



ISSN 2286-8658 (Print) ISSN 2672-9598 (Online)

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

Lampang Rajabhat University Journal

ปีที่ 14 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2568

Volume 14 No.2 July - December 2025

สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

119 ถ.ลำปาง-แม่ทะ ต.ชมพู อ.เมือง จ.ลำปาง 52100

โทรศัพท์ 054-237399 ต่อ 3832 มือถือ 083-1563928

โทรสาร 054-241038

<http://www.rsc.lpru.ac.th>

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง (Lampang Rajabhat University Journal)

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ISSN 2286-8658 (Print) ISSN 2672-9598 (Online)
เป็นวารสารระดับชาติที่ทุกบทความได้รับการกลั่นกรองจากคณะกรรมการ (Peer Review) ซึ่งเป็น
ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง อย่างน้อยบทความละ 3 ท่าน

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่บทความวิจัยหรือบทความวิชาการที่เป็นองค์ความรู้ทางด้าน
มนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และสาขาที่เกี่ยวข้องของคณาจารย์ นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการอิสระ
เพื่อนำไปสู่ประโยชน์ต่อบุคคล สังคมและประเทศชาติ โดยครอบคลุมสาขานิติศาสตร์ รัฐศาสตร์
ด้านการเมืองการปกครอง รัฐประศาสนศาสตร์ มนุษยศาสตร์ด้าน ภาษาไทย ภาษาจีน
และภาษาต่างประเทศ ดนตรี สังคมศึกษา การพัฒนาชุมชน ศิลปะและการออกแบบ บริหารธุรกิจ
ด้านการจัดการ การตลาด บัญชี คอมพิวเตอร์ธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ การเงินการธนาคาร
ธุรกิจ อสังหาริมทรัพย์ ธุรกิจต่างประเทศ และการจัดการโลจิสติกส์ ครุศาสตร์ ด้านเทคโนโลยี
การศึกษา การบริหารการศึกษา การศึกษาปฐมวัย จิตวิทยาการศึกษาและการแนะแนว หลักสูตร
และการสอน วัดและประเมินผลทางการศึกษา ศิลปศาสตร์ ด้านนิเทศศาสตร์ และการท่องเที่ยว
 เป็นต้น

กำหนดการเผยแพร่

ปีละ 2 ฉบับ (ราย 6 เดือน)

ฉบับที่ 1 เดือน มกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม-ธันวาคม

กำหนดปิดรับต้นฉบับ

ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน) กำหนดออกเดือนมิถุนายน ปิดรับ 30 ธันวาคม

ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม-ธันวาคม) กำหนดออกเดือนธันวาคม ปิดรับ 30 มิถุนายน

ที่ปรึกษา

อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

รองอธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์อติมา

คุณยศยิ่ง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปณตนันท์

เถียรประภากุล

กองบรรณาธิการ : (ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก Peer Review)

ศ.เกียรติคุณ ดร.มนัส สุวรรณ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	รศ.ยุพิน จันทร์เรือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ศ.กิตติคุณ ดร.วัลลภา เทพหัสดิน ณ อยุธยา		รศ.เอนก ชิตเกษร	มหาวิทยาลัยพายัพ
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต		ผศ.ดร.กมลทิพย์ คำใจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
ศ.ดร.อนุรักษ์ ปัญญาวัฒน์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผศ.ดร.กุลวรา สุวรรณพิมพ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต
ศ.ดร.อานันท์ กาญจนพันธุ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผศ.ดร.เกศริน มนูญผล	
ศ.ดร.กนกอร สมปราชญ์	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	
ศ.ดร.เมฆม สอดส่องกฤษ	มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี	ผศ.ดร.ชูศรี สุวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รศ.ดร.กรกาญจน์ อรุณรัตน์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	รศ.ดร.นฤนาถ ศรภักยานิช	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รศ.ดร.กิตติมา ปรีดีติลล	สำนักงานการศึกษาเอกชน	รศ.ดร.ธนวิทย์ บุตรอุดม	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รศ.ดร.เกียรติสุดา ศรีสุข	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผศ.ดร.บัญญัติ ชำนาญกิจ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
รศ.ดร.ฉัตรนภา พรหมมา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	ผศ.ดร.บุษยากร ตีระพุดติกุลชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
รศ.ดร.ชัยวัฒน์ สุทธิรัตน์	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์	รศ.ดร.ประเสริฐ อินทร์รักษ์	มหาวิทยาลัยศิลปากร
รศ.ดร.ชูชีพ พุทธประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	ผศ.ดร.ปานฉัตร อาการักษ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รศ.ดร.นิตยา สุวรรณศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์	ผศ.ดร.มลิลย์ สมศักดิ์	
รศ.ดร.ปรมัตถ์ คำเอก	มหาวิทยาลัยศิลปากร	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช	
รศ.ดร.กรไชย พรหมสักร	มหาวิทยาลัยนครพนม	รศ.ดร.รัศมี ดันเจริญ	
รศ.ดร.ประจักษ์ สายแสง	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา	
รศ.ดร.ปราโมทย์ จันทร์เรือง	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี	ผศ.ดร.วรรณรัตน์ ใจจนวิเชียร	มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
รศ.ดร.ปาริย์ ผลประเสริฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	ผศ.ดร.วัชรีย์ ร่วมคิด	มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
รศ.ดร.พิทยาภรณ์ มานะจติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่	ผศ.ดร.วิไลวรรณ วิชาจักษณกุล	มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
รศ.ดร.พิมพ์พันธ์ เดชคุปต์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	รศ.ดร.วีระ เลิศสมพร	มหาวิทยาลัยพะเยา
รศ.ดร.เพ็ญพิศุทธิ์ ใจสนิท	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย	รศ.ดร.ศุภวรรณ เล็กวิไล	มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
รศ.ดร.มนตรี พิริยะกุล	มหาวิทยาลัยรามคำแหง	ผศ.ดร.สมบัติ เวชกามา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
รศ.ดร.ยุพร ริมชลการ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม	ผศ.ดร.สมาน พูแสง	เกษียณอายุราชการ
รศ.ดร.สนม ครุฑเมือง	มหาวิทยาลัยนครสวรรค์	ผศ.ดร.สิทธิชัย สาเอี่ยม	มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
รศ.ดร.สมคิด พรมจัย	มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาราช	รศ.ดร.สุนทรพจน์ ดำรงค์พานิช	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รศ.ดร.สุกัญญา เอ็มอัมธรรม	มหาวิทยาลัยขอนแก่น	รศ.ดร.เสกสรรค์ แยมพินิจ	
รศ.ดร.สิริโฉม พิเชษฐบุญเกียรติ		มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี	
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงราย		รศ.ดร.อรุณี หงษ์ศิริวัฒนา	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รศ.ดร.อินดา ศิริวรรณ		ผศ.ดร.อิราวัฒน์ ชมระกา	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณ์ราชวิทยาลัย		ผศ.ดร.อุดม คำขาด	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
รศ.ดร.จำเนียร บุญมาก	มหาวิทยาลัยแม่โจ้	รศ.ดร.อุไรวรรณ หาญวงศ์	มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กองบรรณาธิการ : (ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน Peer Review)

รศ.ดร. บุญเหลือ	ใจมโน	ผศ.ดร. ณัฐนันท์	รัฐยาปราโมทย์
รศ.ดร. ปองปรารถน์	สุนทรเกสัช	ผศ.ดร. ชูติกานต์	รักธรรม
รศ.ดร. พรชนก	ทองลาด	ผศ.ดร. นภาพรรม	เนตรประดิษฐ์
รศ.ดร. ไพฑูรย์	อินตะขัน	ผศ.ดร. ธนกร	สิริสุคันธา
รศ.ดร. พิสิษฐ์	ฉอน บัวนก	ผศ.ดร. ปราโมทย์	พรหมขันธ
รศ.ดร. อัมเรศ	เนตาสีห์	ผศ.ดร. ปารธนา	โกวิทยางกูร
รศ. พฤกษา	เครือแสง	ผศ.ดร. วิยดา	แหลมตะกวด
รศ. สมชาย	เมืองมูล	ผศ.ดร. อนุรักษ์	อาทิตย์กวัน

บทบรรณาธิการ

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ดำเนินการมาเป็นปีที่ 14 ฉบับที่ 2 กรกฎาคม – ธันวาคม 2568 โดยยังคงมุ่งมั่นที่จะเป็นสื่อกลางการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการที่ครอบคลุมศาสตร์ด้านมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ ของอาจารย์ นักวิจัย นักศึกษา ตลอดจนนักวิชาการ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี ทั้งนี้เพื่อส่งเสริมการถ่ายทอดองค์ความรู้แก่ผู้ที่สนใจและการใช้ประโยชน์ของบุคคล สังคม ท้องถิ่นและประเทศชาติต่อไป

ภายในวารสารฉบับนี้ ประกอบด้วยบทความจำนวนทั้งสิ้น 6 บทความ จำแนกเป็นบทความวิจัยจำนวน 5 บทความ บทความวิชาการ จำนวน 1 บทความ เนื้อหาโดยรวมของบทความสะท้อนถึงผลการวิจัยหรือมุมมองที่เกี่ยวข้องกับ การศึกษา การตลาด การเงิน – การบัญชี กฎหมาย การสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีสารสนเทศและคุณภาพชีวิต

กองบรรณาธิการวารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี หวังเป็นอย่างยิ่งว่า ผู้อ่าน นักวิจัย นักศึกษา นักวิชาการ หรือผู้สนใจทั่วไป จะได้รับข้อมูลทางวิชาการที่เป็นประโยชน์จากวารสารฉบับนี้ ท้ายนี้ ขอขอบคุณผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องจากทุกฝ่าย ที่ทำให้วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณีสามารถดำเนินการมาอย่างต่อเนื่องและพร้อมที่จะพัฒนาสู่วารสารที่มีคุณภาพสูงขึ้นต่อไป

รองศาสตราจารย์อิติมา คุณยศยิ่ง

บรรณาธิการ

สารบัญ

หน้า

บทความวิจัย

- | | | | |
|----|---|---------------------|----|
| 1. | การจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษา
แลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร | ชฎาพร โชติธรรมาภรณ์ | 1 |
| 2. | กลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกล
ผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก
กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา
เชียงใหม่ เขต 2 | ณัฐณิชา จอมชั้นเงิน | 14 |
| 3. | ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและ
เครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภค
ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร | ปุณิกา โทพิลา | 27 |
| 4. | นวัตกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทาง
วัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมือง
โบราณกำแพงเพชร | รัชนีวรรณ บุญอนันต์ | 39 |
| 5. | ศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับ
ราคาหลักทรัพย์จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์
แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 | วิภาวดี คุณวงศ์ | 51 |

บทความวิชาการ

- | | | | |
|----|--|---------------|----|
| 6. | Digital Marketing for Tourism in the AI Era:
Strategies, Theoretical Foundations, and
Practical Implications | Pankaj Gurung | 62 |
|----|--|---------------|----|

CONTENTS

		Page
Research Articles		
1.	Management Model for Professional Experience Training for Exchange students, Kamphaeng Phet Rajabhat University	<i>Chadaporn Chotiradapa</i> 1
2.	Mechanism of Distance Learning Television Management in Small-Sized Schools in the San Sai 1 Educational Quality Development Network under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 2	<i>Nutnicha Jomkhanngaeon</i> 14
3.	Factors Influencing Consumers' Decision to Purchase Food and Beverages Through Automatic Vending Machines in Bangna District. Bangkok	<i>Punniga Topila</i> 27
4.	Innovation Management and Value Creation of Cultural Heritage To Support Tourism in the Ancient City of Kamphaeng Phet	<i>Ratchaneewan Boonanont</i> 39
5.	The Relationship of Financial Ratios to Securities Prices Listed in the Stock Exchange of Thailand SET 100	<i>Wipawadee Koonwong</i> 51
Academic Article		
6.	Digital Marketing for Tourism in the AI Era: Strategies, Theoretical Foundations, and Practical Implications	<i>Pankaj Gurung</i> 62

**การจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาแลกเปลี่ยน
มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
Management Model for Professional Experience Training
for Exchange students, Kamphaeng Phet Rajabhat University**

ชฎาพร โชติธราภรณ์^{1*} และสุวิทย์ วงษ์บุญมาก²

(Chadaporn Chotiradapa^{1*} and Suwit Wongboonmak²)

^{1*}งานวิเทศสัมพันธ์และกิจการอาเซียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

²สาขาบรรณารักษศาสตร์และสารนิเทศศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{1*}Office of International Affairs and ASEAN Affairs, Kamphaeng Phet Rajabhat University,

²Department of Library Science and Information Studies, Faculty of Humanities and Social
Sciences, Kamphaeng Phet Rajabhat University

อีเมลผู้แต่งหลัก : chotirada@gmail.com เบอร์โทร : 06 3361 9542

วันที่รับบทความ 11 มีนาคม 2568

Received: Mar. 11, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 28 ตุลาคม 2568

Revised: Oct. 28, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 31 ตุลาคม 2568

Accepted: Oct. 31, 2025

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาแลกเปลี่ยน และ 2) พัฒนาแนวทางการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี โดยการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นการสัมภาษณ์เชิงลึกที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 15 คน และการสนทนากลุ่มเฉพาะที่คัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจงจำนวน 12 คน และการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพโดยเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 17 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) สภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านการวางแผน ด้านดำเนินการตามแผน ด้านการตรวจสอบ และด้านการปรับปรุงแผนการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยมีการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพพร้อมกันทั้ง 3 ฝ่าย คือ มหาวิทยาลัย โปรแกรมวิชา นักศึกษา และหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย 2) แนวทางการพัฒนาการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน พบว่า 1) ด้านการวางแผนการจัดประสบการณ์วิชาชีพ มหาวิทยาลัยต้องจัดประชุมร่วมกับหน่วยฝึกงาน การเตรียมความพร้อม การดำเนินการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร 2) ด้านการดำเนินการตามแผน ต้องมีการกำหนดวิธีการฝึก การประชุมเตรียมความพร้อมการฝึก การจัดการภาระงานและกิจกรรมที่เหมาะสม 3) ด้านการตรวจสอบการจัดฝึก ต้องมีการประชุมแต่ละส่วนงานอย่างต่อเนื่อง การส่งมอบข้อมูล การเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุง และ 4) การปรับปรุงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ต้องทำแผนการนิเทศที่ชัดเจน การทบทวนแผนการฝึก การเชิญตัวแทนนักศึกษามาเล่าประสบการณ์การฝึก และการจัดให้มีการยกย่องหรือให้รางวัลแก่นักศึกษาหรือพี่เลี้ยงที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพดีเด่น

คำสำคัญ: การฝึกประสบการณ์วิชาชีพ; นักศึกษาแลกเปลี่ยน; หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ; มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร; PDCA Cycle

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study the management conditions of professional experience training; 2) to find a management for professional experience training; and 3) to evaluate the management for professional experience training of exchange students at Kamphaeng Phet Rajabhat University. It was mixed methods research. For qualitative research, in-depth interviews were conducted with purposive sampling, 15 people, using a semi-structured interview form and focus group discussions with purposive sampling, 12 people. In terms of quantitative research, correctness by experts who specifically selected and cooperated in the research, a total of 17 persons.

The results of the research found that 1) professional experience training was divided into 4 areas: data analysis for organizing training; preparation of training plans, preparation before training and conducting training, supervising, following up, supervising the training. In summary, it will be carried out jointly by all 3 parties: educational institutions, students, and business establishments; 2) development of a professional experience training management model found that 1) planning for professional experience training, university should meet with internship units, meeting according to the plan with 3 parts, preparing and internship according to the cultural organization. 2) In terms of implementing the professional experience training plan, there must be a determination of the training method, training preparation meetings, appropriate workload and activity management, as well as the location, tools, and budget for the professional experience training. 3) In terms of monitoring the professional experience training arrangement, there must be continuous meetings of each department, information submission, meeting arrangements according to standards, performance of assigned duties, openness to feedback and suggestions for improving the plan, and 4) Improving professional training should include a clear supervision plan, reviewing training plans, inviting student representatives to share their training experiences, and organizing recognition or rewards for outstanding students or mentors who have performed professional training.

Keywords: Professional; Experience Training; Exchange Students; Training Department; Kamphaeng Phet Rajabhat University; PDCA Cycle

บทนำ

การฝึกประสบการณ์วิชาชีพถือเป็นกระบวนการสำคัญในระบบอุดมศึกษาทั่วโลก โดยมุ่งเน้นให้นักศึกษาได้เรียนรู้จากสถานการณ์จริง และเตรียมความพร้อมในการเข้าสู่ตลาดแรงงานอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งการฝึกงานในบริบทต่างประเทศหรือองค์กรความร่วมมือระหว่างประเทศถือเป็นโอกาสสำคัญในการเปิดโลกทัศน์ เรียนรู้วัฒนธรรมใหม่ ๆ ซึ่งเป็นประสบการณ์อันทรงคุณค่าทั้งในด้านวิชาชีพและการพัฒนาตนเอง อันเป็นรากฐานของการเป็นพลเมืองโลก (Global Citizenship) และเป็นคุณลักษณะที่ตลาดแรงงานในศตวรรษที่ 21 ให้ความสำคัญอย่างมาก (UNESCO, 2021) โดยเฉพาะการฝึกฝน Soft Skills ด้านการทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหา และการปรับตัวในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยจากรายงานของ World Economic Forum ทักษะที่เป็นที่ต้องการของตลาดโลกมากที่สุดไม่ได้จำกัดอยู่ที่ทักษะทางเทคนิค แต่รวมถึงทักษะการคิดวิเคราะห์ ความยืดหยุ่นทางอารมณ์ และความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคคลหลากหลายวัฒนธรรม ซึ่งสามารถพัฒนาได้จากการฝึกงานในบริบทสากล ดังนั้น การฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน จึงช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทั้งในระดับบุคคลและระดับประเทศ (World Economic Forum, 2023) นอกจากนี้ การฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษายังช่วยพัฒนาทักษะความเป็นผู้นำ ความรับผิดชอบ และการตัดสินใจที่มีจริยธรรมในบริบทที่มีความซับซ้อน นักศึกษาที่ผ่านการฝึกงานในต่างประเทศมักมีทัศนคติที่เปิดกว้าง ยืดหยุ่น และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้กับสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Asian Development Bank, 2023)

ปัจจุบัน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยงานวิเทศสัมพันธ์และกิจการอาเซียน รับนักศึกษาแลกเปลี่ยนจากต่างประเทศ เข้าศึกษาในหลักสูตรภาษาไทย คณะมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ หลักสูตร 1 ปี หลักสูตร 2+2 และหลักสูตร 4 ปี ซึ่งปัจจุบันมีนักศึกษาต่างชาติชาวจีน จำนวนทั้งสิ้น 56 คน นอกจากการจัดการเรียนการสอนตามหลักสูตรแล้ว มหาวิทยาลัยยังมุ่งเน้นการพัฒนานักศึกษาแลกเปลี่ยนให้มีความรู้ความสามารถทั้งทางด้านวิชาการและประสบการณ์ในโลกการทำงานจริง จึงสนับสนุนการเรียนรู้ของนักศึกษาแลกเปลี่ยนโดยการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ทั้งในประเทศ และต่างประเทศ เช่น โรงเรียน โรงงานอุตสาหกรรม โรงแรม หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน ในเครือข่ายความร่วมมือของมหาวิทยาลัย โดยที่ผ่านมา พบว่าปัญหาของการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยน เกิดจากความไม่พร้อมของนักศึกษา ได้แก่ ความรู้พื้นฐาน การเลือกหน่วยฝึกงานไม่เหมาะสมกับตนเอง การปรับตัวไม่ได้ การขาดทักษะด้านการเขียนรายงาน ขาดทักษะการปฏิบัติงาน รวมทั้งความแตกต่างด้านภาษา และวัฒนธรรมการทำงานที่แตกต่าง นอกจากนี้ ยังเกิดจากความไม่เข้าใจในงาน การไม่ตรงต่อเวลารวมถึง ปัญหาด้านการสื่อสาร ปัญหาด้านความเข้าใจเกี่ยวกับวัฒนธรรมการทำงาน เป็นต้น นอกจากนี้ หน่วยงานที่รับนักศึกษาเข้าฝึกงานหลายแห่งยังไม่มี ความเข้าใจ และยังไม่ได้เตรียมการรับเข้าฝึกงานของนักศึกษาแลกเปลี่ยนเข้าฝึกงานในหน่วยงาน เนื่องจาก 1) ไม่มีส่วนร่วมในการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยน 2) ไม่มีความคาดหวังผลงานจากนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 3) ไม่มีเป้าหมายในการพัฒนาบุคลากรของตนเองในการเป็นผู้ควบคุมดูแลการ

ฝึกงาน หรือการเพิ่มทักษะในการสอนงาน และ 4) ไม่มีความต้องการกำลังคนเพื่อสนับสนุนงานของหน่วยงาน (งานวิเทศสัมพันธ์และกิจกรรมอาเซียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, 2567)

ดังนั้น คณะผู้วิจัยจึงได้มีการนำวงจรการทำงานแบบ PDCA หรือ วงจรเดมมิง มาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาทักษะด้านต่าง ๆ รวมถึงการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาด้วย ซึ่งประกอบด้วย 4 ขั้นตอน คือ Plan-Do-Check-Act หรือ วางแผน-ปฏิบัติ-ตรวจสอบ-ปรับปรุง ทั้งนี้เพราะ PDCA เป็นเครื่องมือที่ใช้เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบ โดยมีจุดประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาและทำให้เกิดการพัฒนาปรับปรุงให้กระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพอย่างต่อเนื่อง (Continuous Improvement – CI) (ดุชนิ ชลปรีชา และภรณ์ทิพย์ สุภาภรณ์, 2567; เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2568)

ด้วยสภาพปัญหาและความเป็นมาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาแนวทางการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร เพื่อนำข้อมูลจากผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ในการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

วัตถุประสงค์

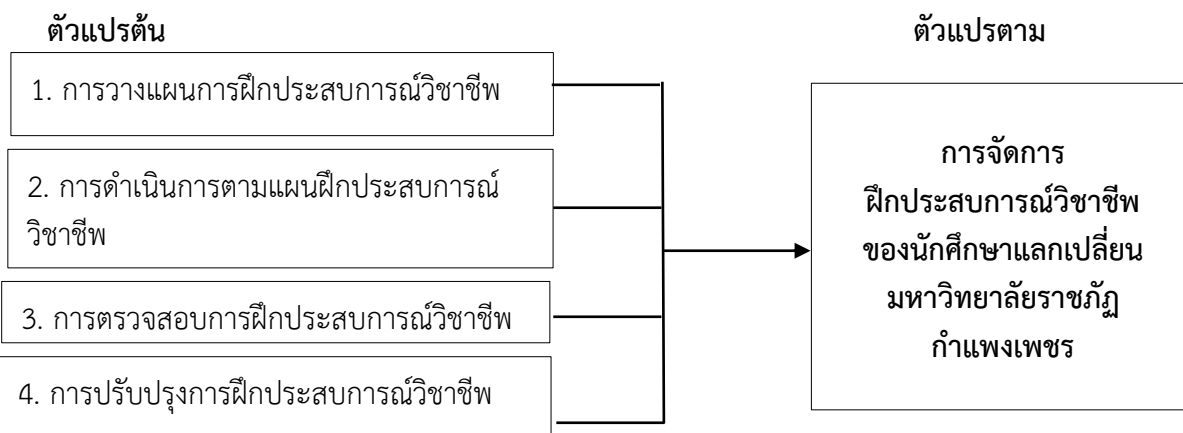
1. เพื่อศึกษาสภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ขอบเขต

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ผู้วิจัยจึงนำมาสังเคราะห์เป็นการบริหารจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และกำหนดเป็นการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ซึ่งประกอบด้วย 1) การวางแผนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 2) การดำเนินการตามแผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 3) การตรวจสอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ 4) การปรับปรุงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

โดยผู้วิจัยนำมากำหนดเป็นแนวทางในการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จากนั้นผู้วิจัยนำมากำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย การจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามหลักการวงจร PDCA Cycle ตามลำดับ

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวความคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

บทความวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมวิธี (Mixed Methods Research) ประกอบด้วย

1. การวิจัยเชิงเอกสารโดยการรวบรวมข้อมูลชั้นปฐมภูมิ จากการศึกษาค้นคว้าและเก็บรวบรวมข้อมูลจากรายงานผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ งานเขียนเชิงวิชาการ บทความทางวิชาการ และตำราทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง

2. การวิจัยเชิงคุณภาพ

2.1 การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) เพื่อศึกษาสภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จาก 1) คณบดีหรือหัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 8 คน 2) ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายไทย จำนวน 1 คน และฝ่ายต่างประเทศจากมหาวิทยาลัยละ 1 คน รวมเป็น 3 คน และ 3) นักศึกษาแลกเปลี่ยนที่กำลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพจากมหาวิทยาลัยละ 2 คน โดยมีผลการเรียนสูงสุด มีความสามารถในการสื่อสารภาษาไทยอยู่ในระดับดี และฝึกประสบการณ์ในหน่วยงานที่ต่างกัน จำนวน 4 คน รวมจำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง วิเคราะห์ข้อมูลใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ทั้งหมดโดยใช้วิธีการพรรณนาความ หรืออุปนัยวิเคราะห์

2.2 การสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ผู้วิจัยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง โดยผู้วิจัยคัดเลือกจาก 1) คณบดีหรือหัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ จำนวน 5 คน 2) ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายไทย จำนวน 2 คน และฝ่ายต่างประเทศจาก 2 มหาวิทยาลัย ๆ ละ 1 คน รวมเป็น 4 คน และ 3) เจ้าหน้าที่ที่เลี้ยงในการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน จำนวน 3 คน รวม 12 คน เพื่อการพัฒนาการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบการสนทนากลุ่มเฉพาะใช้วิธีการตีความหมายในรูปแบบของการวิเคราะห์เนื้อหาแบบกระบวนการวิภาษวิธี (Dialectic Process: DP) ซึ่งจะกระทำไปพร้อม ๆ กันตลอดระยะเวลาที่ดำเนินการวิจัย

3. การวิจัยเชิงปริมาณ สำหรับการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ 1) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร จำนวน 4 คน 2) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยคู่แลกเปลี่ยน จำนวน 4 คน 3) ผู้ประสานงานมหาวิทยาลัยคู่แลกเปลี่ยน จำนวน 5 คน และ 4) นักวิชาการด้านการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษา จำนวน 4 คน รวม 17 คน โดยผู้วิจัยนำผลการสนทนามาจัดทำเป็นแบบสอบถามความคิดเห็นที่มีผลต่อแนวทางการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร โดยมีการพัฒนาการจัดการตามเกณฑ์มาตรฐาน ในการตรวจสอบคุณภาพ ใน 2 ด้าน ได้แก่ ความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ โดยใช้แบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน โดยเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า Rating Scale สำหรับแบบสอบถามสำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยนได้นำแปลเป็นฉบับภาษาอังกฤษและฉบับภาษาจีน โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับจุดประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence : IOC) ค่า IOC ตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป คัดเลือกข้อคำถามนั้นไว้ใช้ได้ ค่า IOC ต่ำกว่า 0.5 พิจารณาแก้ไขปรับปรุงหรือตัดทิ้ง (พิศิษฐ์ ตันทวนิช และพนา จินดาศรี, 2561) สถิติที่ใช้ในการวิจัย คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ค่าความถี่

ผลการวิจัย

1. สภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร พบว่า มีการดำเนินการตามวงจร PDCA Cycle โดยมีผู้ให้ข้อมูล ดังตารางที่ 1 - 2

ตารางที่ 1 การสัมภาษณ์เชิงลึก

ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คณบดีหรือหัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	8	53.34
ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายไทย	1	6.66
ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายต่างประเทศ	2	13.33
นักศึกษาแลกเปลี่ยนที่กำลังฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	4	26.67
รวม	15	100

ตารางที่ 2 ผู้ให้ข้อมูลในการวิจัย

ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร	4	23.53
ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายไทย	4	23.53
ผู้ประสานงานด้านวิเทศสัมพันธ์ฝ่ายต่างประเทศ	5	29.41
นักวิชาการด้านการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษา	4	23.53
รวม	17	100

