วารสาร

สังคมพัฒนศาสตร์

Journal of Social Science Development

P-ISSN: 2774-0412 ปีที่ 9 ฉบับที่ 4 (เมษายน 2569)

E-ISSN: Vol.9 No.4 (April 2026)

☯ วัตถุประสงค์

วารสารสังคมพัฒนศาสตร์ เป็นวารสารวิชาการของวัดสนธิ์ (นาสน) ตำบลมะม่วงสองต้น อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมการค้นคว้าและนำเสนอองค์ความรู้ทางด้านวิชาการ โดยการเผยแพร่บทความวิจัยและบทความวิชาการแก่นักวิจัยนักวิชาการ คณาจารย์และนักศึกษา ในมิติเพื่อสนับสนุนการศึกษา การสอน การวิจัยในมหาวิทยาลัยสงฆ์รวมถึงคณะสงฆ์ไทย และสถาบันภายนอก รวมทั้งนักวิชาการและผู้สนใจ โดยเน้นสาขาวิชาเกี่ยวกับ การพัฒนาชุมชม การพัฒนาสังคม ศิลปะทั่วไปและมนุษยศาสตร์ ศาสนศึกษา ธุรกิจทั่วไป การจัดการและการบัญชี สังคมศาสตร์ทั่วไป การศึกษา รวมถึงสหวิทยาการ ด้านสังคมศาสตร์และและศาสตร์แห่งการพัฒนา โดยรับพิจารณาตีพิมพ์ต้นฉบับของบุคคลหรือองค์กร ทั้งภายในและภายนอกวัด เปิดรับบทความเฉพาะภาษาไทย ประเภทบทความวิจัย และบทความวิชาการ

บทความที่ตีพิมพ์เผยแพร่ในวารสารสังคมพัฒนศาสตร์จะต้องผ่านการพิจารณา จากผู้ทรงคุณวุฒิ อย่างน้อย 2 ท่าน ในลักษณะปกปิดรายชื่อ (Double blind peer - reviewed) ผลงานที่ส่งมาจะต้องไม่เคยตีพิมพ์หรืออยู่ระหว่างการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตีพิมพ์ในวารสารอื่น ผู้เขียนบทความจะต้องปฏิบัติตามหลักเกณฑ์การเสนอบทความวิชาการหรือบทความวิจัยเพื่อตีพิมพ์ในวารสาร อย่างเคร่งครัด รวมทั้งระบบการอ้างอิงต้องเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของวารสาร ทัศนะและข้อคิดเห็นที่ปรากฏในบทความวารสาร ถือเป็นความรับผิดชอบของผู้เขียนบทความนั้น มิใช่ความคิดของคณะผู้จัดทำ และไม่ถือเป็นทัศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ ทั้งนี้กองบรรณาธิการไม่สงวนลิขสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงแสดงที่มา

วารสารสังคมพัฒนศาสตร์ มีกำหนดออกเผยแพร่ปีละ 12 ฉบับ (รายเดือน)*

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม	ฉบับที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์	ฉบับที่ 3 เดือนมีนาคม
ฉบับที่ 4 เดือนเมษายน	ฉบับที่ 5 เดือนพฤษภาคม	ฉบับที่ 6 เดือนมิถุนายน
ฉบับที่ 7 เดือนกรกฎาคม	ฉบับที่ 8 เดือนสิงหาคม	ฉบับที่ 9 เดือนกันยายน
ฉบับที่ 10 เดือนตุลาคม	ฉบับที่ 11 เดือนพฤศจิกายน	ฉบับที่ 12 เดือนธันวาคม

**มีผลตั้งแต่ ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 เดือนกุมภาพันธ์ 2568 เป็นต้นไป*

☯ เจ้าของ

วัดสนธิ์(นาสน)

89 หมู่ 5 ตำบลมะม่วงสองต้น อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000

โทร.075-340-043 โทรสาร. 075-340-042 E-mail: suriya.sur@mcu.ac.th

☯ บรรณาธิการบริหาร

นายอนุชิต ปราบพาล
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

☯ หัวหน้ากองบรรณาธิการ

พระณัฐพงษ์ สิริสุวณฺโณ
วัดสนธิ์(นาสน), มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

☯ กองบรรณาธิการ

พระสาโรจน์ ธมฺมสโร,ดร.
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
ศาสตราจารย์ ดร.ครองชัย หัตถา
นักวิชาการอิสระ
รองศาสตราจารย์ ดร.ประเวศ อินทองปาน
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.สมบูรณ์ บุญโท
มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
รองศาสตราจารย์ ฟื้น ดอกบัว
มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิพนธ์ ทิพย์ศรีนิมิต
มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา แก้วหล้า
มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธนิศร ยืนยง
มหาวิทยาลัยปทุมธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีระศิลป์ บุญทอง
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
ดร.ประนอม การชะนันท์
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช
ดร.มุกดาวรรณ พลเดช
วิทยาลัยเทคโนโลยีภาคใต้
ดร.อุทัย เอกสะพัง
มหาวิทยาลัยทักษิณ
ดร.สุชาติพงษ์ ทรงทอง
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครศรีธรรมราช เขต 2
พ.ต.อ.พิพากษ์ เกียรติกมเลศ
โรงเรียนนายร้อยตำรวจ

☯ ผู้ช่วยกองบรรณาธิการ

นายศักดิ์ดา หารเทศ
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช
นายอภินันท์ คำหารพล
โรงเรียนนาจานซับสมบูรณ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 2

☯ ฝ่ายกฎหมาย

นางสาวจรวยพร เหมรังษี
มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช

☯ ออกแบบปก

นายวินัย ธีระพิบูลย์วัฒนา

☯ จัดรูปเล่ม

พระบุญญฤทธิ์ ภททฺจารี (ชูราศรี)
วัดสนธิ์(นาสน)

☯ โรงพิมพ์

หจก.กรีนโซน อินเตอร์ 2001
155/2 ถนนปากนคร ตำบลท่าซัก อำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 80000
Tel. 075-466-031 Fax. 075-446-676

บทบรรณาธิการ

วารสารฉบับนี้เป็น**ฉบับที่** 4 ประจำปีพุทธศักราช 2569 เล่มนี้เป็น**ปีที่** 9 ของการปรับปรุงรูปแบบ และประเด็นหลัก เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การประเมินคุณภาพวารสารในฐานข้อมูล TCI รองรับการประเมินจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index -TCI) และเพื่อให้คุณภาพของบทความเป็นไปตามเงื่อนไข และกติกาสากล จึงเปิดโอกาสให้นักวิชาการ นักวิจัย นักศึกษา คณาจารย์ ครูอาจารย์ ได้เผยแพร่บทความทางวิชาการหรือบทความวิจัย ซึ่งกองบรรณาธิการได้ดำเนินการตามกระบวนการเชิงหลักการเผยแพร่บทความตามเกณฑ์สำนักงานคณะกรรมการอุดมศึกษาทุกประการ

กองบรรณาธิการ**วารสารสังคมพัฒนศาสตร์** ขอขอบคุณท่านผู้เขียน ท่านสมาชิกและท่านผู้อ่านที่ให้ความสนใจและไว้วางใจวารสารของเราเป็นอย่างดีตลอดมา และหวังเป็นอย่างยิ่งว่าบทความที่ได้เลือกสรรมาตีพิมพ์จักมีประโยชน์ต่อผู้อ่านทุกท่าน บรรณาธิการขอขอบคุณท่านผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่ได้ให้ความกรุณาอ่านและแนะนำการปรับแก้บทความวิจัยให้มีคุณภาพทางวิชาการยิ่งขึ้น

สุดท้ายนี้กองบรรณาธิการหวังอย่างยิ่งว่าเนื้อหาในวารสารฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ ต่อผู้อ่านบ้างตามสมควร หากผู้อ่านจะมีข้อเสนอแนะในการปรับปรุงวารสารนี้ให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น กองบรรณาธิการขอน้อมรับไว้ด้วยความยินดียิ่ง

นายอนุชิต ปราบพาล

บรรณาธิการวารสารสังคมพัฒนศาสตร์

สารบัญ

บรรณาธิการ (ก)

บทบรรณาธิการ (ง)

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต 1

BEHAVIORS AND DEMANDS OF TOURISTS TOWARDS PARTICIPATING OF SPORTS ACTIVITIES TO PROMOTE SPORTS CITY OF PHUKET PROVINCE

อรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์, ศิริชัย ขอเจริญ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก 15

MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING ONLINE PURCHASE DECISIONS ON THE TIKTOK APPLICATION

อภิสิทธิ์ ฉ่ำเฉื่อย, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, วัชระ ยี่สุ่นเทศ

การคงอยู่ของวิถีเกษตรกรรมและผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองต่อเกษตรกร ในเขตชานเมือง: กรณีศึกษา ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา 26

PERI-URBAN AGRICULTURAL LIVELIHOOD PERSISTENCE AND URBAN EXPANSION IMPACTS ON FARMERS: A CASE STUDY OF KO TAEO SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

ศุภรัตน์ พิณสุวรรณ, นิสากร กล้าณรงค์

ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการสิทธิทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ 37

GOOD GOVERNANCE IN THE MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS OF RAJABHAT UNIVERSITIES IN THE NORTHERN REGIONAL GROUP OF THAILAND

วราภรณ์ อัศวลาภสกุล, เมธาพร จันไทย

องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล 47

COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL ECOSYSTEM SUPPORTING ENTREPRENEURIAL SKILLS ENHANCEMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AT RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

ศศินันท์ ศาสตร์สาระ, ธีระวัฒน์ มอนไธสง, อัจฉรา นิยมาภา

การทำให้ความเชื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล: กรณีศึกษาการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มยูทูบ 58

THE COMMODIFICATION OF BELIEFS INTO DIGITAL CULTURAL PRODUCTS: A CASE STUDY OF CULTURAL VALUE CREATION OF SPIRITUAL CONTENT ON YOUTUBE

พิษนุ อภิสมาจารโยธิน

สารบัญ (ต่อ)

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ 70

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FACTORS AFFECTING EMPLOYEE WORK PERFORMANCE AT UNITED TECHNOLOGY DEVELOPMENT CO., LTD. AND ITS AFFILIATED COMPANIES

ภริดา อินทร์ไย, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา

แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 80

GUIDELINES FOR DEVEL0PING THE MANAGEMENT BEHAVIOR OF SCHOOL ADMINISTRATORS TO CREATING A HAPPY ORGANIZATION UNDER THE BANGKOK METROPOLITAN SECONDARY EDUCATION SERVICE AREA OFFICE 2

ทัศพร เกตุถนอม

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับกลุ่มอุตสาหกรรมและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ 92

