วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Vongchavalitkul University (Humanities and Social Sciences)

ISSN : 2985-0428 (Online)

ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม-ธันวาคม 2568 (Vol.3 No.2 July-December 2025)

บทความวิจัย (Research Article)

- ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา
  พุฒิพงศ์ ชัดสระน้อย และวราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ
- การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง)
  วราพร ล้ำเลิศ, ฉัตรชัย ปัญจกะบุตร, ชัยพิสิทธิ์ ติวสร้อย และภคพร ผงทอง
- การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม
  บุษบาบรรณ ไชยศิริ และจิรัชญานันทน์ ผลัดรื่น
- บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น
  ประเดิม พลพิมพ์ และวราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ

บทความวิชาการ (Academic Article)

- การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู
  เกวลี นิตย์ โรจน์, พริสา คงแก้ว, ไพลิน กอบกาญพิไล, อารียา สว่าง และชลิต เฉียบพิมาย
- นันทนาการกลางแจ้งในยุคดิจิทัล: กลไกสร้างสมดุลชีวิตและสุขภาวะองค์รวม
  เตชภณ ทองเติม
- การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า เซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)
  ภครินทร์ หวังวรภิญโญ, ชัญญานุช นินไสล, พัสกร เมืองแก้ว, ฉัตรมงคล ศรีมหาพรหม, ยูจิโร นาคากาวา และชลิต เฉียบพิมาย

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม 2568)

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
Journal of Yongchavalitkul University (Humanities and Social Sciences)

เจ้าของวารสาร: มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

วัตถุประสงค์

1. เพื่อตีพิมพ์เผยแพร่บทความที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ของคณาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการอิสระด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังคมวิทยา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน ศิลปศาสตร์ ประชากรศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ การตลาด การเงิน การลงทุน การบัญชี ธุรกิจระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและโรงแรม และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง
2. เพื่อนำเสนอผลงานที่มีคุณภาพ ในการนำไปพิจารณาสร้างองค์ความรู้ใหม่
3. เพื่อสร้างเครือข่ายและพัฒนาองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ รวมทั้งเป็นสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนความรู้และแนวคิดสู่สาธารณชน

ขอบเขตของวารสาร

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) รับตีพิมพ์เผยแพร่บทความด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังคมวิทยา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน ศิลปศาสตร์ ประชากรศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ การตลาด การเงิน การลงทุน การบัญชี ธุรกิจระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและโรงแรม และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง

ประเภทของบทความที่รับตีพิมพ์

1. บทความวิจัย (Research Article)
2. บทความวิชาการ (Academic Article)
3. บทความปริทัศน์ (Review Article)
4. บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review)

ภาษาของบทความที่รับตีพิมพ์

1. ภาษาไทย
2. ภาษาอังกฤษ

วิธีการประเมินบทความ

บทความที่จะขอรับการตีพิมพ์ในวารสารจะต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิที่ต่างสถาบันกับผู้เขียนอย่างน้อย 3 คน โดยผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้องกับบทความ ซึ่งเป็นการพิจารณาแบบผู้ทรงคุณวุฒิและผู้เขียนไม่ทราบชื่อกันและกัน (double-blind review)

ระยะเวลาในการตีพิมพ์วารสาร

จัดทำเป็นวารสารราย 6 เดือน (ปีละ 2 ฉบับ ฉบับละ 7 เรื่อง) ได้แก่

- ฉบับที่ 1 ตั้งแต่เดือนมกราคม – มิถุนายน ระยะเวลาในการรับพิจารณาบทความ คือ เดือนมกราคม – เมษายน (ปิดรับบทความเดือนมีนาคม)
- ฉบับที่ 2 ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม ระยะเวลาในการรับพิจารณาบทความ คือ เดือนกรกฎาคม - ตุลาคม (ปิดรับบทความเดือนกันยายน)

ค่าธรรมเนียมในการส่งบทความ

วารสารฯ ขอยกเว้นค่าธรรมเนียมในการส่งบทความเพื่อขอรับการตีพิมพ์ในวารสารจนกว่าจะมีการเปลี่ยนแปลง

การส่งบทความต้นฉบับ

สามารถส่งบทความผ่านทางระบบออนไลน์ ThaiJO ได้ที่เว็บไซต์: https://so10.tci-thaijo.org/index.php/JVU_HS หรือส่งมาที่ E-mail: ajcharapan_tan@vu.ac.th, suchada_sni@vu.ac.th

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม

เบอร์โทร. 0-4400-9711 ต่อ 233 (สำนักวิจัยและบริการวิชาการ) หรือติดต่อ นางสาวสุชาดา สนิทสิงห์ (ผู้ช่วยเลขานุการกองบรรณาธิการ) เบอร์โทร. 088-710-9517

ที่อยู่: มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล 84 หมู่ 4 ถนนมิตรภาพ-หนองคาย ตำบลบ้านเกาะ อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 30000

จริยธรรมการตีพิมพ์บทความในวารสาร
(Publication Ethics)

1. บทบาทหน้าที่ของบรรณาธิการ

1) ตรวจสอบบทความที่จะขอรับตีพิมพ์ในวารสาร เพื่อให้ตรงตามขอบเขตของวารสาร

2) ทำการปรับปรุงคุณภาพวารสารอย่างสม่ำเสมอ

3) รับฟังข้อเสนอแนะ และพร้อมแก้ไขข้อผิดพลาด

4) รับฟังการแสดงความคิดเห็น เพื่อให้การดำเนินการตรงตามความประสงค์ของผู้เขียนบทความ ผู้ประเมินบทความ รวมถึงกองบรรณาธิการ

5) มีสิทธิ์ตัดสินใจตอบรับหรือปฏิเสธบทความ

6) ปกปิดข้อมูลส่วนตัวระหว่างผู้เขียนบทความและผู้ประเมินบทความ

2. บทบาทหน้าที่ของผู้เขียนบทความ

1) ผู้เขียนบทความต้องส่งบทความใหม่ที่ไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่จากวารสารอื่น ๆ

2) ผู้เขียนบทความต้องไม่คัดลอกข้อความหรือข้อมูลจากผลงานทางวิชาการของผู้อื่น หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง โดยลิขสิทธิ์ของบทความจะเป็นของวารสารหากได้รับการตอบรับตีพิมพ์

3) ผู้เขียนบทความต้องตรวจสอบความซ้ำซ้อนกับผลงานทางวิชาการของผู้อื่น โดยความซ้ำซ้อนต้องไม่เกิน 25%

4) ผู้เขียนบทความต้องไม่บิดเบือนผลงานทางวิชาการของผู้อื่น หากจะนำผลงานทางวิชาการของผู้อื่นมาใช้ต้องมีการอ้างอิง

5) หากผู้เขียนบทความมีการเก็บข้อมูลหรือทำการวิจัยกับมนุษย์ ผู้เขียนจำเป็นต้องมีหนังสือรับรองการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ หรือมีใบผ่านการอบรมการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

3. บทบาทหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1) ผู้ประเมินบทความมีหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะในเวลาที่เหมาะสม

2) ผู้ประเมินบทความมีหน้าที่ให้ข้อเสนอแนะที่เป็นทางวิชาการ มีความเป็นกลาง ไม่ใช่แสดงความคิดเห็นส่วนตัว

3) ผู้ประเมินบทความต้องรักษาความลับในกระบวนการประเมินบทความ โดยไม่ขอความคิดเห็นจากบุคคลอื่น

ข้อกำหนดและข้อปฏิเสธความรับผิดชอบ
ในการส่งบทความ

1. บทความที่จะเสนอขอรับการตีพิมพ์ในวารสารต้องไม่เคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่จากวารสารอื่น ๆ

ทั้งนี้ หากวารสารตรวจสอบแล้วพบว่าบทความเคยได้รับการตีพิมพ์เผยแพร่ หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาตีพิมพ์เผยแพร่จากวารสารอื่น ๆ บทความจะถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ทันที

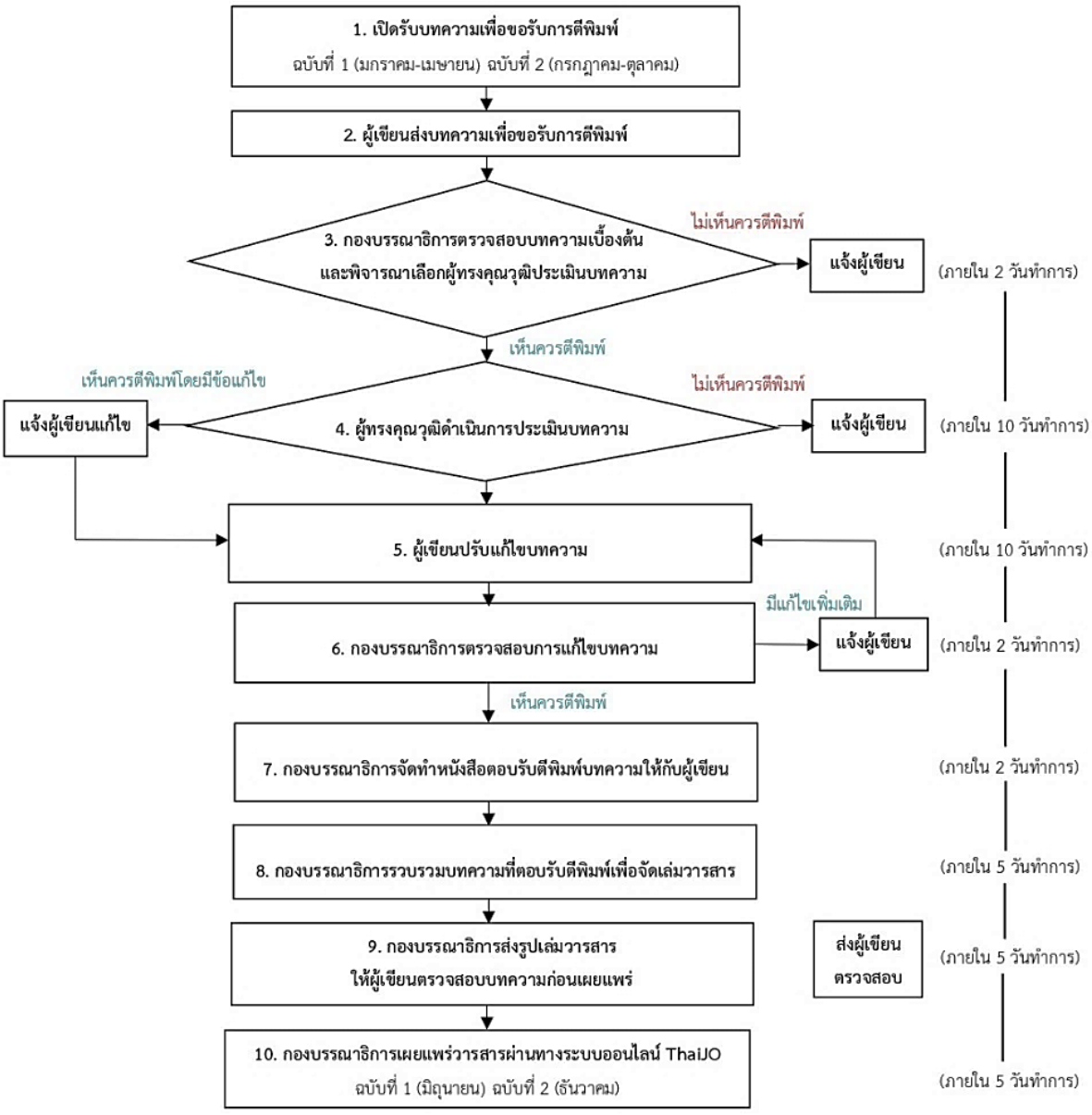
2. บทความที่จะเสนอขอรับการตีพิมพ์ในวารสารต้องผ่านการตรวจสอบความซ้ำซ้อนกับผลงานทางวิชาการของผู้อื่น โดยความซ้ำซ้อนต้องไม่เกิน 25% (โปรดแนบเอกสารประกอบ) ซึ่งสามารถตรวจสอบด้วยโปรแกรม Copy Catch ของเว็บไซต์ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index Centre : TCI) หรือระบบตรวจสอบการลอกเลียนวรรณกรรมทางวิชาการของเว็บไซต์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เป็นต้น

ทั้งนี้ หากวารสารตรวจสอบแล้วพบว่าบทความมีความซ้ำซ้อนกับผลงานทางวิชาการของผู้อื่นเกิน 25% วารสารจะแจ้งให้ผู้เขียนดำเนินการปรับแก้ไข หากผู้เขียนไม่ดำเนินการปรับแก้ไข วารสารจะไม่รับผิดชอบใดๆ ทั้งสิ้น ในกรณีที่ถูกเจ้าของผลงานร้องเรียน และบทความจะถูกปฏิเสธการตีพิมพ์ต่อไป

3. เนื้อหาและข้อมูลที่จะลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร ถือเป็นข้อคิดเห็นและความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น ๆ โดยตรง ซึ่งกองบรรณาธิการและหรือมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล ไม่จำเป็นต้องเห็นด้วย หรือร่วมรับผิดชอบใด ๆ

4. บทความ ข้อมูล เนื้อหา รูปภาพ ฯลฯ ที่ได้รับการลงตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร ถือเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล หากบุคคลหรือหน่วยงานใดต้องการนำทั้งหมดหรือส่วนหนึ่งส่วนใดไปเผยแพร่ต่อหรือเพื่อกระทำการใด ๆ จะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุลก่อนเท่านั้น

กระบวนการดำเนินงานวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)



วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)
Journal of Vongchavalitkul University (Humanities and Social Sciences)

ที่ปรึกษากิตติมศักดิ์
อาจารย์ปราณี วงษ์ชวลิตกุล

ที่ปรึกษา
อาจารย์ ดร.ณัฐวัฒม์ วงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชีวินทร์ ลิ้มศิริ

บรรณาธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

รองบรรณาธิการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์กิตติพงษ์ สุวรรณสน มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เมตตา ดีเจริญ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

กองบรรณาธิการภายนอก
รองศาสตราจารย์ ดร.ขวัญกมล ดอนขวา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
รองศาสตราจารย์ ดร.นิรมัย พิศแข มั่นจิตร มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กาญจนา สุคุณธสิริกุล มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ก้องเกียรติ สหายรักษ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรชัย อินทสังข์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นงลักษณ์ อานี มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทวรรณ ม่วงใหญ่ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิชญ์ คำเจริญ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มงคล เอกพันธ์ มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ กุลวิเศษชนะ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
อาจารย์ ดร.คณิน วงศ์ใหญ่ สำนักงานกฎหมาย คอลลีกเอทโวเคท
อาจารย์ ดร.ธิติพัทธ์ ลิ้มสัมฤทธิ์นิภา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
อาจารย์ ดร.สันดุสิทธิ์ บริวงษ์ตระกูล มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

กองบรรณาธิการภายใน

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัณญาธร แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ ดร.จอมภัค จันทะคัต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ ดร.ธีร์ คันโททอง	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ ดร.วันเกษม สัตยานุชิต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ ดร.อธิต ทิวะศะศิธร์	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์เมธาพร กาญจนเตชะ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

คณะกรรมการฝ่ายจัดการ

อาจารย์ ดร.ธีร์ คันโททอง	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์กิตติศักดิ์ กลิ่นหมื่นไวย	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์เมธาพร กาญจนเตชะ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

เลขานุการกองบรรณาธิการ

อาจารย์ ดร.จอมภัค จันทะคัต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ผู้ช่วยเลขานุการกองบรรณาธิการ

นางสาวสุชาดา สนิทสิงห์	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายศิลปกรรม

อาจารย์ ดร.ธีร์ คันโททอง	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
นางสาวสุชาดา สนิทสิงห์	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

ฝ่ายพิสูจน์อักษร

รองศาสตราจารย์ ดร.ปัณญาธร แสงอรุณ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์เมตตา ดีเจริญ	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ ดร.วันเกษม สัตยานุชิต	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์ภมรย์ สกุลเลิศวัฒนา	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
อาจารย์วรวิทย์ ชายสวัสดิ์	มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

บทบรรณาธิการ

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ปีที่ 3 ฉบับที่ 2 ประจำปี 2568 (เดือนกรกฎาคม – ธันวาคม 2568) เป็นฉบับที่ยังคงความเข้มข้นด้วยเนื้อหาสาระทางวิชาการ คงด้วยเนื้อหาสาระที่เกี่ยวกับสายมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ทุกบทความวิจัยและบทความวิชาการได้ผ่านการกลั่นกรองจากกองบรรณาธิการและผู้ทรงคุณวุฒิ ตรวจสอบคุณภาพทางวิชาการ เพื่อให้วารสารเป็นที่ยอมรับและเกิดความเชื่อมั่นในวงการวิชาการ

ในการจัดทำวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) กองบรรณาธิการให้ความสำคัญกับคุณภาพของบทความวิจัยและบทความวิชาการที่คัดเลือกนำมาลงตีพิมพ์ในแต่ละฉบับ โดยบทความวิจัยและบทความวิชาการที่ถูกคัดเลือกตีพิพม์จะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) จำนวน 3 ท่าน ต่างสถาบัน ซึ่งเป็นผู้ที่มีคุณสมบัติเกี่ยวข้องกับสาขาวิชาทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ได้แก่ สหวิทยาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สังคมวิทยา นิติศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ นิเทศศาสตร์ สื่อสารมวลชน ศิลปศาสตร์ ประชากรศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ บริหารธุรกิจ การจัดการ การตลาด การเงิน การลงทุน การบัญชี ธุรกิจระหว่างประเทศ การท่องเที่ยวและโรงแรม และสาขาอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านได้สละเวลาอันมีค่าในการอ่านและพิจาณาบทความต้นฉบับ พร้อมทั้งให้คำแนะนำที่มีประโยชน์ทางด้านวิชาการต่อวารสารเป็นอย่างดี กองบรรณาธิการขอกราบขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิมา ณ โอกาสนี้

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) ฉบับนี้ประกอบด้วย บทความวิจัย จำนวน 4 บทความ ได้แก่ 1) ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 2) การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) 3) การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และ 4) บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ส่วนบทความวิชาการ จำนวน 3 บทความ ได้แก่ 1) การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู 2) นันทนาการกลางแจ้งในยุคดิจิทัล: กลไกสร้างสมดุลชีวิตและสุขภาวะองค์รวม และ 3) การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า เซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) ซึ่งเนื้อหาของบทความต่างเป็นการวิเคราะห์ให้มุมมองทางวิชาการด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ให้เห็นมุมวิชาการที่กว้างและแตกต่างไปจากเดิม อีกทั้งเป็นประโยชน์สำหรับนักวิชาการ รวมทั้งผู้อ่านเป็นอย่างมาก กองบรรณาธิการยังคงทำงานอย่างมุ่งมั่นในการที่จะเป็นช่องทางการนำเสนอองค์ความรู้ทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ เพื่อให้เกิดการขับเคลื่อนทางการศึกษาวิจัยองค์ความรู้ทางด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาท้องถิ่นไปจนถึงระดับชาติต่อไป

กองบรรณาธิการวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) หวังเป็นอย่างยิ่งว่า วารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์สำหรับผู้อ่านทุกท่าน ขอขอบคุณนักวิชาการ นักวิจัยทุกท่าน ที่มีส่วนร่วมในการขับเคลื่อนวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) และขอขอบคุณท่านผู้อ่านได้ให้ความสนใจติดตามวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) กองบรรณาธิการจะพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพต่อไป พบกันใหม่ฉบับหน้า

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉราพรรณ ตั้งจาตุรโสภณ

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย (Research Article)

ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา 1-18

พุฒิพงศ์ ชัดสระน้อย และวราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) 19-32

วราพร ล้ำเลิศ, ฉัตรชัย ปัญจกะบุตร, ชัยพิสิทธิ์ ติวสร้อย และภคพร ผงทอง

การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม 33-47

บุษบาบรรณ ไชยศิริ และจิรัชญานันทน์ ผลัดรื่น

บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น 48-66

ประเดิม พลพิมพ์ และวราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ

บทความวิชาการ (Academic Article)

การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู 67-79

เกวลี นิตย์ โรจน์, พริสา คงแก้ว, ไพลิน กอบกาญพิไล, อารียา สว่าง และชลิต เฉียบพิมาย

นันทนาการกลางแจ้งในยุคดิจิทัล: กลไกสร้างสมดุลชีวิตและสุขภาวะองค์รวม 80-102

เตชภณ ทองเติม

การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้า เซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) 103-115

ภครินทร์ หวังวรภิญโญ, ชัญญานุช นินไสล, พัสกร เมืองแก้ว,
ฉัตรมงคล ศรีมหาพรหม, ยูจิโร นาคากาวา และชลิต เฉียบพิมาย

ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

Morale in the Performance of Non-Commissioned Police Officers under the Jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province

*1. พุฒิพงศ์ ชัดสระน้อย (Phutthiphong Chadsranoi), รป.ม. (M.P.A.)**
2. วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ (Waraporn Rungreungkolkich), กษ.ด. (Ed.D.)

Received : 22 July 2025
Revised : 22 August 2025
Accepted : 22 September 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา และ 2) เพื่อเปรียบเทียบขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากร คือ ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนสังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จาก 5 สถานี จำนวน 112 คน เครื่องมือการวิจัย คือ แบบสอบถาม สถิติวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที (แบบ Independent samples) และ การทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความก้าวหน้า ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสำเร็จของงาน

2. ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศ ระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : ขวัญกำลังใจ, การปฏิบัติงาน, สถานีตำรวจภูธร

1. นักศึกษา หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา
(Student Master of Public Administration, Nakonratchasima College)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) E-mail: phutthiphong-ch2580@gmail.com*
2. รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา
(Associate Professor Dr., Lecturer of Master of Public Administration, Nakonratchasima College)
E-mail: ratchapol.nmc@gmail.com

Abstract

The research purposes were 1) to study the levels of morale in the performance of non-commissioned police officers under the jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province; and 2) to compare the morale in the performance of non-commissioned police officers under the jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province classified by the personnel factors. This was the quantitative research. The population was the non-commissioned police officers under the jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province; the population was the 112 polices. The research instrument was questionnaire The data analysis statistics were the percentage, mean, standard deviation, t-test (Independent samples), and one-way ANOVA.

The research findings were:

1. The morale in the performance of non-commissioned police officers under the jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province found the overall was at high level; the descending mean were the advancement aspect, the respect aspect, the relationship to coworkers aspect, the compensation and benefits aspect, and the work success aspect, respectively.

2. The non-commissioned police officers under the jurisdiction of the Mueang Nakhon Ratchasima Provincial Police Station, Nakhon Ratchasima Province with different gender, education levels, and positions found the morale in the performance did not different.

Keywords: morale, performance, provincial police station

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ขวัญกำลังใจในการทำงาน เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงาน เป็นเสมือนแรงผลักดันหรือแรงกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานแสดงพฤติกรรมหรือการกระทำในรูปแบบการปฏิบัติงาน เพื่อให้งานนั้นบรรลุเป้าหมาย บุคลากรในองค์การหรือข้าราชการเป็นผู้ที่มีความรู้สึก มีชีวิตจิตใจ ดังนั้นต้องให้ความสำคัญกับขวัญกำลังใจ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้นบุคลากรที่อยู่ในองค์การถือว่าเป็นผู้สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์การได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะพฤติกรรมที่บุคลากรในองค์การแสดงออก เช่น ความมีวินัย การปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ การที่จะทำให้บุคลากรในหน่วยงานปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพนั้นจะต้องมีแรงจูงใจ ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งในการบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งหน่วยงานราชการ (สมชาย ยอดปรางค์, 2563)

สำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีหน้าที่สำคัญในการปกป้องคุ้มครองพร้อมกับการให้บริการและช่วยเหลือประชาชนผู้บริสุทธิ์ รวมถึงแสวงหาความร่วมมือเพื่อป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ภารกิจหน้าที่สำคัญดังกล่าว นอกจากงานในหน้าที่ด้านป้องกันและปราบปรามแล้ว เจ้าหน้าที่ตำรวจยังมีหน้าที่รับผิดชอบในการให้บริการประชาชน คือ ให้บริการรับแจ้งเหตุด่วนเหตุร้าย จัดเจ้าหน้าที่สายตรวจป้องกันระงับเหตุ รับแจ้งคดีความเรื่องราวร้องทุกข์ ติดตามจับกุมผู้กระทำความผิดให้บริการด้านการจราจร รับเรื่องการขออนุญาต การรับรองเอกสารสูญหายต่างๆ เนื่องจากมีประชาชนเข้ามาติดต่อขอรับบริการ ขอความช่วยเหลือเมื่อไม่ได้รับความเป็นธรรม จากการถูกลวงละเมิด สิทธิพึงได้รับ หรือขอรับการคุ้มครองในสิทธิของตนที่สถานีตำรวจ (ธรงวิทย์ นุชฉายา, 2561)

ด้วยบทบาทหน้าที่ดังกล่าวข้างต้น ทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจมีโอกาสเผชิญความเครียดจากการทำงานอีกทั้งการปฏิบัติงานของตำรวจต้องปฏิบัติตามผู้บังคับบัญชาสั่งการ โดยเฉพาะกรณีที่เป็นตำรวจชั้นผู้น้อยอาจไม่มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในงาน ขาดอิสระในการปฏิบัติงานและเกิดความคับข้องใจในงานขึ้น ส่วนการสนับสนุนทางสังคมและการสนับสนุนจากผู้ร่วมงาน การมีสัมพันธภาพที่ทำงาน หากสัมพันธภาพระหว่างผู้ร่วมงานไม่ดีจะทำให้เกิดความกดดันและคับข้องใจในการทำงาน ทำให้จิตใจเกิดความขุ่นมัวและอารมณ์มีการเปลี่ยนแปลงง่าย อีกทั้งการสนับสนุนให้มีการพัฒนาความสำเร็จในอาชีพ เพื่อให้มีความก้าวหน้าในการทำงานและรายได้เพิ่มขึ้น หากไม่สมหวังผู้ปฏิบัติงานจะรู้สึกล้มเหลว ขาดความมั่นใจในตนเองและส่งผลต่อการทำงานในที่สุด การปฏิบัติภารกิจต่างๆ ให้สำเร็จลุล่วง นอกจากความรู้ความสามารถแล้ว ขวัญกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานก็มีความสำคัญไม่น้อย ขวัญกำลังใจเป็นนามธรรมที่ไม่สามารถจับต้องได้แต่เป็นที่รู้กันว่าหากผู้ปฏิบัติงานมีขวัญกำลังใจดี ย่อมมีความมุ่งมั่นที่จะทำงานให้สำเร็จส่งผลให้มีการอุทิศตนและทุ่มเทในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Harrell (1964) ได้ศึกษาขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน พบว่า นอกจากปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมของงานแล้ว บางครั้งเกิดจากปัจจัยของแต่ละบุคคลได้ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา บุคลิกภาพส่วนตัว ระยะเวลาการทำงาน จากผลการศึกษาพบว่า ควรให้ความสำคัญที่จะศึกษาเปรียบเทียบตัวแปรในเรื่องเหล่านี้ จะทำให้ทราบถึงระดับขวัญและกำลังใจตามตัวแปรที่จะศึกษา รวมถึงผู้บริหารสามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการถูกต้องและเหมาะสม

เมื่อวันที่ 5 ก.ค. 2568 ที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (ตร.) พล.ต.ท.อาชยน ไกรทอง โฆษกสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (โฆษก ตร.) กล่าวว่า ตามที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้ขับเคลื่อนการปฏิบัติราชการตาม 15 นโยบายสำคัญของ พล.ต.อ.กิตติ์รัฐ พันธุ์เพ็ชร์ ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ (ผบ.ตร.) นโยบายข้อที่ 12 การบริหารจัดการบุคลากรและงบประมาณอย่างคุ้มค่า เพื่อให้การสอบสวนคดีมีความรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใส และตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับปีงบประมาณ พ.ศ. 2568 ผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติได้กันอัตราเงินเดือนไว้เพิ่มเติม จำนวน 900 อัตรา เพื่อเปิดรับสมัครสอบคัดเลือกบรรจุเป็นพนักงานสอบสวน ผบ.ตร. เห็นความสำคัญของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน จึงมีนโยบายสนับสนุนความก้าวหน้าแก่ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนที่มีวุฒินิติศาสตรบัณฑิต ให้สามารถสอบเลื่อนชั้นเป็นข้าราชการตำรวจชั้นสัญญาบัตรได้ เพื่อสร้างขวัญกำลังใจให้ตำรวจนอกจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติได้ดำเนินมาตรการบรรจุและแต่งตั้งข้าราชการตำรวจ ในตำแหน่งพนักงานสอบสวนภายใต้มาตรการบริหารจัดการกำลังคนภาครัฐ พล.ต.ท.อาชยน กล่าวอีกว่า การดำเนินมาตรการดังกล่าวนอกจากจะช่วยแก้ปัญหาการขาดแคลนพนักงานสอบสวนและลดภาระงานที่หนักแล้ว ยังเป็นไปตามนโยบายข้อที่ 14 ของผู้บัญชาการตำรวจแห่งชาติ ในการสร้างขวัญและกำลังใจแก่บุคลากรผู้ปฏิบัติหน้าที่ เพื่อยกระดับคุณภาพการบริการประชาชนให้ได้มาตรฐานและสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรม (เดลินิวส์ ออนไลน์, 2568)

จากที่มาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมาอยู่ในระดับใด และตัวแปรสำคัญที่มีอิทธิพลต่อขวัญและกำลังใจในการทำงาน ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิบัติงาน และเพื่อหาแนวทางในการเสริมสร้างขวัญกำลังใจให้กับข้าราชการตำรวจชั้นประทวนให้ปฏิบัติหน้าที่อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2.2 เพื่อเปรียบเทียบขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน

ราชบัณฑิตยสถาน (2545) ขวัญ หมายถึง สิ่งที่ไม่มีตัวตน เชื่อกันว่ามีอยู่ประจำชีวิตของคนตั้งแต่เกิดมา ถ้าขวัญอยู่กับตัวก็เป็นสิริมงคล เป็นสุขสบายจิตใจมั่นคง ถ้าคนตกใจหรือเสียขวัญ ขวัญก็ออกจากร่างไป ซึ่งเรียกว่า ขวัญหาย ขวัญหนี ขวัญบิน เป็นต้น ทำให้คนนั้นได้รับผลร้ายต่างๆ เรียกผู้ตกใจง่าย คือ เด็กหรือหญิงซึ่งมักจะขวัญหายบ่อยๆ ว่า ขวัญอ่อน และอนุโลมใช้ไปถึงสัตว์หรือสิ่งของบางอย่าง เช่น ช้าง ม้า ข้าว เรือน ฯลฯ ว่ามีขวัญเช่นเดียวกับคนเหมือนกัน โดยปริยายหมายความว่า ยอดกำลังใจ เช่น ขวัญเมือง ว่า ยอดกำลังใจของเมือง และกำลังใจ หมายถึง สภาพของจิตใจที่มีความเชื่อมั่นกระตือรือร้นพร้อมที่จะเผชิญกับเหตุการณ์ทุกอย่าง

กฤตภาส ฟุ้งไมตรีจิตต์ (2553) ขวัญในการทำงาน เป็นองค์ประกอบแห่งพฤติกรรมของผู้ปฏิบัติงานที่แสดงออกในรูปของความรู้สึก ซึ่งเมื่อรวมกันแล้วจะทำให้ทราบถึงความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานที่มีต่อการทำงานนั้นๆ เช่น ความสัมพันธ์ในการทำงานของผู้บังคับบัญชา กับผู้ใต้บังคับบัญชา

รัชกาล ดาวทอง (2552) ผลของขวัญกำลังใจจะส่งผลผ่านพฤติกรรมหรือการกระทำของบุคคลนั้นอันจะก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์การด้านต่างๆ ซึ่งพอสรุปได้ดังนี้

1. เกิดความเต็มใจ ความภาคภูมิใจในองค์การของตน
2. เกิดความสามัคคีในองค์การ
3. เกิดความจงรักภักดีต่อองค์การ
4. ทำให้เกิดความสนใจ ทุ่มเทเวลาและเสียสละเวลาส่วนตัวให้แก่องค์การ
5. เกิดผลดีในด้านประสิทธิภาพและประสิทธิผลของงาน
6. เกิดผลสัมฤทธิ์ที่ดีทั้งภายในและภายนอกองค์การ

สรุปได้ว่า ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานนั้นมีความสำคัญอย่างมาก ถือเป็นเครื่องมือที่ผู้บริหารจำเป็นที่จะต้องศึกษาและนำมาปรับใช้ในองค์การ การสร้างขวัญในองค์การ ถือเป็นแรงขับให้บุคลากรผู้ปฏิบัติงานเกิดความรักภูมิใจ และทุ่มเทในการทำงานนำไปสู่ความสำเร็จและความก้าวหน้าในองค์การ

ทฤษฎีพื้นฐานสองปัจจัย (Two-factor theory)

อำนาจ ธีระวนิช (2547) ช่วงปลายทศวรรษที่ 1950 ถึงต้นทศวรรษที่ 1960 Frederick Herzberg ได้ศึกษาหาความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการกับพฤติกรรมในรูปแบบที่แตกต่างจากมาสโลว์และแอลเดอร์เฟอร์ โดย Herzberg สำรวจวิศวกรและนักบัญชี 200 คน เกี่ยวกับทัศนคติที่มีต่องานในประเด็นต่างๆ โดยแบ่งช่วงเวลาในการศึกษา 2 ช่วง คือ ช่วงเวลาที่บุคลากรมีแรงจูงใจในการทำงานสูง และอีกช่วงเวลาหนึ่งเป็นช่วงที่บุคลากรไม่มีแรงจูงใจในการทำงาน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่มีผลต่อความพอใจในงานเป็นคนละชุดกับปัจจัยที่มีผลต่อความไม่พอใจในการทำงาน ซึ่งก่อให้เกิดทฤษฎีพื้นฐานสองปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจของบุคลากร ดังนี้

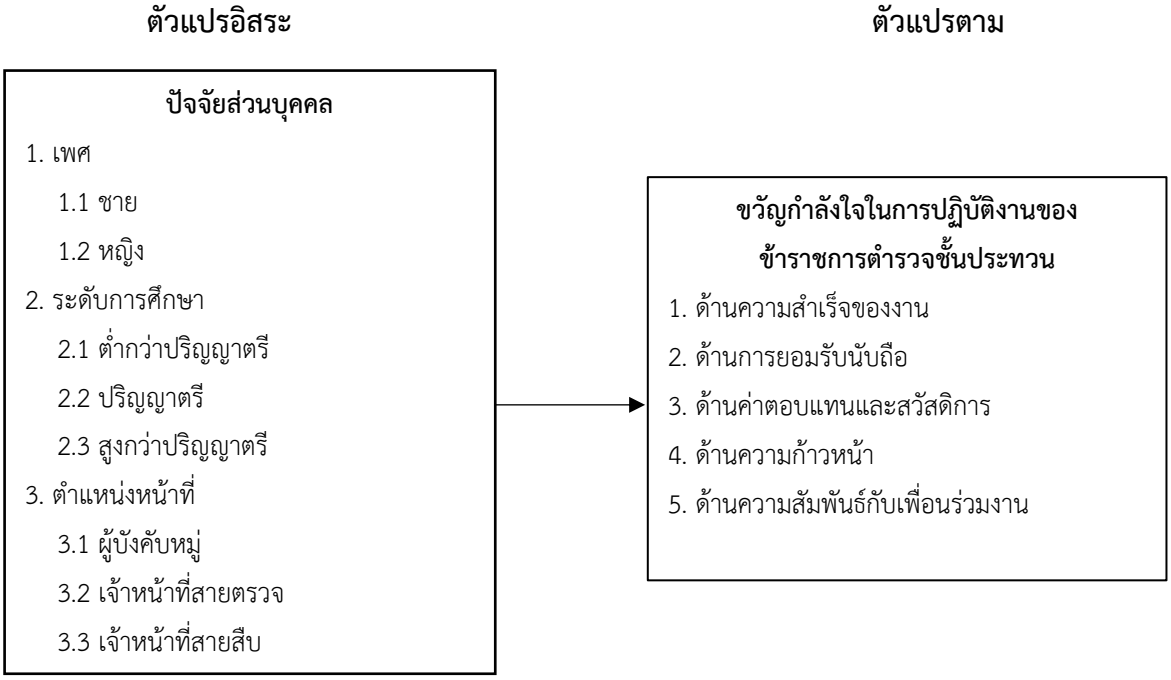
1. ปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ หมายถึง ปัจจัยที่กระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจในการทำงานทำให้งานมีประสิทธิภาพและผลผลิตเพิ่มขึ้นและบุคลากรเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ซึ่งจัดเป็นความต้องการในขั้นที่ 4 และขั้นที่ 5 ตามทฤษฎีลำดับขั้นความต้องการของมาสโลว์ ได้แก่ 1) ความสำเร็จในการทำงาน 2) การได้รับการชมเชยยกย่องหรือการยอมรับ 3) การได้รับมอบหมายงานที่มีความสำคัญ 4) ความรับผิดชอบ 5) โอกาสในการเจริญก้าวหน้า

2. ปัจจัยค้ำจุนหรือปัจจัยอนามัย หมายถึง ปัจจัยที่ป้องกันไม่ให้บุคคลเกิดความรู้สึกไม่พอใจในการทำงาน ไม่ใช่ปัจจัยที่จูงใจในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยตรง แต่ถ้าขาดปัจจัยที่จะกล่าวต่อไปนี้ จะมีผลทำให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 11 ประการ คือ 1) เงินเดือน 2) โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต 3) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา 4) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา 5) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 6) ฐานของอาชีพ 7) การปกครองบังคับบัญชา 8) นโยบายและการบริหาร 9) สภาพการทำงาน 10) ความเป็นอยู่ส่วนตัว 11) ความมั่นคงปลอดภัยในการทำงาน

จากแนวคิดทฤษฎีพื้นฐานสองปัจจัย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนของ Herzberg โดยเชื่อว่าปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัย มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมในการทำงานของบุคลากร โดยปัจจัยกระตุ้นให้เกิดแรงจูงใจ จะนำไปสู่การสร้างความชอบ ความพึงพอใจในการทำงาน ส่วนปัจจัยค้ำหรือปัจจัยอนามัย เป็นปัจจัยที่สามารถนำมาใช้ในการป้องกันความไม่พอใจในการทำงาน มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ประกอบด้วย ความสำเร็จของงาน การยอมรับนับถือ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความก้าวหน้า และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดทฤษฎีปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุนของ Herzberg (1959) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. สมมติฐานงานวิจัย

5.1 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีเพศต่างกัน มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

5.2 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

5.3 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

6. วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษา ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องขวัญกำลังใจในการทำงานที่เป็นปัจจัยพื้นฐานของ Herzberg (1959) ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านการยอมรับนับถือ 3) ด้านค่าตอบและสวัสดิการ 4) ด้านความก้าวหน้า และ 5) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ สถานีตำรวจภูธรในเขตพื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา จำนวน 5 แห่ง ได้แก่ 1) สภ.เมืองนครราชสีมา 2) สภต.โพธิ์กลาง 3) สภต.มะเริง 4) สภต.พลกรัง 5) สภต.จอหอ

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาดำเนินการศึกษาเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2568 ถึงวันที่ 31 มีนาคม 2568

ประชากร ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 112 คน (สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา, 2567)

เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิดแบ่งออก 2 ตอน คือ

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และตำแหน่งหน้าที่ของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในการปฏิบัติงาน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านการยอมรับนับถือ 3) ด้านค่าตอบและสวัสดิการ 4) ด้านความก้าวหน้า และ 5) ด้านความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน โดยแบบสอบถามมีลักษณะแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ

การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. ขอหนังสือจากคณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาเสนอต่อผู้กำกับสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยด้วยตนเอง

3. ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งแยกวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

1. วิเคราะห์ข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่ตอบแบบสอบถามโดยการหาค่าความถี่และค่าร้อยละ

2. วิเคราะห์ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ค่าเฉลี่ยและแปลความหมาย

3. เปรียบเทียบขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยใช้สถิติค่า t-test และ F-test และทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่โดยวิธีการของเชฟเฟ่ (Scheffe)

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติอนุมานหรืออ้างอิง (Inferential Statistics) การวิเคราะห์หาผลกระทบระหว่างตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล เพศ ระดับการศึกษา ตำแหน่งหน้าที่ ที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม ได้แก่ ความสำเร็จของงาน การยอมรับนับถือ ค่าตอบแทนและสวัสดิการ ความก้าวหน้า ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน โดยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างสองตัวแปรการทดสอบค่าที (t-test) และการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) สำหรับค่านัยสำคัญทางสถิติในการวิจัยครั้งนี้กำหนดที่ระดับ 0.05 หากพบความแตกต่างในการวิเคราะห์เปรียบเทียบจะทำการทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffé)

7. ผลการวิจัย

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์และสรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ข้าราชการตำรวจส่วนใหญ่เป็นเพศชาย 82 คน (ร้อยละ 73.21) เพศหญิง 30 คน (ร้อยละ 26.78) ส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี 59 คน (ร้อยละ 52.67) รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี 32 คน (ร้อยละ 28.57) ส่วนใหญ่เป็นเจ้าหน้าที่ธุรการและงานจราจร 58 คน (ร้อยละ 51.78) รองลงมาเจ้าหน้าที่สายตรวจและสายสืบ 18 คน (ร้อยละ 16.07) และผู้บังคับหมู่ 15 คน (ร้อยละ 13.39)

2. ผลการวิเคราะห์ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมและรายด้าน

ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน	ระดับขวัญกำลังใจ		แปลผล	ลำดับ
	μ	σ		
1. ด้านความสำเร็จของงาน	3.60	0.45	มาก	5
2. ด้านการยอมรับนับถือ	3.71	0.38	มาก	2
3. ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	3.66	0.41	มาก	4
4. ด้านความก้าวหน้า	3.80	0.40	มาก	1
5. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.69	0.41	มาก	3
โดยรวม	**3.71**	**0.40**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ในภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน (μ = 3.71, σ = 0.40) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความก้าวหน้า (μ = 3.80, σ = 0.40), ด้านการยอมรับนับถือ (μ = 3.71, σ = 0.38), ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (μ = 3.69, σ = 0.41), ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ (μ = 3.66, σ = 0.41), และด้านความสำเร็จของงาน (μ = 3.60, σ = 0.45) ตามลำดับ รายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านความสำเร็จของงาน พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 3.60, σ = 0.45) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ผลสำเร็จในหน้าที่ก่อให้เกิดกำลังใจในการปฏิบัติงาน การปฏิบัติงานได้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายและการมีความก้าวหน้าในการปฏิบัติงานตามความรู้ความสามารถ การได้รับการชื่นชมจากผลการปฏิบัติงาน และสามารถปฏิบัติงานได้สำเร็จตามกำหนดเวลา

2.2 ด้านการยอมรับนับถือ พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 3.71, σ = 0.38) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า ความพึงพอใจในตำแหน่งงานและภูมิใจหน่วยงานนี้ หน่วยงานให้ท่านเป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติงานที่ท้าทาย การได้รับการยอมรับในความรู้ ความสามารถ การได้รับเกียรติในการปฏิบัติงานที่สำคัญเสมอ และการได้รับความนับถือจากเพื่อนร่วมงานตลอดเวลา

2.3 ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 3.66, σ = 0.41) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การได้รับค่าตอบที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ปฏิบัติอยู่ หน่วยงานจัดสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลอย่างเหมาะสม การพัฒนาและปรับปรุงค่าตอบแทน สวัสดิการให้มีความเหมาะสม หน่วยงานจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างกำลังใจ และค่าตอบแทนอื่นๆ มีความเหมาะสม

2.4 ด้านความก้าวหน้า พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 3.80, σ = 0.40) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การได้รับความยุติธรรมในการเลื่อนขั้นเงินเดือน มีความพึงพอใจในตำแหน่งงานที่ปฏิบัติอยู่ การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งตามที่คาดหวัง การได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา และการได้มอบหมายตำแหน่งที่เหมาะสมความสามารถ

2.5 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก (μ = 3.69, σ = 0.41) เมื่อพิจารณารายข้อพบว่า การได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเสมอ การให้ความช่วยเหลือหรือให้คำปรึกษาแก่เพื่อนร่วมงาน การทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี การมีสัมพันธภาพที่ดีกับผู้ร่วมงาน และการประสานงานกับส่วนงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดี

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล รายละเอียดดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามเพศ

	ขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig
		μ	σ	μ	σ		
1	ด้านความสำเร็จของงาน	3.56	0.38	3.72	0.33	0.512	0.053
2	ด้านการยอมรับนับถือ	3.59	0.40	3.67	0.34	0.322	0.065
3	ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	3.74	0.41	3.61	0.51	0.311	0.141
4	ด้านความก้าวหน้า	3.80	0.39	3.68	0.39	0.247	0.121
5	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	3.82	0.41	3.69	0.44	0.192	0.183
	รวม	**3.71**	**0.41**	**3.68**	**0.41**	**0.221**	**0.067**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่เพศต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีนโยบายการส่งเสริมสวัสดิการข้าราชการตำรวจโดยเสมอภาคกันไม่ได้กำหนดเพศ อีกทั้งข้าราชการตำรวจชายและหญิงต่างก็มีโอกาสที่ได้รับมอบหมายงานที่เท่าเทียมกันตรงกับความรู้ ความสามารถและความสนใจ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามระดับการศึกษา

	ขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1	ด้านความสำเร็จของงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.360	3	0.555	1.279	0.20
		ภายในกลุ่ม	51.242	109	0.434		
		รวม	54.655	112			
2	ด้านการยอมรับนับถือ	ระหว่างกลุ่ม	1.110	3	0.746	1.442	0.21
		ภายในกลุ่ม	64.994	99	0.517		
		รวม	65.105	102			
3	ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	ระหว่างกลุ่ม	1.491	3	0.187	.496	0.31
		ภายในกลุ่ม	78.595	109	0.377		
		รวม	54.086	112			
4	ด้านความก้าวหน้า	ระหว่างกลุ่ม	2.544	3	1.272	2.761	0.48
		ภายในกลุ่ม	71.030	109	0.461		
		รวม	72.575	112			
5	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	ระหว่างกลุ่ม	1.199	3	0.585	1.344	0.29
		ภายในกลุ่ม	57.180	109	0.436		
		รวม	59.379	112			
	รวม	ระหว่างกลุ่ม	1.170	3	0.600	1.594	0.21
		ภายในกลุ่ม	64.201	109	0.376		
		รวม	62.371	112			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ข้าราชการตำรวจที่มีระดับการศึกษาต่างกันทุกคนต่างได้รับความนับถือจากเพื่อนร่วมงาน การได้รับการยอมรับในความรู้ ความสามารถทุกคนเป็นส่วนสำคัญของหน่วยงานในการปฏิบัติงานดูแลประชาชน

ตารางที่ 4 การเปรียบเทียบขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จำแนกตามตำแหน่งหน้าที่

	ขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1	ด้านความสำเร็จของงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.014	3	0.148	0.044	0.370
		ภายในกลุ่ม	23.925	109	0.143		
		รวม	23.939	112			
2	ด้านการยอมรับนับถือ	ระหว่างกลุ่ม	0.029	3	0.010	0.145	0.758
		ภายในกลุ่ม	24.770	109	0.112		
		รวม	24.799	112			
3	ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	ระหว่างกลุ่ม	0.010	3	0.005	0.249	0.789
		ภายในกลุ่ม	17.554	109	0.108		
		รวม	17.564	112			
4	ด้านความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.067	3	0.022	0.041	0.233
		ภายในกลุ่ม	34.164	109	0.154		
		รวม	34.231	112			
5	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	ระหว่างกลุ่ม	0.091	3	0.030	1.038	0.462
		ภายในกลุ่ม	26.930	109	0.121		
		รวม	27.020	112			
	รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.444	3	0.003	0.086	0.776
		ภายในกลุ่ม	31.693	109	0.079		
		รวม	32.137	112			

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 4 พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ข้าราชการตำรวจมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับความรู้ความสามารถในตำแหน่งงานที่ปฏิบัติงาน

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษาอภิปรายผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ระดับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนี้ ด้านความก้าวหน้า ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ และด้านความสำเร็จของงาน ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน ได้รับการเอาใจใส่ดูแลตามหลักการบริหารบุคคล ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ทั้งเรื่องความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ตลอดจนความสัมพันธ์และความใกล้ชิดระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ยอดปรางค์ (2563) พบว่า ระดับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานข้าราชการตำรวจชั้นประทวน กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 34 จังหวัดตาก ตามหลักทฤษฎีพื้นฐานสองปัจจัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับมากทุกด้าน ดังนี้ ด้านความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพในอนาคต รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน รายละเอียดในแต่ละด้านอภิปรายผล ดังนี้

1.1 ด้านความสำเร็จของงาน พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมามีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ผู้บังคับบัญชาได้มอบหมายงานที่เหมาะสมกับความรู้ ความสามารถของข้าราชการตำรวจ มีการกำหนดระยะเวลาแล้วเสร็จหรือวงรอบของการปฏิบัติงาน นอกจากนั้นข้าราชการตำรวจยังต้องการความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ การทำงานให้ถูกต้องตามลักษณะของงานที่ปฏิบัติและความรับผิดชอบ จนเกิดความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน การเลื่อนขั้นเงินเดือน และมีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงานในทางที่ดี สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชาย ยอดปรางค์ (2563) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างหลักสังคหวัตถุธรรมกับทฤษฎีพื้นฐานสองปัจจัย ที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานข้าราชการตำรวจชั้นประทวน กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 34 จังหวัดตาก คือ ด้านความสำเร็จในการทำงาน ด้านการได้รับความยอมรับนับถือ ด้านลักษณะของงานที่ปฏิบัติ ด้านความรับผิดชอบ ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่การงาน ด้านการเลื่อนขั้นเงินเดือน ด้านความก้าวหน้าในทักษะวิชาชีพในอนาคต และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ 0.885 มีความสัมพันธ์เชิงบวกอยู่ในระดับสูงมากนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

1.2 การยอมรับนับถือ พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมามีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนมีความพึงพอใจในตำแหน่งงานและภูมิใจหน่วยงานนี้ที่สนับสนุนข้าราชการตำรวจชั้นประทวนเป็นส่วนสำคัญในการปฏิบัติงานที่ท้าทาย ทำให้ได้รับการยอมรับในความรู้ ความสามารถจากประชาชนในพื้นที่ พร้อมทั้งได้รับเกียรติในการปฏิบัติงานที่สำคัญเสมอ ทำให้การได้รับความนับถือจากเพื่อนร่วมงานตลอดเวลา การปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนเป็นที่ยอมรับ การประกาศคุณความดีให้เป็นที่ประจักษ์เสริมสร้างขวัญและ

กำลังใจในการทำงานให้มีประสิทธิผลยิ่งขึ้น สอดคลองกับทฤษฎีสองปัจจัย (Two Factor Theory) ของ Herzberg (1959) สามารถจำแนกได้ 2 กลุ่มใหญ่ๆ ดังนี้ กลุ่มแรก Herberz เรียกว่า ปัจจัยจูงใจ (Motivator Factors) ได้แก่ (1) ความสำเร็จของงาน (2) การได้รับการยอมรับนับถือ (3) ลักษณะงาน (4) ความรับผิดชอบ และ (5) ความก้าวหน้าในตำแหน่งการงาน กลุ่มที่สอง Herberz เรียกว่า ปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) ได้แก่ (1) เงินเดือน (2) โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต (3) ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (4) ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (5) ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา (6) สถานะของอาชีพ (7) นโยบายและการบริหารงาน (8) สภาพการทำงาน (9) ความเป็นอยู่ส่วนตัว (10) ความมั่นคงในงาน และ (11) การปกครองบังคับบัญชา

