน: กรอบแนวคิดการจัดการภาครัฐแนวใหม่. **วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 10(3), 229-242.
- ธัญย์สิตา บุตรจินดาเวศย์, และ สุกิจ ชัยมุสิก. (2565). บทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการส่งเสริมการท่องเที่ยว อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. **วารสารสถาบันวิจัยพัฒนธรรม**, 9(2), 84-94.
- ธรรมจักร เล็กบรรจง, วันวิสาข์ พลอยอินสว่าง, และ จิระนาถ รุ่งช่วง. (2565). การพัฒนารูปแบบการมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวเชิงเกษตรอย่างยั่งยืนของชุมชนนาหมื่นศรี อำเภอนาโยง จังหวัดตรัง. **วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**, 22(3), 82-110.
- บุรณ์ชน สุขคุ้ม. (2567). กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของกลุ่มชาติพันธุ์กุ่มในจังหวัดสุรินทร์และจังหวัดศรีสะเกษ. **วารสาร มจร. อุบลปริทรรศน์**, 9(2), 972-988.
- ประภาภรณ์ รัตโน, อรัญญ อรัญมาตย์, สุชญญา กฤตาคม, เชษฐพัฒน์ สิริวิวัฒนตระกูล, และ นนทิพัฒน์ ไชยโสดา. (2566). ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวประเพณีบุญผะเหวด จังหวัดร้อยเอ็ด. **วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี**, 5(5), 84-94.
- ปิยะนุช สิ้นันตา, วรณิดา ชินบุตร, และ จารุพันธ์ เมธะพันธ์. (2567). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการร่วมสมัย เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและวัฒนธรรมในเขตพื้นที่สูง จังหวัดน่าน. **วารสารวิชาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา**, 32(2), 47-64.
- พีรพล สุวรรณชีพ, ลัญจกร นิลกาญจน์, และ ปัญญา เลิศไกร. (2568). การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์องค์ประกอบรวม. **วารสารราชพฤกษ์**, 23(2), 131-147.
- ภัทรภร จิรมหาโกคา. (2565). การจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนจังหวัดระยองในยุคดิจิทัล. **วารสารกระแสวัฒนธรรม**, 23(44), 18-30.
- ละเอียด ขจรภัย. (2562). รูปแบบการสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนแบบร่วมมือทุกภาคส่วนในพื้นที่จังหวัดปทุมธานี. **วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์**, 13(1), 126-140.
- วัชระ วรดิถี, ธิติพัฒน์ เอี่ยมนิรันดร์, และ วิทยาธร ท่อแก้ว. (2568). การจัดการการสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของอำเภอเคียนซา จังหวัดสุราษฎร์ธานี. **วารสารสังคมพัฒนศาสตร์**, 8(5), 206-217.