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่า

1.1 การวางแผนจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพ พบว่า 1) การวิเคราะห์ความพร้อมในการสนับสนุนการจัดโครงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษา มีจัดตั้งผู้ควบคุม อาจารย์ผู้นิเทศ ติดตาม ดูแล และผู้รับผิดชอบการจัดฝึกงานอย่างชัดเจน 2) การวิเคราะห์ความพร้อมของคุณสมบัติ นักศึกษา ได้แก่ ความรู้ ทักษะที่จะฝึก สายงานการฝึก ข้อมูลหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ 3) การวิเคราะห์ความพร้อมในการจัดฝึก ได้แก่ สถานที่ เครื่องมือเครื่องใช้ พี่เลี้ยง งบประมาณ การให้คำปรึกษา การให้ความรู้ วิธีการหรือรูปแบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพจริง โครงสร้าง การจัดสวัสดิการและเบี้ยเลี้ยง ภาระหน้าที่ที่จะมอบหมายให้นักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และ 4) การวิเคราะห์ความเหมาะสม และจัดเก็บข้อมูล

1.2 การดำเนินการตามแผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ มีการจัดทำแผนใน 4 ประเด็น คือ 1) การกำหนดวิธีการและกิจกรรมการฝึก 2) การประเมินผลการฝึก 3) การจัดทำแผนการฝึก และ 4) การจัดสรรงบประมาณเพื่อการปรับปรุงระบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

1.3 การตรวจสอบการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ประกอบด้วย 1) การประสานงานกับ หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพผ่านผู้ประสานงานหลัก 2) การจัดกิจกรรมเตรียมความพร้อม ก่อนออกฝึก 3) การจัดกิจกรรมปฐมนิเทศ และ 4) จัดตั้งคณะกรรมการทำงาน

1.4 การปรับปรุงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ มีกิจกรรมดังนี้ 1) จัดตั้งคณะกรรมการร่วม ระหว่างมหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การกำกับติดตาม ดูแลการฝึก 2) การออกนิเทศและการจัดประชุมหลังการนิเทศ 3) การประชุมเร่งด่วนเพื่อการประสานงานในการ ฝึกและการนิเทศนักศึกษา 4) การจัดตารางการนิเทศนักศึกษา 5) การจัดสัมมนาหลังฝึก และ 6) การ ส่งเสริมให้รุ่นพี่สอนรุ่นน้องเป็นวิทยากรให้ความรู้รุ่นน้องก่อนออกฝึก และให้คำปรึกษาระหว่างการฝึก

2. แนวทางการพัฒนาการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามหลักการ PDCA Cycle โดยมีผู้ให้ข้อมูล ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การสนทนากลุ่ม

ผู้ให้ข้อมูล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
คณบดีหรือหัวหน้าหน่วยงานที่รับผิดชอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ	5	41.68
ผู้ประสานงานด้านนิเทศสัมพันธ์ฝ่ายไทย	2	16.66
ผู้ประสานงานด้านนิเทศสัมพันธ์ฝ่ายต่างประเทศ	2	16.66
เจ้าหน้าที่พี่เลี้ยงในการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน	3	25.00
รวม	12	100

จากผลการสนทนากลุ่ม พบว่า

2.1 ด้านการวางแผนการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ควรดำเนินการดังนี้

1) มหาวิทยาลัยควรจัดประชุมพบปะหารือร่วมกันกับหน่วยฝึกงาน เพื่อการวิเคราะห์และติดตามงานให้มีความพร้อมของทุกฝ่าย

2) มหาวิทยาลัยควรจัดประชุมตามแผน เพื่อจัดเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

3) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดการประชุมเตรียมความพร้อม โดยควรเชิญผู้บริหาร อาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้ดูแลรับผิดชอบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ผู้บริหารสถานประกอบการ พี่เลี้ยง และศิษย์เก่ามาให้คำแนะนำรวมถึงข้อเสนอแนะการฝึก

4) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดเตรียมความพร้อมก่อนฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้สอดคล้องกับระเบียบข้อบังคับ

5) การจัดเตรียมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมขององค์กรทั้งมหาวิทยาลัย และหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยมีการแจ้งล่วงหน้า การปฏิบัติตามวัฒนธรรมองค์กร ได้แก่ การมาทำงานตรงต่อเวลา มุ่งมั่นต่อการทำงาน สร้างสรรค์ผลงาน ภาวะระเบียบของหน่วยงาน เป็นต้น ในการเตรียมความพร้อมนั้น ควรมีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบหลักในการดูแลนักศึกษาฝึกงาน ซึ่งต้องเป็นบุคคลที่มีความรู้ และมีคุณธรรมจริยธรรม เพื่อส่งเสริมให้มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกงานมีบุคลากรที่มีความพร้อมในการสนับสนุนการฝึกงาน

2.2 ด้านการดำเนินการตามแผนฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ควรดำเนินการดังนี้

1) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรมีการจัดประชุมการกำหนดวิธีการฝึกระหว่างมหาวิทยาลัยและนักศึกษาอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ได้แผนการฝึกที่สมบูรณ์ ก่อนเริ่มการฝึก

2) การจัดทำแผนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรมีการประชุมพร้อมกันทุกเพื่อให้มีส่วนร่วมในการทำงานให้ได้แผนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ การประเมินผล และงบประมาณที่เหมาะสมเพียงพอ

3) การจัดทำแผนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรอยู่บนพื้นฐานของภาวะระเบียบข้อบังคับของหน่วยงาน ประกอบด้วย กำหนดวิธีการฝึก กิจกรรมการฝึก และเวลาที่ใช้ในการฝึกต้องสอดคล้องกับมาตรฐานของหลักสูตร และมาตรฐานของสถานประกอบการ

4) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรวางแผนการฝึกร่วมกัน โดยต้องคำนึงถึงการจัดการงาน สถานที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และกิจกรรมให้เหมาะสมแก่เพศของนักศึกษา และคำนึงถึงความปลอดภัยเป็นสำคัญ

5) มหาวิทยาลัยควรนำวัฒนธรรมองค์กรของหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ และความดีขององค์กรมาใช้ในการประกอบการพิจารณาการจัดเตรียมแผนในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นอกจากนี้ หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ต้องเคารพในความตั้งใจและเป้าหมายการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษา

6) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดเตรียมสถานที่ เครื่องมือ และงบประมาณสำหรับนักศึกษาในการทำโครงการพิเศษร่วมกับพี่เลี้ยง และการแก้ปัญหาในหน่วยฝึกงาน

2.3 ด้านการตรวจสอบการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ควรดำเนินการดังนี้

1) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรมีการจัดประชุมแต่ละส่วนงานของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อตรวจสอบความพร้อมก่อนเริ่มการฝึก ได้แก่ การส่งมอบข้อมูลระหว่างกัน การจัดกิจกรรม การจัดปฐมนิเทศ การจัดตั้งคณะกรรมการ และผู้ประสานงาน

2) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรรับฟังความคิดเห็นจากพี่เลี้ยงรวมถึงปัญหาอุปสรรค และแนวทางแก้ไขปัญหาในการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ เพื่อการจัดเตรียมการฝึก และการนำข้อมูลมาปรับปรุงแผนต่อไป

3) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดปฐมนิเทศ เป็นกิจกรรมพบปะกันครั้งแรกของผู้บริหาร พี่เลี้ยง อาจารย์นิเทศ และนักศึกษา โดยกิจกรรมสำคัญ คือ การแนะนำพี่เลี้ยง วัฒนธรรมองค์กร ประสบการณ์ที่ผ่านมา การอยู่ร่วมกันในหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ซึ่งเป็นการให้เกียรติซึ่งกันและกันในทุกฝ่าย

4) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรเน้นย้ำเรื่องวัฒนธรรมองค์กร โดยนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพต้องให้ความเคารพในสถานที่ทำงานทั้งสองฝ่าย และการประพฤติตนให้เหมาะสมกับสถานที่ทำงาน

5) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรให้เกียรติ ให้การยกย่อง และปกป้องไม่ให้ใครละเมิดสิทธิหรือข่มเหงรังแกนักศึกษา ซึ่งอาจจะสร้างความเสื่อมเสียชื่อเสียงของหน่วยฝึก

2.4 ด้านการปรับปรุงการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ควรดำเนินการดังนี้

1) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดทำแผนการนิเทศการฝึก รวมถึงรูปแบบการนิเทศ การให้คะแนน การประเมินผล และการรายงานผลการฝึก

2) มหาวิทยาลัยควรทบทวนและจัดเตรียมการนิเทศการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ โดยยึดหลักการและระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัยคู่แลกเปลี่ยน และเกณฑ์การฝึกของมหาวิทยาลัยเจ้าภาพ โดยหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพเตรียมความพร้อมในการรับการนิเทศฯ

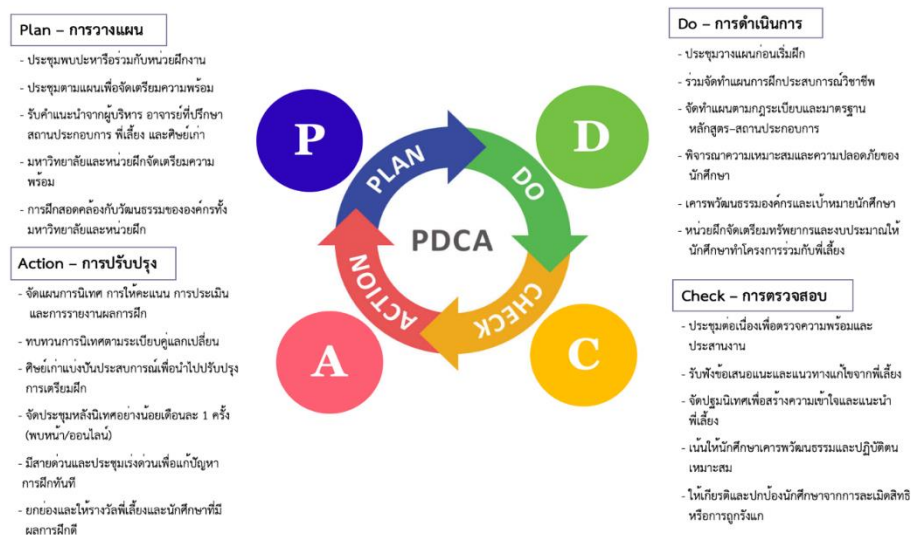
3) มหาวิทยาลัยควรเชิญนักศึกษาตัวแทนศิษย์เก่ามาเล่าประสบการณ์ เพื่อให้ความรู้และประสบการณ์การฝึกประสบการณ์วิชาชีพแก่รุ่นน้อง รวมถึงผู้บริหารมหาวิทยาลัย เพื่อนำข้อมูลสำหรับการเตรียมตัวและเตรียมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพในปีการศึกษาต่อไป

4) การออกนิเทศ และการจัดประชุมหลังการนิเทศควรมีความถี่ตามกำลังและความพร้อมของหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ อย่างน้อยเดือนละ 1 ครั้ง ซึ่งอาจเป็นการนิเทศในสถานที่หรือออนไลน์ก็ได้

5) มหาวิทยาลัยและหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดให้มีสายด่วนและการประชุมเร่งด่วน เพื่อการประสานงานในการฝึกและการนิเทศนักศึกษา พร้อมการแก้ปัญหาอย่างทันท่วงที

6) หน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพควรจัดให้มีการยกย่องหรือการให้รางวัลแก่พี่เลี้ยง และนักศึกษาที่มีผลการฝึกดีเด่น และการยกย่องหน่วยฝึกประสบการณ์วิชาชีพ

ผลการวิจัย การจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามวงจร PDCA Cycle สามารถแสดงได้ดังภาพนี้



อภิปรายผล

1. สภาพการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามหลักการวงจร PDCA Cycle พบว่าการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ตามหลักการวงจร PDCA Cycle แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการวางแผนฝึก 2) ด้านดำเนินการตามแผนการฝึก 3) ด้านการตรวจสอบการจัดฝึก และ 4) ด้านการปรับปรุงการจัดฝึก โดยมีการกำหนดวัตถุประสงค์ในการฝึกตามมาตรฐานการจัดการหลักสูตรการวางแผนการกำกับติดตาม การแก้ปัญหา การกำกับดูแลนักศึกษาในระหว่างการฝึก การนิเทศการฝึก การประเมินผล และการรายงานผล สอดคล้องกับงานวิจัยของนรินทรา จันทพร, อิชฎิ ภูอินทร์ และเพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬาในทีมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในประเทศไทย พบว่าการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬามีการวางแผนระบบ การกำกับติดตาม การรายงานผลการปฏิบัติงาน และการประเมินผลการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ ให้เป็นไปตามหลักสูตร และสอดคล้องกับ กรรณีสสร อินทรบำรุง และศิริณา จิตต์จรัส (2564) ที่ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร พบว่า มีการดำเนินการตามกระบวนการ PDCA ทำให้การฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ในการฝึกประสบการณ์ 2. แนวทางการพัฒนาการจัดการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาแลกเปลี่ยน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร พบว่า 1) ด้านการวางแผน มหาวิทยาลัยต้องจัดประชุมร่วมกับหน่วยฝึกงานทั้ง 3 ฝ่าย การเตรียมความพร้อม การดำเนินการจัดฝึกประสบการณ์วิชาชีพให้สอดคล้องกับวัฒนธรรมองค์กร 2) ด้านการดำเนินการตามแผน ต้องมีการกำหนดวิธีการฝึกการประชุมเตรียมความพร้อม การจัดการภาระงานและกิจกรรม

ที่เหมาะสม รวมถึงสถานที่ เครื่องมือและงบประมาณ 3) ด้านการตรวจสอบ ต้องมีการประชุมอย่างต่อเนื่อง การส่งมอบข้อมูลการจัดระบบการประชุมตามมาตรฐาน การปฏิบัติหน้าที่ตามที่ได้รับมอบหมาย การเปิดรับฟังความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพื่อปรับปรุงแผน และ 4) การปรับปรุงการฝึก ต้องทำแผนการนิเทศที่ชัดเจน การทบทวนแผนการฝึก การเชิญตัวแทนนักศึกษา มาเล่าประสบการณ์การฝึก และการจัดให้มีการยกย่องหรือให้รางวัลแก่นักศึกษาหรือพี่เลี้ยงที่ฝึกประสบการณ์วิชาชีพดีเด่น สอดคล้องกับวิธีตั้งประดิษฐ์, วินัย ทองมัน และวรกฤต เกื้อนช้าง (2567) ซึ่งศึกษาเรื่องรูปแบบการจัดการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาอาชีวศึกษาในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดนครสวรรค์ตามหลักการบริหารนิยธรรม พบว่าการจัดการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพ นักศึกษาจะต้องเตรียมการก่อนการจัดฝึกโดยแต่ละฝ่าย ได้แก่ สถานศึกษาและสถานประกอบการมีการจัดประชุมแต่ละส่วนงานของตนเองอย่างต่อเนื่องเพื่อตรวจสอบความพร้อมก่อนเริ่มการฝึก ได้แก่ การส่งมอบข้อมูลระหว่างกัน การจัดกิจกรรม การจัดปฐมนิเทศ การจัดตั้งคณะทำงาน และผู้ประสานงานรวมถึง ควรมีการนำวงจรคุณภาพ (PDCA) มาใช้ในการปฏิบัติงาน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1. มหาวิทยาลัยควรมีนโยบายในการกำกับติดตามและนำหลักการบริหารจัดการมาร่วมการดำเนินการจัดการฝึกงานอย่างเป็นรูปธรรม
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการจัดการฝึกงานในสถานศึกษาต้องนำหลัก PDCA Cycle หรือหลักการบริหารจัดการที่เหมาะสมมาบูรณาการจัดการฝึกงานอย่างเป็นรูปธรรม

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาวิจัยเพื่อพัฒนารูปแบบการฝึกงานและทักษะที่จำเป็นสำหรับนักศึกษา แลกเปลี่ยนก่อนออกฝึกงาน เพื่อพัฒนาความรู้ความเข้าใจและความพร้อมการฝึกงานให้เกิดประสิทธิผลและประสิทธิภาพ เนื่องจากสภาพแวดล้อมของหน่วยฝึกงานในประเทศไทย อาจมีสภาพแวดล้อมที่แตกต่างจากประเทศของนักศึกษา ดังนั้น หากนักศึกษาแลกเปลี่ยนได้รับการพัฒนา ฝึกอบรม และเสริมสร้างสมรรถนะความพร้อมในทุกด้านก่อนออกฝึกงาน นักศึกษาแลกเปลี่ยนย่อมจะทำหน้าที่ในฐานะนักศึกษาฝึกงานที่บรรลุความสำเร็จตามตัวชี้วัดที่กำหนด และมีความสุขกับการเดินทางมาฝึกงานภายใต้การดูแลของมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชรอย่างต่อเนื่อง
2. ควรศึกษาวิจัยเชิงปฏิบัติการ (Action Research) โดยการนำผลการวิจัยครั้งนี้ไปทดลองใช้กับมหาวิทยาลัยและหน่วยงานที่ยังขาดแนวทางการฝึกงาน สำหรับนักศึกษาแลกเปลี่ยนที่เป็นรูปธรรมอย่างเป็นทางการ เพื่อหาความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และการยอมรับได้ เกี่ยวกับแนวทางการฝึกงานของนักศึกษาแลกเปลี่ยนให้สอดคล้องกับบริบทของนักศึกษา และบริบทของมหาวิทยาลัย
3. ควรศึกษาวิจัยเทียบเคียงสมรรถนะ (Benchmarking) เกี่ยวกับรูปแบบการฝึกงานของนักศึกษาแลกเปลี่ยนในมหาวิทยาลัยอุดมศึกษาไทยอื่น เพื่อนำผลการเทียบเคียงสมรรถนะมาใช้

ในการปรับปรุงรูปแบบการฝึกงานของตนเอง และค้นหาแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศ (Best Practice) ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการฝึกงานของนักศึกษาแลกเปลี่ยนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรภัสสร อินทรบำรุง และศิริณา จิตต์จรัส (2564, มกราคม - เมษายน) แนวทางการพัฒนาคุณลักษณะที่พึงประสงค์ ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21 คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. *วารสาร มจร การพัฒนาสังคม*, 6(1), 127 – 140.
- กวีศุภณัฐ วิกรมยากรณ์. (2568). “การปฏิบัติงานตามแนวทาง PDCA: แนวทางสู่ความสำเร็จของงาน”. <https://medium.com/@arts.tnsubkk/>. สืบค้นเมื่อ 6 มีนาคม 2568.
- เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2568). “PDCA Cycle / วงจรการควบคุมคุณภาพหรือ วงจรเดมมิง (Deming Cycle)”. <https://www.iok2u.com/?view=article&id=240%3Apdca-cycle-deming-cycle&catid=14> สืบค้นเมื่อ 30 มิถุนายน 2568.
- งานวิเทศสัมพันธ์และกิจการอาเซียน มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. (2567). *รายประจำปี 2567 งานวิเทศสัมพันธ์และกิจการอาเซียน*. กำแพงเพชร: มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ดุชนิ ชลปรีชา และภรณ์ทิพย์ สุภาภรณ์. (2567). การศึกษาประเด็นและแนวทางการปฏิบัติงานฝึกประสบการณ์วิชาชีพด้วย วิธี Benchmarking กรณีศึกษา: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี. *วารสารวิจัยสายสนับสนุน ราชชมงคลพระนคร*, 2(1), หน้า 12 – 25.
- นรินทร์ จันทกร, อธิภูมิ กุญอินทร์ และเพ็ญนิภา พูลสวัสดิ์ (2565, มีนาคม).การพัฒนาารูปแบบการฝึกประสบการณ์วิชาชีพของนักศึกษาวิทยาศาสตร์การกีฬาในทีมกีฬาเพื่อความเป็นเลิศในประเทศไทย. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ*, 7(3), 78 – 93.
- พิศิษฐ์ ตัณทวนิช และพนา จินดาศรี. (2561). ความหมายที่แท้จริงของค่า IOC. *วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม*, 24(2), 3–12.
- ยุทธนา เกื้อกุล. (2560). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อสร้างผู้เรียนสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์*. วิทยานิพนธ์ปร.ด.(อิสลามศึกษา). ปัตตานี: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี.
- รัชก โสภพิศ. (2553). *การพัฒนารูปแบบการเตรียมความพร้อมการฝึกประสบการณ์วิชาชีพสำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการจัดการการท่องเที่ยว*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน, ภาควิชาหลักสูตรและวิธีสอน, บัณฑิตวิทยาลัย, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิรัช ตั้งประดิษฐ์, วินัย ทองมัน และวรกฤต เกื้อนช้าง. (2567). รูปแบบการจัดการการฝึกประสบการณ์วิชาชีพนักศึกษาอาชีวศึกษาในสถานประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อมของจังหวัดนครสวรรค์ตามหลักอุปทานนิยม. *วารสารวิจัยวิชาการ*, 7(2), 319 – 335.
- Asian Development Bank. (2023). *Skills Development for a Modern Economy in Asia*. Manila: ADB Publications

UNESCO. (2021). *Reimagining Our Futures Together: A New Social Contract for Education*. Paris: United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization.

World Economic Forum. (2023). *The Future of Jobs Report 2023*. Geneva: World Economic.

**กลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม
สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2
Mechanism of Distance Learning Television Management in Small-Sized
Schools in the San Sai 1 Educational Quality Development Network
under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 2**

ณัฐนิชา จอมขันเงิน^{1*}, สำเนา หมั่นแจ่ม² และสายฝน แสนใจพรหม³

(Nutnicha Jomkhanneon^{1*}, Samnao Muenjaem² and Saiphon Sanjaiprom³)

^{1*,2,3}สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

^{1*,2,3}Educational Administration Program, Faculty of Education, Chiang Mai Rajabhat University

อีเมลผู้แต่งหลัก : nichaann59@gmail.com เบอร์โทร : 09 8806 2322

วันที่รับบทความ 25 กุมภาพันธ์ 2568

Received: May. 25, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 25 มิถุนายน 2568

Revised: Jun. 25, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 30 มิถุนายน 2568

Accepted: Jun. 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อ 1) ศึกษาสภาพและปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม 2) ศึกษาการขับเคลื่อนของโรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ 3) จัดทำและตรวจสอบกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 โดยใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งการวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ครู โรงเรียนขนาดเล็กในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 และผู้บริหารสถานศึกษา ครูวิชาการ ครู โรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เครื่องมือวิจัย ประกอบด้วย แบบประเมินตนเอง แบบสัมภาษณ์ การประชุมเชิงปฏิบัติการและแบบตรวจสอบ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า สภาพการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมที่มีการปฏิบัติ อันดับที่ 1 ด้านการจัดสภาพแวดล้อมในสถานศึกษา และอันดับที่ 6 ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร ปัญหาที่พบ ได้แก่ ไม่ได้กำหนดให้การศึกษทางไกลผ่านดาวเทียมเป็นนโยบายหลัก ขาดการจัดกิจกรรม PLC การนิเทศไม่ต่อเนื่อง โรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เน้นการสนับสนุนทรัพยากร การกำหนดนโยบาย และนิเทศติดตามอย่างสม่ำเสมอ กลไกการขับเคลื่อนที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 5 ส่วน ได้แก่ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) กลไกการขับเคลื่อน ตามมาตรฐานการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ด้านการบริหารจัดการ 6 ด้าน แต่ละด้านขับเคลื่อนโดยใช้ระบบบริหารผลการปฏิบัติงาน 5 ขั้นตอน 4) ปัจจัยสู่ความสำเร็จ 5) ปฏิทินการปฏิบัติงาน ผลการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้โดยผู้เชี่ยวชาญ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: กลไกการขับเคลื่อน; การบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม; โรงเรียนขนาดเล็ก; กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1

Abstract

This research aims to: 1) investigate the current conditions and challenges of Distance Learning Television management, 2) explore best practices in high-performing schools, and 3) propose and validate a mechanism of Distance Learning Television management in small-sized schools in the San Sai 1 Educational Quality Development Network under the Chiang Mai Primary Educational Service Area Office 2. Employing a mixed-methods research design, the study integrates both quantitative and qualitative data collected from school administrators and teachers in small-sized schools in the San Sai 1 network, as well as from administrators, academic teachers, and teachers in high-performing schools. Research instruments included self-assessment questionnaires, semi-structured interviews, participatory workshops, and expert review checklists. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) and thematic content analysis.

Findings indicate that the most effectively implemented component was the enhancement of physical learning environments, while teacher and personnel development ranked lowest. Key challenges included the lack of formal policy integration of Distance Learning Television, limited Professional Learning Community (PLC) initiatives, and inconsistent internal supervision. In contrast, high-performing schools demonstrated systemic support through effective resource allocation, strategic policy alignment, and sustained pedagogical supervision. The proposed mechanism comprises five essential components: (1) core principles, (2) defined objectives, (3) a structured framework based on six Distance Learning Television management standards, each operationalized through a five-step performance-based management process, (4) critical success factors, and (5) an implementation timeline. The results of expert validation revealed that the mechanism was rated at the highest level in terms of its relevance and feasibility.