1.3 ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมามีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า การได้รับค่าตอบแทนที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ปฏิบัติอยู่ การจัดสวัสดิการและประโยชน์เกื้อกูลอย่างเหมาะสมส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชิต บุญสนอง และคณะ (2568) พบว่า ความเพียงพอของเงินเดือนและรายได้พิเศษ สวัสดิการของหน่วยงาน รวมถึงโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจในสถานีตำรวจนครบาลยานนาวา กรุงเทพมหานคร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา คำทรา และเสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2564) พบว่า ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ อยู่ในระดับมากทุกด้าน ได้แก่ ด้านรายได้และสวัสดิการ ด้านสภาพการปฏิบัติงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา

1.4 ด้านความก้าวหน้า พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมามีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนได้รับความยุติธรรมในการเลื่อนขั้นเงินเดือน การได้รับการเลื่อนขั้น เลื่อนตำแหน่งตามที่คาดหวัง การได้รับการสนับสนุนจากผู้บังคับบัญชา และการได้มอบหมายตำแหน่งที่เหมาะสมความสามารถ สร้างความผูกพันในองค์การด้วยความเสียสละเพื่อองค์การ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา คำทรา และเสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2564) พบว่า ด้านรายได้และสวัสดิการ มีระดับความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยพบว่า หน่วยงานจัดสวัสดิการต่างๆ อย่างเพียงพอ รองลงมาคือ รายได้ที่ได้รับสอดคล้องกับปริมาณงาน และภาระหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย และมีค่าตอบแทนพิเศษนอกเหนือจากเงินเดือน

1.5 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อภิปรายได้ว่า ข้าราชการตำรวจชั้นประทวนได้รับความช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงานเสมอสามารถทำงานเป็นทีมได้เป็นอย่างดี รู้จักการใช้ถ้อยคำที่สุภาพเป็นทางการ รู้วิธีการช่วยเหลือเอื้อเฟื้อเกื้อกูลกัน รู้จักวางตนให้เหมาะสมกับผู้บังคับบัญชา

และเพื่อนร่วมงาน ทำให้บรรยากาศในการทำงานเต็มไปด้วยความเป็นกัลยาณมิตร เต็มไปด้วยมิตรภาพและความปรารถนาดีต่อกัน ส่งผลให้เกิดความสำเร็จของงาน และได้รับการยอมรับและยกย่องจากผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน การให้ความช่วยเหลือหรือให้คำปรึกษาแก่เพื่อนร่วมงาน การประสานงานกับส่วนงานต่างๆ ได้เป็นอย่างดีทำให้ข้าราชการตำรวจมีแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชิต บุญสนอง และคณะ (2568) พบว่า ข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลยานนาวา กรุงเทพมหานคร ได้รับการส่งเสริมและตอบสนองความต้องการในหลายมิติของการปฏิบัติงาน ไม่ว่าจะเป็นการมีโอกาสก้าวหน้าในตำแหน่งงานที่ชัดเจน สิ่งอำนวยความสะดวกที่เอื้ออำนวยให้ปฏิบัติงานได้อย่างราบรื่น รวมถึงการสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์การที่มีความผูกพันและความร่วมมือที่ดี นอกจากนี้ การตอบแทนในด้านเงินเดือน รายได้พิเศษ และสวัสดิการที่เหมาะสมยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงในงานและความพึงพอใจในหน้าที่การงานทำให้ข้าราชการตำรวจมีแรงจูงใจและความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภพ ศรีสัมพันธ์ และคณะ (2568) พบว่า ปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยที่ให้แรงจูงใจในการทำงานของบุคคลมีลักษณะที่สอดคล้องกับบุคคลในองค์การบุคคลในองค์การจึงเกิดความชอบงาน บุคลากรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา (ผู้บริหาร) เพื่อนร่วมงานเป็นอย่างดีไม่ว่าจะเป็นการติดต่อสื่อสารมีการใช้กิริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน สามารถทำงานร่วมกันมีความเข้าใจซึ่งกันและกันอย่างดีมีความสามัคคีและให้ความร่วมมือกัน ในการปฏิบัติงานเพื่อนร่วมงานให้ความช่วยเหลือกันและกันมีความเชื่อใจไว้วางใจและมีการทำงานเป็นทีม

2. ผลการเปรียบเทียบขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธร อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

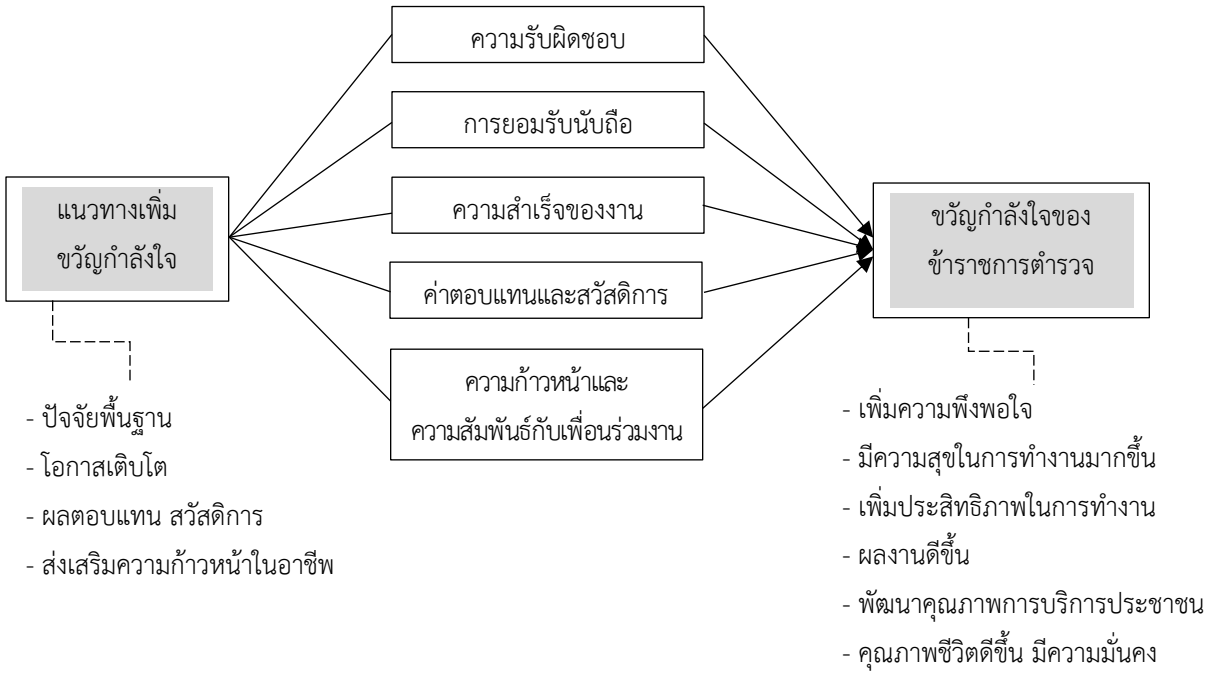
2.1 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่เพศต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ผู้บริหารมีนโยบายการส่งเสริมสวัสดิการข้าราชการตำรวจโดยเสมอภาคกันไม่ได้กำหนดเพศ อีกทั้งข้าราชการตำรวจชายและหญิงต่างก็มีโอกาสที่ได้รับมอบหมายงานที่เท่าเทียมกันตรงกับความรู้ ความสามารถและความสนใจ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา คำทรา และเสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2564) พบว่า ผลการเปรียบเทียบขวัญกำลังใจในการการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ด้านเพศ พบว่า เพศชายและเพศหญิง มีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน

2.2 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่ระดับการศึกษาต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ข้าราชการตำรวจที่มีระดับการศึกษาต่างกันทุกคนต่างได้รับความนับถือจากเพื่อนร่วมงาน การได้รับการยอมรับในความรู้ ความสามารถ ทุกคนเป็นส่วนสำคัญของหน่วยงานในการปฏิบัติงานดูแลประชาชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐธิดา คำทรา และเสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์ (2564) พบว่า ผลการเปรียบเทียบขวัญกำลังใจในการการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ กองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ด้านระดับการศึกษา โดยภาพรวมและรายด้านมีความคิดเห็นไม่แตกต่าง

2.3 ข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ที่มีตำแหน่งหน้าที่ต่างกัน มีขวัญกำลังใจ ไม่แตกต่างกัน ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจาก ข้าราชการตำรวจมีสัมพันธภาพที่ดีระหว่างผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ลักษณะงานที่ได้รับมอบหมายมีความเหมาะสมกับความรู้ ความสามารถในตำแหน่งงานที่ปฏิบัติ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมภพ ศรีสัมพันธ์ และคณะ (2568) พบว่า ครูผู้ช่วย ครู และครูชำนาญการขึ้นไป จำแนกตามตำแหน่งงานโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ครูในสถานศึกษาทุกคนล้วนมีเป้าหมายและความตั้งใจที่จะทำงานที่ตนเองได้รับมอบหมายที่ชัดเจนเหมือนกัน

สรุปองค์ความรู้จากการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้แสดงถึงระดับขวัญกำลังใจของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน ประกอบด้วย ด้านความรับผิดชอบ ด้านการยอมรับนับถือ ด้านความก้าวหน้าและความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ด้านความสำเร็จของงาน ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ซึ่งปัจจัยทั้ง 5 ด้านมีผลในเชิงบวกต่อระดับขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจที่แสดงถึงความพึงพอใจ ความภูมิใจ และความมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน แสดงความสัมพันธ์ในโมเดล ดังภาพ



9. ข้อเสนอแนะ

จากผลการศึกษา ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านความสำเร็จของงาน ควรส่งเสริมและสนับสนุนด้านการสร้างขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน การยกย่องและให้รางวัลที่เหมาะสม การกล่าวชมเชยอย่างจริงใจจากผู้บังคับบัญชาในที่ประชุมหรือในโอกาสที่เหมาะสม การมอบรางวัลสำหรับผู้ที่มีผลงานดีเด่นอย่างสม่ำเสมอ เช่น รางวัลผลการปฏิบัติงานยอดเยี่ยมประจำปี หรือรางวัลพิเศษสำหรับผลงานที่สร้างชื่อเสียงให้แก่หน่วยงาน พิจารณาเลื่อนตำแหน่ง หรือมอบหมายงานที่ท้าทายมากขึ้นเป็นรางวัลสำหรับผู้ที่มีศักยภาพและผลงานโดดเด่นอย่างต่อเนื่อง

1.2 ด้านการยอมรับนับถือ ควรสร้างความภาคภูมิใจในหน้าที่การงานและความภูมิใจในหน่วยงานกับข้าราชการตำรวจชั้นประทวน ให้มากยิ่งขึ้น

1.3 ด้านความก้าวหน้า ควรทำความเข้าใจกับข้าราชการตำรวจชั้นประทวนเกี่ยวกับหลักเกณฑ์การเลื่อนขั้นเงินเดือนให้มากยิ่งขึ้น

1.4 ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ควรส่งเสริมและสนับสนุนให้บุคลากรให้ได้รับค่าตอบที่เหมาะสมกับตำแหน่งที่ปฏิบัติอยู่

1.5 ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ควรส่งเสริมและสนับสนุนกิจกรรมการสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน

2. ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลให้การปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจชั้นประทวน สังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

2.2 ควรศึกษาปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติหน้าที่ของข้าราชการตำรวจชั้นประทวนสังกัดสถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

10. เอกสารอ้างอิง

กฤตภาส ฟุ้งไมตรีจิตต์. (2553). *ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายที่ดินการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ณัฐธิดา คำทรา และเสาวนารถ เล็กเลอสินธุ์. (2564). *ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจกองบัญชาการตำรวจตระเวนชายแดน สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ, 9*(3), 51-67.

เดลินิวส์ ออนไลน์. (2568). *'ผบ.ตร.' สร้างขวัญกำลังใจตำรวจชั้นประทวน เปิดสอบ 900 อัตราเลื่อนเป็นสัญญาบัตร*. สืบค้นเมื่อ 20 กรกฎาคม 2568, จาก https://www.dailynews.co.th/news/4886375/

ธรงวิทย์ นุชฉายา. (2561). *การศึกษาภาวะความเครียดในการทำงานของข้าราชการตำรวจสถานีตำรวจภูธรเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์หลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม, คณะรัฐศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัชกาล ดาวทอง. (2552). *ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของพนักงานเทศบาลนครเชียงราย*. การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2545). *พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2545*. กรุงเทพมหานคร: บริษัทนานมีบุ๊คส์พับลิเคชั่นส์ จำกัด.

วิชิต บุญสนอง, เรวดี มาลัยศรี, กันตินันท์ จิตรละออน และฉัตรชัย วณิชธนานันต์. (2568). ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการตำรวจ สถานีตำรวจนครบาลยานนาวา กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 14*(1), 207-218.

สถานีตำรวจภูธรอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. (2567). *ข้อมูลบุคลากร.* สืบค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567, จาก https://mueang.nakhonratchasima.police.go.th/ita-standards/informations/ita-02/

สมชาย ยอดปรางค์. (2563). *ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานข้าราชการตำรวจชั้นประทวน กองกำกับการตำรวจตระเวนชายแดนที่ 34 จังหวัดตาก*. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สมภพ ศรีสัมพันธ์, ธวัชชัย แสวงทรัพย์, ชนะ รัตนภักดี และฉวีวรรณ ปูรานิธี. (2568). ขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานเขตภาษีเจริญ กรุงเทพมหานคร. *วารสารชัยภูมิปริทรรศน์, 8*(3), 48–64.

อำนาจ ธีระวนิช. (2547). *การจัดการ*. กรุงเทพมหานคร: ซีวีแอลการพิมพ์.

Herzberg, F. (1959). *The Motivation to Work*. New York: John Wiley & Sons.

Harrell, T. W. (1964). *Industrial Psychology*. Calcutta: Oxford and IBM Publishing Co.

การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษา บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง)

Improving Warehouse Management Efficiency by Applying Digital Technology: A Case Study of Dohome Co., Ltd. (Bangbuathong Branch)

*1. วราพร ล้ำเลิศ (Waraporn lomlead), ทล.บ. (B.Tech)**
2. ฉัตรชัย ปัญจกะบุตร (Chatchai Panjakabut), ทล.บ. (B.Tech)
3. ชัยพิสิทธิ์ ติวสร้อย (Chaipisit Tewsoiy), บธ.ด. (D.B.A)
4. ภคพร ผงทอง (Pakaporn Phongthong), บธ.ด. (D.B.A)

Received : 3 August 2025
Revised : 25 November 2025
Accepted : 28 November 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 2) ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาครั้งนี้ คือ พนักงานคลังสินค้า จำนวน 97 คน ใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าได้ร้อยละ 79.20 ได้แก่ 1) ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ 2) ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง 3) ด้านการใช้หุ่นยนต์ และ 4) ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ผู้ประกอบการควรมีการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลมาช่วยเพิ่มความแม่นยำในการติดตามสินค้า การจัดการสต็อก การลดต้นทุน และการขนย้ายสินค้าเพื่อลดข้อผิดพลาด เพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน และการปรับปรุงการตัดสินใจ นอกจากนี้ควรมีการฝึกอบรมบุคลากรเพื่อพัฒนาทักษะในการใช้งานเทคโนโลยี และควรใช้ระบบคลาวด์ในการจัดเก็บข้อมูลให้ปลอดภัยและสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ และมีการปรับปรุงกระบวนการอย่างต่อเนื่องจะช่วยให้การจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การเพิ่มประสิทธิภาพ, การจัดการคลังสินค้า, เทคโนโลยีดิจิทัล

1,2 นักศึกษา หลักสูตรเทคโนโลยีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ (ต่อเนื่อง)
สถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 4 วิทยาลัยเทคนิคสุพรรณบุรี
(A student of Bachelor of Technology Program in Logistics Management (Continuing Program),
Central Vocational Education Institute 4, Suphanburi Technical College)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) E-mail: 1. waraphon89471@gmail.com, 2. voonnychatchai@gmail.com*
3. อาจารย์ประจำ หลักสูตรการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน วิทยาลัยเทคนิคสุพรรณบุรี
(Lecturer, Logistics and Supply Chain Management Program, Suphanburi Technical College)
E-mail: tchaipisit5@gmail.com
4. อาจารย์ประจำ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
(Lecturer, Faculty of Management Science, Nakhonratchasima Rajabhat University)
E-mail: 4. pakaporn.p@nrru.ac.th

Abstract

This research aimed to 1) study the efficiency of warehouse management and the application of digital technology, and 2) study the improvement of warehouse management efficiency through the application of digital technology at Dohome Co., Ltd. (Bangbuathong Branch). The Sample in this study consisted of 97 warehouse employees. Simple random sampling was used to collect data using questionnaires. Data were analyzed using means, standard deviations, and multiple regression analysis. The results showed that the efficiency of warehouse management and the application of digital technology was at a high level. The application of digital technology can increase warehouse management efficiency by 79.20 percent, namely 1) cloud computing, 2) the Internet of Things, 3) the use of robots, and 4) augmented reality. The results indicate that entrepreneurs should manage their warehouses by applying digital technology to increase the accuracy of product tracking, inventory management, reduce costs, and transport goods to reduce errors, speed up operations, and improve decision-making. Furthermore, personnel should be trained to develop technology skills, and the use of cloud systems to store data securely and accessible anywhere, along with continuous process improvement, which will contribute to the efficiency of warehouse management.

Keywords: Efficiency improvement, Warehouse management, Digital technology

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันการแข่งขันทางธุรกิจในอุตสาหกรรมค้าปลีกวัสดุก่อสร้างและของใช้ในบ้านมีความรุนแรงมากขึ้น โดยเฉพาะในด้านการบริหารจัดการโลจิสติกส์และคลังสินค้า ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญในการส่งมอบสินค้าให้ลูกค้าได้อย่างถูกต้อง รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการคลังสินค้าแบบดั้งเดิมที่เน้นแรงงานคน การบันทึกข้อมูลด้วยเอกสาร หรือระบบที่ไม่มีการบูรณาการ อาจนำไปสู่ปัญหาด้านความล่าช้า ความผิดพลาดในการจัดเก็บหรือเบิกจ่ายสินค้า และต้นทุนที่ไม่จำเป็น การจัดการคลังสินค้าถือเป็นหัวใจสำคัญของระบบโลจิสติกส์และซัพพลายเชน โดยมีบทบาทในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บและการจัดส่งสินค้าอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการลดต้นทุนด้านพื้นที่ แรงงาน และการขนส่ง (Richards, 2017) การบริหารจัดการคลังสินค้าที่มีประสิทธิภาพช่วยให้สามารถควบคุมสินค้าคงคลังได้อย่างแม่นยำ ลดความเสี่ยงของสินค้าขาดหรือเกิน และช่วยเร่งกระบวนการผลิตและส่งมอบได้ทันเวลา (Richards, 2014) อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความพึงพอใจของลูกค้าและรองรับการเติบโตของธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) ในฐานะผู้จัดจำหน่ายสินค้าก่อสร้างและของใช้ภายในบ้าน จำเป็นต้องพัฒนาระบบคลังสินค้าให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบบริหารคลังสินค้า (Warehouse Management System: WMS) การใช้โดรนตรวจสอบสินค้า การใช้อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) และระบบวิเคราะห์ข้อมูล จึงเป็นแนวทางหนึ่งในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานให้มีความแม่นยำและลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นจากความผิดพลาดของมนุษย์ ในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ควรให้ความสำคัญทั้งด้านประสิทธิภาพการดำเนินงานและความยั่งยืน โดยนำแนวคิดด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environmental, Social, and Governance: ESG) และ เป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) มาประยุกต์ใช้ เช่น การลดการใช้พลังงาน การลดของเสีย และการสนับสนุนแนวทางโลจิสติกส์สีเขียว (Green Logistics) ควบคู่กับการเตรียมความพร้อมของบุคลากรให้สามารถยอมรับและปรับตัวต่อเทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผ่านการอบรมและพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล เพื่อให้การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบคลังสินค้าอัจฉริยะเป็นไปอย่างราบรื่น ส่งผลให้การดำเนินงานมีความยั่งยืน ปลอดภัย และสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว (Chien, 2023)

จากการศึกษาของ Abdul Rahman et al., (2023) ชี้ให้เห็นว่าการเลือกใช้ตัวชี้วัดที่เหมาะสมในการประเมินประสิทธิภาพของคลังสินค้า เช่น ความเร็วในการเบิกจ่ายสินค้า ความแม่นยำของสต็อก และการใช้พื้นที่มีบทบาทสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานของโลจิสติกส์ ขณะที่การศึกษาของ Ali et al., (2024) แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของการใช้เทคโนโลยีโดรนในการจัดการคลังสินค้าแบบอัจฉริยะ ซึ่งสามารถช่วยในการตรวจสอบสินค้าคงคลัง ลดเวลาการตรวจนับ และเพิ่มความปลอดภัยในการดำเนินงาน นอกจากนี้ Andiyappillai (2020) ยังเน้นถึงความสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล (Digital Transformation) ในการบริหารคลังสินค้า โดยระบบ WMS ที่ทันสมัยสามารถทำให้การจัดการข้อมูลสินค้าคงคลังมีความถูกต้องแบบเรียลไทม์ และช่วยให้เกิดการตัดสินใจที่รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น สอดคล้องกับ Richards (2017) และ (Richards (2014) ที่กล่าวถึงหลักการบริหารคลังสินค้าอย่างมีประสิทธิภาพโดยการใช้เทคโนโลยีร่วมกับกระบวนการที่เหมาะสม สามารถลดต้นทุน เพิ่มความโปร่งใส และเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

จากประเด็นที่กล่าวมานี้ ทำให้เห็นความจำเป็นในการศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อยกระดับประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าในกรณีศึกษาของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) โดยเฉพาะประเด็นด้านการยอมรับและการปรับตัวของบุคลากร เนื่องจากการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้งาน หากไร้การฝึกอบรมที่เหมาะสมหรือขาดการเตรียมความพร้อมของพนักงาน อาจทำให้การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีไม่เกิดผลลัพธ์สูงสุด ทั้งนี้ การใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพจะช่วยลดต้นทุน เพิ่มความถูกต้องในการจัดเก็บและเบิกจ่ายสินค้า ตลอดจนช่วยให้องค์กรตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น ซึ่งล้วนส่งผลต่อการเสริมสร้างศักยภาพการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮมจำกัด (สาขาบางบัวทอง)

2.2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง)

3. วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องและสมมติฐานงานวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

Rathee & Rani (2025) กล่าวว่า การนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในงานคลังสินค้าเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กรในยุคดิจิทัลปัจจุบัน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมโลจิสติกส์และค้าปลีกที่ต้องรองรับข้อมูลจำนวนมากสำหรับการควบคุมสต็อก และดูแลการเคลื่อนย้ายสินค้าอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีดิจิทัลจึงมีบทบาทโดดเด่นในการเสริมความเที่ยงตรง เพิ่มความรวดเร็ว และลดความคลาดเคลื่อนที่อาจเกิดขึ้นในกระบวนการจัดการคลังสินค้า Verbivska et al., (2023) ระบุว่า เทคโนโลยีดิจิทัลถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพโลจิสติกส์ผ่านการเก็บข้อมูลแบบเรียลไทม์ การวิเคราะห์ข้อมูล และการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ที่มีความถูกต้องมากขึ้น Ruthramathi & Sivakumar (2023) ชี้ว่า ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งได้เปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงานภายในคลังสินค้าอย่างมีนัยสำคัญ ช่วยให้กระบวนการรับ–จ่ายสินค้าเป็นไปอย่างแม่นยำ มีการควบคุมสินค้าคงคลังที่มีประสิทธิภาพ และลดต้นทุนแรงงานลงได้อย่างเห็นผล ขณะที่ Andiyappillai (2020) ได้กล่าวถึงบทบาทของระบบบริหารจัดการคลังสินค้าอัจฉริยะ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลทรานส์ฟอร์เมชันในคลังสินค้า โดยระบบดังกล่าวช่วยให้การติดตาม การวางแผน และการควบคุมสินค้าคงคลังเป็นไปอย่างมีระบบ ช่วยลดความซ้ำซ้อนในการทำงาน และสนับสนุนการตัดสินใจบนพื้นฐานของข้อมูลจริง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพในการจัดการคลังสินค้า นอกจากนี้ Istiqomah et al., (2020) พบว่า การนำระบบบาร์โค้ดมาใช้ในคลังสินค้า ช่วยลดเวลาในการจัดการเอกสาร ลดข้อผิดพลาดจากมนุษย์ และเพิ่มความสามารถในการตรวจสอบย้อนกลับสินค้า ซึ่งล้วนส่งผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของคลังสินค้าโดยรวม

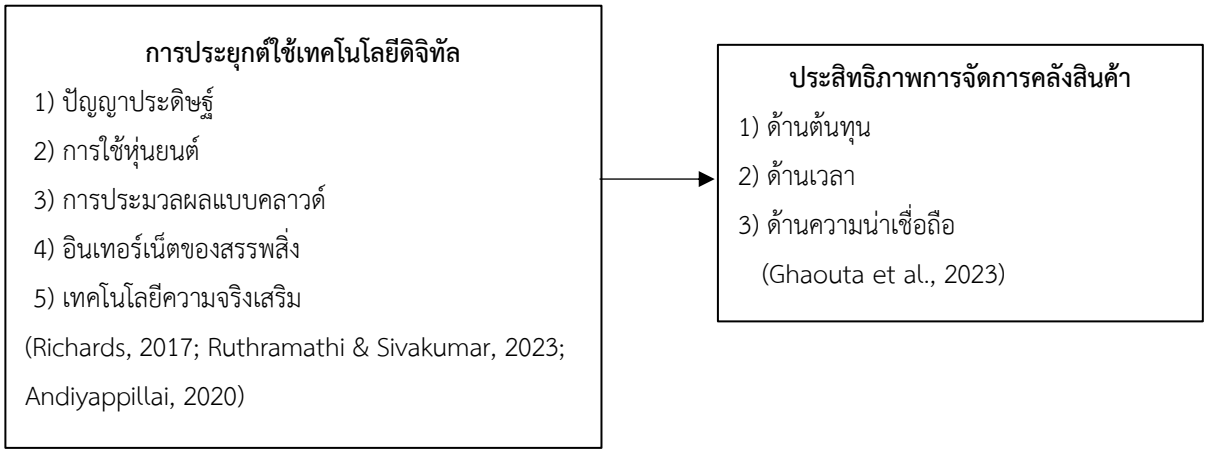
แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า

Richards (2017) กล่าวว่า ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า เป็นปัจจัยสำคัญที่สะท้อนความสามารถขององค์กรในการบริหารจัดการทรัพยากร กระบวนการ และเทคโนโลยี เพื่อให้เกิดการไหลเวียนของสินค้าที่รวดเร็ว ถูกต้อง และคุ้มค่าต้นทุนมากที่สุด โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทในการยกระดับกระบวนการคลังสินค้าให้มีความอัจฉริยะและยืดหยุ่นมากขึ้น Abdul Rahman et al., (2023) ชี้ให้เห็นว่าการวิเคราะห์ตัวชี้วัดด้านประสิทธิภาพ เช่น ความรวดเร็วในการจัดการคำสั่งซื้อ ความแม่นยำของข้อมูลสินค้า และการใช้พื้นที่จัดเก็บอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับผลการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์ ในขณะที่ Halim et al., (2024) พบว่าการใช้ระบบอัตโนมัติ และระบบบริหารจัดการคลังสินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานของคลังสินค้า โดยเฉพาะเมื่อมีการประยุกต์ใช้แนวคิด “Smart Warehousing” ซึ่งทำให้สามารถบริหารจัดการข้อมูลแบบเรียลไทม์และลดความผิดพลาดจากมนุษย์ลงได้อย่างมาก นอกจากนี้ Ghaouta et al., (2023) ได้ทบทวนวรรณกรรมเชิงระบบเกี่ยวกับการวัดผลประสิทธิภาพของคลังสินค้า และเสนอว่าควรพิจารณาทั้งด้านการดำเนินงาน ด้านทรัพยากรมนุษย์ และด้านเทคโนโลยี เพื่อให้การประเมินมีมิติควบคู่กันทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ

ดังนั้น ในการวิจัยนี้ จึงกำหนดสมมติฐานไว้ดังนี้

H1: การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด

4. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) จำนวน 130 คน บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน) (2567)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) จำนวน 130 คน ซึ่งทราบจำนวนที่แน่นอน ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้สูตรการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) กรณีทราบจำนวนที่แน่นอน กำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 97 คน

$$n = \frac{N}{1+Ne^2}$$

ผู้วิจัยใช้การสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย จากพนักงานคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) เนื่องจากต้องการให้ทุกหน่วยตัวอย่างในประชากรมีโอกาสถูกเลือกเท่าเทียมกัน การสุ่มอย่างง่ายช่วยลดความลำเอียงในการเลือกตัวอย่าง และทำให้ผลการวิจัยสามารถสรุปไปยังประชากรได้อย่างน่าเชื่อถือ

เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นการศึกษาจากแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบบสอบถามจำนวน 1 ชุด แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา ระยะเวลาในการประกอบอาชีพ

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ได้แก่ 1) ปัญญาประดิษฐ์ 2) การใช้หุ่นยนต์ 3) การประมวลผลแบบคลาวด์ 4) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง และ 5) เทคโนโลยีความจริงเสริม ซึ่งลักษณะคำตอบมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale Questions) 5 ระดับ จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ได้แก่ 1) ด้านต้นทุน 2) ด้านเวลา และ 3) ด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งลักษณะคำตอบมาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale Questions) 5 ระดับ จำนวน 15 ข้อ

หลังจากสร้างแบบสอบถามผู้วิจัยได้ทดสอบคุณภาพเครื่องมือ ดังนี้

1. การตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (Validity) ของเครื่องมือโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of consistency: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ได้แก่ 1) ผู้เชี่ยวชาญด้านการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน 2) ผู้จัดการแผนกคลังสินค้า และ 3) ผู้เชี่ยวชาญด้านสถิติและการวัดผล ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00 และมีค่า IOC ผลรวม คือ 0.849 (Rovinelli & Hambleton, 1976)

2. การตรวจสอบความเที่ยง (Reliability) ของเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบความตรงของเครื่องมือนำไปใช้กับกลุ่มบุคคลที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน ได้ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.953 และประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า เท่ากับ 0.932 (Cronbach, 1951) แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงสูงและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยสามารถวัดได้อย่างถูกต้อง ครอบคลุมทุกด้านที่เกี่ยวข้อง และสะท้อนความเป็นจริงของตัวแปรที่นำมาศึกษาได้อย่างแม่นยำ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเป็นผู้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมาย หลังจากกลุ่มตัวอย่างได้ตอบแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ต่อไป

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือหลัก เพื่อสำรวจความคิดเห็นของพนักงานคลังสินค้าบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงได้โดยง่าย จึงได้จัดทำคิวอาร์โค้ด และลิงก์ออนไลน์ของแบบสอบถาม เพื่ออำนวยความสะดวกให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าถึงและตอบแบบสอบถามได้อย่างรวดเร็ว โดยควบคุมความถูกต้องของการตอบแบบสอบถามออนไลน์ ด้วยกำหนดคำตอบแบบบังคับสำหรับคำถามสำคัญ และใช้คำอธิบายช่วยในการตอบเพื่อป้องกันความเข้าใจผิด ทั้งนี้ การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการระหว่างเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567 ถึงเดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลา 5 เดือน

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) โดยผู้วิจัยใช้แหล่งข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสาร ตำรา หนังสือ บทความวิชาการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อนำมาศึกษาทบทวนองค์ความรู้และแนวคิดที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวิเคราะห์ข้อมูลและเสนอข้อเสนอแนะในงานวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง)

2. สถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) เพื่อทดสอบการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง)

6. ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮมจำกัด (สาขาบางบัวทอง) ดังแสดงในตารางที่ 1 และ 2

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของด้านการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1) ด้านปัญญาประดิษฐ์	4.41	0.18	มาก	5
2) ด้านการใช้หุ่นยนต์	4.46	0.20	มาก	3
3) ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์	4.43	0.08	มาก	4
4) ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง	4.51	0.09	มากที่สุด	2
5) ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม	4.54	0.14	มากที่สุด	1
รวม	**4.47**	**0.07**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.47, S.D. = 0.07) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.54, S.D. = 0.14) รองลงมา คือ ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง ($\overline{X}$= 4.51, S.D. = 0.09) ด้านการใช้หุ่นยนต์ ($\overline{X}$= 4.46, S.D. = 0.20) ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ ($\overline{X}$= 4.43, S.D. = 0.08) และด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\overline{X}$= 4.41, S.D. = 0.18) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า

ด้านประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
1) ด้านต้นทุน	4.45	0.14	มาก	3
2) ด้านเวลา	4.47	0.19	มาก	2
3) ด้านความน่าเชื่อถือ	4.49	0.07	มาก	1
รวม	**4.47**	**0.06**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยด้านประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$= 4.47, S.D. = 0.06) และเมื่อพิจารณาเป็นราย พบว่า ด้านความน่าเชื่อถือมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ($\overline{X}$= 4.49, S.D. = 0.07) รองลงมาคือ ด้านเวลา มีค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$= 4.47, S.D. = 0.19) และด้านต้นทุน มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ($\overline{X}$= 4.45, S.D. = 0.14) ตามลำดับ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบสัมประสิทธิ์การถดถอยของการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัท ดูโฮม จำกัด

ตัวแปรอิสระ	b	SE_b	β	t	Sig.	ผลการทดสอบสมมติฐาน
(Constant)	0.233	0.229		1.020	0.310	
ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์	0.819	0.052	0.961	15.723	0.000*	ยอมรับ
ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง	0.323	0.047	0.472	6.899	0.000*	ยอมรับ
ด้านการใช้หุ่นยนต์	-0.081	0.020	-0.229	-4.059	0.000*	ยอมรับ
ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม	-0.107	0.040	-0.205	-2.673	0.009*	ยอมรับ
ด้านปัญญาประดิษฐ์	0.061	0.013	0.058	1.122	1.132	ปฏิเสธ
$R = 0.897$, $R^2 = 0.797$, Adjusted R Square = 0.792, $SE_{est} = 0.03112$, F = 7.146, Sig. of F = 0.009						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า การวิเคราะห์ข้อมูลและสมการถดถอยในรูปคะแนนมาตรฐานมีตัวแปรอิสระ 4 ตัวที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัท ดูโฮม จำกัด โดยตัวแปรที่มีผลต่อประสิทธิภาพเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ 1) ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ 2) ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง 3) ด้านการใช้หุ่นยนต์ และ 4) ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม ทั้งนี้สามารถอธิบายค่าสัมประสิทธิ์ของการพยากรณ์ปรับปรุง (Adjusted R Square) เท่ากับร้อยละ 79.20 หมายถึง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล กรณีศึกษาบริษัท ดูโฮม จำกัด ได้ร้อยละ 79.20 เปอร์เซ็นต์ ส่วนที่เหลือ อีกร้อยละ 20.80 คือ ปัจจัยอื่นๆ นอกเหนือจากที่ได้กล่าวมา โดยสามารถเขียนสมการพยากรณ์ได้ดังนี้ ประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า = 0.233 + 0.819 (ด้านการประมวลผลแบบคลาวด์) + 0.323 (ด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง) -0.081 (ด้านการใช้หุ่นยนต์) - 0.107 (ด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม)

ค่า b ของด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ = 0.819 หมายความว่า หากค่าเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ คาดได้ว่าประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัทดูโฮม จำกัด สาขาบางบัวทอง จะเพิ่มขึ้น 0.819 หน่วย

ค่า b ของด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง= 0.323 หมายความว่า หากค่าเทคโนโลยีดิจิทัลด้านอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่งเพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ คาดได้ว่าประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัทดูโฮม จำกัด สาขาบางบัวทอง จะเพิ่มขึ้น 0.323 หน่วย

ค่า b ของด้านการใช้หุ่นยนต์ = -0.081 หมายความว่า หากค่าเทคโนโลยีดิจิทัลด้านการใช้หุ่นยนต์เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ คาดได้ว่าประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัทดูโฮม จำกัด สาขาบางบัวทอง จะลดลง -0.081 หน่วย

ค่า b ของด้านเทคโนโลยีความจริงเสริม = -0.107 หมายความว่า หากค่าเทคโนโลยีดิจิทัลเทคโนโลยีความจริงเสริม เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ในขณะที่ปัจจัยอื่นๆ คงที่ คาดได้ว่าประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัทดูโฮม จำกัด สาขาบางบัวทอง จะลดลง -0.107 หน่วย

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮมจำกัด (สาขาบางบัวทอง) จากการศึกษาเทคโนโลยีดิจิทัลที่บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) นำมาใช้ในการจัดการคลังสินค้า พบว่าองค์กรให้ความสำคัญกับการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความแม่นยำ และลดความผิดพลาดในกระบวนการคลังสินค้า โดยมุ่งเน้นในสามปัจจัยหลัก ได้แก่ เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) และเทคโนโลยีหุ่นยนต์ (Robotics) ช่วยเพิ่มประสบการณ์ในการวางแผนการออกแบบพื้นที่จัดเก็บสินค้า และช่วยเสริมสร้างการเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างอุปกรณ์ต่างๆ ให้สามารถตัดสินใจได้รวดเร็วและแม่นยำยิ่งขึ้น และหากบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) มีการบริหารจัดการคลังสินค้าที่ให้ความสำคัญต่อการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลทั้งสามด้านอย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลให้การดำเนินงานคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สะท้อนถึงการปรับตัวขององค์กรเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล และสามารถแข่งขันในตลาดได้อย่างยั่งยืนในอนาคต

สรุปผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาอิทธิพลของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าของบริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) พบว่า การประมวลผลแบบคลาวด์และนเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (IoT) ถือเป็นเทคโนโลยีที่มีความสำคัญสูงสุดในการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า เนื่องจากช่วยให้สามารถจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลได้แบบเรียลไทม์จากทุกที่ทุกเวลา ช่วยให้ผู้บริหารสามารถติดตามสถานะสินค้า ปรับแผนการจัดการสต็อก และประสานงานระหว่างฝ่ายต่างๆ ได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ และควบคุมกระบวนการคลังสินค้าแบบอัตโนมัติ โดยการเชื่อมต่ออุปกรณ์ต่างๆ เช่น เครื่องสแกนบาร์โค้ดและระบบติดตามพัสดุแบบเรียลไทม์ ในส่วนของเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) ก็มีส่วนสำคัญในการสนับสนุนการฝึกอบรมพนักงานและการจำลองสถานการณ์ภายในคลังสินค้า ช่วยเพิ่มความเข้าใจในกระบวนการทำงาน ลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงานจริง และสามารถใช้ AR เพื่อช่วยนำทางพนักงานในการหยิบสินค้าภายในคลังได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ

7. อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล บริษัท ดูโฮม จำกัด (สาขาบางบัวทอง) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า เทคโนโลยีด้านการประมวลผลแบบคลาวด์ (Cloud Computing) และอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) เป็นปัจจัยที่ส่งผลสำคัญที่สุดต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า เนื่องจากช่วยให้การดำเนินงานภายในคลังมีความแม่นยำ โปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้แบบเรียลไทม์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Richards (2017) ที่กล่าวว่า เทคโนโลยีด้านการประมวลผลแบบคลาวด์สามารถช่วยให้พนักงานเข้าใจกระบวนการทำงานได้ชัดเจนขึ้น ลดความผิดพลาด และเพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน อีกทั้งยังช่วยสร้างความปลอดภัยและความพร้อมในการทำงานของบุคลากร ขณะที่ Ruthramathi & Sivakumar (2023) ระบุว่า การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมในกระบวนการจัดการคลังสินค้าช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทั้งด้านความรวดเร็วในการจัดเก็บ การหยิบสินค้า และการลดต้นทุนการดำเนินงาน Andiyappillai (2020) ยังชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนผ่านสู่ระบบบริหารจัดการคลังสินค้าแบบดิจิทัล ทำให้การจัดการข้อมูลสินค้าคงคลังมีความถูกต้องมากขึ้นและสามารถลดความผิดพลาดที่เกิดจากการป้อนข้อมูลด้วยมนุษย์ได้อย่างมีนัยสำคัญในส่วนของเทคโนโลยี IoT และยังสอดคล้องกับงานของ Halim et al., (2024) ที่อธิบายว่าการใช้ระบบอัตโนมัติร่วมกับอุปกรณ์ IoT ภายในคลังสินค้าช่วยยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงาน โดยเฉพาะการติดตามสถานะสินค้าแบบเรียลไทม์ผ่านเซ็นเซอร์หรือเครื่องอ่านบาร์โค้ด ทำให้สามารถวางแผนการจัดเก็บ การเติมสินค้า และการขนส่งได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ Ghaouta et al., (2023) ยังกล่าวเสริมว่า การใช้เทคโนโลยี IoT ในการวัดประสิทธิภาพคลังสินค้าสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากหลายระบบเข้าด้วยกัน เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาแนวทางปรับปรุงกระบวนการคลังสินค้าในระยะยาว นอกจากนี้ งานของ Abdul Rahman et al., (2023) ยังยืนยันว่าการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและการประมวลผลแบบเรียลไทม์ช่วยเพิ่มตัวชี้วัดประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของคลังสินค้า เช่น ความเร็วในการจัดการคำสั่งซื้อ ความถูกต้องในการบันทึกข้อมูล และการลดเวลารอคอย ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้ศึกษา ที่พบว่าการใช้ระบบคลาวด์และ IoT ทำให้ผู้บริหารสามารถติดตามสถานะสินค้า ปรับแผนงาน และประสานงานระหว่างฝ่ายต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ขณะเดียวกัน ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานของ Ali et al., (2024) ที่กล่าวถึงการใช้เทคโนโลยีอัจฉริยะ เช่น โดรนและ IoT ในระบบคลังสินค้าอัจฉริยะ (Smart Warehouse) ซึ่งช่วยในการตรวจนับสินค้าและติดตามสถานะของพัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยไม่ต้องพึ่งพาแรงงานมนุษย์มากนัก เทคโนโลยีเหล่านี้ช่วยลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เพิ่มความแม่นยำ และลดต้นทุนการดำเนินงานโดยรวม

นอกจากนี้ จากผลการวิจัยที่พบว่าเทคโนโลยีหุ่นยนต์และเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR) ส่งผลเชิงลบต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงข้อจำกัดด้านการยอมรับเทคโนโลยีและความพร้อมด้านโครงสร้างพื้นฐานภายในองค์กร แม้ว่าเทคโนโลยีดังกล่าวจะถูกออกแบบมาเพื่อเพิ่มความรวดเร็วและความแม่นยำในการดำเนินงาน แต่ในช่วงเริ่มต้นของการใช้งานกลับพบอุปสรรคหลายประการ โดยเฉพาะปัญหาด้านทักษะของบุคลากร การบูรณาการระบบ และความซับซ้อนของข้อมูลที่ต้องจัดการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Stoltz et al., (2017) ระบุว่าการใช้ AR ในคลังสินค้ายังเผชิญกับอุปสรรคสำคัญ ได้แก่ ความไม่เสถียรของอุปกรณ์ ภาระงานด้านการเรียนรู้ และความล้าช้าของระบบ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของผู้ศึกษาที่พบว่า AR ทำให้เกิดภาระการเรียนรู้เพิ่มขึ้น เช่น การใช้อุปกรณ์ AR ที่ซับซ้อนหรือแอปพลิเคชันที่ทำงานช้าส่งผลให้พนักงานเสียเวลาและประสิทธิภาพลดลง อีกทั้ง Rejeb (2019) ยังชี้ว่า AR อาจเกิดภาวะข้อมูลล้นเกินไปหากออกแบบไม่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ที่พบว่าพนักงานบางส่วนมีความสับสนจากปริมาณข้อมูลที่แสดงบนอุปกรณ์ AR มากเกินไป ในส่วนของการใช้หุ่นยนต์ ผลการวิจัยชี้ว่าระบบอัตโนมัติยังไม่สอดคล้องกับกระบวนการทำงานเดิม และพนักงานขาดความคุ้นเคย ทำให้ประสิทธิภาพลดลงในช่วงเริ่มต้น การตีความนี้สอดคล้องกับงานของ Jie et al., (2023) ซึ่งพบว่าแม้หุ่นยนต์จะมีศักยภาพเพิ่มความเร็วในการดำเนินงาน แต่ในภาคปฏิบัติองค์กรโลจิสติกส์ในมาเลเซียยังประสบปัญหาที่คล้ายคลึงกัน เช่น ค่าใช้จ่ายสูง ความซับซ้อนของระบบ และช่วงเวลาปรับตัว (Transition period) ที่ทำให้ประสิทธิภาพโดยรวมลดลงชั่วคราว ภาพรวมของทั้งสองเทคโนโลยีชี้ให้เห็นว่า แม้จะมีคุณลักษณะช่วยยกระดับศักยภาพของคลังสินค้าในระยะยาว แต่ผลกระทบเชิงลบที่ตรวจพบสะท้อนความไม่พร้อมด้านบุคลากร การออกแบบระบบที่ยังไม่เหมาะสมกับบริบทงานจริง และต้นทุนแฝงในการทดลองใช้งาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ทำให้การใช้เทคโนโลยีหุ่นยนต์และ AR ยังไม่สามารถสร้างผลลัพธ์เชิงบวกได้ในระยะสั้น ทั้งนี้ เมื่อองค์กรมีการอบรมบุคลากร การปรับกระบวนการทำงาน และการพัฒนาระบบให้เสถียรมากขึ้น เทคโนโลยีดังกล่าวยังคงมีศักยภาพในการเพิ่มประสิทธิภาพในอนาคต

กล่าวโดยสรุป ผลการวิจัยชี้ว่าเทคโนโลยีการประมวลผลแบบคลาวด์และระบบ IoT เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน เทคโนโลยีสนับสนุน เช่น AR และระบบอัตโนมัติอื่นๆ มีบทบาทในการเสริมศักยภาพของบุคลากร เพื่อให้สามารถทำงานร่วมกับระบบดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิผล ภาพรวมนี้สะท้อนว่า การประยุกต์ใช้คลาวด์และ IoT อย่างเหมาะสมเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับการดำเนินงาน ลดความคลาดเคลื่อน และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การใช้เทคโนโลยีหุ่นยนต์และ AR ในระยะเริ่มต้นยังไม่สร้างผลลัพธ์เชิงบวกอย่างชัดเจน เนื่องจากข้อจำกัดด้านความพร้อมของบุคลากร ความซับซ้อนในการบูรณาการระบบ และความต้องการปรับกระบวนการภายในองค์กร รวมถึงต้นทุนด้านเวลาและทรัพยากรที่สูงในช่วงทดลองใช้งาน ปัจจัยเหล่านี้ทำให้เทคโนโลยีดังกล่าวยังไม่สามารถยกระดับประสิทธิภาพคลังสินค้าได้ในระยะสั้น อย่างไรก็ตาม หากมีการอบรมบุคลากร ปรับปรุงกระบวนการทำงาน และพัฒนาระบบให้มีความเสถียรมากขึ้น เทคโนโลยีเหล่านี้ยังคงมีศักยภาพที่จะเพิ่มประสิทธิภาพและสร้างคุณค่าให้องค์กรได้ในอนาคต

8. ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

องค์กรควรให้ความสำคัญกับการลงทุนและพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสนับสนุนการจัดเก็บและเข้าถึงข้อมูลแบบเรียลไทม์ ทั้งในด้านระบบคลาวด์และอุปกรณ์ IoT ที่สามารถเชื่อมโยงข้อมูลได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถติดตามสถานะสินค้า ปรับปรุงการจัดการสต็อก และลดความสูญเสียจากการจัดเก็บหรือจัดส่งที่ผิดพลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ เทคโนโลยีความจริงเสริม (Augmented Reality: AR) ควรถูกนำมาใช้เป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของพนักงาน เพื่อเพิ่มความเข้าใจในกระบวนการทำงานภายในคลังสินค้า ช่วยลดข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติงานจริง และเพิ่มความรวดเร็วในการหยิบและจัดการสินค้า องค์กรควรจัดให้มีการอบรมและสร้างวัฒนธรรมการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัวและใช้งานระบบได้อย่างเต็มศักยภาพ

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งถัดไป

ควรศึกษาการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data Analytics) เพื่อประเมินศักยภาพของเทคโนโลยีเหล่านี้ในการยกระดับการจัดการคลังสินค้าให้มีความอัจฉริยะและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น อีกทั้งควรให้ความสำคัญกับการศึกษาทัศนคติของพนักงานและผู้บริหารต่อการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล เพื่อหาแนวทางในการปรับตัวและเสริมสร้างความพร้อมขององค์กรในระยะยาว ควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรกำกับ (Moderator) เช่น ทักษะของพนักงานหรือวัฒนธรรมองค์กร เพื่อวิเคราะห์ว่าปัจจัยเหล่านี้สามารถเปลี่ยนผลกระทบเชิงลบของเทคโนโลยีหุ่นยนต์หรือเทคโนโลยีความจริงเสริมให้กลายเป็นผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าในอนาคต

9. เอกสารอ้างอิง

บริษัท ดูโฮม จำกัด (มหาชน). (2567). *ฝ่ายทรัพยากรบุคคล.* สืบค้นเมื่อ 15 ธันวาคม 2567, จาก https://investor.dohome.co.th/th/corporate-information/information

Abdul Rahman, N. S. F., Karim, N. H., Md Hanafiah, R., Abdul Hamid, S., & Mohammed, A. (2023). Decision analysis of warehouse productivity performance indicators to enhance logistics operational efficiency. *International Journal of Productivity and Performance Management, 72*(4), 962-985.

Ali, S. S., Khan, S., Fatma, N., Ozel, C., & Hussain, A. (2024). Utilisation of drones in achieving various applications in smart warehouse management. *Benchmarking: An International Journal, 31*(3), 920–954.

Andiyappillai, N. (2020). Digital transformation in warehouse management systems (WMS) implementations. *International Journal of Computer Applications, 177*(45), 34–37.

Chien, F. (2023). The role of corporate governance and environmental and social responsibilities on the achievement of sustainable development goals in Malaysian logistic companies. *Economic Research-Ekonomska istraživanja, 36*(1), 1610-1630.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297-334.

Ghaouta, A., Ouiddad, A., & Okar, C. (2023). Measuring warehouse performance: A systematic literature review. *International Journal of Industrial and Systems Engineering, 45*(3), 321-364.

Halim, L. R., Santosa, W., & Dewayana, T. S. (2024). The effect of work process automation, warehouse management system, and experts on company operational efficiency with smart warehousing mediation in e-commerce warehouses in Jakarta. *Indonesian Interdisciplinary Journal of Sharia Economics (IIJSE), 7*(3), 7819-7839.

Jie, C. X., Hui, T. K., Hoong, B. S., Yang, J. C. K., & Yusof, H. (2023). The implementation of robotics and automation in improving warehouse efficiency among logistics operators in Malaysia. In S. M. Curle & M. T. Hebebci (Eds.), *Proceedings of the International Conference on Academic Studies in Technology and Education 2023* (pp. 163–179). ARSTE Organization. Retrieved from https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED639665.pdf

Istiqomah, N. A., Sansabilla, P. F., Himawan, D., & Rifni, M. (2020). The implementation of barcode on warehouse management system for warehouse efficiency. *In Journal of Physics: Conference Series*, *1573*(1), Article012038. IOP Publishing.

Rathee, M. M., & Rani, P. (2025). *Warehouse management and inventory control. (2nd ed.).* Literatureslight Publishing. Retrieved from https://books.google.com/books/about/Warehouse_Management_and_Inventory_Contr.html?id=UHeTEQAAQBAJ

Rejeb, A. (2019). The challenges of augmented reality in logistics: a systematic literature review. *World Scientific News, 134*(2), 281-311.

Richards, G. (2014). *Warehouse management: A complete guide to improving efficiency and minimizing costs in the modern warehouse* (2nd ed.). Kogan Page Limited.