- แวนแก้ว ชัยอาราม, วิทยากร ท่อแก้ว, กรกช ชันธบุญ, และ พรปภัสสร ปริญาญกุล. (2568). การจัดการการสื่อสารขององค์การบริหารส่วนจังหวัดเพื่อยกระดับเทศกาลประเพณีท้องถิ่นภาคเหนือของประเทศไทยสู่ระดับชาติและนานาชาติ. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 9(8), 100-116.
- เศกสรรค์ วรรณพงษ์, สุภาภรณ์ ศรีดี, และ หลุยส์ ปัญญาวุฒตระกูล. (2568). นวัตกรรมสื่อสารเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน: กรณีศึกษาการใช้สื่อดิจิทัลของชุมชนท้องถิ่นในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารสหวิทยาการศึกษาศึกษาและพัฒนาสังคม*, 1(4), 1-12.
- สมพร เกื้อไข, วิทยากร ท่อแก้ว, และ ธิติพัฒน์ เอี่ยมรินทร์นทร. (2565). การสื่อสารเพื่อจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชนตะโหนด จังหวัดพัทลุง. *วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 15(2), 1-11.
- สุภาพร กลิ่นนาค, อัมมะทินนา ศรีสุพรรณ, และ ประสิทธิ์ชัย นรากรณ์. (2566). รูปแบบการสื่อสารและการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ส่งผลต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ชุมชนบ้านร่องกล้า อำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 9(8), 115-128.
- สุภัทธานีย์ ขุนสิงห์สกุล. (2565). การจัดการภาครัฐแนวใหม่เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์. *สัปดาห์: วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (สทมส.)*, 28(1), 65-80.
- อัจฉริยา โชติกลาง, ศุภฤกษ์ สายแก้ว, และ วิภาวี จันทร์ศรี. (2568). การสื่อสารอัตลักษณ์ของตำบลเจ็ดเสมียน อำเภอโพธาราม จังหวัดราชบุรี จากบุคลิกเฉพาะพื้นที่. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์*, 19(2), 277-288.
- อรัญญา พงศ์สะอาด, และ ปฐมภาพ เนตินันท์. (2567). การสื่อสารซอฟต์แวร์ผ่านสื่อวัฒนธรรมเช่นสรวงปู่ตาของชุมชนกุย-เขมรในชุมชนท้องถิ่นอีสานใต้. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 8(2), 23-35.
- Aprilani, T. L., Yuliarmi, & Marhaeni, A. A. I. N. (2019). The role of the government in development of community-based tourism on economic growth inclusivity. *Journal of the Community Development in Asia*, 2(3), 96-105.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
- Chatkaewnapanon, Y., & Lee, T. J. (2022). Planning sustainable community-based tourism in the context of Thailand: Community, development, and the foresight tools. *Sustainability* 2022, 14(12), 7413. <https://doi.org/10.3390/su14127413>
- Dietrich, G. (2014). *Spin sucks: Communication and reputation management in the digital age*. Que Publishing.
- Mardiansyah, I. (2025). The importance of leadership communication in overseeing community-based tourism in Purwabakti Village, Indonesia. *Humanities Journal*, 2(1), 2025006. <https://doi.org/10.31893/humanitj.2025006>

**คำแนะนำในการตีพิมพ์
บทความวิจัยหรือบทความวิชาการ**

คำแนะนำสำหรับผู้ประสงค์ส่งบทความลงตีพิมพ์ ในวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น

วารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร มีวัตถุประสงค์เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่ผลงานทางวิชาการและวิจัยของบุคลากร คณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา และบุคคลทั่วไป ทั้งหน่วยงานภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย เพื่อส่งเสริมและสนับสนุนผลงานวิจัยให้มีคุณภาพ และเป็นที่ยอมรับในแวดวงวิชาการต่อไป โดยกำหนดตีพิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการตรวจพิจารณาจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ หากมีความเห็นว่าจะต้องมีการปรับแก้ไขทางกองบรรณาธิการจะส่งคืนเพื่อแก้ไขและขอสงวนสิทธิ์การพิจารณาไม่ลงพิมพ์เมื่อไม่ผ่านการพิจารณา ผู้ที่มีความประสงค์จะส่งบทความเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ให้ปฏิบัติตามข้อแนะนำ ดังต่อไปนี้

การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

หลักเกณฑ์การส่งต้นฉบับและการพิมพ์บทความ

1. ต้นฉบับต้องพิมพ์ตามรูปแบบและข้อแนะนำในการเขียนบทความของวารสารนี้
2. ต้นฉบับที่ส่งมาให้พิจารณาตีพิมพ์จะต้องไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่นมาก่อน และจะต้องไม่ส่งตีพิมพ์ซ้ำซ้อนในวารสารหลายฉบับในเวลาเดียวกัน
3. เอกสารอ้างอิงข้างท้ายบทความให้แปลจากภาษาไทยให้เป็นภาษาอังกฤษโดยแยกเป็นส่วนเอกสารอ้างอิงภาษาไทย และเอกสารอ้างอิงภาษาอังกฤษ (References)
4. การตีพิมพ์บทความลงในวารสาร จะพิจารณาการตอบรับการลงตีพิมพ์เมื่อบทความผ่านตามขั้นตอนการปฏิบัติงานของวารสาร
5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการพิจารณาและตีพิมพ์บทความทุกเรื่องรวมทั้งการปรับปรุงบทความบางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิที่เป็นผู้อ่านบทความ
6. บทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสาร ถือว่าเป็นผลงานวิจัย ผลงานสร้างสรรค์ และผลงานวิชาการของผู้เขียนไม่ใช่ความคิดเห็นของกองบรรณาธิการ ผู้เขียนต้องรับผิดชอบต่อบทความของตน
7. บทความที่ได้ผ่านการพิจารณาแล้ว ทางกองบรรณาธิการจะแจ้งผลการพิจารณาให้ทราบเป็นลายลักษณ์อักษร

การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับเอกสารพร้อมไฟล์ข้อมูลมาที่ e-mail: jmld_fms@kpru.ac.th ทั้งนี้สามารถศึกษารายละเอียดเพิ่มเติมได้ที่เว็บไซต์ <https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD> และสามารถสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร 69 หมู่ที่ 1 ตำบลนครชุม อำเภอเมือง จังหวัดกำแพงเพชร 62000 หรือติดต่อสอบถามได้ที่ นายวชิรวิทย์ วรรณิกา โทรศัพท์ 0 5570 6511 ต่อ 3640 หรือ 08 8145 3615

รูปแบบการพิมพ์บทความ

1. ให้พิมพ์ลงบนกระดาษ ตั้งค่ากระดาษเป็น B5 (JIS) โดยจำนวนหน้าของเนื้อหาและเอกสารอ้างอิงรวมทั้งสิ้นไม่เกิน 15 หน้า ใช้รูปแบบของ Word ตัวอักษร TH SarabunPSK และแต่ละหน้าไม่เกิน 30 บรรทัด

2. ข้อปฏิบัติการพิมพ์แต่ละหัวข้อ/ส่วนประกอบ

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
1	ชื่อเรื่อง/บทความ	ระบุชื่อบทความทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
2	ชื่อผู้เขียนบทความ	ระบุชื่อผู้วิจัยผู้ร่วมวิจัย (ถ้ามี) อาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ กรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ทุกคนทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ไว้กึ่งกลางหน้ากระดาษ
3	สังกัดผู้เขียนบทความ	- ถ้าเป็นนักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชาที่ศึกษา และชื่อสถาบันการศึกษา - ถ้าไม่ใช่ นักศึกษา ให้ระบุวุฒิการศึกษา ตำแหน่งทางวิชาการ และ ชื่อหน่วยงานที่สังกัด (ถ้ามี) - กรณีที่เป็นบุคคลทั่วไป ให้ระบุวุฒิการศึกษา สาขาวิชา/ภาควิชา สถาบันที่สำเร็จการศึกษา ตำแหน่งงาน สถานที่ทำงานปัจจุบันหรือหน่วยงานที่สังกัด ขนาดตัวอักษร 12 พอยท์ ชนิดธรรมดา ไว้ที่เชิงอรรถท้ายหน้า
4	บทคัดย่อ (Abstract)	บทคัดย่อบทความวิจัย บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัด และบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป ซึ่งมีเนื้อหาประกอบด้วย วัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย และผลการวิจัย บทคัดย่อบทความวิชาการ บทคัดย่อภาษาไทย ไม่เกิน 10 บรรทัดและบทคัดย่อภาษาอังกฤษไม่เกิน 250 คำเขียนโดยสรุป สาระสำคัญจากเนื้อหา
5	คำสำคัญ (Keywords)	ระบุคำสำคัญ 2-5 คำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไว้ท้าย บทคัดย่อทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ
6	เนื้อหา (Content)	บทความวิจัย หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย 1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem) 2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives) 3. แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concept/Theory) 4. กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี) (Conceptual Framework) 5. สมมุติฐานการวิจัย (ถ้ามี) (Research Hypothesis)