Keywords: mechanism; distance learning television management; small-sized schools; San Sai 1 educational quality development network

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาการศึกษา ช่วยยกระดับคุณภาพการเรียนการสอน ขยายโอกาสทางการศึกษาและสนับสนุนการเรียนรู้ตลอดชีวิต พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และฉบับแก้ไขเพิ่มเติม ได้สนับสนุนการบูรณาการเทคโนโลยีในระบบการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) เพื่อช่วยลด

ความเหลื่อมล้ำและส่งเสริมความเท่าเทียมทางการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) และมูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมฯ เป็นหน่วยงานหลักที่ให้การสนับสนุน งบประมาณ อุปกรณ์การเรียนการสอน และการพัฒนาครู เพื่อให้โรงเรียนสามารถจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2545)

โครงการการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ในประเทศไทย ริเริ่มขึ้นในปี พ.ศ. 2538 ภายใต้พระบรมราชานุญาตของพระบาทสมเด็จพระปรมินทรมหาภูมิพลอดุลยเดช โดยมีโรงเรียนวังไกลกังวล เป็นศูนย์กลางถ่ายทอดสัญญาณการเรียนการสอนไปยังโรงเรียนทั่วประเทศ เพื่อแก้ไขปัญหาการขาดแคลนครู ลดภาระงบประมาณของรัฐ และยกระดับคุณภาพการศึกษา รูปแบบการเรียนรู้แบ่งออกเป็น การถ่ายทอดสดผ่านโทรทัศน์ (DLTV) และการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศ (DLIT) (มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม, 2561) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมจะช่วยขยายโอกาสทางการศึกษา แต่โรงเรียนขนาดเล็กยังคงเผชิญความท้าทายสำคัญทั้งด้าน นโยบาย งบประมาณ และอุปกรณ์เทคโนโลยี โรงเรียนหลายแห่งประสบปัญหาอุปกรณ์ไม่เพียงพอขาดบุคลากรด้านเทคนิค ขาดแนวทางการปฏิบัติที่ชัดเจน และขาดการนิเทศติดตามที่ต่อเนื่องทำให้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมยังไม่สามารถตอบสนองความต้องการทางการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็กได้อย่างเต็มศักยภาพ (นันทวัช นูนารถ และกษิชาพัชญ์ โหนะ, 2563)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 ได้ดำเนินโครงการการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โดยมีเป้าหมายเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในโรงเรียนขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพและเท่าเทียม อย่างไรก็ตาม จากรายงานผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินักเรียนชั้นพื้นฐาน (O-NET) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2566 พบว่า โรงเรียนบ้านแม่แต โรงเรียนบ้านโป่ง และโรงเรียนบ้านหนองมะจับ ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดเล็กในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 ที่จัดการเรียนการสอนโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม มีค่าเฉลี่ยผลการทดสอบต่ำกว่าค่าเฉลี่ยระดับชาติในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2, 2567) และจากการสอบถามผู้บริหารและครูผู้สอน พบว่า การบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมยังเผชิญปัญหาหลายประการ โดยเฉพาะการที่ผู้บริหารยังไม่ได้กำหนดให้การจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมเป็นนโยบายหลักของสถานศึกษา ส่งผลให้ขาดทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน อีกทั้งยังไม่มีการจัดกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้ครูขาดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และพัฒนาทักษะในการจัดการเรียนการสอน ขณะเดียวกันการนิเทศ ติดตาม และให้คำแนะนำโดยผู้บริหารก็ยังไม่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ

จากสภาพและปัญหาที่เกิดขึ้นในการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ของโรงเรียนขนาดเล็ก ในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงความสำคัญของปัญหาดังกล่าว จึงมุ่งศึกษากลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 โดยมุ่งเน้นการศึกษาเกี่ยวกับสภาพ ปัญหา และวิธีการปฏิบัติที่เป็นเลิศ เพื่อพัฒนากลไกการบริหารจัดการที่สามารถนำไปปรับใช้ได้จริงในบริบทของโรงเรียนขนาดเล็ก โดยมีเป้าหมายเพื่อเป็นกลไก

สำคัญในการยกระดับการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในโรงเรียนขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพ ทั้งในเชิงการบริหารจัดการและการพัฒนาผู้เรียน อันจะนำไปสู่ความเท่าเทียมทางการศึกษา ลดความเหลื่อมล้ำ และเพิ่มคุณภาพการเรียนรู้ของผู้เรียนในโรงเรียนขนาดเล็ก

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมสำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2
2. เพื่อศึกษาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ
3. เพื่อจัดทำและตรวจสอบกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2

ขอบเขต

1. ด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 จำนวนทั้งสิ้น 20 คน ได้แก่

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 3 คน ได้แก่

โรงเรียนบ้านแม่แต จำนวน 1 คน โรงเรียนบ้านโป่ง จำนวน 1 คน

โรงเรียนบ้านหนองมะจับ จำนวน 1 คน

1.2 ครูผู้สอน จำนวนทั้งสิ้น 17 คน ได้แก่

โรงเรียนบ้านแม่แต จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านโป่ง จำนวน 5 คน

โรงเรียนบ้านหนองมะจับ จำนวน 7 คน

2. ด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเนื้อหาเกี่ยวกับ 1) กระบวนการขับเคลื่อน ตามระบบบริหารผลการปฏิบัติงาน 5 ขั้นตอน และ 2) มาตรฐานการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ด้านการบริหารจัดการ 6 ด้าน

3. ด้านเวลา

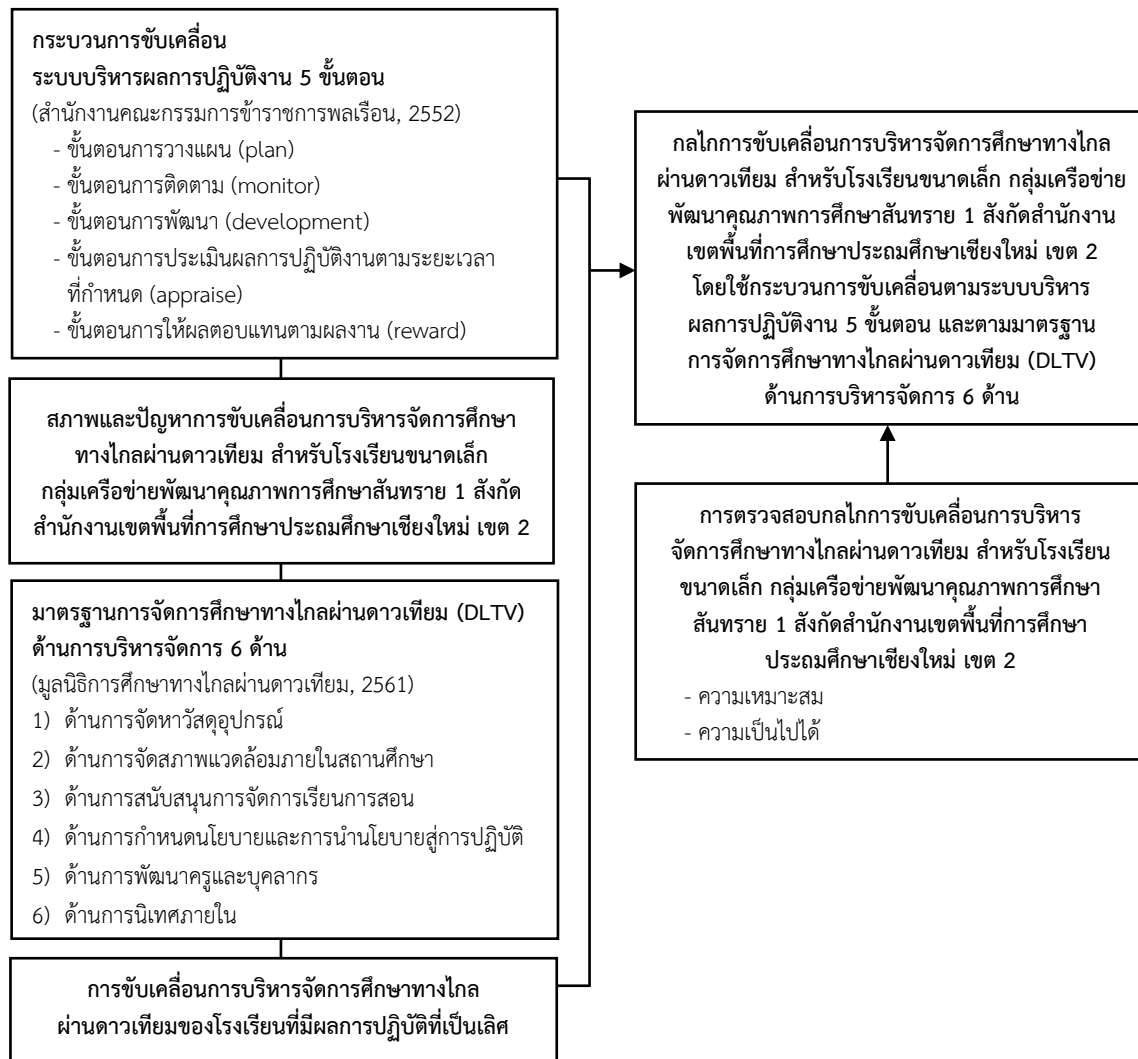
ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ปีการศึกษา 2567

4. ด้านสถานที่

โรงเรียนขนาดเล็ก ในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 อำเภอสันทราย จังหวัดเชียงใหม่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 ที่จัดการศึกษาโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จำนวน 3 โรงเรียน ได้แก่ โรงเรียนบ้านแม่แต โรงเรียนบ้านโป่ง และโรงเรียนบ้านหนองมะจับ

กรอบความคิดการวิจัย

จากการที่ผู้วิจัยได้ทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง สามารถกำหนดกรอบแนวคิดในการศึกษาได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบความคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ประกอบด้วย การวิจัยเชิงปริมาณ และการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งการวิจัยออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพและปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2

ประชากร ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่

เขต 2 จำนวนทั้งสิ้น 20 คน ได้แก่ 1) ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวนทั้งสิ้น 3 คน ได้แก่ โรงเรียนบ้านแม่แต จำนวน 1 คน โรงเรียนบ้านโป่ง จำนวน 1 คน และโรงเรียนบ้านหนองมะจับ จำนวน 1 คน 2) ครูผู้สอน จำนวนทั้งสิ้น 17 คน ได้แก่ โรงเรียนบ้านแม่แต จำนวน 5 คน โรงเรียนบ้านโป่ง จำนวน 5 คน และโรงเรียนบ้านหนองมะจับ จำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมินตนเอง ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบประเมินตนเอง มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) ตอนที่ 2 การขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Checklist) โดยแบ่งออกเป็นสองตัวเลือก ได้แก่ ดำเนินการและไม่ดำเนินการ ตอนที่ 3 ปัญหาในการดำเนินงานด้านการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ความถี่และร้อยละ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษา ครูวิชาการและครูผู้รับผิดชอบการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้จากสถานศึกษาที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ คือ เป็นสถานศึกษาที่ได้รับรางวัล สถานศึกษายอดเยี่ยมการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม รางวัลทรงคุณค่า สพฐ. OBEC AWARDS และเป็นสถานศึกษาที่เป็นต้นแบบและได้รับการยอมรับ จำนวน 3 โรงเรียน ได้แก่ 1) โรงเรียนบ้านหัวฝาย จำนวน 3 คน 2) โรงเรียนบ้านปาลาน จำนวน 3 คน และ 3) โรงเรียนบ้านม่วงยาย จำนวน 3 คน รวมทั้งสิ้น 9 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ มีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด ตอนที่ 2 การสัมภาษณ์เกี่ยวกับวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัย โดยนำข้อคำถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง IOC อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 ข้อมูลที่ได้ คือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ขั้นตอนที่ 3 การจัดทำและตรวจสอบกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2

3.1 การจัดทำกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ดำเนินการโดย ผู้บริหารสถานศึกษา ครู โรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 จำนวน 3 โรงเรียน คือ 1) โรงเรียนบ้านแม่แต จำนวน 2 คน 2) โรงเรียนบ้านโป่ง จำนวน 2 คน และ 3) โรงเรียนบ้านหนองมะจับ จำนวน 2 คน และศึกษานิเทศก์ที่รับผิดชอบเรื่องการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 7 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ การประชุมเชิงปฏิบัติการและแบบบันทึกรายงานการประชุม ข้อมูลที่ได้ คือ ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

3.2 การตรวจสอบกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ดำเนินการโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้มาจากการเลือกแบบเจาะจงตามคุณสมบัติที่กำหนดไว้ ซึ่งประกอบด้วย ผู้บริหารสถานศึกษาที่มีผลงานเป็นที่ยอมรับในด้านการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จำนวน 2 คน ครูที่มีความรู้และประสบการณ์เกี่ยวกับการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จำนวน 1 คน ศึกษาวิเคราะห์ที่รับผิดชอบเรื่องการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จำนวน 1 คน และผู้อำนวยการกลุ่มส่งเสริมการศึกษาทางไกล เทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร จำนวน 1 คน รวมทั้งสิ้น 5 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลไก การขับเคลื่อนบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ซึ่งแบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้ ตอนที่ 1 การตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลไก มีลักษณะเป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ระดับ ตอนที่ 2 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถาม แบบปลายเปิด สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการศึกษาสภาพและปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาชั้นทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 สรุปได้ดังนี้

1.1 สภาพการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม เรียงลำดับการปฏิบัติ ได้ดังนี้ อันดับที่ 1 คือ ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษา อันดับที่ 2 คือ ด้านการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ อันดับที่ 3 คือ ด้านการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน อันดับที่ 4 คือ ด้านการกำหนดนโยบายและการนํานโยบายสู่การปฏิบัติ อันดับที่ 5 คือ ด้านการนิเทศภายใน และอันดับที่ 6 คือ ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร

1.2 ปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สรุปเป็นรายด้าน ได้ดังนี้ 1) ด้านการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ มีปัญหาที่สำคัญ คือ สถานศึกษาขาดแคลนอุปกรณ์ที่จำเป็น โทรศัพท์และเครื่องรับสัญญาณดาวเทียมไม่ครบถ้วนและชำรุด 2) ด้านการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน มีปัญหาที่สำคัญ คือ สถานศึกษาขาดบุคลากรด้านเทคนิคที่ดูแลและซ่อมแซมอุปกรณ์ 3) ด้านการกำหนดนโยบายและการนํานโยบายสู่การปฏิบัติ ปัญหาที่สำคัญ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้บรรจุนโยบายการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมไว้ในแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา และแผนปฏิบัติการประจำปี รวมทั้งขาดการติดตามผลอย่างเป็นระบบ และงบประมาณที่ได้รับจัดสรรไม่เพียงพอ 4) ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร มีปัญหาที่สำคัญ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้จัดกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ครูไม่ได้จัดทำแผนพัฒนาตนเอง (ID Plan) ผู้บริหารสถานศึกษาขาดการสร้างแรงจูงใจและส่งเสริมการพัฒนาครู และ 5) ด้านการนิเทศภายใน มีปัญหาที่สำคัญ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้ดำเนินการนิเทศอย่างต่อเนื่องและไม่มีการรายงานผลการนิเทศเป็นรายบุคคล

ตอนที่ 2 ผลการศึกษาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ สรุปได้ดังนี้

จากการสัมภาษณ์ สรุปตามกรอบการศึกษา 6 ด้าน ได้ดังนี้ 1) ด้านการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ คือ ผู้บริหารสถานศึกษามีการประสานความร่วมมือจากชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งตรวจสอบและบำรุงรักษาอุปกรณ์อยู่เสมอ 2) ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษา คือ ผู้บริหารสถานศึกษาพัฒนาห้องเรียนและพื้นที่โดยรอบให้เหมาะสมกับการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม 3) ด้านการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสนับสนุนและจัดหาวัสดุ อุปกรณ์ที่จำเป็นในการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม 4) ด้านการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายการสู่การปฏิบัติ คือ ผู้บริหารสถานศึกษากำหนด และบรรจุโครงการการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา และแผนปฏิบัติการประจำปี พร้อมจัดสรรงบประมาณอย่างเหมาะสม ติดตามผลเพื่อตรวจสอบและปรับปรุงการดำเนินงาน 5) ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร คือ ผู้บริหารสถานศึกษา สนับสนุนการจัดทำ ID Plan มีการขับเคลื่อนกระบวนการ PLC ส่งเสริมการอบรม ศึกษาดูงาน และมอบรางวัลให้แก่ครู และ 6) ด้านการนิเทศภายใน คือ ผู้บริหารสถานศึกษาวางแผนและดำเนินการนิเทศภายในอย่างเป็นระบบ บันทึกผลการนิเทศเป็นรายบุคคลและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง

ตอนที่ 3 ผลการจัดทำและตรวจสอบกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาชั้นทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 สรุปได้ดังนี้

3.1 ผลการจัดทำกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม จัดทำขึ้นจากการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ โดยการศึกษาสภาพ และปัญหาการดำเนินงาน การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ เพื่อศึกษาการปฏิบัติที่เป็นเลิศของสถานศึกษา ประเด็นสำคัญที่ได้จากการวิเคราะห์ถูกนำมาร่างเป็นกลไกภายใต้กรอบเนื้อหาที่กำหนด โดยใช้วิธีการประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้เชี่ยวชาญ กลไกการขับเคลื่อนฯ ประกอบด้วย 5 ส่วน คือ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) กลไกการขับเคลื่อน ตามมาตรฐานการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ด้านการบริหารจัดการ 6 ด้าน และตามระบบบริหารผลการปฏิบัติงาน 5 ขั้นตอน 4) ปัจจัยสู่ความสำเร็จ และ 5) ปฏิทินการปฏิบัติงาน

3.2 ผลการตรวจสอบความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่า มีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายผลตามประเด็น ได้ดังนี้

1. ด้านการจัดหาวัสดุอุปกรณ์ มีสภาพการปฏิบัติ อยู่ในอันดับที่ 2 โดยปัญหาสำคัญ คือ การขาดแคลนอุปกรณ์ที่จำเป็นต่อการจัดการเรียนการสอน ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจากข้อจำกัดด้านงบประมาณที่ไม่เพียงพอในการจัดซื้อหรือซ่อมแซมอุปกรณ์ที่ชำรุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุมินตรา ปิ่นทอง และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพการศึกษาด้วย

ระบบทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก พบว่า โรงเรียนขนาดเล็กที่จัดการเรียนรู้ด้วยระบบทางไกลผ่านดาวเทียมส่วนใหญ่ประสบปัญหาด้านทรัพยากรการเรียนรู้ ทั้งในด้านสื่อวัสดุอุปกรณ์ และงบประมาณที่ไม่เพียงพอต่อการบริหารจัดการ ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนไม่สามารถดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่าที่ควร

2. ด้านการจัดสภาพแวดล้อมภายในสถานศึกษา มีสภาพการปฏิบัติ อยู่ในอันดับที่ 1 ซึ่งสะท้อนถึงความสะดวกและความร่วมมือของผู้บริหาร ครู และบุคลากร ในการพัฒนาอาคารสถานที่ และบรรยากาศโดยรวมให้เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ สาริการาชบุญทอง และคณะ (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารสภาพแวดล้อมการเรียนรู้นวัตกรรมที่ 21 สำหรับโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน พบว่า การบริหารจัดการสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่เหมาะสม เป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยส่งเสริมบรรยากาศแห่งการเรียนรู้และการพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน

3. ด้านการสนับสนุนการจัดการเรียนการสอน มีสภาพการปฏิบัติ อยู่ในอันดับที่ 3 โดยประเด็นปัญหาสำคัญ คือ การขาดแคลนบุคลากรด้านเทคนิคสำหรับดูแลและบำรุงรักษาอุปกรณ์ ซึ่งอาจเกิดจากข้อจำกัดของโรงเรียนขนาดเล็กที่มีครูจำนวนน้อย และรับผิดชอบการสอนในกลุ่มสาระหลัก จึงขาดความรู้ในด้านเทคโนโลยี และไม่ได้รับการอบรมหรือพัฒนาอย่างเหมาะสมในการใช้งานและบำรุงรักษาอุปกรณ์ดังกล่าว สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญโยธรส นาคหัสดี (2559) ที่ได้ศึกษาเรื่อง สภาพและปัญหาของโทรทัศน์ผ่านดาวเทียมของโรงเรียนขนาดเล็ก ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง พบว่า ปัญหาด้านการบริหารจัดการ เกิดจากการขาดบุคลากรที่รับผิดชอบดูแลอุปกรณ์ ส่งผลให้การดำเนินงานในโรงเรียนขาดความต่อเนื่อง และประสิทธิภาพของการใช้งานลดลง

4. ด้านการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ มีสภาพการปฏิบัติอยู่ในอันดับที่ 4 โดยปัญหาหลัก คือ ผู้บริหารสถานศึกษา ยังไม่ได้กำหนดให้การจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมเป็นนโยบายหลัก ส่งผลให้ขาดแนวทางปฏิบัติที่ชัดเจนและต่อเนื่อง ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจาก การขาดความตระหนักในบทบาทและความสำคัญของการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม อีกทั้งอาจให้ความสำคัญกับโครงการอื่นที่ถูกพิจารณาว่ามีความเร่งด่วนมากกว่า สอดคล้องกับผลการศึกษาของ อับดุลอาซิส ยาบา (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการเรียนการสอนโดยใช้สื่อทางไกลผ่านดาวเทียมของนักเรียนโรงเรียนบ้านทุ่งใหม่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสตูล พบว่า ด้านการกำหนดนโยบาย สถานศึกษา ยังขาดแผนการดำเนินงานที่มีความชัดเจนและเป็นรูปธรรมในการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม

5. ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร มีสภาพการปฏิบัติอยู่ในอันดับที่ 6 มีปัญหาที่สำคัญ ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษา ไม่ได้จัดกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก การที่กิจกรรมดังกล่าวไม่ได้ถูกรวมอยู่ในแผนพัฒนาครูและบุคลากร ส่งผลให้ขาดเวทีสำหรับการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ และการพัฒนาศักยภาพร่วมกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติวรดา จันทรแมน (2564) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลำปาง เขต 3 พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษาขาดการส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูเข้าร่วมกิจกรรม PLC

6. ด้านการนิเทศภายใน มีสภาพการปฏิบัติอยู่ในอันดับที่ 5 มีปัญหาที่สำคัญ ดังนี้ ผู้บริหารสถานศึกษาไม่ได้นิเทศ ติดตามและรายงานผลการจัดการเรียนการสอนอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ซึ่งอาจมีสาเหตุจาก ข้อจำกัดด้านภาระงานและจำนวนบุคลากรในโรงเรียนขนาดเล็ก ส่งผลให้ผู้บริหารต้องรับผิดชอบภารกิจหลายด้าน ขณะที่ครูต้องปฏิบัติงานนอกเหนือจากการสอนจำนวนมาก ทำให้ขาดเวลาและโอกาสในการเข้าร่วมกิจกรรมการนิเทศภายใน ตลอดจนการพัฒนาตนเองอย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ พุฒิพงศ์ ธีระวัฒนาชาติ และเจริญวิชัย สมพงษ์ธรรม (2566) ที่ได้ศึกษาเรื่อง สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็ก สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ เดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัญหาที่สำคัญที่สุดในด้านการบริหารจัดการ คือ การนิเทศและติดตามการจัดการเรียนการสอนทางไกลผ่านดาวเทียม เนื่องจากผู้บริหารยังขาดการดำเนินงานในด้านนี้อย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การจัดการเรียนการสอนไม่บรรลุผลตามที่คาดหวังไว้

ในส่วนของโรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่เป็นเลิศ พบว่า มีการจัดหาและบำรุงรักษาอุปกรณ์อย่างเป็นระบบ โดยอาศัยความร่วมมือจากชุมชนและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง อีกทั้งมีการปรับปรุงสภาพแวดล้อมทางกายภาพให้เหมาะสมกับการจัดการเรียนรู้ ในด้านการจัดการเรียนการสอน การจัดสรรอุปกรณ์ และทรัพยากรที่จำเป็นอย่างเพียงพอ รวมถึงมีการกำหนดนโยบายการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ให้เป็นส่วนหนึ่งของแผนปฏิบัติการประจำปี พร้อมมีการกำกับติดตาม และประเมินผลการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญต่อการพัฒนาศักยภาพครูและบุคลากรอย่างรอบด้าน โดยสนับสนุนการเข้ารับการอบรม ศึกษาดูงาน และส่งเสริมการดำเนินกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพอย่างสม่ำเสมอ รวมทั้งมีการนิเทศภายในอย่างเป็นระบบ ความสำเร็จดังกล่าวอาจเกิดจากความตระหนัก ความมุ่งมั่นของผู้บริหารและครู ที่ให้ความสำคัญกับการขับเคลื่อนการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมอย่างจริงจัง รวมถึงการเปิดโอกาสให้ชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในการสนับสนุนทรัพยากรและเสริมสร้างความร่วมมือในทุกภาคส่วน สอดคล้องกับงานวิจัยของ นิดา หมั่นดี และคณะ (2562) ที่ได้ศึกษาเรื่องการบริหารงานวิชาการสำหรับการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ของโรงเรียนขนาดเล็ก ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้ พบว่า โรงเรียนที่มีผลการปฏิบัติที่ดี มีแนวทางการบริหารจัดการที่มุ่งเน้นการสร้าง ความเข้าใจ ส่งเสริมความร่วมมือกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง มีระบบการวางแผน ติดตาม และประเมินผลอย่างมีประสิทธิภาพ

ในการจัดทำกลไกการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก กลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษาสันทราย 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2 ได้ดำเนินการผ่านกระบวนการมีส่วนร่วมจากบุคลากรที่เกี่ยวข้อง ซึ่งมีความรู้ ความสามารถ และประสบการณ์ โดยคำนึงถึงบริบทของสถานศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ มานิตย์ สีสง่า และคณะ (2565) ที่ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเรียนการสอนโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2 พบว่า การมีส่วนร่วมของผู้ที่เกี่ยวข้องเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อความสำเร็จของการจัดการศึกษาทางไกล ทั้งในด้านการแสดงความคิดเห็นการให้ข้อเสนอแนะ และการปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานศึกษา

ผลการตรวจสอบกลไก พบว่า มีความเหมาะสมและมีความเป็นไปได้อยู่ระดับมากที่สุด เนื่องจากกลไกดังกล่าว ได้รับการพัฒนาบนพื้นฐานของการศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาในการดำเนินงานของสถานศึกษา ตลอดจนแนวทางปฏิบัติที่เป็นเลิศของสถานศึกษาดั้งเดิม ทำให้กลไกที่จัดทำขึ้นมีโครงสร้างที่เป็นระบบ และสามารถเชื่อมโยงกับบริบทของสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ จตุพล สอนจิตร และวิเชียร รุ้อยืนยง (2564) ได้ศึกษา แนวทางการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5 พบว่า ความสำเร็จในการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมขึ้นอยู่กับ การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ การมีแนวทางและนโยบายที่ชัดเจน สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของพื้นที่ ซึ่งจะเอื้อต่อการดำเนินงานที่ต่อเนื่องและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า สภาพและปัญหาการขับเคลื่อนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม ด้านการพัฒนาครูและบุคลากร มีสภาพการปฏิบัติอยู่ในอันดับที่ 6 ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษา จึงควรส่งเสริมให้ครูพัฒนาตนเอง โดยจัดกิจกรรมชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) ที่สอดคล้องกับการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมในระดับโรงเรียนและในระดับกลุ่มเครือข่าย พร้อมทั้งสนับสนุนการอบรม ศึกษาดูงาน และการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์ เพื่อยกระดับสมรรถนะครูให้สามารถจัดการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเหมาะสมกับผู้เรียน

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการกำหนดนโยบายและการนำนโยบายสู่การปฏิบัติ ผู้บริหารสถานศึกษายังไม่ได้กำหนดนโยบายการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมไว้ในแผนงานของโรงเรียน และยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนดให้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมเป็นนโยบายสำคัญของสถานศึกษา โดยบรรจุไว้ในแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษาและแผนปฏิบัติการประจำปี พร้อมกำหนดแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจน รวมทั้งส่งเสริมการระดมทรัพยากรจากชุมชนและภาคีเครือข่าย

1.3 ผลการวิจัยพบว่า ในด้านการนิเทศภายใน ผู้บริหารสถานศึกษายังขาดการนิเทศ ติดตามอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น ผู้บริหารควรกำหนดกระบวนการนิเทศภายในที่มีความชัดเจน ตั้งแต่การวางแผนร่วมกับครูผู้สอน การดำเนินการตามแผนอย่างสม่ำเสมอ ไปจนถึงการนำผลการนิเทศมาวิเคราะห์ สะท้อนผล เพื่อให้ข้อเสนอแนะแก่ครู และใช้เป็นข้อมูลประกอบในการพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนต่อไป

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนารูปแบบความร่วมมือระหว่างโรงเรียน ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมสร้างความร่วมมือ และช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนขนาดเล็กให้มีประสิทธิภาพ

2.2 ควรมีการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ การพัฒนาศักยภาพของครูในการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม โดยใช้กระบวนการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC)

เอกสารอ้างอิง

- จตุพล สอนจิตร และวิเชียร รุ้ยนียง. (2564). แนวทางการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (NEW DLTV) ของสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(8), 152-163.
- จิตติวรดา จันท์แมน. (2564). การบริหารจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของผู้บริหารสถานศึกษาสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลำปาง เขต 3 [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยพะเยา]. University of Phayao Digital Collections. <https://updc.up.ac.th/items/ff1eb72e-300e-4693-b9d5-5dbe1ecf3fe9>
- นันทวิช นูนารณ และกษิชาพัชญ์ โทนา. (2563). การจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมกับการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็ก : โอกาสและความเสมอภาคในยุคไทยแลนด์ 4.0. *บัณฑิตศึกษาปริทรรศน์วิทยาลัยสงฆ์นครสวรรค์*, 8(1), 289-300.
- นิตา หมั่นดี, อีร หุทัยธนาสันต์, ผ่องศรี วาณิชยกุลวงศ์ และนิเลาะ แวอุเซ็ง. (2562). การบริหารงานวิชาการสำหรับการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนขนาดเล็ก ในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้. *วารสารวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์*, 30(2), 47-58.
- บุญญธอส นาคหัตติ. (2559). สภาพและปัญหาของ eDLTV โทรศัพท์ผ่านดาวเทียมของโรงเรียนขนาดเล็กในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยนเรศวร]. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร. http://www.edu.nu.ac.th/th/news/docs/download/2018_04_10_14_37_03.pdf
- พุดพิงศ์ อีระวัฒน์ชาติ และเจริญวิชัย สมพงษ์ธรรม. (2566). สภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการจัดการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ของศูนย์พัฒนาเด็กเล็กสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอเดชอุดม จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, 8(1), 146-158.
- มานิตย์ สีสง่า, ทศนีย์ ช่อเทียนทิพย์ และวิรัตน์ มณีพุกกะ. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเรียนการสอนโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเพชรบุรี เขต 2. *วารสารสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 9(3), 1-26.
- มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม. (2561). *แนวทางการดำเนินงานการจัดการเรียนการสอนโดยใช้การศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม (DLTV) ให้ได้มาตรฐาน*. มูลนิธิการศึกษาทางไกลผ่านดาวเทียม.
- สาริกา ราชบุญทอง, จิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย และนภาเดช บุญเชิดชู. (2564). การพัฒนารูปแบบการบริหารสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 สำหรับโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, 10(2), 128-139.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 2. (2567). รายงานผลการทดสอบระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET ปีการศึกษา 2566). https://www.cme2.go.th/2023/?page_id=2114.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ. (2545). *พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับเพิ่มเติม) พ.ศ. 2545*. บริษัท พรินทวาทกราฟฟิค จำกัด.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2552). *คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติราชการสำนักวิจัยและพัฒนาระบบงานบุคคล*. บริษัท พี.เอ.ลิฟวิ่ง จำกัด.