Richards, G. (2017). *Warehouse management: A complete guide to improving efficiency and minimizing costs in the modern warehouse*. Kogan Page Publishers. https://www.koganpage.com/product/warehouse-management-9780749483375

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). *On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity*. (Report No. 24, 37 p.). ERIC Clearinghouse. Retrieved from https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf

Ruthramathi, R., & Sivakumar, V. (2023). Digital technology advancement and innovations in warehouse operations. *Journal of Emerging Knowledge on Emerging Markets, 2*(4), 87-98.

Stoltz, M. H., Giannikas, V., McFarlane, D., Strachan, J., Um, J., & Srinivasan, R. (2017). Augmented reality in warehouse operations: Opportunities and barriers. *IFAC-PapersOnLine, 50*(1), 12979-12984.

Verbivska, L., Zhygalkevych, Z., Fisun, Y., Chobitok, I., & Shvedkyi, V. (2023). Digital technologies as a tool of efficient logistics. *Revista de la Universidad del Zulia*, *14*(39), 492-508.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory analysis*. (3rd ed.). New York: Harper and Row Publications.

การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

The Communication of Community Identity in Sakhla Village, Na Kluea Subdistrict, Phra Samut Chedi District, Samut Prakan Province, for the Promotion of Cultural Tourism

*1. บุษบาบรรณ ไชยศิริ (Bussababun Chaisiri), นศ.ม. (M.Com.Arts.)**
2. จิรัชญานันทน์ ผลัดรื่น (Jirachayanan Pladruen), นศ.ด. (D.Com. Arts)

Received : 16 July 2025
Revised : 2 November 2025
Accepted : 8 December 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม มีวัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ และเพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ราย ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน ปราชญ์ชุมชน นักกิจกรรมของชุมชน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาอย่าช้านานซึ่งเห็นความเปลี่ยนแปลงและมีความรู้เข้าใจบริบทของชุมชน

ผลการศึกษา พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ แบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ตำนานและความเป็นมาของชุมชน 2) มิติทางด้านพื้นที่ อันเป็นชัยภูมิสถานที่ตั้งของชุมชน 3) มิติทางด้านประชาชน เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา และ 4) มิติทางด้านวัฒธรรมที่มีงานประเพณีและพิธีกรรมเป็นองค์ประกอบ ใช้วิธีการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนในรูปแบบการนำเสนออัตลักษณ์ผ่านวิถีการดำเนินชีวิตของประชาชนในชุมชนหมู่บ้านสาขลาให้นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนได้พบเห็น นำเสนออัตลักษณ์ผ่านงานกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีที่สืบเนื่องมาจากตำนานของชุมชน นำเสนออัตลักษณ์ผ่านสถานที่ตั้งของชุมชนที่แตกต่างจากชุมชนอื่น เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์มีทั้งในรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

คำสำคัญ : การสื่อสารอัตลักษณ์, หมู่บ้านสาขลา, การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

1. อาจารย์ประจำ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
(Lecturer, Faculty of Communication Arts, Wongchawalitkul University)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) Email: bussababun_cha@vu.ac.th*
2. นักวิชาการอิสระ และอาจารย์พิเศษ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
(Independent Scholar and Special Lecturer, University of the Thai Chamber of Commerce)
Email: sineinspiration@gmail.com

Abstract

This study aims to examine the community identity of Sakhla Village, Na Kluea Subdistrict, Phra Samut Chedi District, Samut Prakan Province, and to explore the status of community identity communication for cultural tourism. The research employed a qualitative approach using in-depth interviews. The sample consisted of 7 participants, including government officials involved in community development, local community experts, community activists, and long-term residents who have witnessed changes and possess an understanding of the community context.

The findings reveal that the community identity of Sakhla Village can be categorized into four dimensions: 1) Historical Dimension – comprising legends and the historical background of the community. 2) Geographical Dimension – referring to the topography and location of the village. 3) People Dimension – reflecting the way of life of Sakhla residents and 4) Cultural Dimension – encompassing traditional festivals and rituals. The communication of community identity is conveyed through various means. This includes showcasing the identity through the daily lives of the villagers, allowing tourists to experience local customs firsthand. Cultural events rooted in community legends also serve as platforms for identity presentation. Moreover, the distinct geographical location of Sakhla is highlighted as a unique characteristic compared to other communities. Communication tools include both online and offline media.

Keyword: Identity communication, Sakhla Village, Cultural tourism

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ (2565) ได้ให้ข้อมูลว่า คำว่า สาขลา มาจากคำว่า สาวกล้า มีประวัติและตำนานความเป็นมาอย่างยาวนาน ซึ่งชาวสาขลามีความภาคภูมิใจที่มีความเป็นมาในอดีต มีความผูกพันเกี่ยวกับการสู้รบกับพม่า ซึ่งมีที่มาจากในอดีตสมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช เกิดสงคราม 9 ทัพ ซึ่งเป็นสงครามไทยรบพม่า พม่ามีกำลังพลราว 140,000 นาย เข้าตีกรุงเทพฯ 5 ทัพ ตีเมืองเหนือ 2 ทัพ ปักษ์ใต้ 2 ทัพ ซึ่งเป็นสงครามที่ยิ่งใหญ่กว่าครั้งใดๆ ในประวัติศาสตร์ ชายฉกรรจ์ทุกคนต้องเป็นทหาร ดังนั้น ในพระนคร หมู่บ้านต่างๆ รวมทั้งสาขลา จึงมีแต่ผู้หญิง เด็ก และคนชรา เท่านั้น บ้านสาขลาในสมัยนั้นขึ้นอยู่กับธนบุรีเป็นถิ่นที่อุดมสมบูรณ์ไปด้วยข้าวปลา อาหาร นาเกลือ พม่าจึงส่งกองลาดตระเวนออกกวาดต้อนคนไทยและเสบียงอาหาร ผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านจึงร่วมใจกันจับอาวุธต่อสู้จนได้ชัยชนะทำให้ได้ชื่อว่า หมู่บ้านสาวกล้า มีขุดพบซากของใช้ อาทิ ถ้วย ชาม จาน โครงกระดูกมนุษย์ในสมัยโบราณเป็นจำนวนมากจมอยู่ใต้ดิน นอกจากนี้ยังมีผู้ขุดพบโบราณวัตถุสมัยสุโขทัย อาทิ ชาม จานลวดลายเบญจรงค์ สังคโลก ลายคราม ฯลฯ สามารถสันนิษฐานได้ว่าวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของ

บรรพบุรุษชาวหมู่บ้านสาขลาสมัยก่อนจะใช้เครื่องถ้วยชามเบญจรงค์ นอกจากประวัติศาสตร์ความเป็นมาของหมู่บ้านสาขลาแล้ว อีกหนึ่งตำนานที่หลอมรวมความศรัทธาและหัวใจของชาวหมู่บ้านสาขลาให้เป็นหนึ่งเดียวคือหลวงพ่อโตวัดสาขลา เป็นองค์พระประธานประจำชุมชน วัดสาขลามีประวัติศาสตร์มาอย่างยาวนาน สร้างเมื่อ พ.ศ. 2325 สันนิษฐานว่าชาวบ้านช่วยกันสร้างเมื่อคราวรบชนะพม่า นับอายุของวัดแห่งนี้ได้กว่า 233 ปี ปัจจุบันได้ถูกพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญอีกแห่งหนึ่งของจังหวัดสมุทรปราการ วิหารหลวงพ่อโตพระพุทธรูปเก่าแก่ประจำวัดอยู่ติดกับอุโบสถที่ยกสูงขึ้นเมื่อครั้งถูกน้ำท่วม ทั้งชาวบ้านและนักท่องเที่ยวต่างแวะเวียนกันเข้ามาสักการะไม่ขาดสาย คนเฒ่าคนแก่ของหมู่บ้านสาขลาได้ถ่ายทอดถึงตำนานความศักดิ์สิทธิ์ของหลวงพ่อโตไว้ว่าเมื่อคืนวันที่ 6 มกราคม 2526 เวลาประมาณ 21.00 น. ได้เกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ในหมู่บ้าน ชาวบ้านต่างช่วยกันดับไฟแต่ก็เป็นไปด้วยความยากลำบาก พายุเพลิงได้ลุกโหมกระหน่ำไม่หยุดหย่อน จนเกินความสามารถของชาวบ้าน ชาวบ้านที่ออกไปหาปูปลาไม่ไกลจากบริเวณหมู่บ้านสาขลาได้เห็นสิ่งอัศจรรย์ คือ เห็นหลวงพ่อโตยืนเอาจีวรโบกไฟที่กำลังโหมไหม้จนค่อย ๆ ดับลง พร้อมกับได้ยินเสียงสวดมนต์ดังอย่างต่อเนื่อง พอรุ่งเช้าชาวบ้านทราบข่าวว่ามีคนเห็นองค์หลวงพ่อโตช่วยดับไฟทุกคนจึงแห่ไปดูที่วัด และต้องตกตะลึง บางคนถึงกับร้องไห้เมื่อเห็นว่าองค์หลวงพ่อโตดำไปด้วยเขม่าทั้งองค์ ผ้าที่ห่มกรอบไหม้ ใบหน้าของท่านมีร่องรอยเหมือนน้ำตาไหล ชาวบ้านจึงพร้อมใจกันทำบุญให้หลวงพ่อโตทุกวันที่ 6 มกราคมของทุกปี (คมชัดลึก, 2558)

หมู่บ้านสาขลาปัจจุบันตั้งอยู่ที่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นชุมชนขนาดกลางอยู่ใกล้อ่าวไทย และมีความเป็นเอกเทศในลักษณะชุมชนปิด การเดินทางเข้าออกชุมชนของประชาชนแต่ก่อนสามารถเดินทางได้เพียงทางเรือเท่านั้น (ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561) ปัจจุบันสามารถเดินทางโดยรถยนต์เข้าออกหมู่บ้านสาขลาได้ สภาพโดยทั่วไปของชุมชนหมู่บ้านสาขลาเป็นป่าชายเลน ซึ่งเป็นระบบนิเวศน์ของป่าเขตร้อน มีลักษณะภูมิอากาศแบบมรสุม มีความชื้นสูง มีปริมาณน้ำฝนมาก ลักษณะโดยทั่วไปของป่าชายเลนจะเป็นแนวทอดยาวขนานไปตามชายฝั่งทะเลและตามแนวคลอง ระยะหลังมีการเปลี่ยนแปลงสภาพไปบ้าง เพราะบางบริเวณถูกแบ่งไปเป็นนากุ้ง พันธุ์ไม้โดยทั่วไปที่ขึ้นอยู่มีไม้แสมขาวขึ้นสลับกับแสมดำ ไม้โกงกาง ไม้ลำพูและต้นจาก ถัดเข้าไปจะเป็นบริเวณที่มีน้ำทะเลท่วมถึงบ้างเป็นครั้งคราวจะพบต้นโพทะเล เหงือกปลาหมอ สัตว์ที่พบเห็นได้โดยทั่วไป ได้แก่ ปูแสม ปูก้ามดาบ ปลาตีน ตะกวด ปูทะเล กุ้ง หอยชนิดต่างๆ และปลากระบอก เอกลักษณ์ทางสภาพพื้นที่ของบ้านสาขลา เนื่องจากตั้งอยู่ท่ามกลางป่าชายเลน บ้านสาขลาถูกขนานนามเป็น บ้านสามน้ำ สามป่า สามนาและสามหอย โดยมีความหมายมาจากทรัพยากรต่างๆ ที่เป็นองค์ประกอบของบ้านสาขลา ได้แก่ 1) สามน้ำ คือมีทั้ง น้ำจืด น้ำเค็มและน้ำกร่อย 2) สามป่า คือป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง 3) สามนา คือ นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา 4) สามหอย คือ หอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรมและหอยกระพง (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565)

วิถีชีวิตชาวหมู่บ้านสาขลา เป็นชุมชนชาวประมง อาชีพส่วนใหญ่ทำการประมงและผลิตภัณฑ์จากสัตว์ทะเล เช่น กะปิ กุ้งแห้ง ฯลฯ สิ่งที่น่าสนใจของหมู่บ้านสาขลา คือ ความแตกต่างระหว่างชุมชนเมือง และวิถีชีวิตเรียบง่ายของชาวบ้านแบบชนบทดั้งเดิม (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565) อาหารแปรรูปขึ้นชื่อของหมู่บ้านสาขลาคือ กุ้งเหยียด ซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาของชาวบ้านซึ่งประกอบอาชีพเลี้ยงกุ้งธรรมชาติ หรือการทำวังกุ้ง ได้คิดค้นการแปรรูปสัตว์ทะเล โดยการนำกุ้ง 2 ชนิด ได้แก่ กุ้งรูและกุ้งขาวมาดัดหลังให้ตรง และเรียงใส่หม้อทีละชั้นอย่างเป็นระเบียบ โรยน้ำตาลทรายและเกลือป่นลงไประหว่างชั้น จากนั้นนำเขียงมากดทับก่อนนำไปต้มให้สุก ได้เป็นกุ้งตัวแดงมันวาวเหยียดตัวตรง เคี้ยวหนึบหนับรสชาติหวานสุดยอดเมนูอร่อยหนึ่งเดียวในประเทศไทย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) นอกจากนี้ ด้วยความที่หมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนที่อยู่ใกล้ทะเลทำให้มีอาหารทะเลที่อุดมสมบูรณ์และทำบริโภคภายในชุมชนรวมทั้งวางขายให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมา อาทิ ปลาหมอเทศแดดเดียว กะปิ น้ำปลา ขนมจาก เป็นต้น (องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ, 2565) หมู่บ้านสาขลามีประชาชนหลากหลายเชื้อชาติทั้งไทย จีน และมอญ ส่งผลให้ประเพณีและวัฒนธรรมมีความหลากหลายแต่ในปัจจุบันประเพณีและวัฒนธรรมบางอย่างได้เลือนหายไปตามกาลเวลา หมู่บ้านสาขลามีการจัดงานประจำปีราวปลายเดือนสิบเอ็ดหลังออกพรรษา ซึ่งงานประจำปีที่ขึ้นชื่อและไม่เหมือนใคร คือ งานแห่หลวงพ่อโต โดยจะมีการแห่องค์หลวงพ่อโตจำลองไปตามเส้นทางคลองสรรพสามิตไปถึงท่าเรือปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา หลังจากพิธีแห่องค์หลวงพ่อเสร็จสิ้นจะมีการแข่งเรือและการประกวดเรือตามด้วยมีการจัดงานมหรสพต่างๆ นอกจากนี้ประชาชนในหมู่บ้านสาขลายังมีการละเล่นต่างๆ ในช่วงสงกรานต์ ซึ่งถือเป็นงานประเพณีปีใหม่ของไทย โดยชาวบ้านจะทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ เมื่อถึงช่วงเวลาเย็นจะมีการละเล่นสนุกสนานร่วมกัน ผู้ใหญ่จะมีการทรงเจ้าเข้าผี เช่น การเข้าทรงผีข้อง ผีกระด้ง ผีสาร การเข้าลิงลม ส่วนเด็กๆ จะเล่นเตขี่ มอญซ่อนผ้า ขี่ม้าส่งเมือง แม่งูกินหาง ตี่จับ รีรีข้าวสาร และการเล่นสะบ้า เป็นต้น วัฒนธรรมทางภาษาของชาวหมู่บ้านสาขลามีลักษณะเหมือนกับชาวบ้านภาคกลางทั่วไปเพียงแต่หางเสียงจะมีลักษณะเหน่อเหมือนภาษามอญ คือมีลักษณะพูดเร็ว มีคำพูดที่แตกต่างจากภาษาภาคกลางทั่วไปบ้าง อาทิ การทักทายจะไปไหน ชาวหมู่บ้านสาขลาจะพูดว่า ไปหนา เมื่อกี้นี้ พูดว่า ปะเกี๊ยะ นี่หรือ พูดว่า เนี่ยะเล่อะ อยู่ไหน พูดว่า อยู่หนา ไม่เอา พูดว่า ไม่อา เป็นต้น นอกจากนี้ชาวหมู่บ้านสาขลายังมีการเรียกชื่อของใช้บางชนิดที่แตกต่างจากภาคกลางทั่วไป อาทิ บันได เรียกว่า กะได กางเกง เรียกว่า กุงเกง กะละมัง เรียกว่า กะมัง ตู้ เรียกว่า ชั้ว ผ้าขาวม้า เรียกว่า ผ้ายี่โป้ สะพาน เรียกว่า ตะพาน ขนมจาก เรียกว่า ขนมย่าง เป็นต้น องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ (2565) ทั้งหมดดังที่กล่าวมาข้างต้น สะท้อนให้เห็นว่าหมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนที่เอกลักษณ์เฉพาะตัว แบ่งออกได้เป็น 4 มิติ ได้แก่ 1) มิติทางด้านประวัติศาสตร์ ประกอบด้วย ตำนานและความเป็นมาของชุมชน 2) มิติทางด้านพื้นที่ อันเป็นชัยภูมิสถานที่ตั้งของชุมชน 3) มิติทางด้านประชาชน เป็นวิถีการดำเนินชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา และ 4) มิติทางด้านวัฒธรรมที่มีงานประเพณีและพิธีกรรม เป็นองค์ประกอบ ซึ่งองค์ประกอบ 4 มิตินี้เป็นสิ่งที่ส่งเสริมให้หมู่บ้านสาขลามีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของนักท่องเที่ยวที่แสวงหาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

ปัจจุบันประเทศไทยกำลังผลักดันส่งเสริมค่านิยมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม หรือที่เรียกว่า ซอฟ พาวเวอร์ ซึ่งมีความหมายถึง พลังที่โน้มนำให้ผู้อื่นหรือประเทศอื่นทำในสิ่งที่อีกฝ่ายต้องการ โดยไม่ใช้กำลังบังคับ แต่ใช้ความนุ่มนวลผ่านค่านิยมและวัฒนธรรม (เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์, 2567) สอดคล้องกับรัฐบาลที่มีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างพลังสร้างสรรค์หรือ Soft Power ของประเทศ เพื่อเป็นแนวทางยกระดับพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในการสร้างมูลค่าและสร้างรายได้ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำของประเทศไทยในเวทีโลก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศ (สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2566) ดังนั้น การสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนอันโดดเด่นของแต่ละพื้นที่จึงกลายเป็นสิ่งสำคัญในการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันนำไปสู่การขับเคลื่อนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืนในระยะยาว การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาและสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมเพื่อนำข้อมูลที่ได้รับมาประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เหมาะสมและสอดคล้องต่อบริบทการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในท้องถิ่นที่ยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์การวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ

2.2 เพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

3. ขอบเขตการศึกษา

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ครอบคลุมการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนซึ่งหลอมรวมขึ้นจากชัยภูมิพื้นที่ตั้งของชุมชน การดำเนินวิถีชีวิตของประชาชนในพื้นที่ วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นเฉพาะตัว และประวัติศาสตร์อันทรงคุณค่าของพื้นที่ชุมชน เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และวิเคราะห์แนวทางการสื่อสารอัตลักษณ์ จากการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 7 ราย ซึ่งเป็นที่รู้จักและมีบทบาทสำคัญในชุมชน ได้แก่ เจ้าหน้าที่หน่วยงานราชการที่มีส่วนในการพัฒนาชุมชน ปราชญ์ชุมชน นักกิจกรรมของชุมชน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในชุมชนมาอย่าช้านานซึ่งเห็นความเปลี่ยนแปลงและมีความรู้เข้าใจบริบทของชุมชนมีส่วนช่วยในการขับเคลื่อนส่งเสริมกิจกรรมทางวัฒนธรรมและท่องเที่ยวในหมู่บ้านสาขลา

4. การทบทวนวรรณกรรม

วรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมแนวที่นำมาใช้เป็นแนวทางการศึกษา ดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการสื่อสารอัตลักษณ์

Hall (1996) ได้อธิบายไว้ว่า อัตลักษณ์ คือสิ่งที่เป็นเอกภาพหรือหนึ่งเดียวในโครงสร้างของความหมายทางวัฒนธรรม อัตลักษณ์จึงถูกผลิตขึ้นมาเพื่อระบุตัวตนที่ก่อตัวขึ้นมาภายใต้สังคม อัตลักษณ์ถูกสร้างขึ้นจากการรับรู้ทั่วไปหรือลักษณะเฉพาะร่วมกับบุคคลหรือกลุ่มคน เป็นกระบวนการที่ไม่เสร็จสิ้นหรือที่ไม่หยุดนิ่งผ่านระบบสัญลักษณ์เรียกได้ว่าเป็นวัฒนธรรมซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่สำคัญของสังคมนำไปสู่การสร้างอัตลักษณ์ Hall (1996) ได้พิจารณาจากสิ่งที่ใช้ในการแสดงออกของบุคคลและระบุว่าอัตลักษณ์สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) กล่าวคือ เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงการรู้จักตนเอง การรับรู้ตนเอง การยอมรับตนเอง ความมั่นใจในตนเอง และความภาคภูมิใจในตนเอง ซึ่งอัตลักษณ์ส่วนบุคคลบางอย่างเป็นรูปธรรมจนเกือบจะจับต้องได้ สัมผัสได้ เช่น รูปร่างหน้าตา เพศ สถานะ ความรู้ เป็นต้น ที่เกิดจากการปฏิสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติและสภาพแวดล้อมทางวัฒนธรรม 2) อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) เป็นสิ่งที่แสดงออกถึงผลของการขัดเกลาทางสังคม กระบวนการเปลี่ยนแปลงทางวัฒนธรรม ทั้งนี้สิ่งที่แสดงออกมาจะปรากฏในรูปวิถีชีวิต ความคิด ความเชื่อ และแบบแผนพฤติกรรม ส่วน Davis et al., (2019) ได้อธิบายว่า อัตลักษณ์มีความหมายครอบคลุมหลายแง่มุม ทั้งที่ เกี่ยวข้องกับปัจเจกบุคคล ระหว่างบุคคล และกระบวนการทาง สังคมที่ฝังอยู่ภายในโครงสร้างทางสังคม ในขณะที่ Buaban & Chaisuwan (2022) ที่พบว่าอัตลักษณ์เป็นการก่อรูปขึ้นมาจากสถาบันทางสังคมที่เกิดจากการเรียนรู้และประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านการแต่งกายเพื่อให้การสื่อสารอัตลักษณ์ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

Thananun & Thungsakul (2021) ได้อธิบายเกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่น ไว้ว่า เกี่ยวกับอัตลักษณ์ท้องถิ่นหรือด้านภูมิปัญญาท้องถิ่นในประเทศไทยสามารถจัดกลุ่มได้ 2 ประเภท ได้แก่

1. อัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (Tangible Identity) หรือ อัตลักษณ์ในเชิงรูปธรรม เช่น ภาพศิลปะ สถาปัตยกรรม หัตถกรรม อุตสาหกรรม สิ่งแวดล้อม และอาหาร เป็นต้น

2. อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) หรืออัตลักษณ์ในเชิงนามธรรม เช่น คติความเชื่อ ประเพณี วิถีชีวิต การแสดง ดนตรี ภาษา และวรรณกรรม เป็นต้น ในขณะที่ Chimpalee (2022) ได้อธิบายถึงอัตลักษณ์และลักษณะเฉพาะของเมืองหรือชุมชนไว้ว่า คือ รากเหง้าหรือวัฒนธรรมทางสังคมที่ถูกหลอมให้เกิดขึ้นมา และใช้ในการยึดเป็นภูมิปัญญา ขนบธรรมเนียม ประเพณี ในการปฏิบัติในสังคมนั้นๆ ซึ่งมีความโดดเด่นหรือความแตกต่างกับขนบธรรมเนียม ประเพณี และวัฒนธรรมสังคมอื่นๆ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะถิ่นเป็นอัตลักษณ์เฉพาะกลุ่มชุมชน โดยมีคุณภาพหรือคุณสมบัติที่แตกต่างและมีลักษณะที่ทำให้เป็นที่รู้จัก มีความเป็นลักษณะเฉพาะของ หรือ คุณสมบัติที่พิเศษและแตกต่างของเมืองหรือชุมชนอื่น จากแนวคิดเกี่ยวกับอัตลักษณ์ที่กล่าวมานี้จึงสามารถสรุปได้ว่า อัตลักษณ์คือ รากเหง้า เป็นสิ่งจำเพาะที่ทำให้มนุษย์ สถานที่ ขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ หรือสิ่งของวัตถุเกิดความแตกต่าง เป็นที่น่าจดจำ ซึ่งเราเรียกสิ่งเหล่านี้โดยรวมว่า อัตลักษณ์

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

Mousavi et al., (2016) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมิได้จำกัดเพียงการบริโภคผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตร่วมสมัยและวัฒนธรรมของผู้คนในพื้นที่ด้วย

Pattanapon (2011) ได้นำเสนอองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ 6 ด้านดังต่อไปนี้

1. องค์ประกอบแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ซึ่งประกอบไปด้วย 10 องค์ประกอบ คือ
    1) ประวัติศาสตร์ความเป็นมา
    2) หลักฐานทางประวัติศาสตร์
    3) สิ่งปลูกสร้าง หรือสถานที่ทางประวัติศาสตร์
    4) ศิลปะของแต่ละยุกต์แต่ละสมัย
    5) พิธีกรรม และศาสนา
    6) เครื่องดนตรีในสมัยเก่า และมหรสพต่างๆ ในอดีต
    7) การสื่อสารและการศึกษาในอดีต
    8) เครื่องแต่งกาย ขนบธรรมเนียมต่างๆ ในอดีต
    9) วัฒนธรรมประเพณีในอดีต
    10) เทคโนโลยีต่างๆ ในอดีต

2. องค์ประกอบด้านกระบวนการศึกษาสิ่งแวดล้อม คือ การเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการทางธรรมชาติ ซึ่งประกอบไปด้วยความสนใจ ความตั้งใจ และความมุ่งมั่นที่จะศึกษาสิ่งแวดล้อม

3. องค์ประกอบด้านธุรกิจท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่คอยให้บริการนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจที่พัก ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของฝาก และธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับการอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยวทั้งหมด

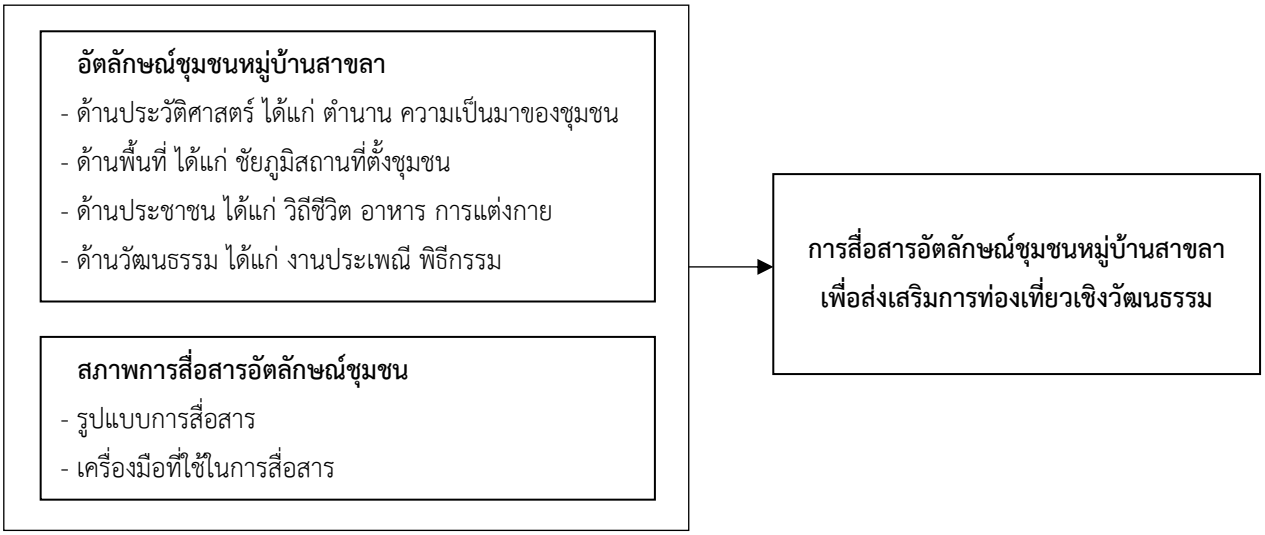
4. องค์ประกอบการตลาดท่องเที่ยว คือ สถานที่ที่เป็นร้านค้าหลายๆ ร้านมาวางจาหน่ายรวมกัน เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เดินเลือกซื้อสินค้าที่ต้องการ

5. องค์ประกอบการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น ประกอบด้วย ประชาชนในชุมชน และผู้นำชุมชน ซึ่งจะต้องมีการปกครองกันตามกฎระเบียบ เพื่อคนจำนวนมากอยู่ร่วมกันได้อย่างมีความสุข

6. องค์ประกอบการสร้างจิตสำนึกกับการท่องเที่ยว คือ การปลูกฝังให้คนในสถานที่ท่องเที่ยวช่วยกันรักษาและดูแลให้มีสถานที่ท่องเที่ยวมีความสะดวก ปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว เพื่อให้สถานที่นั้นๆ เป็นสถานที่ที่น่าท่องเที่ยวต่อไปในระยะยาว

ในขณะที่ Sukkorn (2019) ได้อธิบายความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในประเทศไทยไว้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นให้นักท่องเที่ยวได้ศึกษาเรียนรู้หรือได้รับประสบการณ์เกี่ยวกับวัฒนธรรม ในวิธีการต่างๆ โดยผนวกองค์ประกอบทางทรัพยากรด้านสังคมสิ่งแวดล้อมและธุรกิจเข้า ด้วยกันจนเกิดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่สามารถสอดรับตามกระแสความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. กรอบแนวคิดการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

6. ผลการวิจัย

ผลการศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม พบว่า อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

6.1 มิติด้านประวัติศาสตร์ จากการศึกษากับกลุ่มตัวอย่างพบว่า ชื่อเรียก สาขลา มีที่มาพื้นคำเดิมจากคำว่า สาวกล้า และค่อยๆ ออกเพี้ยนจนกลายเป็นคำว่า สาขลา หมู่บ้านสาขลามีประวัติและตำนานเล่าสืบต่อกันมาในหมู่คนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชนหลักๆ จำนวน 2 เรื่อง คือ 1) ตำนานหมู่บ้านสาขลา ซึ่งเริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เกิดสงครามไทยรบพม่าครั้งใหญ่ที่รู้จักกันในชื่อสงคราม 9 ทัพ เป็นสงครามที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในประวัติศาสตร์ ชายฉกรรจ์ในหมู่ทุกคนต้องไปเป็นทหารเพื่อเข้ารบป้องกันแผ่นดินทำให้หมู่บ้านเหลือเพียง เด็ก สตรี และคนชรา ด้วยชัยภูมิที่ตั้งของหมู่บ้านซึ่งอยู่ใกล้ทะเลอ่าวไทยทำให้หมู่บ้านอุดมสมบูรณ์ไปด้วยอาหารส่งผลให้ทัพพม่ามาลาดตระเวนกวาดต้องเสบียงเข้าสู่กองทัพ ผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านจึงร่วมกันวางกลอุบายต่อสู้ทัพพม่าจนได้รับชัยชนะ และ 2) เรื่องหลวงพ่อโตดับไฟ ซึ่งกลุ่มตัวอย่างให้ข้อมูลที่ตรงกัน กล่าวคือ วัดสาขลาเป็นวัดเก่าแก่ได้รับการสันนิษฐานว่าสร้างขึ้นราวปี พ.ศ. 2325 มีองค์หลวงพ่อโตเป็นพระประธานคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวหมู่บ้านสาขลาศรัทธา จากคำบอกเล่าของกลุ่มตัวอย่างกล่าวว่า เมื่อคืนวันที่ 6 มกราคม 2526 เวลาประมาณ 21.00 น. ได้เกิดเหตุการณ์ไฟไหม้ครั้งใหญ่ในหมู่บ้านสาขลาบริเวณตลาด ชาวบ้านพยายามช่วยกันดับไฟโดยส่งถังน้ำต่อๆ กัน และช่วยกันพาคนเจ็บไปส่งโรงพยาบาลทางเรือ แต่ไฟที่ลุกไหม้ไม่สามารถดับลงได้ในจนชาวบ้านเกิดความเหนื่อยล้าแต่แล้วก็ได้ยินเสียงสวดมนต์ดังออกมาจาก

บริเวณวัดสาขลาและไฟที่กำลังลุกไหม้ก็ค่อยๆ สงบลง ชาวบ้านที่ออกไปประกอบอาชีพหาปูหาปลาในเวลากลางคืนรอบบริเวณหมู่บ้านได้เห็นพระชรารำงสูงใหญ่ยืนอยู่เหนือบริเวณไฟไหม้กำลังโบกจีวรดับไฟ รุ่งเช้าชาวบ้านจึงรวมตัวกันไปที่วิหารองค์หลวงพ่อโตและพบว่าองค์หลวงพ่อโตดำไปด้วยเขม่าควันไฟทั้งองค์ ผ้าที่ห่มมีรอยไหม้ ใบหน้าของท่านมีร่องรอยคราบน้ำตาไหล ด้วยเหตุนี้จึงเป็นที่มาของงานประจำปีของชาวหมู่บ้านสาขลาที่จัดขึ้นในวันที่ 6 มกราคมของทุกปีเพื่อร่วมกันทำบุญให้องค์หลวงพ่อโต

6.2 มิติด้านพื้นที่ จากการศึกษาพบว่า ชัยภูมิสถานที่ตั้งหมู่บ้านสาขลาเป็นพื้นที่ที่เคยเป็นชุมชนโบราณ โดยได้มีการขุดพบวัตถุโบราณข้าวของเครื่องใช้ในสมัยสุโขทัย อาทิ จาน ชาม เครื่องเบญจรงค์ เครื่องสังคโลก เครื่อง ลายคราม เป็นต้น ปัจจุบันหมู่บ้านสาขลาตั้งอยู่ที่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ มีลักษณะเป็นชุมชนปิดอยู่ใกล้อ่าวไทย การเดินทางเข้าออกชุมชนสามารถเดินทางได้ทั้งทางรถและทางเรือ ระบบนิเวศน์ของหมู่บ้านสาขลาเป็นป่าชายเลนมีลำคลองโอบล้อมบริเวณหมู่บ้าน พื้นที่ของหมู่บ้านสาขลาในปัจจุบันส่วนมากเป็นพื้นที่สำหรับการประกอบอาชีพประมงคือการทำบ่อกุ้งบ่อปู และพื้นที่สำหรับสร้างบ้านเรือนอยู่อาศัย บ้านสาขลาได้รับการขนานนามว่าเป็น บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย สามารถแปลความหมายได้คือ 1) สามน้ำ คือมีทั้ง น้ำจืด น้ำเค็ม และน้ำกร่อย 2) สามป่า คือป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง 3) สามนา คือ นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา 4) สามหอย คือ หอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรมและหอยกระพง

6.3 มิติด้านประชาชน จากการศึกษาพบว่า มิติด้านประชาชน ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบคือ 1) การดำเนินวิถีชีวิต 2) อาหาร และ 3) การแต่งกาย 4) ภาษา โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1) การดำเนินวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลาในปัจจุบันมีลักษณะการประกอบอาชีพแบบชาวประมงซึ่งแต่เดิมประกอบอาชีพทำนาข้าวและด้วยความเปลี่ยนแปลงทางธรรมชาติทำให้ชาวบ้านหันมาประกอบอาชีพทำนาเกลือก่อนจะค่อยๆ เปลี่ยนมาประกอบอาชีพทำนากุ้งหรือวังกุ้ง สัตว์ทะเลที่นิยมเลี้ยงและสร้างรายได้คือ กุ้ง หอยแครง ปูทะเล และปลา 2) อาหารที่เป็นที่นิยมรับประทานคืออาหารทะเลที่เป็นผลิตภัณฑ์เพาะเลี้ยงได้ในชุมชน และยังได้มีการนำอาหารทะเลเหล่านี้มาแปรรูปเพื่อการถนอมอาหารและเป็นสินค้าชุมชนจำหน่ายให้แก่นักท่องเที่ยว ได้แก่ กุ้งเหยียด ซึ่งเป็นสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ กะปิ ปลาหมอเทศแดดเดียว ปลากระบอกแดดเดียว เป็นต้น 4) ภาษาของชาวหมู่บ้านสาขลาเป็นภาษาเหมือนชาวบ้านภาคกลางทั่วไปแต่จะมีสำเนียงการพูดหางเสียงเหน่อเหมือนภาษามอญ พูดเร็ว และมีการเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลางทั่วไป

6.4 มิติด้านวัฒธรรม จากการศึกษาพบว่า ชาวหมู่บ้านสาขลามีการจัดงานประเพณีหลัก จำนวน 2 งาน ได้แก่ 1) งานประจำปีที่ขึ้นชื่อและเป็นอัตลักษณ์ของชุมชน คือ งานแห่องค์หลวงพ่อโต วัดสาขลา โดยปัจจุบันจะมีการแห่องค์หลวงพ่อโตจำลองใน 2 เส้นทาง คือทางน้ำไปตามเส้นทางคลองสรรพสามิตไปถึงท่าเรือปากน้ำ จังหวัดสมุทรปราการ และทางบกโดยใช้รถวิ่งไปตามเส้นทางจากหมู่บ้านสาขลาไปถึงพระสมุทรเจดีย์ เพื่อให้ประชาชนได้สักการบูชา หลังเสร็จพิธีแห่องค์หลวงพ่อจะมีการเล่นของชาวในชุมชน ได้แก่ การแข่งเรือและการประกวดเรือหลากหลายประเภท การละเล่นต่างๆ ตามด้วยมีการจัดงานมหรสพ การแสดงลิเก ดนตรี เป็นต้น และ 2) งานประเพณีปีใหม่ของไทย คือ สงกรานต์ ซึ่งงานประเพณีสงกรานต์ของชาวหมู่บ้านสาขลาจะจัดล่าช้ากว่างานประเพณีสงกรานต์ปกติทั่วไป ภายในงานจะมีกิจกรรมทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ การเดินขบวนแห่สงกรานต์ การประกวดนางสงกรานต์ภายในหมู่บ้าน การละเล่นสนุกสนาน รวมไปถึงการจัดงานมหรสพ

สำหรับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) รูปแบบการสื่อสาร 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสาร โดยมีรายละเอียด ดังนี้ 1) รูปแบบการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาถูกนำเสนอผ่านงานกิจกรรมเกี่ยวกับวัฒนธรรมประเพณีที่สืบเนื่องมาจากตำนานของชุมชน สถานที่ตั้งของชุมชนที่มีลักษณะเป็นชุมชนปิดแตกต่างจากชุมชนอื่น และถูกนำเสนอผ่านการดำเนินวิถีชีวิตของชาวหมู่บ้านสาขลา 2) เครื่องมือที่ใช้ในการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนที่ใช้ แบ่งออกเป็น 2 ชนิด ได้แก่ 1) เครื่องมือในรูปแบบออนไลน์ ได้แก่ สื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ที่จัดทำขึ้นจากทั้งภาครัฐและภาคเอกชน อาทิ เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการในพื้นที่ เฟซบุ๊กแฟนเพจของวัดสาขลา กลุ่มเฟซบุ๊กบ้านสาขลา เป็นต้น 2) เครื่องมือในรูปแบบออฟไลน์หรือออนกราวน์ ได้แก่ ประชาชนหรือชาวหมู่บ้านสาขลาที่บอกเล่าเรื่องราวข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับหมู่บ้านสาขลา และวิถีการดำเนินชีวิตที่เป็นการสื่อสารอัตลักษณ์เชิงประจักษ์ให้แก่นักท่องเที่ยวหรือผู้คนที่ไปเยือนหมู่บ้านสาขลาได้พบเห็น

7. อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม สามารถอภิปรายผลได้ 2 ส่วน ดังนี้

7.1 อัตลักษณ์ชุมชนหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่

7.1.1 มิติด้านประวัติศาสตร์ กล่าวคือ หมู่บ้านสาขลามีประวัติและตำนานเล่าสืบต่อกันมาในหมู่คนเฒ่าคนแก่ถ่ายทอดมาสู่คนรุ่นใหม่ในชุมชนหลักๆ จำนวน 2 เรื่อง คือ 1) ตำนานหมู่บ้านสาขลา ซึ่งเริ่มตั้งแต่สมัยพระบาทสมเด็จพระพุทธยอดฟ้าจุฬาโลกมหาราช รัชกาลที่ 1 เกิดสงครามไทยรบพม่าครั้งใหญ่ที่รู้จักกันในชื่อสงคราม 9 ทัพ ซึ่งผู้หญิง เด็ก และคนชราในหมู่บ้านร่วมกันต่อสู้ทัพพม่าจนได้รับชัยชนะ จึงขนานนามชื่อหมู่บ้านว่าสาวกล้า จนเพี้ยนมาเป็น หมู่บ้านสาขลา และ 2) ประวัติศาสตร์เรื่องหลวงพ่อโตดับไฟ โดยองค์หลวงพ่อโตเป็นพระประธานคู่บ้านคู่เมืองที่ชาวหมู่บ้านสาขลาศรัทธา และชาวบ้านในชุมชนเชื่อว่าท่านได้ช่วยดับไฟในครั้งที่หมู่บ้านเกิดไฟไหม้ครั้งใหญ่ การสืบทอดเรื่องเล่าเหล่านี้สะท้อนถึง อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) ตามแนวคิดของ Thananun & Thungsakul (2021) ที่รวมถึงคติความเชื่อ ประเพณี และวิถีชีวิต ซึ่งมีส่วนสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความโดดเด่นของชุมชน นอกจากนี้ การรักษาและเล่าตำนานเหล่านี้ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall (1996) ที่ระบุว่าอัตลักษณ์เป็นกระบวนการที่ไม่หยุดนิ่ง ถูกสร้างขึ้นจากการรับรู้ร่วมกันภายในสังคม หมู่บ้านสาขลาจึงสามารถสร้าง อัตลักษณ์ส่วนบุคคล (Personal Identity) และ อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ของสมาชิกชุมชนผ่านการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการรับรู้ประวัติศาสตร์ การสื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชนจึงเกิดขึ้นผ่าน ระบบสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมและประเพณี ที่ถ่ายทอดเป็นรูปธรรมและนามธรรม ทั้งในด้านวัตถุ เช่น สถานที่สำคัญ และด้านนามธรรม เช่น ความเชื่อ ความภาคภูมิใจในรากเหง้า สิ่งเหล่านี้ช่วยสร้างความแตกต่างและความจำเฉพาะตัวของหมู่บ้านสาขลา ทำให้ชุมชนมีเอกลักษณ์เฉพาะที่สามารถสื่อสารกับทั้งสมาชิกภายในและผู้มาเยือน (Buaban & Chaisuwan, 2022; Chimpalee, 2022)

7.1.2 มิติด้านพื้นที่ กล่าวคือ หมู่บ้านสาขลาเป็นชุมชนโบราณ เคยมีการขุดพบวัตถุโบราณสมัยสุโขทัย เช่น จาน ชาม เครื่องเบญจรงค์และเครื่องสังคโลก ปัจจุบันตั้งอยู่ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นชุมชนปิดใกล้อ่าวไทย สามารถเข้าออกได้ทางรถและทางเรือ หมู่บ้านล้อมรอบด้วยระบบนิเวศน์ป่าชายเลนและลำคลอง พื้นที่ส่วนใหญ่ใช้ประกอบอาชีพประมงและอยู่อาศัย บ้านสาขลามีชื่อเรียกว่า “บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย” สื่อถึงความหลากหลายของน้ำ ป่า นา และหอยในพื้นที่ ได้แก่ น้ำจืด น้ำเค็ม น้ำกร่อย ป่าแสม ป่าจาก ป่าโกงกาง นาข้าว นาเกลือ นากุ้งและปลา และหอยแครง หอยแมลงภู่ หอยนางรม และหอยกระพง มิติด้านพื้นที่ของหมู่บ้านสาขลาสามารถสะท้อนทั้ง อัตลักษณ์ที่จับต้องได้ (Tangible Identity) ผ่านภูมิทัศน์ สิ่งแวดล้อม และบ้านเรือน รวมถึงชื่อเรียก “บ้านสามน้ำ สามป่า สามนา และสามหอย” ซึ่งสื่อถึงความหลากหลายของน้ำ ป่า นา และทรัพยากรทะเล และ อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) ผ่านวิถีชีวิตและการประกอบอาชีพของชาวบ้าน เช่น การทำประมง การเลี้ยงกุ้ง หอย และปลา ซึ่งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างชุมชนกับสิ่งแวดล้อมตามแนวคิดของ Hall (1996) และ Buaban & Chaisuwan (2022) นอกจากนี้ ลักษณะพื้นที่และการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติช่วยให้ชุมชนสามารถสร้าง อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) ที่โดดเด่น แตกต่างจากชุมชนอื่น ทั้งในด้านภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการทรัพยากรธรรมชาติ และรูปแบบวิถีชีวิตที่ยั่งยืน ซึ่งทำให้หมู่บ้านสาขลาเป็นตัวอย่างของชุมชนที่สามารถสื่อสารเอกลักษณ์ของตนออกสู่ภายนอก ทั้งสำหรับสมาชิกในชุมชนและผู้มาเยือน (Thananun & Thungsakul 2021; Chimpalee, 2022)

7.1.3 มิติด้านประชาชน กล่าวคือ มิติด้านประชาชนของหมู่บ้านสาขลาประกอบด้วยการดำเนินวิถีชีวิต อาหาร การแต่งกาย และภาษา ชาวบ้านส่วนใหญ่ประกอบอาชีพประมง ได้แก่ การทำนากุ้ง เลี้ยงกุ้ง หอยแครง ปู และปลา จากเดิมที่ทำนาข้าวและนาเกลือ อาหารนิยมเป็นอาหารทะเลและสินค้าชุมชน เช่น กุ้งเหยียด กะปิ ปลาหมอเทศแดดเดียว และปลากระบอกแดดเดียว ภาษาของชาวบ้านใกล้เคียงภาษากลางแต่มีสำเนียงเหน่อแบบมอญ พูดเร็ว และเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลาง มิติด้านประชาชนของหมู่บ้านสาขลาสะท้อนให้เห็นถึง อัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และ อัตลักษณ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ อย่างชัดเจน ชาวบ้านมีวิถีชีวิตที่ปรับตัวตามทรัพยากรธรรมชาติและสภาพแวดล้อม โดยประกอบอาชีพประมง การทำนากุ้ง และเลี้ยงสัตว์ทะเลต่างๆ ซึ่งแสดงถึงการปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น ส่งผลให้เกิดความภูมิใจและความยึดโยงต่อชุมชน (Hall, 1996; Davis et al., 2019) อาหารทะเลและผลิตภัณฑ์ชุมชน เช่น กุ้งเหยียด กะปิ และปลาตากแห้ง เป็น อัตลักษณ์ที่สื่อสารถึงรากเหง้าและวิถีชีวิตของชุมชน ในขณะที่ภาษาท้องถิ่นที่มีสำเนียงเหน่อแบบมอญ การเรียกสิ่งของบางชนิดแตกต่างจากภาษากลาง และรูปแบบการแต่งกายเป็นอัตลักษณ์ที่ช่วยสร้างเอกลักษณ์เฉพาะตัวของชุมชนและทำให้ชาวบ้านมีความแตกต่างและโดดเด่นจากชุมชนอื่นๆ (Thananun & Thungsakul 2021; Chimpalee, 2022) อีกทั้งมิติด้านประชาชนไม่เพียงสะท้อนวิถีชีวิตและวัฒนธรรมที่สืบทอดมา แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการ สื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน ให้ผู้มาเยือนและสมาชิกภายในชุมชนรับรู้และเข้าใจเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าอัตลักษณ์เกิดจากความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรม (Hall, 1996; Buaban & Chaisuwan, 2022)

7.1.4 มิติด้านวัฒธรรม กล่าวคือ ชาวหมู่บ้านสาขลามีมิติด้านวัฒนธรรมที่เด่นชัด ผ่านงานประเพณีหลัก 2 งาน ได้แก่ งานแห่องค์หลวงพ่อโต วัดสาขลา ซึ่งจัดแห่องค์จำลองทั้งทางน้ำและทางบก พร้อมกิจกรรมแข่งเรือประกวดเรือ การละเล่น และมหรสพต่างๆ ส่วนอีกงานคือประเพณีสงกรานต์ที่จัดช้ากว่างานทั่วไป ภายในงานมีกิจกรรมทำบุญตักบาตร รดน้ำขอพรจากผู้ใหญ่ ขบวนแห่ การประกวดนางสงกรานต์ และการละเล่นสนุกสนาน ควบคู่กับมหรสพสะท้อนอัตลักษณ์ทางสังคม (Social Identity) และ อัตลักษณ์ที่จับต้องไม่ได้ (Intangible Identity) อย่างชัดเจน ผ่านงานประเพณีหลัก 2 งาน ได้แก่ งานแห่องค์หลวงพ่อโต และงานสงกรานต์ชุมชน งานเหล่านี้ไม่เพียงเป็นกิจกรรมทางศาสนาและสังคมเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็น เครื่องมือสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชน โดยแสดงให้เห็นถึงความเชื่อ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมที่เฉพาะถิ่น ซึ่งช่วยสร้างเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและแตกต่างจากชุมชนอื่น (Hall, 1996; Davis et al., 2019) อีกทั้งกิจกรรมเช่น การแห่องค์หลวงพ่อโต แข่งเรือ ประกวดเรือ การละเล่น และมหรสพ เป็นการถ่ายทอดวัฒนธรรมผ่านการปฏิสัมพันธ์ระหว่างคนกับสิ่งแวดล้อมทางสังคมและทางน้ำของหมู่บ้าน ขณะที่ประเพณีสงกรานต์ที่จัดช้ากว่าปกติ แสดงถึง การปรับตัวของชุมชนและการรักษาความต่อเนื่องทางวัฒนธรรม ในขณะเดียวกัน สร้างความภาคภูมิใจและการยอมรับในเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของสมาชิกในชุมชน (Buaban & Chaisuwan, 2022) ดังนั้น มิติด้านวัฒนธรรมจึงไม่เพียงสะท้อนความเชื่อและประเพณี แต่ยังเป็นรากเหง้าอัตลักษณ์ชุมชน ที่ทำให้หมู่บ้านสาขลาเป็นที่จดจำและมีคุณลักษณะเฉพาะตัว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hall (1996) และ Chimpalee (2022) ว่าการสื่อสารอัตลักษณ์เกิดจากกระบวนการสร้างความหมายร่วมและการปฏิสัมพันธ์ทางวัฒนธรรมที่ทำให้ชุมชนโดดเด่นและมีเอกลักษณ์เฉพาะ

7.2 สภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ ประกอบด้วย 2 ส่วน คือ รูปแบบการสื่อสารและเครื่องมือที่ใช้ รูปแบบการสื่อสารนำเสนอผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณี วิถีชีวิตของชาวบ้าน และความเป็นชุมชนปิดที่แตกต่างจากที่อื่น ส่วนเครื่องมือแบ่งเป็นออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการ วัด และกลุ่มชุมชน และออฟไลน์ เช่น การบอกเล่าเรื่องราวโดยชาวบ้านให้ผู้มาเยือนได้รับรู้และสัมผัสอัตลักษณ์ของหมู่บ้าน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่เน้นการมีส่วนร่วมกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของชุมชน (Mousavi et al., 2016) การนำเสนอผ่านกิจกรรมวัฒนธรรมประเพณีและวิถีชีวิตของชาวบ้าน ทำให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสประสบการณ์ทางวัฒนธรรมอย่างแท้จริง ไม่ใช่เพียงการบริโภคสินค้าหรือชมแหล่งประวัติศาสตร์เท่านั้น ในส่วนของเครื่องมือสื่อสารออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊กแฟนเพจของหน่วยงานราชการ วัด และกลุ่มชุมชน ช่วยขยายขอบเขตการรับรู้และสร้างการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวได้กว้างขึ้น ในขณะที่เครื่องมือออฟไลน์ เช่น การบอกเล่าเรื่องราวโดยชาวบ้าน เป็นการถ่ายทอดอัตลักษณ์ชุมชนเชิง ประสบการณ์ตรง (Experiential Tangible Identity) ทำให้ผู้มาเยือนได้เรียนรู้ทั้งประวัติศาสตร์ ความเชื่อ วิถีชีวิต และขนบธรรมเนียมของหมู่บ้านอย่างเต็มที่ สภาพการสื่อสารดังกล่าวสอดคล้องกับองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่ประกอบด้วย องค์ประกอบด้านการมีส่วนร่วมของ

ชุมชนท้องถิ่น และการสร้างจิตสำนึกกับการท่องเที่ยว (Pattanapon, 2011) ชาวบ้านมีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูลเชิงวัฒนธรรมและสร้างประสบการณ์ตรงแก่นักท่องเที่ยว ทำให้ชุมชนสามารถรักษาเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น พร้อมกับตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างเหมาะสม ดังนั้น สภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนของหมู่บ้านสาขลาจึงไม่เพียงช่วยสร้าง ความโดดเด่นของชุมชน และความเป็นเอกลักษณ์แต่ยังส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างยั่งยืน โดยผสานทั้งองค์ความรู้ทางสังคม สิ่งแวดล้อม และธุรกิจการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน Sukkorn (2019) ทำให้หมู่บ้านสาขลาสามารถเป็นแหล่งเรียนรู้และแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบโจทย์นักท่องเที่ยวทั้งในเชิงวัฒนธรรมและประสบการณ์

8. ข้อเสนอแนะ

8.1 ควรขยายมิติการศึกษาอัตลักษณ์ชุมชนไปยังมิติอื่นๆ ของอัตลักษณ์ชุมชน เช่น การรับรู้ของนักท่องเที่ยวต่อชุมชน การมีส่วนร่วมของภาคเอกชน หรือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม เพื่อวิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่างอัตลักษณ์และการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

8.2 ควรเพิ่มส่วนของการศึกษาวิจัยให้เป็นไปเพื่อการพัฒนากลยุทธ์สื่อสารอัตลักษณ์ของชุมชน โดยศึกษาประสิทธิผลของเครื่องมือสื่อสารทั้งออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงการออกแบบกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายต่างๆ เพื่อสร้างการรับรู้และประสบการณ์เชิงวัฒนธรรมที่ยั่งยืน

9. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

9.1 ด้านวิชาการ กล่าวคือ การศึกษาวิจัยนี้ช่วยเสริมสร้างองค์ความรู้เกี่ยวกับอัตลักษณ์ชุมชน ทั้งในแง่ของวัฒนธรรม ประเพณี วิถีชีวิต และภูมิปัญญาท้องถิ่น ทำให้เกิดฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการศึกษา การวิจัยด้านการสื่อสารการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและการพัฒนาชุมชนในอนาคต

9.2 ด้านการประชาสัมพันธ์การท่องเที่ยว กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนช่วยให้หน่วยงานท้องถิ่นและผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถเลือกใช้ช่องทางและวิธีการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนและน่าสนใจของหมู่บ้านสาขลา ส่งเสริมการรับรู้และความเข้าใจที่ถูกต้องต่อวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของชุมชน

9.3 ด้านการพัฒนาศักยภาพชุมชนและการมีส่วนร่วม กล่าวคือ การศึกษาเกี่ยวกับสภาพการสื่อสารอัตลักษณ์ชุมชนช่วยสร้างความเข้าใจร่วมกันภายในชุมชนเกี่ยวกับอัตลักษณ์ของตนเอง ทำให้คนในพื้นที่เกิดความภาคภูมิใจในรากเหง้า และตระหนักถึงคุณค่าของมรดกวัฒนธรรม นำไปสู่การมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ถ่ายทอด และร่วมกันวางแผนการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของหมู่บ้านอย่างเข้มแข็งและยั่งยืน

9.4 ด้านเศรษฐกิจและการสร้างคุณค่าทางสังคม กล่าวคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับชุนสามารถใช้การสื่อสารอัตลักษณ์ที่ถูกต้องและมีประสิทธิภาพเพื่อยกระดับมูลค่าของสินค้าชุมชนและบริการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอันนำมาซึ่งรายได้หมุนเวียนในชุมชนมากขึ้น เกิดผลดีต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชน และสร้างภาพลักษณ์ด้านการพัฒนาที่ยั่งยืนของหมู่บ้านสาขลาในระยะยาว

10. รายการอ้างอิง

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *บ้านสาขลา (กุ้งเหยียด)*. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2567 จาก https://thai.tourismthailand.org/Attraction/บ้านสาขลา-กุ้งเหยียด

คมชัดลึก. (2558). *ความศักดิ์สิทธิ์หลวงพ่อโต วัดสาขลา อ.พระสมุทรเจดีย์*. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2567, จาก https://www.komchadluek.net/amulet/209848

เปรม ถาวรประภาสวัสดิ์. (2567). *ซอฟต์พาวเวอร์และการท่องเที่ยวของไทย* [ภาษาไทย]. สภาผู้แทนราษฎร. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก https://prt.parliament.go.th/server/api/core/bitstreams/d87c5913-7eb5-408a-b1cf-d62acb5b90ba/content

ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2561). *หมู่บ้านสาขลา*. ศูนย์ไทยศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2567, จาก http://www.thaistudies.chula.ac.th/2018/09/29/หมู่บ้านสาขลา/

สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2566). *คำสั่งสำนักงานนายกรัฐมนตรีที่ 230/2566: แต่งตั้งคณะกรรมการยุทธศาสตร์ซอฟต์พาวเวอร์แห่งชาติ* [เอกสารราชการ] (230/2566). สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2567, จาก https://sto.go.th/media/คำสั่ง-นร-230-2566-คกก.ยศ.-SP-แห่งชาติ.pdf

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ. (2565). *บ้านสาขลา ตำบลนาเกลือ อำเภอพระสมุทรเจดีย์ จังหวัดสมุทรปราการ* [ภาษาไทย]. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2567, จาก https://shorturl.asia/9uykr

องค์การบริหารส่วนตำบลนาเกลือ. (2565). *ประวัติตำบลนาเกลือ*. สืบค้นเมื่อ 7 มีนาคม 2567, จาก https://www.nakluea.go.th/?p=3549

Buaban, O., & Chaisuwan, B. (2022). Identification construction and identity communication of women dress in Thai fabric on Facebook [in Thai]. *Journal of Modern Learning Development, 7*(11), 1–19.