ที่	ส่วนประกอบ	คำอธิบาย
		<p>6. วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology) (ระบุนายละเอียดเกี่ยวกับรูปแบบการวิจัย (Research Design) ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (Population and Sample) หรือแหล่งข้อมูล/ผู้ให้ข้อมูล (Source of Data / Informant) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย (Research Instrument / Tool) และการหาคุณภาพ (Quality Testing) การเก็บรวบรวมข้อมูล (Data Collection) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data Analysis โดยเขียนแยกหัวข้อ)</p> <p>7. สรุปผลการวิจัย (Conclusion) ระบุนผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์โดยสรุปซึ่งอาจมีตารางหรือภาพประกอบ</p> <p>8. อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) ระบุประเด็นที่เป็นผลการวิจัยที่สำคัญในแต่ละวัตถุประสงค์ และอภิปรายโดยมีการอ้างอิงทฤษฎีหรืองานวิจัย</p> <p>9. ข้อเสนอแนะ (Suggestion) ระบุนายละเอียดเกี่ยวกับข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไปโดยนำเสนอแยกหัวข้อ</p> <p>หัวข้อเนื้อหาทั้ง 7 หัวข้อ ไม่ต้องระบุหมายเลข ใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p> <p>บทความวิชาการ หัวข้อที่เสนอในเนื้อหา ประกอบด้วย</p> <p>1. บทนำ (Introduction) เนื้อหา (Content) และสรุป (Conclusion) ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดหนา ส่วนรายละเอียดเนื้อหาใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยท์ ชนิดธรรมดา</p>
7	ตาราง (ถ้ามี)	ใช้ตารางแบบเส้นคู่ เปิด-ปิดตาราง
8	ภาพ (ถ้ามี)	รูปภาพประกอบ บันทึกเป็นไฟล์ที่มีนามสกุล .JPG .JPEG หรือ .PNG คำอธิบายภาพใช้ขนาดตัวอักษร 14 พอยท์
9	การอ้างอิงในเนื้อหา	ลงรายการตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหาข้างท้ายนี้
10	เอกสารอ้างอิง (References)	ลงรายการบรรณานุกรมตามรูปแบบ APA ดังตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงข้างท้ายนี้ นำเสนอเฉพาะรายการที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ ให้ครบทุกรายการ และแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษด้วย

รูปแบบการเขียนรายการเอกสารอ้างอิง

สำหรับบทความที่ตีพิมพ์กำหนดให้ผู้เขียนรวบรวมเอกสารอ้างอิงเฉพาะรายการเอกสารที่ถูกอ้างไว้ในส่วนเนื้อเรื่องเท่านั้น ภายใต้หัวข้อ “เอกสารอ้างอิง” สำหรับบทความภาษาไทย และ “References” สำหรับบทความภาษาอังกฤษ หลักเกณฑ์การเขียนเอกสารอ้างอิงกำหนดให้ผู้เขียนใช้แบบ APA (American Psychological Association) citation style ดังนี้

ตัวอย่างรูปแบบการอ้างอิงแทรกในเนื้อหา

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

(สมพงษ์ ชูมาก, 2548, หน้า 10-12)

(สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้ากัลยาณิวัฒนา, 2531)

(Wilson, 2007, p. 67)

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

(อวยพร พาณิช และคนอื่นๆ, 2548, หน้า 51-53)

(Crouhy, et al., 2006, pp. 75-78)

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

(มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช, 2546, หน้า 10-11)

(สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2541, หน้า 5-6)

(Ministry of Education, 2002, pp.70-71)

2. วิทยานิพนธ์

(เขวงศักดิ์ เขียวเงิน, 2543, บทคัดย่อ)

(โอกามา จำแกะ, 2550)

(Almeida, 1990)

3. รายงานการประชุม

(นิทัศน์ ภัทรโยธิน, 2540, หน้า 30)

(PaitoonSinlarat, 1995, p.217)

4. วารสาร

(Bekarian, 1993, pp.574-575)

5. หนังสือพิมพ์

(สมศรี หาญอนันตสุข, 2550, หน้า 7)

(Krishman, 2007, pp.1, 12)

6. จุลสารแผ่นพับ แผ่นปลิว

(การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2541)

(Research and Training Center on Independent Living, 1993)

7. โสตทัศนวัสดุ

(ยุพดี พยักฆพันธ์, 2530)

8. ซีดีรอม

(อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร, 2543)

(Social Science Index, 1999)

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

(อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์, 2542)

(Abell, 2002)

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

(Kenneth, 1998)

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

(ชุม, (นามแฝง), 25 ตุลาคม 2542)

(ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2, 2550)

9.4 เอกสารจากเวปไซต์ไวด์เว็บ (www.)

(ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ม.ป.ป.)

(Ministry of Education, 2005)

10. การสัมภาษณ์

(ดิลก บุญเรืองรอด, 2543, กรกฎาคม 14)

(Page, 1991, March 5)

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

(จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว, 2557)

(Armstrong, Fogarty, & Dingsdag, 2007)

12. รายงานผลการวิจัย

(ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ, 2558)

ตัวอย่างรูปแบบรายการบรรณานุกรมในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

1. หนังสือ

1.1 ผู้แต่งคนเดียว

สมพงษ์ ชูมาก. (2548). กฎหมายระหว่างประเทศแผนกคดีเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์.
กัลยานิวัฒนา, สมเด็จพระเจ้าพี่นางเธอเจ้าฟ้า. (2531). เจ้านายเล็กๆ ยุวกษัตริย์ (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพฯ:
ด้านสุทธาการพิมพ์.

Wilson, K. (2007). *Smart choice* (2nd ed.). London: Oxford University Press.

1.2 ผู้แต่งมากกว่า 3 คน

อวยพร พาณิช, อุบลวรรณ ปิติพัฒนาโชค และอุบลรัตน์ ศิริยุวศักดิ์. (2548). ภาษาและหลักการเขียน
เพื่อการสื่อสาร. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Crouhy, M., Galai, D., & Mark, R. (2006). *The essentials of risk management*. New York:
McGrawHill.

1.3 ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน

สุโขทัยธรรมมาธิราช, มหาวิทยาลัย. (2546). เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการวิจัยการบริหารการศึกษา.
นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.

การศึกษาแห่งชาติ, สำนักงานคณะกรรมการ. (2541). การปฏิรูปการเรียนรู้ตามแนวคิด 5 ทฤษฎี. กรุงเทพฯ:
ไอเดียมสแควร์.

Education, Ministry of. (2002). *Chiangmai: NopBueri Si Nakon Ping*. Bangkok: Ministry of
Education.

2. วิทยานิพนธ์

เขวงศักดิ์ เขียวเงิน. (2543). การดำเนินงานการประกันคุณภาพการศึกษาของสถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.
วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา สถาบันราชภัฏกำแพงเพชร.

โอภามา จำแกะ. (2550). การจัดการตลาดทางเลือกเกษตรอินทรีย์: กรณีศึกษาสหกรณ์การเกษตรยั่งยืน
แม่ทาจำกัด ตำบลแม่ทา กิ่งอำเภอแม่อน จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์พัฒนาชุมชนมหาบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Almeida, D.M. (1990). *Father's participation in family work: Consequences for fathers' stress and father child relation*. Master's thesis, University of Victoria.

3. รายงานการประชุม

นิทัศน์ ภัทรโยธิน. (2540). ตลาดซื้อขายสินค้าเกษตรล่วงหน้า ในการประชุมนักบัญชีทั่วประเทศ ครั้งที่ 15
วิสัยทัศน์นักบัญชีไทย. วันที่ 27-28 มิถุนายน พ.ศ. 2540 (หน้า 19-35). กรุงเทพฯ: สมาคมนักบัญชี
และผู้สอบบัญชีรับอนุญาตแห่งประเทศไทย.

Paitoon Sinlarat. (1995). Success and failure of facility in Thai university. In Somwang Pitiyanuwat, et al. (Eds), **Preparing teachers for All the World's Children: An Era of ransformation Proceedings of International Conference, Bangkok 1992.** (pp. 217- 233). Bangkok: UNICEF.

4. วารสาร

มัลลวีร์ อุดลวัฒน์ศิริ, นิตย์ บูหงามมงคล และวิลาวัลย์ จตุรธำรง. (2549, กรกฎาคม-ธันวาคม). การศึกษาและ พัฒนาพฤติกรรมทางจริยธรรมของเยาวชนในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. **วารสารศึกษาศาสตร์,** 29(3-4), 83-92.

Bekerian, D.A. (1993, June). In search of the typical eyewitness. **American Psychologist,** 48, 574-576.