THE RELATIONSHIP BETWEEN SET ESG RATING, INDUSTRY TYPE AND PROFITABILITY OF THAI LISTED COMPANIES

ศศกร ธนสารโสภณ, สุนา สุทธิเกียรติ, สุขมงคล เลิศภิรมย์สุข

การจัดการเชิงกลยุทธ์ในสภาพแวดล้อมแบบ BANI 103

STRATEGIC MANAGEMENT IN A BANI ENVIRONMENT

วิภาวี วลีพิทักษ์เดช, สวรรยา พิณเนียม, สุริษา ประสิทธิ์แสงอารีย์

รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 115

A MANAGEMENT MODEL BASED ON KING'S PHILOSOPHY FOR DEVELOPING STUDENT QUALITY AT WAT THUNG BUA SCHOOL, SONGKHLA PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA 1

พุ่มพวง สังข์พงศ์

ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ 126

HEALTH LITERACY AND HEALTH BEHAVIORS AMONG THE ELDERLY IN KUNG TAPAO SUBDISTRICT MUEANG DISTRICT UTTARADIT PROVINCE

วาสนา บุณยมณี, กัญญาวีร์ ขำทับทิม, กรรนิษฐา หนองคาย, รัชมาลย์ ศรีการะเกตุ, ทัศนีย์ ระย้า

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในจังหวัดพิษณุโลก 136

MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING HOT POT CONSUMPTION BEHAVIOR AMONG ADOLESCENTS IN PHITSANULOK PROVINCE

เมธี วิเศษเขตร์การณ์

สารบัญ (ต่อ)

ส่วนประสมการตลาดออนไลน์และความไว้วางใจต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา 148

ONLINE MARKETING MIX AND TRUST AFFECTING PURCHASING DECISIONS FOR FASHION CLOTHING VIA TIKTOK LIVE IN HAT YAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

พีระพงษ์ สงวนศิลป์, ธนัช โดดเจ็ดริ้ว, อนุวัต สงสม

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา 160

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION ON THE SHOPEE PLATFORM AMONG CONSUMERS IN HAT YAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

จันทกานต์ อะโนราช, สุจิตรา ไชยพงษ์, อนุวัต สงสม

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช 171

GUIDELINES FOR MANAGING LOCAL IDENTITY-BASED TOURISM TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ฐิติมา รัตนพงษ์, คณิต เขียววิชัย

การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวในกระบวนการยุติธรรม 183

DEVELOPMENT OF AN ONLINE COUNSELING MODEL IN JUVENILE JUSTICE SYSTEM

สิธยา อนุสนธิ์

คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตรวจค้นบริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) 193

QUALITY OF LIFE AFFECTING WORK PERFORMANCE OF SECURITY SCREENING OFFICERS AT AIRPORTS OF THAILAND PUBLIC COMPANY LIMITED, SUVARNABHUMI AIRPORT

นันท์นภัส ไวยนันท์, ชิณโสณ วิสิฐนิธิกิจา

พระสังฆาธิการกับบทบาทนักพัฒนาในยุคดิจิทัล: แนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยี 204

THE SANGHA ADMINISTRATIVE MONKS AS DEVELOPMENT LEADERS IN THE DIGITAL AGE: APPROACHES TO EMPOWERMENT THROUGH WISDOM AND TECHNOLOGY

พระปลัดสิรภพ งามเรียบ, พระสมุห์ธนภัทร ทิพย์วงษ์, ดิเรก นุ่นกลำ่, เดชชาติ ตรีทรัพย์

สารบัญ (ต่อ)

แนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร 214

MANAGEMENT GUIDELINES FOR MOBILIZING RESOURCES FOR SMALL EDUCATIONAL INSTITUTIONS UNDER SAKON NAKHON PRIMARY EDUCATION SERVICE AREA OFFICE

จักรพงษ์ จักรสิทธิ์, สุนิสา วงศ์อารีย์, สุชาดา บุบผา*

การศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช 223

A STUDY OF COMPETENCY IN RESEARCH FOR LEARNING DEVELOPMENT SKILL OF STUDENTS IN THE GRADUATE DIPLOMA PROGRAM IN TEACHING PROFESSION AT NAKHON SI THAMMARAT RAJABHAT UNIVERSITY

กุสุมา ใจสบาย, ธนเทพ นำพรวัฒนากุล

การพัฒนารูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษา 234

DEVELOPMENT OF A LEARNING ECOSYSTEM MANAGEMENT MODEL BASED ON PARTICIPATORY MANAGEMENT TO ENHANCE THE DESIRABLE CHARACTERISTIC OF LIFELONG LEARNING AMONG STUDENTS AT PRIMARY SCHOOL STUDENTS

เอกรัฐ ทุ่งอ่วน

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ 250

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE ARIMASSAGE HEALTH MASSAGE SERVICES

เอริ คิชิ, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, วัชระ ยี่สุ่นเทศ

การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง 262

DEVELOPING SCIENTIFIC PROBLEM - SOLVING ABILITIES USING PROBLEM - BASED LEARNING COMBINED WITH VIDEO MEDIA FOR MATHAYOM SUKSA 3 STUDENTS AT SATREE THUNGSONG SCHOOL

นฤมล รัตนบุรี, อัญชลี แสงอาวุธ, สิริสวัสช์ ทองก้านเหลือง*

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ 274

ONLINE MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES OF COFFEE SHOP ENTERPRENEURS IN SHANGHAI

หม่า หยีเน่อ, ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา, จำเริญ คังคะศรี, ดนัย โชติแสง, นิสากร ยินดีจันทร์

สารบัญ (ต่อ)

ความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนกับกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีน สำหรับสาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง 288

THE SYMMETRY OF CHINESE CHARACTER STRUCTURES AND STRATEGIES FOR DEVELOPING CHINESE CHARACTER TEACHING AND LEARNING FOR THE CHINESE LANGUAGE PROGRAM, FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES, MUBAN CHOMBUENG RAJABHAT UNIVERSITY

ภานุกรณ์ จันทร์สว่าง

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด 302

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO TRAVEL TO CHACHOENGSAO PROVINCE AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

อังคณา วิสิฐนิธิกิจา, สุธรรม พงศ์สำราญ, สุทธิกร กิ่งแก้ว

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน ฌ

บทความวิจัย

พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต*

BEHAVIORS AND DEMANDS OF TOURISTS TOWARDS PARTICIPATING OF SPORTS ACTIVITIES TO PROMOTE SPORTS CITY OF PHUKET PROVINCE

อรรถญา พิกุลพารุ่งโรจน์*, ศิริชัย ขอเจริญ

Adtaya Pigunparungrod*, Sirichai Khorjarern

วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต ปทุมธานี ประเทศไทย

College of Communication Arts, Rangsit University, Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author E-mail: adtaya.p@rsu.ac.th

*Tel: 084-456-2699

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างคือ นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาจังหวัดภูเก็ต จำนวนทั้งหมด 400 คน จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุเฉลี่ย 31 - 40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว รายได้เฉลี่ยต่อเดือนมากกว่า 35,001 บาท พฤติกรรมการเข้าร่วม พบว่า เคยเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา 5 - 8 ครั้ง ประเภทวิ่งมาราธอน วัตถุประสงค์เพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด ลักษณะของผู้ร่วมเดินทางกับเพื่อน ระยะเวลาที่ใช้ในการทำกิจกรรม 1 วัน ค่าใช้จ่ายในการเข้าร่วม 2,001 - 4,000 บาท สื่อที่รับข้อมูลข่าวสาร คือ เพื่อน เหตุผลที่เข้าร่วมเพื่อพบปะเพื่อนฝูงและทำกิจกรรมร่วมกัน ปัจจัยที่เลือกเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา คือ ด้านสถานที่และความปลอดภัย ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาแบ่งเป็น 4 ด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมกีฬา ต้องการเข้าร่วมกิจกรรมวิ่งมาราธอนที่อำเภอกระทู้ และต้องการผู้เชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรมและบริษัทออแกไนซ์ในการดูแลเรื่องการจัดกิจกรรม ด้านราคา ต้องการราคาที่เหมาะสมค่าสมัครต่ำกว่า 500 บาทต่อครั้ง และค่าที่พักและค่าเดินทางในการเข้าร่วม 500 - 1,000 บาทต่อครั้ง ด้านสถานที่และความปลอดภัย ต้องการที่จัดกิจกรรมในบริเวณที่ติดกับทะเล ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย ต้องการข้อมูลผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และ Facebook ล่วงหน้าอย่างน้อย 1 เดือน และการโปรโมทในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรม เช่น การแจกคูปองเพื่อเลือกซื้ออาหารภายในงาน

คำสำคัญ: พฤติกรรม, ความต้องการ, นักท่องเที่ยว, กิจกรรมกีฬา, ส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา

* Received 27 March 2026; Revised 18 April 2026; Accepted 25 April 2026

Abstract

The objective of this research is to study the behavior and preferences of tourists towards participating in sports activities to promote Phuket Province as a sports city. This research is quantitative in nature, utilizing a questionnaire as a tool to collect data from a sample group, namely tourists participating in sports activities to Phuket Province, totaling 400 individuals. From the research findings, it was found that the respondents to the questionnaire were predominantly male, aged between 31 and 40 years old, with a bachelor's degree education level. They mostly work in sales or have their own businesses, with an average monthly income 35,001 baht. The behavior towards participating in sports activities 5 - 8 times, particularly in marathon running. The purpose of joining is mainly for relaxation during holidays. They typically travel with friends and engage in activities for one day. The total expenses for participating in these activities, including registration fees, range from 2,001 to 4,000 baht. Friends are their primary source of information, and the main reason for participating is to meet and engage in activities with friends. The main factors influencing there are the venue and safety. Requirements are divided into four aspects: Product: Prefer to participate in marathon running activities in Kathu District. They seek one-day events and require expertise in activity organization, along with oversight from an event management company. Price: preferably less than 500 Baht per event. Additionally, they expect accommodation and transportation costs for the activity to range from 500 to 1,000 Baht. Place and Safety: prefer activities held in areas adjacent to the sea. Promotion and Sales: Desire information through online channels such as websites and Facebook, preferably at least one month in advance. They also appreciate promotional efforts during registration, such as food vouchers for use within the event.