สุมินตรา ปิ่นทอง, นภาเดช บุญเชิดชู และจิตติรัตน์ แสงเลิศอุทัย. (2564). กลยุทธ์การพัฒนาคุณภาพ
การศึกษาด้วยระบบทางไกลผ่านดาวเทียมของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก.

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปง, 10(2), 153-163.

อับดุลอาซิส ยาบา. (2565). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการการเรียนการสอน โดยใช้สื่อทางไกล
ผ่านดาวเทียมของนักเรียนโรงเรียนบ้านทุ่งใหม่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถม
ศึกษาสตูล. วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7(9), 451-466.

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ
ของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

Factors Influencing Consumers' Decision to Purchase Food
and Beverages Through Automatic Vending Machines
in Bangna District. Bangkok

ปุนิกา โทพิลา^{1*} และปณียา อินทภาค²

(Punniga Topila^{1*} and Paneeya Inthakad²)

^{1,2}สาขาวิชาการตลาด หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

^{1,2}Marketing, Bachelor Of Business Administration, Bangkok Suvarnabhumi University

อีเมลผู้แต่งหลัก : kuk_intha@hotmail.com เบอร์โทร : 09 5551 1955

วันที่รับบทความ 19 กุมภาพันธ์ 2568

Received: Feb. 19, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 22 มิถุนายน 2568

Revised: Jun. 22, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 25 มิถุนายน 2568

Accepted: Jun. 25, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร และ (2) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเขตบางนาที่เคยใช้บริการตู้จำหน่ายอัตโนมัติ จำนวน 400 คน โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามที่มีค่าความน่าเชื่อถือที่ 0.846 และนำข้อมูลมาวิเคราะห์โดยใช้ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า (1) ปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ($B = 0.340$) ด้านการตอบสนอง ($B = 0.264$) ด้านการเข้าถึงบริการ ($B = 0.254$) และด้านความสามารถในการให้บริการ ($B = 0.063$) และ (2) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ($B = 0.393$) ด้านกระบวนการ ($B = 0.295$) ด้านผลิตภัณฑ์ ($B = 0.133$) และด้านการจัดจำหน่าย ($B = 0.133$)

คำสำคัญ: คุณภาพบริการ; ส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; อาหารและเครื่องดื่ม; เครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ

Abstract

This study aimed to (1) study the factors of service quality expectation that influence the purchase of food and beverages through vending machines of consumers in Bangna District, Bangkok and (2) study the marketing mix factors that influence the decision to purchase food and beverages through vending machines of consumers in Bangna District, Bangkok. The sample consisted of 400 people in Bangna District who had used vending machines. The sampling method was purposive sampling. Data were collected using a questionnaire with a reliability value of 0.846. The data were analyzed using the mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the study found that (1) the service quality expectation factors that significantly influenced the purchase decision at the 0.05 level were reliability ($B = 0.340$), responsiveness ($B = 0.264$), service access ($B = 0.254$), and service capability ($B = 0.063$), and (2) the marketing mix factors that significantly influenced the purchase decision at the 0.05 level were physical characteristics and presentation ($B = 0.393$), process ($B = 0.295$), product ($B = 0.133$), and distribution ($B = 0.133$).

Keywords: Service quality; Marketing Mix; Purchasing Decisions; Food and Drink; Automatic Vending Machine

บทนำ

เศรษฐกิจไทยในปี 2567 ยังคงฟื้นตัวได้ช้า โดยธนาคารแห่งประเทศไทยปรับลดคาดการณ์ GDP ปี 2566 และ 2567 เหลือ 2.4% และ 3.2% ตามลำดับ แต่หากมีโครงการกระเป๋าเงินดิจิทัล อาจดัน GDP ปี 2567 ขึ้นเป็น 3.8% อย่างไรก็ตาม หนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูงถึง 90.9% ต่อ GDP หรือราว 16.2 ล้านล้านบาท ส่งผลให้ผู้บริโภคชะลอการใช้จ่ายมากขึ้น และมองหาช่องทางซื้อสินค้าที่คุ้มค่าและสะดวก ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มเปลี่ยนไปสู่ช่องทางออนไลน์ แม้ต้องรอการจัดส่งสินค้า (นเรนทร์ ชูติจิรวงศ์ และทศดา แสงมานะเจริญ, 2567)

ขณะเดียวกัน ผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ ซึ่งแม้มีสินค้าน้อยกว่า แต่สามารถตอบโจทย์ด้านความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่าได้ทันที จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น โดยผลสำรวจของมาร์เก็ตบัซซ พบว่า 56% ของผู้ตอบแบบสอบถามเคยซื้อสินค้าจากผู้จำหน่ายอัตโนมัติ โดย 28% ใช้บริการทุกสัปดาห์ และ 13% ใช้ทุกวัน โดยเหตุผลหลักคือ ความสะดวกสบาย (72%) ประหยัดเวลา (50%) มีสินค้าพร้อมจำหน่าย (43%) และมีช่องทางชำระเงินหลากหลาย (27%) แสดงให้เห็นว่าผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ฐานเศรษฐกิจ, 2567)

เขตบางนา กรุงเทพมหานคร เป็นพื้นที่ที่มีความหนาแน่นของประชากร ทั้งผู้อยู่อาศัย แรงงาน และนักเรียน นักศึกษา มีศูนย์การค้า สถาบันการศึกษา และสถานที่สำคัญจำนวนมาก จึงเหมาะแก่การติดตั้งผู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่ให้บริการ 24 ชั่วโมง เพื่อตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์เร่งรีบของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค คือคุณภาพบริการ

เช่น ความสะดวกในการใช้งาน ระบบชำระเงินที่แม่นยำ และการบำรุงรักษาที่ดี รวมถึงปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด เช่น ความหลากหลายของสินค้า ราคาเหมาะสม ทำเลเข้าถึงง่าย และโปรโมชั่นที่ดึงดูด

ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยความคาดหวังด้านคุณภาพบริการ และส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านตู้จำหน่ายอัตโนมัติในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยคาดว่าจะผลการศึกษากลับเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจตู้จำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในประเทศไทย

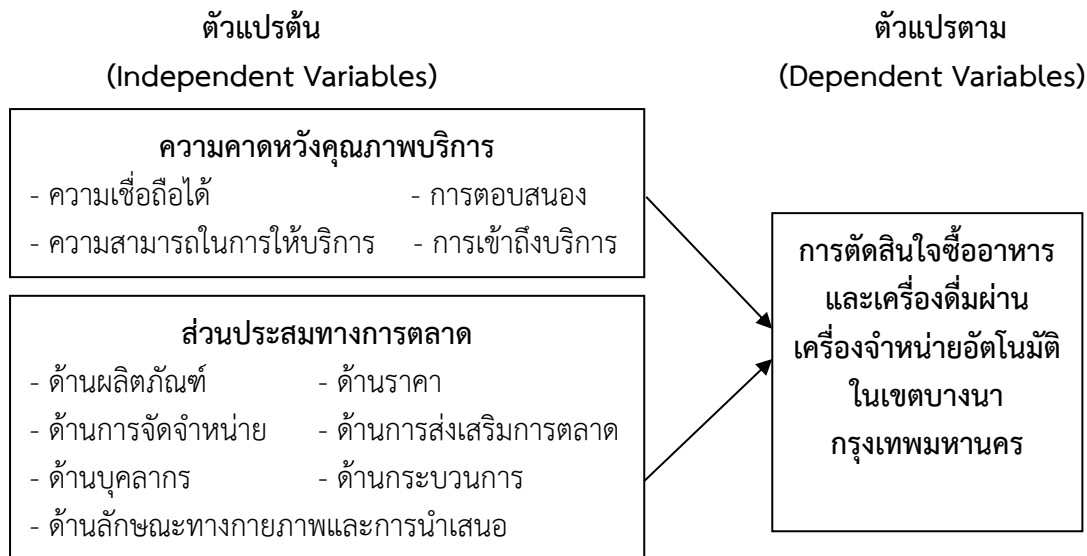
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ขอบเขต

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา คือ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภค ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ได้แก่ แนวคิดและทฤษฎีปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ ความรู้เกี่ยวกับเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. ขอบเขตด้านประชากร คือ ประชาชนในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร 84,943 คน ตามข้อมูลจากสำนักงานเขตบางนา ณ ปี 2567 (สำนักงานเขต กรุงเทพมหานคร, 2567)
3. ขอบเขตด้านระยะเวลาที่ใช้ในการเก็บข้อมูล คือ เดือนพฤศจิกายน 2567 – มกราคม 2568
4. ด้านเครื่องมือในการเก็บข้อมูล คือ แบบสอบถาม 5 ตอน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ข้อมูลปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการ ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด การตัดสินใจซื้อ และข้อเสนอแนะ

กรอบแนวความคิดในการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานข้อที่ 1. ปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

สมมติฐานข้อที่ 2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ได้แก่ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร จำนวน 84,943 คน (สำนักงานเขตบางนา, 2567) ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Taro Yammane, 1973 (อ้างถึงใน ชีรวิทย์ เอกะกุล, 2543) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และมีระดับความคาดเคลื่อนจากการสุ่มร้อยละ 5 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการศึกษา คือ แบบสอบถาม โดยสร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดของงานวิจัย จากนั้นทดสอบค่าความเชื่อมั่น (Reliability) กับกลุ่มทดลอง 40 คน ซึ่งมาจากอาจารย์ เจ้าหน้าที่ และนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง ผลการทดสอบด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา Cronbach's Alpha ได้ค่าความน่าเชื่อถือ 0.846 โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ต่อเดือน โดยข้อคำถามจะมีลักษณะเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ข้อมูลปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการ ประกอบด้วย ความเชื่อถือได้ การตอบสนอง ความสามารถในการให้บริการ การเข้าถึงบริการ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 3 ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ โดยข้อคำถามจะมีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 4 ข้อมูลการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยข้อคำถามจะมีลักษณะมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale)

ตอนที่ 5 ข้อเสนอแนะ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้วิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งมุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มผู้บริโภคที่เคยใช้บริการเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามคืนครบถ้วนทั้ง 400 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 100% โดยได้ทำการตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติเชิงพรรณนา

- วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้สถิติจำนวน และค่าร้อยละ
- วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติค่าเฉลี่ยเลขคณิต และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สถิติเชิงอนุมาน

- วิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการมีอิทธิพลต่อการซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยใช้สถิติการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ

เกณฑ์การให้คะแนนของแบบสอบถามปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร ระดับความคิดเห็น ตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนน ดังนี้ (ชัชวาล เรื่องประพันธ์, 2543)

คะแนน 5	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน 4	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน 3	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน 2	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย

คะแนน 1 หมายถึง ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

เกณฑ์แปลความหมายคะแนน เพื่อจัดระดับคะแนนเฉลี่ย ตามมาตรวัดของLikert (Likert Rensis, 1961)

คะแนน	4.50 – 5.00	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมากที่สุด
คะแนน	3.50 – 4.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นมาก
คะแนน	2.50 – 3.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นปานกลาง
คะแนน	1.50 – 2.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อย
คะแนน	1.00 – 1.49	หมายถึง	ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามที่ตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภค พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.00 อายุ 31 - 40 ปี ร้อยละ 39.50 การศึกษาระดับปริญญาตรี ร้อยละ 47.30 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน/ลูกจ้าง ร้อยละ 49.80 และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 - 20,000 บาท ร้อยละ 34.50

ตารางที่ 1 ความคิดเห็นปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการอาหารและเครื่องดื่มจากเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ความคาดหวังคุณภาพบริการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเชื่อถือได้	4.21	0.695	มาก
การตอบสนอง	4.27	0.724	มาก
ความสามารถในการให้บริการ	3.97	0.828	มาก
การเข้าถึงบริการ	4.25	0.718	มาก
รวม	4.18	0.741	มาก

จากตารางที่ 1 ปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการอาหารและเครื่องดื่มจากเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.18 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การตอบสนอง ได้ค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.27 รองลงมาคือ การเข้าถึงบริการ ค่าเฉลี่ย 4.25 ความเชื่อถือได้ ค่าเฉลี่ย 4.21 และความสามารถในการให้บริการ ค่าเฉลี่ย 3.97 ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ความคิดเห็นปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.03	0.718	มาก
ด้านราคา	3.60	0.766	มาก
ด้านการจัดจำหน่าย	4.06	0.674	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.97	0.786	มาก
ด้านบุคคล	4.02	0.823	มาก
ด้านกระบวนการ	4.21	0.735	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	4.20	0.718	มาก
รวม	4.01	0.745	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.01 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านกระบวนการ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.21 รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ ค่าเฉลี่ย 4.20 ด้านการจัดจำหน่าย ค่าเฉลี่ย 4.06 ด้านผลิตภัณฑ์ ค่าเฉลี่ย 4.03 ด้านบุคคล ค่าเฉลี่ย 4.02 ด้านการส่งเสริมการตลาด ค่าเฉลี่ย 3.97 และด้านราคา ค่าเฉลี่ย 3.60 ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความคุ้มค่าของราคา	4.23	0.749	มาก
ความหลากหลายของช่องทางชำระเงิน	4.23	0.751	มาก
ความสะดวกและประหยัดเวลา	4.24	0.755	มาก
ความมั่นใจในคุณภาพสินค้า	4.22	0.806	มาก
รวม	4.23	0.770	มาก

จากตารางที่ 3 การตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยรวมผู้ตอบแบบสอบถามให้ความคิดเห็นระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ย 4.23 โดยให้ความสำคัญกับ ความสะดวกและประหยัดเวลา ค่าเฉลี่ย 4.24 รองลงมา ความหลากหลายของช่องทางชำระเงิน ค่าเฉลี่ย 4.23 ความคุ้มค่าของราคา ค่าเฉลี่ย 4.23 และความมั่นใจในคุณภาพสินค้า ค่าเฉลี่ย 4.22 ตามลำดับ

ตารางที่ 4 การแสดงผลปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ความคาดหวัง คุณภาพบริการ	Unstandardized Coefficients	Coefficients Std. Error		t	sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.340	0.121		2.807	0.005*
ความเชื่อถือได้	0.340	0.047	0.338	7.169	0.000*
การตอบสนอง	0.264	0.043	0.273	6.193	0.000*
ความสามารถใน การให้บริการ	0.063	0.031	0.075	2.072	0.039*
การเข้าถึงบริการ	0.254	0.046	0.261	5.473	0.000*
R = 0.854 R ² = 0.729 Adjusted R ² = 0.726 SE = 0.365 F-test = 265.407 Sig = 0.000*					

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 4 การแสดงผลปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ มีอิทธิพลสุด (B=0.340, Sig. 0.000*) รองลงมาด้านการตอบสนอง (B=0.264, Sig. 0.000*) ด้านการเข้าถึงบริการ (B=0.254, Sig. 0.000*) และด้านความสามารถในการให้บริการ (B=0.063, Sig. 0.039*) ตามลำดับ สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงพหุคูณ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.340 + 0.340(\text{ความน่าเชื่อถือ}) + 0.264(\text{การตอบสนอง}) + 0.254(\text{การเข้าถึงบริการ}) + 0.063(\text{ความสามารถในการให้บริการ})$$

ตารางที่ 5 แสดงผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients	Coefficients Std. Error		t	sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	0.456	0.116		3.939	0.000*
ด้านผลิตภัณฑ์	0.133	0.045	0.137	2.985	0.003*
ด้านราคา	- 0.059	0.031	-0.064	-1.898	0.058
ด้านการจัดจำหน่าย	0.133	0.053	0.128	2.522	0.012*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.034	0.039	0.038	0.863	0.389
ด้านบุคคล	- 0.029	0.038	-0.034	-0.753	0.452
ด้านกระบวนการ	0.295	0.049	0.310	6.023	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ	0.393	0.048	0.404	8.237	0.000*

R = 0.875 R² = 0.765 Adjusted R² = 0.761 SE = 0.341 F-test = 182.601 Sig. = 0.000*

*ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05

จากตารางที่ 5 การแสดงผลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร โดยการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ มีอิทธิพลสูงสุด (B=0.393, Sig. 0.000*) ด้านกระบวนการ (B=0.295, Sig. 0.000*) ด้านผลิตภัณฑ์ (B=0.133, Sig. 0.003*) และด้านการจัดจำหน่าย (B=0.133, Sig. 0.012*) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สามารถเขียนเป็นสมการถดถอยเชิงพหุคูณ ได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.456 + 0.393(\text{ด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอ}) + 0.295(\text{ด้านกระบวนการ}) + 0.133(\text{ด้านผลิตภัณฑ์}) + 0.133(\text{ด้านการจัดจำหน่าย})$$

อภิปรายผล

1. ปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยความคาดหวังคุณภาพบริการที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด เนื่องจากเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติสามารถรองรับการชำระเงินได้หลายรูปแบบ และมีมาตรฐานด้านความปลอดภัย ช่วยสร้างความมั่นใจแก่ผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐดี ภาวนาวิวัฒน์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ และการใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของกลุ่ม

มิลเลนเนียล และเจนเนอเรชันซีในประเทศไทย พบว่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่รองรับการชำระเงินหลายรูปแบบและมีมาตรฐานความปลอดภัยสูง รองลงมาคือด้านการตอบสนอง โดยระบบมีความทันสมัย ใช้งานง่าย และสะดวกต่อการซื้อสินค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของวิชฌุ ธีระพัฒน์ (2565) ทำการศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มผ่านตู้จำหน่ายเครื่องดื่มแบบชงอัตโนมัติของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี พบว่า เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีระบบทันสมัย ใช้งานง่าย และสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ด้านการเข้าถึงบริการ โดยเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติตั้งอยู่ในพื้นที่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น ห้างสรรพสินค้าและปั้มน้ำมัน จึงเอื้อต่อการเข้าถึงและใช้งานบ่อยครั้ง สอดคล้องกับเพชรชรัตน์ พระโพธิ์ และสายพิน บั่นทอง (2566) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคจากไฮเปอร์มาร์เก็ตในกรุงเทพมหานคร พบว่า การติดตั้งเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติในพื้นที่ที่มีผู้คนพลุกพล่าน เช่น ห้างสรรพสินค้าและปั้มน้ำมัน ช่วยเพิ่มการเข้าถึงและการใช้งานของผู้บริโภค และด้านความสามารถในการให้บริการ โดยเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติมีสินค้าหลากหลายและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวดี ภาวนาวิวัฒน์ (2561) ทำการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับ และการใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของกลุ่มมิลเลนเนียล และเจนเนอเรชันซีในประเทศไทย พบว่าเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติที่มีสินค้าหลากหลายและสามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความต้องการของผู้บริโภค ช่วยเพิ่มความพึงพอใจและการตัดสินใจซื้อ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารและเครื่องดื่มผ่านเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติของผู้บริโภคในเขตบางนา กรุงเทพมหานคร

ผลวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพและการนำเสนอมีอิทธิพลสูงสุด โดยเครื่องถูกออกแบบให้ใช้งานง่าย สีสดใสสวยงาม และมีคำแนะนำชัดเจน ช่วยให้เข้าใจง่าย รองลงมาคือด้านกระบวนการ โดยเครื่องรองรับการชำระเงินหลายรูปแบบ เพิ่มทางเลือกและความสะดวกด้านผลิตภัณฑ์ มีการรับรองคุณภาพและความปลอดภัย ซึ่งสร้างความมั่นใจ และด้านการจัดจำหน่าย โดยเครื่องมักติดตั้งในพื้นที่เข้าถึงง่าย เช่น ห้างสรรพสินค้า ปั้มน้ำมัน สอดคล้องกับงานของอัญชลี สิทธิสังข์ และสายพิน บั่นทอง (2566), เพชรชรัตน์ พระโพธิ์ และสายพิน บั่นทอง (2566) และศตายุ ศรีทองสุข (ม.ป.ป.) ที่พบว่าปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ ผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

ขณะที่ปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคคลไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ อาจเนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกและรวดเร็วมากกว่าราคา และการส่งเสริมการตลาดในช่องทางนี้ยังไม่แพร่หลาย ส่วนปัจจัยด้านบุคคลไม่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการตัดสินใจซื้อผ่านตู้จำหน่ายอัตโนมัติ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านคุณภาพบริการ

ผู้ประกอบการควรเพิ่มความน่าเชื่อถือของเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติด้วยการพัฒนาระบบชำระเงินที่หลากหลาย เช่น QR Code, Mobile Banking และ E-Wallet พร้อมแสดงมาตรฐานความปลอดภัยและใบรับรองที่ชัดเจน เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ควรปรับปรุงความเร็วในการประมวลผลและการแสดงผลของหน้าจอ รวมถึงเพิ่มเมนูหลายภาษาเพื่อรองรับผู้ใช้หลากหลายกลุ่ม ควรเลือกติดตั้งเครื่องในจุดที่เข้าถึงง่ายและปลอดภัย พร้อมป้ายบอกตำแหน่งในพื้นที่ขนาดใหญ่ และควรพัฒนาระบบจัดการสินค้าตามพฤติกรรมการซื้อขาย พร้อมเพิ่มช่องทางให้ผู้บริโภคแสดงความคิดเห็น เช่น การสแกน QR Code เพื่อประเมินความพึงพอใจ

2. ด้านส่วนประสมทางการตลาด

ควรออกแบบเครื่องให้ทันสมัย ใช้งานง่าย และสะดวกตา เช่น การใช้สีสันทัน การจัดวางหน้าจอที่ชัดเจน และไฟส่องสว่างในพื้นที่แสงน้อย ด้านกระบวนการควรเพิ่มทางเลือกการชำระเงินแบบไม่ใช้เงินสดให้ครอบคลุมมากขึ้น ด้านผลิตภัณฑ์ควรเลือกสินค้าที่มีคุณภาพมีตรารับรอง และหลากหลาย เช่น อาหารสุขภาพหรือสินค้าเฉพาะกลุ่ม สุดท้ายด้านการจัดจำหน่าย ควรขยายจุดติดตั้งในพื้นที่ที่มีผู้คนหนาแน่น เช่น สำนักงาน สถานศึกษา และศูนย์การค้า เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและความสะดวกในการใช้งานของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และบุคคลในเชิงลึกมากขึ้น เช่น การกำหนดราคาในแต่ละบริบทพื้นที่ ความรู้สึกต่อความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับช่องทางอื่น การพัฒนาเครื่องมือส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสมกับลักษณะของเครื่องจำหน่ายอัตโนมัติ และบทบาทของบุคลากรที่เกี่ยวข้องในกระบวนการสนับสนุนการให้บริการ ซึ่งอาจมีผลต่อความเชื่อมั่นและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

- จิรวรรณ ดีประเสริฐ. (2563). *ส่วนประสมทางการตลาด*. (พิมพ์ครั้งที่ 4). สำนักพิมพ์ศูนย์ส่งเสริมวิชาการ.
- ชัชวาล เรืองประพันธ์. (2543). *สถิติพื้นฐานพร้อมตัวอย่างการวิเคราะห์ด้วยโปรแกรม Minitab SPSS และ SAS*. (พิมพ์ครั้งที่ 5). มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ฐานเศรษฐกิจ. (2567). *Vending Machine มาแรง คนไทย 58% มีแนวโน้มซื้อสินค้าผ่านตู้อัตโนมัติ*. <https://www.thansettakij.com/technology/technology/614931>.
- ณัฐวดี ภาวนาวิวัฒน์. (2561). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับและการใช้เครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของกลุ่มมิลเลนเนียลและเจนเอเรชั่นซีในประเทศไทย* [วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต]. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2543). *ระเบียบวิธีทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. สถาบันราชภัฏ.

- นเรนทร์ ชูติจิรวงศ์ และทศดา แสงมานะเจริญ. (2567). *แนวโน้มเศรษฐกิจไทยและเทคโนโลยีเกิดใหม่ในปี 2567*. Deloitte Thailand.
<https://www2.deloitte.com/th/en/pages/about-deloitte/articles/2024-thailand-economic-outlook-th.html>.
- เพชรรัตน์ พระโพธิ์ และสายพิน ปั่นทอง. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติของผู้บริโภคจากไฮเปอร์มาร์เก็ตในกรุงเทพมหานคร. *วารสารนวัตกรรมและการจัดการ*, 8(1), 7-21.
- วิชญ์ ธีระพัฒน์. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มผ่านตู้จำหน่ายเครื่องดื่ม แบบชงอัตโนมัติของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา*, 17(3), 275-291.
- ศตายุ ศรีทองสุข. (ม.ป.ป). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากผู้ขายสินค้าอัตโนมัติของพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมโรจนะ จังหวัดอยุธยา. <https://3mit.ru.ac.th/journals/it20/6414193127.pdf>
- อัญชลี สิทธิสังข์ และสายพิน ปั่นทอง. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากเครื่องจำหน่ายสินค้าอัตโนมัติ (Vending Machine) ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 36(1), 42-60.
- สำนักงานเขตบางนา. (2567). *ข้อมูลบ้านและประชากร. สำนักงานเขตบางนา*.
<https://webportal.bangkok.go.th/bangna>.
- Likert, Rensis. (1961). *New Pattern of Management*. McGraw – Hill.

**นวัตกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม
เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร**
**Innovation Management and Value Creation of Cultural Heritage
To Support Tourism in the Ancient City of Kamphaeng Phet**

รัชนิวรรณ บุญอนนท์^{1*} และวาสนา จรุงศรีโชติกำจร²

(Ratchaneewan Boonanont^{1*} and Wassana Jarunsrichotikhamjorn²)

^{1*}สาขาวิชาอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ

²คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

^{1*}Department of Tourism Industry and International Business Management,

²Faculty of Management Science, Kamphaeng Phet Rajabhat University

อีเมลผู้แต่งหลัก : Ratchaneewanmadee@gmail.com เบอร์โทร : 09 6926 6698

วันที่รับบทความ 23 ธันวาคม 2568

Received: Dec. 23, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 27 มิถุนายน 2568

Revised: Jun. 27, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 30 มิถุนายน 2568

Accepted: Jun. 30, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้เพื่อ 1) วิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร 2) สร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร 3) เสนอแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร และ 4) ขยับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชรให้กับชุมชนท้องถิ่น เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์ภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 10 คน และแบบสอบถามถามนักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน การสนทนากลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว จำนวน 15 คน และแบบสอบถามถามประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเมืองโบราณกำแพงเพชร จำนวน 30 คน ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ในรูปแบบค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1) อัตลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชร มี 2 อัตลักษณ์ ได้แก่ ศิลาแลงและลวดลายปูนปั้นช้าง ณ วัดช้างรอบ 2) การสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึกพบว่า ได้ต้นแบบลวดลายในการสร้างสินค้าของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชรจำนวน 4 แบบ และควรนำรูปแบบทั้ง 4 แบบ ประกอบด้วย ลวดลายกำแพงเพชร 1 ลวดลายกำแพงเพชร 2 ลวดลายกำแพงเพชร 3 และลวดลายกำแพงเพชร 4 ไปผลิตสินค้าของที่ระลึก 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อยืด แก้วน้ำ กระเป๋าไอแพด กระเป๋าผ้า เคสโทรศัพท์ และสร้อยข้อมือ 3) การศึกษาแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวพบว่า มี 3 แนวทาง ประกอบด้วย (1) นำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการ (2) ให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบ ๆ เมืองโบราณฯ เข้ามามีส่วนร่วม และ (3) จัดสร้างเกมเกี่ยวกับเมืองโบราณฯ สำหรับนักท่องเที่ยว 4) การขยับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการและสร้างมูลค่ามรดก

ทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวให้กับชุมชนท้องถิ่น พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อแนวทางการขับเคลื่อนการใช้นวัตกรรมการจัดการฯ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D = 0.53)

คำสำคัญ: นวัตกรรมจัดการ; มรดกทางวัฒนธรรม; อัตลักษณ์; สินค้าของที่ระลึก; เมืองโบราณ

Abstract

This research had the aims as 1) to analyze the identity of cultural heritage tourism sites in the ancient cities of Kamphaeng Phet; 2) to create value for cultural heritage through souvenir products to support tourism for ancient cities; 3) to propose guidelines for using innovative management of cultural heritage; and 4) to drive the implementation of innovative management and value creation of cultural heritage. The data collected by using in-depth interviews with 10 key stakeholders involved. The questionnaires collected from 400 tourists. The second objective collected through focus group discussions with 10 stakeholders and questionnaires collected from 400 tourists, focus group discussions with 15 stakeholders, and questionnaire with local community people who live in Kamphaeng Phet Ancient City with 30 people. The quantitative data analyzed by using frequency, percentage, mean, and standard deviation and the qualitative data analyzed through content analysis.