5. หนังสือพิมพ์

สมศรี หาญอนันตสุข. (2550, มิถุนายน 26). ภาครัฐธรรมนุญใหม่จะสร้างมิติใหม่ให้สังคมพุทธ. **มติชน,** หน้า 7. Krishman, E. (2007, June 26). Rebuilding self-esteem **Bangkok post,** p.1, 12.

6. จุลสาร แผ่นพับ แผ่นปลิว

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2541). **ท่องเที่ยวสงขลา.** [แผ่นพับ]. สงขลา: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. Research and Training Center on Independent Living. (1993) . **Guidelines for reporting and writing about people with disabilities.** [Brochure]. Lawrence: Research and Training Center on Independent Living.

7. โสตทัศนวัสดุ

ยุพดี พยัฆพันธ์ (ผู้บรรยาย). (2530). **ยาสมุนไพรร.** [แถบบันทึกเสียง] กรุงเทพฯ: องค์การวิทยาศาสตร์การแพทย์.

8. ซีดีรอม

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร. (2543). [CD-ROM]. Available: [ฐานข้อมูลไปดูให้เต็มตาค่าความเป็นไทย.](#) [2544, มิถุนายน 23].

Social Science Index. (1999). [CD-ROM]. Available: [UMI/Social Science Index.](#) [2005, June 26].

9. เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

9.1 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

อรรถศิษฐ์ วงศ์มณีโรจน์. (2542). **ความอุดมสมบูรณ์ของดิน.** [Online]. Available:

<http://158.108.200.11/soil009hom-1/009421/chap1.htm#era1> [2550, กุมภาพันธ์ 20].

Abell, S.K. (2002). **Science teacher education: An international perspective.** [Online].

Available: <http://ebook.Springerlink.com/Search/Search Results.aspx?> [2007, June 30].

9.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

Kenneth, I. (1998). A Buddhist response to the nature of human rights. **Journal of Buddhist Ethics**. [Online], 2 , (9) . Available: <http://www.cac.psu.edu/Jbe/twocont.html> [2006, August 12].

9.3 หนังสือพิมพ์อิเล็กทรอนิกส์

ชุม. (นามแฝง). (2542 , ตุลาคม 25) . บุญของคนไทย ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th> [2542, ตุลาคม 25].

ศธ. ยุติการถ่ายโอนสถานศึกษาบัญชี 2. (2550, มิถุนายน 23). ใน **ไทยรัฐ**. [Online]. Available: <http://www.thairath.co.th>[2550, มิถุนายน 30].

9.4 เอกสารจากเวปไซด์ไวด์เว็บ (www.)

เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ, ศูนย์. (ม.ป.ป.). **การจัดการศึกษาทางไกล**. [Online]. Available: <http://www.nectec.or.th/eourseware/cai/0015.htm> [2550, กรกฎาคม 1].

Education, Ministry of. (2005). **The Regional Seminar on Higher Education in Southeast Asian Countries**. [Online]. Available: <http://www.inter.mua.go.th/news/News%20January%202005.htm> [2006, January 5].

10. การสัมภาษณ์

ดิลก บุญเรืองรอด. (2543, กรกฎาคม 14). อธิการบดี, สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. สัมภาษณ์.
Page, O. (1991, March 5). President, Austin Peay State University. Interview.

11. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ

จุฬาลักษณ์ ตั้งตัว. (2557). การเปรียบเทียบวิธีที่ทำให้เซลล์เสียหายเพื่อสกัดแยกโปรตีนจากเซลล์จุลินทรีย์.
รายงานสืบเนื่องการประชุมทางวิชาการระดับชาติ วิทยาศาสตร์ศึกษาเพื่อสร้างแรงบันดาลใจสู่
นวัตกรรม (น.186-191). เพชรบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

Armstrong, D. B., Fogarty, G. J., & Dingsdag, D. (2007). Scales measuring characteristics of small business information systems. **Proceedings of Research, Relevance and Rigour: Coming of age: 18th Australasian Conference on Information Systems** (pp. 163-171). Toowoomba, Australia: University of Southern Queensland.