Keywords: Behavior, Demands, Tourists, Sports Activities, Promoting Sports City

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) เป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่น่าจับตามอง ดังจะเห็นได้จากความสำเร็จของมหกรรมกีฬาโอลิมปิก ปารีส 2024 ที่จบลงไปได้อย่างสวยงาม และยังสามารถสร้างบรรยากาศการจับจ่ายใช้สอยในภาคส่วนต่าง ๆ ทั่วทั้งประเทศ Visa บริษัทข้ามชาติให้บริการด้านการเงินยักษ์ใหญ่ของโลก เผยข้อมูลหลังจบการแข่งขันว่า สามารถกระตุ้นการค้าในกรุงปารีสได้อย่างมหาศาล ธุรกิจขนาดเล็กและร้านค้ารายย่อยในกรุงปารีสมียอดขายเพิ่มขึ้นถึง 26% และยังพบว่า จำนวนนักเดินทางอายุต่ำกว่า 35 ปี เพิ่มขึ้นถึง 120% เทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน ส่วนใหญ่มาจากสหรัฐอเมริกา (เพิ่มขึ้น 64%) เยอรมนี (เพิ่มขึ้น 61%) และสเปน (เพิ่มขึ้น 27%) บทความนี้จะพาไปทำความรู้จักถึงแก่นของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาว่ามีความสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศอย่างไร การท่องเที่ยวเชิงกีฬา หรือ Sports Tourism คือการเดินทางท่องเที่ยวที่มี

วัตถุประสงค์หลักเกี่ยวข้องกับกีฬา ตั้งแต่เข้าร่วมแข่งขันกีฬา เข้าชมการแข่งขันกีฬา ไปจนถึงการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เช่น การเดินทางไปชมการแข่งขันฟุตบอลโลก การเข้าร่วมวิ่งมาราธอน การเล่นกอล์ฟที่สนามชื่อดัง หรือการเข้าชมการแข่งขันโอลิมปิก (สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน), 2568)

เมืองกีฬา (Sport City) เป็นแนวความคิดที่จะนำมาใช้ในการพัฒนากีฬาของประเทศให้เป็นรูปธรรม ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแผนงานการพัฒนากีฬาของไทยภายใต้คณะอนุกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านการบริหารจัดการการกีฬา คณะกรรมาธิการขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศด้านกีฬา ศิลปวัฒนธรรม ศาสนา คุณธรรม และจริยธรรม สภาขับเคลื่อนการปฏิรูปประเทศ โดยมีเจตนารมณ์ที่สำคัญ คือ “การกระตุ้นให้เกิดการพัฒนากีฬาเพื่อความเป็นเลิศของชาติ และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนอย่างเป็นรูปธรรมภายใน 5 ปี” เมืองกีฬาจึงมิใช่เป็นเพียงเมืองที่มีความเพียบพร้อมของสนามกีฬา สิ่งก่อสร้างและสิ่งอานวยความสะดวกสาหรับนักกีฬาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับกีฬาเท่านั้น เมืองกีฬายังเป็นสถานที่ที่มีการจัดกิจกรรมและการสร้างบรรยากาศในการเล่นกีฬา ออกกำลังกาย และนันทนาการอื่นๆ ให้แก่นักกีฬานักท่องเที่ยว และประชาชนทั่วไปอีกด้วย ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นผลผลิตที่สำคัญของเมืองกีฬา ซึ่งจะส่งผลลัพธ์ที่สำคัญ คือ ประชาชนทั้งประเทศรักการออกกำลังกาย มีสุขภาพร่างกายที่แข็งแรง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น จนเกิดผลสัมฤทธิ์ที่รัฐบาลต้องการคือ สังคมไทยจะมีความมั่นคงยิ่งขึ้นจนสามารถขับเคลื่อนประเทศให้ก้าวหน้าต่อไป (แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 พ.ศ. 2566 - 2570)

เมืองกีฬา (Sports City) จังหวัดภูเก็ตที่ได้รับคัดเลือก โดยต้องผ่านกฎเกณฑ์ 6 หลักเกณฑ์ คัดเลือกเมืองกีฬา (Sports City) ที่ยั่งยืนมีดังนี้ 1) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการออกกำลังกายขั้นพื้นฐาน (ส่งเสริมให้เด็กและเยาวชนเกิดการรับรู้และความตระหนักในการออกกำลังกายและการเล่นกีฬา) 2) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการออกกำลังกายและกีฬามวลชนเพื่อให้เป็นวิถีชีวิต (ส่งเสริมให้ประชาชนทุกกลุ่มออกกำลังกายและเล่นกีฬาเป็นวิถีชีวิต Sports for life) 3) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาการกีฬาเพื่อความเป็นเลิศและกีฬาเพื่อการอาชีพ (พัฒนาศักยภาพของนักกีฬา ส่งเสริมพัฒนา ต่อยอดนักกีฬาที่มีความเป็นเลิศไปสู่การมีอาชีพทางการกีฬาที่ยั่งยืน) 4) ด้านการส่งเสริมและพัฒนาบุคลากรด้านกีฬา (พัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องด้านกีฬา เพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนากีฬาทุกระดับ) 5) ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาอุตสาหกรรมกีฬา (การพัฒนาเศรษฐกิจการจัดกิจกรรมทางการกีฬา) 6) ด้านการบริหารจัดการ (นโยบายและการบริหารจัดการ) และผ่านหลักเกณฑ์เฉพาะด้าน ซึ่งจังหวัดภูเก็ตได้รับการคัดเลือกให้เป็นเมืองกีฬา ด้านกีฬาเพื่อการท่องเที่ยว (Sports Tourism), กีฬาเชิงศิลปวัฒนธรรม (Sports for Culture) และกีฬาด้านการส่งเสริมกีฬาไทย (กีฬาพื้นบ้าน) (สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต, 2566) การท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ถือเป็นหนึ่งกิจกรรมสำคัญที่ได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวให้เดินทางเข้ามาเพิ่มมากขึ้นภูเก็ตเป็น 1 ใน 66 จังหวัดที่ได้รับเลือกให้เป็นเมืองกีฬา (Sport City) มีการจัดกิจกรรม เช่น การแข่งขันวิ่งมาราธอน ไตรกีฬา กอล์ฟ เรือใบ เซิร์ฟ พายแคนู (สถาบันพัฒนาประชาสังคม, 2566)

การส่งเสริมกิจกรรมการกีฬาเชิงท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต มีการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการจัดกิจกรรมกีฬาเชิงท่องเที่ยว โดยยกระดับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว (Tourism Experience) ของจังหวัดภูเก็ตให้มีกิจกรรมและแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย เพื่อรองรับความสนใจและพฤติกรรมที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว

แต่ละกลุ่ม และมีแนวทางในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) ให้เป็นจุดที่น่าสนใจของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่พำนักตั้งแต่ในระยะสั้นถึงระยะยาว ผ่านการจัดกิจกรรมนันทนาการและการแข่งขันกีฬาระดับประเทศและนานาชาติ ในขณะเดียวกัน การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) จะต้องมีการวางแผนและจัดทำกิจกรรมที่สร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจและยาวนานให้กับนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ทั้งการจัดกิจกรรมนันทนาการและการแข่งขันกีฬาระดับประเทศและนานาชาติ ด้วยการนำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมและสนับสนุนการแข่งขันอย่างเหมาะสม โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT เพื่อจัดทำแนวทางการพัฒนาท่องเที่ยวเชิงกีฬาที่มีประสิทธิภาพในระยะสั้นและระยะยาว

กีฬากำลังเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวคุณภาพสูง ซึ่งไม่เพียงแต่ดึงดูดนักท่องเที่ยว ให้เดินทางมาเยือนประเทศไทย แต่ยังสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญ ประเทศไทย มีศักยภาพในการจัดวิสัยทัศน์ Thailand Sports & Wellness Tourism 2030 เพื่อยกระดับประเทศให้เป็นจุดหมายปลาย ทางหลักของการท่องเที่ยวเชิงกีฬาในภูมิภาค กลยุทธ์หลักในมิตินี้มุ่งเน้นการดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงกีฬาใน 4 กลุ่มหลัก ได้แก่ กลุ่มงานกีฬาระดับโลก หรือ Mega Events เช่น การแข่งขัน MotoGP นานาชาติ กลุ่มงานกีฬาเอกลักษณ์หรือ Hallmark Events เช่น เทศกาลวิ่ง มาราธอนนานาชาติที่จะสร้างเอกลักษณ์เฉพาะของไทยกลุ่มค่ายฝึกซ้อมหรือ Training Camps โดยเฉพาะมวยไทย กอล์ฟ และค่ายฝึกวอลเลย์บอลเยาวชนซึ่งเป็นจุดแข็งของประเทศ และกลุ่มกีฬาผจญภัยหรือ Adventure Sports เช่น ไตรกีฬา และ เทรลรัน ซึ่งสามารถใช้ประโยชน์จากภูมิทัศน์ธรรมชาติที่หลากหลายของประเทศ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566)

และเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตมีการจัดกิจกรรมกีฬาอย่างต่อเนื่อง มีนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาในจังหวัดเป็นจำนวนมาก ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญทำให้มีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต เพื่อพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาในจังหวัดภูเก็ตให้มีคุณภาพและมีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น และศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยว ตามแนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4P’s ประกอบด้วย 1) ด้านกิจกรรมที่เข้าร่วม 2) ด้านราคา 3) ด้านสถานที่และความปลอดภัย 4) ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย เพื่อสอดคล้องกับความต้องการทำให้เข้าใจถึงการทำงานเกี่ยวกับการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา ได้เห็นการพัฒนาของการจัดกิจกรรมภายในจังหวัด เพื่อพัฒนาการจัดกิจกรรมกีฬาในครั้งต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต

2. เพื่อศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) ด้วยแบบสอบถามเป็นเครื่องมือหลักในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษาและการออกแบบเครื่องมือการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย คือ นักท่องเที่ยวที่มีส่วนร่วมเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต จำนวน 8,219,387 คน เป็นจำนวนของนักท่องเที่ยวของจังหวัดภูเก็ต ปี 2566 ยอดสะสมตั้งแต่เดือนมกราคม - เดือนพฤศจิกายน (สถิติด้านการท่องเที่ยว ปี 2566, กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, ธันวาคม 2566)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ได้แก่ นักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ ที่ระดับความเชื่อมั่น ในการเลือกตัวอย่าง 95% ที่ระดับความคลาดเคลื่อน 5% จำนวน 400 คน (Yamane, T., 1970)

การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพ

การวิจัยครั้งนี้เป็นการสำรวจโดยใช้เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นข้อมูลที่เก็บรวบรวมซึ่งอ้างอิงจากแนวคิด ทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาประกอบการศึกษา เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (Open-ended Questionnaire) และปลายปิด (Close-ended Questionnaire) เกี่ยวกับเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต โดยจัดลำดับเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมข้อมูลที่ต้องการโดยแบ่งเป็น 3 ตอนดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็น เมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 2 พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต

ตอนที่ 3 ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็น เมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือความเที่ยงตรง (Content Validity)

ตรวจสอบหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เพื่อดูความเที่ยงตรงของเนื้อหาในข้อคำถาม และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ 0.60 ขึ้นไป โดยใชสูตรสัมประสิทธิ์อัลฟ่า (Coefficient Alpha) ซึ่งข้อคำถามมีค่า IOC ระหว่าง 0.67 - 1.00 และตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งมีความรู้และความเชี่ยวชาญครอบคลุมเนื้อหางานวิจัย ประกอบด้วย นักวิชาการทางด้านนิเทศศาสตร์การกีฬา และสมาคมกีฬาแห่งจังหวัดภูเก็ต (Cronbach, L. J., 1990)