The research findings found that 1) the identity of the ancient city of Kamphaeng Phet comprises two key elements as "Silalae", and the stucco elephant designs at Wat Chang Rob. 2) The 2nd objective found that Kamphaeng Phet derived four prototype patterns for creating souvenir products from the cultural heritage of the ancient city, and all 4 patterns should be included pattern of Kamphaeng Phet 1, 2, 3, and 4. All 4 patterns should be used to produce six types of souvenirs as t-shirts, mugs, iPad cases, fabric bags, phone cases, and bracelets. 3) The 3rd objective found that there were three guidelines as (1) using modern technology management, (2) involving people who live in surrounding ancient city, and (3) creating ancient city games for the tourists. 4) The last objective found that the community had the opinions on overall results were at a high level ($\bar{X} = 3.97$, S.D = 0.53).

Keywords : Innovative management; Cultural heritage; Identity; Souvenir products; Ancient cities

บทนำ

มรดกทางวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์และมีคุณค่าในฐานะที่เป็นเครื่องแสดงออกถึงรากฐาน และความเป็นมาของชาติบ้านเมืองซึ่งสมควรที่จะช่วยกันดูแลรักษาไว้ให้เป็นมรดกของคนในชาติ มีทั้งในรูปแบบที่จับต้องได้ (สัมผัสได้) เช่น โบราณสถาน โบราณวัตถุ งานศิลปกรรมต่าง ๆ เป็นต้น และจับต้องไม่ได้ (สัมผัสไม่ได้) เช่น ขนบธรรมเนียมประเพณี ภาษา

และวรรณกรรม เป็นต้น แล้วเรียนรู้สืบทอดต่อกันมา รวมถึงสิ่งที่ยังคงเหลือเป็นหลักฐานให้เห็นในปัจจุบัน (ธนันท์ บุนนรรณ, 2563) โดยเฉพาะอย่างยิ่ง มรดกวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งจัดเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางประวัติศาสตร์ วัฒนธรรม และสังคมรวมถึงความผูกพันทางจิตใจต่อชนรุ่นหลัง เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรมและศิลปกรรมเฉพาะในแต่ละท้องถิ่น ที่เป็นจุดดึงดูดสำคัญด้านการท่องเที่ยว อนึ่งนอกจากนี้ยังมีมรดกวัฒนธรรมประเภทโบราณสถาน โบราณวัตถุ ที่ยังคงเหลือเป็นหลักฐานให้เห็นในปัจจุบัน (กรมการท่องเที่ยว, 2567) มรดกวัฒนธรรมเชิงประวัติศาสตร์ที่สำคัญของประเทศไทยส่วนใหญ่ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์หรือเมืองโบราณ ที่เป็นมรดกวัฒนธรรมประเภทโบราณสถานและโบราณวัตถุที่โดดเด่น มีความสวยงามและได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกจากองค์การยูเนสโก (UNESCO) ได้แก่ อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ตั้งอยู่ในจังหวัดกำแพงเพชร อุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัย ตั้งอยู่ในจังหวัดสุโขทัย และอุทยานประวัติศาสตร์ศรีเทพ ตั้งอยู่ในจังหวัดเพชรบูรณ์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกร่วมกับอุทยานประวัติศาสตร์สุโขทัยและศรีสัชนาลัย เป็นส่วนหนึ่งของเมืองประวัติศาสตร์สุโขทัยและเมืองบริวารที่ปัจจุบันถือว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีชื่อเสียงของจังหวัดกำแพงเพชร

อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรเป็นเมืองโบราณ มีพื้นที่ประมาณ 3.4 ตารางกิโลเมตร ได้รับการยกย่องให้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมในปี พ.ศ. 2534 เนื่องจากหลักฐานที่ปรากฏแสดงให้เห็นถึงความงดงามอลังการของศิลปกรรมไทยในยุคแรก ๆ (กรมศิลปากร, 2565) และหากพิจารณาจากเป้าหมายในการพัฒนาจังหวัดกำแพงเพชร ที่มุ่งเน้น “แหล่งเกษตรปลอดภัย พลังงานทดแทน และท่องเที่ยวมรดกโลกทางวัฒนธรรมและธรรมชาติ” สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญและคุณค่าของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร แต่จากสถิตินักท่องเที่ยวปี 2565 ที่เดินทางมาเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร มีจำนวน 52,141 คน ซึ่งลดลงจากปี 2564 ที่มีนักท่องเที่ยวจำนวน 57,818 คน (กรมศิลปากร, 2565) จากข้อมูลดังกล่าวมาข้างต้น ถึงแม้ว่าอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชรหรือเมืองโบราณกำแพงเพชร จะเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีมรดกวัฒนธรรมที่ทรงคุณค่า แต่ถ้าขาดการบริหารจัดการที่ดีอาจทำให้โบราณสถานและสภาพแวดล้อมของแหล่งประวัติศาสตร์เกิดความเสื่อมโทรมได้ จนบางครั้งยากต่อการฟื้นฟูแก้ไขให้กลับคืนสู่สภาพเดิม และส่งผลกระทบทางลบต่อการท่องเที่ยวในที่สุด การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเป็นความสามารถในการควบคุมดูแลการดำเนินงาน การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์โดยมีองค์ประกอบที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ 1) ด้านการจัดการท่องเที่ยวเพื่อให้เกิดความยั่งยืน 2) การจัดการด้านความรู้และการสร้างจิตสำนึก 3) การจัดการด้านเศรษฐกิจและสังคม พิจารณาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนในกิจกรรมการท่องเที่ยว โดยการเปิดโอกาสให้ประชาชนหรือชุมชนได้มีส่วนร่วมในการคิด การพิจารณาตัดสินใจ การดำเนินการและร่วมรับผิดชอบในเรื่องต่าง ๆ ที่จะส่งผลกระทบต่อประชาชนหรือชุมชนนั้น ๆ รวมทั้งการกระจายรายได้หรือผลประโยชน์สู่ท้องถิ่น (กรมการท่องเที่ยว, 2567) ปัจจุบันมีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เข้ามาใช้ในการบริหารจัดการการท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ เช่น การใช้ QR Code ในการอธิบายให้ข้อมูลเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ในการพัฒนาบริการท่องเที่ยวในระยะ 5 ปี ของแผนพัฒนาบริการ

ท่องเที่ยว พ.ศ. 2566 - 2577 ยุทธศาสตร์ที่ 1 การส่งเสริมการพัฒนาสินค้าและบริการท่องเที่ยว ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยี (Innovative & Smart Tourism) โดยมุ่งเน้นการนำองค์ความรู้ ด้านนวัตกรรมและเทคโนโลยีมาร่วมกันพัฒนาให้เกิดความสมดุล และความยั่งยืนในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของไทย แต่การใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมของอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ดังกล่าว ยังไม่สามารถกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวมาเที่ยวเพิ่มมากขึ้นได้ นอกจากนี้อุทยานฯ ยังไม่มีของที่ระลึกที่มีมูลค่าสูงที่สะท้อนถึงคุณค่าของมรดกทางวัฒนธรรมจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ดังนั้นจาก ข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่ต้องมีการพัฒนานวัตกรรมการจัดการและสร้าง มูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ซึ่งข้อมูลจากการ วิจัยจะทำให้แหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ซึ่งเป็นเมืองโบราณกำแพงเพชร กระตุ้นจูงใจ ให้มีนักท่องเที่ยวเดินทางมาเที่ยวเพิ่มขึ้น ทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์ และเอกลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชร ๆ จากประสบการณ์ตรงหรือร่วมสร้างประสบการณ์ที่ดี กับเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวหรือมีปฏิสัมพันธ์กับคนในพื้นที่ผ่านสินค้าของที่ระลึก (กรมการท่องเที่ยว, 2566) ส่งผลให้เกิดการสร้างงานและรายได้ให้กับประชาชนในพื้นที่ และส่งผลดีต่อเศรษฐกิจระดับ ท้องถิ่น จังหวัดและประเทศต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร
2. เพื่อสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว ของเมืองโบราณกำแพงเพชร
3. เพื่อเสนอแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุน การท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร
4. เพื่อขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ให้กับชุมชนท้องถิ่น

ขอบเขต

ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งเน้นวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม มุ่งสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึก มุ่งหาแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการ มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยว และมุ่งเน้นการขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรม การจัดการและการสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมให้กับชุมชนท้องถิ่น

ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูล/ประชากร ประกอบด้วย (1) ภาควิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมือง โบราณกำแพงเพชร จำนวน 10 คน และ 15 คน (2) นักท่องเที่ยว จำนวน 400 คน และ (3) ประชาชน ที่อาศัยอยู่ในบริเวณเมืองโบราณกำแพงเพชร จำนวน 30 คน

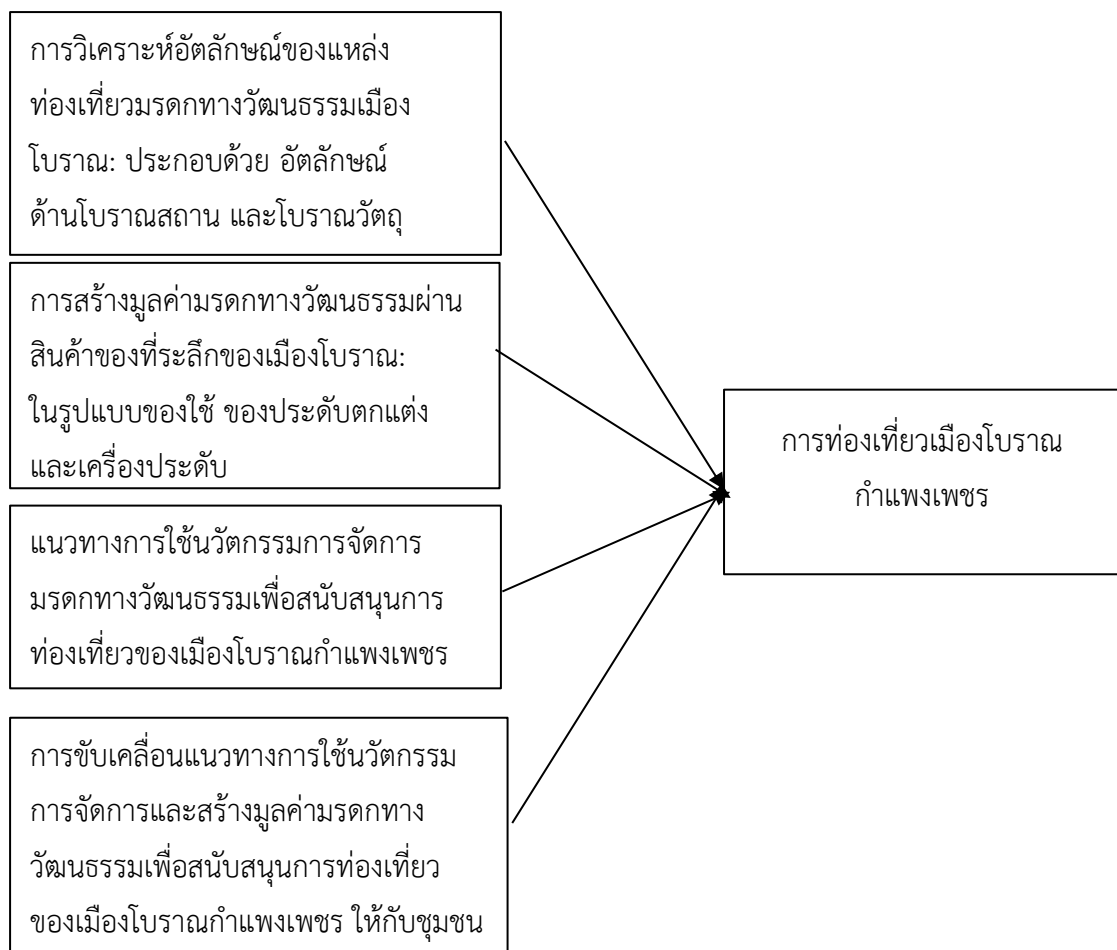
ขอบเขตด้านตัวแปร ประกอบด้วย (1) อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรม เมืองโบราณ กำแพงเพชร ประกอบด้วย อัตลักษณ์ด้านโบราณสถาน และด้านโบราณวัตถุ (2) มูลค่า มรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึก เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ในรูปแบบของใช้ ของประดับตกแต่ง และเครื่องประดับ (3) แนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการ

มรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร และ (4) การขับเคลื่อนแนวทางการใช้วัตรกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร สุขุขทัย ให้กับชุมชนท้องถิ่น

ขอบเขตด้านพื้นที่วิจัย คือ เมืองโบราณกำแพงเพชร หรืออุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร

กรอบความคิด/สมมติฐานการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีกรอบความคิดในการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบความคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยและระเบียบวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. การวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร และการสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ผู้ให้ข้อมูล/ประชากร ประกอบด้วย (1) ภาคที่เกี่ยวข้อกับการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชร จำนวน 10 คน โดยคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยว หรือมรดกวัฒนธรรม ของเมืองโบราณ

กำแพงเพชร อย่างน้อย 1 ปี หรือเป็นนักวิชาการที่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างน้อย 1 ปี หรือเป็นผู้นำชุมชนหรือประชาชนที่มีถิ่นฐานตั้งอยู่ในบริเวณเมืองโบราณกำแพงเพชร อย่างน้อย 1 ปี กำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (ชุดิมา จันทรณณ, 2564) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (2) นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวจังหวัดกำแพงเพชร จำนวน 467,279 คน (กรมการท่องเที่ยว, 2564) ขนาดกลุ่มตัวอย่างหาได้โดยใช้สูตรของ Taro Yamane ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (อัศวิน แสงพิกุล, 2556) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 399.65 หรือ 400 คน คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างประเด็นการสัมภาษณ์เชิงลึก และสร้างแบบสอบถามตามกรอบวัตถุประสงค์ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการวิเคราะห์เนื้อหาส่วนข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

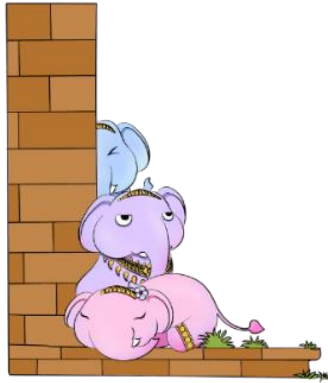
2. การหาแนวทางการใช้วัตรกรรมการจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ผู้ให้ข้อมูล คือ ภาควิชาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชร จำนวน 15 คน โดยคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลเป็นตัวแทนจากหน่วยงานภาครัฐ หรือเป็นนักวิชาการ หรือเป็นผู้นำชุมชนหรือประชาชน ที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องหรือมีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวหรือมรดกทางวัฒนธรรม ของเมืองโบราณกำแพงเพชร อย่างน้อย 1 ปี กำหนดขนาดผู้ให้ข้อมูลตามวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (ชุดิมา จันทรณณ, 2564) คัดเลือกผู้ให้ข้อมูลแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบบันทึกประเด็นการสนทนากลุ่ม โดยผู้วิจัยสร้างประเด็นการสนทนากลุ่มตามกรอบวัตถุประสงค์ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

3. การขับเคลื่อนแนวทางการใช้วัตรกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ให้กับชุมชนท้องถิ่น ผู้ให้ข้อมูล คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณเมืองโบราณกำแพงเพชร อย่างน้อย 1 ปี จำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม โดยผู้วิจัยสร้างแบบสอบถาม ตามกรอบวัตถุประสงค์ และส่งให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบให้ข้อเสนอแนะ หลังจากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูล และวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาในรูปของค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน

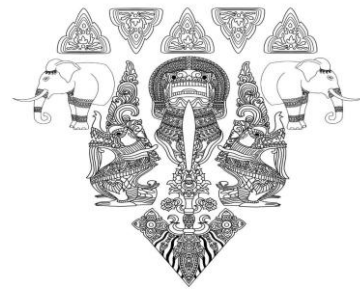
ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่าอัตลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชรมี 2 อัตลักษณ์ ได้แก่ ศิลาแลงและลวดลายปูนปั้นช่าง ฦ วัตช้างรอบในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ซึ่งสอดคล้องกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่ออัตลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่อัตลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชร คือ ศิลาแลง คิดเป็นร้อยละ 72.00 รองลงมาคือ ปูนปั้นช่าง ฦ วัตช้างรอบ คิดเป็นร้อยละ 26.50 และเจดีย์ทรงพุ่มข้าวบิณฑ์หรือเจดีย์ทรงดอกบัวตูม คิดเป็นร้อยละ 1.00

2. ผลการสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึก เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชร โดยการนำผลการวิจัยในวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มาเป็นแนวคิดในการสร้างสินค้าของที่ระลึก พบว่า ได้ต้นแบบลวดลายในการสร้างสินค้าของที่ระลึก 4 แบบ ดังนี้ ลวดลายกำแพงเพชร 1, ลวดลายกำแพงเพชร 2, ลวดลายกำแพงเพชร 3 และลวดลายกำแพงเพชร 4 ดังภาพที่ 2 - 4



ภาพที่ 2 ลวดลายกำแพงเพชร 1



Kamphaeng Phet

ภาพที่ 3 ลวดลายกำแพงเพชร 2



ภาพที่ 4 ลวดลายกำแพงเพชร 3



ภาพที่ 5 ลวดลายกำแพงเพชร 4



ภาพที่ 6 ลวดลายกำแพงเพชร 2 ปรับแก้ไข

หลังจากนั้น จัดสนทนากลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชร เพื่อประเมินต้นแบบลวดลายสินค้าของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า มติของที่ประชุมให้มีการปรับเปลี่ยนลวดลาย 1 ลวดลาย คือ ลวดลายกำแพงเพชร 2 เนื่องจาก ลวดลายเดิม กำแพงศิลาแลงไม่เหมือนกับเสาหินและช้างตัวที่สองที่ยืนพิงเสาหินแลง มืองค์ประกอบที่ไม่สวยงาม ดังนั้น จึงควรแก้ไขเสาหินแลงโดยใช้สีและการลงสีให้ใกล้เคียงกับ เสาหินแลงจริงในเมืองโบราณกำแพงเพชรหรืออุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร และปรับแก้ไขช้าง ตัวที่สองที่ยืนพิงเสาหินแลงให้มีองค์ประกอบสมดุลและสวยงาม (ภาพที่ 6) อนึ่งนอกจากนี้ภาคี ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชร มีมติร่วมกันว่า ควรนำลวดลายต้นแบบทั้ง 4 รูปแบบ ไปผลิตสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกับประชาชนได้ 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อยืด แก้วน้ำ กระเป๋าไอแพด กระเป๋าผ้า เคสโทรศัพท์ และสร้อยข้อมือ

2.1 ผลการศึกษาความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อการสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม ผ่านสินค้าของที่ระลึกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า ผู้ตอบ แบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 60.50 มีอายุ 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.80 รองลงมาคือ อายุ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.00 และอายุ 50 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 16.00 ตามลำดับ มีการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 35.30 รองลงมา คือ มัธยมศึกษา/ปวช. คิดเป็นร้อยละ 32.00 และต่ำกว่ามัธยมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ อาชีพค้าขาย/ธุรกิจ ส่วนตัว คิดเป็นร้อยละ 37.30 รองลงมา คือ ข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 23.50 และเกษตรกร คิดเป็นร้อยละ 14.70 ตามลำดับ มีรายได้ต่อเดือน 10,001 - 15,000 บาท คิดเป็น ร้อยละ 24.00 รองลงมาคือ 15,001 - 20,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 20.00 และต่ำกว่า 10,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 16.50 ตามลำดับ นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อต้นแบบของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรม เมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.25$, S.D = 0.49) และเมื่อพิจารณา เป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสวยงาม ($\bar{X} = 4.41$, S.D = 0.63) รองลงมา คือ ด้านอัตลักษณ์ ($\bar{X} = 4.29$, S.D = 0.56) และด้านความคุ้มค่า ($\bar{X} = 4.27$, S.D = 0.55)

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อต้นแบบของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร ในภาพรวม

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความคิดเห็น
1. ด้านความสวยงาม	4.41	0.63	มาก
2. ด้านอัตลักษณ์	4.29	0.56	มาก
3. ด้านการนำไปใช้ประโยชน์	4.01	0.65	มาก
4. ด้านความคุ้มค่า	4.27	0.55	มาก
รวม	4.25	0.49	มาก

3. ผลการศึกษาแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการ ท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า นักท่องเที่ยวมีความคิดเห็นต่อการจัดการมรดกทาง วัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร ในปัจจุบัน ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.63$, S.D = 0.23)

โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านเส้นทางการเข้าถึง ($\bar{X} = 4.35$, S.D = 0.58) รองลงมา คือ ด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.22$, S.D = 0.45) และด้านโบราณสถาน/โบราณวัตถุ ($\bar{X} = 4.17$, S.D = 0.45) ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว ($\bar{X} = 2.51$, S.D = 0.41) และผลการจัดสนทนากลุ่มภาคีที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชรเกี่ยวกับแนวทางการใช้นวัตกรรมการจัดการมรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า มี 3 แนวทาง ดังนี้ (1) มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการ เช่น การใช้ระบบแอนิเมชัน การสร้างภาพ 3 มิติเมืองโบราณ หรือ AR code และการใช้ AI อธิบายให้ข้อมูลแทนพนักงาน เป็นต้น (2) ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบ ๆ เมืองโบราณ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ โดยการให้ประชาชนท้องถิ่นเป็นอินฟลูเอนเซอร์แนะนำเมืองโบราณกำแพงเพชรผ่านคลิปวิดีโอสั้น และ (3) จัดสร้างเกมเกี่ยวกับเมืองโบราณกำแพงเพชรหรืออุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กและเยาวชน

4. ผลการขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร ให้กับชุมชนท้องถิ่น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 50 - 59 ปี มีการศึกษาอยู่ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น อาชีพค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีรายได้ต่อเดือนต่ำกว่า 10,000 บาท ส่วนความคิดเห็นของชุมชนต่อการเข้าร่วมประชุมการขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นของชุมชนท้องถิ่นที่มีต่อการขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมการจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร ในภาพรวม

ประเด็นคำถาม	ค่าเฉลี่ย $\bar{X}$	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (S.D)	ระดับ ความ คิดเห็น
1. ด้านความรู้	3.76	0.56	มาก
2. ด้านสถานที่/ระยะเวลา	4.01	0.40	มาก
3. ด้านการนำเสนอของนักวิจัย	3.74	0.56	มาก
4. ด้านการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์	4.40	0.60	มาก
รวม	3.97	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็นต่อการขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมการจัดการและการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.97$, S.D = 0.53) โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ ($\bar{X} = 4.40$, S.D = 0.60) รองลงมา คือ ด้านสถานที่/ระยะเวลา ($\bar{X} = 4.01$, S.D = 0.40) ด้านความรู้ ($\bar{X} = 3.76$, S.D = 0.56) และด้านการนำเสนอของนักวิจัย ($\bar{X} = 3.74$, S.D = 0.56) ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. จากผลการวิเคราะห์อัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชรพบว่า อัตลักษณ์ของเมืองโบราณกำแพงเพชรมี 2 อัตลักษณ์ ได้แก่ ศิลาแลงและลวดลายปูนปั้นช้าง ณ วัดช้างรอบในอุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร สอดคล้องกับ กุลแก้วคล้ายแก้ว (2566) ทำการศึกษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม เพื่อการท่องเที่ยวของชุมชนในพื้นที่ตำบลเมืองเก่า จังหวัดสุโขทัย พบว่า ชุมชนมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น 3 ด้าน ได้แก่ (1) อัตลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น การปั้นสังคโลก การแกะสลัก เป็นต้น (2) อัตลักษณ์ด้านภูมิทัศน์วัฒนธรรมที่มีความโดดเด่นด้านภูมิปัญญาและองค์ความรู้ในการสร้างเมืองโบราณ กำแพงเมืองเก่า เป็นต้น และ (3) อัตลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์-สังคมวัฒนธรรม ที่มีความโดดเด่นในฐานะเป็นแหล่งประวัติศาสตร์ การค้นพบเตาทุเรียง เป็นต้น และสอดคล้องกับ ศัชพล จันทเพชร (2564) ทำการศึกษาการจัดการแหล่งท่องเที่ยวด้านองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย พบว่า มีเอกลักษณ์ที่โดดเด่นและมีคุณค่าในเชิงประวัติศาสตร์ ซึ่งสามารถแสดงถึงประเพณีวิถีชีวิตที่ดำรงได้เป็นอย่างดี

2. จากการสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึกเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า การสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมผ่านสินค้าของที่ระลึก โดยการออกแบบลวดลายต้นแบบเมืองโบราณกำแพงเพชร ได้ลวดลายต้นแบบ 4 ลวดลาย โดยลวดลายที่ได้ออกแบบจากอัตลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวมรดกทางวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชรให้เป็นลวดลายใหม่ และได้นำลวดลายต้นแบบมาผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึกที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมทำกับประชาชนได้ ใน 6 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ เสื้อยืด แก้วน้ำ กระเป๋าสาน กระเป๋าผ้า เคสโทรศัพท์ และสร้อยข้อมือ สอดคล้องกับ พฐุราไพ ประภัสสร (2564) เกี่ยวกับการพัฒนาลวดลาย เอกลักษณ์จากโบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชร สำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม พบว่า ได้นำลวดลายของประติมากรรมรูปเครื่องทรงช้างทรงปูนปั้นของวัดช้างรอบ จังหวัดกำแพงเพชร และลวดลายที่ปรากฏบนเครื่องทรงเทวรูปพระอิศวรเมืองกำแพงเพชร มาออกแบบโลโก้ บรรจุภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์เสื้อยืด และสื่อประชาสัมพันธ์ เพื่อเพิ่มมูลค่าทางวัฒนธรรม นอกจากนี้ยัง สอดคล้องกับ ตินณา อุดม (2566) ทำการพัฒนากระบวนการออกแบบลายผ้าเพื่อสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมด้วยแนวคิดการเล่าเรื่อง และเพื่อประเมินความเป็นอัตลักษณ์และความพึงพอใจเกี่ยวกับลวดลายผ้าและผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พบว่า ลวดลายผ้ามีระดับการประเมินความพึงพอใจในการออกแบบภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และมีความพึงพอใจต่อผลิตภัณฑ์ของที่ระลึก พึงพอใจมากที่สุดเป็นลำดับที่ 1 คือ เสื้อผ้า รองลงมา คือ หมวก และกระเป๋า ตามลำดับ

3. แนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการมรดกทางวัฒนธรรมเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า มี 3 แนวทาง ดังนี้ (1) มีการจัดการการท่องเที่ยวโดยการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการจัดการ เช่น การใช้ระบบแอนิเมชัน การสร้างภาพ 3 มิติ เมืองโบราณ หรือ AR code และการใช้ AI อธิบายให้ข้อมูลแทนพนักงาน เป็นต้น (2) ควรเปิดโอกาสให้ประชาชนที่อาศัยอยู่ในบริเวณรอบ ๆ เมืองโบราณ เข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการ โดยการให้ประชาชนท้องถิ่นเป็นอินฟลูเอนเซอร์แนะนำเมืองโบราณกำแพงเพชรผ่านคลิปวิดีโอ สั้นและ (3) จัดสร้างเกมเกี่ยวกับเมืองโบราณกำแพงเพชร สำหรับนักท่องเที่ยวกลุ่มเด็กและเยาวชน เพื่อกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยว

กลุ่มนี้เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชรเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับ ฉันทยา นวลละออง (2566) ทำการศึกษาออกแบบและพัฒนาแอปพลิเคชันระบบต้นแบบการจัดการท่องเที่ยวแบบครบวงจร พบว่า (1) Smart pay เป็นแอปพลิเคชันที่นักท่องเที่ยวผู้ใช้งานสามารถซื้อสินค้าและบริการภายในสถานที่ท่องเที่ยวแบบไม่ใช้เงินสด (2) Smart guide เป็นแอปพลิเคชันที่มีการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี Augmented reality (AR) ร่วมกับเทคโนโลยี LiDAR sensor สำหรับนำเสนอแหล่งท่องเที่ยวแบบความเป็นจริงเสริม สอดคล้องกับ ดิเรก อัครชาติ (2567) ทำการพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านฝั่งธนบุรีด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม พบว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านฝั่งธนบุรี ซึ่งแอปพลิเคชันจะประกอบไปด้วยข้อมูลที่เป็นวิดีโอแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวจำนวน 19 สถานที่ โมเดล 3 มิติ และ AR code ที่จัดทำในรูปแบบของคู่มือท่องเที่ยว

4. การขับเคลื่อนแนวทางการใช้นวัตกรรมจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรม เพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวของเมืองโบราณกำแพงเพชร พบว่า ประชาชนมีความคิดเห็น ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การนำความรู้ไปใช้ประโยชน์ รองลงมา คือ ด้านสถานที่/ระยะเวลา, ด้านความรู้ และด้านการนำเสนอของนักวิจัย ตามลำดับ สอดคล้องกับ ประวิทย์ ประมานและคณะ (2567) ทำการศึกษานวัตกรรมจัดการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของเมืองมรดกโลกสำหรับผู้สูงอายุในเขตอุตสาหกรรม จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าความพึงพอใจต่อคู่มือการท่องเที่ยวชุมชนฯ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไป

1. หน่วยงานที่ดูแลรับผิดชอบด้านการท่องเที่ยวและด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของจังหวัดกำแพงเพชร ควรเข้ามาสนับสนุนให้มีการนำรูปแบบของที่ระลึก จำนวน 6 ผลิตภัณฑ์ ไปผลิตเป็นสินค้าของที่ระลึกของจังหวัดกำแพงเพชร เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้ซื้อกลับไปเป็นของฝากของที่ระลึก โดยมอบให้ชุมชนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวเมืองโบราณกำแพงเพชรตั้งอยู่ไปผลิตเพื่อจำหน่ายให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งจะเป็นการสร้างงานและสร้างรายได้ให้กับชุมชนได้

2. หน่วยงานที่มีหน้าที่ดูแลเมืองโบราณกำแพงเพชร หรืออุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร ควรนำแนวทางเกี่ยวกับนวัตกรรมจัดการและสร้างมูลค่ามรดกทางวัฒนธรรมฯ ไปใช้ในการจัดการเมืองโบราณกำแพงเพชร เช่น การใช้ระบบแอนิเมชัน การใช้ AR code เป็นต้น ซึ่งจะส่งผลให้การจัดการเมืองโบราณฯ มีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังสามารถกระตุ้นดึงดูดใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้าไปเที่ยวชมเพิ่มมากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับนวัตกรรมจัดการเมืองโบราณกำแพงเพชร ด้วยเทคโนโลยี AI เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาการจัดการเมืองโบราณกำแพงเพชรต่อไป

2. ควรทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติต่อลวดลายต้นแบบสินค้าของที่ระลึกจากมรดกวัฒนธรรมเมืองโบราณกำแพงเพชร เพื่อนำผลการวิจัยมาใช้ในการพัฒนาสินค้าของที่ระลึกต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กรมการท่องเที่ยว. (2567). *คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์*. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว. (2566). *คู่มือการบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์*. กรุงเทพฯ: กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.
- กรมการท่องเที่ยว. (2567). *แผนพัฒนาบริการท่องเที่ยว พ.ศ.2566-2570*. กรุงเทพฯ: กองพัฒนาบริการท่องเที่ยว.
- กรมการท่องเที่ยว. (2564). *สถิตินักท่องเที่ยว*. <https://www.mots.go.th/news/category/741>.
- กรมศิลปากร. (2565). *อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร*. <https://www.finearts.go.th/main/view/8215-อุทยานประวัติศาสตร์กำแพงเพชร>.
- กุลแก้ว คล้ายแก้ว และคณิต เขียววิชัย. (2566). เมืองมรดกโลกกับอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวกรณีศึกษา พื้นที่ตำบลเมืองเก่า จังหวัดสุโขทัย. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒนา*. 5(2). 25-40.
- คัชพล จันเพชร. (2564). การพัฒนาแนวทางการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดสุโขทัย. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปราง*. 10(2). 11-24.
- ชุดิมา จันทรมณี. (2564). *การเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักและวิธีการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ*. ศูนย์ประสานงานศูนย์วิชาการจังหวัดอุบลราชธานี.
- ดิเรก อัคราต. (2567). การพัฒนาแอปพลิเคชันเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมย่านฝั่งธนบุรีด้วยเทคโนโลยีความเป็นจริงเสริม. *วารสารก้าวหน้าโลกวิทยาศาสตร์*. 24(1). 20-39.
- ดิณณา อุดมและคณะ. (2566). สถาปัตยกรรมเมืองเก่าสงขลาสู่การเล่าเรื่องบนผืนผ้า: กระบวนการบูรณาการความรู้ด้านการเล่าเรื่องสู่การสร้างคุณค่ามรดกทางวัฒนธรรมและการออกแบบอย่างยั่งยืน. *วารสารกระแสวัฒนธรรม*. 24(45). 44-56.
- ธนันท์ บุนวรรณ. (2565). *การจัดการมรดกทางวัฒนธรรม*. https://1tambon.kku.ac.th/files/km_items/files/65.
- ฉันทยา นวลละออง. (2566). Smart Pay และ Smart Guide: ต้นแบบการท่องเที่ยววิถีใหม่โดยใช้เทคโนโลยีแบบครบวงจร. *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร*. 43(3). 53-68.
- ประวิทย์ ประมาน, เสาวลักษณ์ ประมาน และพัชร์ อัครพัฒน์กำชัย. (2567). นวัตกรรมการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพของเมืองมรดกโลกสำหรับผู้สูงอายุในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*. 8(5). 51-63.
- พชรไพ ประภัสสร. (2564). ต้นแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายเอกลักษณ์โบราณสถานมรดกโลกเมืองกำแพงเพชรสำหรับการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ทางวัฒนธรรม. *วารสารวิชาการสถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิกสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 8 (1). 216-227.
- อัศวิน แสงพิบูล. (2556). *ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม*. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์จดทะเบียน
ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100

The Relationship of Financial Ratios to Securities Prices
Listed in the Stock Exchange of Thailand SET 100

วิภาวดี คุณวงศ์^{1*}, ภคมน เจริญสุข² และกัญญาวีร์ วงศ์เสื่อ³

(Wipawadee Koonwong^{1*}, Pakkamon charoensuk² and kanyawee wongsuea³)

^{1*, 2, 3}สาขาวิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

^{1*, 2, 3}Department of Accounting, Faculty of Business Administration, Bangkok
Suvarnabhumi University

อีเมลผู้แต่งหลัก : wipawadee.k@bsu.ac.th เบอร์โทร : 09 3596 4699

วันที่รับบทความ 11 มีนาคม 2568

Received: Mar. 13, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 28 ตุลาคม 2568

Revised: Oct. 28, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 31 ตุลาคม 2568

Accepted: Oct. 31, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 เก็บรวบรวมข้อมูลข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) จากรายงานทางการเงินประจำปี (แบบ 56-1) กลุ่มดัชนี SET 100 จำนวน 100 บริษัท ตั้งแต่ปี 2564 - 2566 ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย : SET 100 การวิเคราะห์ข้อมูล เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) ใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางตรงกันข้ามกับราคาหลักทรัพย์ นอกจากนี้ อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) และราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) ความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์
คำสำคัญ: อัตราส่วนทางการเงิน; ราคาหลักทรัพย์; ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This study aims to examine the relationship between financial ratios and stock prices of companies listed on the Stock Exchange of Thailand (SET), specifically those in the SET100 group. The research utilizes secondary data collected from annual reports (Form 56-1) of 73 companies listed in the SET100 index during the period from 2021 to 2023. A quantitative approach was employed, using descriptive statistics such as mean and standard deviation, along with correlation analysis to evaluate the strength and direction of the relationships between the variables.

The findings reveal that the Debt-to-Equity Ratio (D/E) is significantly and positively correlated with stock prices, although the nature of the relationship appears to be inverse. In addition, both the Net Profit Margin (NPM) and the Price-to-Earnings per Share (P/E) ratio show a significant positive correlation with stock prices.

Keywords: Financial Ratios; Stock Prices; The Stock Exchange of Thailand

บทนำ

สถานการณ์การลงทุน การตัดสินใจลงทุนในหุ้นหรือหลักทรัพย์ต่าง ๆ จำเป็นต้องอาศัยข้อมูล และปัจจัยหลายประการเพื่อประกอบการวิเคราะห์ หนึ่งในปัจจัยสำคัญที่นักลงทุน นักวิเคราะห์ และผู้ประกอบการให้ความสนใจอย่างมากคือ "อัตราส่วนทางการเงิน" ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยในการ ประเมินสถานะทางการเงิน ประสิทธิภาพในการดำเนินงาน และความสามารถในการสร้าง ผลตอบแทนของกิจการ อัตราส่วนเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงข้อมูลพื้นฐานของบริษัทจดทะเบียน ที่สามารถส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (ชุตานพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมัง, 2563) บริษัทในกลุ่ม SET 100 เป็นกลุ่มบริษัทที่มีมูลค่าตามราคาตลาดสูงสุดและมีสภาพคล่องสูงใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งถือว่าเป็นกลุ่มบริษัทที่มีเสถียรภาพและได้รับความสนใจจากนัก ลงทุนทั้งในประเทศและต่างประเทศ อัตราส่วนทางการเงินของบริษัทเหล่านี้จึงอาจเป็นตัวบ่งชี้ แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคาหลักทรัพย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ ดังกล่าวยังคงเป็นประเด็นที่ถกเถียงกันในวงวิชาการและในทางปฏิบัติ (เบญจพร โมกษะเวส และมนัส หัสกุล, 2565)

การศึกษางานวิจัยของ (มณฑิกา กรงเด็น และสันติพงษ์ กุมารสิงห์, 2565) พบว่าอัตราส่วน ทางการเงินมีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทในกลุ่ม SET 100 โดยเฉพาะอัตรา ผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE), กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) และราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิ ต่อหุ้น (P/E Ratio) ซึ่งมีอิทธิพลต่อราคาหุ้นอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์ดังกล่าวอาจ เปลี่ยนแปลงไปตามช่วงเวลาและสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เช่น การระบาดของโรค COVID-19 ที่มีผลกระทบต่อกำไรและกระแสเงินสดของบริษัทจดทะเบียนจำนวนมาก (พิมลวรรณ ตรีพัฒนาศิทธิ และคณะ, 2567) การศึกษาของ (สุกมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน และพีระพล ศรีวิชัย, 2566) ชี้ให้เห็น ว่า ปัจจัยพื้นฐานทางการเงิน เช่น อัตราหนี้สินต่อทุน (D/E), อัตราผลตอบแทนต่อทรัพย์สิน (ROA) และอัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ล้วนมีผลกระทบต่อเคลื่อนไหวของราคาหลักทรัพย์ ในตลาดแต่ในทางกลับกัน พบว่ายังมีความไม่แน่นอนในผลการศึกษาดังกล่าวในอุตสาหกรรมต่าง ๆ และยังขาดการสังเคราะห์เชิงเปรียบเทียบอย่างครอบคลุมในกลุ่ม SET 100 ที่มีความหลากหลาย ในโครงสร้างธุรกิจ นอกจากนี้งานวิจัยของ (ณัฐภา เดชานุเบกษา, 2566) ยังพบว่าในกลุ่มธุรกิจ เฉพาะ เช่น กลุ่มธุรกิจการแพทย์ มีอัตราส่วนบางประเภทที่ส่งผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์มากกว่ากลุ่มอื่น เช่น Current Ratio และ Gross Profit Margin ซึ่งสะท้อนว่าลักษณะเฉพาะของธุรกิจและความ คาดหวังของนักลงทุนในแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรม สามารถกำหนดรูปแบบของความสัมพันธ์ระหว่าง ตัวแปรทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ได้แตกต่างกัน

ผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์และความสำคัญ จึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ในบริบทของตลาดหลักทรัพย์ไทย โดยเฉพาะในกลุ่มบริษัทขนาดใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจไทย ในการศึกษาครั้งนี้จึงเป็นที่น่าสนใจของนักลงทุน นักวิชาการและหน่วยงานกำกับดูแล เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจลงทุนอย่างมีประสิทธิภาพและการพัฒนาตลาดทุนไทยในระยะยาว (จอมขวัญ ศุภศิริกิจเจริญ และฟ้าวิกร อินลวง, 2567) นอกจากนี้ยังสามารถช่วยให้บริษัทจดทะเบียนรับรู้ถึงบทบาทของอัตราส่วนทางการเงินในการส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์ และสามารถกำหนดกลยุทธ์ทางการเงินที่สอดคล้องกับเป้าหมายการสร้างมูลค่าให้แก่ผู้ถือหุ้นได้ดียิ่งขึ้น ขณะเดียวกันยังสามารถนำไปต่อยอดในการวางนโยบายการเปิดเผยข้อมูลทางการเงินที่โปร่งใส และสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ตลาดทุนโดยรวม (มนนกร เลิศคำ และคณะ, 2566)

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ในการวิจัยครั้งนี้ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย เนื่องจากเป็นสิ่งที่นักลงทุนให้ความสำคัญและสนใจศึกษาก่อนที่จะตัดสินใจในการลงทุน จึงจะส่งผลให้ผู้ประกอบการประชาชนทั่วไป เกิดความเชื่อมั่นในการบริหารองค์การและเกิดการลงทุนเพิ่มขึ้นต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

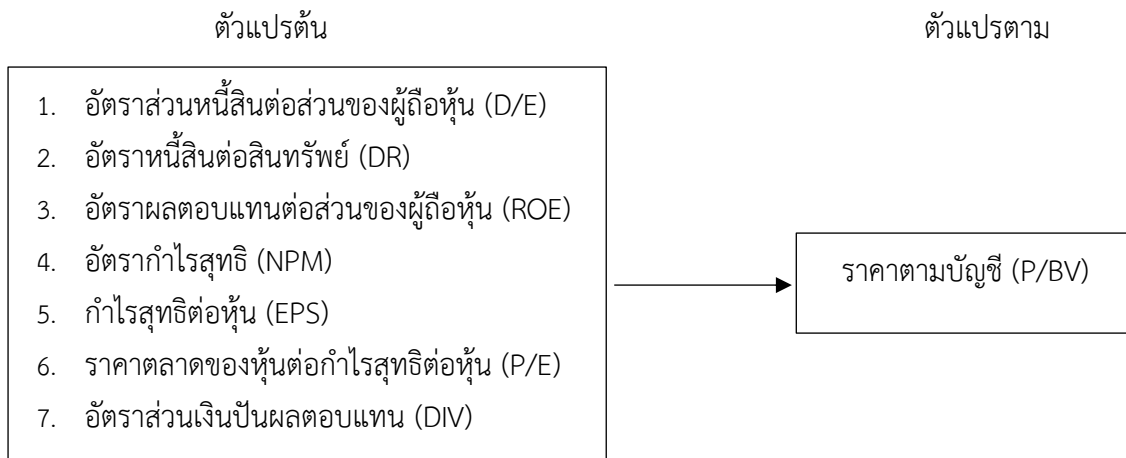
เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100

สมมติฐานการวิจัย

อัตราส่วนทางการเงินมีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET100

กรอบความคิดการวิจัย

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบความคิดในการวิจัยไว้โดยการวิจัยศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบความคิดการวิจัย

ขอบเขต

การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ข้อมูลที่นำมาศึกษาเป็นรายงานทางการเงินและแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) งบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน รายงานประจำปี เพื่อวิเคราะห์ราคาหลักทรัพย์ ในช่วงปี 2564 - 2566 ระยะเวลาทั้งหมด 3 ปี รวม 100 บริษัท ซึ่งเป็นบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่ม SET 100 ยกเว้นบริษัทที่ประกอบธุรกิจการเงิน คือ บริษัทในกลุ่มธนาคาร บริษัทในกลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทในกลุ่มประกันภัยและประกันชีวิต เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานและข้อปฏิบัติทางบัญชีแตกต่างจากบริษัทในกลุ่มอื่น ๆ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในกลุ่มดัชนี SET 100 จำนวน 100 บริษัท ตั้งแต่ปี 2564 - 2566 โดยได้ยกเว้นบริษัทที่ประกอบธุรกิจการเงิน ได้แก่ บริษัทในกลุ่มธนาคาร บริษัทในกลุ่มเงินทุนหลักทรัพย์ บริษัทในกลุ่มประกันภัยและประกันชีวิต เนื่องจากลักษณะการดำเนินงานและข้อปฏิบัติทางบัญชีแตกต่างจากบริษัทในกลุ่มอื่น จึงไม่นำข้อมูลมาใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) มีวิธีการดำเนินการศึกษาค้นคว้าและมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ทั้งในส่วน of ตัวแปรอิสระ (Independent Variable) และตัวแปรตาม (Dependent Variable) โดยใช้ข้อมูลงบการเงินในรายงานข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ของบริษัทกลุ่มตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้โปรแกรมทางสถิติในการประมวลผลข้อมูล หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation)

เนื่องจากตัวแปรที่นำมาศึกษา ได้แก่ ตัวแปรต้น ประกอบด้วย 1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) 2. อัตราหนี้สินต่อสินทรัพย์ (DR) 3. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) 4. อัตรากำไรสุทธิ (NPM) 5. กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) และ 6. ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (P/E) ตัวแปรตาม คือ ราคาตามบัญชี (P/BV) ซึ่งมีระดับการวัดแบบ Ratio Scale

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาจากข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วยรายงานประจำปี งบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน ของบริษัทในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี 2564 - 2566 ระยะเวลา 3 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูล SET-SMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

การศึกษาข้อมูลเอกสาร (Document Research) โดยศึกษารวบรวมข้อมูลจากเอกสาร บทความ หรืองานวิจัยในอดีต ทั้งที่เป็นทฤษฎี แนวคิด และบทวิเคราะห์ทางการเงินต่าง ๆ โครงสร้างหลักทรัพย์ในตลาดหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การลงทุนในหลักทรัพย์ และมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ใช้ข้อมูลในการศึกษาครั้งนี้เป็นข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ประกอบด้วยรายงานประจำปี งบการเงิน หมายเหตุประกอบงบการเงิน บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงปี 2564 - 2566 จำนวนทั้งสิ้น 100 บริษัท ระยะเวลา 3 ปี โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลจาก SET-SMART ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา ความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ซึ่งแหล่งข้อมูลได้รวบรวมมาจากแบบแสดงรายการข้อมูลประจำปี (แบบ 56-1) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 ที่มีผลการดำเนินงานมาตลอดระยะเวลา 3 ปี โดยยกเว้นกลุ่มอุตสาหกรรมธุรกิจการเงิน เนื่องจากธุรกิจการเงินไม่มีสินค้าคงเหลือ มีจำนวน 100 บริษัท ซึ่งผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูล ระยะเวลาทั้งหมด 3 ปี ตั้งแต่ปี 2564 - 2566 รวมข้อมูลทั้งหมด 209 รายปีบริษัท ได้แบ่งข้อมูล เพื่อใช้ในการศึกษาได้ดังนี้ ตัวแปรอิสระ คือ 1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (D/E) 2. อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (DR) 3. อัตราผลตอบแทนต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (ROE) 4. อัตรากำไรสุทธิ (Net profit) 5. กำไรสุทธิต่อหุ้น (EPS) 6. ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (PE) 7. อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (DIV) และมีตัวแปรตาม คือ ราคาตามบัญชี (P/BV) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET 100 จำนวน 100 บริษัท ระยะเวลาศึกษาติดต่อกัน 3 ปี พบว่า จำนวนตัวแปรอิสระและตัวแปรตามรวมทั้งหมด 8 ตัวแปร ตัวแปรอิสระ 7 ตัว ตัวแปรตาม 1 ตัวแปร สามารถอธิบายโดยสรุป ดังนี้

ผลของการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าสถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรที่จะศึกษา

Variable	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
D/E	0.08	26.31	2.25	2.68
DR	-43.42	30.04	5.05	8.61
ROE	-263.02	81.11	6.28	30.12
NPM	8.77	64.17	15.05	7.38
EPS	1.73	6.44	0.17	1.09
P/E	1.53	7.15	0.15	1.15
DIV	0.77	5.56	0.04	0.88
P/BV	0.22	7.02	1.51	1.03

ตัวแปรตาม (Dependence Variable)

ตัวแปรตามในการวิจัยนี้ คือ ราคาตามบัญชี (Price per Book Value) แทนค่าตัวแปรด้วย P/BV ราคาตามบัญชี เป็นการคำนวณราคาหุ้นเปรียบเทียบกับมูลค่าทางบัญชี ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 1.51 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 7.02 มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 0.22 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 1.03 ข้อมูลแสดงให้เห็นว่ามีความแตกต่างกัน

ตัวแปรอิสระ (Independence Variable)

ตัวแปรอิสระประกอบด้วย 7 ตัวแปร ได้แก่ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (Debt Ratio) อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return On Equity) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning per Share) ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (Dividend Yield) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า

1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) ตัวแปร D/E มีค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 2.25 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 26.31 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 0.08 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 2.68 มีความแตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายของโครงสร้างทุนในแต่ละบริษัท

2. อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (Debt Ratio) ตัวแปร DR ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 5.05 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 30.04 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ -43.42 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 8.61 มีความแตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นถึงระดับหนี้สินที่หลากหลายในแต่ละบริษัท

3. อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return On Equity) ตัวแปร ROE ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 6.28 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 81.11 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ -263.02 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 30.12 มีความแตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นถึงผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้นที่หลากหลายระหว่างบริษัท

4. อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ตัวแปร NPM ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 15.05 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 64.17 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 8.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 7.38 มีความแตกต่างกันมาก แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการทำกำไรที่หลากหลายในแต่ละบริษัท

5. กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning per Share) ตัวแปร EPS ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 0.07 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 6.44 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 1.73 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 1.09 มีความแตกต่างกันปานกลาง

6. ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) ตัวแปร P/E ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 0.15 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 7.15 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 1.53 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 1.15 ความแตกต่างกันปานกลาง

7. อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (Dividend Yield) ตัวแปร DIV ค่าเฉลี่ย (Mean) เท่ากับ 0.04 มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (Maximum) เท่ากับ 5.56 ค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Minimum) เท่ากับ 0.77 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เท่ากับ 0.88 มีความแตกต่างกันน้อย

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlation Coefficient)

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ เป็นการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากตัวแปรที่ศึกษาว่ามีความสัมพันธ์กันหรือไม่เท่ากันที่หาได้จากสิ่งเดียวกันเป็นคู่ แต่จะไม่สามารถใช้พยากรณ์ตัวแปรหนึ่งในกรณีที่เราทราบค่าของอีกตัวแปรหนึ่งได้ เหตุผลในการวิเคราะห์สหสัมพันธ์ เพื่อตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่าง 2 ตัวแปร ว่าตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งถ้าหากค่าเป็น 1 หรือ -1 จะหมายความว่า ตัวแปรคู่หนึ่งมีความสัมพันธ์กันอย่างมากที่สุด ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรไม่ควรเกินกว่า 0.8 ถ้าเกิน 0.8 อาจทำให้เกิดปัญหาเชิงเส้นตรง แต่ถ้าค่าเป็น 0 จะหมายความว่าตัวแปรคู่หนึ่งไม่มีความสัมพันธ์กันเลย (Hinkle D. E. 1998, p.118)

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

ตารางที่ 2 ความสัมพันธ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlations)

	P/BV	D/E	DR	ROE	NPM	EPS	P/B	DIV
P/BV	1							
D/E	0.452	1						
DR	0.487	0.811	1					
ROE	0.514	-0.415	0.000	1				
NPM	0.218	-0.265	-0.124	-0.362	1			
EPS	0.536	0.151	0.138	-0.252	0.109	1		
P/B	0.425	-0.123	0.997	-0.085	0.026	0.046	1	
DIV	0.147	0.201	0.151	-0.360	0.451	0.000		1

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

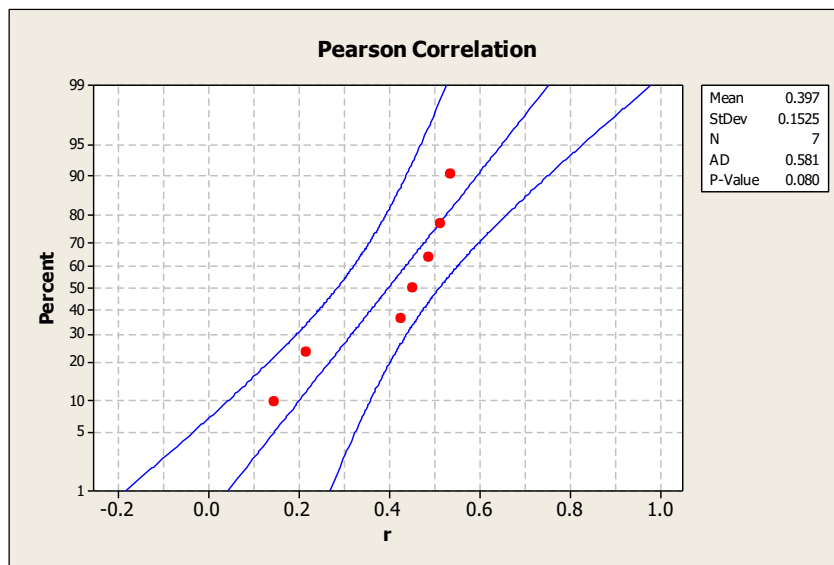
ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Correlations)

ตัวแปรอิสระ	ค่าสหสัมพันธ์ (r)	Sig.	ทิศทาง	นัยสำคัญทางสถิติ
D/E	0.452	0.01	ตรงกันข้าม	มีนัยสำคัญ
DR	0.487	0.01	ตรงกันข้าม	มีนัยสำคัญ
ROE	0.514	0.001	เดียวกัน	มีนัยสำคัญ
NPM	0.218	0.08	เดียวกัน	ไม่มีนัยสำคัญ
EPS	0.536	0.02	เดียวกัน	มีนัยสำคัญ
P/E	0.425	0.02	เดียวกัน	มีนัยสำคัญ
DIV	0.147	0.12	เดียวกัน	ไม่มีนัยสำคัญ

จากการวิเคราะห์ความสัมพันธ์เชิงสถิติระหว่างตัวแปรอิสระทางการเงินกับตัวแปรตามคือ อัตราส่วนราคาต่อมูลค่าทางบัญชี (P/BV) โดยใช้วิธี Pearson Correlation พบว่า ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ P/BV ในระดับที่แตกต่างกัน และมีทั้งที่สอดคล้องและขัดแย้งกับสมมติฐาน ดังนี้

1. อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) มีค่าสหสัมพันธ์เท่ากับ ($r=0.452$) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกกับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้าม
2. อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (Debt Ratio) มีค่าสหสัมพันธ์ ($r=0.487$) มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นทิศทางตรงกันข้าม
3. อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return On Equity) แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลาง ($r = 0.514$) และมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกัน
4. อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) แม้จะมีความสัมพันธ์เชิงบวก ($r = 0.218$) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.08)
5. กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning per Share) ตัวแปร EPS มีค่าสหสัมพันธ์สูงสุดในกลุ่ม ($r = 0.536$) และมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกัน
6. ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) มีค่าสหสัมพันธ์ 0.425 มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นทิศทางเดียวกัน
7. อัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (Dividend Yield) มีความสัมพันธ์ในทิศทางบวก ($r = 0.147$) แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Sig. = 0.12)

เมื่อนำตัวแปรต้น และ ตัวแปรตามมาแสดงกราฟถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรจะพบว่า ตัวแปร NPM มีค่าสหสัมพันธ์ ($r = 0.218$, Sig.=0.08) ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับตัวแปรตาม DIV แต่มีความสัมพันธ์ไปในทิศทางเดียวกันกับตัวแปรต้นตัวอื่น ๆ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ 0.05 ซึ่งแสดงได้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นและตัวแปรตาม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ตัวแปร	β	Std.Err.	t	P-value	ความสัมพันธ์
Constant	9.049	2.768	3.269	0.001	
D/E	0.726	0.106	6.818	0.000	มี
DR	0.061	0.043	1.400	0.162	ไม่มี
ROE	0.013	0.014	0.940	0.348	ไม่มี
NPM	0.404	8.462	8.622	0.000	มี
EPS	-0.045	60.934	-0.895	0.371	ไม่มี
P/E	-0.235	58.360	-4.665	0.000	มี
DIV	-0.007	0.182	-0.038	0.970	ไม่มี

จากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณของตัวแปร จากการทดสอบความสัมพันธ์พบว่า ปัจจัยอิสระ อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) มีความสัมพันธ์แบบพหุคูณต่อราคาหลักทรัพย์ มีนัยสำคัญทางสถิติทดสอบ P-Value = 0.000

อภิปรายผลการวิจัย

การศึกษาความสัมพันธ์ของอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100 สามารถอภิปรายผลงานวิจัย ดังนี้

ผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (Debt to Equity Ratio) มีผลการวิจัยพบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ ($r = 0.452$, $p < 0.05$) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ มณเฑียร เลิศคำ, ศิริรัตน์ ถึงการ, ปวีณา กัณดา อนงค์ อินตา และอรรธรณ เชื้อเมืองพาน (2566) และมัตติมา กรงเต้น และสันติพงษ์ กุมารสิงห์ (2565) ที่แสดงให้เห็นว่าโครงสร้างเงินทุนที่เหมาะสม สามารถส่งเสริมความมั่นคงทางการเงินและเพิ่มความ

น่าสนใจของบริษัทต่อผู้ลงทุน นอกจากนี้ อัตรากำไรสุทธิ (Net Profit Margin) ความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ในระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าความสามารถในการสร้างกำไรสุทธิที่สูงจะส่งผลบวกต่อการประเมินมูลค่าหลักทรัพย์ของนักลงทุน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชิสากัญญ์ เดชปรีชากุล และदनัย ธนามี (2566) และชุตาทพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมัง (2564) และสุกมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน และพีระพล ศรีวิชัย (2566) และอัสวเทพ อากาศวิภาต (2566) ราคาตลาดของหุ้นต่อกำไรสุทธิต่อหุ้น (Price to Earning per share) แสดงความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับราคาหลักทรัพย์ ($r = 0.425, p < 0.05$) ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังของนักลงทุนเกี่ยวกับการเจริญเติบโตในอนาคตของบริษัท อัตราส่วนนี้เป็นตัวชี้วัดที่นักลงทุนใช้ประเมินว่าหุ้นมีการประเมินมูลค่าสูงหรือต่ำเมื่อเทียบกับกำไรที่สร้างได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตาทพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมัง (2564) และณัฐศา เดชานุเบกษา (2567) อัตราหนี้สินต่อผู้ถือหุ้น (Debt Ratio) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของชุตาทพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมัง (2564) และมนณกร เลิศคำ, ศิริรัตน์ ถึงการ ปวีณา กัณดา, อนงค์ อินตา และอรรธรณ เชื้อเมืองพาน (2566) เช่นเดียวกับ อัตราผลตอบแทนต่อผู้ถือหุ้น (Return On Equity) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ผลนี้อาจเกิดจากความผันแปรของ ROE ที่สูง ($SD = 30.12$) และค่าต่ำสุดเท่ากับ (-263.02) ซึ่งสะท้อนถึงผลกระทบจากสถานการณ์การระบาดของ COVID-19 ส่งผลต่อผลประกอบการของหลายบริษัท สอดคล้องกับงานวิจัยของ จอมขวัญ ศุภศิริกิจเจริญและฟ้าวิกร อินलग (2567) และเบญจพร โมกษะเวส และมนัส หัสกุล (2565) นอกจากนี้ กำไรสุทธิต่อหุ้น (Earning per Share) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ สอดคล้องกับงานวิจัยของชุตาทพร สอนภักดี และทาริกา แยมะมัง (2564) และอัตราส่วนเงินปันผลตอบแทน (Dividend Yield) พบว่าไม่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ ซึ่งอาจจะสะท้อนถึงนโยบายเงินปันผลที่หลากหลายในกลุ่ม SET 100 สอดคล้องกับงานวิจัยของจอมขวัญ ศุภศิริกิจเจริญ และฟ้าวิกร อินलग (2567)

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัย

1. การใช้อัตราส่วนทางการเงินเป็นเพียงส่วนหนึ่งในการวิเคราะห์ การคาดคะเน ราคาหลักทรัพย์เท่านั้น ยังมีปัจจัยอย่างอื่นที่เป็นสาเหตุที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงราคาหลักทรัพย์ได้อีก
2. งานวิจัยในอนาคตอาจจะใช้ข้อมูลด้านอื่น หรือ ศึกษาผลกระทบให้มาใช้ในการศึกษาเพื่อขยายผลและ ได้ทราบมากกว่าค่าความสัมพันธ์ยังสามารถที่จะขยายขอบเขตในการศึกษาได้มากขึ้นในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

- จอมขวัญ ศุภศิริกิจเจริญ และฟ้าวิกร อินलग. (2567). ความสัมพันธ์อัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อราคาหุ้นของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มธุรกิจการแพทย์. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, 7(1), 251-264.
- ชิสากัญญ์ เดชปรีชากุล และदनัย ธนามี. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อราคาหลักทรัพย์หมวดธุรกิจการแพทย์ใน ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ตั้งแต่ ปี 2556 ถึง ปี 2564. *วารสารสมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี*, 29(2), 46-53.

- ชูดพร สอนักดี และทริกา แยมะมัง. (2564). อัตราส่วนทางการเงินที่มีความสัมพันธ์กับราคาหลักทรัพย์ของ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. *วารสารการจัดการและการพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏ อุบลราชธานี (Journal of Management and Development Ubon Ratchathani Rajabhat University)*, 8(1), 151-164.
- ณัฐศา เตชานุกษา. (2567). อัตราส่วนทางการเงินที่มีอิทธิพลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: กลุ่มธุรกิจการแพทย์. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม*, 18(1), 126-137.
- เบญจพร โมกษะเวส และมนัส หัสกุล. (2565). อัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราเงินปันผลตอบแทนและอัตราการจ่ายเงินปันผล ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100. *Journal of Social Science for Local Development Rajabhat Maha Sarakham University*, 6(4), 85-94.
- พิมลวรรณ ตรีพัฒนาศิริ, ภัทรานัชชา โชติคุณากิตติ, วันฤดี สุขสงวน, วัฒนา ศรีถาวร และยศวิน กาญจน์ กอบกาญจนพฤติ. (2567). การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินและราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในประเทศไทยช่วงก่อนเกิดและหลังเกิดโรคระบาดโควิด-19. *Journal of Arts Management*, 8(4), 65-88.
- มนณกร เลิศคำ, ศิริรัตน์ ถึงการ, ปวีณา กัณดา, อนงค์ อินตา และอรรธรณ เชื้อเมืองพาน. (2566). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินที่มีผลต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยของกลุ่ม อุตสาหกรรมบริการ. *วารสารบัญชีปริทัศน์มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 9(1), 98-114.
- มัตติมา กรงเต็น และสันติพงษ์ กุมารสิงห์. (2565). ความสัมพันธ์ระหว่างอัตราส่วนทางการเงินกับราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย: SET100. *วารสารสหวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัย ราชภัฏบุรีรัมย์*, 6(2), 117-126.
- สุกมล ดวงตา, กัสมา กาซ็อน และพีระพล ศรีวิชัย. (2566). ปัจจัยที่มีผลกระทบต่อราคาหลักทรัพย์ของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยกลุ่ม SET100. *Journal of Multidisciplinary in Humanities and Social Sciences*, 6(5), 2443-2456.
- อัศวเทพ อากาศวิภาต. (2566). อิทธิพลของอัตราส่วนทางการเงินที่ส่งผลต่ออัตราการจ่ายเงินปันผลของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่ม SET 100. *Journal of Graduate Studies Valaya Alongkorn Rajabhat University*, 17(2), 257-267.
- Hinkle, D. E., Wiersma, W., & Jurs, S. G. (1998). *Applied statistics for the behavioral sciences* (5th ed.). Boston, MA: Houghton Mifflin.
- Lehen K., Makhija A.K.M. (1997). EVA, accounting profits and CEO turnover: an empirical examination, 1985-1994, *Journal of applied corporate finance*, 10, 2, 90-97.
- Peng, F. F., Zhang, Y., & Gu, N. (2008). Size-dependent peroxidase-like catalytic activity of Fe₃O₄ nanoparticles. *Chinese Chemical Letters*, 19(6), 730-733.

Digital Marketing for Tourism in the AI Era: Strategies, Theoretical Foundations, and Practical Implications

Pankaj Gurung^{1*} and Natawat Khanaruksombut²

^{1*,2}Faculty of Management Science, Dhonburi Rajabhat University

172 Thonburi, Bangkok 10600, Thailand.

Tel: +66 2 890 1801 ext. 30220

วันที่รับบทความ 1 มิถุนายน 2568

Received: Jun. 1, 2025

วันที่รับแก้ไขบทความ 8 ธันวาคม 2568

Revised: Dec. 8, 2025

วันที่ตอบรับบทความ 9 ธันวาคม 2568

Accepted: Dec. 9, 2025

Abstract

This article examines how digital marketing is being reshaped by Artificial Intelligence (AI) in the tourism sector, addressing a key research gap concerning the limited integration of AI-driven personalization, algorithmic influence, and experiential consumption in existing tourism marketing literature. The study contributes a synthesized perspective by integrating core theoretical frameworks including the Technology Acceptance Model (TAM), the RACE framework, and the Experience Economy to explain how tourist decision-making is evolving in an AI-mediated environment. (Sohn, 2020)

Using a qualitative approach based on literature review and case study analysis, the article evaluates current strategies such as SEO, influencer-driven community storytelling, and the rising role of platforms like TikTok in discovery and engagement. Case studies from the Amazing Thailand campaign, Airbnb's community-based model, and Small and Medium-sized Tourism Enterprises illustrate the practical implications of these strategies.

Findings highlight that AI-powered personalization, user-generated content, and algorithmic platform dynamics significantly shape traveler behavior, brand visibility, and marketing effectiveness. The article concludes with strategic recommendations for enhancing AI-readiness, improving data literacy, and establishing ethical guidelines for responsible AI adoption in tourism marketing.

Keywords: Digital Marketing; Tourism; Artificial Intelligence (AI); Experience Economy; SMTEs; Experience Economy; TikTok, Ethical AI

Introduction: A New Paradigm for Digital Tourism in the Post-Pandemic Era

The global tourism industry has undergone a profound restructuring in the post-pandemic period. According to the UNWTO (2024), the global tourism market rebounded strongly with a valuation of USD 1.61 trillion in 2024 and is projected to reach USD 1.72 trillion in 2025. Global leisure tourism expenditure has also surpassed pre-pandemic levels, rising 24% above 2019 benchmarks. These shifts reflect not merely recovery but a structural transformation in how travelers search, evaluate, and experience destinations.

A central driver of this transformation is the rise of the Experience Economy, where tourists increasingly prioritize immersive, memorable, and personalized experiences. Empirical data shows that 98% of travelers identify ‘experiences’ as critical in destination selection. At the same time, advances in Artificial Intelligence (AI) including generative models, recommendation systems, and automated customer interaction have redefined digital marketing operations. AI now mediates nearly every touchpoint in the consumer journey.

Despite the growing research on digital marketing in tourism, a significant research gap remains. Existing literature often treats the Experience Economy and AI-driven marketing as separate domains, overlooking how these two forces interact to shape consumer expectations, discovery patterns, and brand engagement. There is also limited academic attention to the ethical implications of AI use in tourism.

This article contributes new insight by integrating theoretical foundations such as TAM, RACE, and Experience Economy into an updated analytical model suitable for AI-era tourism, synthesizing empirical evidence and case studies, and proposing ethical and practical strategies for tourism operators. (Buhalis, 2020)

Structure of the Article: Section 2 reviews theoretical foundations; Section 3 analyzes digital strategies; Section 4 presents case studies; Section 5 offers strategic implications; Section 6 concludes with limitations and future research.

Objectives

1. To analyze how Artificial Intelligence (AI) and digital technologies transform marketing strategies in the tourism sector.
2. To evaluate the applicability of key theoretical models such as TAM and the RACE framework in explaining consumer behavior.

3. To propose practical and ethical strategic recommendations for tourism operators, especially SMTEs.

Theoretical Foundations and Evolving Consumer Behavior

Understanding the current digital marketing landscape requires a re-evaluation of existing theoretical foundations to align them with the radically changed technological and behavioral realities.

1. Re-evaluating Foundational Models in an Advanced Digital Context

Foundational models such as the 4Cs (Consumer, Cost, Convenience, Communication) and the RACE framework (Reach, Act, Convert, Engage), discussed in the original article, remain valuable starting points for understanding core marketing components. However, in an era where AI and algorithms mediate every stage of the consumer journey, these models may no longer be sufficient. For instance, Reach is no longer just about SEO but about navigating algorithm-created filter bubbles, and Communication is increasingly handled by AI-powered chatbots, making the brand-consumer relationship more complex and automated. (Chaffey, 2022)

2. The New Consumer Journey: From Linear Path to Dynamic Ecosystem

The traditional Consumer Decision Journey model, which posits a linear process, no longer fully explains the behavior of the modern traveler. Today's tourist journey is a complex, non-linear web of influences with multiple touchpoints. Data from Phocuswright shows that Online Travel Agencies (OTAs), search engines, and review platforms are the most influential sources in decision-making. This creates a complex ecosystem rather than a traditional marketing funnel. The emergence of autonomous agents AI bots that can independently plan and book travel will further complicate this journey, with AI making decisions on behalf of the user. This signals a critical shift: the traditional marketing funnel in tourism is obsolete, replaced by an algorithm-driven ecosystem of influence. The marketer's goal is no longer to guide consumers along a predefined path but to ensure their brand is visible, credible, and favored within the algorithmic systems (e.g., search engines, social media, AI agents) that consumers use. The focus has shifted from directly influencing the consumer to influencing the algorithms that shape consumer perception.

3. The Imperative of Experience and the Rise of Intelligent Automation

Experiential Consumption Theory is more critical than ever, supported by clear empirical data. Trends such as event-driven travel (e.g., for concerts or sports), longer stays (averaging one day more globally), and the popularity of cultural and culinary experiences, especially among Gen Z and Millennials, all attest to the primacy of experience.

In this context, the Technology Acceptance Model (TAM), which emphasizes Perceived Usefulness and Perceived Ease of Use, remains relevant but requires new considerations in the age of Generative AI. While the use of GenAI for travel planning is growing (39% of U.S. travelers), a significant portion (38%) are not at all interested, particularly older demographics. This resistance cannot be explained by utility alone but reflects deeper concerns, such as trust in AI recommendations, fear of generic and uninspired choices, and the loss of the joy of personal discovery. Therefore, for operators using AI, the challenge is not just technical but psychological. They must design AI interactions that build trust, offer user control, and enhance the joy of discovery rather than replacing it.

Table 1: Post-Pandemic Consumer Travel Behavior Trends (2024-2025)

Trend	Key Statistic
Experience-Driven Travel	98% of travelers state experiences are critically important in destination choice. Global spending on experiences hits a record 12%.
Longer Trip Durations	Travelers are extending trips by an average of 1 day globally compared to pre-pandemic.
Event-Driven Tourism	Restaurant sales near Taylor Swift concerts rose 68%. Munich is a top destination due to the European Football Championship.
GenAI in Travel Planning	39% of U.S. travelers use GenAI, with leisure travel being the top use case for the next year.
Continued Cost-Consciousness	75% of travelers are prioritizing travel but looking for more cost-effective options. Chinese tourists exhibit minimalist spending (special forces travel).
Dominance of Online Channels	By 2026, nearly 65% of all global travel bookings will be made online.

Key Digital Marketing Strategies: Contemporary Applications and Innovations

Digital marketing strategies have evolved far beyond traditional practices, integrating new technologies to create deeper and more effective engagement.

1. Content and Community: The Enduring Power of Authentic Storytelling

Content Marketing and Influencer Marketing have merged into a more powerful concept:

brand-facilitated community storytelling. The most effective strategies today are not brand-created content but authentic user stories for which the brand provides a platform.

Airbnb's case study is the clearest example. Its *Belong Anywhere* positioning is communicated not primarily through ads but through User-Generated Content (UGC) from hosts and guests. These stories and photos build a level of trust and credibility unattainable through traditional marketing. Similarly, the use of micro-influencers remains highly effective, as their followers perceive them as more authentic and relatable, aligning with Gen Z's preference for peer-level validation over polished advertising.

2. Algorithmic Reach: Mastering SEO and New Discovery Platforms

Search Engine Optimization (SEO) and Search Engine Marketing (SEM) remain central to digital marketing, but their practice has become more sophisticated. Airbnb has employed a complex Programmatic SEO strategy, automatically creating templated pages optimized for a massive number of long-tail keywords, making organic search its number one marketing channel.

Beyond traditional search engines, TikTok has emerged as a critical *discovery engine*, especially for younger generations. To view TikTok as merely a social media platform is an underestimation. Academic research suggests it functions as a visual search engine for Gen Z, with nearly half of this demographic preferring it over Google for information searches. Quantitative data confirms this impact, with 35.52% of a Gen Z and Millennial sample having booked a tour after watching a TikTok video. The platform's algorithm-driven feed allows Small and Medium-sized Tourism Enterprises (SMTEs) to achieve broad awareness with limited budgets, leveling the playing field. Therefore, developing a TikTok strategy is not just social media marketing; it is visual SEO for a growing and influential demographic. (Montag, 2021)

3. Advanced Personalization: The Role of AI, Data Analytics, and Digital Identity

This is where the most significant leap in digital marketing has occurred. Marketing has shifted from broad segmentation to what is termed behavioral orchestration, driven by AI and big data analytics. AI algorithms can analyze vast datasets from browsing history and clicks to geographic location and sentiment analysis to dynamically serve content and recommendations tailored to the individual. (Kotler, 2021)

A key future trend is the convergence of GenAI with digital identity. This concept envisions a future where travelers use a secure digital wallet containing their identity, payment information, and preferences, enabling perfectly personalized travel bookings with a single click across any platform. It is predicted that 500 million smartphone users will adopt this technology by 2026. This shift will make personalization unprecedentedly precise and seamless, revolutionizing how tourism businesses interact with customers.

Case Study Analysis: Implementing Strategies at Global and Local Levels

In-depth case study analysis illustrates the practical application of digital marketing strategies and their impact in different contexts.

1. Large-Scale Destination Marketing: Re-examining the Amazing Thailand Campaign

The Tourism Authority of Thailand's (TAT) Amazing Thailand campaign is a successful example of using UGC and hashtags like #AmazingThailand to generate awareness and engagement. However, a deeper analysis reveals more complex dimensions. Research has found that the campaign's Twitter activity was largely focused on domestic audiences, potentially indicating a gap in reaching certain international audiences through that platform.

A key insight from recent research is that the effectiveness of digital marketing depends not only on the cleverness of the campaign but also on tourists' perceptions of the destination's *service quality and sustainability*. This means the success of Amazing Thailand stems not just from great marketing but must be supported by the quality of the actual experience tourists have on the ground. This underscores the need to integrate digital marketing strategies with the development of high-quality, sustainable tourism products and services.

2. Market Dominance through Community and Personalization: The Airbnb Model

Airbnb revolutionized the hospitality industry with a strategy fundamentally different from traditional hotels. Its Belong Anywhere brand positioning was a masterstroke, shifting the value proposition from renting a space to offering emotional connection and authentic local experiences.

The core of this strategy is UGC, which builds trust and credibility while massively reducing content production costs. But Airbnb's success is not just based on a great idea; it is backed by a strong technological foundation. The company uses sophisticated AI for personalized recommendations and a powerful Programmatic SEO strategy to drive massive organic traffic. This combination of emotional branding, community-driven content, and technological superiority has allowed Airbnb to differentiate itself and dominate the market.

3. The Viral Phenomenon: TikTok's Impact on Small and Medium-sized Tourism Enterprises (SMTEs)

TikTok's role in tourism marketing has moved from anecdotal to a phenomenon supported by empirical data and academic theory. The fact that over a third of young travelers have booked a tour inspired by TikTok content is clear evidence of the platform's return on investment (ROI).

Academic theory helps explain why TikTok is so effective. The combination of Entertainment, Interaction, and Trendiness stimulates consumer brand engagement, which in turn builds brand awareness and a positive brand image. The platform also caters to the motivation for Social Escapism, a key driver for Gen Z travelers. The algorithm's ability to surface engaging and unexpected content allows SMTEs with compelling stories to achieve widespread awareness and attract customers directly, without needing massive marketing budgets. (Wong, 2022)

Table 2: Comparative Analysis of Digital Strategies in Case Studies

Case Study	Primary Target Audience	Core Strategy	Key Digital Tools	Key Theoretical Foundation	Measurable Impact
TAT – Amazing Thailand	Domestic & International Tourists	Destination branding via UGC	Hashtag campaigns, influencers, targeted ads	Social Proof, Consumer Journey	Increased international arrivals, strengthened global brand position
Airbnb	Global Community Seekers	Trust-building through community & personalization	Programmatic SEO, AI recommendation s, content platform	Experiential Consumption, Community Theory	Market differentiation, strong brand loyalty
SMTEs on TikTok	Gen Z / Millennials	Authentic, trend-driven discovery	Short-form video, algorithmic feed, hashtag strategy	Technology Acceptance, Social Escapism	Viral visibility, direct bookings for local businesses

Practical Implications and Strategic Recommendations for a Future-Ready Tourism Sector

For the tourism sector to adapt and thrive sustainably in the digital age, strategies must not only respond to current trends but also prepare for future challenges and opportunities.

1. Beyond Basic Digital Literacy: Towards AI-Readiness and Data Acumen

The original recommendation to promote digital literacy remains important but is no longer sufficient. Basic social media skills no longer provide a competitive edge. Operators need to evolve towards AI-Readiness and Data Acumen, aligning with national strategies like Thailand 4.0 and acknowledging the existing digital skills gap. Training programs should be established that focus on data analysis, understanding AI-driven marketing tools, and responsible customer data management to enable operators to fully leverage technology.

2. Navigating the New Frontier: An Ethical Framework for AI and Data in Tourism

This is a high-level academic recommendation that adds significant depth and novelty to this article. The rapid growth of AI brings ethical concerns that must be addressed. Recent research highlights risks related to data privacy, algorithmic bias (which can lead to over-tourism in some areas while others are neglected), filter bubble phenomena, and the risk of emotional manipulation through advanced personalization.

Therefore, it is proposed that Destination Marketing Organizations (DMOs) and industry bodies collaborate to develop an ethical charter or code of conduct for AI use in tourism marketing. This should focus on transparency in data usage, explicit user consent, and the promotion of sustainable and diverse travel experiences to balance technological opportunities with social responsibility.

3. Fostering an Inclusive Digital Ecosystem through Public-Private Partnerships

This recommendation builds on the original idea of government-supported platforms by proposing the creation of integrated national tourism platforms that do more than just list businesses. These platforms should be tools that provide SMTEs with access to shared data analytics, collaborative marketing tools, and training on new technologies. This would help level the playing field against larger operators. Such an initiative would foster the digital collaboration networks mentioned in the original article and create a more robust and equitable ecosystem for all stakeholders.

Conclusion: Synthesizing Knowledge for Sustainable and Responsible Digital Tourism

The landscape of digital marketing in the tourism industry has undergone a profound transformation, moving from the early internet era focused on basic principles to today's complex ecosystem dominated by artificial intelligence, community-driven platforms, and consumer demand for authentic experiences. The analysis of theories, strategies, and case studies in this article demonstrates that success depends not merely on adopting new technologies, but on the ability to integrate them with a deep understanding of consumer needs, local culture, and sustainable development goals.

A key theme at the heart of this article is that the future of tourism marketing lies in managing the tension between technological opportunity and ethical responsibility. The ultimate goal is not simply to maximize conversion rates but to use technology to create more meaningful, sustainable, and human-centric travel experiences. This calls for

operators to possess both technical expertise and an understanding of how technology can promote travel that is respectful of local communities, cultures, and the environment.

True future success will not be about replacing human connection with technology, but about using technology to strengthen it. By combining high-tech personalization with high-touch hospitality, and with a commitment to ethical data stewardship and cultural preservation, the tourism sector can harness the power of digital marketing to build a more resilient, inclusive, and responsible future for both travelers and host communities.

References

- Buhalis, D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: A perspective article. *Tourism Review*, 75(1), 267–272. <https://doi.org/10.1108/TR-06-2019-0258>.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed.). Pearson.
- Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.
- Montag, C., Yang, H., & Elhai, J. D. (2021). On the psychology of TikTok use: A first glimpse from empirical findings. *Frontiers in Public Health*, 9, 641673. <https://doi.org/10.3389/fpubh.2021.641673>.
- Sohn, K., & Kwon, O. (2020). Technology acceptance theories and factors influencing artificial intelligence-based intelligent products. *Telematics and Informatics*, 47, 101324. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2019.101324>.
- Wong, I. A., Lai, I. K. W., & Tao, Z. (2022). Sharing the travel experience: The effects of tie strength and shock on travel desire. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 39(2), 168–184. <https://doi.org/10.1080/10548408.2022.2061676>.