Chimpalee, S. (2022). *Cultural identity of old market community: A case study of Talad-Noi Community, Bangkok* (Master's thesis, Thammasat University). Thammasat University Repository.

Davis, J. L., Love, T. P., & Fares, P. (2019). Collective social identity: Synthesizing identity theory and social identity theory using digital data. *Social Psychology Quarterly, 82*(3), 254-273.

Hall, S. (1996). *Questions of Cultural Identity. Ashford Colour Press Ltd, Gosport, Hampshire*.

Mousavi, S. S., Doratli, N., Mousavi, S. N. & Moradiahari, F. (2016). Defining cultural tourism. Paper session presented at International Conference on Civil, Architecture and Sustainable Development, London.

Pattanapon, P. (2011). *Development of cultural tourism route along the Phetchaburi River* (Master's thesis, Thammasat University). Thammasat University Repository.

Sukkorn, C. (2019). Cultural tourism in Thailand. *Journal of Sustainable Tourism Development, 1*(2), 1–7.

Thananun, N., & Thungsakul, N. (2021). Transferring of local identities through contemporary architecture: Case study in Thailand and Asia. *Journal of Architectural/Environmental Design Criticism, 20*(1), 1–20.

บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น

Leadership Roles in Local Development of Nong Daeng Subdistrict Administrative Organization, Si Chomphu District, Khon Kaen Province

*1. ประเดิม พลพิมพ์ (Praderm Ponpim), รป.ม. (M.P.A.)**

2. วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ (Waraporn Rungreungkolkich), กษ.ด. (Ed.D.)

Received : 23 July 2025
Revised : 11 September 2025
Accepted : 4 December 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่น และ 2) เพื่อเปรียบเทียบบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่น พื้นที่เป้าหมายการวิจัยคือ องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น เป็นวิธีการวิจัยเชิงปริมาณ ประชากรเป้าหมายคือ ประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จาก 11 หมู่บ้าน ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 379 คน ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นอกจากนี้ยังใช้สถิติเชิงอนุมานด้วยการทดสอบค่าที และการทดสอบวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า

1. บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ด้านสังคม ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านเศรษฐกิจ

2. ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่นที่มีเพศ ระดับการศึกษาและอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่น ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ : บทบาทผู้นำ, การพัฒนาท้องถิ่น, องค์การบริหารส่วนตำบล

1. นักศึกษาหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา
(Student Master of Public Administration, Nakonratchasima College)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) E-mail: pradem_phon11@gmail.com*
2. รองศาสตราจารย์ ดร. อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา
(Associate Professor Dr., Lecturer of Master of Public Administration, Nakonratchasima College)
E-mail: ratchapol.nmc@gmail.com

Abstract

The research purposes were: 1) to study the leadership roles in local development; and 2) to compare the leadership roles in local development. The research target area was the Nong Daeng Subdistrict Administrative Organization, Si Chomphu District, Khon Kaen Province. This was the quantitative research. The target population was the people in the area of Nong Daeng Subdistrict Administrative Organization, Si Chomphu District, Khon Kaen Province, from 11 villages; the sample consisted of 379 people. The questionnaire was used the instrument to collect data from the sample group. The data were analyzed using descriptive statistics, including the percentage, mean, and standard deviation; the inferential statistics were also used, including t-test and one-way Analysis of Variance.

The research findings were:

1. The leadership roles in local development of Nong Daeng Subdistrict Administrative Organization, Si Chomphu District, Khon Kaen Province found the overall was at high level; the descending mean were the infrastructure aspect, the education aspect, the religion and culture aspect, the social aspect, the natural resources and environment aspect, and the economics aspect.

2. The people lived in the area of Nong Daeng Subdistrict Administrative Organization, Si Chomphu District, Khon Kaen Province with different gender, education levels, and occupation had the opinions on the leadership roles in local development did not different.

Keywords: leadership roles, local development, subdistrict administrative organization

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้ให้ความสำคัญกับการกระจายอำนาจการปกครองไปสู่ท้องถิ่นให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพึ่งตนเอง และตัดสินใจในกิจการของท้องถิ่นได้เอง ซึ่งมีขอบเขตในการบริหารจัดการ และแนวทางตามยุทธศาสตร์การพัฒนา โดยมุ่งเน้นวัตถุประสงค์หลัก คือ การกระจายภารกิจต่างๆ ที่รัฐบาลดำเนินการให้กับท้องถิ่น มี 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต 3) ด้านจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความปลอดภัยของชุมชน 4) ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว 5) ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 6) ด้านศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น, 2550) องค์การบริหารส่วนตำบลเป็นหน่วยงานท้องถิ่นที่มีอำนาจและหน้าที่ในการบริหารจัดการแบบกระจายอำนาจ ที่ได้รับการยกฐานะจากสภาตำบลตามที่รัฐบาลได้ออกพระราชบัญญัติสภาตำบลและองค์การบริหารส่วนตำบล พ.ศ. 2537 โดยมุ่งหวังเป็นหน่วยงานที่ต้องพัฒนาท้องถิ่นเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนในพื้นที่

องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง มีภารกิจในการบริหารงานเพื่อดูแลให้บริการแก่ประชาชนในพื้นที่ที่รับผิดชอบ ทั้งพัฒนาคนสังคมให้มีคุณภาพ แก้ไขปัญหาความยากจน พัฒนาเมืองและชุมชนให้น่าอยู่ จากการสำรวจข้อมูลการลงพื้นที่ในตำบลจะเห็นว่าประชาชนยังมีปัญหาที่จะต้องดำเนินการแก้ไขอยู่มาก ในด้านการศึกษา สาธารณสุข ความมั่นคงปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ศิลปวัฒนธรรม สถานที่พักผ่อนหย่อนใจ สวัสดิการสังคม การเกษตร เศรษฐกิจ อุตสาหกรรม การพัฒนาอาชีพ เส้นทางคมนาคมขนส่ง/ไฟฟ้า/น้ำประปา/แหล่งน้ำเพื่ออุปโภค–บริโภค ด้านทรัพยากรและสิ่งแวดล้อม ขยะมูลฝอยและสิ่งปฏิกูล จากปัญหาด้านต่างๆ เหล่านี้ ประชาชนไม่สามารถแก้ไขปัญหาเองได้จึงต้องเสนอให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการแก้ไข จึงทำให้มีการเสนอโครงการแก้ไขปัญหาเข้ามาเป็นจำนวนมาก แต่งบประมาณขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้นมีจำกัด ไม่เพียงพอต่อการจัดการแก้ปัญหาได้ทุกโครงการ แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัย พระมหากิตติพงษ์ กิตฺติปญฺโญ (สกุลโชติ) และพิชิต ปุริมาตร (2568) ปัญหาที่เกิดขึ้นของการพัฒนาชุมชนในตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา การจัดทำโครงการหรือกิจกรรมต่างๆ ภายในชุมชน ส่วนมากการจัดทำกิจกรรมจะไม่มีความต่อเนื่องหรือไม่มีการต่อยอดของกิจกรรมหรือโครงการนั้นๆ ซึ่งในช่วงที่จัดทำโครงการหรือกิจกรรมที่อยู่ในระยะเวลาของโครงการก็มีการพัฒนาไปได้ด้วยดี แต่พอจบโครงการหรือกิจกรรมการพัฒนาก็หยุดตามไปด้วยและพอเริ่มมีโครงการใหม่เกิดขึ้นการพัฒนาก็เริ่มเกิดขึ้นใหม่ทำให้การพัฒนาไม่เป็นไปอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัย ตรีชฎา สุขเกษม และคณะ (2567) ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเป็นผู้ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการบริหารและพัฒนาท้องถิ่น ผู้นำจะสามารถพัฒนาท้องถิ่นให้ดีขึ้นได้นั้นขึ้นอยู่กับภาวะผู้นำ ซึ่งจะต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ และเป็นผู้นำในสถานการณ์ต่างๆ สามารถแก้ไขปัญหาและพัฒนาองค์กรของตนเองให้ดียิ่งขึ้น และเป็นผู้นำพร้อมสู่การเปลี่ยนแปลงต่อสถานการณ์ แต่ที่ผ่านมานั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไม่สามารถตอบสนองวิสัยทัศน์ได้ดี สืบเนื่องมาจากการบริหารงานของผู้นำในท้องถิ่นมีจุดอ่อน คือ ขาดทักษะทางเทคโนโลยี ขาดศักยภาพในทางบริหารเชิงนวัตกรรมในการพัฒนาชุมชนตนเอง

ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงก็เช่นกัน การพัฒนาด้านต่างๆ เช่น โครงสร้างพื้นฐาน, เศรษฐกิจ, สังคม, ทรัพยากรธรรมชาติ, การศึกษา, ศาสนา และวัฒนธรรม แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) ยังคงมีปัญหาและความท้าทายอยู่มาก แม้จะมีนโยบายและงบประมาณสนับสนุนจากภาครัฐ แต่หากผู้นำขาดวิสัยทัศน์ ความสามารถในการบริหารจัดการ หรือการมีส่วนร่วมกับชุมชน การพัฒนาเหล่านั้นก็อาจไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญของการศึกษาบทบาทของผู้นำท้องถิ่นว่ามีผลกระทบต่อการพัฒนาในมิติต่างๆ อย่างไร เพื่อนำมาซึ่งแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดในการขับเคลื่อนชุมชนให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างยั่งยืน

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย

2.1 เพื่อศึกษาระดับบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น

2.2 เพื่อเปรียบเทียบบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

3. แนวคิด/ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับบทบาท

พิชญา นิลรุ่งรัตนา และอติเทพ แจ้ดนาลาว (2565) กล่าวว่า การปฏิบัติตามสิทธิและหน้าที่ของสถานภาพ การรับรู้ของตนเองและความคาดหวังจากบุคคลและมีหน้าที่รับผิดชอบในสังคม ในด้านของการบริการสาธารณะ เป็นบทบาทในการดำเนินงานตามแผนพัฒนาท้องถิ่น ให้มีความสอดคล้องเชื่องโยงกับนโยบายของรัฐบาล แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาอื่นๆ (วราภรณ์ ปานะพิพัฒน์, 2564) ด้วยการใช้อำนาจหรืออิทธิพลต่อความรู้สึกและสามารถกำหนดพฤติกรรมของคนอื่นปฏิบัติตามความคิดเห็นความต้องการหรือคำสั่งที่ตั้งไว้

สรุป บทบาทหน้าที่ อำนาจและภารกิจที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับผู้นำในการดำเนินการซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่จะทำให้งานกิจกรรมหรือโครงการบรรลุเป้าหมายประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวได้

แนวคิดภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership)

Bass (1985) ได้อธิบายภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (Transformational Leadership) ประกอบด้วย 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ หรือการมีคุณลักษณะพิเศษ ที่มีอุดมการณ์ มีวิสัยทัศน์ มีความสามารถในการบริหารอารมณ์และมีจริยธรรม 2) การสร้างแรงบันดาลใจ เป็นการจูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจในการทำงาน โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การสร้างเจตคติและการคิดในแง่บวกและกระตุ้นจิตวิญญาณให้มีชีวิตชีวา 3) การกระตุ้นทางปัญญา เป็นการกระตุ้นความพยายามของผู้ตามเพื่อให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์เพื่อการตระหนักรู้ในเรื่องปัญหากระตุ้นให้มีการตั้งข้อสมมุติฐาน เปลี่ยนกรอบการมองปัญหา และมีการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล เป็นการปฏิบัติต่อบุคคลในฐานะที่เป็นปัจเจกชน การเอาใจใส่ดูแลคำนึงถึง ความต้องการและความแตกต่างระหว่างบุคคล การแนะนำและการมอบหมายงานมีการพัฒนาหรือสนับสนุนในการทำงานเพื่อให้บุคคลสามารถบรรลุเป้าหมายของส่วนตนและส่วนรวม ดังนั้น ภาวะผู้นำจึงมีความสำคัญอย่างมากต่อการพัฒนาองค์กรและการจัดการไม่ว่าจะเป็นภาครัฐหรือเอกชนรวมถึงองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

แนวคิดเกี่ยวกับการพัฒนาท้องถิ่น

ศิรินทรา บุญรอด (2559) การพัฒนาท้องถิ่น เป็นการดำเนินการแก้ไขกับสภาพปัญหาที่เกิดขึ้นภายในท้องถิ่น ทั้งทางด้านสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม เปลี่ยนคุณภาพชีวิตของผู้คนในท้องถิ่นผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนไม่ว่าจะเป็นภาครัฐ ภาคเอกชนและที่สำคัญที่สุด คือ ภาคประชาชน

แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น

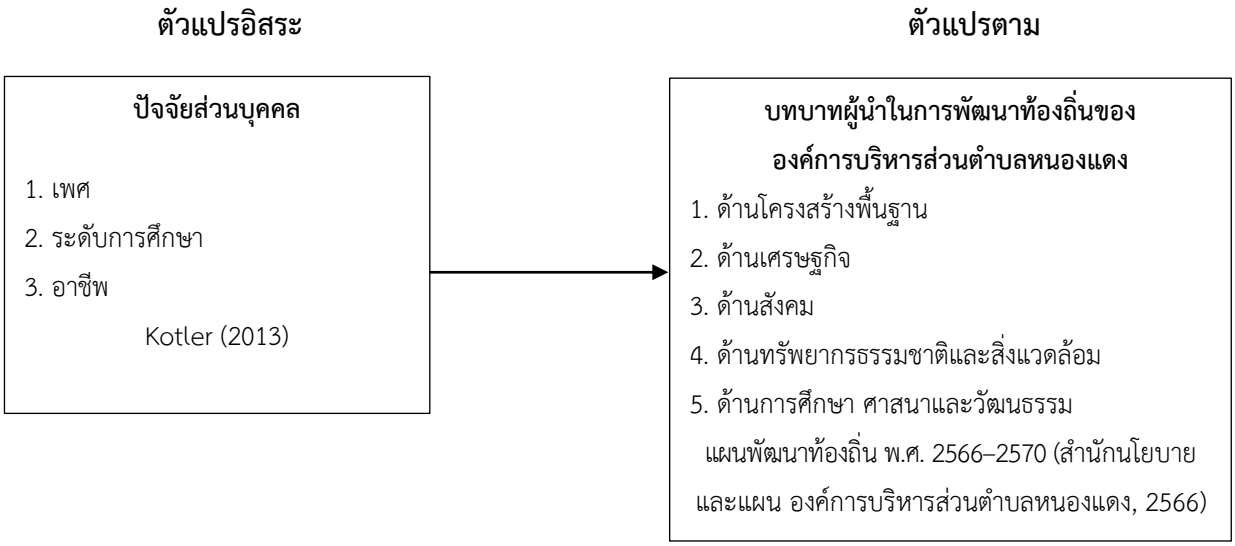
ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2542 ได้กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีอำนาจและหน้าที่ในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของตนเอง โดยในการจัดทำแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นนั้น จะต้องดำเนินการตามระเบียบกระทรวงมหาดไทย ว่าด้วยการจัดทำแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ.2548 และที่แก้ไขเพิ่มเติมถึง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2561 ทั้งนี้ แผนพัฒนาท้องถิ่นจะต้องสอดคล้องกับแผนพัฒนาจังหวัด ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัด แผนพัฒนาอำเภอ แผนพัฒนาตำบล แผนพัฒนาหมู่บ้านหรือแผนชุมชน ดังนั้น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้สอดคล้องยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตจังหวัด เพื่อนำไปสู่การบูรณาการร่วมกัน และในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) การจัดทำยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ใช้การวิเคราะห์ SWOT Analysis และ Trend ปัจจัยและสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่มีผลต่อการพัฒนา ประกอบด้วยการวิเคราะห์โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อประชาชน ศักยภาพทางเศรษฐกิจ สังคม การศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม และทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งผู้วิจัยได้สังเคราะห์เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยประชากรศาสตร์ หมายถึง ลักษณะส่วนเฉพาะของบุคคลที่มีผลต่อพฤติกรรมและการตัดสินใจของแต่ละบุคคล เพื่อใช้เป็นประโยชน์ในด้านการตลาด โดยแบ่งเกณฑ์ตามตัวแปรที่สำคัญ คือ เพศ อายุ จำนวนสมาชิกภายในครอบครัว รายได้ อาชีพ ระดับการศึกษา ศาสนา และเชื้อชาติ เป็นต้น (Kotler, 2013) และสอดคล้องกับ Harrell (1964) นอกจากปัจจัยที่เป็นสภาพแวดล้อมของงานแล้ว บางครั้งเกิดจากปัจจัยของแต่ละบุคคลได้ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา บุคลิกภาพส่วนตัว ระยะเวลาการทำงาน ควรให้ความสำคัญที่จะศึกษาเปรียบเทียบตัวแปรในเรื่องเหล่านี้ รวมถึงผู้บริหารสามารถนำไปเป็นแนวทางในการบริหารจัดการถูกต้องและเหมาะสม

4. กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผู้วิจัยนำแนวคิดปัจจัยประชากรศาสตร์ของ Kotler (2013) มาเป็นกรอบด้านตัวแปรอิสระ และผู้วิจัยได้วิเคราะห์ยุทธศาสตร์การพัฒนาและแผนงาน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านเศรษฐกิจ 3) ด้านสังคม 4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 5) ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น มากำหนดเป็นตัวแปรตามในกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

5. สมมติฐานงานวิจัย

ประชาชนที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น แตกต่างกัน ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

6. วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตงานวิจัย

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ผู้วิจัยได้ศึกษาปัจจัยประชากรศาสตร์ตามแนวคิดของ Kotler (2013) เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ 1) เพศ 2) ระดับการศึกษา และ 3) อาชีพ และตัวแปรตามผู้วิจัยได้วิเคราะห์แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570 (สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง, 2566) ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง 5 ด้าน มาเป็นกรอบแนวคิดในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านเศรษฐกิจ 3) ด้านสังคม 4) ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 5) ด้านการศึกษาศาสนาและวัฒนธรรม

2. ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ในการวิจัย ได้แก่ หมู่บ้านในเขตพื้นที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ซึ่งมีทั้งหมด 11 หมู่บ้าน

3. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาดำเนินการศึกษาตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2567 ถึง 30 ธันวาคม 2567

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรในการวิจัย คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น 11 หมู่บ้าน จำนวน 7,087 คน (ข้อมูลประชากร กรมการปกครอง ณ ตุลาคม 2567) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการใช้สูตรการคำนวณของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 379 คน ผู้ศึกษาจะใช้เทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็นด้วยวิธีการ purposive sampling

เครื่องมือการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือแบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้ศึกษาสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิดและปลายเปิดแบ่งออก 3 ตอน คือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ เป็นแบบสอบถามแบบปลายปิด (Close-ended Question) ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านเศรษฐกิจ 3) ด้านสังคม 4) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และ 5) ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โดยในการแปลผลข้อมูลผู้ศึกษาได้นำมาตราวัดแบบ Rating Scale 5 ระดับ สำหรับวัดค่าตัวแปรทั้งหมด ได้ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อคำถามที่สร้างขึ้นจำนวน 25 ข้อโดยกำหนดการวัดค่าตัวแปร ซึ่งเป็นการแปลความหมายค่าเฉลี่ยของแบบสอบถาม ใช้สูตรดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตรภาคชั้น} = \frac{\text{ค่าคะแนนสูงสุด} - \text{ค่าคะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$= \frac{5-1}{5} = 0.80$$

ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะ

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือจากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหาและนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ด้วยเกณฑ์ 0.5 โดยทุกข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.65 – 1.00 และได้ทำการทดสอบแบบสอบถามและคำนวณหาความเชื่อมั่นโดยวิธีของครอนบาค เพื่อหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา 0.89 จากนั้นได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับประชาชนในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลหนองไผ่ อำเภอชุมแพ จังหวัดขอนแก่น ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน แล้วจึงใช้แบบสอบถามในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูล การศึกษาครั้งนี้ มีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

1. แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชาชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ในการตอบแบบสอบถามจำนวน 379 ตัวอย่าง

2. แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการศึกษา โดยทำการค้นคว้าจากวิทยานิพนธ์ เอกสารงานวิจัยเชิงวิชาการต่างๆ และวิชาตำราเรียนที่เกี่ยวข้องเป็นแนวทางในการศึกษาครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้ศึกษาได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งแยกวิเคราะห์ตามลำดับ ดังนี้

ตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้กลับคืน พิจารณาเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่สมบูรณ์ เพื่อนำมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้ และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ได้กำหนดนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัยดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive statistics) ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ข้อมูลด้านลักษณะประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา อาชีพ โดยทำการนำเสนอในรูปแบบของตารางแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ และ 2) การวิเคราะห์ระดับบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงอำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยสถิติที่ใช้คือค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential statistics) ประกอบด้วยการวิเคราะห์หาผลกระทบระหว่างตัวแปรต้น คือ ปัจจัยส่วนบุคคล ส่งผลต่อตัวแปรตาม คือบทบาทผู้นำ การทดสอบค่าที (t-test แบบ Independent samples) ด้วยการเปรียบเทียบความแตกต่างค่าเฉลี่ยสองกลุ่ม การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และวิธีการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) การตรวจสอบตัวแปรโดยการทดสอบความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA or F-test) ถ้าพบความแตกต่างจะทดสอบความแตกต่างของค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของ เชฟเฟ่ (Scheffé) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 (Hair et al., 2014)

7. ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ประชาชนที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 199 คน (ร้อยละ 52.50) เพศชาย 180 คน (ร้อยละ 47.50) ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี 234 คน (ร้อยละ 61.70) รองลงมามีระดับการศึกษาปริญญาตรี 107 คน (ร้อยละ 28.20) ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม 209 คน (ร้อยละ 55.10) รองลงมาประกอบอาชีพ รับจ้างหรืออาชีพอิสระ 114 คน (ร้อยละ 30.10)

2. ผลการวิเคราะห์บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมและรายด้าน

	บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่น	ระดับความคิดเห็น			
		$\bar{x}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.84	0.48	มาก	1
2	ด้านเศรษฐกิจ	3.12	0.83	ปานกลาง	5
3	ด้านสังคม	3.53	0.42	มาก	3
4	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.50	0.48	มาก	4
5	ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	3.61	0.47	มาก	2
	รวม	**3.52**	**0.64**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.52, S.D. = 0.64) เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{x}$ = 3.84, S.D. = 0.48) ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ($\bar{x}$ = 3.61, S.D. = 0.47) ด้านสังคม ($\bar{x}$ = 3.53, S.D. = 0.42) ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{x}$ = 3.50, S.D. = 0.48) และด้านเศรษฐกิจ ($\bar{x}$ = 3.12, S.D. = 0.83) ตามลำดับ มีรายละเอียดแต่ละด้าน ดังนี้

2.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงได้มีการส่งเสริมการพัฒนาแหล่งน้ำสำหรับสร้างประปาหมู่บ้าน ได้ปรับปรุงและติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะภายในเขตเทศบาลตำบลให้ได้มาตรฐานและทั่วถึงเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน ได้ปรับปรุง บำรุงรักษา ถนน ทางเท้า ให้อยู่ในสภาพดีและก่อสร้างเพิ่มเติมให้สมบูรณ์ครบถ้วนทั้งเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ได้ปรับปรุงท่อระบายน้ำให้สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น โดยการขุดลอกเป็นประจำ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะอุดตัน น้ำสามารถไหลได้อย่างสะดวก ลดปัญหาน้ำท่วมขัง

2.2 ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงเป็นศูนย์กลางในการอนุรักษ์ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมในท้องถิ่น ได้มีการส่งเสริมและสนับสนุนประเพณีของท้องถิ่น เช่น ประเพณีสงกรานต์ วันลอยกระทง บุญบั้งไฟ เป็นต้น เป็นสื่อกลางระหว่างพระพุทธศาสนากับชุมชน มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กพร้อมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้เด็กได้มีโอกาสรับการศึกษาที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับโรงเรียนรัฐและโรงเรียนเอกชนทั่วไป

2.3 ด้านสังคม พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงได้จัดให้มีบริการรถรับส่งผู้ป่วยกรณีฉุกเฉินได้อย่างทันท่วงที และพอเพียงกับความต้องการของประชาชน ได้มีการช่วยเหลือพิทักษ์คุ้มครองสิทธิและจัดบริการด้านสวัสดิการสังคมให้แก่ผู้ด้อยโอกาสและคนชราในท้องถิ่น ได้มีการดูแล ป้องกัน และกำจัดแหล่งอบายมุขของท้องถิ่น ได้แก่ บ่อนการพนันต่างๆ สถานที่มั่วสุมของวัยรุ่น และได้มีการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการก่อตั้งองค์กรประชาชนเพื่อเสริมสร้างความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน เช่น อาสาสมัครการอยู่เวรยามรักษาความปลอดภัยของท้องถิ่น เป็นต้น

2.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงได้มีการสร้างจิตสำนึกและควบคุมการใช้สารเคมีเพื่อการเกษตร เช่น ยาฆ่าแมลงเพื่อป้องกันการตกค้างของสารเคมี ได้มีการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิทัศน์ภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบลให้มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ได้มีการจัดการและควบคุมการเกิดมลพิษ เช่น มลพิษทางอากาศ ทางรถยนต์ และอื่นๆ ได้มีการจัดถังขยะรองรับขยะมูลฝอยอย่างเพียงพอ และมีการจัดเก็บขนขยะมูลฝอยส่งเข้าทำลายด้วยระบบฝังกลบได้ดีไม่มีขยะตกค้าง

2.5 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงได้มีการจัดให้มีการฝึกอบรมอาชีพต่างๆ ในชุมชน เช่น การตัดเย็บเสื้อผ้า เครื่องจักสาน ได้มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เช่น จัดตั้งกลุ่มพืชผักปลอดสารพิษ ได้มีการส่งเสริมให้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าชุมชนและระบบตลาดในชุมชน ได้มีการส่งเสริมแนะนำการประกอบอาชีพที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่

3. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ดังตารางที่ 2-4

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามเพศ

	การพัฒนาท้องถิ่น	เพศชาย		เพศหญิง		t	Sig
		$\bar{x}$	S.D.	$\bar{x}$	S.D.		
1	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	3.85	1.14	3.83	1.22	0.205	0.230
2	ด้านเศรษฐกิจ	3.16	1.05	3.08	1.05	0.666	0.879
3	ด้านสังคม	3.49	0.86	3.56	0.79	0.868	0.485
4	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	3.47	0.74	3.53	0.71	0.871	0.914
5	ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	3.59	0.93	3.63	0.88	0.480	0.372
	รวม	**3.51**	**0.65**	**3.53**	**0.64**	**0.261**	**0.405**

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามระดับการศึกษา

	การพัฒนาท้องถิ่น	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	2.60	3	1.298	0.933	0.39
		ภายในกลุ่ม	523.45	376	1.392		
		รวม	526.04	379			
2	ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	0.30	3	0.151	0.136	0.87
		ภายในกลุ่ม	417.69	376	1.111		
		รวม	417.99	379			
3	ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.77	3	0.885	1.299	0.27
		ภายในกลุ่ม	256.27	376	0.682		
		รวม	258.04	379			

ตารางที่ 3 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามระดับการศึกษา (ต่อ)

	การพัฒนาท้องถิ่น	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
4	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.10	3	0.047	0.090	0.91
		ภายในกลุ่ม	197.85	376	0.526		
		รวม	197.949	379			
5	ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	0.102	3	0.051	0.062	0.94
		ภายในกลุ่ม	307.988	376	0.819		
		รวม	308.089	379			
	รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.516	3	0.258	0.624	0.54
		ภายในกลุ่ม	155.501	376	0.414		
		รวม	156.017	379			

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอาชีพ

	การพัฒนาท้องถิ่น	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
1	ด้านโครงสร้างพื้นฐาน	ระหว่างกลุ่ม	1.779	3	0.890	0.638	0.53
		ภายในกลุ่ม	524.263	376	1.394		
		รวม	526.043	379			
2	ด้านเศรษฐกิจ	ระหว่างกลุ่ม	1.923	3	0.962	0.869	0.42
		ภายในกลุ่ม	416.068	376	1.107		
		รวม	417.992	379			
3	ด้านสังคม	ระหว่างกลุ่ม	1.507	3	0.754	1.105	0.33
		ภายในกลุ่ม	256.529	376	0.682		
		รวม	258.037	379			
4	ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม	ระหว่างกลุ่ม	0.427	3	0.213	0.406	0.67
		ภายในกลุ่ม	197.522	376	0.525		
		รวม	197.949	379			

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น จำแนกตามอาชีพ (ต่อ)

	การพัฒนาท้องถิ่น	แหล่งความแปรปรวน	SS	df	MS	F	Sig
5	ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	ระหว่างกลุ่ม	1.379	3	0.689	0.845	0.43
		ภายในกลุ่ม	306.711	376	0.816		
		รวม	308.089	379			
	รวม	ระหว่างกลุ่ม	0.96	3	0.480	1.164	0.31
		ภายในกลุ่ม	155.057	376	0.412		
		รวม	156.017	379			

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ทั้งภาพรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน

8. อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการศึกษาบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ผู้ศึกษาอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์การวิจัย ดังต่อไปนี้

1. บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะประชาชนต่างมองเห็นถึงบทบาทของนายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ในการพัฒนาท้องถิ่นได้ทำหน้าที่ครอบคลุมทุกด้าน ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน การดูแลระบบสาธารณูปโภค ด้านเศรษฐกิจการหาช่องทางสร้างรายได้ให้กับประชาชน ด้านสังคมอยู่กันอย่างสงบสุข มีทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่อุดมสมบูรณ์ รวมถึงด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม โดยผู้บริหารองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ดูแลได้อย่างดีมาก ทำให้ประชาชนเห็นถึงการทำงานและความเป็นผู้นำที่มีความโดดเด่น นอกจากนั้น นายกองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงปรับบทบาทเข้าสู่ยุคดิจิทัล มีการเรียนรู้ความเข้าใจด้านเทคโนโลยีมากขึ้น การใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการท้องถิ่น เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อรับฟังความคิดเห็นของประชาชน การใช้แอปพลิเคชันในการจัดการข้อมูลสาธารณะ หรือการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อสื่อสารข้อมูลข่าวสารของ อบต. ไปยังชุมชนอย่างรวดเร็วและทั่วถึง รวมถึงการรับมือกับสังคมผู้สูงวัยอนาคต ให้ความสำคัญกับนโยบายที่เกี่ยวข้องกับการดูแลผู้สูงอายุและคนพิการมากขึ้น เช่น การจัดสรรงบประมาณเพื่อสร้างศูนย์ดูแลผู้สูงอายุ การจัดกิจกรรมสันทนาการที่เหมาะสมกับวัย หรือการจัดหาบริการด้านสุขภาพที่เข้าถึงง่ายในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ เกศสุดา โภคานิตย์ และคณะ (2563) พบว่า นายกองค์การบริหารส่วนตำบลบ้านค่ายหมื่นแผ้วได้มีการพัฒนาส่งเสริมศักยภาพผู้สูงอายุ ในลักษณะของการส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิต การจัดการศึกษา การพัฒนาทักษะ

พัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ช่วยเพิ่มพูนความรู้ ทักษะชีวิตที่จำเป็นและยังเป็นพื้นที่ที่ผู้สูงอายุจะได้แสดงศักยภาพถ่ายทอดภูมิความรู้ประสบการณ์ที่สั่งสมแก่บุคคลอื่น เพื่อสืบสานภูมิปัญญาให้คงคุณค่าคู่กับชุมชนที่สำคัญคือขับเคลื่อนผ่านการดำเนินกิจกรรมของโรงเรียนผู้สูงอายุซึ่งเกิดจากตัวผู้นำท้องถิ่นที่มีวิสัยทัศน์การพัฒนา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชลิดา กันหาลิลา (2566) พบว่า ภาวะผู้นำเป็นปัจจัยที่มีความสำคัญและมีอิทธิพลต่อการเป็นพัฒนาขับเคลื่อนองค์กร เป็นผู้ที่มีบทบาทและทักษะในการทำหน้าที่กระตุ้นสนับสนุนบุคลากรในการทำงาน เป็นผู้ผลักดันส่งเสริมปรับเปลี่ยนรูปแบบของเครือข่ายและการทำงานของทีม คิดค้นนโยบายหรือกลยุทธ์ใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในหน่วยงานและพัฒนาองค์กร และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีชฎา สุขเกษม และคณะ (2567) พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความปลอดภัยของชุมชน ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และด้านการวางแผนการส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรม และการท่องเที่ยว รายละเอียดในแต่ละด้านอภิปรายผล ดังนี้

1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ด้านโครงสร้างพื้นฐานโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะว่าโครงสร้างพื้นฐาน ทั้งถนน ไฟฟ้า น้ำประปา ผังเมือง สิ่งเหล่านี้เป็นอำนาจหน้าที่โดยตรงของผู้นำท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลในการดูแล และควบคุมการก่อสร้าง การบำรุงรักษา จึงต้องทำเป็นประจำอย่างสม่ำเสมอ ประชาชนรับรู้และมองเห็นถึงการทำงานของผู้นำท้องถิ่น ผลการศึกษาจึงอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ตรีชฎา สุขเกษม และคณะ (2567) พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์ ทั้ง 6 ด้าน คือ 1) ด้านศิลปะ วัฒนธรรม จารีตประเพณีและภูมิปัญญาท้องถิ่น 2) ด้านส่งเสริมคุณภาพชีวิต 3) ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 4) ด้านจัดระเบียบชุมชน สังคม และการรักษาความปลอดภัยของชุมชน 5) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน และ 6) ด้านการวางแผน การส่งเสริมการลงทุน พาณิชยกรรมและการท่องเที่ยวตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญจน์นพร แทนรินทร์ (2564) พบว่า การพัฒนาแหล่งน้ำและสาธารณูปโภคงานสำคัญคือ จัดให้มีการขยายวางแนวท่อประปาให้มีน้ำประปาใช้ทั่วถึงทุกหมู่บ้านรวมทั้งจัดให้มีการขยายเขตไฟฟ้าครัวเรือนให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ ในส่วนของการพัฒนาเส้นทางคมนาคมงานสำคัญคือ การจัดให้มีการปรับปรุงทางระบายน้ำที่มีอยู่ให้สามารถระบายน้ำได้ดี และจัดให้มีการก่อสร้างถนนภายในหมู่บ้านให้ได้มาตรฐาน

1.2 ด้านเศรษฐกิจ พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ด้านเศรษฐกิจโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้นำท้องถิ่นมีหน้าที่ในการส่งเสริมสนับสนุนโดยตรง ดูแลในเรื่องของการสร้างงาน สร้างรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่นของตนเอง แต่การทำงานของผู้นำยังให้การสนับสนุนได้ไม่มากพอ จึงอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปัญญา คล้ายเดช และคณะ (2565) พบว่า ความคาดหวังของประชาชนต่อบทบาทผู้นำท้องถิ่น ด้านการพัฒนาสิ่งใหม่ โดยคาดหวังต่อผู้นำในการนำสิ่งใหม่ๆ นำสิ่งที่เป็นประโยชน์ต่อท้องถิ่นโดยมีการวางแผนอย่างเป็นระบบ การส่งเสริมอาชีพ และเศรษฐกิจท้องถิ่นเพื่อความอยู่ดีกินดี บำบัดทุกข์ บำรุงสุขของประชาชน

1.3 ด้านสังคม พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ด้านสังคมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าการดูแลประชาชนให้มีสภาพสังคมมีสุขภาพกาย สุขภาพใจที่สมบูรณ์มีความสุข ปลอดภัยทั้งชีวิตและทรัพย์สิน อยู่กันอย่างสงบสุข กำจัดแหล่งอบายมุขของท้องถิ่น ซึ่งเป็นอำนาจหน้าที่ของผู้นำท้องที่จะต้องดำเนินการโดยตรง จึงทำให้ประชาชนในท้องถิ่นเห็นบทบาทการทำงานของผู้นำ ผลการศึกษาจึงอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปัญญา คล้ายเดช และคณะ (2565) พบว่า ผู้นำท้องถิ่นเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมสาธารณประโยชน์ ผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิมีจิตสาธารณะประโยชน์ต่อประชาชน สังคม และประเทศชาติ มีความจริงใจในการส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมสาธารณประโยชน์และมีการส่งเสริมให้ประชาชนในพื้นที่รู้จักคุณค่าของประโยชน์ส่วนรวม และมีจิตสาธารณะ ผู้นำท้องถิ่นในจังหวัดชัยภูมิรู้หน้าที่ ปฏิบัติหน้าที่อย่างเป็นธรรมไม่เลือกปฏิบัติ ไม่ทิ้งปัญหาของประชาชน มีภาวะผู้นำท้องถิ่นที่แสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคม

1.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการดูแล รักษา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เป็นอำนาจหน้าที่ขององค์การบริหารส่วนตำบลที่จะต้องดำเนินการ ได้มีการดูแลรักษา สิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิทัศน์ภายในเขตองค์การบริหารส่วนตำบล ให้มีความสะอาดเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ได้มีการจัดถังขยะรองรับขยะมูลฝอยอย่างเพียงพอ และมีการจัดเก็บขนขยะมูลฝอย ส่งเข้าทำลายด้วยระบบฝังกลบได้ดี ไม่มีขยะตกค้าง ได้มีการจัดการและควบคุมการเกิดมลพิษ ทำให้ประชาชนมองเห็นถึงผลการทำงานว่ามีบทบาทในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมในชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภาดา เลิศธนาวิวัฒน์ (2568) พบว่า พบว่า องค์การบริหารส่วนตำบลนากลางมีโครงการปลูกป่าเพื่อทดแทนในพื้นที่ป่าเสื่อมโทรม เพื่อปลุกจิตสำนึกให้เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม มีการเก็บขยะมูลฝอยทุกวัน เพื่อส่งเข้าทำลายด้วยระบบฝังกลบไม่มีขยะตกค้าง และมีบ่อเก็บขยะที่อยู่ห่างไกลชุมชน มีมาตรการในการป้องกันมลพิษเกี่ยวกับการพ่นหรือฉีดยาฆ่าแมลงกับพืชผลการเกษตร มีมาตรการป้องกันมลพิษหมอกควันที่เกิดจากการเผาซากอ้อยและอื่นๆ ที่ส่งผลต่อสุขภาพอนามัยของชุมชน และดูแลบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ เช่น แหล่งน้ำ ห้วยหนอง คลองบึง ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์

1.5 ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม พบว่า บทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เป็นเพราะว่า การศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม เป็นบทบาทของผู้นำท้องถิ่นในการสนับสนุนการศึกษา จัดให้มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก พร้อมทั้งส่งเสริมสนับสนุนให้เด็กได้มีโอกาสรับการศึกษาที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับโรงเรียนรัฐและโรงเรียนเอกชนทั่วไป มีการส่งเสริมและสนับสนุนประเพณีและวัฒนธรรมของท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้เป็นบทบาทของผู้นำท้องถิ่นทำให้ประชาชนมองเห็นการทำงานอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระสุภาพ สุภาโว (บัวบรรจง) (2561) พบว่า บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนในเขตตำบลยางค้อม อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช ด้านวัฒนธรรม อยู่ในระดับมาก กล่าวคือ พระสงฆ์มีการจัดกิจกรรมเนื่องในวันสำคัญต่างๆ สอดแทรกศีลธรรมเพื่อสร้างความเจริญงอกงามในวิถีชีวิต จัดให้วัดเป็นศูนย์กลางในการจัดเก็บอนุรักษ์ โบราณวัตถุหรือศิลปวัตถุ เผยแผ่ ส่งเสริมศิลปวัฒนธรรมประเพณี

2. ผลการเปรียบเทียบความคิดเห็นของประชาชนต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น อภิปรายผลการวิจัย ดังนี้

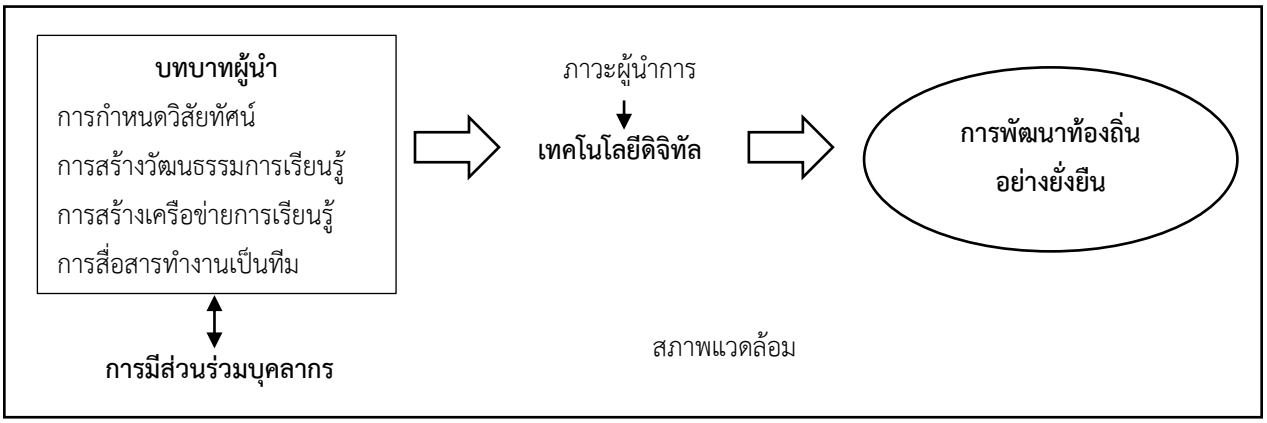
2.1 ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เพราะว่า ประชาชนไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ต่างได้รับการบริการ และรับรู้ได้จากผลของการพัฒนาท้องถิ่นที่เกิดขึ้นทำให้เห็นถึงบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงเหมือนกันจึงมีความคิดที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระสุภาพ สุภาโว (บัวบรรจง) (2561) พบว่า ประชาชนที่มีเพศแตกต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับบทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระวุฒิชัย หิตวิชชโช (เภาโพธิ์) และคณะ (2565) พบว่า พฤติกรรมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นตามทรรศนะของประชาชนในอำเภอโพธิ์ จังหวัดหนองคาย จำแนกตามเพศโดยภาพรวม ไม่แตกต่างกัน

2.2 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันบางคนจบการศึกษาปริญญาตรี บางคนจบต่ำกว่าหรือสูงกว่าระดับปริญญาตรี เมื่อทุกคนได้รับบริการต่างๆ ได้รับผิดชอบทุกคนจึงมีความเห็นที่ไม่แตกต่างกัน มองว่าบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของผู้นำองค์การบริหารส่วนตำบลหนอแดงอยู่ในระดับมากเหมือนกันทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กุสุมา เขียวเพกา (2560) พบว่าประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วน ตำบลร่อนทอง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรา วงศ์แสงเทียนและสกุณา พัฒนเวช (2562) พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างมีความคิดในการบริหารจัดการ ไม่แตกต่างกัน

2.3 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อบทบาทผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าองค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดงไม่เลือกปฏิบัติไม่ว่าประชาชนจะประกอบอาชีพอะไรก็สามารถรับบริการสาธารณะจากหน่วยงานได้อย่างเสมอภาคทุกคน ทำให้ประชาชนมีความคิดเห็นไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ รัฐบุรุษ คุ้มทรัพย์ และคณะ (2563) บทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการสนับสนุนกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลพระยาบันลือ และคลองพระยาบันลือ อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า สมาชิกที่มีอาชีพต่างกันมีความคิดเห็นต่อบทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในการสนับสนุนกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชนไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พระวุฒิชัย หิตวิชชโช (เภาโพธิ์) และคณะ (2565) พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีทรรศนะต่อพฤติกรรมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นในอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า อาชีพไม่ใช่สิ่งสะท้อนถึงทัศนะของประชาชน เพราะปัจจุบันคนที่มีอาชีพเกษตรกร รับจ้าง เป็นต้น จนถึงอาชีพรับราชการ มีการรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการเมืองท้องถิ่นที่เท่าเทียมกัน

สรุปองค์ความรู้จากการวิจัย

ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีบทบาทอย่างมากต่อการดำเนินงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทั้งทางตรงและทางอ้อม บทบาทของผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นนอกจากการบริหารจัดการแล้วควรมุ่งเน้นในการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในการบริหารจัดการและพัฒนาการเรียนรู้ มีวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการสร้างเครือข่ายในการเรียนรู้ นอกจากนี้ ผู้บริหารยังต้องส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการทำงานเป็นทีม เพื่อให้สามารถรับมือกับความท้าทายในยุคดิจิทัลสู่การพัฒนาท้องถิ่นอย่างยั่งยืน ดังรูป



รูปที่ 2 องค์ความรู้จากการวิจัย

9. ข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ควรพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณ และบุคลากรดำเนินการในเรื่องของการจัดระบบผังเมือง การจัดเขตการใช้ที่ดินที่พักอาศัย พาณิชยกรรม เกษตรกรรม ให้มีความชัดเจน โดยมีการออกกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ ให้ประชาชนในท้องถิ่นใช้ร่วมกัน

1.2 ด้านเศรษฐกิจ ควรพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณ และบุคลากรดำเนินการในเรื่องของการให้ความรู้ และการจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านเพื่อผลิตสินค้าไว้จำหน่ายในหมู่บ้าน ดูผลิตภัณฑ์ของคนในชุมชน สนับสนุนจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านให้เกิดขึ้นในชุมชน

1.3 ด้านสังคม ควรพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนการให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย (เด็กและเยาวชน) ที่เสี่ยงต่อการติดยาเสพติด พร้อมทั้งจัดกระบวนการประชาคมหมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหายาเสพติด และประชาชนทุกคนก็ต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการดูแลสังคมของตน เป็นหูเป็นตาสอดส่องดูแลบุตรหลานให้ห่างไกลยาเสพร่วมกันกับท้องถิ่น

1.4 ด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนส่งเสริมให้บุคลากรดำเนินการในเรื่องของการปลูกฝังให้เด็กและเยาวชนมีจิตสำนึกในการอนุรักษ์ฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัด ใช้เกิดประโยชน์และคุ้มค่าที่สุด ร่วมถึงสร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนทุกคนในท้องถิ่น รักษ์และหวงแหนทรัพยากรและสิ่งแวดล้อมในท้องถิ่นของตน

1.5 ด้านการศึกษา ควรพัฒนา ส่งเสริมและสนับสนุนงบประมาณ รวมถึงบุคลากรดำเนินการในเรื่องของการเข้าร่วมกิจกรรมวันสำคัญทางศาสนา ช่วยกันทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาของไทยเราให้คงอยู่สืบไป

2. ข้อเสนอแนะในการนำศึกษาครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง

2.2 ควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการพัฒนาท้องถิ่น เช่น การจัดสนทนากลุ่ม หรือ การสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ครอบคลุมมากขึ้น

10. เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง . (2567). *ข้อมูลประชากร.* สืบค้นเมื่อ 9 ตุลาคม 2567, จาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/displayData

กรมส่งเสริมการปกครองส่วนท้องถิ่น กองราชการส่วนตำบล. (2550). *คู่มือการปฏิบัติงานการจัดทำแผนพัฒนาองค์การบริหารส่วนตำบล*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์อาสารักษาดินแดน.