ค่าความเชื่อมั่น (Reliability)

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try Out) กับกลุ่มทดลอง จำนวน 40 คน แล้วคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาช (α-Coefficient) ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าเท่ากับ 0.901 มีความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.8 ตามเกณฑ์ของ ธานินทร์ ศิลป์จารุ (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม และแจกแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์จำนวน 400 ชุด ให้แก่กลุ่มตัวอย่างโดยให้ผู้ทำแบบสอบถามสแกน QR Code เพื่อทำแบบสอบถามโดยใช้วิธีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง ในงานวิ่งมาราธอน BANGWAD CHARITY RUN ณ เขื่อนบางวาด จังหวัดภูเก็ต รวมถึงการนำ QR CODE ไว้ที่สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต

การวิเคราะห์ข้อมูล

ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ในการวิเคราะห์และบรรยายคุณสมบัติของข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) เพื่อใช้อธิบายข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา และความต้องการของนักท่องเที่ยว

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติตามวัตถุประสงค์ของงานวิจัย โดยมีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ข้อมูลส่วนตัวของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต

ข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 56.50 รองลงมาเป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 43.50 โดยมีอายุเฉลี่ย 31 - 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมา คือ 21 - 30 ปี คิดเป็นร้อยละ 43.00 และ 41 - 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 7.50 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 89.30 รองลงมา คือ ต่ำกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 8.50 และสูงกว่าปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 2.20 มีอาชีพค้าขาย, ธุรกิจส่วนตัว มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 30.50 รองลงมา คือ พนักงานเอกชน คิดเป็นร้อยละ 28.00 และข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 17.00 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอ มากกว่า 35,001 บาทขึ้นไป มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 26.20 รองลงมา คือ 25,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.50 และ 30,001 - 35,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.30 ตามลำดับ

พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต จากผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ต 5 - 8 ครั้ง มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 58.30 รองลงมา คือ 1 - 4 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 18.80 และมากกว่า 12 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 10.80 เคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภท วิ่งมาราธอนมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.83 รองลงมา คือ ว่ายน้ำ คิดเป็นร้อยละ 13.66 และฟุตบอล คิดเป็นร้อยละ 13.24 มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 25.71 คน รองลงมา คือ เพื่อออกกำลังกาย คิดเป็นร้อยละ 23.48 และเพื่อสะสมเสื้อ, เหรียญที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 19.11 ผู้ตอบแบบสอบถามเดินทางกับเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.55 รองลงมา คือ เดินทางกับครอบครัว คิดเป็นร้อยละ 27.09 และเดินทางกับแฟน/คู่รัก คิดเป็นร้อยละ 16.00 เดินทางด้วยรถยนต์ มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 67.06 รองลงมา คือ เครื่องบิน คิดเป็นร้อยละ 30.35 และรถโดยสารประจำทาง คิดเป็นร้อยละ 2.35 ผู้ตอบแบบสอบถามใช้ระยะเวลาในการทำกิจกรรมกีฬาในจังหวัดภูเก็ต 1 วัน (ไม่ค้างคืน) มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 51.50 รองลงมา คือ 2 วัน 1 คืน คิดเป็นร้อยละ 27.00 และ 3 วัน 2 คืน คิดเป็นร้อยละ 17.30 เลือกพัก

ค้างคืน บ้านพัก มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 45.64 รองลงมา คือ โรงแรม คิดเป็นร้อยละ 31.32 และโฮมสเตย์ คิดเป็นร้อยละ 8.28 มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 2,001 - 4,000 บาท มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 34.70 รองลงมา คือ น้อยกว่า 2,000 บาทขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 34.30 และ 4,001 - 6,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 19.00 ผู้ตอบแบบสอบถามเปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 46.96 รองลงมา คือ เว็บไซต์สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 17.47 และเพจ Facebook สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต คิดเป็นร้อยละ 16.38 เหตุผลในการเข้าร่วม คือ พบปะเพื่อนฝูงและทำกิจกรรมร่วมกัน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 14.52 รองลงมา คือ ค้นหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับตัวเอง คิดเป็นร้อยละ 13.95 และมีกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย เช่น วิ่งมาราธอน ปั่นจักรยาน เจ็ทสกี คิดเป็นร้อยละ 12.18 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนมีปัจจัยหลักที่เลือกเข้าร่วม คือ ด้านสถานที่และความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น สถานที่ในการจัดกิจกรรมกีฬามีความแปลกใหม่ มีธรรมชาติที่สวยงาม มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 36.02 รองลงมา คือ ด้านกิจกรรมกีฬา ตัวอย่างเช่น กีฬาว่ายน้ำ, วิ่งมาราธอน, ปั่นจักรยาน ฯลฯ คิดเป็นร้อยละ 33.45 และด้านราคา ตัวอย่างเช่น ราคาในการสมัครคุ้มค่าต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา, ของที่ระลึก คิดเป็นร้อยละ 25.61 ตามลำดับ

ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต

ความต้องการของผู้ตอบแบบสอบถามที่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต ได้มีการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วม (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่และความปลอดภัย (Place) และด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Promotion) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า

ด้านกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วม (Product) พบว่า กิจกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วม มากที่สุดของจังหวัดภูเก็ต คือ วิ่งมาราธอน รองลงมา คือ ฟุตบอล และว่ายน้ำ ต้องการบรรยากาศขณะเข้าร่วมกิจกรรมเพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม มากที่สุด รองลงมา คือ ของรางวัล และสถานที่จัดกิจกรรม ต้องการให้จัดกิจกรรมกีฬาที่อำเภอกระทู้ มากที่สุด รองลงมา คือ อำเภอเมือง และอำเภออำเภอถลาง ด้านระยะเวลาที่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมกีฬา ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมใน ระยะเวลา 1 วัน มากที่สุด รองลงมา คือ 2 วัน และมากกว่า 5 วันขึ้นไป ด้านผู้จัดหรือผู้เชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรม ต้องการให้บริษัทออแกไนซ์ เข้ามาดูแลเรื่องการจัดกิจกรรม มากที่สุด รองลงมา คือ หน่วยงานเอกชน และหน่วยงานรัฐบาล ตามลำดับ

ด้านราคา (Price) พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจด้านราคาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ราคามีความเหมาะสมกับการเข้าร่วมกิจกรรม รองลงมา คือ ราคามีความหลากหลายในการเข้าร่วม และราคามีความคุ้มค่าต่อการได้รับของที่ระลึก, รางวัล ด้านราคาค่าสมัครต้องการใช้จ่ายในแต่ละครั้งอยู่ที่ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ 500 - 1,000 บาท และ1,001 - 1,500 บาท ด้านราคาที่พักและค่าเดินทางต้องการจ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ตต่อ 1 ครั้ง อยู่ที่ 500 - 1,000 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ ต่ำกว่า 500 บาท และ 1,001 - 1,500 บาท ด้านราคาสินค้า อาหาร และเครื่องดื่มต้องการใช้จ่ายในบริเวณพื้นที่จัดงาน อยู่ที่ต่ำกว่า 100 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ 100 - 200 บาท และ 201 - 300 บาท สำหรับราคาของที่ระลึกต้องการใช้จ่ายอยู่ที่ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด รองลงมา คือ 500 - 1,000 บาท และ 500 - 1,000 บาท ตามลำดับ

ด้านสถานที่และความปลอดภัย (Place) พบว่า พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมกีฬาคือ บริเวณที่ติดกับทะเล เช่น สะพานหิน หาดราไวย์ ลากูน่า ป่าตอง รองลงมา คือ ท่ามกลางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น บนเขื่อนบางวาด แหลมพรมเทพ และในตัวเมืองสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน สำหรับด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้บริเวณสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาต้องการการท่องเที่ยวแบบชมสถานที่ท่องเที่ยวประเภททะเล เช่น หาดป่าตอง หาดลากูน่า มากที่สุด รองลงมา คือ สถานที่ท่องเที่ยวประเภทน้ำตก เช่น น้ำตกโตนไทร และสถานที่ท่องเที่ยวในตัวเมืองทันสมัย สะดวกสบาย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาต้องการให้มี ห้องน้ำ มากที่สุด รองลงมา คือ ร้านค้า และอาหาร, เครื่องดื่ม สำหรับความปลอดภัยขณะทำกิจกรรมต้องการหน่วยปฐมพยาบาล มากที่สุด รองลงมา คือ มีเจ้าหน้าที่ผู้เชี่ยวชาญดูแลตลอดกิจกรรม และตำรวจจราจร ด้านความพร้อมของสถานที่จัดการแข่งขันต้องการร้านค้า อาหาร เครื่องดื่ม รองลงมา คือ สนามจัดการแข่งขัน และรถรับ – ส่ง สำหรับการเตรียมความพร้อมด้านความสะอาดในพื้นที่จัดกิจกรรม ต้องการห้องน้ำที่สะอาด มากที่สุด รองลงมา คือ ถังขยะ และสถานที่จัดการแข่งขัน สำหรับสิ่งที่ต้องการให้มีในบริเวณใกล้เคียงสถานที่จัดกิจกรรม คือ ที่พัก / ที่นั่งรอ รองลงมา คือ ร้านอาหาร และสถานที่ท่องเที่ยว ด้านที่พักในช่วงการทำกิจกรรมต้องการพักโรงแรม มากที่สุด รองลงมา คือ บ้านตัวเอง และรีสอร์ท สำหรับการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดกิจกรรมต้องการเดินทางโดย รถยนต์ส่วนตัว รองลงมา คือ รถรับ – ส่ง ของผู้จัดกิจกรรม และรถรับจ้างสาธารณะ สำหรับร้านค้าต้องการอุดหนุนบริเวณที่จัดงานคือ ร้านค้าของผู้คนในพื้นที่ มากที่สุด รองลงมา คือ ร้านค้าที่มีชื่อเสียงในพื้นที่ และผู้ประกอบการ SMEs ขนาดเล็ก ตามลำดับ

ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการรับข่าวสารมากที่สุด คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Facebook: สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต รองลงมา คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ ผ่านสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา บิลบอร์ด สำหรับด้านระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 1 เดือน รองลงมาคือ 2 เดือน และ 3 เดือน ต้องการให้ผู้จัดงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมคือ เส้นทางการทำกิจกรรม รองลงมา คือ มาตรการความปลอดภัย และกำหนดการทำกิจกรรม ด้านโปรโมชั่นต้องการในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาคือ การแจกคูปองเพื่อเลือกซื้ออาหารภายในงาน รองลงมา คือ ลดราคาสำหรับท่านที่สมัครในระยะเวลาที่กำหนด และการลดราคาที่พักที่เป็นพาร์ทเนอร์ของผู้จัดงาน ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า การศึกษาพฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต ผู้ตอบแบบสอบถามเคยเข้าร่วมกิจกรรมในจังหวัดภูเก็ต 5 - 8 ครั้ง มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด เคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภทวิ่งมาราธอนมากที่สุด เดินทางกับเพื่อน มากที่สุด เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างจากผลการวิจัยของวรรณิกา พวงอินใจ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports City) ของจังหวัดเชียงราย พบว่า ประเภทสื่อที่เปิดรับข้อมูลข่าวสาร เปิดรับ