12. รายงานผลการวิจัย

ทวนทอง เขาวงกิตพิงค์ และสมชัย วงษ์นายะ. (2558). ยุทธศาสตร์การขับเคลื่อนการปฏิรูปการศึกษาใน
ทศวรรษที่สองในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร
และตาก

(รายงานผลการวิจัย). กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อพิจารณานำลงวารสาร
“การจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น”

วันที่.....เดือน.....พ.ศ.

1. ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว).....
2. ระดับการศึกษาสูงสุด.....ตำแหน่งทางวิชาการ.....
3. สถานะภาพของผู้ส่งบทความ อาจารย์ นักศึกษา บุคคลทั่วไป
4. ปีที่คาดว่าจะสำเร็จการศึกษา (สำหรับนักศึกษา) วันที่.....เดือน.....พ.ศ.....
5. ที่อยู่ที่สามารถติดต่อได้สะดวก

โทรศัพท์.....E-mail

6. ประเภทบทความ บทความวิจัย บทความวิชาการ

7. ชื่อบทความ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ไม่เคยลงตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อนและยินยอมว่าบทความที่ตีพิมพ์ลงนิตยสารวารสารการจัดการและการพัฒนาท้องถิ่น คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ถือเป็นลิขสิทธิ์ของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ในการนี้ข้าพเจ้านำมาดำเนินการจัดพิมพ์ตามรูปแบบการเขียนบทความที่มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ได้กำหนดไว้ทุกประการ และได้ตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลตามรายการตรวจสอบบทความ และข้าพเจ้าได้ส่งบทความในระบบ Online ที่ e-mail: jml_d_fms@kpru.ac.th เป็นที่เรียบร้อยแล้ว

ความคิดเห็นของประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

ลงชื่อ.....

“พิจารณาบทความแล้วเห็นสมควรเผยแพร่ได้”

(.....)

ผู้ส่งบทความวิจัย/บทความวิชาการ

ลงชื่อ.....

(.....)

ประธานกรรมการควบคุมวิทยานิพนธ์

หมายเหตุ บทความที่ส่งมาโดยไม่มีใบรายการตรวจสอบบทความ หรือมีไม่ครบ หรือไม่ถูกต้องตามที่กำหนดไว้ จะถูกส่งกลับก่อนการดำเนินการใด ๆ ทั้งสิ้น ผู้เขียนบทความสามารถ download แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความได้จาก <https://so11.tci-thaijo.org/index.php/jMLD>

แบบฟอร์มรายการตรวจสอบบทความเพื่อนำส่งตีพิมพ์ในวารสาร

คำชี้แจง : ผู้เขียนบทความโปรดทำเครื่องหมาย ✓ ลงหน้ารายการที่ท่านได้ตรวจสอบบทความของท่านในรายการที่พบว่ามีปรากฏในบทความของท่านอย่างครบถ้วนถูกต้องแล้วตามคำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความที่วารสารได้กำหนดไว้

1. ต้องเป็นบทความที่ไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน
2. ไฟล์ที่ส่งจะต้องทำตามรูปแบบที่ตามคำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับเท่านั้นอยู่ในรูปแบบของ Word
3. บทความวิจัย มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Statement of the Problem)
 - วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objectives)
 - แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง (Concepts / Theory)
 - กรอบแนวคิดการวิจัย (ถ้ามี)
 - สมมุติฐานการวิจัย (Research Hypothesis) (ถ้ามี)
 - วิธีดำเนินการวิจัย (Methodology)
 - สรุปผลการวิจัย (Conclusion)
 - อภิปรายผลการวิจัย (Discussion)
 - ข้อเสนอแนะ (Suggestions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)
4. บทความวิชาการ มีหัวข้อตามที่กำหนด ดังนี้
 - ชื่อเรื่อง/บทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - ชื่อผู้เขียนบทความ มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - สังกัดผู้เขียนบทความ
 - บทคัดย่อ (Abstract) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - คำสำคัญ (Keywords) มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
 - บทนำ (Introduction)
 - เนื้อหา (Content)
 - สรุป (Conclusions)
 - เอกสารอ้างอิง (References)



055-706555-3640



055-706511



fms-info@kpru.ac.th