กัญจน์นพร แทนรินทร์. (2564). บทบาทของผู้บริหารท้องถิ่นในการพัฒนาพื้นที่ในเขตอำเภอทับสะแก จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน, 3*(3), 110-120.

กุสุมา เขียวเพกา. (2560). *การมีส่วนร่วมในการพัฒนาท้องถิ่นของประชาชนในองค์การบริหารส่วนตำบลร่อนทอง อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์*. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต (รัฐศาสตร์), คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

เกศสุดา โภคานิตย์, กีฬา หนูยศ และพระบุญเพ็ง สิทธิวงษา. (2563). บทบาทผู้นำท้องถิ่นในการบริหารจัดการโรงเรียนผู้สูงอายุแบบมีส่วนร่วมเทศบาลตำบลบ้านค่ายหมื่นแผ้ว อำเภอเมือง จังหวัดชัยภูมิ. *วารสารบัณฑิตวิทยาลัย พิชญทรรศน์, 15*(2), 1-10.

ชลิดา กันหาลิลา. (2566). *การพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมาให้เป็นมหาวิทยาลัยแห่งการเรียนรู้*. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สถาบันรัฐประศาสนศาสตร์และนโยบายสาธารณะ มหาวิทยาลัยรังสิต.

ตรีชฎา สุขเกษม, ภูริส ภูมิประเทศ, กิตติศักดิ์ ร่วมพัฒนา และอภิชาติ แสงอัมพร. (2567). บทบาทของผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต่อการพัฒนาท้องถิ่นในจังหวัดสุรินทร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 26*(1), 237-254.

ปัญญา คล้ายเดช พระศรีสัจญาณมุนี,ดร., พระมหาวิฑูรย์ สิทธิเมธี,ดร. (2565). *หลักสูตรพัฒนาผู้นำท้องถิ่น: การสร้างองค์ความรู้สู่การพัฒนาท้องถิ่นของผู้นำในจังหวัดชัยภูมิ*. รายงานการวิจัย วิทยาลัยสงฆ์ชัยภูมิ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระมหากิตติพงษ์ กิตฺติปญฺโญ (สกุลโชติ) และพิชิต ปุริมาตร. (2568). บทบาทผู้นำท้องที่ในการพัฒนาชุมชนของตำบลหมื่นไวย อำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3*(3), 912-930.

พระวุฒิชัย หิตวิชฺโช (เภาโพธิ์), สุรพล พรหมกุล และสมควร นามสีฐาน. (2565). พฤติกรรมทางการเมืองของผู้นำท้องถิ่นตามทรรศนะของประชาชนในอำเภอโพธิ์ตาก จังหวัดหนองคาย. *Journal of Modern Learning Development, 7*(1), 84-95.

พระสุภาพ สุภาโว (บัวบรรจง). (2561). *บทบาทของพระสงฆ์ในการพัฒนาชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลยางค้อม อำเภอพิปูน จังหวัดนครศรีธรรมราช*. วิทยานิพนธ์พุทธศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พัชรา วงศ์แสงเทียน และสกุณา พัฒนเวช. (2562). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการบริหารจัดการองค์การบริหารส่วนตำบลทับยายเชียง อำเภอพรหมพิราม จังหวัดพิษณุโลก. *วารสารวิทยาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 1*(1), 46-58.

พิชญา นิลรุ่งรัตนา และอติเทพ แจ้ดนาลาว. (2565). การออกแบบส่วนต่อประสานผู้ใช้งานสำหรับผู้สูงอายุไทยในยุคดิจิทัล. *วารสารศิลปกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 9*(1), 99-113.

รัฐบุรุษ คุ้มทรัพย์, จิรวรรณ เทพประสิทธิ์, พิเชษฐ์ ภู่เฉลมตระกลู, อุกฤษณ์ ชาวแพรกน้อย และกุลประภัสสร์ รำพึงจิตต์ (2563). บทบาทขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ในการสนับสนุนกลุ่มอาชีพและวิสาหกิจชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลพระยาบันลือและคลองพระยาบันลือ อำเภอลาดบัวหลวง จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 6*(1), 443-463.

วราภรณ์ ปานะพิพัฒน์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นของเทศบาลตำบลในจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 13*(1), 340-357.

วิภาดา เลิศธนาวิวัฒน์. (2568). *ความคาดหวังของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนากลางอำเภอสูงเนิน จังหวัดนครราชสีมา.* การค้นคว้าอิสระรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, วิทยาลัยนครราชสีมา.

ศิรินทรา บุญรอด. (2559). *การมีส่วนร่วมของประชาชนกับการพัฒนาท้องถิ่นในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลท่าสะท้อน อำเภอพุนพิน จังหวัดสุราษฎร์ธานี*. สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกริก.

สำนักนโยบายและแผน องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง. (2566). *แผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2566–2570*. องค์การบริหารส่วนตำบลหนองแดง อำเภอสีชมพู จังหวัดขอนแก่น.

Bass, B. M. (1985). *Leadership and performance beyond expectation*. New York: Free Press.

Hair, Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J. & Anderson. (2014). *Multivariate Data Analysis (7th ed.)*. United States of America: Pearson New International Edition.

Harrell, T. W. (1964). *Industrial Psychology*. Calcutta: Oxford and IBM Publishing Co.

Kotler, P., & Armstrong G. (2013). *Principles of Marketing(15th ed.)*. Sydney: Pearson Prentice Hall

Yamane, T. (1973). *Statistics : An Introductory Analysis*. (2rd ed.).New York : Harper & Row.

การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู

An Analytical Framework of Consumer Behavior in the Shabu Buffet Restaurant Business

*1. เกวลี นิตย์โรจน์ (Geawalee Nitroj), ศศ.บ (B.A.)**
2. พริสา คงแก้ว (Pharisa Khongkaew), ศศ.บ (B.A.)
3. ไพลิน กอบกาญฟิไล (Phailin Kobkanphilai), ศศ.บ (B.A.)
4. อารียา สว่าง (Areeya Sawang), ศศ.บ (B.A.)
5. ชลิต เฉียบพิมาย (Chalit Chiabphimai), ศศ.ม (M.A.)

Received : 29 April 2025
Revised : 16 September 2025
Accepted : 8 October 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ประเภทชาบู ดำเนินการศึกษาจากการรวบรวมข้อมูล โดยใช้วิธีการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร งานวิจัย บทความวิชาการ และดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา

ผลการศึกษา พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้คือกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิง มีวัตถุประสงค์ในการรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีเมนูอาหารที่หลากหลาย กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบ รายการอาหารที่หลากหลาย มีปริมาณเพียงพอ และรสชาติอร่อย โดยบุคคลใกล้ชิดมีบทบาทต่อกระบวนการตัดสินใจ มีความนิยมใช้บริการในช่วงวันธรรมดาโดยเฉพาะมื้อเย็นและมีความนิยมเลือกรูปแบบการให้บริการแบบบริการตนเอง ผลจากการศึกษาครั้งนี้สามารถใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารบุฟเฟต์ ประเภทชาบู เพื่อให้ตอบสนองต่อรูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจร้านอาหารที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค, ธุรกิจบริการ, ร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู, ส่วนประสมทางการตลาดบริการ

1-4 นักศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
(Student, Program in Service Innovation, Institute of Metropolitan Development, Navamindradhiraj University)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Conrresponding author) 1. E-mail: 6703101203@nmu.ac.th,*
2. E-mail: 6703101209@nmu.ac.th, 3. E-mail: 6703101212@nmu.ac.th, 4. E-mail: 6703101225@nmu.ac.th
5. อาจารย์ประจำ สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
(Lecturer, Program in Service Innovation, Institute of Metropolitan Development, Navamindradhiraj University)
E-mail: chalit@nmu.ac.th

Abstract

This academic article aims to present an analytical framework for examining consumer behavior in buffet restaurants, particularly those offering shabu-style dining. The study was conducted through secondary data collection by reviewing literature from documents, research studies, and academic articles, followed by content analysis.

The findings found that the primary target consumers of this type of restaurant are predominantly female. Their main purposes for dining include seeking high-quality food, enjoying delicious flavors, and accessing a wide variety of menu options. The decision-making process is influenced by factors such as the quality and standards of raw materials, menu diversity, sufficient portion sizes, and taste. Moreover, close acquaintances play a significant role in shaping consumer purchasing decisions. The study also reveals that consumers prefer visiting on weekdays, especially during dinner time, and show a strong preference for self-service dining formats. The results of this study can serve as a guideline for developing marketing strategies for shabu buffet restaurants to better address consumer behavior patterns and demands. Furthermore, restaurant entrepreneurs may apply these findings to adapt their strategies in alignment with the ever-changing context of the food service industry.

Keywords: Consumer Behavior, Service Business, Shabu Buffet Restaurant, Service Marketing Mix

1. บทนำ

ธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ (Buffet Restaurant) นับว่าเป็นอีกตัวเลือกหนึ่งในการเลือกรับประทานอาหาร เนื่องจากสามารถรับประทานได้ทุกเพศทุกวัยและมีรายการอาหารให้เลือกหลายประเภท ส่งผลให้ธุรกิจประเภทนี้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2564) เป็นหนึ่งในรูปแบบของบุฟเฟต์ที่ได้รับความนิยมในปัจจุบันและมีแนวโน้มการเติบโตของธุรกิจร้อยละ 2.9 ดังรูปที่ 1

รูปที่ 1 แนวโน้มธุรกิจร้านอาหาร
ที่มา: ศูนย์วิจัยกสิกร (2567)

สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มของการเติบโตของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ที่กำลังได้รับความนิยมอันมาจากกระแสนิยมของผู้บริโภคในปัจจุบัน และบุฟเฟต์ประเภทชาบูนับว่าเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่กำลังเติบโต ชาบูมีลักษณะคล้ายคลึงกับสุกี้ยากี้ (Chatchawanpanich, et al., 2018 อ้างถึงใน วราภรณ์ เลอศักดิ์พงษา และณัฐนรี สมิตร, 2565) เริ่มได้รับความนิยมในประเทศไทยในช่วงปี พ.ศ. 2523 และได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องมาจนถึงปัจจุบัน (บริษัท พีทีเค โซลูชั่น แอนด์ ซัพพลายส์ จำกัด, 2567) มีจุดเด่นที่น้ำซุปมีรสชาติอ่อน รวมทั้งการสัมผัสถึงรสชาติของเนื้อสัตว์และผักผ่านประสาทสัมผัสสามารถสร้างประสบการณ์การบริโภคที่น่าประทับใจและยังมีขั้นตอนการรับประทานที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การลวกผักหรือการลวกเนื้อสัตว์ การรับประทานกับน้ำจิ้มพอนสึและน้ำจิ้มงา เป็นต้น (แยกให้รู้ ชาบู-สุกี้ 2564 อ้างถึงใน สุพรรษา ทรงวัชราภรณ์, 2565) นอกจากนี้ยังมีการจัดบริการอาหารอย่างหลากหลาย โดยผู้บริโภคสามารถเลือกรับประทานได้ตามความต้องการของแต่ละบุคคล เนื่องจากใช้วิธีคิดราคาแบบเหมาจ่ายรายบุคคล สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ต้องการความสะดวกสบายในการรับประทาน คุ้มค่าคุ้มของราคาที่จ่าย และสอดคล้องกับวิถีบริโภคในปัจจุบันกล่าวคือนิยมการรับประทานอาหารนอกบ้าน

เพื่อสังสรรค์ในโอกาสพิเศษ เช่น วันรับปริญญา วันแม่ เทศกาลต่างๆ ตลอดจนระหว่างการเดินทางท่องเที่ยว อีกทั้งยังสอดคล้องกับพฤติกรรมการบริโภคของคนรุ่นใหม่ที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพอีกด้วย (วิชยา ทองลัพท์, 2559) ส่งผลทำให้เป็นธุรกิจที่มีมูลค่าตลาดในระดับที่สูงมากขึ้นเรื่อยๆ นอกจากจะมีธุรกิจผลิตอาหารซึ่งเป็นธุรกิจที่เกี่ยวข้องโดยตรงแล้วยังมีธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้องทางอ้อมอื่นๆ มากมาย (พิมพ์สุภัค จิรสิทธิธำรง, 2559) เนื่องด้วยพฤติกรรมของผู้บริโภคนั้นเป็นสิ่งที่เปลี่ยนแปลงไปตามความต้องการ กระแสเศรษฐกิจ และความนิยมอาหารของใหม่ๆ (Amarin TV, 2024) รวมถึงการเปลี่ยนแปลงเข้าสู่ยุคโลกาภิวัตน์ ฉะนั้นผู้ประกอบการควรวางแผนเพื่อการรับมือต่อพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง อาทิ การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยเพื่อบริหารจัดการ เช่น การสอบถามหรือแจ้งปัญหาผ่านแชตบอท การให้คำแนะนำข้อมูลออนไลน์ เพื่อรองรับความต้องการของผู้บริโภคที่มีความหลากหลาย (ประเสริฐศักดิ์ โพธิ์ทอง, 2566) อีกทั้งการปรับกลยุทธ์ธุรกิจและปรับเปลี่ยนช่องทางการขายให้เป็น Omni channel เพื่อความอยู่รอดของธุรกิจในยุคหลังโควิด-19 เช่น การใช้อุปกรณ์และเทคโนโลยีที่ทันสมัยการบริหารจัดการร้านอย่างเป็นระบบ การเพิ่มช่องทางขายในรูปแบบออนไลน์ควบคู่กับการขายผ่านหน้าร้าน การจัดหาสินค้าและบริการที่หลากหลายตรงตามความต้องการ ซึ่งสิ่งเหล่านี้มักจะได้รับความสนใจและการยอมรับจากผู้บริโภคมากขึ้น นับว่าเป็นโอกาสและความท้าทายของธุรกิจในอนาคตต่อไป (พรรณรัตน์ บุญกว้าง และคณะ, 2566)

จากความสำคัญดังกล่าวข้างต้นจึงขอนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบู โดยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H) เป็นกรอบในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดของร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทชาบู ใช้วิธีการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิจากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร งานวิจัย บทความวิชาการ และดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการศึกษานี้จะนำไปสู่แนวทางการพัฒนาธุรกิจดังกล่าวในมิติทางการตลาดบริการให้ตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภค ทั้งนี้ผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการศึกษาไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของธุรกิจร้านอาหารของตนเอง

2. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (6W1H) ซึ่งเป็นทฤษฎีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดย Kotler อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) ได้ระบุข้อคำถามตามองค์ประกอบพฤติกรรมผู้บริโภค ดังนี้

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target Market?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 4 ด้าน คือ ประชากรศาสตร์ ภูมิศาสตร์ จิตวิทยา หรือจิตวิเคราะห์ และพฤติกรรมศาสตร์

2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What Does the Consumer Buy?)

เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Object) คือ ต้องการคุณสมบัติหรือส่วนประกอบของผลิตภัณฑ์ (Product Component)และความแตกต่างที่เหนือกว่าคู่แข่ง (Competitive Differentiation)

3. ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why Does the Consumer Buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ผู้บริโภคซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา

4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in The Buying?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคซึ่งประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้

5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When Does the Consumer Buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ซื้อช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน ซื้อในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ

6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where Does the Consumer Buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ผู้บริโภคซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านขายของชำ เป็นต้น

7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the consumer buy?)

เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและความรู้สึกหลังการซื้อ

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดย Kotler & Keller (2012)

ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจบริการ(Service Marketing Mix) ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ สิ่งของที่จับต้องได้ เช่น สินค้าเพื่อการบริโภคในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูหรือสิ่งที่ไม่จับต้องได้ เช่น บริการที่ผู้บริโภคได้รับจากพนักงานในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบู ด้านราคา (Price) คือ จำนวนเงินที่ผู้บริโภคต้องจ่ายให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูในลักษณะการเหมาจ่ายแบบรายบุคคล ซึ่งเป็นการจ่ายเงินค่าอาหารแลกกับการรับประทานได้ไม่จำกัดในราคาที่คงที่ต่อการบริโภค ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) คือ กระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การจัดกิจกรรมหรือการสื่อสารองค์กรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจ เชิญชวนผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ ด้านบุคคล (People) คือ การบริหารและการจัดการทุนมนุษย์ของผู้ให้บริการในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบู ด้านกระบวนการ (Process) คือ วิธีการของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ผู้บริโภคตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่ผู้บริโภคจับต้องได้หรือสัมผัสได้ในระหว่างการใช้บริการในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบู โดยปัจจัยเหล่านี้นับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อผู้บริโภค

การทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาในข้างต้นนำไปสู่การกำหนดกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทที่ดำเนินการศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจดังกล่าว เช่น ผลจากการศึกษากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดนำไปสู่แนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ผลจากการศึกษาช่วงเวลาในการซื้อสินค้าหรือบริการและสถานที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการนำไปสู่แนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดด้านช่องทางการจำหน่ายและด้านกระบวนการ เป็นต้น

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู ผู้แต่งได้ปรับใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคของ Kotler อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่1-7

ตารางที่ 1 กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย	- ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง - พนักงานเอกชน/ลูกจ้างบริษัท/ธุรกิจส่วนตัว/อาชีพอิสระ/นักเรียนและนักศึกษา - การศึกษาระดับการศึกษาปริญญาตรี - อายุระหว่าง 20-40 ปี	สุทินา ไทยเดชา และคณะ, 2567; พีรยา สมศักดิ์ และคณะ, 2566; วิชยา ทองลัพท์, 2559; วราภรณ์ เลอศักดิ์พงษา และ ณัฐนรี สมิตร, 2565)

จากตารางที่ 1 สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้ คือ ผู้บริโภคเพศหญิง มีช่วงอายุระหว่าง 20–40 ปี โดยส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพเป็นพนักงานในภาคเอกชน ลูกจ้างบริษัท ผู้ประกอบธุรกิจส่วนตัว อาชีพอิสระ รวมถึงนักเรียนหรือนักศึกษา

ตารางที่ 2 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร	- คุณภาพดี (วัตถุดิบมีคุณภาพ เมนูหลากหลาย) - คุณภาพการบริการ (พนักงานให้ความสำคัญกับผู้บริโภคแต่งกายเรียบร้อย อัธยาศัยดี พูดจาสุภาพ บริการรวดเร็ว) - ร้านอาหารมีความสะอาด (ภาชนะสะอาด สภาพแวดล้อมเหมาะสมและถูกสุขอนามัย) - รสชาติตรงตามความต้องการของผู้บริโภค - ราคาเหมาะสมกับคุณภาพอาหาร	รัตติญาภรณ์ พิศาลวราพงศ์, 2560; วิชยา ทองลัพท์, 2559

จากตารางที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีวัตถุประสงค์ในการเลือกใช้บริการธุรกิจประเภทนี้ โดยเน้นความต้องการในการรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีเมนูอาหารที่หลากหลาย พร้อมทั้งให้ความสำคัญกับการเลือกใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด และถูกสุขลักษณะ นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังให้ความสำคัญกับกระบวนการให้บริการที่มีคุณภาพ รวมถึงราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของการให้บริการที่ได้รับ

ตารางที่ 3 การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ทำไมผู้บริโภคจึงตัดสินใจซื้อ	- วัตถุดิบมีคุณภาพ สด สะอาด - มีรายการอาหารที่หลากหลายและมีปริมาณที่เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค - อาหารและน้ำจิ้มที่มีรสชาติอร่อย - สภาพแวดล้อมเหมาะสมและถูกสุขอนามัย - ภาชนะ อุปกรณ์มีความสะอาดและปลอดภัย - การบริการมีคุณภาพ สะดวก รวดเร็ว ความดูแลและความเอาใจใส่ของพนักงาน รวมถึงการรับออเดอร์และการชำระเงินที่ถูกต้อง - ราคามีความเหมาะสมกับคุณภาพของอาหารและบริการ - สิทธิพิเศษ โปรโมชั่น ระบบสมาชิกหรือแต้มสะสม	รัตติญาภรณ์ พิศาลวราพงศ์, 2560; วิชยา ทองลัพท์, 2559; ปนัตตา เอียดศรีแก้ว และ ภัทรา สุขะสุคนธ์, 2567)

จากตารางที่ 3 สามารถสรุปได้ว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัยสำคัญ ได้แก่ คุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบ รายการอาหารที่หลากหลาย มีปริมาณเพียงพอ และรสชาติอร่อย นอกจากนี้ บริเวณร้าน รวมถึงภาชนะและอุปกรณ์ต่างๆ ยังมีความสะอาด ปลอดภัย การบริการมีคุณภาพ รวดเร็ว สะดวก และการดูแลเอาใจใส่จากพนักงาน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนเป็นแรงผลักดันที่สำคัญที่กระตุ้นให้เกิดความต้องการ และส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการในธุรกิจประเภทนี้

ตารางที่ 4 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	- ครอบครัว เพื่อน และเพื่อนร่วมงาน บอกต่อผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปาก - คนใกล้ชิด โพสต์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ - การโฆษณาผ่านช่องทางออนไลน์ และโปรโมชั่นลดราคา	พีรยา สมศักดิ์ และคณะ, 2566; วิชยา ทองลัพท์, 2559)

จากตารางที่ 4 สามารถสรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัยสำคัญ ทั้งในด้านบุคคลใกล้ชิด เช่น ครอบครัว เพื่อน หรือเพื่อนร่วมงาน ซึ่งมักเกิดขึ้นในโอกาสพิเศษ นอกจากนี้การสื่อสารแบบปากต่อปากจากบุคคลใกล้ชิด รวมถึงการรีวิวผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่สร้างความน่าเชื่อถือและโน้มน้าวการตัดสินใจ อีกทั้งการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ และโปรโมชั่นหรือส่วนลดราคายังมีบทบาทในการกระตุ้นความสนใจและจูงใจให้ผู้บริโภคเลือกใช้บริการในธุรกิจประเภทนี้

ตารางที่ 5 ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด	- ใช้บริการในวันธรรมดา ช่วงมื้อเย็น ตั้งแต่เวลา 17:00 – 20:00 น. - ในโอกาสพิเศษ เลี้ยงฉลองและวันหยุด	พีรยา สมศักดิ์ และคณะ, 2566; วราภรณ์ เลอศักดิ์พงษา และ ณัฐนรี สมิตร, 2565; วิชยา ทองลัพท์, 2559

จากตารางที่ 5 สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจประเภทนี้โดยส่วนใหญ่นิยมใช้บริการในช่วงวันธรรมดา โดยเฉพาะมื้อเย็น และมีความถี่ในการใช้บริการประมาณ 1–2 ครั้งต่อเดือน นอกจากนี้ ยังพบว่ากลุ่มเป้าหมายมักเลือกรับประทานในช่วงเวลา 17:01–20:00 น. ของวันเสาร์-อาทิตย์ โดยใช้เวลารับประทานเฉลี่ยระหว่าง 1–2 ชั่วโมง และมักใช้บริการในโอกาสพิเศษ เช่น การเลี้ยงฉลองหรือช่วงวันหยุด

ตารางที่ 6 สถานที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ผู้บริโภคซื้อที่ไหน	- ผู้บริโภคนิยมทานที่ร้าน โดยมักเลือกแบบบริการตัวเอง (Self-Service)	วิชยา ทองลัพท์, 2559; ศิรชัช มีสง่า และ ฉันทนา ปาปัดถา, 2566

จากตารางที่ 6 สามารถสรุปได้ว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายมีพฤติกรรมการใช้บริการในธุรกิจประเภทนี้ โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคทานที่ร้าน ทั้งนี้นิยมเลือกรูปแบบการให้บริการแบบบริการตนเอง (Self-service) ซึ่งสอดคล้องกับลักษณะของร้านอาหารบุฟเฟต์ ที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคสามารถเลือกและจัดสรรการบริโภคได้ตามความต้องการ

ตารางที่ 7 พฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค ในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู	ที่มา
ผู้บริโภคซื้ออย่างไร	- พิจารณาจากราคาเหมาะสม มีการระบุราคาที่ชัดเจน - พิจารณาจากการใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ สด สะอาด มีรายการอาหารที่หลากหลาย และมีรสชาติที่อร่อย - พิจารณาจากมีทำเลที่ตั้ง การเดินทางมาใช้บริการสะดวก สถานที่จอดรถกว้าง มีโต๊ะเพียงต่อจำนวนผู้บริโภคและมีเวลาปิด-เปิดที่เหมาะสม - พิจารณาจากบริเวณร้าน อุปกรณ์มีความสะอาดและปลอดภัย - พิจารณาจากพนักงานแต่งกายสะอาด เรียบร้อย มีการบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง บริการด้วยความเต็มใจและพนักงานเพียงพอต่อการให้บริการ - พิจารณาจากการรีวิว ผ่านการสื่อสารแบบปากต่อปากจากคนใกล้ชิด หรือการโพสต์ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงการโฆษณาและข้อมูลต่างๆ ผ่านช่องทางออนไลน์ และโปรโมชั่นลดราคา	ศิรชัช มีสง่า และ ฉันทนา ปาปัดถา, 2566; สุทินา ไทยเดช และคณะ, 2567; วิชยา ทองลัพท์, 2559

จากตารางที่ 7 สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายที่ใช้บริการในธุรกิจประเภทนี้ ประกอบด้วย (1) การตระหนักรู้ถึงปัญหาของผู้บริโภคที่มาจากความเชื่อจากการบอกต่อของบุคคลใกล้เคียงส่งผลให้ผู้บริโภคเข้าสู่กระบวนการใช้บริการ (2) การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติมของผู้บริโภคที่มาจากการศึกษาข้อมูลคุณภาพของผลิตภัณฑ์จากการรีวิวและการโฆษณาพร้อมโปรโมชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ (3) การประเมินทางเลือกอื่นๆ ของผู้บริโภคที่มาจากการเปรียบเทียบราคา คุณภาพของวัตถุดิบ ความหลากหลายของรายการอาหาร รวมถึงทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และช่วงเวลาเปิด-ปิด ที่สอดคล้องตามความต้องการของผู้บริโภค (4) การเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่เกิดขึ้นภายหลังการเปรียบเทียบความคุ้มค่าในการเลือกคุณภาพของวัตถุดิบ ความหลากหลายของรายการอาหาร รวมถึงทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ และช่วงเวลาเปิด-ปิดแล้ว (5) การซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของผู้บริโภคเป็นช่วงเวลาระหว่างใช้บริการของธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบูซึ่งผู้บริโภคอยู่ในขั้นตอนการลิ้มรสอาหารผ่านประสาทสัมผัสรวมถึงการสัมผัสกับรูปแบบการบริการที่ผู้ประกอบการออกแบบไว้และมีพนักงานเพียงพอที่ให้บริการด้วย ความเต็มใจ และ (6) การประเมินหลังการซื้อผลิตภัณฑ์โดยผู้บริโภคประเมินจากความคาดหวังของผู้บริโภคกับประสบการณ์ที่ผู้บริโภคได้รับในด้านคุณภาพของวัตถุดิบ ความหลากหลายของอาหาร รสชาติที่ดีและราคาที่เหมาะสม รวมถึงทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีที่จอดรถเพียงพอ ช่วงเวลาเปิด-ปิด ความสะอาดของร้านและอุปกรณ์ การบริการที่รวดเร็ว ถูกต้อง และมีพนักงานเพียงพอที่ให้บริการด้วยความเต็มใจ อันเป็นปัจจัยที่สนับสนุนให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจและกลายเป็นผู้ที่มีความภักดีต่อตราสินค้าของธุรกิจร้านบุฟเฟต์ประเภทชาบู

4. แนวทางการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบูในตารางที่ 1-7 ภายใต้กรอบแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจบริการ ผู้แต่งได้นำข้อมูลดังกล่าวมานำเสนอแนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจดังกล่าว บนฐานคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler & Keller (2012) เป็นกรอบในการนำเสนอแนวทางให้สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคและความต้องการของผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมาย ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ควรวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดโดยการสำรวจความเหมือนของสินค้าเพื่อการบริโภคในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบู อาทิ วัตถุดิบ หรือบริการที่ผู้บริโภคได้รับจากพนักงานในธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูอยู่เสมอ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพสินค้าและบริการของธุรกิจตนเองให้มีความแตกต่าง มีเอกลักษณ์เฉพาะ อาทิ ตำรับเฉพาะของน้ำจิ้มที่มีส่วนผสมของวัตถุดิบที่มีความแตกต่างจากธุรกิจประเภทเดียวกันและเป็นเอกลักษณ์เฉพาะ และความใหม่ของวัตถุดิบตามกระแสนิยมของผู้บริโภค

2. ด้านราคา (Price) ควรวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดโดยการสำรวจราคา เมื่อเทียบกับคุณภาพและปริมาณของสินค้าและบริการตนเองเพื่อนำข้อมูลมาสร้างกลยุทธ์ด้านราคาให้มีความน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ควรเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเดินทางและเข้าถึงง่าย มีระบบขนส่งสาธารณะอำนวยความสะดวก มีสาขาที่ให้บริการเป็นจำนวนหลายแห่ง สามารถช่วยขยายฐานผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการตั้งสาขาในทำเลที่แตกต่างกันจะช่วยให้ผู้บริโภคเข้าถึงบริการได้ง่ายขึ้นและลดข้อจำกัดจากการเดินทาง นับว่าเป็นกระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของธุรกิจร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูแก่ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายได้อย่างทั่วถึง

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ควรประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสาร จัดโปรโมชั่นเมนูพิเศษและการตลาดเชิงกิจกรรม ให้กับผู้บริโภคผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ รวมถึงมีระบบสมาชิกเพื่อรับสิทธิพิเศษและอื่นๆ เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจและยอดขาย

5. ด้านบุคคล (People) ควรยกระดับคุณภาพการบริการของพนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี สุภาพ บริการรวดเร็ว ถูกต้อง แก้ไขปัญหาเฉพาะหน้าได้ดี บริการด้วยความเต็มใจ มีพนักงานที่เพียงพอ และการนำเทคโนโลยีหุ่นยนต์เสิร์ฟอาหารมาใช้ ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดระยะเวลาให้บริการ และยกระดับสุขอนามัย โดยยังสะท้อนภาพลักษณ์ความทันสมัยขององค์กร

6. ด้านกระบวนการ (Process) ควรจัดกระบวนการให้บริการให้มีระบบที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ ตั้งแต่การจัดการคิว การเติมวัตถุดิบ การชำระเงิน และการออกใบเสร็จ โดยมุ่งเน้นความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความไม่ซับซ้อน เพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภค นอกจากนี้ ควรรองรับช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและมีระบบติดตามคิวที่ใช้งานง่าย พร้อมจัดพื้นที่รอคิวให้เพียงพอ ซึ่งจะช่วยยกระดับประสบการณ์การให้บริการและสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ควรจัดสภาพแวดล้อมภายในและภายนอกร้าน โต๊ะ อุปกรณ์ ป้ายเมนูต่างๆ มีความสะอาด ถูกสุขลักษณะ มีพนักงานในการดูแลทำความสะอาดร้าน รวมถึงบริเวณที่ผู้บริโภคนั่งรอคิว มีพื้นที่จอดรถสะดวก เข้าถึงง่ายและเพียงพอต่อผู้บริโภคที่เข้ามาใช้บริการ

5. บทสรุป

วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านบุฟเฟต์ ประเภทชาบู พบว่า ผู้บริโภคกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านอาหารประเภทนี้คือกลุ่มผู้บริโภคเพศหญิงมีวัตถุประสงค์ในการรับประทานอาหารที่มีคุณภาพ รสชาติอร่อย และมีเมนูอาหารที่หลากหลาย กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านคุณภาพและมาตรฐานของวัตถุดิบ รายการอาหารที่หลากหลาย มีปริมาณเพียงพอ และรสชาติอร่อย โดยบุคคลใกล้ชิดมีบทบาทต่อกระบวนการตัดสินใจ มีความนิยมใช้บริการในช่วงวันธรรมดาโดยเฉพาะมื้อเย็นและมีความนิยมเลือกรูปแบบการให้บริการแบบบริการตนเอง ปัจจัยเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงรูปแบบพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความเฉพาะเจาะจงตามบริบทของแต่ละธุรกิจและมีการเปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ดังนั้นการกำหนดแนวทางในการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันกอปรกับการวางกลยุทธ์ทางการตลาดอย่างรอบด้านเป็นสิ่งสำคัญ โดยควรมีการวิเคราะห์คู่แข่งอย่าง

ต่อเนื่องในด้านสินค้า บริการ ราคา ช่องทางจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของธุรกิจ เพื่อพัฒนาคุณภาพและสร้างความแตกต่างที่โดดเด่น ด้านสินค้าและบริการควรเน้นความใหม่และแตกต่างจากคู่แข่ง ส่วนราคาควรเปรียบเทียบกับคุณภาพและปริมาณเพื่อกำหนดราคาที่เหมาะสม ทำเลควรตั้งอยู่ในจุดที่เข้าถึงง่ายและสะดวกต่อผู้บริโภค พร้อมทั้งขยายสาขาเพื่อรองรับผู้บริโภคได้มากขึ้น การประชาสัมพันธ์และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายผ่านช่องทางออนไลน์ รวมถึงการมีระบบสมาชิกจะช่วยสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคอย่างยั่งยืน ในด้านบุคลากรควรเน้นการให้บริการที่ดีมีบุคลิกภาพเหมาะสม และอาจใช้เทคโนโลยี เช่น หุ่นยนต์เสิร์ฟอาหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ขณะที่กระบวนการให้บริการควรมีความชัดเจน รวดเร็ว และไม่ซับซ้อน พร้อมรองรับการชำระเงินหลายรูปแบบ และจัดพื้นที่รอคิวอย่างเหมาะสม ด้านลักษณะทางกายภาพควรให้ความสำคัญกับความสะอาด การจัดระเบียบพื้นที่และสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ที่จอดรถ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีและความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค กรอบการวิเคราะห์นี้สามารถนำไปใช้เพื่อวางแผนกลยุทธ์การตลาดในธุรกิจร้านอาหารที่ต้องการเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคใหม่ โดยเฉพาะในธุรกิจบริการที่แข่งขันสูง อย่างไรก็ตามผลจากการศึกษาครั้งนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทุติยภูมิเท่านั้นทั้งนี้ผู้ประกอบการควรศึกษาข้อมูลทุติยภูมิประกอบด้วยเพื่อให้ผลการศึกษามีความแม่นยำมากยิ่งขึ้น

6. เอกสารอ้างอิง

บริษัท พีทีเค โซลูชั่น แอนด์ ซัพพลายส์ จำกัด. (2567). *ความเป็นมาของชาบูชาบู พาทำขาย PTKss*. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2568, จาก https://ptkss.com/ความเป็นมาของชาบูชาบู-พาทำขาย-ptkss/.

ประเสริฐศักดิ์ โพธิ์ทอง. (2566). แนวทางในการรับมือกับพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงหลังจากวิกฤตการณ์โควิด-19 ของผู้ประกอบการธุรกิจโรงแรมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์*, *25*(3), 1-14.

ปนัตตา เอียดศรีแก้ว และภัทรา สุขะสุคนธ์. (2567). ส่วนประสมการตลาดบริการที่ลูกค้าใช้ตัดสินใจเลือกร้านอาหารบุฟเฟต์ประเภทปิ้งย่าง สุกี้ และชาบูชาบูในกรุงเทพมหานคร. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลพระนคร Journal of Liberal Arts Rajamangala University of Technology Phra Nakhon*, *4*(2), 32–43.

พรรณรัตน์ บุญกว้าง, ธนกร สิริสุคันธา, และรวมพร มาลา. (2566). โอกาสและความท้าทายเพื่อความอยู่รอดของร้านค้าปลีกขนาดเล็ก ในยุคหลังโควิด-19. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 8*(2), 87-98.

พิมพ์สุภัค จิรสิทธิธำรง. (2559). *ศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจของผู้บริโภคร้านอาหารชาบูชิ บุฟเฟต์ที่ซีคอนบางแค.* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.

พีรยา สมศักดิ์, อรไท เขียวชอุ่ม, และตะวัน วาทกิจ. (2566). อิทธิพลของการรับรู้ลักษณะเด่นของร้านอาหารบุฟเฟต์ชาบูในจังหวัดเชียงใหม่ต่อการใช้บริการของผู้บริโภค. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 5*(4), 45–58.

รัตติญาภรณ์ พิศาลวราพงศ์. (2560). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการที่มีผลต่อการเข้าใช้บริการร้านยศข้าวต้มของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วราภรณ์ เลอศักดิ์พงษา และณัฐนรี สมิตร. (2565). พฤติกรรมและความต้องการกลับมาใช้บริการร้านอาหารบุฟเฟต์ ประเภทชาบูของวัยทำงานในเขตบางขุนเทียน กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 16*(2), 65-79.

วิชยา ทองลัพท์. (2559). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการร้านอาหารประเภทชาบูของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล.* (ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิรชัช มีสง่า และฉันทนา ปาปัดถา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทชาบูของนักศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน. *วารสารบริหารธุรกิจและนวัตกรรมมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร, 2*(2), 50-60.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). *การบริหารการตลาด*. กรุงเทพมหานครฯ: ธรรมสาร.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567*). ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มปี 68 คาดขยายตัว 4.6% มูลค่าตลาด 657,000 ล้านบาท.* (บทวิเคราะห์ออนไลน์) . Econ Digest. สืบค้นเมื่อ 29 เมษายน 2568, จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/IAO111-Restaurant-Industry-FB-16-12-2024.aspx#:~:text=ธุรกิจร้านอาหารและร้านเครื่องดื่มปี%2068%20คาดขยายตัว%204.6%25%20มูลค่าตลาด%20657%2C000%20ล้านบาท.

สุทินา ไทยเดชา, จักรพงษ์ สุขพันธ์, อดิศร สิทธิเวช, และสุตาภัทร คงเกิด. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจบริโภคอาหารบุฟเฟต์ของผู้บริโภคในประเทศไทย. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์*, *20*(2), 179-200.

สุพรรษา ทรงวัชราภรณ์. (2565). *ปัจจัยที่มีผลต่อความพึงพอใจในการบริโภคร้านอาหารสุกี้ชาบูแบบไทยประเภทบุฟเฟต์ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและนนทบุรี.* (ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2564). *การบูรณาการผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในอุตสาหกรรมบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสู่ห่วงโซ่มูลค่าโลก.* กรุงเทพมหานคร: กระทรวงพาณิชย์.

Amarin TV. (2024). *End of the hotpot buffet legend: Lessons from the departure of the famous hotpot brand*. Retrieved April 29, 2024, from https://www.amarintv.com/spotlight/business-marketing/68403.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Edinburgh Gate, England: Pearson Education Limited.

นันทนาการกลางแจ้งในยุคดิจิทัล: กลไกสร้างสมดุลชีวิตและสุขภาวะองค์รวม

Outdoor Recreation in the Digital Era: Mechanisms for Life Balance and Holistic Well-Being

*1. เตชภณ ทองเติม (Tachapon Tongterm), วท.ด. (D.Sc.)**

Received : 10 August 2025
Revised : 22 November 2025
Accepted : 25 November 2025

บทคัดย่อ

ในยุคดิจิทัลที่ผู้คนเผชิญกับการไหลบ่าของข้อมูลและความเร่งรีบในชีวิตประจำวัน ภาวะความเหนื่อยล้าทางดิจิทัลและความถดถอยของปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพได้กลายเป็นประเด็นสำคัญทางสังคม ซึ่งความต้องการพื้นที่นันทนาการกลางแจ้งที่เปิดโอกาสให้บุคคลได้เชื่อมโยงกับธรรมชาติและฟื้นฟูสมดุลชีวิตจึงได้ทวีความสำคัญมากขึ้น บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ลักษณะและผลกระทบของสังคมยุคดิจิทัลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง สุขภาวะ และความต้องการหลีกหนีสู่ธรรมชาติ 2) จำแนกรูปแบบและลักษณะของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัล 3) สังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ใช้อธิบายพลังในการเยียวยาของธรรมชาติและบทบาทของนันทนาการกลางแจ้งที่มีต่อการสร้างสมดุลชีวิตและส่งเสริมสุขภาวะองค์รวม และ 4) เสนอแนวทางเชิงระบบและนโยบายเพื่อขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งให้เป็นกลไกสำคัญในการรับมือกับความท้าทายของสังคมยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน โดยใช้การสังเคราะห์เนื้อหาเชิงตีความจากเอกสารวิชาการร่วมสมัยและกรอบแนวคิดด้านนันทนาการ ผลการสังเคราะห์พบว่า นันทนาการกลางแจ้งเป็นพลังเชิงยุทธศาสตร์ที่ตอบสนองต่อความต้องการฟื้นฟูสุขภาวะในมิติทางกาย จิตใจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อีกทั้งผู้เขียนได้เสนอกรอบ Recreation–Technology Restoration Model (RTRM) เพื่ออธิบายการบูรณาการระหว่างธรรมชาติและเทคโนโลยีในฐานะพลังคู่ขนานที่เกื้อหนุนสุขภาวะและการเรียนรู้ของมนุษย์ ซึ่งแนวทางเชิงระบบที่เน้นความเท่าเทียมในการเข้าถึง การบูรณาการนโยบายกับชุมชน และการพัฒนาระบบติดตามที่ใช้ข้อมูลเชิงหลักฐาน จะช่วยสร้างระบบนิเวศของนันทนาการกลางแจ้งที่ปลอดภัย เท่าเทียม และยั่งยืน อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาสังคมไทยให้ก้าวสู่ยุคดิจิทัลอย่างสมดุลและมั่นคง

คำสำคัญ: นันทนาการกลางแจ้ง, สังคมยุคดิจิทัล, สุขภาวะองค์รวม, ธรรมชาติ, ความยั่งยืน

รองศาสตราจารย์ ดร. คณะศิลปศาสตร์และวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
(Associate Professor Dr., Faculty of Liberal Arts and Science, Sisaket Rajabhat University)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) E-mail: spsc_network@hotmail.com*

Abstract

In the digital era, people are confronted with an overwhelming flow of information and the rush of daily life. Digital fatigue and the decline of physical interaction have become important social issues, leading to an increasing need for outdoor recreation spaces that allow individuals to connect with nature and restore balance in their lives. This article aims to 1) analyze the characteristics and impacts of the digital society on leisure behavior, well-being, and the desire to escape into nature; 2) classify the forms and characteristics of outdoor recreation activities that correspond to the context of the digital society; 3) synthesize theoretical frameworks that explain the healing power of nature and the role of outdoor recreation in restoring life balance and promoting holistic well-being; and 4) propose systemic and policy-oriented approaches to advance outdoor recreation as a key mechanism for sustainably addressing the challenges of the digital era. The study employed interpretive content synthesis based on contemporary academic documents and conceptual frameworks in recreation. The findings indicate that outdoor recreation serves as a strategic force that responds to restorative needs in physical, mental, social, and environmental dimensions. The authors also propose the Recreation–Technology Restoration Model (RTRM) to explain the integration of nature and technology as parallel forces that support human well-being and learning. Systemic approaches that emphasize equitable access, policy integration with communities, and the development of evidence-based monitoring systems will help create a safe, equitable, and sustainable outdoor recreation ecosystem, which serves as a crucial foundation for guiding Thai society toward a balanced and stable transition into the digital era.