ข่าวสารผ่านกลุ่มใน Facebook มากที่สุด เหตุผลในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดเชียงราย มีเหตุผลในการเข้าร่วม คือ ของที่ระลึก, รางวัลในการเข้าร่วมกิจกรรมมากที่สุด จากผู้วิจัยมีความคิดเห็นว่า การเข้าร่วมกิจกรรม 5-8 ครั้ง ถือว่าเป็นจำนวนมากพอสมควร และการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนในวันหยุด มีการเพิ่มความสำคัญของการพักผ่อนและการส่งเสริมสุขภาพในช่วงเวลาว่างของชีวิตประจำวัน ดังนั้น การจัดกิจกรรมกีฬาในพื้นที่จะเป็นอีกหนึ่งทางเลือกที่ดีเพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มุ่งหวังที่จะพักผ่อนและเพลิดเพลินกับกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกายและกีฬาในระหว่างการเดินทางของพวกเขาในจังหวัดภูเก็ต พร้อมกับการเดินทางมาพร้อมกับเพื่อนทำให้เกิดการพัฒนาเมืองกีฬาและการเสริมสร้างพื้นที่ในการท่องเที่ยวให้เป็นเมืองกีฬายังสามารถช่วยเพิ่มความน่าสนใจและมีความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวในการเลือกเช่าที่พักและท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวอีกด้วย (วรรณิกา พวงอินใจ, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Cohen, B. J. ได้กำหนดรูปแบบนักท่องเที่ยวแบบนันทนาการ (Recreational Tourists) กลุ่มนี้จะมุ่งให้ความสำคัญกับกิจกรรมหรือการพักผ่อนเป็นหลัก (Cohen, B. J., 1979) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ประภัสสร โสรมรรค และ เมษ์ธาวิน พลโยธี ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่มีวัตถุประสงค์เดินทางท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อนวันหยุด ดังนั้น การวิจัยดังกล่าวจึงเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูเก็ตในทิศทางที่เป็นประโยชน์แก่ทั้งกลุ่มเป้าหมายและสังคมท้องถิ่นทั้งนั้น (ประภัสสร โสรมรรค และเมษ์ธาวิน พลโยธี, 2565)

การศึกษาความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬา เพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต พบว่า

ด้านกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วม (Product) พบว่า กิจกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ ต้องการเข้าร่วมมากที่สุดของจังหวัดภูเก็ต คือ วิ่งมาราธอน ต้องการบรรยากาศขณะเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม มากที่สุด ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมใน ระยะเวลา 1 วัน ซึ่งอาจจะมีความแตกต่างจากผลการวิจัยของวัชระ เชียงกูล และเทิดชาย ช่วยบำรุง ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่ามีจุดประสงค์การท่องเที่ยว เพื่อชมการแข่งขันกีฬา มีระยะเวลาการท่องเที่ยว 2 วัน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า จังหวัดภูเก็ต มีกิจกรรมกีฬาที่หลากหลาย เป็นทางเลือกให้นักท่องเที่ยวเลือก เข้าร่วม เช่น วิ่งมาราธอน ฟุตบอล ว่ายน้ำ เจ็ทสกี แต่เป็นที่นิยมมากที่สุดคือ การวิ่งมาราธอน ซึ่งนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ เป็นผู้ที่ออกกำลังกายและเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นประจำ ซึ่งตอกย้ำความสำคัญของการพัฒนาเมืองภูเก็ตให้เป็นเมืองกีฬา ด้วยทัศนียภาพที่มีความสวยงาม สถานที่ที่มีความเหมาะสม บรรยากาศตลอดการเข้าร่วมงานนำไปสู่ความประทับใจของจังหวัดภูเก็ต ทางสมาคมการท่องเที่ยงและกีฬาจังหวัดภูเก็ตสามารถวางแผนกิจกรรมกีฬาเพื่อตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย (วัชระ เชียงกูล และเทิดชาย ช่วยบำรุง, 2560) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ ประทุม ม่วงมี กล่าวว่าเป็นกิจกรรมที่บุคคลหรือทีมทำโดยมีกติกา (Rules) ระเบียบข้อบังคับ (Regulation) อาจเป็นกิจกรรมที่ทำเพื่อสุขภาพ เพื่อการแข่งขันหรือเพื่อเป็นอาชีพก็ได้ เชื่อกันว่ากีฬาเป็นวัฒนธรรม สังคมจะอยู่กันอย่างมีกติกา สงบสุข หากคนในสังคม ดำเนินชีวิตได้ตามปรัชญาของกีฬา (ประทุม ม่วงมี, 2541) และสอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณิกา พวงอินใจ ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อ

ส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports City) ของจังหวัดเชียงราย ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เข้าร่วมกิจกรรมกีฬาประเภท วิ่งมาราธอน มากที่สุด (วรรณิกา พวงอินใจ, 2565)

ด้านราคา (Price) พบว่า เหตุผลการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวด้านราคาต่อการเข้าร่วม กิจกรรมกีฬา คือ ราคามีความเหมาะสมกับการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า โดยราคาในการสมัครก็จะแตกต่างกัน และเส้นทางในการทำกิจกรรมก็จะมีความเหมาะสมกับราคาที่นักท่องเที่ยวใช้จ่ายไป การมีความคุ้มค่าต่อการได้รับของที่ระลึกและรางวัลก็เป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มความน่าสนใจให้กับกิจกรรมกีฬา นักท่องเที่ยวอาจมองเห็นการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเป็นโอกาสที่จะได้รับประสบการณ์ที่มีค่ามากกว่าเพียงการออกกำลังกายและการสนุกสนาน แต่เป็นโอกาสที่จะได้รับของที่ระลึกและรางวัลที่สามารถเก็บรักษาไว้เป็นบทเรียนหรือความทรงจำที่มีค่าไปในอนาคต ทางผู้จัดงานต้องเล็งเห็นถึงความสำคัญของการสร้างความประทับใจและการจดจำเพื่อก่อให้เกิดการตัดสินใจในการเข้าร่วมกิจกรรมซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ กล่าวว่า ราคา หมายถึง มูลค่าผลิตภัณฑ์ระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขาย ซึ่งแสดงออกมาในรูปตัวเงินหรือผลิตภัณฑ์หรือทั้งตัวเงินและผลิตภัณฑ์รวมกัน การกำหนดราคาต้องทำให้ถูกต้องเหมาะสมเพราะราคาเป็นหัวใจของส่วนผสมทางการตลาดทั้งหมดที่จะดึงดูดใจลูกค้าให้หันมาสนใจผลิตภัณฑ์ได้ ดังนั้น การกำหนดราคาการให้บริการ ควรมีความเหมาะสมกับระดับการให้บริการชัดเจน และง่ายต่อการจำแนกระดับบริการที่ต่างกัน (เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ, 2548) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า ด้านราคานักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ากับเงินที่จ่ายมากที่สุด (วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์, 2562)

ด้านสถานที่และความปลอดภัย (Place) พบว่า พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมกีฬาคือ บริเวณที่ติดกับทะเล เช่น สะพานหิน หาดราไวย์ ลากูน่า ป่าตอง รองลงมา คือ ท่ามกลางธรรมชาติต่าง ๆ เช่น บนเขื่อนบางวาด แหลมพรมเทพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาต้องการให้มีห้องน้ำ มากที่สุด รองลงมา คือ ร้านค้า อาหาร และเครื่องดื่ม ความสะดวกในสถานที่จัดกิจกรรมกีฬามีความสำคัญมาก ผู้วิจัยมีความเห็นว่า ภูเก็ตเป็นเมืองกีฬาที่มีความแตกต่างจากที่อื่น มีภูมิศาสตร์ทั้งทะเล ภูเขา แม่น้ำ สามารถทำให้นักท่องเที่ยวเข้าร่วมกิจกรรมได้หลากหลายสถานที่ และสถานที่ที่สามารถจัดกิจกรรมได้ก็มีให้เลือกได้อย่างน่าสนใจ รวมไปถึงสิ่งเหล่านี้มีผลต่อประสบการณ์และความสุขของผู้เข้าร่วมกิจกรรม การมีห้องน้ำอยู่ในสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาเป็นสิ่งจำเป็นเพื่อให้ผู้เข้าร่วมสามารถมีความสะดวกสบายและปลอดภัยในการเข้าถึงบริการสุขาภิบาล สามารถเข้าถึงได้ง่ายและสะดวกสบายโดยไม่ต้องเสียเวลาในการค้นหา ร้านค้าอาหารและเครื่องดื่มก็มีความสำคัญเช่นกัน โดยเฉพาะในงานกีฬาที่มีผู้เข้าร่วมจำนวนมาก การมีร้านค้าที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่หลากหลายและคุณภาพสามารถช่วยสร้างประสบการณ์ที่ดีและพักผ่อนให้กับผู้เข้าร่วมกิจกรรมได้อย่างเต็มที่ และยังช่วยสร้างรายได้เพิ่มเติมสำหรับผู้จัดงานและธุรกิจในพื้นที่ใกล้เคียงได้อีกด้วย ดังนั้น การให้ความสำคัญกับห้องน้ำเป็นสิ่งสำคัญที่สุด แต่การมีร้านค้าที่ให้บริการอาหารและเครื่องดื่มที่มีคุณภาพและหลากหลายก็เป็นสิ่งที่สำคัญเช่นกันในการจัดกิจกรรมกีฬาให้เป็นที่พึงพอใจแก่ผู้เข้าร่วมทุกคน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Clayton, P. A. กล่าวว่า ความต้องการมีชีวิตเป็นความต้องการที่ตอบสนองเพื่อให้มีชีวิตอยู่ต่อไป ได้แก่ ความต้องการทางร่างกายและความต้องการความปลอดภัย (Existence Needs = E) (Clayton, P. A., 1969) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุทัยวรรณ ทองสุข ศึกษาเรื่อง การประเมินอิทธิพลของสิ่งอำนวยความ

สะดวกทางการกีฬาของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม มีความคิดเห็นต่อสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬาของศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย โดยรวมอยู่ในระดับมาก คือ มีสิ่งอานวยความสะดวก ในศูนย์กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยไว้ให้บริการอย่างครบถ้วน ได้แก่ ห้องอาบน้ำ ห้องน้ำ ล๊อคเกอร์ ตู้น้ำดื่ม มีร้านอาหาร ร้านขายน้ำดื่มที่สะอาด และถูกสุขอนามัย และบริการอื่น ๆ ที่ครบครัน (อุทัยวรรณ ทองสุข, 2554)

ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า ช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการรับข่าวสารมากที่สุด คือ โฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Facebook: สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต รองลงมา คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออฟไลน์ เช่น ป้ายโฆษณา บิลบอร์ด ผู้วิจัยมีความเห็นว่า การโฆษณาและประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เป็นช่องทางที่มีผลสำคัญมากในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีและ การเข้าถึงข้อมูลผ่านอินเทอร์เน็ตมีความสำคัญอย่างมาก นักท่องเที่ยวมักจะมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวผ่านทางเว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว กิจกรรมที่น่าสนใจ รีวิวจากผู้ที่เคยเข้ามาเยี่ยมชม และข้อมูลอื่นๆ เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐที่รับผิดชอบในเรื่องนี้โดยตรง ไม่ว่าจะเป็นสำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดภูเก็ต สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต ต้องมีการวางแผนเรื่องการสื่อสารและประชาสัมพันธ์ให้มีความชัดเจนและล่วงหน้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช กล่าวว่า การโฆษณา (Advertising) เป็นสิ่งที่เข้ามาเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของผู้บริโภคอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เพราะการโฆษณาเป็นเครื่องมือสื่อสารที่สำคัญทางการตลาด เป็นกระบวนการ ทางด้านสื่อมวลชนที่เกิดขึ้นเพื่อจูงใจให้มีความต้องการในการซื้อสินค้าหรือบริการ (พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช, 2546) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุรีรัตน์ อินทองมาก ศึกษาเรื่อง การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา ผลการวิจัยพบว่าสื่ออินเทอร์เน็ตมีความสำคัญในการการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดสงขลาอยู่ในระดับมาก (สุรีรัตน์ อินทองมาก, 2562)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬาของจังหวัดภูเก็ต พบว่า พฤติกรรมการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ตผู้ตอบแบบสอบถามเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ต 5 – 8 ครั้ง เคยเข้าร่วมกิจกรรมประเภท วิ่งมาราธอนมากที่สุด มีวัตถุประสงค์ของการเดินทางมาเพื่อพักผ่อนในช่วงวันหยุด เดินทางกับ เดินทางด้วยรถยนต์ ใช้ระยะเวลาในการทำกิจกรรมกีฬาในจังหวัดภูเก็ต 1 วัน (ไม่ค้างคืน) เลือกพักค้างคืน บ้านพัก มีค่าใช้จ่ายทั้งสิ้น 2,001 – 4,000 บาท เปิดรับข้อมูลข่าวสารจากเพื่อน มากที่สุด เหตุผลในการเข้าร่วม คือ พบปะเพื่อนฝูงและทำกิจกรรมร่วมกัน มีปัจจัยหลักที่เลือกเข้าร่วม คือ ด้านสถานที่และความปลอดภัย ตัวอย่างเช่น สถานที่ในการจัดกิจกรรมกีฬามีความแปลกใหม่ มีธรรมชาติที่สวยงาม มากที่สุด ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เข้าร่วมการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports city) ของจังหวัดภูเก็ต ได้มีการแบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วม (Product) ด้านราคา (Price) ด้านสถานที่และความปลอดภัย (Place)

และด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Promotion) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านกิจกรรมกีฬาที่เข้าร่วม (Product) พบว่า กิจกรรมกีฬาที่นักท่องเที่ยวต้องการเข้าร่วม มากที่สุดของจังหวัดภูเก็ต คือ วิ่งมาราธอน ต้องการบรรยากาศขณะเข้าร่วมกิจกรรม เพื่อประกอบการตัดสินใจเข้าร่วมกิจกรรม ต้องการให้จัดกิจกรรมกีฬาที่อำเภอกระทู้ มากที่สุด ด้านระยะเวลาที่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมกีฬา ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมใน ระยะเวลา 1 วัน ด้านผู้จัดหรือผู้เชี่ยวชาญในการจัดกิจกรรม ต้องการให้บริษัทออแกไนซ์ เข้ามาดูแลเรื่องการจัดกิจกรรม มากที่สุด ด้านราคา (Price) พบว่า เหตุผลในการตัดสินใจด้านราคาของนักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ คือ ราคามีความเหมาะสมกับการเข้าร่วมกิจกรรม ด้านราคาค่าสมัครต้องการใช้จ่ายในแต่ละครั้งอยู่ที่ ต่ำกว่า 500 บาท มากที่สุด ด้านราคาที่พักและค่าเดินทางต้องการจ่ายในการเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ตต่อ 1 ครั้ง อยู่ที่ 500 – 1,000 บาท ด้านราคาสินค้า อาหาร และเครื่องดื่มต้องการใช้จ่ายในบริเวณพื้นที่จัดงานอยู่ที่ต่ำกว่า 100 บาท มากที่สุด ด้านสถานที่และความปลอดภัย (Place) พบว่า พื้นที่ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการให้มีการจัดกิจกรรมกีฬาคือ บริเวณที่ติดกับทะเล เช่น สะพานหิน หาดราไวย์ ลากูน่า ป่าตอง ด้านสถานที่ท่องเที่ยวที่อยู่ใกล้บริเวณสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาต้องการการท่องเที่ยวแบบชมสถานที่ท่องเที่ยวประเภททะเล เช่น หาดป่าตอง หาดลากูน่า มากที่สุด ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกในสถานที่จัดกิจกรรมกีฬาต้องการให้มี ห้องน้ำ มากที่สุด สำหรับความปลอดภัยขณะทำกิจกรรมต้องการหน่วยปฐมพยาบาล มากที่สุด ด้านความพร้อมของสถานที่จัดการแข่งขันต้องการร้านค้า อาหาร เครื่องดื่ม สำหรับการเตรียมความพร้อมด้านความสะอาดในพื้นที่จัดกิจกรรม ต้องการห้องน้ำที่สะอาด มากที่สุด สิ่งที่ต้องการให้มีในบริเวณใกล้เคียงสถานที่จัดกิจกรรม คือ ที่พัก / ที่นั่งรอ ด้านที่พักในช่วงการทำกิจกรรมต้องการพักโรงแรม มากที่สุด สำหรับการเดินทางจากที่พักไปยังสถานที่จัดกิจกรรมต้องการเดินทางโดย รถยนต์ สำหรับร้านค้าต้องการอุดหนุนบริเวณที่จัดงานคือ ร้านค้าของผู้คนในพื้นที่ มากที่สุด ด้านการประชาสัมพันธ์และส่งเสริมการขาย (Promotion) พบว่า ด้านช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ต้องการรับข่าวสารมากที่สุด คือ โฆษณา ประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ เช่น เว็บไซต์, Facebook: สมาคมกีฬาจังหวัดภูเก็ต สำหรับด้านระยะเวลาการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้าต้องการให้มีการประชาสัมพันธ์ล่วงหน้า 1 ต้องการให้ผู้จัดงานประชาสัมพันธ์เพิ่มเติมคือ เส้นทางการทำกิจกรรม ด้านโปรโมชั่นต้องการในการสมัครเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาคือ การแจกคูปองเพื่อเลือกซื้ออาหารภายในงาน ผลการวิจัยดังกล่าวเป็นข้อมูลที่มีประโยชน์ต่อการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวในภูเก็ตในทิศทางที่เป็นประโยชน์แก่ทั้งกลุ่มเป้าหมายและสังคมท้องถิ่นทั้งนั้น ในแต่ละด้านจึงควรนำมาเป็นแนวทางแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาให้บริการท่องเที่ยวในด้านต่าง ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะต่อองค์กรและหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 1) ควรมีวางแผนเชิงยุทธศาสตร์และการมีส่วนร่วมของภาคีที่เกี่ยวข้อง จัดทำแผนพัฒนาระยะยาว (5 -10 ปี) ระบุเป้าหมาย กลุ่มเป้าหมาย (นักท่องเที่ยวเพื่อการพักผ่อน นักท่องเที่ยวเชิงกีฬา ผู้ประกอบการ) และตัวชี้วัดความสำเร็จ 2) การออกแบบกิจกรรมและผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการนักท่องเที่ยว พัฒนารายการกิจกรรมหลากหลายระดับ (กิจกรรมเบา–หนัก) และรูปแบบ: กิจกรรมเชิงประสบการณ์, ทัวร์กีฬา, คอร์สฝึกสั้น, มินิทัวร์นาเมนต์ จัดกิจกรรมตามฤดูกาลและกลุ่มเป้าหมาย เช่น งานวิ่งกลางคืน งานแข่งขันสนับสนุนนักท่องเที่ยว งานครอบครัว และกิจกรรมเอ็กซ์ตรีมสำหรับนักผจญภัย สร้างแพ็กเกจรวมบริการ (ที่พัก อุปกรณ์ ไกด์ ประกัน) ร่วมกับผู้ประกอบการท่องเที่ยว 3) การตลาดและการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ ทำแคมเปญโปรโมตแบรนด์ “Phuket - Sports City” ในตลาดต้นน้ำที่สำคัญ (จีน ยุโรป ออสเตรเลีย เอเชียตะวันออกเฉียงใต้) ใช้ช่องทางดิจิทัล เว็บไซต์ท่องเที่ยว

เชิงกีฬา ปฏิทินกิจกรรมออนไลน์ ระบบจองกิจกรรม และคอนเทนต์วิดีโอรีวิวจากนักกีฬา/อินฟูลเอนเซอร์ เน้นโฆษณาที่สื่อถึงประสบการณ์ ความปลอดภัย และความยั่งยืน 4) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น สนับสนุนผู้ประกอบการท้องถิ่น (สตาร์ทอัพด้านกีฬา/ไกด์) ด้วยทุน/อบรม การรับรองมาตรฐานและช่องทางจำหน่าย กระตุ้นงานจ้างงานระยะยาวในชุมชน เช่น เทรนเนอร์ ไกด์ บริการอุปกรณ์ จัดกิจกรรมที่เชื่อมชุมชนท้องถิ่นกับนักท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน 5) การพัฒนาบุคลากรและการฝึกอบรม จัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการจัดกิจกรรมกีฬา การบริการลูกค้าระดับนานาชาติ ภาษา และมาตรฐานความปลอดภัย ส่งเสริมการรับรองมาตรฐานของไกด์และผู้ฝึกสอน (certification) 6) จัดตารางกิจกรรมและการสร้างจุดดึงดูดเชิงกีฬา วางปฏิทินประจำปีของงานขนาดใหญ่ (ทัวร์นาเมนต์ มาราธอน งานแสดงกีฬา) เพื่อกระตุ้นการท่องเที่ยวตลอดปี พัฒนาเหตุการณ์ flagship ที่เป็นเอกลักษณ์ของภูเก็ตเพื่อดึงกลุ่ม niche เช่น เทศกาลกีฬาเอ็กซ์ตรีม หรืองานวิ่งข้ามเกาะ 7) การจัดการสิ่งแวดล้อมและความยั่งยืน กำหนดแนวทางจัดกิจกรรมกีฬาแบบ low-impact บนชายหาดและแนวปะการัง ลดผลกระทบต่อระบบนิเวศ ส่งเสริมการใช้วัสดุและอุปกรณ์ที่ยั่งยืน และมาตรการจัดการขยะจากกิจกรรม 8) การพัฒนาระดับชาติด้านยุทธศาสตร์การส่งเสริมกีฬาเป็นนโยบายระดับชาติ โดยภาครัฐส่งเสริมให้กีฬาเป็นหนึ่งใน “Soft Power” หลักสำคัญในการสร้างภาพลักษณ์เชิงบวกของประเทศบนเวทีโลก รวมถึงกระตุ้นเศรษฐกิจผ่านการท่องเที่ยวเชิงกีฬา (Sports Tourism) การจัดกีฬาเมกะอีเวนต์ ไม่เพียงแต่มีการถ่ายทอดสดไปยังประเทศต่าง ๆ ช่วยขยายฐานแฟนกีฬาทั้งในและนอกประเทศ แต่ยังเป็นโอกาสส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ธุรกิจโรงแรม ร้านอาหาร และบริการท่องเที่ยว ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เพื่อคุณภาพของงานวิจัยที่ดีและเชิงลึกมากยิ่งขึ้น ซึ่งครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ด้วยการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ที่เป็นผู้ดูแลการจัดกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ต ทั้งภาครัฐและเอกชน อีกทั้งการศึกษาในนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มาเข้าร่วมกิจกรรมกีฬาของจังหวัดภูเก็ต เพิ่มเติมด้วย