ภาคผนวก

นโยบายและคุณลักษณะการตีพิมพ์บทความวารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก

วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก เป็นวารสารวิชาการราย 6 เดือน (2 ฉบับต่อปี) ฉบับที่ 1 (ม.ค.-มิ.ย.) และ ฉบับที่ 2 (ก.ค.-ธ.ค.) ซึ่งสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก จัดทำขึ้นเพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ แลกเปลี่ยนความคิดเห็นเชิงวิชาการในสาขาต่าง ๆ ทางด้านมนุษยศาสตร์ และสังคมศาสตร์ และเพื่อเป็นการส่งเสริมสนับสนุน ให้คณาจารย์ ผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารการศึกษา นิสิตระดับบัณฑิตศึกษา และนักวิชาการทั่วไป จากทั้งภายในและภายนอกได้มีโอกาสเสนอผลงานทางวิชาการในสาขาที่เกี่ยวข้อง โดยเผยแพร่ในลักษณะของวารสารอิเล็กทรอนิกส์ (e-Journal)

1. การพิจารณาบทความ

1.1 การพิจารณาบทความ เลือกผู้ทรงคุณวุฒิจากกองบรรณาธิการตรงตามสาขาวิชา ในพิจารณา 2 คน ต่อ 1 บทความ

1.2 กรณีบทความมาจากบุคลากรภายในมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก กองบรรณาธิการพิจารณาส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก 3 คน

1.3 กรณีบทความมาจากบุคลากรภายนอกมหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปาก กองบรรณาธิการพิจารณาส่งบทความให้ผู้ทรงคุณวุฒิภายในและหรือภายนอก 3 คน

1.4 กรณีผู้ส่งบทความ แก้ไขไม่เป็นไปตามกำหนดเวลา ที่กองบรรณาธิการแจ้งกองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์พิจารณา ยกเลิก กระบวนการเพื่อการตีพิมพ์

2. คำแนะนำสำหรับผู้ส่งบทความเพื่อตีพิมพ์

2.1 วิธีส่งบทความ เจ้าของบทความสามารถศึกษาข้อมูลเพิ่มเติม และส่งต้นฉบับบทความ ในรูปแบบไฟล์ word และรูปแบบไฟล์ PDF ได้ที่ระบบออนไลน์ของวารสารวิชาการ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU>

3. รูปแบบบทความที่ส่งกองบรรณาธิการเพื่อตีพิมพ์

ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย)

ชื่อเรื่อง (English)

ชื่อ นามสกุล^{1*}, ชื่อ นามสกุล² และ ชื่อ นามสกุล³ (ภาษาไทย)

(ชื่อ นามสกุล^{1*}, ชื่อ นามสกุล² และ ชื่อ นามสกุล³) (English)

^{1*} ชื่อของหน่วยงาน เลขที่อยู่ เขต/ตำบล แขวง/อำเภอ จังหวัด และรหัสไปรษณีย์

โทรศัพท์ xxxxxx โทรสาร xxxxxx E-mail: YYYYYY

² ชื่อของหน่วยงาน เลขที่อยู่ เขต/ตำบล แขวง/อำเภอ จังหวัด และรหัสไปรษณีย์

³ ชื่อของหน่วยงาน เลขที่อยู่ เขต/ตำบล แขวง/อำเภอ จังหวัด และรหัสไปรษณีย์

วันที่รับบทความ xxxxxxxxxxxx

วันที่รับแก้ไขบทความ xxxxxxxxxxxx

วันที่ตอบรับบทความ xxxxxxxxxxxx

Received: xxxxxxxxxxxx

Revised: xxxxxxxxxxxx

Accepted: xxxxxxxxxxxx

บทคัดย่อ

บทความงานวิจัยต้องประกอบด้วยบทคัดย่อที่ระบุถึงความสำคัญของเรื่อง วัตถุประสงค์ วิธีการศึกษา ผลการศึกษาและบทสรุป ในกรณีที่ต้นฉบับเป็นภาษาไทย ให้ผู้นิพนธ์เขียนบทคัดย่อทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ความยาวไม่เกิน 300 คำ ระบุมคำสำคัญของเรื่อง (keywords) จำนวนไม่เกิน 5 คำ

คำสำคัญ: รูปแบบบทความ; ขนาดตัวอักษร; รูปแบบตัวอักษร

Abstract

An article of research to composes with abstract to specify importance of subject, object, method to study, result and summary. Both Thai and English abstracts are required. The length of each should not exceed 300 words. Also, the keywords should not be used more than 5 words.

Keywords: submission procedure; manuscript format; font size; font style; blank line

1. บทนำ

เอกสารฉบับนี้จัดทำขึ้นเพื่อเป็นคู่มือในการเขียนบทความฉบับเต็มสำหรับผู้ที่มีความประสงค์ในการส่งบทความเข้าตีพิมพ์ในวารสาร มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพปราง เพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพและเพื่อให้การจัดทำเอกสารเป็นไปอย่างรวดเร็ว ผู้ที่ส่งบทความควรพิมพ์บทความตามรูปแบบและแนวทางที่กำหนดอย่างเคร่งครัด

2. เนื้อหาบทความ

วารสารฉบับเต็มควรประกอบด้วย ชื่อบทความ ชื่อและที่อยู่ของผู้เขียนบทความ บทคัดย่อ คำสำคัญ วลีสรุปย่อ เนื้อหาโดยสมบูรณ์ของบทความ กิตติกรรมประกาศ และเอกสารอ้างอิง โดยในส่วนของเนื้อหาของบทความ สามารถแบ่งออกเป็นหัวข้อหลัก หัวข้อย่อย และอาจแบ่งถึงหัวข้อย่อยลงมา ทั้งนี้ตัวอักษรทั้งหมดที่ใช้ในการพิมพ์ทุกส่วนให้ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarababunPSK ขนาด 16 ตัวหนาทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระยะระหว่างบรรทัดเป็นแบบบรรทัดเดี่ยว (Single Space) และแต่ละหน้าไม่ต้องมีการเติมหมายเลขหน้า

2.1 ขนาดและการตั้งค่าหน้ากระดาษ

ขนาดของกระดาษที่ใช้ในการพิมพ์กำหนดให้มีขนาดมาตรฐาน A4 ($8\frac{1}{4} \times 11\frac{3}{4}$ นิ้ว) โดยกำหนดการตั้งค่าหน้ากระดาษดังนี้

ริมขอบกระดาษด้านบน	1.5	นิ้ว
ริมขอบกระดาษด้านล่าง	1	นิ้ว
ริมขอบกระดาษด้านซ้าย	1.5	นิ้ว
ริมขอบกระดาษด้านขวา	1	นิ้ว

ความยาวโดยรวมของบทความไม่ควรเกิน 12 หน้ากระดาษ และบันทึกไฟล์ข้อมูลด้วย Microsoft Word 2010 ขึ้นไปเท่านั้น

2.2 ชื่อบทความและรายละเอียดของผู้เขียน

ในการพิมพ์ชื่อบทความให้พิมพ์ทั้งชื่อภาษาไทยและภาษาอังกฤษโดยใช้ตัวอักษรขนาด 18 พอยต์ พิมพ์เป็นตัวหนา โดยแต่ละคำในชื่อภาษาอังกฤษให้พิมพ์อักษรตัวแรกเป็นตัวพิมพ์ใหญ่ (ยกเว้นคำนำหน้านาม: articles, คำสันธาน: coordinate conjunctions และคำบุพบท: prepositions นอกจากคำเหล่านี้จะถูกใช้นำชื่อเรื่อง) สำหรับชื่อผู้เขียนบทความให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 พอยต์ ในขณะที่ส่วนของที่อยู่ให้ใช้ตัวอักษรขนาด 14 พอยต์ โดยที่อยู่ควรประกอบไปด้วย

สำหรับบุคลากรภายใน มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

สาขาวิชาที่สังกัด เบอร์โทรศัพท์เคลื่อนที่ และ E-mail ที่สามารถติดต่อได้ กรณีผู้เขียนมากกว่าหนึ่ง สามารถระบุที่อยู่ของผู้เขียนแต่ละคนโดยอาศัยตัวเลขที่พิมพ์แบบยกสูง (Superscript) ไว้หลังชื่อของผู้เขียนนั้น นอกจากนั้นควรมีการระบุชื่อผู้ติดต่อ (Corresponding author) โดยการพิมพ์เครื่องหมายดอกจัน (*) ไว้หลังชื่อ เฉพาะบรรทัดสุดท้าย ของรายละเอียดผู้ติดต่อให้ระบุ เบอร์โทรศัพท์ และ e-mail ของผู้ติดต่อ ทั้งชื่อบทความและรายละเอียดของผู้เขียนให้พิมพ์ไว้กลางหน้ากระดาษ

สำหรับบุคลากร ภายนอก มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

ชื่อของหน่วยงาน เลขที่อยู่ เขต/ตำบล แขวง/อำเภอ จังหวัด และรหัสไปรษณีย์ ซึ่งสามารถระบุที่อยู่ของผู้เขียนแต่ละคนโดยอาศัยตัวเลขที่พิมพ์แบบยกสูง (Superscript) ไว้หลังชื่อของผู้เขียนนั้น นอกจากนั้นควรมีการระบุชื่อผู้ติดต่อ (Corresponding author) โดยการพิมพ์เครื่องหมายดอกจัน (*) ไว้หลังชื่อ เฉพาะบรรทัดสุดท้ายของรายละเอียดผู้ติดต่อให้ระบุ เบอร์โทรศัพท์ เบอร์โทรสารและ e-mail ของผู้ติดต่อ ทั้งชื่อบทความและรายละเอียดของผู้เขียนให้พิมพ์ไว้กลางหน้ากระดาษ

3. บทคัดย่อและคำสำคัญ

การพิมพ์บทคัดย่อและคำสำคัญให้พิมพ์ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยใช้ตัวอักษรขนาด 16 พอยต์ และจัดรูปแบบอยู่ตรงกึ่งกลางของหน้ากระดาษ โดยให้พิมพ์ชื่อหัวข้อ “บทคัดย่อ” และ “Abstract” เป็นแบบตัวหนา

4. เนื้อหาของบทความ

บทความวิจัยควรประกอบด้วย บทนำ (Introduction) บอกความสำคัญหรือที่มาของปัญหา นำไปสู่การศึกษา วัตถุประสงค์ วัสดุ อุปกรณ์และวิธีการวิจัย (Materials and Method) กล่าวถึงรายละเอียด การวิเคราะห์และการทดลองที่กระชับและชัดเจน ผลการทดลอง (Results) บอกผลที่พบอย่างชัดเจน สมบูรณ์ และมีรายละเอียดครบถ้วน สรุปและอภิปรายผล (Discussion and Conclusion) อาจเขียนรวมกับผลการทดลองได้ เป็นการประเมิน การตีความ และการวิเคราะห์ ในแง่มุมต่าง ๆ ของผลที่ได้ว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์หรือไม่ มีความสอดคล้องหรือขัดแย้งกับผลงานผู้อื่นอย่างไร ต้องมีการอ้างหลักการหรือทฤษฎีมาสนับสนุนหรือการหักล้างอย่างเป็นเหตุเป็นผลและอาจมีข้อเสนอแนะที่จะนำผลวิจัยไปใช้ประโยชน์

ส่วนของเนื้อหาบทความ กำหนดตัวอักษรที่ใช้ในเนื้อหาให้มีขนาด 16 พอยต์ รวมถึงไม่ต้องการเว้นบรรทัดระหว่างย่อหน้า (ไม่ต้องเคาะบรรทัดเมื่อขึ้นย่อหน้าใหม่) สำหรับรูปแบบตัวอักษรที่ใช้ในการพิมพ์หัวข้อกำหนดดังนี้

4.1 หัวข้อหลัก

กำหนดให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา ในการพิมพ์หัวข้อหลัก และให้พิมพ์ไว้ชิดริมซ้ายของคอลัมน์

4.2 หัวข้อย่อยและหัวข้อย่อยรองลงมา

กำหนดให้ใช้ตัวอักษรขนาด 16 พอยต์ ตัวหนา ในการพิมพ์หัวข้อย่อยและหัวข้อย่อยรองลงมา และให้พิมพ์ห่างจากริมซ้ายของคอลัมน์ 0.5 นิ้ว

5. รูปภาพ ตาราง และสมการ

5.1 รูปภาพและตาราง

การนำเสนอรูปภาพและตารางสามารถนำเสนอต่อจากข้อความที่กล่าวถึงหรืออาจนำเสนอภายหลังจากจบหัวข้อหรือนำเสนอในหน้าใหม่ ขนาดของรูปภาพและตารางไม่ควรเกินกรอบของการตั้งค่าน้ำกระดาษที่กำหนดไว้ในหัวข้อ 2.1

ทั้งรูปภาพและตารางจะต้องมีคำอธิบายโดยคำอธิบายของรูปภาพให้พิมพ์ไว้ได้รูปภาพและอยู่ชิดซ้ายของหน้ากระดาษ หากรูปภาพใดถูกแบ่งออกเป็น 2 ส่วนให้มีการระบุคำอธิบายของแต่ละส่วนโดยอาศัยตัวอักษรภาษาไทยในวงเล็บเรียงตามลำดับเช่น (ก) และ (ข) ส่วนคำอธิบายตารางให้พิมพ์ไว้เหนือตารางและชิดริมซ้ายของกระดาษ โดยการเรียงลำดับรูปภาพและตารางให้แยกการเรียงลำดับออกจากกัน

ตารางข้อมูลที่นำลงตีพิมพ์ ต้องพิมพ์ด้วย word เพื่อความคมชัดของตาราง เช่น

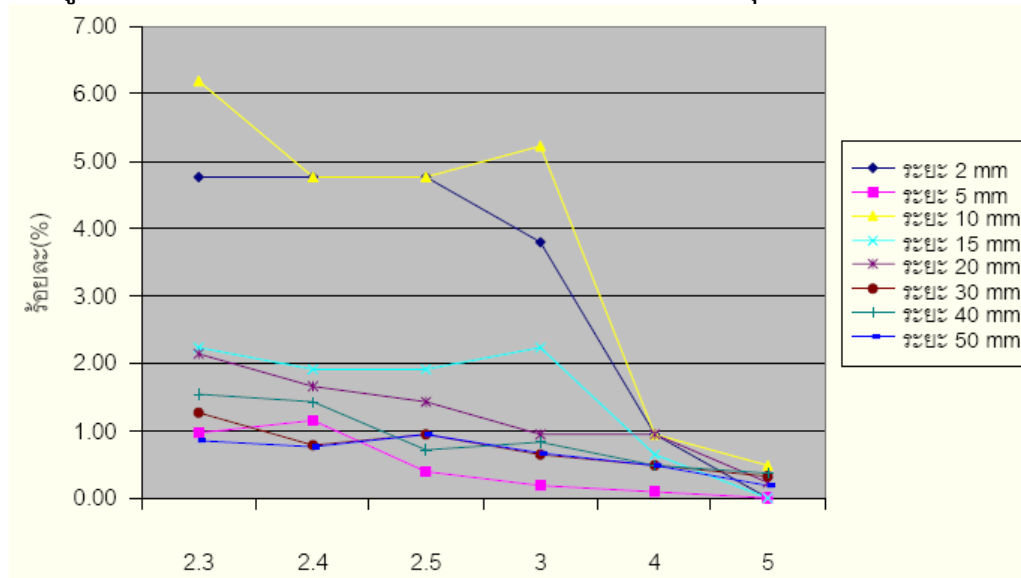
ตารางที่ 1 ตารางที่ไม่เหมาะสมในการนำลงตีพิมพ์

ผู้ออกแบบ	ผู้ใช้อาคาร
1) ระเบียงดินเผาที่มีคุณสมบัติในการใช้งานที่เหมาะสมสวยงาม	1) ระเบียงดินเผาที่มีขนาดที่ไม่เท่ากันตามลักษณะเฉพาะตัวของวัสดุ ผู้ใช้อาคารรู้สึกถึงความไม่เรียบร้อยไม่สม่ำเสมอของพื้นผิว
2) ข้อดีของระเบียงดินเผา คือ ติดตั้งยากเนื่องจากความไม่สม่ำเสมอของขนาดและความหนาของแผ่นระเบียงดินเผา	2) ระเบียงดินเผาที่ใช้ปูพื้นบันไดและลานพัก มีพื้นผิวที่ไม่สม่ำเสมอ ผู้ใช้อาคารอาจสะดุดเมื่อใช้งาน
	3) เนื่องจากความไม่แข็งแรงของระเบียงดินเผา เมื่อผ่านการใช้งาน หรือมีวัตถุตกกระทบ ทำให้ระเบียงดินเผาแตก กะเทาะ หรือบิ่น ซึ่งแสดงถึงความไม่คงทนแข็งแรง

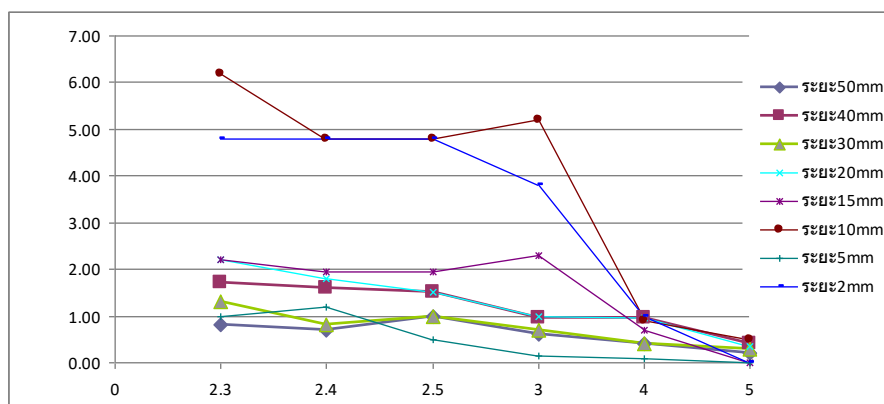
ตารางที่ 2 ตารางที่เหมาะสมในการนำลงตีพิมพ์

ผู้ออกแบบ	ผู้อ่าน
1) กระเบื้องดินเผาที่มีคุณสมบัติในการใช้งานที่เหมาะสมสวยงาม 2) ข้อดีของกระเบื้องดินเผา คือ ติดตั้งยากเนื่องจากความไม่สม่ำเสมอของขนาดและความหนาของแผ่นกระเบื้องดินเผา	1) กระเบื้องดินเผาที่มีขนาดที่ไม่เท่ากันตามลักษณะเฉพาะตัวของวัสดุ ผู้อ่านรู้สึกถึงความไม่เรียบร้อย ไม่สม่ำเสมอของพื้นผิว 2) กระเบื้องดินเผาที่ใช้ปูพื้นบันไดและซอกผนังที่มีพื้นผิวที่ไม่สม่ำเสมอ ผู้อ่านอาจสะดุด เมื่อใช้งาน

รูปภาพที่นำลงตีพิมพ์ ควรเลือกภาพที่เหมาะสมและคมชัดที่สุด

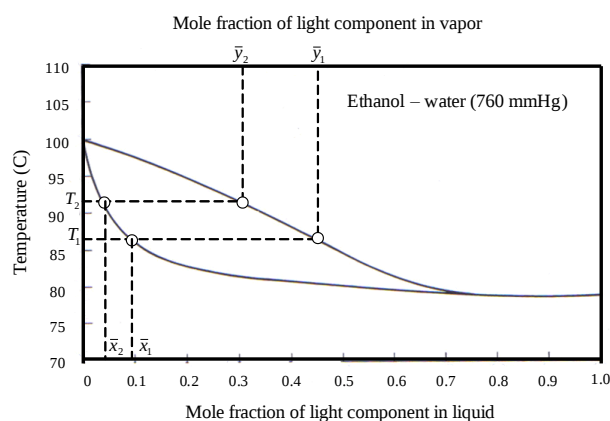


ภาพที่ 1 ภาพที่ไม่เหมาะสมในการนำลงตีพิมพ์



ภาพที่ 2 ภาพที่เหมาะสมในการนำลงตีพิมพ์

การระบุหมายเลขลำดับรูปภาพและตารางในบทความให้ระบุเป็นรูปที่และตารางที่ เช่น ภาพที่ 1, ภาพที่ 1 – 3, ตารางที่ 1, ตารางที่ 1 – 3 เป็นต้น



ภาพที่ 1 แผนภาพสมดุลของของผสมไอ – ของเหลวที่มี 2 องค์ประกอบภายใต้สภาวะความดันคงที่

ตารางที่ 1 ปริมาณการใช้น้ำมันปิโตรเลียมในแต่ละภาคเศรษฐกิจ ฯ ของประเทศไทย (หน่วย: ล้านลิตร)

ภาคเศรษฐกิจ	ปี	
	2545	2546
1. เกษตรกรรม	3,509	3,827
2. เหมืองแร่	19	26
3. อุตสาหกรรม	4,821	4,937
4. ไฟฟ้า	703	757
5. การก่อสร้าง	169	172
6. ที่พักอาศัยและการพาณิชย์	2,729	2,792
7. คมนาคมขนส่ง	23,980	25,475
Total	35,930	37,986

5.2 สมการ

การเขียนสมการให้เขียนไว้กลางคอลัมน์และมีการระบุลำดับของสมการโดยใช้ตัวเลขที่พิมพ์อยู่ในวงเล็บ เช่น (1), (2) เป็นต้น

6. กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี)

หากต้องการเขียนกิตติกรรมประกาศเพื่อขอบคุณบุคคลหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถเขียนได้ โดยให้อยู่หลังเนื้อหาหลักของบทความและก่อนเอกสารอ้างอิง เช่น

ขอขอบคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำปาง ที่ได้เอื้อเพื่อเอกสารและข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการดำเนินงานวิจัย

7. การอ้างอิง

ให้รวบรวมรายชื่อสิ่งพิมพ์และวัสดุความรู้ต่าง ๆ ที่ใช้เป็นหลักฐานหรือเอกสารอ้างอิงในการศึกษาแทรกไว้ในเนื้อหาและท้ายบทความ

การอ้างอิงในเนื้อหา เป็นการวงเล็บระบุแหล่งที่มาอย่างกว้างๆแทรกอยู่ในเนื้อหาของบทความวิชาการ ส่วนรายละเอียดที่สมบูรณ์ของแหล่งข้อมูลจะแสดงใน “เอกสารอ้างอิง” ในส่วนท้ายของบทความวิชาการ โดยใช้รูปแบบ APA 7th เท่านั้น

7.1 การลงรายละเอียดของการอ้างอิงในเนื้อหา

(ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, หน้า เลขหน้าที่อ้างอิง)

(ผู้แต่งคนแรก และผู้แต่งคนที่สอง, ปีที่พิมพ์, หน้า เลขหน้าที่อ้างอิง)

(ผู้แต่งคนแรก และคณะ, ปีที่พิมพ์, หน้า เลขหน้าที่อ้างอิง)

(ผู้แต่ง, ปีที่พิมพ์, ไม่มีเลขหน้า)

(หน่วยงาน, ปีที่พิมพ์, หน้า เลขหน้าที่อ้างอิง)

(นามแฝง, ปีที่พิมพ์, หน้า เลขหน้าที่อ้างอิง)

7.2 การลงรายละเอียดของการอ้างอิงท้ายบทความ

ให้อ้างอิงรายการลำดับตามอักษรตัวแรกของผู้แต่ง ตามการเรียงลำดับตัวอักษรของพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน สำหรับรูปแบบการพิมพ์รายชื่อเอกสารอ้างอิงจากแหล่งต่าง ๆ กำหนดให้มีรูปแบบดังตัวอย่างต่อไปนี้

(1) บทความจากวารสาร (Journal)

Waszkiewics, S.D., Tierney, M.J. and Scott, H.S. (2009). Development of coated, annular fins for adsorption chillers, *Applied Thermal Engineering*, vol.29 (11-12), August 2009, pp. 2222 – 2227.

จักรกฤษณ์ นรมิตผดุงการ และ ทวี สอนมาลี. (2519). ความสามารถในการเงินของเทศบาลกรณีของเทศบาลนครกรุงเทพ ก่อนเปลี่ยนแปลงเป็นกรุงเทพมหานคร, *วารสารพัฒนบริหารศาสตร์*, 16, เมษายน 2519, หน้า 231 – 254.

(2) บทความจากเอกสารประกอบการประชุม (Proceedings)

Kato, S. and Widiyanto, A. (2001). Environmental Impact Assessment of Various Power Generation Systems, *paper presented in the Tri-University International Joint Seminar & Symposium 2001*, Chiang Mai, Thailand.

มารุต บุรพา, ญัฐนี วรยศ และทนนเกียรติ เกียรติศิริโรจน์. (2551). โมเดลอย่างง่ายของการทำน้ำร้อนแสงอาทิตย์ที่มีประสิทธิภาพเสริม, *การประชุมสัมมนาเชิงวิชาการรูปแบบพลังงานทดแทน สู่ชุมชนแห่งประเทศไทย*, มหาวิทยาลัยนเรศวร จังหวัดพิษณุโลก

(3) รายงานทางวิชาการ / รายงานวิจัย

Division of Technical Services and Planning. (2003). *Chiang Mai City Municipality. Annual Report*.

จุฬาร ไซตช่วงนิรันดร์, นลินี ตันธุนิตย์ และปณิตา เพ็ชรสิงห์. (2529). *รายงานการวิจัยเรื่องประวัติศาสตร์หมู่บ้านคำม่วง, โครงการวิจัยระบบการทำฟาร์ม มหาวิทยาลัยขอนแก่น*.

ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น. หน้า 54 – 57.

พรพิมล เกลิมพลาณภาพ. (3535). *พฤติกรรมกรรมการแสวงหาข่าวสารและการใช้เทคโนโลยีการสื่อสารของบริษัทธุรกิจเอกชนที่มียอดขายสูงสุดของประเทศไทย*. วิทยานิพนธ์วารสารศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

(4) หนังสือ

Myers, R.H. and Montgomery, D.C. (1995). *Response Surface Methodology: Process and product optimization using designed experiments*, New York: John Wiley & Sons.

Goswami, Y.D., Kreith, F. and Kreider, J.F. (1999). *Principles of Solar Engineering*, 2nd edition. ISBN: 1-56032-714-6, Philadelphia: Taylor & Francis,

วิบูล วิจารณ์ และกนกนาถ ชูปัญญา. (2525). *เคมีคลินิก*. กรุงเทพฯ: โครงการตำราศิริราช คณะแพทยศาสตร์ ศิริราชพยาบาล.

(5) วิทยานิพนธ์

สุรจิตร ทิบัว. (2538). *การศึกษาศาสนาการใช้แหล่งชุมชนประกอบการสอนวิชาสังคมศึกษา ในระดับมัธยมศึกษาตอนต้น สังกัดกรมสามัญศึกษา ของจังหวัดขอนแก่น*. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Herbert-Cheshire, L. (1997). *Living by the sea*. Unpublished honours thesis, Central Queensland University, Rockhampton, QLD, Australia.

(6) เว็บไซต์

มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. (2554). “คู่มือการศึกษาปีการศึกษา 2554”. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: <http://www.psu.ac.th/handbook/> สืบค้นเมื่อ 3 ธันวาคม 2554.

Brown, H. (1994). “Citing computer references”. [online], Available: <http://neal.ctstateu.edu/history/cite.html>. Retrieved April 3, 1995.

(7) การสัมภาษณ์

ดิolk บุญเรืองรอด. (2543, กรกฎาคม 14). อธิการบดี, สถาบันราชภัฏสวนสุนันทา. สัมภาษณ์.

ตัวอย่างการอ้างอิงในเนื้อหา

(สุวิมล ตีรกานันท์, 2553) (Tirakanan, 2011)

ตัวอย่างการแปลเอกสารอ้างอิงภาษาไทยเป็นภาษาอังกฤษ

1.1 ตัวอย่างเอกสารอ้างอิงที่เป็นหนังสือ

สุวิมล ตีรกานันท์. (2553). *การวิเคราะห์ตัวแปรพหุในงานวิจัยทางสังคมศาสตร์*. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Tirakanan, S. (2011). *Multivariate variables analysis in social science research*. Bangkok: Chulalongkorn University Printing House. (in Thai)

1.2 ตัวอย่างเอกสารอ้างอิงที่เป็นบทความ

ปาน จินดาพล. (2557). การเป็นเจ้าของกิจการกับทัศนคติต่อความเสี่ยง.

วารสารนักบริหาร, 34(1), 130-135.

Jindapon, P. (2014). Entrepreneurship and risk attitudes. *Executive Journal*, 34(1), 130-135. (in Thai)

สุวรรณ ลัคนวณิช. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล พฤติกรรมการใช้ชีวิต และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของ นักศึกษาที่ใช้ชีวิตในที่พักเอกชน ย่านรังสิต จังหวัดปทุมธานี. *BU Academic Review*, 13(1), 13-16.

Luckanavanich, S. (2014). Personal relationship, living behaviors, and academic achievement of university students in the private residence, rangsit area, Pathumthani. *BU Academic Review*, 13(1), 13-16. (in Thai).

1.3 ตัวอย่างเอกสารอ้างอิงข้อมูลจากเว็บไซต์

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2556). สถานการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวต่างประเทศเข้าในปี 2555. [ออนไลน์], แหล่งที่มา: http://www.2tat.or.th/stat/web/statistic_tst.php สืบค้นเมื่อวันที่ 9 กุมภาพันธ์ 2557.

Tourism Authority of Thailand. (2013). *Inbound foreign tourists situation in 2012*. [online], Available: http://www.2tat.or.th/stat/web/statistic_tst.php. Retrieved February 9, 2014. (in Thai)

ท่านสามารถดาวโหลดรูปแบบบทความได้ที่ <https://goo.gl/y9WEje>

หรือ ติดต่อสอบถามที่ **ผู้ประสานงาน** : นายลิขิต ศิริ

โทร 054-237 399 ต่อ 3832 **Mobile**: 083-156-3928

E- mail: res_journal@hotmail.com

ปรับปรุงข้อมูลเมื่อ 4 มกราคม 2562