Keywords: Outdoor Recreation, Digital Society, Holistic Well-Being, Nature, Sustainability

1. บทนำ

ในศตวรรษที่ 21 ความก้าวหน้าของเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้สร้างการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างต่อสังคม เศรษฐกิจ และพฤติกรรมมนุษย์อย่างลึกซึ้งกว่าที่เคยมีมา (Mangold et al., 2024; Valenzuela, 2020) โดยการเชื่อมต่อออนไลน์อย่างต่อเนื่องและการไหลเวียนของข้อมูลที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วได้กลายเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาเศรษฐกิจและการเข้าถึงองค์ความรู้ในระดับโลก (Livingston, 2022) อย่างไรก็ตาม พลวัตดังกล่าวได้ก่อให้เกิดผลข้างเคียงในระดับปัจเจกบุคคลและสังคม โดยเฉพาะภาวะ ความเหนื่อยล้าทางดิจิทัล (digital fatigue) การเสื่อมถอยของความสามารถในการจดจ่อ และการลดลงของปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพ ซึ่งเป็นกลไกพื้นฐานในการสร้างความสัมพันธ์ของมนุษย์ (Egner et al., 2020) ในบริบทนี้ ความต้องการพื้นที่หลีกหนี (escape space) จึงมิได้เป็นเพียงการแสวงหาที่พักผ่อนชั่วคราว หากแต่หมายถึงการแสวงหาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการฟื้นฟูสมดุลทั้งทางกายและจิตอย่างยั่งยืน ซึ่งมีรากฐานจากแรงขับทางชีววิทยาและจิตวิทยาที่หยั่งรากลึกในกระบวนการวิวัฒนาการของมนุษย์ (Fukano & Soga, 2025) อีกทั้งหลักฐานเชิงประจักษ์ยืนยันว่า การสัมผัสธรรมชาติและการใช้เวลาท่ามกลางสิ่งแวดล้อมกลางแจ้งสามารถลดระดับฮอร์โมนความเครียด เสริมสร้างสมาธิ และเพิ่มความสามารถในการจดจ่อ (Shuda et al., 2020; Crossan & Salmoni, 2021) พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม และความผูกพันกับชุมชน (Rivera et al., 2022) ดังนั้น ในปัจจุบันแนวคิดเรื่องธรรมชาติเป็นพื้นที่บำบัด (therapeutic landscape) จึงได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องทั้งในแวดวงวิชาการและการกำหนดนโยบายด้านสุขภาวะ (Liu et al., 2024)

ในระดับสากล แนวโน้มการมีส่วนร่วมในกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งได้ขยายตัวอย่างต่อเนื่อง และเข้าถึงกลุ่มประชากรที่หลากหลายมากขึ้น (Bermingham & Schultz, 2025) โดยเฉพาะภายหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 (COVID-19) ซึ่งพื้นที่กลางแจ้งถูกมองว่าเป็นทางเลือกที่ปลอดภัยต่อสุขภาพ ลดความเสี่ยงจากการแพร่เชื้อในพื้นที่ปิด และตอบสนองต่อความต้องการด้านสุขภาวะองค์รวม (Beery et al., 2021; Taff et al., 2021) อีกทั้งกิจกรรมกลางแจ้ง อาทิ การเดินป่า ปีนเขา หรือพายเรือ มิได้เพียงส่งเสริมสมรรถภาพทางกายและสุขภาวะทางจิตเท่านั้น แต่ยังมีคุณค่าเชิงเศรษฐกิจ สร้างงาน และเสริมทุนทางสังคมในระดับชุมชน (Rogers et al., 2024) ในขณะที่บริบทประเทศไทย แม้จะมีความหลากหลายทางภูมิศาสตร์ และทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์ ซึ่งเอื้อต่อการจัดกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งได้อย่างหลากหลาย แต่ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐานการบริหารจัดการพื้นที่ และความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงโอกาสของประชาชน ยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Groulx et al., 2024) ดังนั้น ประเด็นเหล่านี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าศักยภาพเชิงกลไกของนันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทยยังไม่ถูกใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่เมื่อเทียบกับประเทศที่มีการบูรณาการเชิงนโยบายและการจัดการพื้นที่อย่างเป็นระบบ

อย่างไรก็ดี การศึกษาที่ผ่านมาในประเทศไทยยังคงมุ่งเน้นการใช้ธรรมชาติเพื่อการท่องเที่ยว หรือการออกกำลังกายเป็นหลัก (ธนกฤต สังข์เฉย, 2564; นัทธี บุณจันทร์, 2557; วิรัตน์ ทองแก้ว และคณะ, 2562; วิรัตน์ ทองแก้ว, 2563) ในขณะที่การวิจัยซึ่งมุ่งวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงระบบระหว่างพลวัตของสังคมยุคดิจิทัล พฤติกรรมการใช้เวลาว่าง และบทบาทของธรรมชาติในฐานะกลไกฟื้นฟูสุขภาวะองค์รวม ยังมีอยู่อย่างจำกัด ดังนั้น บทความวิชาการนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ลักษณะและผลกระทบของสังคมยุคดิจิทัลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้เวลาว่าง สุขภาวะ และความต้องการหลีกหนีสู่ธรรมชาติ 2) จำแนกรูปแบบและลักษณะของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่สอดคล้องกับบริบทสังคมดิจิทัล 3) สังเคราะห์กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ใช้อธิบายพลังในการเยียวยาของธรรมชาติและบทบาทของนันทนาการกลางแจ้งที่มีต่อการสร้างสมดุลชีวิตและส่งเสริมสุขภาวะองค์รวม และ 4) เสนอแนวทางเชิงระบบและนโยบายเพื่อขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งให้เป็นกลไกสำคัญในการรับมือกับความท้าทายของสังคมยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ เพื่อสร้างองค์ความรู้เชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้กำหนดทิศทางเชิงยุทธศาสตร์ และสนับสนุนการกำหนดนโยบายที่เหมาะสมกับบริบทประเทศไทยต่อไป

2. กรอบแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

การทำความเข้าใจบทบาทของนันทนาการกลางแจ้งในฐานะกลไกฟื้นฟูสุขภาวะในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยกรอบแนวคิดเชิงสังเคราะห์ที่แข็งแกร่ง ทั้งนี้เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และเทคโนโลยี ดังนั้นบทความนี้ผู้เขียนจึงได้บูรณาการแนวคิดสำคัญหลายประการเข้าด้วยกันเพื่อสร้างรากฐานทางวิชาการที่ครอบคลุมและเป็นระบบ ดังนี้

แนวคิดและความหมายของนันทนาการกลางแจ้ง

นันทนาการกลางแจ้ง (outdoor recreation) หมายถึง กิจกรรมที่มนุษย์เลือกทำด้วยความสมัครใจในสภาพแวดล้อมธรรมชาติหรือกึ่งธรรมชาติ โดยมีเป้าหมายเพื่อสร้างประสบการณ์เชิงบวก เติมเต็มช่วงเวลาว่างและเสริมสร้างคุณภาพชีวิตในมิติที่หลากหลาย (Morse et al., 2022) ซึ่งในเชิงแนวคิด กิจกรรมเหล่านี้มิได้จำกัดอยู่เพียงการพักผ่อนหย่อนใจ หากแต่เป็นประสบการณ์ที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงบวกทั้งในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้เข้าร่วม (Le Corre et al., 2021) ความหลากหลายของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งจึงขึ้นอยู่กับทรัพยากรธรรมชาติ ภูมิประเทศ และความต้องการของประชากรแต่ละกลุ่ม (Komossa et al., 2020) ดังนั้น การทำความเข้าใจแนวคิดนี้จึงต้องมองในเชิงองค์รวม โดยเชื่อมโยงทั้งมิติประสบการณ์ คุณค่า และผลกระทบทางสังคม ทั้งนี้เพื่อให้เห็นศักยภาพของนันทนาการกลางแจ้งในฐานะกลไกสร้างสุขภาวะอย่างรอบด้าน

ในมิติทางกายภาพ นันทนาการกลางแจ้งเกี่ยวข้องกับการใช้พื้นที่ธรรมชาติ เช่น ป่า ภูเขา แม่น้ำ หรือชายฝั่ง ซึ่งลักษณะภูมิประเทศและภูมิอากาศมีผลโดยตรงต่อรูปแบบกิจกรรมและระดับความท้าทายทางกายภาพ ขณะที่มิติทางจิตวิทยามุ่งเน้นประโยชน์จากการอยู่ท่ามกลางธรรมชาติที่ช่วยลดความตึงเครียดฟื้นฟูสมาธิ และส่งเสริมสมดุลทางอารมณ์ ส่วนมิติทางสังคม–วัฒนธรรม สะท้อนภูมิปัญญาและรากทางประวัติศาสตร์ของชุมชน เช่น การเดินแสวงบุญ หรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตท้องถิ่น (Charles-Rodriguez & Larouche, 2025) ในบริบทของประเทศไทย นันทนาการกลางแจ้งจึงมิได้มีคุณค่าเพียงด้านสุขภาพหรือจิตใจเท่านั้น หากยังเชื่อมโยงกับทุนทางสังคมและเศรษฐกิจ เช่น การพัฒนาเชิงนิเวศและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ (Yang & Smith, 2023) กล่าวได้ว่าการนิยามแนวคิดนี้ควรเชื่อมโยงทั้งมิติสากลและภูมิวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้เพื่อให้เกิดการพัฒนาอย่างยั่งยืนในระยะยาว

ทฤษฎีและกรอบแนวคิดที่อธิบายพลังการเยียวยาของธรรมชาติ

การอธิบายพลังการเยียวยาของธรรมชาติจำเป็นต้องอาศัยกรอบทฤษฎีที่สามารถเชื่อมโยงกลไกทางจิตวิทยาและสรีรวิทยาเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะสามทฤษฎีหลักที่เป็นรากฐานสำคัญของศาสตร์นันทนาการกลางแจ้ง ได้แก่ ทฤษฎีการฟื้นฟูความใส่ใจ (Attention Restoration Theory: ART) สมมติฐานไบโอฟิเลีย (Biophilia Hypothesis) และทฤษฎีการลดความเครียด (Stress Reduction Theory: SRT) ซึ่งสามารถร่วมกันอธิบายบทบาทของธรรมชาติในฐานะพื้นที่แห่งการฟื้นฟูที่ช่วยคืนสมดุลทางกาย จิตใจ และอารมณ์ของมนุษย์

ทฤษฎี ART เสนอว่าการใช้ความสนใจแบบมีทิศทางอย่างต่อเนื่องในสภาพแวดล้อมที่มีแรงกดดัน เช่น เมืองหรือพื้นที่ทำงาน นำไปสู่ภาวะเหนื่อยล้าทางสติปัญญา (Sullivan & Li, 2021) โดยการอยู่ท่ามกลางธรรมชาติซึ่งมีลักษณะความน่าสนใจอย่างอ่อนโยน (soft fascination) จะช่วยให้จิตใจได้ผ่อนคลายและฟื้นฟูสมาธิ (Liu et al., 2024) ขณะที่สมมติฐานไบโอฟิเลียอธิบายว่ามนุษย์มีแรงขับโดยกำเนิดในการสร้างความสัมพันธ์และผูกพันกับสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ ซึ่งเป็นพื้นฐานของความสงบ ความมั่นคงทางอารมณ์ และการดำรงอยู่ของสังคมมนุษย์ (Fukano & Soga, 2025; Lengieza & Aviste, 2025) ส่วนทฤษฎี SRT มุ่งอธิบายปฏิกิริยาตอบสนองทางสรีรวิทยาที่เกิดขึ้นเมื่อบุคคลได้อยู่ในสิ่งแวดล้อมธรรมชาติ เช่น การลดระดับฮอร์โมนคอร์ติซอล (cortisol) อัตราการเต้นของหัวใจ และความดันโลหิต ซึ่งช่วยให้เกิดความสงบและฟื้นคืนสมดุลทางร่างกาย (Ulrich, 2023) ซึ่งการบูรณาการทั้งสามกรอบแนวคิดนี้แสดงให้เห็นว่าธรรมชาติไม่เพียงเป็นฉากหลังของกิจกรรมนันทนาการ แต่เป็นกลไกเชิงระบบที่ส่งเสริมการฟื้นฟูสุขภาวะองค์รวมของมนุษย์ทั้งในเชิงสติปัญญา อารมณ์ และสรีรวิทยา อีกทั้งเมื่อพิจารณาในบริบทของสังคมยุคดิจิทัล การกลับไปเชื่อมโยงกับธรรมชาติจึงมิใช่เพียงกิจกรรมพักผ่อน หากแต่เป็นกระบวนการเยียวยา (restorative process) ที่ช่วยลดผลกระทบจากความเร่งรีบทางข้อมูลและความเหนื่อยล้าทางเทคโนโลยี

แนวคิดด้านสุขภาวะองค์รวมและการสร้างสมดุลชีวิต

แนวคิดสุขภาวะองค์รวม (holistic well-being) มองคุณภาพชีวิตในฐานะผลลัพธ์ของการบูรณาการระหว่างมิติทางกาย จิตใจ และสังคมอย่างสมดุล (Rogerson et al., 2020) โดยนันทนาการกลางแจ้งมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนกระบวนการนี้ผ่านกลไกทางสรีรวิทยา จิตวิทยา และสังคมที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นระบบ โดยในมิติทางกาย การทำกิจกรรมกลางแจ้งช่วยพัฒนาสมรรถภาพทางกาย เสริมความแข็งแรงของระบบหัวใจและหลอดเลือด และลดความเสี่ยงของโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (Paterson & Warburton, 2010; Pedersen & Saltin, 2015) ขณะที่มิติทางจิตใจ สะท้อนพลังการเยียวยาของธรรมชาติที่ช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวล และภาวะซึมเศร้า พร้อมฟื้นฟูสมาธิและความรู้สึกเชื่อมโยงกับตนเอง (Tohan et al., 2024) ส่วนมิติทางสังคม เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้สร้างปฏิสัมพันธ์ แบ่งปันประสบการณ์ และพัฒนาความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชน (Rivera et al., 2022) ดังนั้น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลางแจ้งจึงมิได้เป็นเพียงการพักผ่อน หากแต่เป็นกลไกฟื้นฟูชีวิตที่ผสานความสมดุลระหว่างงาน การพักผ่อน และความสัมพันธ์ส่วนบุคคล ทำให้เกิดพลังทางกายและใจควบคู่กับการหล่อหลอมทุนทางสังคมที่นำไปสู่สุขภาวะที่แท้จริงและยั่งยืนทั้งในระดับบุคคลและสังคม

การบูรณาการกรอบแนวคิดกับพลวัตของสังคมยุคดิจิทัล

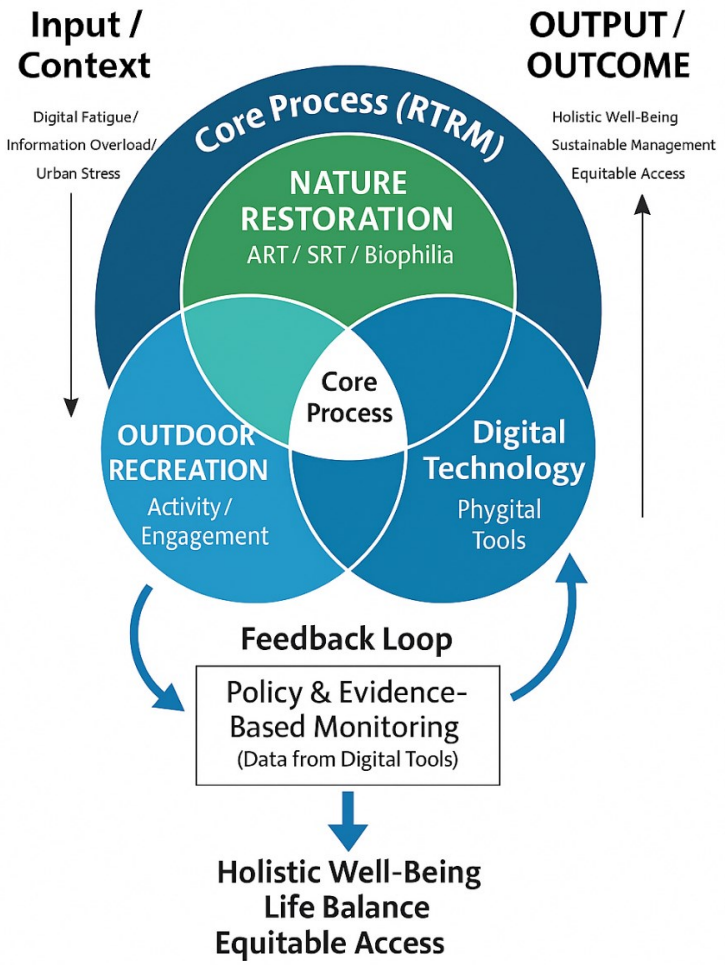
เมื่อสังคมก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล มนุษย์ต้องเผชิญกับสิ่งเร้าทางข้อมูลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งส่งผลให้เกิดภาวะความเหนื่อยล้าทางดิจิทัลและการลดลงของสมาธิ (Yumuk, 2023) ซึ่งการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดด้านการเยียวยาของธรรมชาติจึงมีบทบาทสำคัญในการฟื้นฟูสมดุลระหว่าง “โลกเสมือน” และ “โลกจริง” โดยธรรมชาติในฐานะพื้นที่ที่มีความน่าสนใจอย่างอ่อนโยนสามารถลดภาระการรับรู้และฟื้นฟูพลังจิตใจที่ถูกใช้ไปกับเทคโนโลยี (Ulrich, 2023) ขณะเดียวกัน สมมติฐานไบโอฟิเลียและแนวคิดการเชื่อมโยงกับธรรมชาติ (nature connectedness) ชี้ว่าการขาดปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับสิ่งแวดล้อมธรรมชาติในระยะยาวอาจส่งผลให้คุณภาพชีวิตและสุขภาวะองค์รวมลดลง (Sheffield et al., 2022; Woods & Knuth, 2023) ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมนันทนาการในยุคดิจิทัลควรพัฒนาแนวทางนันทนาการผสมผสานโลกกายภาพและดิจิทัล หรือนันทนาการฟิจิทัล (phygital recreation) ที่ใช้เทคโนโลยีเพื่อเสริมแรงจูงใจและการเรียนรู้ เช่น ดิจิทัลแอปพลิเคชัน (digital application) ติดตามกิจกรรม หรือเทคโนโลยีเสมือนจริง (virtual reality: VR) แต่ยังคงรักษาแก่นคุณค่าของธรรมชาติเป็นศูนย์กลางของประสบการณ์ (Reese et al., 2022) ทั้งนี้เพื่อให้เทคโนโลยีทำหน้าที่เชื่อมโยงไม่ใช่แทนที่ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติซึ่งเป็นหัวใจของการฟื้นฟูสุขภาวะในสังคมยุคดิจิทัลอย่างแท้จริง

การเชื่อมโยงกับแนวคิดด้านนโยบายสาธารณะและการพัฒนาอย่างยั่งยืน

นันทนาการกลางแจ้งในยุคปัจจุบันมิได้เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อสุขภาพหรือความเพลิดเพลิน แต่ได้รับการยอมรับว่าเป็นเครื่องมือเชิงนโยบายที่สามารถสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนในหลายมิติ โดยเฉพาะการส่งเสริมความยุติธรรมทางสิ่งแวดล้อม (environmental justice) ซึ่งเน้นให้ประชาชนทุกกลุ่มเข้าถึงพื้นที่ธรรมชาติอย่างเท่าเทียม เพื่อลดความเหลื่อมล้ำ และเสริมสร้างความเป็นธรรมทางสังคม (Alexander et al., 2025) ขณะเดียวกัน การจัดการพื้นที่นันทนาการอย่างยั่งยืนจำเป็นต้องตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดระบบสังคม–นิเวศ (social–ecological systems) ที่มองว่ามนุษย์และธรรมชาติเป็นระบบเดียวกัน ซึ่งต้องพัฒนาอย่างสมดุล (Schlüter et al., 2021) แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืนของสหประชาชาติ (SDGs) ในประเด็นสุขภาวะ คุณภาพสิ่งแวดล้อม และการสร้างชุมชนที่เข้มแข็ง โดยการบูรณาการภาคส่วนต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ เอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อให้พื้นที่นันทนาการกลางแจ้งกลายเป็นทั้ง “ทุนสุขภาวะ” และ “ทุนสิ่งแวดล้อม” ของสังคม (Bakshi & Polasky, 2024; Hansen et al., 2023) ดังนั้น การกำหนดนโยบายด้านนันทนาการควรใช้กรอบคิดแบบบูรณาการเชื่อมโยงมิติทางสังคม สิ่งแวดล้อม และเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน พร้อมส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน ทั้งนี้เพื่อให้การพัฒนาเกิดขึ้นอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

กรอบบูรณาการแห่งการฟื้นฟูสุขภาวะในยุคดิจิทัล

จากการสังเคราะห์แนวคิดและทฤษฎีที่ได้กล่าวไว้ในข้อ 2.1–2.5 ผู้เขียนจึงได้ย้ำข้อเสนอที่ว่านันทนาการกลางแจ้งมิได้เป็นเพียงกิจกรรมเพื่อความเพลิดเพลินหรือการออกกำลังกาย หากแต่เป็นระบบการฟื้นฟูสุขภาวะองค์รวม (integrated restoration system) ที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของธรรมชาติ เทคโนโลยี และกระบวนการเรียนรู้ผ่านกิจกรรมนันทนาการ โดยแนวคิดนี้ผู้เขียนได้สังเคราะห์และจัดระบบใหม่ในรูปแบบ Recreation–Technology Restoration Model (RTRM) ดังภาพที่ 1 ทั้งนี้เพื่ออธิบายว่า “ธรรมชาติ” และ “เทคโนโลยี” มิได้อยู่ในภาวะตรงข้าม แต่เป็นพลังเสริมซึ่งกันและกันภายใต้ระบบที่มีความสมดุลและเชื่อมโยงอย่างเป็นองค์รวม โดยโมเดล RTRM ประกอบด้วยสามมิติหลัก ได้แก่ การฟื้นฟูจากธรรมชาติ (nature restoration) การสร้างประสบการณ์ผ่านนันทนาการ และการเสริมพลังด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล ซึ่งร่วมกันทำหน้าที่เปลี่ยนปัจจัยนำเข้า (input) เช่น ความเหนื่อยล้าทางดิจิทัล ความเครียดจากเมือง และความอิ่มตัวของข้อมูล ให้กลายเป็นผลลัพธ์เชิงบวกทางสุขภาวะและสมดุลชีวิตของมนุษย์ในศตวรรษที่ 21



ภาพที่ 1 Recreation–Technology Restoration Model (RTRM)

ที่มา: ผู้เขียน (2568)

จากภาพที่ 1 จะเห็นได้ว่ากรอบแนวคิดนี้แสดงความสัมพันธ์เชิงระบบเพื่อจัดการกับภาวะทางสังคมและจิตวิทยาในยุคดิจิทัล โดยผ่านกระบวนการหลัก (RTRM Core) ที่เชื่อมโยงสามองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การฟื้นคืนธรรมชาติ ซึ่งสะท้อนพลังการเยียวยาของนันทนาการกลางแจ้งซึ่งทำหน้าที่เป็นพื้นที่ของการเรียนรู้และการสร้างประสบการณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัลซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยติดตาม วางแผน และเสริมแรงจูงใจในเชิงบวก กระบวนการดังกล่าวมุ่งสร้างผลลัพธ์ (output) ที่สะท้อนสุขภาวะองค์รวม สมดุลชีวิต (life balance) การจัดการที่ยั่งยืน (sustainable management) และการเข้าถึงอย่างเท่าเทียม (equitable access) โดยทั้งหมดดำเนินไปภายใต้วงจรป้อนกลับ (feedback loop) ที่ใช้ข้อมูลเชิงหลักฐานจากระบบติดตามและการประเมินผลนโยบาย (policy & evidence-based monitoring) เพื่อนำกลับมาปรับปรุงการบริหารจัดการนันทนาการอย่างต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า โมเดล RTRM แสดงให้เห็นว่าการฟื้นฟูสุขภาวะในยุคดิจิทัลต้องอาศัยความสมดุลระหว่างพลังจากธรรมชาติ การมีส่วนร่วมทางนันทนาการ และการสนับสนุนของเทคโนโลยี ซึ่งทำงานร่วมกันในระบบแห่งการเรียนรู้และฟื้นฟูที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล (data-driven recreation system) โดยแนวคิดนี้มิได้เพียงให้กรอบทฤษฎีที่อธิบายกลไกการเยียวยาเชิงองค์รวม แต่ยังเป็นแนวทางเชิงปฏิบัติสำหรับการออกแบบกิจกรรม การจัดการพื้นที่ และการพัฒนานโยบายสุขภาวะที่เชื่อมโยงมนุษย์กับธรรมชาติอย่างยั่งยืนในสังคมดิจิทัล

3. รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง

จากกรอบแนวคิด RTRM ที่อธิบายการบูรณาการระหว่างธรรมชาติ นันทนาการ และเทคโนโลยีในฐานะกลไกฟื้นฟูสุขภาวะองค์รวม บทนี้มุ่งแสดงให้เห็นการประยุกต์ใช้แนวคิดดังกล่าวในระดับกิจกรรม โดยจำแนกตามคุณค่าและเป้าหมาย ออกแบบให้เหมาะสมกับกลุ่มประชากรที่หลากหลาย และประยุกต์ใช้ในบริบทของสังคมยุคดิจิทัล การทำความเข้าใจรูปแบบเหล่านี้จึงเป็นก้าวสำคัญของการพัฒนาโปรแกรมนันทนาการที่ไม่เพียงตอบสนองต่อพลวัตของสังคมและเทคโนโลยี แต่ยังสะท้อนจิตวิญญาณของการอยู่ร่วมกับธรรมชาติในมิติใหม่ของมนุษย์ยุคปัจจุบัน ซึ่งเชื่อมโยงโดยตรงกับหลักการ “การฟื้นฟู การเรียนรู้ และการเชื่อมโยง” ของโมเดล RTRM ที่กล่าวไว้ก่อนหน้า

การจำแนกประเภทกิจกรรมเชิงคุณค่าและเป้าหมาย

การจำแนกกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งควรตั้งอยู่บนเกณฑ์เชิงคุณค่า (value-based classification) มากกว่าการแบ่งตามพื้นที่หรือประเภททรัพยากร เพราะกิจกรรมเหล่านี้สะท้อนความสัมพันธ์อันซับซ้อนระหว่างกาย จิตใจ และสังคม การจำแนกที่เหมาะสมจึงควรพิจารณาตามคุณค่าและเป้าหมายหลัก ได้แก่

1) กิจกรรมเพื่อการฟื้นฟูและบำบัด เช่น การบำบัดด้วยการผจญภัย (adventure therapy) และการบำบัดในถิ่นทุรกันดาร (wilderness therapy) ที่ใช้ความท้าทายจากธรรมชาติเป็นเครื่องมือเสริมพลังจิตใจและความมั่นใจในตนเอง (Pringle et al., 2023)

2) กิจกรรมเพื่อการเสริมสร้างและอนุรักษ์ เช่น การเดินป่า การปีนเขา หรือการพายเรือ ซึ่งกระตุ้นการเรียนรู้ทางสิ่งแวดล้อมและสร้างความรับผิดชอบต่อระบบนิเวศ (Le Corre et al., 2021)

3) กิจกรรมเพื่อการพัฒนาและท้าทาย เช่น การปีนหน้าผา การปั่นจักรยานทางไกล หรือการวิ่งเทรลที่เน้นการฝึกสมรรถภาพ

การตั้งเป้าหมาย และการเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง การจำแนกเชิงคุณค่าในลักษณะนี้ช่วยวางมาตรฐานในการออกแบบโปรแกรม ฝึกอบรมบุคลากร และวางแผนนโยบายนันทนาการเชิงสุขภาวะในระยะยาว โดยสอดคล้องกับหลักการการเรียนรู้ผ่านการมีส่วนร่วมเชิงธรรมชาติของ RTRM

ปัจจัยความเหมาะสมและความเสมอภาคของผู้เข้าร่วม

การออกแบบกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งให้มีคุณภาพและยั่งยืนต้องคำนึงถึง ความเหมาะสม (appropriateness) และความเสมอภาค (equity) ของผู้เข้าร่วมในแต่ละกลุ่มประชากร ทั้งด้านอายุ เพศ สมรรถภาพทางกาย และสภาวะจิตใจ กิจกรรมสำหรับผู้สูงวัยควรมุ่งเสริมสมรรถภาพและการมีส่วนร่วมทางสังคมเพื่อคงไว้ซึ่งคุณภาพชีวิต (Tohan et al., 2024) ขณะที่ในกลุ่มเด็ก กิจกรรมกลางแจ้งมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาความคิดสร้างสรรค์ สมาธิ และสุขภาพจิต (Rubio-Cabañez, 2025) นอกจากนี้ กลุ่มผู้มีความต้องการพิเศษ เช่น ผู้ใช้รถเข็น จำเป็นต้องมีการออกแบบพื้นที่และอุปกรณ์ตามหลักการออกแบบเพื่อทุกคน (universal design) เพื่อให้เข้าถึงกิจกรรมได้เท่าเทียม (Menzies et al., 2021) อีกทั้งต้องคำนึงถึงมิติทางสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะแนวคิดความยุติธรรมทางสิ่งแวดล้อม ซึ่งยืนยันว่าทุกคนควรมีสิทธิ์เข้าถึงธรรมชาติและประโยชน์ทางสุขภาวะโดยไม่ถูกจำกัดด้วยสถานะทางสังคมหรือเศรษฐกิจ (Charles-Rodriguez & Larouche, 2025) การบูรณาการปัจจัยเหล่านี้สอดคล้องกับหลักการความเท่าเทียมในการเข้าถึงการฟื้นฟูของโมเดล RTRM ที่เน้นว่าทุกคนสามารถได้รับประโยชน์จากธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

การสังเคราะห์นันทนาการผสมผสานโลกกายภาพและดิจิทัล

พลวัตของสังคมยุคดิจิทัลได้เปลี่ยนวิธีที่มนุษย์เข้าถึงและมีปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติ นันทนาการผสมผสานโลกกายภาพและดิจิทัลจึงถูกเสนอให้เป็นแนวทางสำคัญในการออกแบบกิจกรรมกลางแจ้ง โดยผสานประสบการณ์ทางกาย (physical) เข้ากับเทคโนโลยีดิจิทัล (digital) อย่างสมดุล เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันติดตามกิจกรรม ระบบนำทาง GPS และอุปกรณ์สวมใส่ (wearable devices) ถูกใช้เป็นเครื่องมือเสริมแรงจูงใจและประสิทธิภาพของผู้เข้าร่วม (Capdevila et al., 2024) นอกจากนี้ เทคโนโลยีเสมือนจริง (VR) และสื่อจำลองประสบการณ์ (immersive media) ช่วยสร้างแรงบันดาลใจและเตรียมความพร้อมก่อนกิจกรรมจริง (Reese et al., 2022; Spangenberger et al., 2022) อย่างไรก็ตาม การประยุกต์เทคโนโลยีเหล่านี้ต้องอยู่ภายใต้หลักการ เทคโนโลยีเพื่อการเชื่อมโยง (technology for connection) มิใช่เทคโนโลยีเพื่อการทดแทน (technology for replacement) (Hills & Thomas, 2020) เพื่อคงไว้ซึ่งคุณค่าหลักของธรรมชาติในฐานะแหล่งฟื้นฟูสุขภาวะ ซึ่งแนวทางนี้สะท้อนการต่อยอดจาก RTRM ซึ่งมองเทคโนโลยีในฐานะกลไกเชื่อมโยงระหว่างมนุษย์กับธรรมชาติ โดยมีจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมและมนุษยธรรมเป็นแกนกลาง นำไปสู่การพัฒนากิจกรรมนันทนาการที่ “ร่วมสมัย เชื่อมโยง และยั่งยืน” ในสังคมยุคดิจิทัล

4. ศักยภาพและข้อจำกัดของการใช้นันทนาการกลางแจ้งในสังคมไทย

รูปแบบและลักษณะของกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งสะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงไปตามบริบทสังคมยุคดิจิทัล โดยกิจกรรมเหล่านี้ต้องตอบสนองทั้งคุณค่าการฟื้นฟูสุขภาวะ การเรียนรู้ผ่านประสบการณ์จริง และการเชื่อมโยงกับสิ่งแวดล้อมในมิติที่หลากหลาย ซึ่งการจัดกิจกรรมให้มีประสิทธิภาพจึงต้องพิจารณาองค์ประกอบด้านเป้าหมาย คุณค่าที่ต้องการพัฒนา ความเหมาะสมของผู้เข้าร่วม ตลอดจนบทบาทของเทคโนโลยีที่ใช้เสริมพลังการมีส่วนร่วมโดยไม่ลดทอนคุณค่าของธรรมชาติ ซึ่งแนวคิดเชิงบูรณาการนี้ช่วยให้การออกแบบโปรแกรมนันทนาการสอดคล้องกับความต้องการของประชากรที่หลากหลายและพลวัตทางสังคมที่เปลี่ยนไป นำไปสู่การสร้างรูปแบบกิจกรรมกลางแจ้งที่ร่วมสมัย มีความหมายและยั่งยืน ดังนี้

ศักยภาพด้านสุขภาพกาย จิตใจ และสังคม

นันทนาการกลางแจ้งมีศักยภาพสูงในการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรไทยผ่านการบูรณาการผลประโยชน์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมอย่างครบวงจร โดยในด้านสุขภาพกาย การทำกิจกรรมในพื้นที่ธรรมชาติช่วยเพิ่มสมรรถภาพทางกายและทำหน้าที่เป็นมาตรการเชิงป้องกันโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (non-communicable diseases: NCDs) เช่น โรคเบาหวาน โรคความดันโลหิตสูง และโรคหัวใจ (Pedersen & Saltin, 2015) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงวัย อีกทั้ง กิจกรรมกลางแจ้งที่ออกแบบอย่างเหมาะสมสามารถชะลอภาวะเปราะบางทางกายภาพ (frailty) ลดความเสี่ยงการหกล้ม (fall) และป้องกันการสูญเสียมวลกล้ามเนื้อ (sarcopenia) ซึ่งมีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตอย่างอิสระในระยะยาว (Marzetti et al., 2017)

ในมิติของสุขภาพจิต การมีปฏิสัมพันธ์กับธรรมชาติผ่านกิจกรรมที่เรียกว่า การออกกำลังกายในธรรมชาติ (green exercise) มีบทบาทสำคัญในการลดความเครียดและบรรเทาภาวะซึมเศร้า (Rogerson et al., 2020) สภาพแวดล้อมธรรมชาติช่วยกระตุ้นการรับรู้เชิงบวก สร้างสมาธิ และส่งเสริมอารมณ์เชิงบวกขณะเดียวกัน ในมิติทางสังคม อีกทั้ง กิจกรรมกลางแจ้งยังเป็นพื้นที่สร้างประสบการณ์ร่วมที่เสริมสร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และทุนทางสังคมของชุมชน (วิรัตน์ ทองแก้ว และคณะ, 2562) และสร้างความรู้สึกผูกพันต่อสังคม (Rivera et al., 2022) ดังนั้น จึงอาจกล่าวได้ว่านันทนาการกลางแจ้งทำหน้าที่เป็นกลไกสุขภาวะเชิงระบบที่เชื่อมโยงสุขภาพกาย จิตใจ และสังคมไว้อย่างสมบูรณ์

ศักยภาพด้านเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

นันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทยมีศักยภาพในการเป็นฐานสำคัญของเศรษฐกิจสร้างสรรค์และการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยสามารถพัฒนาเป็นเศรษฐกิจฐานธรรมชาติ (nature-based economy) ที่เชื่อมโยงทรัพยากร ภูมิทัศน์ และวัฒนธรรมเข้ากับการออกแบบประสบการณ์ที่สร้างรายได้ให้แก่ชุมชนท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง (Rogers et al., 2024) ซึ่งการจัดกิจกรรมที่ยึดฐานชุมชนช่วยเปิดโอกาสทางธุรกิจใหม่ ทั้งด้านบริการนำเที่ยว การผลิตอุปกรณ์ การจัดการโลจิสติกส์ และการสร้างผลิตภัณฑ์เชิงวัฒนธรรม ขณะเดียวกันการออกแบบกิจกรรมให้หลากหลายตามฤดูกาลและภูมิภาคยังช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นทางเศรษฐกิจ กระจายรายได้ และลดความเสี่ยงจากปัจจัยภายนอก (Yang & Smith, 2023)

อย่างไรก็ตาม การเติบโตของภาคนันทนาการกลางแจ้งต้องอยู่ภายใต้หลักการประเมินผลกระทบสิ่งแวดล้อมและการควบคุมการใช้ทรัพยากรให้อยู่ในขีดจำกัดที่เหมาะสม (Kennell, 2024) รวมถึงต้องเตรียมรับมือกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศที่อาจกระทบต่อรูปแบบกิจกรรม ความต้องการของนักท่องเที่ยว และต้นทุนการบริหารจัดการ (Gellman et al., 2025) ดังนั้น การบูรณาการข้อมูลสิ่งแวดล้อมเข้ากับการวางแผนเชิงระบบจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาความคุ้มค่าและความยั่งยืนในระยะยาว และนอกจากนี้ การลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน การออกแบบเพื่อทุกคน และการลดอุปสรรคทางสังคม จะช่วยขยายฐานผู้ใช้ เพิ่มการมีส่วนร่วม และยกระดับผลตอบแทนทางเศรษฐกิจโดยรวม (Groulx et al., 2024) ทั้งหมดนี้ชี้ให้เห็นว่านโยบายที่ยึดฐานชุมชน มีความยืดหยุ่นของจุดหมาย และกำกับด้วยกรอบความยั่งยืนคือหัวใจสำคัญของการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์ด้วยพลังนันทนาการ

ข้อจำกัดด้านโครงสร้างพื้นฐาน การเข้าถึง และความปลอดภัย

แม้นันทนาการกลางแจ้งจะมีศักยภาพสูงในเชิงสุขภาวะและเศรษฐกิจ แต่ในบริบทของประเทศไทยยังคงเผชิญข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง โดยเฉพาะการขาดโครงสร้างพื้นฐานและระบบการเข้าถึงที่ครอบคลุม ซึ่งนำไปสู่ความเหลื่อมล้ำในการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติและพื้นที่กิจกรรม ซึ่งงานวิจัยที่ผ่านมาชี้ว่ากลุ่มประชากรที่มีความต้องการพิเศษ เช่น ผู้สูงวัยหรือผู้พิการ ยังประสบปัญหาการเข้าถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและบริการที่รองรับกิจกรรมกลางแจ้ง (Menzies et al., 2021) ในอีกมิติหนึ่ง หลายพื้นที่ยังขาดมาตรฐานความปลอดภัยและระบบการจัดการความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ ทำให้ผู้เข้าร่วมขาดความเชื่อมั่น ขณะเดียวกัน การขาดบุคลากรที่มีทักษะด้านการกู้ภัยและการจัดการเหตุฉุกเฉินในพื้นที่ห่างไกลยังคงเป็นปัญหาสำคัญ อีกทั้งการใช้พื้นที่เกินขีดความสามารถโดยไม่มีระบบกำกับที่เหมาะสมอาจก่อให้เกิดความเสื่อมโทรมของทรัพยากรธรรมชาติและลดคุณภาพประสบการณ์กลางแจ้งในระยะยาว (Butler, 2020) ดังนั้น การแก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้จึงจำเป็นต้องดำเนินการควบคู่ระหว่างการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างมาตรฐานความปลอดภัย และการฝึกอบรมบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้เพื่อสร้างระบบการจัดการพื้นที่นันทนาการที่ปลอดภัยเท่าเทียม และยั่งยืน ซึ่งจะช่วยลดช่องว่างทางโอกาสและสร้างวัฒนธรรมการเข้าถึงที่เป็นธรรมสำหรับทุกคน

อุปสรรคด้านนโยบาย การจัดการ และการรับรู้ของสังคม

อุปสรรคเชิงนโยบายและการจัดการเป็นปัจจัยสำคัญที่จำกัดศักยภาพของนันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทย โดยการขาดกรอบยุทธศาสตร์ที่มีความชัดเจนและกลไกบูรณาการระหว่างหน่วยงานภาครัฐทำให้ทิศทางการพัฒนาไม่เป็นเอกภาพและขาดความต่อเนื่อง การบริหารจัดการพื้นที่จำนวนมากยังไม่อิงหลักความยั่งยืนและขาดระบบติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ ส่งผลต่อความสมดุลของระบบนิเวศและคุณค่าทางวัฒนธรรมในระยะยาว นอกจากนี้ การขาดข้อมูลเชิงประจักษ์ที่ใช้ในการวางแผนนโยบาย รวมถึงการกระจายอำนาจที่ไม่เพียงพอให้แก่ท้องถิ่น ทำให้การใช้ทรัพยากรไม่เกิดประสิทธิภาพสูงสุดและไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่หลากหลายของชุมชนได้อย่างแท้จริง (Selin et al., 2020) ดังนั้น การพัฒนานโยบายที่ตั้งอยู่บนฐานข้อมูลจริงและเปิดโอกาสให้ภาคส่วนต่าง ๆ เข้ามามีส่วนร่วม จึงเป็นกลไกสำคัญในการปรับโครงสร้างการบริหารจัดการให้มีความโปร่งใส ยืดหยุ่น และยั่งยืน

ในอีกมิติหนึ่ง การรับรู้ของสังคมที่ยังคงจำกัดบทบาทของนันทนาการกลางแจ้งไว้เพียงในกรอบของกิจกรรมเพื่อความบันเทิง ถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่ลดทอนศักยภาพในการเป็นเครื่องมือพัฒนาสุขภาวะ เศรษฐกิจ และชุมชนในสังคมไทย ดังนั้นการสร้างความตระหนักรู้ใหม่ให้เห็นคุณค่าของนันทนาการในเชิงสาธารณะจึงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งในมิติสุขภาวะ การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการสร้างทุนทางสังคม อีกทั้ง การส่งเสริมให้ภาคประชาชน ภาคเอกชน และท้องถิ่นมีบทบาทร่วมในการออกแบบกิจกรรม การบริหารจัดการพื้นที่ และการกำหนดนโยบาย จะช่วยสร้างวัฒนธรรมนันทนาการที่เน้นความเท่าเทียมและการมีส่วนร่วมในระดับชาติ ซึ่งเมื่อมิตินโยบาย การจัดการ และการรับรู้ถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ นันทนาการกลางแจ้งจะกลายเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมไทยสู่ความสมดุลของสุขภาวะ เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมในศตวรรษที่ 21 ได้

5. กรณีศึกษาและบทเรียนจากต่างประเทศ

การนำนันทนาการกลางแจ้งมาใช้เป็นกลไกสำคัญในการรับมือกับความท้าทายของสังคมยุคดิจิทัลจำเป็นต้องอาศัยการเรียนรู้จากประสบการณ์ของประเทศที่มีระบบนันทนาการและนโยบายสุขภาวะที่พัฒนาแล้ว ดังนั้นในหัวข้อนี้ผู้เขียนจึงมุ่งนำเสนอผลการวิเคราะห์กรณีศึกษานานาชาติที่ประสบความสำเร็จ รวมถึงบทเรียนเชิงวิพากษ์และแนวทางที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้กับบริบทของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในการออกแบบนโยบายและระบบนันทนาการกลางแจ้งที่เท่าเทียม ปลอดภัย และยั่งยืน ดังนี้

ตัวอย่างการขับเคลื่อนนโยบายและโครงการนันทนาการกลางแจ้งที่ประสบความสำเร็จ

ความสำเร็จของประเทศที่มีความก้าวหน้าในการพัฒนานันทนาการกลางแจ้งมีลักษณะร่วมคือการผนวกนันทนาการเข้ากับผังเมือง การจัดการสิ่งแวดล้อม และวาระสุขภาวะของชาติอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1) การบูรณาการเชิงนโยบาย

เมืองในกลุ่มนอร์ดิก เช่น ฟินแลนด์และเดนมาร์ก ใช้โครงสร้างพื้นฐานสีเขียวและระบบข้อมูลเชิงพื้นที่เพื่อติดตามการใช้พื้นที่นันทนาการกลางแจ้ง ช่วยเสริมความยืดหยุ่นของเมืองและสร้างสมดุลระหว่างการเข้าถึงกับการอนุรักษ์ (Fagerholm et al., 2022) สวีเดนใช้แรงกระเพื่อมจากสถานการณ์หลังวิกฤตโควิด-19 เป็นโอกาสในการออกแบบนโยบายนันทนาการใหม่ โดยเน้นการสื่อสารความปลอดภัย การบริหารความจุของพื้นที่ และการบำรุงรักษาเส้นทางให้สอดคล้องกับรูปแบบผู้ใช้ที่เปลี่ยนไป (Hansen et al., 2023)

2) การลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่

นอร์เวย์ได้พัฒนาแนวคิดสิทธิในการเข้าถึงธรรมชาติ (right of access) ให้เกิดผลในทางปฏิบัติ โดยทำแผนที่การเข้าถึงและเชื่อมต่อกับระบบขนส่งสาธารณะเพื่อลดความเหลื่อมล้ำทางโอกาสของประชาชนในการใช้พื้นที่ธรรมชาติ (King et al., 2024) ขณะเดียวกัน ฝรั่งเศสใช้ประสบการณ์นันทนาการในเขตคุ้มครองทางทะเลเพื่อสร้างความตระหนักรู้ด้านสิ่งแวดล้อม แสดงให้เห็นว่าการออกแบบประสบการณ์ที่สอดคล้องกับคุณค่าของผู้ใช้สามารถยกระดับทุนทางสังคมเพื่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน (Le Corre et al., 2021)

3) การจัดการด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล แนวโน้มใหม่ในยุคข้อมูลขนาดใหญ่ (big data) ทำให้การจัดการนันทนาการพัฒนาไปสู่ระบบเฝ้าระวังเชิงพื้นที่ เช่น การใช้แอปพลิเคชันติดตามการใช้พื้นที่เพื่อควบคุมความแออัด การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้ผ่านฐานข้อมูลเคลื่อนที่ และการพัฒนาชุดตัวชี้วัดความเหมาะสมของพื้นที่ป่าเพื่อนันทนาการ ทั้งนี้เพื่อให้ผู้กำหนดนโยบายตัดสินใจบนหลักฐานเชิงพื้นที่มากกว่าการประเมินเฉพาะจุด (Zhang et al., 2024)

กล่าวโดยสรุป ความสำเร็จเหล่านี้ชี้ว่า การขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งอย่างยั่งยืนต้องอาศัยการบูรณาการนโยบายข้ามสาขา การใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ และการออกแบบเพื่อความเท่าเทียมในการเข้าถึงควบคู่กับการคุ้มครองทรัพยากรธรรมชาติอย่างมีระบบ

บทเรียนและข้อควรระวังจากประสบการณ์นานาชาติ

บทเรียนจากประเทศที่มีความก้าวหน้าในด้านนันทนาการกลางแจ้งสะท้อนว่าความยั่งยืนไม่ได้ขึ้นอยู่กับการลงทุนด้านโครงสร้างพื้นฐานเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยการกำกับดูแล การจัดการเชิงนิเวศ และการประเมินผลอย่างรอบด้าน ดังนี้

1) การควบคุมขีดความสามารถในการรองรับ

การวางระบบกำกับดูแลที่ยึดหลักขีดความสามารถของพื้นที่เป็นเงื่อนไขสำคัญ ทั้งนี้เพื่อป้องกันการใช้ทรัพยากรเกินขีดจำกัดซึ่งส่งผลต่อระบบนิเวศและคุณภาพประสบการณ์ของผู้เข้าร่วม (Kennell, 2024) หากขาดมาตรการที่ชัดเจนอาจนำไปสู่การรบกวนสัตว์ป่าอย่างรุนแรง (Marion et al., 2020) หรือการเปลี่ยนแปลงองค์ประกอบของป่าไม้ที่ไม่อาจฟื้นคืนได้ (Bakshi et al., 2024)

2) การจัดการความเสี่ยงจากสภาพภูมิอากาศ

ความเสี่ยงจากภัยธรรมชาติ เช่น น้ำท่วมฉับพลัน ไฟป่า หรือคลื่นความร้อน จำเป็นต้องถูกบูรณาการเข้ากับระบบบริหารจัดการพื้นที่และระบบเตือนภัยล่วงหน้า ทั้งนี้เพื่อปกป้องผู้ใช้พื้นที่และชุมชนโดยรอบ (Wilkins & Horne, 2024)

3) ความสมดุลระหว่างการเข้าถึงและการอนุรักษ์

หลายประเทศให้ความสำคัญกับการสร้างสมดุลระหว่างการเปิดโอกาสให้เข้าถึงธรรมชาติกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โดยอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจประกอบการประเมินและปรับแผนอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษาคุณภาพทรัพยากรในระยะยาว

4) การสั่งธรรมชาติเป็นยา

แนวคิดการสั่งธรรมชาติเป็นยา (green prescription) สะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากการมองธรรมชาติเป็นเพียงพื้นที่พักผ่อน สู่การยอมรับในฐานะ “เครื่องมือรักษา” ที่มีผลลัพธ์เชิงสุขภาพที่พิสูจน์ได้ทางวิทยาศาสตร์ เช่น การลดความดันโลหิต การลดระดับฮอร์โมนความเครียด และการเพิ่มความยืดหยุ่นทางอารมณ์ของผู้เข้าร่วม (Banwell et al., 2024; Broom, 2022; Heart Foundation, 2021) โดยแนวคิดดังกล่าวมุ่งส่งเสริมให้บุคลากรทางการแพทย์ “สั่งใช้เวลาในธรรมชาติ” เป็นส่วนหนึ่งของการรักษาและฟื้นฟูสุขภาวะกาย–ใจของผู้ป่วย โดยอาศัยความร่วมมือระหว่างภาคสาธารณสุข หน่วยงานสิ่งแวดล้อม และระบบนันทนาการในระดับพื้นที่ ทั้งนี้ ถือเป็นทิศทางสำคัญที่ประเทศไทยสามารถประยุกต์ใช้เพื่อขยายบทบาทของนันทนาการกลางแจ้งในมิติการบำบัดและการส่งเสริมสุขภาวะองค์รวมอย่างยั่งยืนในอนาคต

แนวทางประยุกต์บทเรียนสู่บริบทไทย

จากบทเรียนและข้อควรระวังที่ได้จากต่างประเทศ การขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งของไทย ควรตั้งอยู่บนสถาปัตยกรรมเชิงนโยบายและปฏิบัติการแบบบูรณาการ โดยมีแกนหลัก 3 ประการ ได้แก่

1) ความเท่าเทียมในการเข้าถึง

ควรกำหนดสิทธิและโอกาสในการเข้าถึงธรรมชาติเป็นเป้าหมายเชิงนโยบายอย่างชัดเจน ผ่านการลดอุปสรรคทางกายภาพและสังคมสำหรับกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงวัย ผู้พิการ หรือผู้ใช้รถเข็น รวมถึงผู้อพยพและกลุ่มประชากรข้ามวัฒนธรรม (Charles-Rodriguez & Larouche, 2025) ควบคู่กับการปรับปรุงระบบคมนาคมสาธารณะและการเชื่อมโยงพื้นที่สีเขียวในเมืองกับพื้นที่ธรรมชาติเพื่อลดความเหลื่อมล้ำเชิงพื้นที่ (King et al., 2024)

2) การกำกับดูแลเชิงนิเวศ

ควรใช้หลักขีดความสามารถในการรองรับ (carrying capacity) เป็นกรอบวางแผนร่วมกับระบบโซนนิงการจัดสรรพื้นที่ และมาตรการด้านความปลอดภัย โดยต้องคำนึงถึงความเสี่ยงภัยพิบัติและสภาพภูมิอากาศในแต่ละภูมิภาค (Hsu & Sharma, 2023) ขณะที่การตัดสินใจบนฐานข้อมูล ควรพัฒนาตัวชี้วัดความเหมาะสมของพื้นที่นันทนาการระดับประเทศและใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการติดตามและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้แบบเรียลไทม์ ทั้งนี้เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและตรวจสอบได้ (Lehto et al., 2025)

3) การขับเคลื่อนโดยชุมชน

นันทนาการที่ขับเคลื่อนโดยชุมชน (community-driven recreation) ถือเป็นหัวใจของการพัฒนาอย่างยั่งยืน กล่าวคือ ในระดับปฏิบัติการควรสร้างพื้นที่นำร่องที่ผสานประสบการณ์ผู้ใช้กับการอนุรักษ์ และส่งเสริมแนวคิดเศรษฐกิจธรรมชาติที่ประสานระหว่างนันทนาการ การอนุรักษ์ และเศรษฐกิจชุมชน (Rogers et al., 2024) นอกจากนี้ การนำแนวคิดใบสั่งธรรมชาติมาประยุกต์ในระบบสุขภาพไทย โดยเชื่อมโยงหน่วยบริการสุขภาพกับแหล่งนันทนาการชุมชน จะช่วยขยายบทบาทนันทนาการกลางแจ้งสู่มิติการฟื้นฟูสุขภาวะองค์รวมได้อย่างเป็นรูปธรรม

กล่าวโดยสรุป การเชื่อมโยงนโยบายระดับชาติให้สอดคล้องกับการวางแผนระดับท้องถิ่น และเปิดพื้นที่ให้ภาคส่วนต่าง ๆ มีส่วนร่วมอย่างแท้จริง จะทำให้นันทนาการกลางแจ้งของประเทศไทยพัฒนาไปสู่ระบบที่เท่าเทียม ปลอดภัย ยั่งยืน และเป็นส่วนหนึ่งของระบบสุขภาพแห่งอนาคต

6. กลไกและกรอบแนวคิดเพื่อขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทย

การขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งของประเทศไทยจำเป็นต้องอยู่บนฐานของระบบที่เชื่อมโยงระหว่างนโยบาย เทคโนโลยี และทุนทางสังคม เพื่อสร้างสมดุลระหว่างมนุษย์ ธรรมชาติ และสุขภาวะในยุคดิจิทัล ซึ่งภายใต้กรอบแนวคิด RTRM ที่เน้นการบูรณาการธรรมชาติและเทคโนโลยีเพื่อการฟื้นฟูชีวิตอย่างยั่งยืน กระบวนการพัฒนาต้องดำเนินอย่างเป็นลำดับจากระดับนโยบายสู่ระดับพื้นที่ ผ่านความร่วมมือพหุภาคี (multi-sectoral collaboration) การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจิตสำนึก และการเสริมสร้างทุนทางสังคมให้เกิดความเท่าเทียม โดยข้อเสนอต่อไปนี้เป็นแนวทางเชิงยุทธศาสตร์ในการวางรากฐาน การจัดการ และการพัฒนาระบบนันทนาการกลางแจ้งให้ยั่งยืน ดังนี้

การพัฒนากรอบกฎหมายและยุทธศาสตร์วิชาชีพนันทนาการ

จุดเริ่มต้นของการยกระดับนันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทยคือการจัดทำนโยบายเชิงโครงสร้างที่มีกลไกขับเคลื่อนอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการสร้างสถานะวิชาชีพนักนันทนาการให้ชัดเจนและมีความน่าเชื่อถือในระบบสุขภาพและกฎหมายของประเทศ การกำหนดบทบาทหน้าที่ มาตรฐานวิชาชีพ และเส้นทางความก้าวหน้าในวิชาชีพจะช่วยสร้างความมั่นคงและความไว้วางใจในสังคม นอกจากนี้ ควรบัญญัติบทบาทของนักนันทนาการไว้ในยุทธศาสตร์สุขภาพแห่งชาติ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดใบสั่งธรรมชาติซึ่งแพทย์สามารถแนะนำกิจกรรมกลางแจ้งเพื่อการรักษาและฟื้นฟูสุขภาพ เช่น กรณีตัวอย่างในสวีเดนและแคนาดาที่ประสบความสำเร็จในการใช้การบำบัดด้วยนันทนาการ (recreation-based therapy) (Heart Foundation, 2021; Broom, 2022) ส่วนในระดับพื้นที่ ควรบรรจุตำแหน่งนักนันทนาการในหน่วยบริการสุขภาพของรัฐ เช่น โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล (รพ.สต.) ทั้งนี้เพื่อให้ประชาชนในระดับชุมชนเข้าถึงบริการได้อย่างเท่าเทียม และขณะเดียวกัน ควรกำหนดมาตรฐานพื้นที่และบริการที่ครอบคลุมความปลอดภัย ความเสมอภาค และคุณภาพประสบการณ์ ซึ่งสอดคล้องกับภูมิประเทศและวัฒนธรรมท้องถิ่นของไทย การจัดทำกรอบมาตรฐานดังกล่าวจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาอย่างยั่งยืน และลดความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงทรัพยากรนันทนาการของประชาชนทุกกลุ่ม

การบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและเศรษฐกิจธรรมชาติ

การขับเคลื่อนนโยบายนันทนาการกลางแจ้งให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการโครงสร้างพื้นฐานทั้งทางกายภาพและเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อสร้างระบบเศรษฐกิจธรรมชาติที่สมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์ โดยควรมุ่งพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ ปลอดภัย เข้าถึงได้ และเป็นมิตรต่อผู้สูงวัยและผู้พิการ ควบคู่ไปกับการจัดตั้งพื้นที่นำร่องในแต่ละภูมิภาคเพื่อทดสอบโมเดลการบริหารจัดการที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมและวัฒนธรรมท้องถิ่น (Lehto et al., 2025) พร้อมกันนี้ เทคโนโลยีควรถูกนำมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการอย่างยั่งยืน อาทิ ระบบประเมินความหนาแน่นของผู้ใช้งานแบบเรียลไทม์ (real-time monitoring) ระบบจัดการสิ่งแวดล้อมอัจฉริยะ และฐานข้อมูลเชิงพื้นที่ (GIS-based recreation management) ที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจเชิงหลักฐาน และนอกจากนี้ การเชื่อมโยงการจัดสรรงบประมาณกับตัวชี้วัดด้านสุขภาวะและสิ่งแวดล้อมถือเป็นกลไกสำคัญที่สร้างความโปร่งใสและความรับผิดชอบร่วมในทุกภาคส่วน ช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจธรรมชาติให้เติบโตบนฐานของการอนุรักษ์ทรัพยากรและการสร้างคุณค่าทางสังคมอย่างยั่งยืน

การขับเคลื่อนแบบพหุภาคีและการสร้างทุนทางสังคม

ความยั่งยืนของนันทนาการกลางแจ้งขึ้นอยู่กับการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนตั้งแต่ระดับนโยบายจนถึงระดับชุมชน โดยเฉพาะการสร้างพลังร่วมระหว่างรัฐ เอกชน และประชาชนผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมเชิงสร้างสรรค์ ชุมชนท้องถิ่นควรมีบทบาทหลักในการออกแบบและจัดกิจกรรมที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตภูมิปัญญาและทรัพยากรในพื้นที่ เช่น การใช้เทศกาลพื้นบ้านหรือพื้นที่สีเขียวในชุมชนเป็นฐานเรียนรู้และสร้างรายได้ (Fagerholm et al., 2022) ขณะเดียวกัน ภาคเอกชนสามารถสนับสนุนในรูปแบบความรับผิดชอบต่อสังคม (corporate social responsibilit: CSR) หรือแนวคิดสุขภาวะสีเขียว (green wellness) ส่วนสถาบันการศึกษาและองค์กรภาคประชาสังคมควรร่วมกันพัฒนาหลักสูตร งานวิจัย และโครงการฝึกอบรมเพื่อสร้างองค์ความรู้และทักษะที่นำไปใช้ได้จริง อีกทั้ง การจัดตั้งเครือข่ายนักนันทนาการอาสา (recreation volunteers network) ถือเป็นกลไกสำคัญในการสร้างทุนทางสังคมในระดับรากหญ้า ทำให้การจัดกิจกรรมนันทนาการไม่เพียงเป็นการใช้เวลาว่างเชิงสุขภาพ แต่กลายเป็นกระบวนการฟื้นฟูพลังของชุมชนและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมที่ยั่งยืนในระยะยาว