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). แผนพัฒนาการกีฬาแห่งชาติ ฉบับที่ 7 พ.ศ.2566-2570. เรียกใช้เมื่อ 20 ธันวาคม 2568 จาก https://www.watbost.go.th/portal/datas/file/1687846766.pdf

ธานินทร์ ศิลป์จารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS. (พิมพ์ครั้งที่ 18). กรุงเทพมหานคร: เอส. อาร์. พริ้นติ้ง แมสโปรดักส์.

ประทุม ม่วงมี. (2541). ความหมายของภาคสนามของพลศึกษา. วารสารวิทยาศาสตร์การออกกำลังกาย และกีฬา, 2(2), 3-9.

ประภัสสร โสรมรรค และเมษ์ธาวิน พลโยธี. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวย่านประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของห้าแยกน้ำพุ ตำบลหมากแข้ง อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วารสารวิชาการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 18(1), 26-44.

พรทิพย์ สัมปัตตะวนิช. (2546). แรงจูงใจกับการโฆษณา. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

เพ็ญศรี เขมะสุวรรณ. (2548). การจัดแสดงสินค้า. กรุงเทพมหานคร: คณะวิชาการกตลาด วิทยาลัยพานิชยการธนบุรี.

วรรณิกา พวงอินใจ. (2565). พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดกิจกรรมกีฬาเพื่อส่งเสริมการเป็นเมืองกีฬา (Sports City) ของจังหวัดเชียงราย. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การกีฬา. มหาวิทยาลัยรังสิต.

วัชระ เชียงกูล และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของท่องเที่ยวเชิงกีฬาจังหวัดบุรีรัมย์. วารสารมนุษยศาสตรและสังคมศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 8(1), 90-109.

วิทยา อินทร์พงษ์พันธุ์. (2562). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการท่องเที่ยวเชิงกีฬาของประเทศไทย. วารสารการจัดการธุรกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา, 8(1), 43-61.

สถาบันพัฒนาประชาสังคม. (2566). เศรษฐกิจภูเก็ต บนฐานหลักสิบเสา. เรียกใช้เมื่อ 1 พฤศจิกายน 2566 จาก https://www.csdi.or.th

สำนักงานบริหารและพัฒนาองค์ความรู้ (องค์การมหาชน). (2568). การท่องเที่ยวที่ใช้ ‘กีฬา’ นำทาง เจาะลึกการท่องเที่ยวเชิงกีฬากับแนวโน้มการตลาดในอนาคต. เรียกใช้เมื่อ 20 ธันวาคม 2569 จาก https://knowledgeportal.okmd.or.th/valuechain/66d57fe868c95.

สุรีรัตน์ อินทองมาก. (2562). การรับรู้สื่อประชาสัมพันธ์ที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดสงขลา. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

อุทัยวรรณ ทองสุข. (2554). การประเมินอิทธิพลของสิ่งอำนวยความสะดวกทางการกีฬาของศูนย์ กีฬาแห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยที่มีผลต่อความพึงพอใจของผู้มาใช้บริการ. ใน วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Clayton, P. A. (1969). ERG Theory. Retrieved กันยายน 13 , 2566, from http://www.slideshare.net/kingkongzaa/motivation-ch7/

Cohen, B. J. (1979). Introduction of Sociology. New York: McGraw-Hill.

Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (5th ed.). New York: Harper & Row.

Yamane, T. (1970). Statistic : an Introductory Analysis. (2 nd ed.). New York: Harper & Row.

บทความวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก*

MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING ONLINE PURCHASE DECISIONS ON THE TIKTOK APPLICATION

อภิสิทธิ์ ฉ่ำเฉื่อย*, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, วัชระ ยี่สุ่นเทศ

Aphisit Chamchueay*, Chinnaso Visitnitikija, Watchara Yeesoontes

หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

Master of Business Administration, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: Aphisit.ch@gmail.com

*Tel: 098-965-0615

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 2) การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก3) เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย t-test การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี เป็นพนักงานบริษัทเอกชน และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 25,001 - 35,000 บาท ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด ส่วนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นอกจากนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่มีอิทธิพล ข้อเสนอแนะจากการวิจัยพบว่า ผู้ประกอบการควรพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการ สร้างความน่าเชื่อถือผ่านรีวิวผู้ใช้จริง กำหนดราคาให้เหมาะสม และจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง รวมถึงพัฒนาคอนเทนต์และการถ่ายทอดสดให้น่าสนใจ ตลอดจนให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของร้านค้า การตอบสนองที่รวดเร็ว และประสิทธิภาพในการจัดส่งสินค้า เพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, การตัดสินใจซื้อ, แอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก, การซื้อสินค้าออนไลน์

* Received 10 March 2026; Revised 20 April 2026; Accepted 25 April 2026

Abstract

This research aimed to study: 1) marketing mix factors, 2) online purchase decisions through the TikTok application, 3) a comparison of purchase decisions classified by personal characteristics, and 4) the influence of marketing mix factors on online purchase decisions through the TikTok application. The sample consisted of 400 respondents. A questionnaire was used as the research instrument, and the data were analyzed using percentage, mean, t-test, one-way analysis of variance (ANOVA), and multiple regression analysis. The results revealed that most respondents were female, aged 21 - 30 years, held a bachelor's degree, worked as private company employees, and had an average monthly income of 25,001 - 35,000 baht. Overall, the marketing mix factors-product, price, place, and promotion-were rated at the highest level of importance, while online purchase decisions through the TikTok application were rated at a high level. The hypothesis testing results indicated that differences in gender, age, education level, occupation, and average monthly income significantly affected purchase decisions at the 0.05 level. In addition, marketing mix factors in terms of product, price, and promotion had a statistically significant influence on purchase decisions at the 0.05 level, whereas the place factor had no significant influence. The study suggests that entrepreneurs should improve product quality to meet consumer needs, build credibility through authentic user reviews, set appropriate pricing, and continuously implement promotional activities. Additionally, engaging content and live streaming should be developed, while emphasis should be placed on store credibility, prompt responsiveness, and efficient delivery in order to enhance customer reach and stimulate purchase decisions.

Keywords: Marketing Mix, Purchase Decision, TikTok, Online Shopping

บทนำ

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและสื่อสังคมออนไลน์มีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้คนได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจน จากการซื้อสินค้าผ่านหน้าร้านแบบดั้งเดิมไปสู่การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์ (E-Commerce) และพัฒนาเป็นรูปแบบใหม่ที่เรียกว่า “โซเชียลคอมเมิร์ซ” (Social Commerce) ซึ่งเป็นการผสานระหว่างสื่อสังคมออนไลน์กับการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ผู้บริโภคสามารถเลือกชม พูดคุย และซื้อสินค้าได้ภายในแพลตฟอร์มเดียวตามรายงานของ ResearchAndMarkets.com เรื่อง Thailand Social Commerce Market Intelligence Report 2025-2030: Facebook, TikTok, and LINE Drive Growth Amid Rising Competition ระบุว่า ตลาดโซเชียลคอมเมิร์ซในประเทศไทยมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าในปี 2568 จะมีมูลค่าตลาดประมาณ 5.20 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ หรือเติบโต 18.6 เปอร์เซ็นต์ต่อปี และในช่วงปี 2564 - 2567 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยต่อปี (CAGR) สูงถึง 28.8 เปอร์เซ็นต์ แนวโน้ม

ดังกล่าวคาดว่าจะยังดำเนินต่อไป โดยระหว่างปี 2568 - 2573 จะเติบโตเฉลี่ย 10.2 เปอร์เซ็นต์ต่อปี และคาดว่าภายในสิ้นปี 2573 มูลค่าตลาดจะเพิ่มจาก 4.38 พันล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2567 เป็นประมาณ 8.46 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนให้เห็นถึงการขยายตัวของระบบนิเวศโซเชียลคอมเมิร์ซที่แข็งแกร่งและมีศักยภาพสูงในอนาคต (ResearchAndMarkets.com, 2025)

ผลการสำรวจจากรายงานของ TikTok ประเทศไทยร่วมกับ Accenture ซึ่งเผยแพร่โดย Bangkok Post พบว่า พฤติกรรมการซื้อสินค้าของผู้บริโภคไทยมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับ “ประสบการณ์การช็อปปิ้งแบบผสมผสานระหว่างความบันเทิงและการซื้อขายสินค้า” หรือที่เรียกว่า Shoppertainment มากขึ้น โดยผู้บริโภคชาวไทยกว่า 88 เปอร์เซ็นต์ ระบุว่าได้รับอิทธิพลจากเนื้อหาที่ไม่ใช่การโฆษณาโดยตรง และกว่า 97 เปอร์เซ็นต์ ต้องการค้นหาข้อมูลสินค้าและทำการซื้อภายในแพลตฟอร์มเดียวกันโดยไม่ต้องออกจากระบบ ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการเปลี่ยนผ่านจาก “การโฆษณาเชิงขายตรง” ไปสู่ “การสื่อสารเชิงประสบการณ์” ที่เน้นความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างแบรนด์กับผู้บริโภคมากขึ้น (Bangkok Post, 2024) นอกจากนี้ รายงานยังระบุว่า ผู้บริโภคยุคใหม่มักมีพฤติกรรม “browse-to-buy” คือการดูคอนเทนต์บนแพลตฟอร์ม TikTok แล้วตัดสินใจซื้อสินค้าได้ทันทีในแอป โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าประเภทความงาม แฟชั่น และสินค้าไลฟ์สไตล์ ซึ่งเป็นหมวดที่ได้รับความนิยมสูงสุดในประเทศไทย ปัจจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า TikTok ได้กลายเป็นช่องทางโซเชียลคอมเมิร์ซที่ทรงอิทธิพลในกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคไทยอย่างชัดเจน (Bangkok Post, 2024)