การพัฒนาระบบตัวชี้วัดและฐานข้อมูลเพื่อการตัดสินใจเชิงนโยบาย

การบริหารจัดการนันทนาการกลางแจ้งอย่างมีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์และเครื่องมือวัดที่น่าเชื่อถือ จึงควรพัฒนาระบบตัวชี้วัดสุขภาวะนันทนาการกลางแจ้งที่สะท้อนผลลัพธ์ทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และระบบนิเวศ ครอบคลุมมิติสุขภาวะองค์รวม คุณภาพประสบการณ์ ความเท่าเทียมในการเข้าถึง และผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Bakshi et al., 2024; Wilkins & Horne, 2024) พร้อมจัดตั้งศูนย์ข้อมูลกลางด้านนันทนาการกลางแจ้งที่เชื่อมโยงข้อมูลจากหน่วยงานรัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา ทั้งนี้เพื่อใช้ในการวิเคราะห์แนวโน้มและตัดสินใจเชิงหลักฐาน อีกทั้งการพัฒนาเทคโนโลยีประเมินผลแบบเรียลไทม์ (real-time analytics) และการใช้ระบบสารสนเทศภูมิศาสตร์ (GIS) ในการติดตามพื้นที่ จะช่วยให้สามารถประเมินผลลัพธ์และปรับนโยบายได้อย่างรวดเร็วและแม่นยำ ส่งผลให้นโยบายนันทนาการกลางแจ้งของประเทศมีความโปร่งใส ยืดหยุ่น และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมและสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน

การดำเนินการเชิงนโยบายและการจัดการในระดับชาติและพื้นที่

การผลักดันนโยบายนันทนาการกลางแจ้งให้เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม ต้องอาศัยทั้งการวางโครงสร้างระดับชาติและการปฏิบัติในระดับพื้นที่ที่สัมพันธ์กันอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการเชิงนโยบายจึงต้องมีระบบติดตาม ประเมินผล และปรับปรุงอย่างสม่ำเสมอ ทั้งนี้เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม เศรษฐกิจ และสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การสร้างกลไกความร่วมมือระหว่างรัฐ เอกชน และชุมชนท้องถิ่นเป็นหัวใจสำคัญในการทำให้การบริหารจัดการเกิดผลจริงและยั่งยืน

การวิจัยและนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน

การพัฒนานันทนาการกลางแจ้งอย่างยั่งยืนต้องอาศัยทั้งข้อมูลเชิงประจักษ์และนวัตกรรมต่อยอดจากฐานความรู้เดิม โดยการวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นการสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างธรรมชาติ เทคโนโลยี และมนุษย์ ผ่านการพัฒนาระบบตัวชี้วัดสุขภาวะองค์รวม นวัตกรรมดิจิทัลเสริมประสบการณ์ และการศึกษาพื้นที่ต้นแบบ ทั้งนี้เพื่อสร้างสังคมที่เรียนรู้และอยู่ร่วมกับธรรมชาติได้อย่างยั่งยืน

โดยสรุป กลไกและกรอบแนวคิดเพื่อขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งในประเทศไทยควรถูกมองในฐานะระบบที่เชื่อมโยงระหว่างธรรมชาติ เทคโนโลยี และชุมชน ทั้งนี้ การบูรณาการระดับนโยบาย โครงสร้างพื้นฐาน การมีส่วนร่วม และการวิจัยนวัตกรรม จะเป็นพลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมไทยสู่สุขภาวะและความยั่งยืนในยุคดิจิทัล

7. ข้อเสนอเชิงนโยบายและการปฏิบัติ

การพัฒนานโยบายและแนวทางปฏิบัติเพื่อขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องอาศัยการบูรณาการแนวคิดเชิงระบบตามกรอบ RTRM ซึ่งมองนันทนาการในฐานะกระบวนการฟื้นฟูสุขภาวะที่เชื่อมโยงธรรมชาติ เทคโนโลยี และชุมชนอย่างสมดุล แนวทางเชิงนโยบายและการปฏิบัติต่อไปนี้ ผู้เขียนได้สังเคราะห์ข้อมูลเพื่อมุ่งเน้นการสร้างระบบนันทนาการที่ครอบคลุมเท่าเทียม มีฐานข้อมูลสนับสนุนการตัดสินใจ และสามารถปรับตัวตามบริบทสังคมยุคดิจิทัลได้อย่างยั่งยืน ดังนี้

ข้อเสนอเชิงนโยบายระดับโครงสร้าง

การกำหนดยุทธศาสตร์นันทนาการกลางแจ้งควรอยู่ในกรอบของนโยบายสุขภาวะแห่งชาติและนโยบายสิ่งแวดล้อมเชิงบูรณาการ โดยมีเป้าหมายเพื่อฟื้นฟูสมดุลชีวิตและลดความเหลื่อมล้ำด้านสุขภาวะ ซึ่งการสร้างสถานะวิชาชีพนักนันทนาการในระบบสุขภาพและกฎหมายของประเทศจึงเป็นจุดเริ่มต้นสำคัญ ทั้งนี้ ภาครัฐควรจัดตั้งสภาวิชาชีพเพื่อกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน การรับรองวิชาชีพ และเส้นทางความก้าวหน้า พร้อมผลักดันแนวคิดการสั่งธรรมชาติเป็นยาให้เป็นนโยบายหลักที่แพทย์สามารถใช้กิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งเป็นเครื่องมือบำบัดสุขภาพได้จริง นอกจากนี้ ควรมีการพัฒนามาตรฐานพื้นที่นันทนาการกลางแจ้งที่ครอบคลุมความปลอดภัย การเข้าถึงของทุกเพศวัย และความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม รวมทั้งกำหนดระบบตัวชี้วัดสุขภาวะเพื่อใช้ประเมินผลลัพธ์เชิงสุขภาวะและสังคมอย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอเชิงปฏิบัติระดับพื้นที่

ระดับพื้นที่เป็นหัวใจของการเปลี่ยนแปลงที่แท้จริง การขับเคลื่อนนันทนาการกลางแจ้งในบริบทชุมชนควรมุ่งเน้นการสร้างพื้นที่สุขภาวะ (wellness zones) ที่ผสานธรรมชาติ เทคโนโลยี และวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน โดยชุมชนควรมีบทบาทหลักในการออกแบบกิจกรรม เช่น การจัดเทศกาลพื้นบ้านเชิงนันทนาการ การฟื้นฟูพื้นที่สีเขียวในเมือง และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการติดตามสุขภาวะ การบริหารจัดการ และการสื่อสารสาธารณะ ส่วนการใช้เทคโนโลยีเชิงสร้างสรรค์ เช่น ระบบติดตามตำแหน่งด้วยดาวเทียม (GPS tracking) ระบบข้อมูลแบบเรียลไทม์ (real-time data systems) และประสบการณ์เสมือนจริงและเสริมจริง (Virtual experience: VR/AR) จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเรียนรู้ ความปลอดภัย และแรงจูงใจให้แก่ผู้เข้าร่วมกิจกรรม นอกจากนี้ ภาคเอกชนควรมีส่วนร่วมผ่านโครงการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงสิ่งแวดล้อม (Green CSR) หรือการสนับสนุนกิจกรรมนันทนาการเพื่อสังคม ส่วนภาคการศึกษาและองค์กรภาคประชาสังคม ควรพัฒนาหลักสูตรและโครงการฝึกอบรมเพื่อเสริมทักษะนักนันทนาการรุ่นใหม่ พร้อมจัดตั้งเครือข่ายอาสาสมัครนันทนาการเพื่อเชื่อมโยงการเรียนรู้และการปฏิบัติจริงในพื้นที่

แนวทางบูรณาการนันทนาการฟิจิทัลตามกรอบ RTRM

เพื่อให้เห็นแนวทางการประยุกต์ RTRM ในเชิงนโยบายและนำไปสู่ปฏิบัติ ผู้เขียนได้นำเสนอตารางการสังเคราะห์หลักปฏิบัตินันทนาการฟิจิทัลเพื่อสุขภาวะองค์รวม โดยเชื่อมโยงกลุ่มเป้าหมาย รูปแบบกิจกรรม กลไกฟื้นฟู และเทคโนโลยีที่เหมาะสมภายใต้แนวคิดการฟื้นฟูสุขภาวะในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน (ดังตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงแนวทางการบูรณาการแนวคิด RTRM เข้ากับการปฏิบัติจริงในบริบทของนันทนาการฟิจิทัล

กลุ่มเป้าหมาย	รูปแบบกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้ง	กลไกฟื้นฟูหลัก (RTRM)	แนวทางบูรณาการเทคโนโลยี
กลุ่มวัยรุ่น	การปั่นจักรยานทางไกล วิ่งเทรล กิจกรรมผจญภัยเชิงท้าทาย	การฟื้นฟูความใส่ใจ (Attention Restoration Theory: ART) การสร้างอัตลักษณ์และความเชื่อมั่นในตนเอง (self-efficacy)	- ใช้ระบบ GPS Tracking ใช้แอปพลิเคชัน - Gamification เพื่อสร้างแรงจูงใจและการมีส่วนร่วม - ใช้สื่อเสมือนจริง (VR/AR) เพื่อจำลองการฝึกซ้อมและเพิ่มความปลอดภัย
กลุ่มผู้ใหญ่ (วัยทำงาน)	การเดินป่าระยะสั้น สวนสาธารณะเชิงนิเวศ กิจกรรมการออกกำลังกายในธรรมชาติ	การลดความเครียด (Stress Recovery Theory: SRT) การสร้างสมดุลชีวิต (life balance)	- ใช้อุปกรณ์สวมใส่เพื่อติดตามสุขภาพแบบเรียลไทม์ - ใช้แอป Green prescription เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลสุขภาพและสิ่งแวดล้อม - ใช้ฐานข้อมูล GIS ในการวางแผนเส้นทางนันทนาการ
กลุ่มผู้สูงวัย / ผู้พิการ	การทำสวน การเดินในเส้นทางธรรมชาติ	การคงไว้ซึ่งสมรรถภาพทางกาย การเชื่อมโยงทางสังคม (social connection)	- ออกแบบพื้นที่ตามหลักการออกแบบเพื่อทุกคน - ใช้เครื่องมือดิจิทัลช่วยอำนวยความสะดวกในการเข้าถึง - นำระบบนำทางอัจฉริยะมาช่วยผู้สูงวัยในการออกกำลังกายอย่างปลอดภัย
กลุ่มเปราะบางทางสังคม (ผู้อพยพ/ผู้มีรายได้น้อย)	กิจกรรมนันทนาการในพื้นที่สีเขียวเมือง งานวัฒนธรรมชุมชน	ความยุติธรรมทางสิ่งแวดล้อม การปรับตัวทางสังคม (social adaptation)	- ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเผยแพร่ข้อมูลการเข้าถึงฟรี - สร้างชุมชนออนไลน์ (online community) ข้ามวัฒนธรรม - ใช้ระบบขนส่งอัจฉริยะเชื่อมโยงพื้นที่สีเขียวกับย่านชุมชน

การสังเคราะห์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการบูรณาการระหว่างธรรมชาติ เทคโนโลยี และนันทนาการมิได้เป็นเพียงแนวคิดเชิงทฤษฎี แต่สามารถนำไปใช้จริงในบริบทนโยบาย ชุมชน และการพัฒนาสังคมอย่างยั่งยืน ทั้งนี้ ตารางดังกล่าวสามารถช่วยทำหน้าที่เสมือนเป็นคู่มือเชิงปฏิบัติ (practical framework) ที่จะช่วยขับเคลื่อนการพัฒนานันทนาการกลางแจ้งของไทยสู่ระบบสุขภาวะองค์รวมในศตวรรษที่ 21 ได้

8. สรุป

นันทนาการกลางแจ้งเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยรับมือกับพลวัตของสังคมยุคดิจิทัล ซึ่งความเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้ส่งผลต่อวิถีชีวิต การใช้เวลาว่าง และสุขภาวะของมนุษย์อย่างลึกซึ้ง ความเหนื่อยล้าทางดิจิทัลและความห่างเหินจากธรรมชาติ ได้ก่อให้เกิดความต้องการรูปแบบใหม่ของกิจกรรมที่สามารถฟื้นฟูร่างกายและจิตใจได้อย่างแท้จริง โดยกิจกรรมนันทนาการกลางแจ้งที่ออกแบบบนพื้นฐานของความเข้าใจด้านกาย จิตใจ และสังคมจึงมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างสมดุลชีวิตและเสริมพลังสุขภาวะองค์รวม ซึ่งผลจากการจำแนกรูปแบบและคุณค่าของกิจกรรมดังกล่าวได้สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของการใช้ธรรมชาติเป็นพื้นที่เยียวยาและเรียนรู้ในยุคดิจิทัล ขณะเดียวกันกรอบแนวคิด RTRM ได้ชี้ให้เห็นการบูรณาการระหว่างธรรมชาติและเทคโนโลยีในฐานะพลังคู่ขนานที่สนับสนุนสุขภาวะและการเชื่อมโยงของมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมอย่างสมดุล สุดท้ายบทความยังได้นำเสนอแนวทางเชิงระบบเพื่อยกระดับนันทนาการกลางแจ้งให้เป็นส่วนหนึ่งของยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ โดยมุ่งสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึง บูรณาการนโยบายกับชุมชน และพัฒนาระบบติดตามที่ใช้ข้อมูลเชิงหลักฐาน ทั้งนี้เพื่อให้ประเทศไทยสามารถก้าวสู่สังคมดิจิทัลอย่างสมดุล มีธรรมชาติเป็นรากฐานของสุขภาวะ ความผูกพันทางสังคม และความยั่งยืนในระยะยาว

9. เอกสารอ้างอิง

ธนกฤต สังข์เฉย. (2564). แรงจูงใจทางนันทนาการกลางแจ้ง: การศึกษาเชิงสำรวจกิจกรรมเดินป่าระยะไกล. *วารสารสุขศึกษา พลศึกษา และสันทนาการ, 47*(2), 38–49.

นัทธี บุณจันทร์. (2557). การพัฒนาตัวแบบกิจกรรมกีฬาและนันทนาการเพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการกีฬาแห่งชาติ, 6*(3), 145–156.

วิรัตน์ ทองแก้ว, สุปราณี ขวัญบุญจันทร์, สราวุธ ชัยวิชิต, และสุวิมล ตั้งสัจจพจน์. (2562). ผลของการเข้าร่วมโปรแกรมนันทนาการกลางแจ้งที่มีต่อการสร้างเสริมการเป็นผู้นำของเยาวชนอาสาสมัครการท่องเที่ยว. *วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 9*(1), 138–158.

วิรัตน์ ทองแก้ว. (2563). การออกแบบโปรแกรมนันทนาการกลางแจ้งที่เพิ่มประสบการณ์การใช้เวลาว่างของผู้เข้าร่วม. *วารสารวิเทศศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 10*(1), 81–99.

Alexander, G. K., Brooks, V., & Williams, T. S. (2025). Advocacy for equitable access to nature and outdoor recreation. *Journal of Nursing Education, 64*(5), 313–316.

Bakshi, B., & Polasky, S. (2024). The effect of forest composition on outdoor recreation. *Journal of Environmental Management, 364,* Article 121397.

Bakshi, B., Polasky, S., & Frelich, L. E. (2024). Using structural equation models (SEM) to link climate change, forest composition, deer, and outdoor recreation. *Ecological Modelling, 493,* Article 110731.

Banwell, N., Michel, S., & Senn, N. (2024). Greenspaces and health: Scoping review of studies in Europe. *Public Health Reviews, 45*, Article 1606863.

Beery, T., Olsson, M. R., & Vitestam, M. (2021). Covid-19 and outdoor recreation management: Increased participation, connection to nature, and a look to climate adaptation. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 36,* Article 100457.

Bermingham, C., & Schultz, M. (2025). *Montana resident report: participation in outfitted and guided outdoor recreation and sports tourism within montana.* (19 p.). Institute for Tourism and Recreation Research, University of Montana.

Broom, D. (2022). *Health: What are green prescriptions and which countries offer them?* World Economic Forum. Retrieved November 12, 2025, from https://www.weforum.org/stories/2022/02/green-prescriptions-health-wellbeing/

Butler, R. W. (2020). Tourism carrying capacity research: A perspective article. *Tourism Review, 75*(1), 207–211.

Capdevila, T. V., McLellan, B. A., Loosen, A., Forshner, A., Pigeon, K., Jacob, A. L., ... & Ehlers, L. (2024). Advancements in monitoring: A comparison of traditional and application-based tools for measuring outdoor recreation. *PeerJ, 12,* Article 17744.

Charles-Rodriguez, U., & Larouche, R. (2025). Being “outdoors” in a new country: associations between immigrant characteristics, outdoor recreation activities, and settlement satisfaction in Canada. *Leisure Studies, 44*(3), 397–411.

Crossan, C., & Salmoni, A. (2021). A simulated walk in nature: Testing predictions from the attention restoration theory. *Environment and Behavior, 53*(3), 277–295.

Egner, L. E., Sütterlin, S., & Calogiuri, G. (2020). Proposing a framework for the restorative effects of nature through conditioning: Conditioned restoration theory. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(18), Article 6792.

Fagerholm, N., Samuelsson, K., Eilola, S., Giusti, M., Hasanzadeh, K., Kajosaari, A., ... & Barthel, S. (2022). Analysis of pandemic outdoor recreation and green infrastructure in Nordic cities to enhance urban resilience. *npj Urban Sustainability, 2*(1), Article25.

Fukano, Y., & Soga, M. (2025). The biophilia hypothesis revisited: Back to basics, moving forward. *Trends in Ecology & Evolution, 40*(6), 527-528.

Gellman, J., Walls, M., & Wibbenmeyer, M. (2025). Welfare losses from wildfire smoke: Evidence from daily outdoor recreation data. *Journal of Environmental Economics and Management,* Article 103166.

Groulx, M., Wigglesworth, J., DeLorey, R., Harris, N., Harris, P., Lamb, H., & McBride, C. (2024). Not for all: Barriers to universal accessibility in nature-based tourism and recreation spaces across British Columbia, Canada. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 47,* Article 100772.

Hansen, A. S., Beery, T., Fredman, P., & Wolf-Watz, D. (2023). Outdoor recreation in Sweden during and after the Covid-19 pandemic – Management and policy implications. *Journal of Environmental Planning and Management, 66*(7), 1472–1493.

Heart Foundation. (2021). *Returning to normal activities.* Heart Foundation New Zealand. Retrieved November 12, 2025, from https://www.heartfoundation.org.nz/your-heart/post-heart-attack/returning-to-normal-activities

Hills, D., & Thomas, G. (2020). Digital technology and outdoor experiential learning. *Journal of Adventure Education and Outdoor Learning, 20*(2), 155–169.

Hsu, J. L., & Sharma, P. (2023). Disaster and risk management in outdoor recreation and tourism in the context of climate change. *International Journal of Climate Change Strategies and Management, 15*(5), 712–728.

Kennell, J. (2024). Carrying capacity. In J. Jafari & H. Xiao (Eds.), *Encyclopedia of Tourism* (2nd ed., pp. 139–140). Cham: Springer Nature Switzerland.

King, K., Tråsavik, H., & Sareen, S. (2024). Take a hike: Spatializing allemannsretten and transportation accessibility for outdoor recreation in the Greater Stavanger Region, Norway. *Norsk Geografisk Tidsskrift – Norwegian Journal of Geography, 78*(5), 324–337.

Komossa, F., Wartmann, F. M., Kienast, F., & Verburg, P. H. (2020). Comparing outdoor recreation preferences in peri-urban landscapes using different data gathering methods. *Landscape and Urban Planning, 199,* Article 103796.

Le Corre, N., Saint-Pierre, A., Hughes, M., Peuziat, I., Cosquer, A., Michot, T., & Bernard, N. (2021). Outdoor recreation in French coastal and marine protected areas: Exploring recreation experience preference as a way for building conservation support. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 33,* Article 100332.

Lehto, C., Sirén, A., Hedblom, M., & Fredman, P. (2025). A conceptual framework of indicators for the suitability of forests for outdoor recreation. *Ambio, 54*(2), 184–197.

Lengieza, M. L., & Aviste, R. (2025). Relationships between people and nature: Nature connectedness and relational environmental values. *Current Opinion in Psychology, 62,* Article 101984.

Liu, Y., Zhang, J., Liu, C., & Yang, Y. (2024). A review of attention restoration theory: Implications for designing restorative environments. *Sustainability, 16*(9), Article 3639.

Livingston, A. S. (2022). Technology that inspires a connection to nature: Reframing the role of technology in outdoor engagement and conservation. *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership, 14*(1), 87–94.

Mangold, M., Schwietering, A., Zink, J., Steinbauer, M. J., & Heurich, M. (2024). The digitalization of outdoor recreation: Global perspectives on the opportunities and challenges for protected area management. *Journal of Environmental Management, 352,* Article 120108.

Marion, S., Davies, A., Demšar, U., Irvine, R. J., Stephens, P. A., & Long, J. (2020). A systematic review of methods for studying the impacts of outdoor recreation on terrestrial wildlife. *Global Ecology and Conservation, 22,* Article 00917.

Marzetti, E., Calvani, R., Tosato, M., Cesari, M., Di Bari, M., Cherubini, A., Collamati, A., D'Angelo, E., Pahor, M., Bernabei, R., Landi, F., & SPRINTT Consortium. (2017). *Sarcopenia: An overview. Aging Clinical and Experimental Research, 29(*1), 11–17.

Menzies, A., Mazan, C., Borisoff, J. F., Mattie, J. L., & Mortenson, W. B. (2021). Outdoor recreation among wheeled mobility users: Perceived barriers and facilitators. *Disability and Rehabilitation: Assistive Technology, 16*(4), 384–390.

Morse, W. C., Stern, M., Blahna, D., & Stein, T. (2022). Recreation as a transformative experience: Synthesizing the literature on outdoor recreation and recreation ecosystem services into a systems framework. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism, 38,* Article 100492.

Paterson, D. H., & Warburton, D. E. R. (2010). Physical activity and functional limitations in older adults: A systematic review related to Canada's Physical Activity Guidelines. *The International Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 7,* Article 38.

Pedersen, B. K., & Saltin, B. (2015). Exercise as medicine – evidence for prescribing exercise as therapy in 26 different chronic diseases. *Scandinavian Journal of Medicine & Science in Sports, 25*(Suppl 3), 1–72.

Pringle, G., Boddy, J., Slattery, M., & Harris, P. (2023). Adventure therapy for adolescents with complex trauma: A scoping review and analysis. *Journal of Experiential Education, 46*(4), 433–454.

Reese, G., Stahlberg, J., & Menzel, C. (2022). Digital shinrin-yoku: Do nature experiences in virtual reality reduce stress and increase well-being as strongly as similar experiences in a physical forest? *Virtual Reality, 26*(3), 1245–1255.

Rivera, E., Veitch, J., Loh, V. H., Salmon, J., Cerin, E., Mavoa, S., ... & Timperio, A. (2022). Outdoor public recreation spaces and social connectedness among adolescents. *BMC Public Health*, *22*(1), Article 165.

Rogers, S. H., Ashcraft, C. M., Seaman, J., Lemos, S. R., Krans, L., & Marsh, J. (2024). A community-based approach to the nature economy: Insights from outdoor recreation, conservation, and economic development. *Journal of Outdoor Recreation, Education, and Leadership, 16*(3), 1–13.

Rogerson, M., Wood, C., Pretty, J., Schoenmakers, P., Bloomfield, D., & Barton, J. (2020). Regular doses of nature: The efficacy of green exercise interventions for mental wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health, 17*(5), Article 1526.

Rubio-Cabañez, M. (2025). Stratifying cities: The effect of outdoor recreation areas on children's well-being. *European Sociological Review, 41*(3), 472–486.

Schlüter, M., Biggs, R., Clements, H., de Vos, A., Maciejewski, K., & Preiser, R. (2021). Synthesis and emerging frontiers in social-ecological systems research methods. In *The Routledge Handbook of Research Methods for Social-Ecological Systems* (pp. 453–479). Routledge.

Selin, S., Cerveny, L. K., & Blahna, D. J. (2020). Igniting research for outdoor recreation: Linking science, policy, and action. *Gen. Tech. Rep. PNW-GTR-987.* Portland, OR: US Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station.

Sheffield, D., Butler, C. W., & Richardson, M. (2022). Improving nature connectedness in adults: A meta-analysis, review and agenda. *Sustainability, 14*(19), Article 12494.

Shuda, Q., Bougoulias, M. E., & Kass, R. (2020). Effect of nature exposure on perceived and physiologic stress: A systematic review. *Complementary Therapies in Medicine, 53,* Article 102514.

Spangenberger, P., Geiger, S. M., & Freytag, S. C. (2022). Becoming nature: Effects of embodying a tree in immersive virtual reality on nature relatedness. *Scientific Reports, 12*(1), Article 1311.

Sullivan, W. C., & Li, D. (2021). Nature and attention. In *Nature and psychology: Biological, cognitive, developmental, and social pathways to well-being* (pp. 7–30). Cham: Springer International Publishing.

Taff, B. D., Rice, W. L., Lawhon, B., & Newman, P. (2021). Who started, stopped, and continued participating in outdoor recreation during the COVID-19 pandemic in the United States? Results from a national panel study. *Land, 10*(12), Article 1396.

Tohan, M. M., Ahmed, F., Juie, I. J., Kabir, A., & Rahman, M. A. (2024). Outdoor recreational activities and mental well-being of geriatric people in Bangladesh: Structural equation modelling. *Discover Psychology, 4*(1), Article 33.

Ulrich, R. S. (2023). Stress reduction theory. In D. Marchand, E. Pol, & K. Weiss (Eds.), *100* (pp. 143–146). Routledge.

Valenzuela, F. (2020). Technology and outdoor recreation in the dawning of the age of constant and instant digital connectivity. In S. Selin, L. K. Cerveny, D. J. Blahna, & A. B. Miller (Eds.), *Igniting research for outdoor recreation: Linking science, policy, and action* (pp. 101–114). Gen. Tech. Rep. PNW-GTR-987. Portland, OR: US Department of Agriculture, Forest Service, Pacific Northwest Research Station.

Wilkins, E. J., & Horne, L. (2024). Effects and perceptions of weather, climate, and climate change on outdoor recreation and nature-based tourism in the United States: A systematic review. *PLOS Climate, 3*(4), Article 0000266.

Woods, V., & Knuth, M. (2023). The biophilia reactivity hypothesis: Biophilia as a temperament trait, or more precisely, a domain specific attraction to biodiversity. *Journal of Bioeconomics, 25*(3), 271–293.

Yang, E., & Smith, J. W. (2023). The spatial and temporal resilience of the tourism and outdoor recreation industries in the United States throughout the COVID-19 pandemic. *Tourism Management, 95,* Article 104661.

Yumuk, E. D. (2023). Tech in rec: Technology use in outdoor recreation. In I. Bayraktar (Ed.), *The Use of Developing Technology in Sports* (p. 151). Özgür Yayınları.

Zhang, W., Wan, X., Fan, W., & Ji, Y. (2024). Uncovering disparities in water-based outdoor recreation using cell phone mobility data. *Environmental Research Letters, 19*(11), Article 114057.

การนำเสนอกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ภายใต้เครื่องหมายการค้า เซเว่น อีเลฟเว่น ในประเทศไทย บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน)

The Customer Behavior In the Convenience Store Category Under the Trademark of 7-Eleven in Thailand, Operated by CP All Public Company Limited

*1. ภครินทร์ หวังวรภิญโญ (Pakarin Wangvorapinyo), ศศ.บ (B.A.)**
2. ชัญญานุช นินไสล (Chanyanuch Ninsalai), ศศ.บ (B.A.)
3. พัสกร เมืองแก้ว (Pussakorn Muangkaew), ศศ.บ (B.A.)
4. ฉัตรมงคล ศรีมหาพรหม (Chatmongkhon Srimahaprom), ศศ.บ (B.A.)
5. ยูจิโร นาคากาวา (Yuujirou Nakagawa), ศศ.บ (B.A.)
6. ชลิต เฉียบพิมาย (Chalit Chiabphimai), ศศ.ม (M.A.)

Received : 5 May 2025
Revised : 16 September 2025
Accepted : 30 October 2025

บทคัดย่อ

บทความวิชาการนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าชาวไทยในร้านเซเว่น อีเลฟเว่น โดยใช้แนวคิดด้านพฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจบริการ นำไปสู่การนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการตลาดสำหรับธุรกิจดังกล่าว ดำเนินการรวบรวมข้อมูล โดยการศึกษาข้อมูลทุติยภูมิ จากการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ งานวิจัย บทความวิชาการและดำเนินการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา จากการศึกษาพบว่าลูกค้ามักจะตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านเซเว่น อีเลฟเว่นแบบทันทีไม่ได้มีการวางแผนล่วงหน้า โดยลักษณะการซื้อดังกล่าวมักเกิดจากความต้องการขณะนั้น ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของลูกค้า ได้แก่ ความสะดวกในการเข้าถึงร้าน ความรวดเร็วในการให้บริการ ราคาที่จับต้องได้ และโปรโมชันที่น่าสนใจ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสามารถของเซเว่น อีเลฟเว่น ในการปรับใช้กลยุทธ์ 7Ps ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: พฤติกรรมลูกค้า, บริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน), เซเว่น อีเลฟเว่น

1-5 นักศึกษา สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
(Student, Program in Service Innovation, Institute of Metropolitan Development, Navamindradhiraj University)
**ผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) 1. E-mail: 6703101117@nmu.ac.th,*
2. E-mail: 6703101104@nmu.ac.th, 3. E-mail: 6703101116@nmu.ac.th,
4. E-mail: 6703101103@nmu.ac.th, 5. E-mail: 6703101119@nmu.ac.th
6. อาจารย์ประจำ สาขาวิชานวัตกรรมการบริการ วิทยาลัยพัฒนามหานคร มหาวิทยาลัยนวมินทราธิราช
(Lecturer, Program in Service Innovation, Institute of MetropolitanDevelopment, Navamindradhiraj University)
E-mail: chalit@nmu.ac.th

Abstract

This article aims to analyze customer behavior at 7-Eleven. The study applies customer behavior concepts to propose marketing promotion strategies for the business. Data was collected through secondary sources by reviewing literature from electronic documents, research studies, and academic articles, followed by content analysis. The study found that customer often make immediate purchase decisions at 7-Eleven stores. Such purchases are typically driven by immediate needs. Factors that influence customer decision-making include convenience of access to the store, speed of service, affordable price, and attractive promotions. These insights reflect 7-Eleven's capability to effectively implement the 7Ps marketing strategy in alignment with customer behavior.

Keywords: Customer behavior, CP All Public Company Limited, 7-Eleven

1. บทนำ

ธุรกิจค้าปลีกจัดเป็นธุรกิจที่มีสัดส่วนที่ใหญ่เป็นอันดับสองรองจากอุตสาหกรรม ซึ่งจัดว่าเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันกันสูง (พรรณเชษฐ ณ ลำพูนและณัฐภัทรา สุรพงษ์รักตระกูล, 2558) โดยมีการคาดการณ์ยอดขายจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4.5-5.5 ต่อปี ผลจากการมีสาขาจำนวนมากกระจายไปในทุกพื้นที่ ทั้งยังมีการเพิ่มสินค้าประเภทอาหารพร้อมทานและเพิ่มบริการการขายผ่านออนไลน์ต่อเนื่อง (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2565) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 การเติบโตของธุรกิจค้าปลีกตามประเภทธุรกิจ

	2019P	2020E	2021E	2022E	2023-25F
DEPARTMENT STORES	3.5	-14.0	-11.5	3.5	4.0-5.0
DISCOUNT STORES/ HYPERMARKETS/SUPERCENTERS	2.7	-11.0	-9.0	3.0	3.0-4.0
SUPERMARKETS	4.0	-11.0	-8.0	6.0	6.0-7.0
CONVENIENCE STORES	2.9	-6.5	-4.5	4.5	4.5-5.5
MODERN RETAIL SALES GROWTH	**2.8**	**-12.0**	**-9.0**	**3.0-4.0**	**4.0-5.0**

ปรับปรุงจาก: นรินทร์ ตันไพบูลย์ (2565)

จากตารางที่ 1 สะท้อนให้เห็นถึงการเติบโตของธุรกิจค้าปลีก โดยมีที่มาจากยอดขายค้าปลีกในกลุ่มสินค้าจำเป็นอย่างอาหารและเครื่องดื่ม รวมถึงของใช้ส่วน (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567) กอปรธุรกิจประเภทนี้สามารถตอบสนองไลฟ์สไตล์ของลูกค้าในยุคที่ความเร่งรีบและความสะดวกกลายเป็นปัจจัยสำคัญในการดำรงชีวิต หนึ่งในผู้นำตลาดร้านค้าสะดวกซื้อในประเทศไทย คือ เซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ซึ่งดำเนินงานโดยบริษัท ซีพี ออลล์ จำกัด (มหาชน) โดยเปิดดำเนินกิจการครั้งแรกในประเทศไทยเมื่อปี พ.ศ. 2532 และได้ขยายสาขาอย่างต่อเนื่อง (Boonsomboonsakul, 2023) โดยข้อมูล ณ ปี พ.ศ. 2568 มีมากกว่า 14,000 สาขา (PPTV Online, 2568) นับได้ว่าเป็นธุรกิจค้าปลีกที่มีจำนวนสาขามากที่สุดอันดับ 1 ของประเทศไทย (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2565) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ภาพรวมของผู้ประกอบการตลาดค้าปลีกในประเทศไทย

Group	*Key property*	*Store format*	*Number*
Central Group			
	Tops Daily	Convenience store	100
	Family Mart	Convenience store	805
CP Group			
	7-Eleven	**Convenience store**	**13,134**
	CP Freshmart	Convenience store	331
	Lotus's go fresh	Convenience store	1,433
Thai Charoen Corporation (TCC) Group			
	Mini Big C	Convenience store	1,171
Saha Pathanapibul			
	Lawson 108	Convenience store	150
Other Groups			
	CJ Express	Convenience store	600

ปรับปรุงจาก: นรินทร์ ตันไพบูลย์ (2565)

จากตารางที่ 2 สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพและความแข็งแกร่งของธุรกิจดังกล่าว ทั้งนี้การปรับตัวและการนำกลยุทธ์ที่เฉียบคมมาใช้ถือเป็นกุญแจสำคัญสู่ความสำเร็จท่ามกลางการแข่งขันทางธุรกิจที่ดุเดือด (ก่อกิจ เกตุบรรเทิง, 2567) การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าจึงเป็นหัวใจสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดของร้านค้าสะดวกซื้อ เนื่องจากลูกค้าในปัจจุบันมีพฤติกรรมที่ซับซ้อนมากขึ้น มีความต้องการเฉพาะบุคคล และสามารถเปรียบเทียบราคาหรือคุณภาพสินค้าได้ง่ายผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล การทำความเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เช่น สถานที่ตั้งร้านค้า ความหลากหลายของสินค้า ราคาสินค้า และโปรโมชัน ถือเป็นข้อมูลพื้นฐานที่สามารถนำไปใช้ในการปรับปรุงส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนประสมทางการตลาดซึ่งเป็นเครื่องมือพื้นฐานในการวางแผนกลยุทธ์ของธุรกิจ โดยเฉพาะในกลุ่มค้าปลีก

ซึ่งต้องมีการปรับเปลี่ยนกลยุทธ์อย่างต่อเนื่องเพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้าได้อย่างทันท่วงที (Kotler & Keller, 2020) สำหรับเซเว่น อีเลฟเว่น การจัดการส่วนประสมทางการตลาดถือเป็นหนึ่งในปัจจัยที่ทำให้สามารถรักษาความเป็นผู้นำในตลาดและสร้างความแตกต่างจากคู่แข่งได้อย่างชัดเจน

ด้วยเหตุนี้การวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าควบคู่กับการนำเสนอแนวทางการส่งเสริมการตลาดจึงนับว่ามีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยไม่เพียงแต่ช่วยให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าในมิติต่างๆ เท่านั้น แต่ยังสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญประกอบการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด นำไปสู่การเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในกลุ่มตลาดค้าปลีกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลาอีกด้วย

2. การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดพฤติกรรมลูกค้า (6W1H) ซึ่งเป็นทฤษฎีการศึกษาและวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้า เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาด โดย Kotler อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) และ ZORT (2567) ได้ระบุข้อคำถามและนิยามเฉพาะตามองค์ประกอบพฤติกรรมลูกค้า ดังนี้

1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the Target Market?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะกลุ่มเป้าหมาย (Occupants) 4 ด้าน โดยเน้นการทำความเข้าใจเกี่ยวกับข้อมูลประชากร เพศ อายุ พฤติกรรม จิตวิทยา และความชอบส่วนตัว ซึ่งเป็นสิ่งสำคัญในการปรับแต่งกลยุทธ์การตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ลูกค้าต้องการซื้ออะไร (What Does the Customer Buy?) เป็นคำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ลูกค้าต้องการจากผลิตภัณฑ์ (Object) โดยเจาะลึกผลิตภัณฑ์หรือบริการเฉพาะที่ลูกค้าสนใจที่จะซื้อ รวมถึงการวิเคราะห์คุณสมบัติ คุณประโยชน์ และจุดขายที่เป็นเอกลักษณ์ที่ดึงดูดลูกค้าให้สนใจข้อเสนอเฉพาะ หรืออะไรที่เป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องการ เช่น ราคา โปรโมชั่น คุณภาพสินค้า ความน่าเชื่อถือของแบรนด์ เป็นต้น

3. ทำไมลูกค้าจึงได้ตัดสินใจซื้อ (Why Does the Customer Buy?) เป็นคำถาม เพื่อต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ (Objectives) ลูกค้าซื้อสินค้าเพื่อสนองความต้องการด้านร่างกายและด้านจิตวิทยา โดยมุ่งเน้นไปที่แรงจูงใจและตัวกระตุ้นเบื้องหลังการตัดสินใจของลูกค้า ด้วยการทำความเข้าใจเหตุผลเบื้องหลังในการซื้อ ธุรกิจต่างๆ จะสามารถปรับแต่งข้อความและการนำเสนอคุณค่าเพื่อให้ตรงใจลูกค้าได้ดีขึ้น รวมถึงการพิจารณาเหตุผลในการตัดสินใจซื้อ คือ ซื้อมาทำอะไร เช่น ซื้อมาใช้เอง ซื้อมาเพื่อเป็นของขวัญ ซื้อมาเพื่อขายต่อ เป็นต้น

4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who Participates in The Buying?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่างๆ (Organizations) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า ซึ่งประกอบด้วยผู้ริเริ่ม ผู้มีอิทธิพล ผู้ตัดสินใจซื้อ ผู้ซื้อและผู้ใช้ โดยผู้มีอิทธิพลในการตัดสินใจซื้อของลูกค้าไม่ว่าจะเป็น คนในครอบครัว คนใกล้ชิด เพื่อนสนิท ญาติพี่น้อง หรือคนในสังคมออนไลน์ เช่น คนที่มารีวิวสินค้า บล็อกเกอร์ต่างๆ เน็ตไอดอล ดารา และบุคคลที่มีชื่อเสียง ที่เคยใช้สินค้าของคุณและมาบอกต่อในช่องทางต่างๆ ซึ่งช่วยให้ลูกค้าของคุณตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น

5. ลูกค้าซื้อเมื่อใด (When Does the Customer Buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ (Occasions) เช่น ซื้อช่วงเดือนใดของปี ช่วงฤดูกาลใดของปี ช่วงวันใดของเดือน ช่วงเวลาใดของวัน ซื้อในโอกาสพิเศษ หรือเทศกาลวันสำคัญต่างๆ โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ฤดูกาล แนวโน้ม และรูปแบบการซื้อเพื่อช่วยให้ธุรกิจต่างๆ เพิ่มประสิทธิภาพการทำการตลาดและการจัดการสินค้าคงคลัง เช่น หากสินค้าของคุณเป็นกระเช้าของขวัญ สินค้าเหล่านั้นก็มักจะถูกขายในช่วงเทศกาลต่างๆ จึงอาจจะต้องมีการกระตุ้นยอดขายด้วยการจัดโปรโมชั่นช่วงนั้นๆ ด้วย

6. ลูกค้าซื้อที่ไหน (Where Does the Customer Buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่ง (Outlets) ที่ลูกค้าซื้อเช่น ห้างสรรพสินค้า ซุปเปอร์มาร์เก็ต หรือร้านขายของชำ เป็นต้น โดยสถานที่และช่องทางที่ผู้บริโภคทำการซื้อ ครอบคลุมทั้งที่ตั้งทางกายภาพ (ร้านค้า ห้างสรรพสินค้า) และแพลตฟอร์มดิจิทัล (ตลาดออนไลน์ เว็บไซต์) ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเส้นทางการช้อปปิ้งของลูกค้า

7. ลูกค้าซื้ออย่างไร (How does the customer buy?) เป็นคำถามเพื่อต้องการทราบขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ (Operations) ซึ่งประกอบด้วยการรับรู้ปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินผลทางเลือก การตัดสินใจซื้อและความรู้สึกหลังการซื้อ รวมถึงขั้นตอนที่ลูกค้าดำเนินการ เช่น การซื้อสินค้าในช่วงโปรโมชั่น ช่องทางการซื้อสินค้าและการชำระเงินที่สะดวกรวดเร็ว สิ่งเหล่านี้เป็นการวิจัยกระบวนการตัดสินใจ ซึ่งข้อมูลนี้สามารถแนะนำนักการตลาดในการเพิ่มประสิทธิภาพเส้นทางการจัดจำหน่ายและช่องทางการชำระเงินได้เพื่อยอดขายที่เพิ่มขึ้นนั่นเอง

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ โดย Kotler & Keller (2012) ได้ให้แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดบริการ (Service Marketing Mix) หรือ 7Ps ในธุรกิจในอุตสาหกรรมบริการ (Service Industry) โดยเฉพาะอย่างยิ่งธุรกิจที่มีการต้อนรับขับสู้ (Hospitality) เป็นหัวใจหลักในการทำธุรกิจบริการ (Service Marketing Mix) ซึ่งเป็นธุรกิจที่แตกต่างสินค้าอุปโภคและบริโภคทั่วไป ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ได้แก่ สิ่งของที่จับต้องได้ เช่น สินค้าเพื่อการบริโภคในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อหรือสิ่งที่ไม่จับต้องได้ เช่น บริการที่ลูกค้าได้รับจากพนักงานของธุรกิจธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ด้านราคา (Price) คือ การชำระเงินตามเงื่อนไขราคาที่ตกลงไว้ เช่น ราคาตามส่วนลดที่ธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อกำหนด ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) คือ กระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้และจับต้องไม่ได้ของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อมอบแก่ลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือ การจัดกิจกรรมหรือการสื่อสารองค์กรโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อจูงใจ เชิญชวนลูกค้ากลุ่มเป้าหมายให้ตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์หรือใช้บริการ ด้านบุคคล (People) คือ การบริหารและการจัดการทุนมนุษย์ของผู้ให้บริการในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ ด้านกระบวนการ (Process) คือ วิธีการของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อส่งมอบผลิตภัณฑ์หรือบริการให้ลูกค้าตั้งแต่เริ่มต้นจนจบ และด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) คือ สิ่งที่ลูกค้าจับต้องได้หรือสัมผัสได้ในระหว่างการใช้บริการในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อ โดยปัจจัยเหล่านี้นับว่าเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

การทบทวนวรรณกรรมดังที่กล่าวมาในข้างต้นนำไปสู่การกำหนดกรอบการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในบริบทที่ดำเนินการศึกษาและใช้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์การตลาดของธุรกิจดังกล่าวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมลูกค้าได้อย่างเหมาะตามยุคสมัยและประเภทของธุรกิจ

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อกรณีศึกษาเซเว่นอีเลฟเว่น

ในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้าเซเว่น อีเลฟเว่น ผู้แต่งได้ปรับใช้แนวคิดที่เกี่ยวกับพฤติกรรมลูกค้าของ Kotler อ้างอิงใน ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552) เป็นกรอบในการวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังตารางที่ 3 - 9

ตารางที่ 3 กลุ่มเป้าหมายทางการตลาด

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย	• เพศชาย อายุระหว่าง 31-40 ปี • เพศหญิง อายุระหว่าง 18-30 ปี • การศึกษาระดับปริญญาตรี • ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน (เพศหญิง) ประกอบอาชีพบุคลากรสายวิชาการ (เพศชาย)	เจนจิรา แสงสุ่ม, (2562); ศิวา บุญเทพ, (2562); วัชรี จงแจ่ม, (2563); กนกรัตน์ ดวงพิกุล และ วิมพ์วิภา คำอ้าย, (2564)

จากตารางที่ 3 สรุปได้ว่า กลุ่มเป้าหมายทางการตลาดของร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น คือ กลุ่มผู้หญิงวัยทำงานที่มีอายุระหว่าง 18–30 ปี และกลุ่มผู้ชายที่มีอายุระหว่าง 31-40 ปี จากข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มเป้าหมายทางการตลาดส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี และทำงานในภาคเอกชน (เพศหญิง) หรือกลุ่มผู้ประกอบอาชีพบุคลากรสายวิชาการ (เพศชาย)

ตารางที่ 4 วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ลูกค้าต้องการซื้ออะไร	• ลูกค้าคาดหวังความสะดวกรวดเร็ว • การบริการตลอด 24 ชั่วโมง • สินค้ามีคุณภาพ • ราคาสมเหตุสมผล • มีโปรโมชันจูงใจ • ซื้อสินค้าจำเป็นเร่งด่วน เช่น อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่ม ขนม ของใช้ส่วนตัว • ใช้บริการชำระเงินและเติมเงิน	สุกัญญา บุญเรือง, (2564); วราภรณ์ แสงทอง, (2564); ศราวุธ ศิริวัฒน์, (2565)

จากตารางที่ 4 สรุปได้ว่า ลูกค้าส่วนใหญ่เข้ามาซื้อสินค้าหรือใช้บริการร้านสะดวกซื้อเซเว่น อีเลฟเว่น มีวัตถุประสงค์เพื่อซื้อสินค้าที่จำเป็นเร่งด่วน ได้แก่ อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่ม ขนม และของใช้จำเป็น

ตารางที่ 5 การตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ทำไมลูกค้าจึงได้ตัดสินใจซื้อ	• ความสะดวก รวดเร็ว • ราคาเหมาะสม • อาหารพร้อมรับประทาน เครื่องดื่ม ขนม • แรงจูงใจที่มาจากการบริการ เช่น บริการอุ่นอาหารให้พร้อมทาน • มีโปรโมชันจูงใจ • บริการที่รวดเร็ว ความสะดวก • การบริการ 24 ชั่วโมง • พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย • สินค้ามีคุณภาพ • ราคาสมเหตุสมผล • บรรยากาศภายในร้านและระบบอากาศที่ดี	ศราวุธ ศิริวัฒน์, (2565); วราภรณ์ แสงทอง, (2564); สุกัญญา บุญเรือง, (2564); จิตวีณา จาตุรงค์พันธ์ และ วาสนา ศิลป์รุ่งธรรม (2566)

จากตารางที่ 5 สรุปได้ว่า การตัดสินใจซื้อของลูกค้าเกิดจากปัจจัยด้านการบริการที่รวดเร็ว ความสะดวกสบาย คุณภาพของสินค้า ราคาที่เหมาะสม พนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย บรรยากาศภายในร้านและระบบอากาศที่ดี และการบริการตลอด 24 ชั่วโมง ที่นับว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการของธุรกิจดังกล่าว

ตารางที่ 6 ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ	• ลูกค้าเองเป็นผู้ตัดสินใจหลัก • การรีวิว บอกต่อจากคนรอบข้าง • พรีเซนเตอร์การตลาดโดยร่วมมือกับหมีเนย (Butter Bear) ในการทำแคมเปญ “เพื่อนที่ฮีลใจใกล้ๆคุณ” และวง BUS (Because of you I shine) ด้วยการนำเสนอ “FEEL GOOD ได้บ่อยอร่อยทุกอย่าง”	ศราวุธ ศิริวัฒน์, (2565); วราภรณ์ เทียนเงิน, (2568)

จากตารางที่ 6 สรุปได้ว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ คือ คนรอบข้างของลูกค้า ได้แก่ เพื่อน ครอบครัว อีกทั้งพรีเซนเตอร์น้องหมีเนยและศิลปินวง BUS ที่เป็นแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ

ตารางที่ 7 ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ลูกค้าซื้อเมื่อใด	• ลูกค้าส่วนใหญ่มักใช้บริการในวันจันทร์-ศุกร์ • ลูกค้าส่วนใหญ่ใช้บริการในช่วงเวลา 12.01-18.00 น.	อานนท์ สาครชัยเจริญ, (2563); กนกรัตน์ ดวงพิกุล และ วิมพ์วิภา คำอ้าย, (2564); ธัญญารัตน์ ศิริมานพ และคณะ, (2561) อ้างถึงใน สัมฤทธิ์ น่วมศิริ, (2566)

จากตารางที่ 7 สรุปได้ว่า ช่วงเวลาในการซื้อสินค้าหรือบริการอยู่ระหว่างช่วงเวลากลางวันถึงเย็น (12.01–18.00 น.) ในวันจันทร์-ศุกร์

ตารางที่ 8 สถานที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ลูกค้าซื้อที่ไหน	• ลูกค้าส่วนใหญ่เลือกซื้อสินค้าจากสาขาที่ใกล้เคหะสถาน หรือสถานที่เดินทางประจำ เช่น สถานีรถไฟฟ้า • ลูกค้าซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์เพิ่มขึ้นในช่วงโควิด-19 และหลังจากโควิด-19 โดยเลือกซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันเซเว่น อีเลฟเว่น เดลิเวอรี่	กนกรัตน์ ดวงพิกุล และ วิมพ์วิภา คำอ้าย (2564); ฐิติรัตน์ มีมาก และคณะ, (2564)

จากตารางที่ 8 สรุปได้ว่า สถานที่ในการซื้อสินค้าหรือบริการ คือ ศูนย์บริการที่มีทำเลที่ตั้งติดกับเคหะสถานอาทิ สาขาใกล้หอ ศูนย์บริการที่มีทำเลที่ตั้งติดกับที่ทำงาน และศูนย์บริการที่มีทำเลที่ตั้งติดกับสถานีรถไฟฟ้า และพฤติกรรมลูกค้ามีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในการใช้บริการผ่านแอปพลิเคชันเดลิเวอรี เช่น 7-Delivery เนื่องจากมีความสะดวกในการสั่งซื้อและจัดส่งสินค้า

ตารางที่ 9 พฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการ

คำถาม	พฤติกรรมลูกค้า	ที่มา
ลูกค้าซื้ออย่างไร	● พิจารณาสินค้าที่มีราคาถูกกว่าร้านสะดวกซื้ออื่นๆ ● ความสะดวกของระบบการชำระค่าสินค้า ● พิจารณาจากการส่งเสริมการขายเพื่อลด แลก แจก แถม ● การได้รับคำแนะนำจากพนักงานถึงสิทธิประโยชน์ที่ลูกค้าพึงได้รับ	จิตวีณา จาตุรงค์พันธ์ และวาสนา ศิลป์รุ่งธรรม (2566)

จากตารางที่ 9 สรุปได้ว่า ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อสินค้าหรือบริการโดยพิจารณาจากการการนำเสนอรูปแบบการส่งเสริมการขายและเปรียบเทียบร่วมกับร้านสะดวกซื้ออื่น ๆ ก่อนที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า และนอกจากนี้ระบบการชำระค่าสินค้าและบริการยังนับว่าเป็นอีกปัจจัยสำคัญต่อการพิจารณาเลือกใช้บริการธุรกิจดังกล่าว

4. แนวทางการส่งเสริมการตลาดของธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อกรณีศึกษา เซเว่น อีเลฟเว่น

จากการวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้าในธุรกิจค้าปลีกประเภทร้านค้าสะดวกซื้อภายใต้เครื่องหมายการค้าเซเว่น อีเลฟเว่น ในตารางที่ 1-7 ผู้แต่งได้นำข้อมูลดังกล่าวมาเสนอแนวทางการส่งเสริมการตลาดให้แก่ธุรกิจดังกล่าวบนฐานคิดส่วนประสมทางการตลาดของ Kotler & Keller (2012) เป็นกรอบในการนำเสนอแนวทางเพื่อให้สอดคล้องกับรูปแบบพฤติกรรมและความต้องการของกลุ่มเป้าหมายทางการตลาด ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) จากการศึกษาประเด็นทำไมลูกค้าจึงได้ตัดสินใจซื้อ ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากคุณภาพของสินค้า สามารถเสนอได้ว่า ฉลากบนบรรจุภัณฑ์สินค้าประเภทอาหารและเครื่องดื่มทุกรายการควรส่งเสริมการแสดงข้อมูลจำนวนพลังงานที่จะได้รับจากการบริโภค หรือคุณค่าทางโภชนการของสินค้าเพื่อการบริโภค และเพิ่มรายการอาหารสุขภาพหรือสินค้าเพื่อสุขภาพเพิ่มขึ้น เพื่อรองรับรูปแบบการบริโภคเพื่อสุขภาพสอดคล้องกับกระแสนิยมในปัจจุบัน

2. ด้านราคา (Price) จากการศึกษาประเด็นลูกค้าซื้ออย่างไร ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากสินค้าที่มีราคาถูกกว่าร้านสะดวกซื้ออื่น สามารถเสนอได้ว่า ควรส่งเสริมการออกแบบโปรโมชันให้เป็นรูปแบบเดียวกันทุกสาขาในมิติทางด้านราคาเพื่อการเข้าถึงการบริการอย่างเท่าเทียมของลูกค้าทุกพื้นที่และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้า

3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) จากการศึกษาประเด็นลูกค้าซื้ออย่างไร ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากความสะดวกของระบบการชำระค่าสินค้า สามารถเสนอได้ว่าควรส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศเป็นส่วนช่วยในการออกแบบกระบวนการบริการ เช่น การสร้างเครื่องจ่ายเงินอัตโนมัติมาใช้เพื่อเป็นส่วนช่วยแบ่งเบาภาระทรัพยากรบุคคลในองค์กรเพื่ออำนวยความสะดวกทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จากการศึกษาประเด็นลูกค้าซื้ออย่างไร ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากการส่งเสริมการขาย เพื่อลด แลก แจก แถม สามารถเสนอได้ว่า ควรส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายทุกรูปแบบ เช่น การจัดโปรโมชันให้มีความแปลกใหม่และการสื่อสารการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายทั้งรูปแบบทั้งออฟไลน์และออนไลน์ เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าอย่างทั่วถึงและเพิ่มมากยิ่งขึ้น

5. ด้านบุคคล (People) จากการศึกษาประเด็นทำไมลูกค้าจึงได้ตัดสินใจซื้อ ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากพนักงานแต่งกายสะอาด สุภาพ เรียบร้อย สามารถเสนอได้ว่าควรส่งเสริมด้านการออกแบบการแต่งกายหรือยูนิฟอร์ม (เพิ่มเติม) ตามเทศกาล งานประเพณี และวันสำคัญเพื่อสร้างความดึงดูดใจให้แก่ลูกค้า โดยเฉพาะสาขาที่ให้บริการตามสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญของประเทศ

6. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) จากการศึกษาประเด็นทำไมลูกค้าจึงได้ตัดสินใจซื้อ ข้อค้นพบพฤติกรรมการซื้อสินค้าของลูกค้าที่พิจารณาจากบรรยากาศภายในร้านและระบบอากาศที่ดี สามารถเสนอได้ว่า ควรส่งเสริมการออกแบบร้านให้สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ เช่น การออกแบบที่ร้านบนฐานคิดความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมหรือบริการสีเขียว โดยเฉพาะพื้นที่ให้บริการที่อยู่ในเขตอุทยานแห่งชาติเป็นต้น

7. ด้านกระบวนการ (Process) จากการศึกษาประเด็นการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการ ข้อค้นพบการตัดสินใจซื้อของลูกค้าเกิดจากปัจจัยด้านการบริการที่รวดเร็วความสะดวกสบาย สามารถเสนอได้ว่าควรส่งเสริมกระบวนการส่งมอบผลิตภัณฑ์ให้สะดวกครอบคลุมทุกพื้นที่บริการและรวดเร็ว โดยการประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการในธุรกิจอื่น ๆ อย่างหลากหลายเพื่อเพิ่มช่องทางการส่งมอบผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง เช่น การประสานความร่วมมือกับผู้ประกอบการด้านการขนส่ง เป็นต้น

5. บทสรุป

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและการจัดการส่วนประสมทางการตลาดของธุรกิจเซเว่น อีเลฟเว่น สามารถสรุปได้ว่า ความสำเร็จของเซเว่น อีเลฟเว่นในประเทศไทยมาจากการเข้าใจพฤติกรรมของลูกค้าอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะความต้องการด้านความสะดวก ความรวดเร็ว และการเข้าถึงสินค้าได้ง่าย ซึ่งสะท้อนผ่านรูปแบบการให้บริการที่เปิดตลอด 24 ชั่วโมงและตั้งอยู่ในทำเลที่เข้าถึงได้ง่าย นอกจากนี้ การใช้กลยุทธ์ทางการตลาดที่เน้นทั้งการพัฒนาสินค้าใหม่ การตั้งราคาที่แข่งขันได้ การขยายช่องทางการจัดจำหน่าย และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสร้างความผูกพันกับลูกค้าในยุคปัจจุบัน ยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ทำให้เซเว่น อีเลฟเว่น สามารถรักษาความเป็นผู้นำในตลาดร้านค้าสะดวกซื้อ การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าร่วมกับส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps จึงเป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในการวางแผนกลยุทธ์ธุรกิจ ไม่เพียงแต่ในเซเว่น อีเลฟเว่นเท่านั้น แต่ยังสามารถนำไปปรับใช้ในธุรกิจค้าปลีกประเภทอื่นได้อีกด้วย โดยเฉพาะในยุคที่ลูกค้ามีพฤติกรรมและความคาดหวังที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยควรให้ความสำคัญต่อส่งเสริมการนำเสนอข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์สินค้าเพื่อการบริโภคที่บ่งบอกถึงจำนวนพลังงานที่จะได้รับจากการบริโภค หรือคุณค่าทางโภชนการของสินค้าเพื่อการบริโภค ส่งเสริมการออกแบบโปรโมชันให้เป็นรูปแบบเดียวกันทุกสาขา ส่งเสริมการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและสารสนเทศเพื่ออำนวยความสะดวกทั้งผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ ส่งเสริมการสื่อสารทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขายทุกรูปแบบ ส่งเสริมด้านการออกแบบการแต่งกายหรือยูนิฟอร์มตามเทศกาลงานประเพณี และวันสำคัญ และส่งเสริมการออกแบบร้านให้สอดคล้องกับบริบทเชิงพื้นที่ สิ่งเหล่านี้นับเป็นปัจจัยสำคัญที่สามารถส่งเสริมให้ธุรกิจดังกล่าวดำเนินการให้บริการอย่างมีคุณภาพมากยิ่งขึ้น อันจะส่งผลต่อความพึงพอใจแก่ลูกค้าในฐานะผู้ใช้บริการและนำไปสู่การเสริมสร้างความภักดีต่อตราสินค้ามากยิ่งขึ้น

ผลจากการศึกษากรณีศึกษาดังกล่าวสามารถใช้เป็นข้อมูลสำคัญประกอบการพัฒนาธุรกิจค้าปลีกอื่นๆ ที่มีบริบทเหมือนกันกับกรณีศึกษา ผู้ประกอบการสามารถนำผลจากการศึกษานี้ใช้เพื่อพัฒนาคุณภาพ การบริการทุกมิติ ควบคู่กับการพัฒนากลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่จะสามารถสร้างแรงจูงใจให้กับลูกค้าและนำไปสู่การเสริมสร้างความภักดีของลูกค้าและเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขันในกลุ่มตลาดค้าปลีกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วตลอดเวลาอีกด้วย

6. เอกสารอ้างอิง

กนกรัตน์ ดวงพิกุล และวิมพ์วิภา คำอ้าย. (2564). พฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าในร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่นของบุคลากรมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา น่าน. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ราชมงคลล้านนา, 9*(1), 35–46.

ก่อกิจ เกตุบรรเทิง. (2567). *7-11 กำไรพุ่ง 4,500 บาท กวาดรายได้ทะลุ 1.08 แสนล้าน ในไตรมาส 3 ปี 67. อมรินทร์ทีวี.* สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2568, จาก https://www.amarintv.com/ spotlight/business-marketing/500260.

จิตวีณา จาตุรงค์พันธ์ และวาสนา ศิลป์รุ่งธรรม. (2566). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ร้านเซเว่น อีเลฟเว่น (7-Eleven) ในจังหวัดปทุมธานี, วารสาร RMUTT Global Business and Economics Review มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี ราชมงคลธัญบุรี, 18(2),* 105-117.

เจนจิรา แสงสุ่ม. (2562). *ทัศนคติ คุณภาพการบริการ และส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ 7-Delivery ของเซเว่น อีเลฟเว่น ในเขตกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.* (รายงานผลการวิจัย, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ฐิติรัตน์ มีมาก, กิรณา แก้วสุ่น และรติกร บุญสวาท. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านระบบออนไลน์ช่วงโควิด–19 ของบุคลากรในสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ. *วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 7*(2), 336-352.

นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2565). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2566-2568: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่.* (บทความวิเคราะห์). กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกรุงศรี. สืบค้นเมื่อ 6 สิงหาคม 2568, จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern -trade /io/ modern-trade-2022.

พรรณเชษฐ ณ ลำพูน และณัฐภัทรา สุรพงษ์รักตระกูล. (2558). แนวโน้มเทคโนโลยีสมัยใหม่สำหรับธุรกิจค้าปลีก. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 7*(1), 255–267.

วราภรณ์ เทียนเงิน. (2568). *ถึงเวลา T-POP ‘เซเว่น อีเลฟเว่น’ ดึง ‘BUS’ บอยกรุ๊ป สู่พรีเซ็นเตอร์.* กรุงเทพธุรกิจ. สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2568, จาก https://search.app/thzBhXNK4JL7Vnbo9.

วราภรณ์ แสงทอง. (2564*). การศึกษาความคาดหวังของลูกค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ: กรณีศึกษาของเซเว่น อีเลฟเว่น.* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วัชรี จงแจ่ม. (2563). การสร้างความภักดีต่อตราสินค้าของร้านสะดวกซื้อเซเว่นอีเลฟเว่น สาขาถนนบางบอน 3 เขตบางบอน กรุงเทพมหานคร. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 15*(52), 1-8.

สุกัญญา บุญเรือง. (2564). *การวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าในร้านค้าสะดวกซื้อ: กรณีศึกษาของเซเว่น อีเลฟเว่น.* (รายงานผลการวิจัย). นครปฐม: มหาวิทยาลัยมหิดล.

สัมฤทธิ์ น่วมศิริ. (2566). ความพึงพอใจในการเลือกใช้บริการร้านสะดวกซื้อของประชาชนในอำเภอเมืองจังหวัดพะเยา. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิค*, *9*(2), 461-475.

ศราวุธ ศิริวัฒน์. (2565). *พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้าของลูกค้าในเซเว่น อีเลฟเว่น.* (รายงานผลการวิจัย). สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2552). การบริหารการตลาด (ฉบับปรับปรุง 2552). กรุงเทพฯ: ธรรมสาร.

ศิวา บุญเทพ. (2562). *ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าร้านสะดวกซื้อ 7-11 ของลูกค้าในเขตกรุงเทพมหานคร.* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). *ค้าปลีกปี 2568 คาดโต 3.0% แต่ผู้ประกอบการยังเสี่ยงแข่งขันรุนแรงและต้นทุนเพิ่ม.* สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2568, จาก https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Retail-Market-CIS3540-FB-23-12-2024.aspx.

อานนท์ สาครชัยเจริญ. (2563). *ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้าน 7 ELEVEN ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร.* (รายงานผลการวิจัย). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Boonsomboonsakul, M. (2023). *7-11 มากแค่ไหนในแต่ละจังหวัด?.* AGENDA. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2568, จาก https://agenda.co.th.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Edinburgh Gate, England: Pearson Education Limited.

Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). *Marketing management* (15th ed.). Harlow, England: Pearson Education Limited.

PPTV Online. (2568). “เซเว่น” ร้านสะดวกซื้อหมายเลข 1 ในไทย กำเนิดจาก “ร้านขายน้ำแข็ง” ในสหรัฐฯ. สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2568, จาก https://www.pptvhd36.com/wealth/trick-trend/242322.

ZORT. (2567). *การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค 6w1h คืออะไร ตั้งคำถามแบบไหน.* สืบค้นเมื่อ 23 กันยายน 2568, จาก https://zortout.com/blog/what-is-6w1h.

รายละเอียดการส่งบทความต้นฉบับเพื่อขอรับการตีพิมพ์ ในวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

รูปแบบการพิมพ์บทความ

1. การพิมพ์บทความ พิมพ์ต้นฉบับด้วยโปรแกรม Microsoft Word ขนาดกระดาษ A4 มีความยาวรวมทุกรายการ จำนวน 10-15 หน้า ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด

2. ระยะขอบการพิมพ์บทความ ด้านบน 2.5 ซม. ด้านล่าง 2 ซม. ด้านซ้าย 3 ซม. ด้านขวา 2 ซม.

3. ตัวอักษร ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยมีรายละเอียดแต่ละรายการดังต่อไปนี้

รายการ	ลักษณะตัวอักษร	การจัดหน้า	ขนาดตัวอักษร
3.1 ชื่อบทความ	หนา	จัดกึ่งกลาง	20
3.2 ชื่อผู้แต่ง	เอน	ชิดซ้าย	16
3.3 หัวข้อหลัก	หนา	ชิดซ้าย	18
3.4 หัวข้อรอง	หนา	-	16
3.5 บทความ/เนื้อหา	ปกติ	-	16
3.6 การเน้นความ	หนา	-	16
3.7 ชื่อตาราง	หนา	ชิดซ้าย	16
3.8 หัวข้อในตาราง	หนา	ด้านบนตาราง และจัดกึ่งกลาง	14
3.9 ข้อความในตาราง	ปกติ	ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง	14
3.10 ชื่อภาพ/แผนภูมิ	หนา	ด้านล่างภาพ/แผนภูมิ และจัดกึ่งกลาง	14

4. ตาราง ระบุคำว่าตารางที่..... ตามด้วยชื่อตาราง หัวข้อในตาราง ข้อความในตาราง โดยใช้ตัวอักษรตามที่ระบุไว้ในข้อที่ 3.7 - 3.9 ส่วนเส้นตารางให้ใส่เฉพาะเส้นบนของหัวข้อในตาราง เส้นล่างของหัวข้อในตาราง และเส้นล่างสุดของตาราง ตัวอย่างดังนี้

ตารางที่..... ชื่อตางราง..... (ตัวหนา ชิดซ้าย ขนาด 14)

หัวข้อในตาราง (ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	หัวข้อในตาราง (ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)

5. รูปภาพ แผนภาพ แผนภูมิ กรอบแนวคิด ให้จัดกึ่งกลางหน้ากระดาษ และด้านล่างให้ระบุคำว่า รูปที่..... ตามด้วยชื่อรูปภาพ รายละเอียด และการอ้างอิง (ถ้ามี) โดยใช้ตัวอักษรตามที่ระบุไว้ในข้อที่ 3.10 ตัวอย่างดังนี้

รูปที่..... ชื่อรูปภาพ..... รายละเอียด..... (การอ้างอิง (ถ้ามี))
(ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)

การเขียนเอกสารอ้างอิง

1. เอกสารอ้างอิง (reference) ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association: APA (7th edition) แบบระบบนาม-ปี การอ้างอิงเอกสารไม่ควรเกิน 5-10 ปี ยกเว้นหนังสือตำราที่เป็นทฤษฎีหรือปรัชญา อ้างอิงบทความวิชาการบทความวิจัยจากวารสารทั้งไทยและต่างประเทศ

2. การลงรายการเอกสารอ้างอิงในเนื้อเรื่องของบทความ (Citation) ใช้ตามหลักการอ้างอิงในเนื้อเรื่องของ APA (American Psychological Association)

3. การอ้างอิงในเนื้อหา (In-text Citation) ของบทความ ให้ใช้การอ้างอิงแบบนามปี (Author-year) ปรากฏแทรกอยู่ในเนื้อหาของบทความ

วิธีการเขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association: APA (7th edition)

1. การอ้างอิงในเนื้อหา

1.1 กรณีระบุชื่อผู้แต่งในเนื้อหา

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง/(ปีที่พิมพ์)/เนื้อหา.....

ตัวอย่าง: สมบูรณ์วรรณ สัตยารักษ์วิทย์ และคณะ (2542) กล่าวว่าเทคโนโลยรสารสนเทศที่ใช้งานในองค์การธุรกิจ.....

1.2 กรณีอ้างอิงท้ายข้อความ

รูปแบบ: เนื้อหา...../(ชื่อผู้แต่ง,/ปีที่พิมพ์)

ตัวอย่าง: ความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) เริ่มเป็นที่รู้จักมากยิ่งขึ้นในสัมคงไทย..... (เกษมสันต์ พิพัฒน์ศิริศักดิ์, 2549)

2. บทความในวารสาร

2.1 วารสารแบบรูปเล่ม

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปีพิมพ์)./ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร*,/*ปีที่*(ฉบับที่),/หน้าแรก-หน้าสุดท้าย.

ตัวอย่าง: หยุด แสงอุทัย. (2485). การได้ทรัพยสิทธิในสังหาริมทรัพย์. *วารสารนิติศาสตร์*, *15*(10), 21-23.

2.2 วารสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปีพิมพ์).ชื่อบทความ./*ชื่อวารสาร*,/*เลขปีที่*(ฉบับที่),/เลขหน้า./สืบค้นจาก URL.....

ตัวอย่าง: วราภรณ์ ปัญญาวดี, ชพิกา สังขพิทักษ์, จิราภรณ์ ก้อนสุรินทร์, นุชจรี ปิมปาอุด, และ นภดล สนวิทย์. (2553). การประเมินราคาแฝงเพื่อการปรับปรุงทรัพยากรน้ำของครัวเรือนผู้ใช้น้ำประปาในเขตพื้นที่ปลายลุ่มนน้ำแม่สา จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารเศรษฐศาสตร์ธรรมศาสตร์, 28*(4), 1-15. สืบค้นจาก http://www.econ.tu.ac.th/doc/article/fulltext/280.pdf

3. หนังสือ

3.1 หนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปีพิมพ์)./*ชื่อหนังสือ*/(พิมพ์ครั้งที่)./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง: จิตติ ติงศภัทิย์. (2526). *ค้าอธิบายประมวลกฎหมายแพ่งและพาณิชย์ว่าด้วยบุคคล* (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

3.2 หนังสืออิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปีพิมพ์)./*ชื่อหนังสือ.*/(พิมพ์ครั้งที่)./สืบค้นจาก URL.....

ตัวอย่าง: จักรพันธ์ เพ็ชรภูมิ. (2562). *พฤติกรรมสุขภาพ : แนวคิด ทฤษฎี และการประยุกต์ใช้.* (พิมพ์ครั้งที่ 3). https://www.ookbee.com

3.3 บทความหรือบทในหนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่งในบท./(ปีพิมพ์)./ชื่อบท./ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บรรณาธิการ),/*ชื่อหนังสือ* (พิมพ์ครั้งที่)./(น./xx-xx)./สำนักพิมพ์

ตัวอย่าง: วัลลภัช สุขสวัสดิ์. (2561). แนวความคิดเรื่องชนชั้นนำทางการเมืองของกีตาโน มอสกากับชนชั้นนำทางการเมืองไทยในยุคมาลานำไทย. ใน วัชรพล ศุภจักรวัฒนา และวัชรพล พุทธรักษา (บ.ก.), *ว่าด้วยทฤษฎีรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ร่วมสมัย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). (น. 47-68). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร.

4. วิทยานิพนธ์

4.1 วิทยานิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อวิทยานิพนธ์*/(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตหรือปริญญาดุษฎีบัณฑิต)./ชื่อมหาวิทยาลัย,/ชื่อคณะ,/ชื่อสาขาวิชา.

ตัวอย่าง: ธีระพันธ์ ชนาพรรณ. (2548). *การจัดการการสื่อสารของคณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอกชนที่มีผลต่อการตัดสินใจเข้าศึกษาต่อระดับปริญญาตรีของนักศึกษาชั้นปีที่ 1*. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน, สาขาการสื่อสารภาครัฐและเอกชน.

4.2 วิทยานิพนธ์จากเว็บไซต์ (ไม่อยู่ในฐานข้อมูลเชิงพาณิชย์)

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง/(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อวิทยานิพนธ์*/(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิตหรือปริญญาดุษฎีบัณฑิต)./ชื่อมหาวิทยาลัย,/ชื่อคณะ,/ชื่อสาขาวิชา. สืบค้นจาก URL.....

ตัวอย่าง: อรทัย จุลสุวรรณรักษ์. (2550). *การค้ามนุษย์ในประเทศไทย.* (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะรัฐศาสตร์. สืบค้นจาก http://tdc.thailis.or.th/tdc/browse.php?option=show&browse_type=title&titleid =164530

5. รายงานการประชุมเชิงวิชาการ

5.1 ในรูปแบบรูปเล่มหนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปี)./*ชื่อบทความ./*ใน/ชื่อบรรณาธิการ/(บ.ก.),/ชื่อหัวข้อการประชุม./ชื่อการประชุม/(น./เลขหน้า)./ฐานข้อมูล.

ตัวอย่าง: จันทร์เอื้อ เชาวน์ฤทธิ์. (2557). *องค์ประกอบการสื่อสารการดำเนินธุรกิจอย่างรับผิดชอบต่อสังคมของธุรกิจพลังงานและสาธารณูปโภค*. ใน วัลลภ รัฐฉัตรานนท์ (บ.ก.), รายงานการประชุม. การประชุมวิชาการบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 5 (น. 3-16). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

5.2 ในรูปแบบวารสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปี)./ชื่อเรื่อง:/ชื่อเรื่องย่อย./*ชื่อวารสาร,/เลขของปีที่*(เลขของฉบับที่),/เลขหน้า./URL

ตัวอย่าง: Chaudhuri, S., & Biswas, A. (2017). External terms-of-trade and labor marketimperfections in developing countries: Theory and evidence. *Proceedings of the Academy of Economics and Economic Education, 20*(1), 11-16. https://search-proquest-com.elibrary.jcu.edu.au/docview/1928612180?accountid=16285

6. เอกสารประกอบการประชุม

บทความหรือบทหนึ่งในหนังสือการประชุม ให้เขียนเช่นเดียวกับบทหนึ่งในหนังสือ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(วัน,/เดือน,/ปี)./เรื่องที่ประชุม./ใน/ชื่อ/(ประธาน),/*ชื่อการประชุม*/[Symposium]./ชื่องานที่จัดประชุม,/สถานที่ประชุม

ตัวอย่าง: สุขเกษม โฆษิตเศรษฐ์, และรัตนา เตียงทิพย์. (2552). การหาโปรตีนในปัสสาวะที่บ่งชี้โรคไตด้วยวิธีโปรติโนมิกส์. ใน ขจร ลักษณ์ชยปกรณ์ (ประธาน), *Changes: New Trends in Medicine. การประชุมวิชาการ คณะแพทยศาสตร์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ประจำปี พ.ศ. 2552* (หน้า 52-59). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

7. รายงาน/การสัมมนา/การอธิบาย

7.1 รายงานที่จัดทำโดยหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่น

รูปแบบ: ชื่อหน่วยงาน./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อเรื่อง*./สำนักพิมพ์./URL(ถ้ามี)

ตัวอย่าง: สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2561). *รายงานประจำปี 2561*. 21 เซ็นจูรี่. https://www.ocsc.go.th/sites/default/files/document/ocsc_annual_report_2561.pdf

7.2 รายงานที่จัดทำโดยผู้เขียนรายบุคคลสังกัดหน่วยงานของรัฐหรือองค์กรอื่น

รูปแบบ: ชื่อ/สกุล./(ปีที่เผยแพร่)./*ชื่อเรื่อง*./สำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง: ชนิตา รักษ์พลเมือง. (2551). *การส่งเสริมทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันการศึกษาของสหรัฐอเมริกา (รายงานการวิจัย).* กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

8. หนังสือพิมพ์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง./(ปี,/วัน/เดือน)./ชื่อคอลัมน์./*ชื่อหนังสือพิมพ์*,/เลขหน้า.

ตัวอย่าง: พงษ์พรรณ บุญเลิศ. (2561, 15 สิงหาคม). เดลินิวส์วาไรตี้: ‘สื่อพิพิธภัณฑ์’เชื่อมยุคสมัยเข้าถึงด้วย ‘มิติใหม่’ อินเทรนด์. *เดลินิวส์*, 4

9. เว็บไซต์

รูปแบบ: ชื่อ-สกุลผู้เขียน./(ปี, วัน/เดือนที่เผยแพร่)./*ชื่อบทความ*./สืบค้นจาก URL.....

ตัวอย่าง: ชาญณรงค์ ราชบัวน้อย. (2552, 15 มีนาคม). *ศัพท์บัญญัติการศึกษา*. สืบค้นจาก http://www.sornor.org/

แหล่งอ้างอิง

1. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวิทย์ จันทร์สุวรรณ. (2565, 1 พฤษภาคม). *การเขียนอ้างอิงแบบ APA 7th*. สืบค้นจาก https://web.rmutp.ac.th/woravith/?page_id=1840

2. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยนเรศวร. (2565, 22 กุมภาพันธ์). *การเขียนบรรณานุกรมรูปแบบ APA 7th*. สืบค้นจาก https://shorturl.asia/wC450

ประเภทบทความที่รับตีพิมพ์ และแบบฟอร์มการเขียนบทความ

1. บทความวิจัย (Research Article) เป็นผลงานที่นำข้อมูลมาจากรายงานการวิจัยมาประมวลหรือสรุปออกมาเป็นองค์ความรู้ในรูปแบบที่นำเสนอให้ผู้ประเมินบทความเข้าใจประเด็นต่าง ๆ เช่น ปัญหาวิจัย วิธีการที่นักวิจัยดำเนินการวิจัย สิ่งที่ค้นพบและความหมายของข้อค้นพบ โดยการเผยแพร่อาจนำเสนอในที่ประชุมทางวิชาการ การประชุมวิชาการระดับชาติ การประชุมวิชาการระดับนานาชาติ วารสารวิชาการระดับชาติ วารสารวิชาการระดับนานาชาติ ซึ่งผลงานวิจัยอาจรวมเป็นเอกสารจากการประชุมวิชาการ หรือการตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารทางวิชาการ โดยการตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิจัยต้องผ่านการตรวจสอบ เนื้อหาสาระและรูปแบบการจัดพิมพ์ให้ได้ตามเกณฑ์มาตรฐานของวารสารหรือคณะกรรมการประเมิน
ซึ่งการเรียงลำดับเนื้อหาในการเขียนบทความวิจัย มีดังนี้

1) ชื่อบทความ (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2) ชื่อผู้เขียน (Author), วุฒิการศึกษาของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3) บทคัดย่อภาษาไทย ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)
4) คำสำคัญภาษาไทย ไม่เกิน 5 คำ
5) บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย
6) คำสำคัญภาษาอังกฤษ (Key words) แปลจากคำสำคัญภาษาไทย
7) สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
8) อีเมลของผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วม
9) ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (Introduction) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องที่ทำและขอบเขตของปัญหาวิจัย
10) วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Objective) ระบุวัตถุประสงค์การวิจัยหรือวัตถุประสงค์เฉพาะที่นำเสนอในบทความวิจัยนี้
11) วิธีดำเนินการวิจัย (Method) อธิบายวิธีการดำเนินการวิจัยในสาระสำคัญที่จำเป็น เช่น ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูล
12) ผลการวิจัย (Results) ผลการวิจัย/ข้อค้นพบ (Result/Finding) แสดงผลที่เกิดขึ้นจากการวิจัยโดยตรง ซึ่งอาจมีภาพประกอบ แผนภูมิ ตาราง หรือการสื่อในลักษณะอื่นๆ ที่เข้าใจได้ง่าย
13) อภิปรายผลการวิจัย (Discussion) อภิปรายปรากฏการณ์ที่เกิดจากผลการดำเนินงานให้เห็นเป็นรูปธรรมได้อย่างไร และอ้างอิงให้เห็นว่าผลการวิจัยดังกล่าวนั้นเหมือนหรือแตกต่างจากผลการวิจัยอื่น ๆ และได้สร้างองค์ความรู้ใหม่ในส่วนใด
14) ข้อเสนอแนะ (Suggestion) แนะนำการไปใช้ และแนะนำเพื่อนำไปต่อยอดการวิจัย

15) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

16) เอกสารอ้างอิง (References) ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association: APA (7th edition)

*หมายเหตุ: ผู้เขียนสามารถเพิ่มเติมหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ เช่น การทบทวนวรรณกรรม การตั้งสมมติฐานการวิจัย ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นต้น และจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม

<u>แบบฟอร์มการเขียนบทความวิจัย</u>

บทความวิจัย (Research Article) เรื่อง
ชื่อบทความภาษาไทย
(ชื่อบทความภาษาอังกฤษ)

(ขนาดตัวอักษร 20 pt. ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ)

*1. ฉลาด มั่นใจ (Chalahd Munjai), น.ด. (LL.D.)**

2. ชื่อผู้เขียนร่วมภาษาไทย (อังกฤษ), ตัวย่อวุฒิการศึกษาภาษาไทย (อังกฤษ)

*(ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย ชื่อผู้เขียนหลักใส่เครื่องหมาย * ไว้ท้ายชื่อ)*

บทคัดย่อ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

คำสำคัญ: ..... , ... , ... , ... , ...

(คำสำคัญภาษาไทยไม่เกิน 5 คำ และใส่เครื่องหมาย , ระหว่างคำ ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ)

Abstract (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

Keywords: ..... , ... , ... , ... , ...

(คำสำคัญภาษาอังกฤษแปลจากคำสำคัญภาษาไทย)

1. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนหลักภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

2. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนร่วมภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

(ขนาดตัวอักษร 14 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย)

1. ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

2. วัตถุประสงค์ของการวิจัย (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

3. วิธีดำเนินการวิจัย (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง (หัวข้อรองขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวหนา)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

3.2 เครื่องมือการวิจัย (หัวข้อรองขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวหนา)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล (หัวข้อรองขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวหนา)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล (หัวข้อรองขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวหนา)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

4. ผลการวิจัย (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

ตารางที่..... ชื่อตารางตาราง..... (ตัวหนา ชิดซ้าย ขนาด 16)

หัวข้อในตาราง (ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	หัวข้อในตาราง (ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)
ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)	ข้อความในตาราง (ตัวปกติ ชิดซ้าย/จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)

รูปที่..... ชื่อรูปภาพ..... รายละเอียด..... (การอ้างอิง (ถ้ามี))

หมายเหตุ: หากเป็นภาพที่มาจากผู้วิจัยให้เขียน “ที่มา : ผู้วิจัย”

(ตัวหนา จัดกึ่งกลาง ขนาด 14)

5. อภิปรายผลการวิจัย (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

6. ข้อเสนอแนะ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

7. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

8. เอกสารอ้างอิง (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

1. ใช้โปรแกรม Microsoft Word ขนาด A4 มีความยาวรวมทุกรายการ จำนวน 10-15 หน้า
   ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด
2. ระยะขอบการพิมพ์บทความ ด้านบน 2.5 ซม. ด้านล่าง 2 ซม. ด้านซ้าย 3 ซม. ด้านขวา 2 ซม.
3. ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK

*หมายเหตุ: ผู้เขียนสามารถเพิ่มเติมหัวข้ออื่นๆ ที่เกี่ยวข้องได้ เช่น การทบทวนวรรณกรรม การตั้งสมมติฐานการวิจัย ขอบเขตการวิจัย กรอบแนวคิดการวิจัย เป็นต้น และจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม

2. บทความวิชาการ (Academic Article) เป็นงานเขียนขนาดสั้น ซึ่งมีการกำหนดประเด็นที่ชัดเจน โดยผู้เขียนเรียบเรียงจากผลงานทางวิชาการของตนเอง หรือของผู้อื่นในลักษณะที่เป็นการวิเคราะห์ วิจารณ์ หรือเสนอแนวความคิดใหม่ ๆ จากพื้นฐานทางวิชาการนั้น ๆ บทความทางวิชาการที่เผยแพร่โดยทั่วไป ซึ่งการเรียงลำดับเนื้อหาในการเขียนบทความวิชาการ มีดังนี้

1) ชื่อบทความ (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2) ชื่อผู้เขียน (Author), วุฒิการศึกษาของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3) บทคัดย่อภาษาไทย ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)
4) คำสำคัญภาษาไทย ไม่เกิน 5 คำ
5) บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย
6) คำสำคัญภาษาอังกฤษ (Key words) แปลจากคำสำคัญภาษาไทย
7) สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
8) อีเมลของผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วม
9) บทนำ (Introduction) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญและวัตถุประสงค์ของเรื่องที่ทำ
10) เนื้อหาสาระ (Content) ผู้เขียนสามารถเพิ่มหัวข้อของเนื้อหาได้ โดยวางโครงสร้างของเนื้อหาที่จะนำเสนอ และจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม
11) บทสรุป (Conclude)
12) เอกสารอ้างอิง (References) ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association: APA (7th edition)

แบบฟอร์มการเขียนบทความวิชาการ

บทความวิชาการ (Academic Article) เรื่อง
ชื่อบทความภาษาไทย
(ชื่อบทความภาษาอังกฤษ)

(ขนาดตัวอักษร 20 pt. ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ)

*1. ฉลาด มั่นใจ (Chalahd Munjai), น.ด. (LL.D.)**

2. ชื่อผู้เขียนร่วมภาษาไทย (อังกฤษ), ตัวย่อวุฒิการศึกษาภาษาไทย (อังกฤษ)

*(ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย ชื่อผู้เขียนหลักใส่เครื่องหมาย * ไว้ท้ายชื่อ)*

บทคัดย่อ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

คำสำคัญ: ..... , ... , ... , ... , ...

(คำสำคัญภาษาไทยไม่เกิน 5 คำ และใส่เครื่องหมาย , ระหว่างคำ ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ)

Abstract (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

Keywords: ..... , ... , ... , ... , ...

(คำสำคัญภาษาอังกฤษแปลจากคำสำคัญภาษาไทย)

1. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนหลักภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

2. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนร่วมภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

(ขนาดตัวอักษร 14 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย)

1. บทนำ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

2. เนื้อหา (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *ผู้เขียนสามารถเพิ่มหัวข้อของเนื้อหาได้ โดยวางโครงสร้างของเนื้อหาที่จะนำเสนอ และจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

3. บทสรุป (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

4. เอกสารอ้างอิง (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

1. ใช้โปรแกรม Microsoft Word ขนาด A4 มีความยาวรวมทุกรายการ จำนวน 10-15 หน้า ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด
2. ระยะขอบการพิมพ์บทความ ด้านบน 2.5 ซม. ด้านล่าง 2 ซม. ด้านซ้าย 3 ซม. ด้านขวา 2 ซม.
3. ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK

3. บทความปริทัศน์ (Review Article) เป็นการสำรวจงานวิจัยที่มีอยู่แล้ว เป็นบทความที่ให้ข้อมูลแก่ผู้อ่านบทความ แสดงความเป็นมา อภิปราย และชี้แนวทางการทำวิจัยที่ควรจะเกิดขึ้น บทความที่เรียบเรียงต้องมีการวิเคราะห์ วิจารณ์ เปรียบเทียบกับวรรณกรรมที่มีการดำเนินการมาแล้ว ทำให้เกิดการพัฒนาต่อยอดเป็นองค์ความรู้ใหม่ และมีประโยชน์ต่อวงวิชาการ ซึ่งการเรียงลำดับเนื้อหาในการเขียนบทความปริทัศน์ มีดังนี้

1) ชื่อบทความ (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2) ชื่อผู้เขียน (Author), วุฒิการศึกษาของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3) บทคัดย่อภาษาไทย ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)
4) บทคัดย่อภาษาอังกฤษ (Abstract) แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย
5) สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
6) อีเมลของผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วม
7) บทนำ (Introduction) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเรื่องที่ทำ
8) เนื้อหาสาระ (Content) ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวในเรื่องหัวข้อ ขึ้นอยู่กับผู้เขียนจะนำเสนอและจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม ผู้เขียนสามารถนำข้อมูล ข้อคิดเห็นของผู้อื่นมานำเสนอในรูปแบบใหม่โดยไม่คัดลอกหรือดัดแปลง
9) บทสรุป (Conclude)
10) เอกสารอ้างอิง (References) ให้เขียนเอกสารอ้างอิงตามรูปแบบ American Psychological Association: APA (7th edition)

แบบฟอร์มการเขียนบทความปริทัศน์

บทความปริทัศน์ (Review Article) เรื่อง
ชื่อบทความภาษาไทย
(ชื่อบทความภาษาอังกฤษ)

(ขนาดตัวอักษร 20 pt. ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ)

*1. ฉลาด มั่นใจ (Chalahd Munjai), น.ด. (LL.D.)**

2. ชื่อผู้เขียนร่วมภาษาไทย (อังกฤษ), ตัวย่อวุฒิการศึกษาภาษาไทย (อังกฤษ)

*(ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย ชื่อผู้เขียนหลักใส่เครื่องหมาย * ไว้ท้ายชื่อ)*

บทคัดย่อ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *ความยาว 15-20 บรรทัด (300-350 คำ)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

Abstract (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *แปลจากบทคัดย่อภาษาไทย

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

1. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนหลักภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

2. สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนร่วมภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

(ขนาดตัวอักษร 14 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย)

1. บทนำ (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

2. เนื้อหา (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย) *ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัวในเรื่องหัวข้อ ขึ้นอยู่กับผู้เขียนจะนำเสนอและจัดลำดับเนื้อหาให้เหมาะสม ผู้เขียนสามารถนำข้อมูล ข้อคิดเห็นของผู้อื่นมานำเสนอในรูปแบบใหม่โดยไม่คัดลอกหรือดัดแปลง

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

3. บทสรุป (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

4. เอกสารอ้างอิง (หัวข้อหลักขนาดตัวอักษร 18 pt. ตัวหนา ชิดซ้าย)

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

....

1. ใช้โปรแกรม Microsoft Word ขนาด A4 มีความยาวรวมทุกรายการ จำนวน 10-15 หน้า ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด
2. ระยะขอบการพิมพ์บทความ ด้านบน 2.5 ซม. ด้านล่าง 2 ซม. ด้านซ้าย 3 ซม. ด้านขวา 2 ซม.
3. ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK

4. บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เป็นการค้นหาข้อดีและข้อไม่ดีของเรื่องที่จะวิจารณ์ ชี้ให้เห็นข้อบกพร่อง พร้อมทั้งเสนอแนวทางแก้ไขให้ดีขึ้น เป็นการวิจารณ์เพื่อสร้างสรรค์ เป็นการถ่ายทอดความคิดเห็น ชี้จุดเด่น จุดด้อยตลอดจนความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งต่าง ๆ อย่างสมเหตุสมผล เช่น ผลงานด้านศิลปกรรม งานวรรณกรรม ข่าวสารบ้านเมือง เหตุการณ์ในสังคม เรื่องราวของบุคคล เป็นต้น มีข้อมูลสนับสนุนความคิดเห็นอย่างตรงไปตรงมา ไม่มีอคติต่อสิ่งที่วิจารณ์ ดังนั้น ผู้วิจารณ์ต้องมีความรู้ความสามารถเกี่ยวกับเรื่องที่วิจารณ์เป็นอย่างดี จะต้องรู้ว่าเป็นหนังสือประเภทใด ใครเป็นผู้แต่ง มีเนื้อเรื่อง วิธีการแต่ง การใช้ภาษาเป็นอย่างไร แล้วจึงสามารถวินิจฉัยคุณค่าของสิ่งที่จะวิจารณ์ได้ว่าดีหรือไม่อย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประเมินบทความในการตัดสินใจ เลือกชม เลือกอ่านสิ่งนั้น ซึ่งการเรียงลำดับเนื้อหาในการเขียนบทวิจารณ์หนังสือ มีดังนี้

1) ชื่อบทความ (Title) ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
2) ชื่อผู้เขียน (Author), วุฒิการศึกษาของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
3) สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนแต่ละคน ต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
4) อีเมลของผู้เขียนหลักและผู้เขียนร่วม
5) ข้อมูลหนังสือที่จะวิจารณ์ ได้แก่ ภาพปกหนังสือ ชื่อหนังสือหรือชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง สำนักพิมพ์ หน้าที่ขอเนื้อหาที่วิจารณ์
6) บทนำหรือประเด็นที่จะวิจารณ์ (Lead or Issue) เป็นการเขียนนำเกี่ยวกับเรื่องที่จะวิจารณ์ เช่น ถ้าเป็นการวิจารณ์วรรณคดี ต้องบอกชื่อวรรณคดี ผู้แต่ง ประเภท ความเป็นมาของเรื่อง และอาจเขียนอธิบายและจูงใจที่ทำให้ผู้วิจารณ์สนใจวรรณคดีเรื่องนี้
7) เนื้อหาสาระ (Content) เป็นส่วนแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดในการวิจารณ์ โดยนำเสนอจุดเด่น และจุดบกพร่องของเรื่องอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล ถ้าประเด็นในการวิจารณ์มีหลายประเด็นควรนำเสนอตามลำดับ เพื่อให้ผู้ประเมินบทความบทวิจารณ์เข้าใจง่ายไม่สับสน ในกรณีที่วรรณคดีหรือวรรณกรรมเรื่องนั้นมีจุดเด่นและจุดด้อย ควรเขียนถึงจุดเด่นก่อนแล้วจึงกล่าวถึงจุดด้อย เพื่อให้เกียรติผู้เขียน และแสดงให้เห็นว่าการวิจารณ์คือการสร้างสรรค์ไม่ใช่การทำลาย
8) บทสรุป (Conclude) เป็นย่อหน้าสุดท้ายของบทวิจารณ์ เป็นการเขียนสรุปความคิดทั้งหมดที่วิจารณ์และให้แง่คิด หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประเมินบทความ นอกจากนี้บทสรุปยังช่วยให้ผู้ประเมินบทความได้ทบทวนประเด็นสำคัญของเรื่องและความคิดสำคัญของผู้วิจารณ์ แม้ว่าผู้ประเมินบทความอาจจะไม่ได้อ่านบทวิจารณ์ทั้งบท แต่ได้อ่านบทสรุปก็สามารถทราบเรื่องของวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่นำมาวิจารณ์ รวมทั้งความคิดเห็นของผู้วิจารณ์ที่มีต่อวรรณคดีหรือวรรณกรรมเรื่องนั้นได้

<u>แบบฟอร์มการเขียนบทวิจารณ์หนังสือ</u>

บทวิจารณ์หนังสือ (Book Review) เรื่อง
ชื่อบทความภาษาไทย
(ชื่อบทความภาษาอังกฤษ)

(ขนาดตัวอักษร 20 pt. ตัวหนา จัดไว้กลางหน้ากระดาษ)

*โดย 1. ฉลาด มั่นใจ (Chalahd Munjai), น.ด. (LL.D.)**

สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนหลักภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

2. ชื่อผู้เขียนร่วมภาษาไทย (อังกฤษ), ตัวย่อวุฒิการศึกษาภาษาไทย (อังกฤษ)

สังกัด/หน่วยงานของผู้เขียนร่วมภาษาไทย (ภาษาอังกฤษ)

E-mail:

(ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวเอน ชิดซ้าย ชื่อผู้เขียนหลักใส่เครื่องหมาย * ไว้ท้ายชื่อ)

ภาพหน้าปก
หนังสือที่วิจารณ์

ชื่อหนังสือหรือชื่อเรื่อง: .....
ชื่อผู้แต่ง: .....
สำนักพิมพ์: .....
หน้าที่: .....

(ข้อมูลหนังสือที่จะวิจารณ์ ขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ ชิดซ้าย)

บทนำหรือประเด็นที่จะวิจารณ์ (Lead or Issue) เป็นการเขียนนำเกี่ยวกับเรื่องที่จะวิจารณ์ เช่น ถ้าเป็นการวิจารณ์วรรณคดี ต้องบอกชื่อวรรณคดี ผู้แต่ง ประเภท ความเป็นมาของเรื่อง และอาจเขียนอธิบายและจูงใจที่ทำให้ผู้วิจารณ์สนใจวรรณคดีเรื่องนี้

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

เนื้อหาสาระ (Content) เป็นส่วนแสดงความคิดเห็นและรายละเอียดในการวิจารณ์ โดยนำเสนอจุดเด่น และจุดบกพร่องของเรื่องอย่างมีหลักเกณฑ์และมีเหตุผล ถ้าประเด็นในการวิจารณ์มีหลายประเด็นควรนำเสนอตามลำดับ เพื่อให้ผู้ประเมินบทความบทวิจารณ์เข้าใจง่ายไม่สับสน ในกรณีที่วรรณคดีหรือวรรณกรรมเรื่องนั้นมีจุดเด่นและจุดด้อย ควรเขียนถึงจุดเด่นก่อนแล้วจึงกล่าวถึงจุดด้อย เพื่อให้เกียรติผู้เขียน และแสดงให้เห็นว่าการวิจารณ์คือการสร้างสรรค์ไม่ใช่การทำลาย

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

บทสรุป (Conclude) เป็นย่อหน้าสุดท้ายของบทวิจารณ์ เป็นการเขียนสรุปความคิดทั้งหมดที่วิจารณ์และให้แง่คิด หรือข้อสังเกตที่เป็นประโยชน์ต่อผู้ประเมินบทความ นอกจากนี้บทสรุปยังช่วยให้ผู้ประเมินบทความได้ทบทวนประเด็นสำคัญของเรื่องและความคิดสำคัญของผู้วิจารณ์ แม้ว่าผู้ประเมินบทความอาจจะไม่ได้อ่านบทวิจารณ์ทั้งบท แต่ได้อ่านบทสรุปก็สามารถทราบเรื่องของวรรณคดีหรือวรรณกรรมที่นำมาวิจารณ์รวมทั้งความคิดเห็นของผู้วิจารณ์ที่มีต่อวรรณคดีหรือวรรณกรรมเรื่องนั้นได้

..... (เนื้อหาขนาดตัวอักษร 16 pt. ตัวปกติ) .....

.....

1. ใช้โปรแกรม Microsoft Word ขนาด A4 มีความยาวรวมทุกรายการ จำนวน 10-15 หน้า ระยะห่างระหว่างบรรทัด 1 บรรทัด
2. ระยะขอบการพิมพ์บทความ ด้านบน 2.5 ซม. ด้านล่าง 2 ซม. ด้านซ้าย 3 ซม. ด้านขวา 2 ซม.
3. ใช้แบบอักษร TH SarabunPSK

แบบฟอร์มส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

เรียน บรรณาธิการ

ชื่อผู้เขียนหลัก ข้าพเจ้า (นาย/นาง/นางสาว) .....

ตำแหน่งทางวิชาการ .....

สังกัด/หน่วยงาน.....

ที่อยู่ในการติดต่อ/ที่อยู่หน่วยงาน .....

.....

เบอร์โทรศัพท์ ..... **อีเมล** .....

ขอส่ง ❑ บทความวิจัย (Research article) ❑ บทความปริทัศน์ (Review article)

❑ บทความวิชาการ (Academic article) ❑ บทวิจารณ์หนังสือ (Book review)

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย) .....

.....

ชื่อเรื่อง (ภาษาอังกฤษ) .....

.....

ชื่อผู้เขียนร่วม ได้แก่ .....

.....

สถานภาพผู้ส่งบทความ

1. ❑ อาจารย์ ❑ ภายในมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
2. ❑ อาจารย์ ❑ ภายนอกมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล คณะ..... สถาบัน.....
3. ❑ นักศึกษา ❑ ปริญญาเอก ❑ ปริญญาโท ❑ปริญญาตรี

หลักสูตร..... คณะ..... สถาบัน.....

โปรดชี้แจง ❑ บทความนี้ไม่เคยตีพิมพ์ หรืออยู่ระหว่างการเสนอตีพิมพ์ หรือเผยแพร่ในวารสารใดมาก่อน

❑ บทความนี้ไม่อยู่ระหว่างกระบวนการเพื่อพิจารณาตีพิมพ์ ในวารสารหรือแหล่งเผยแพร่อื่นทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ หากมีการตรวจพบข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบจากการดำเนินการของวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) แต่เพียงผู้เดียว

❑ หากข้าพเจ้าประสงค์ขอยกเลิกบทความ ข้าพเจ้ายินดีรับผิดชอบค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้น

❑ เนื้อหา รูปภาพ ข้อความ ข้อมูล เนื้อหา บทสัมภาษณ์ ฯลฯ ทั้งหมดที่แสดงไว้ในบทความ ข้าพเจ้าได้ทำการอ้างอิงแหล่งที่มาของข้อมูลไว้ในบทความ หากเกิดการฟ้องร้องเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์ หรือฟ้องร้องในเรื่องใด ข้าพเจ้าขอรับผิดชอบแต่เพียงผู้เดียว

❑ บทความนี้ไม่ได้ใช้ตัวช่วย (AI) ในการเขียนบทความ

❑ บทความนี้ใช้ (AI) เป็นตัวช่วยในการเขียนบทความ โดยระบุและแนบสัดส่วนในการใช้ ..... (แนบเอกสารประกอบ)

❑ บทความนี้ผ่านการตรวจสอบอักขราวิสุทธิ์แล้วว่ามีความซ้ำซ้อนกับผลงานของผู้อื่นไม่เกิน 25% โดยมีความซ้ำซ้อนของผลงานอยู่ที่ ..... % (แนบเอกสารประกอบ)

❑ บทความนี้มีการขอรับการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (แนบเอกสารประกอบ)

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้เป็นผลงานของข้าพเจ้าที่ไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน และข้าพเจ้ายินยอมให้ตีพิมพ์ลงในวารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล (มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์) หากมีการละเมิดลิขสิทธิ์ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้ส่งบทความโดยตรง โดยลิขสิทธิ์ของบทความจะเป็นของวารสารหากได้รับการตอบรับตีพิมพ์ ทั้งนี้ ข้าพเจ้าได้แนบบทความต้นฉบับมาพร้อมด้วย

ลงนาม.....

(.....)

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. .....

<u>กรณีบทความในระดับบัณฑิตศึกษา</u>

อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ได้ตรวจสอบเนื้อหาของบทความแล้ว โดยขอรับรองว่าข้อมูลในบทความนี้มีความถูกต้อง สมบูรณ์ ตรงตามหลักวิชาการ โดยเนื้อหาในบทความนี้

❑ เป็นองค์รวมทั้งหมดของดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ที่นักศึกษาจัดทำ

❑ เป็นบางส่วนของดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ที่นักศึกษาจัดทำ

และมีความเห็นว่า เห็นควรให้นำบทความนี้เข้าเสนอ เพื่อขอตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสาร

ลงชื่อ.....

(.....)

อาจารย์ที่ปรึกษาดุษฎีนิพนธ์/วิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์

วันที่ ..... เดือน ..... พ.ศ. .....

วารสารมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล

(มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์)

Journal of Vongchavalitkul University (Humanities and Social Sciences)