สำหรับประเทศไทย TikTok เป็นแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลาย โดยมีผู้ใช้งานจำนวนมากเมื่อเทียบกับประชากรของประเทศ สะท้อนให้เห็นถึงการเข้าถึงของแพลตฟอร์มในวงกว้าง ทั้งนี้เมื่อพิจารณาลักษณะทางประชากรศาสตร์ของผู้ใช้งาน พบว่าสามารถจำแนกตามเพศและช่วงอายุได้อย่างชัดเจน โดยมีสัดส่วนของผู้ใช้งานทั้งเพศชายและเพศหญิงในระดับที่ใกล้เคียงกัน และมีการกระจุกตัวอยู่ในกลุ่มวัยรุ่นและวัยทำงานตอนต้น โดยเฉพาะช่วงอายุ 18 - 24 ปี ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีการใช้งานแพลตฟอร์มใน นอกจากนี้ TikTok ในประเทศไทยยังเป็นแพลตฟอร์มยอดนิยมที่ผู้บริโภคใช้ในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยพิจารณาทั้งจากความถี่ในการใช้งานและมูลค่าการซื้อสินค้า ซึ่งส่วนใหญ่มีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน โดยในกลุ่มผู้บริโภคที่มีอายุต่ำกว่า 20 ปี และช่วงอายุ 20 - 29 ปี พบว่า TikTok ก้าวขึ้นมาเป็นช่องทางยอดนิยมอันดับ 2 รองจาก Shopee แสดงให้เห็นถึงกระแสความนิยมของโซเชียลคอมเมิร์ซในกลุ่มวัยรุ่น นอกจากนี้ ในด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ พบว่า TikTok มีดัชนีความพึงพอใจสูงกว่า Facebook ในทุกองค์ประกอบ (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2567)

จากข้อมูลดังกล่าวข้าวต้นผู้ศึกษาสนใจที่จะศึกษา ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษาไปเป็นแนวทาง ปรับปรุง และพัฒนาธุรกิจการขายสินค้าทางออนไลน์ในแพลตฟอร์มแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาส่วนปัจจัยประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในฐานะ ตัวแปรต้น และการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกในฐานะ ตัวแปรตาม โดยกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix: 4P's) ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ซึ่งแต่ละด้านถูกนำมาวัดระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามผ่านข้อคำถามในแบบสอบถาม โดยใช้มาตรวัดระดับประมาณค่า (Rating Scale) สำหรับตัวแปรตาม คือ การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกกำหนดกรอบการวัดตามทฤษฎีกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค 5 ขั้นตอน ได้แก่ การรับรู้ถึงความต้องการ (Need Recognition) การแสวงหาข้อมูล (Information Search) การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives) การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post Purchase Behavior) โดยวัดจากระดับความคิดเห็นของผู้บริโภคต่อกระบวนการตัดสินใจในแต่ละขั้นตอน (Kotler, P. & Keller, K. L., 2022)

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกในประเทศไทย โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ราย การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ตามแนวคิดของ Cochran, W. G. ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ทั้งนี้ การศึกษาได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงระยะเวลา ตั้งแต่เดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2568 (Cochran, W. G., 1977)

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็น แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยอาศัยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกเพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นจึงดำเนินการจัดทำแบบสอบถามฉบับร่าง และปรับปรุงโครงสร้างและถ้อยคำของคำถามให้มีความชัดเจนและเหมาะสมตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ เมื่อได้แบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงในระดับหนึ่งแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามดังกล่าวเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อประเมิน ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อนนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบอีกครั้ง ภายหลังจากการปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะทั้งหมดแล้ว ได้มีการทดลองใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 40 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้ ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งผลการทดสอบแสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีระดับความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยได้ การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำ

แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน พิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกจากนั้นนำผลการประเมินมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของข้อคำถาม ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาในแต่ละด้าน ภายหลังจากการปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้ว เมื่อนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยรวม พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 0.895 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับเหมาะสม และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยได้

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบเครื่องมือก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกเพื่อประเมินความสอดคล้องและความชัดเจนของข้อคำถาม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นทั้งในระดับรายข้อและในภาพรวมของแบบสอบถาม การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Reliability Analysis) และกำหนดเกณฑ์การยอมรับค่าความเชื่อมั่นไว้ไม่น้อยกว่า 0.70 ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.710 ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสม แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอ และสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกเพื่อการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้เผยแพร่แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ (Online Questionnaire) ผ่าน Google Forms ไปยังกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นผู้วิจัยได้รวบรวมแบบสอบถามและตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลทุกฉบับก่อนนำไปวิเคราะห์ เพื่อให้มั่นใจว่าข้อมูลมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติได้อย่างถูกต้อง

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามถูกนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกซึ่งประกอบด้วยการคำนวณ ค่าร้อยละและค่าเฉลี่ย

สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยสถิติที่ใช้ประกอบด้วย การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณถูกนำมาใช้เพื่ออธิบาย อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกของผู้บริโภค

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 21,001-35,000 บาท

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.37	.022	มาก	1
ด้านราคา	4.35	0.29	มาก	2
ด้านผลิตภัณฑ์	4.26	0.30	มาก	3
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.13	0.38	มาก	4
รวม	**4.27**	**0.30**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ระดับความสำคัญภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 4.27) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า อยู่ในระดับความสำคัญมาก 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ($\bar{X}$ = 4.37) ด้านราคา (Price) ($\bar{X}$ = 4.35) ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ($\bar{X}$ = 4.26) และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ($\bar{X}$ = 4.13) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับ ความสำคัญมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ความเหมาะสมของราคา ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และกิจกรรมส่งเสริมการขายที่สามารถกระตุ้นความสนใจและการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

3. การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ปัจจัยการตัดสินใจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านการรับรู้ถึงปัญหา	4.62	0.22	มากที่สุด	1
ด้านการค้นหาข้อมูล	4.36	0.12	มาก	2
ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.26	0.30	มาก	3
ด้านการประเมินผลทางเลือก	4.24	0.25	มาก	4
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.23	0.19	มาก	5
รวม	**4.34**	**0.22**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 จากการศึกษาข้อมูลพบว่า ระดับความคิดเห็นภาพรวมการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}$ = 4.34) และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด 1 รายการ คือ ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ($\bar{X}$ = 4.62) และอยู่ในระดับความคิดเห็นมาก 3 รายการ ประกอบด้วย ด้านการค้นหาข้อมูล ($\bar{X}$ = 4.36) ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\bar{X}$ = 4.26) ด้านการประเมินผลทางเลือก ($\bar{X}$ = 4.24) และด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\bar{X}$ = 4.23) ตามลำดับ

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกผลการวิจัยพบว่า การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกโดยรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วยมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการรับรู้ถึงความต้องการและด้านการประเมินทางเลือก มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการค้นหาข้อมูล ซึ่งอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความต้องการในการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ที่ตอบสนองต่อความสะดวก รวดเร็ว และความคุ้มค่า รวมทั้งมีการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบสินค้า ราคา และรีวิวจากผู้ใช้รายอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ ตลอดจนให้ความสำคัญกับความพึงพอใจและประสบการณ์หลังการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

4. เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

เปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกโดยผลการวิเคราะห์พบว่า เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ผลการวิจัยพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านข้อมูลส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค โดยผู้บริโภคแต่ละกลุ่มประชากรศาสตร์มีพฤติกรรมและความต้องการในการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกแตกต่างกัน ทั้งในด้านความสนใจต่อสินค้า การรับรู้ข้อมูลสินค้า และการตอบสนองต่อกิจกรรมทางการตลาดของผู้ขาย

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.161	0.12		100.618	.000**
ด้านผลิตภัณฑ์	0.137	0.002	0.268	56.278	0.000**
ด้านราคา	0.043	0.003	0.081	17.122	0.000**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.002	0.002	0.005	1.049	0.295
ด้านการส่งเสริมการตลาด	0.550	0.003	0.800	170.228	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

จากตารางที่ 3 เปรียบเทียบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

วัตถุประสงค์ที่ 4 เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ คุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ความเหมาะสมของราคา และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถกระตุ้นความสนใจและสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า มากกว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายในการพิจารณาตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก

อภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก พบว่า ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาดและด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ในภาพรวมของส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของนลพรรณ วงศ์ทวีทรัพย์ ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) พบว่าส่วนประสมทางการตลาดบริการ 4P’s ใน ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (นลพรรณ วงศ์ทวีทรัพย์, 2568)

ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา ผลจากการศึกษารวมอยู่ในระดับความสำคัญมากสอดคล้องกับงานวิจัยของเสี่ยวเหวิน เขอ ศึกษาอิทธิพลส่วนประสมการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติต่อการตัดสินใจซื้อของออนไลน์ของผู้บริโภคชาวจีนผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคามีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (เสี่ยวเหวิน เขอ, 2566)

ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผลจากการศึกษารวมอยู่ในระดับความสำคัญมากสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวรรณ เกิดมุข และคณะ ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ณัฐวรรณ เกิดมุข และคณะ, 2567)

ด้านการส่งเสริมการตลาด ผลจากการศึกษารวมอยู่ในระดับความสำคัญมากสอดคล้องกับงานวิจัยณัฐวรรณ เกิดมุข และคณะ ศึกษาส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านส่งเสริมการตลาดมีค่าเฉลี่ยในระดับมาก (ณัฐวรรณ เกิดมุข และคณะ, 2567)

ความคิดเห็นการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก พบว่า ด้านการรับรู้ถึงปัญหา ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินผลทางเลือก ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านลักษณะทาง ด้านกระบวนการ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ตามลำดับ ส่วนระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรบน

TikTok ของลูกค้าในเมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน ในภาพรวมของกระบวนการการตัดสินใจอยู่ในระดับเห็นด้วยมากสอดคล้องกับงานวิจัยของ Yizheng, L. et al. ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรบนติ๊กต็อกของลูกค้าในเมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน พบว่าระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรบนติ๊กต็อกของลูกค้าในเมืองกวางโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน อยู่ในระดับมาก (Yizheng, L. et al., 2566)

ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก ที่แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของวรัญญา โพธิ์ไพรทอง ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าออนไลน์ พบว่าการเปรียบเทียบตามปัจจัยประชากรศาสตร์ด้าน อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าออนไลน์ ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (วรัญญา โพธิ์ไพรทอง, 2556)

ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก ที่แตกต่างกัน จากการศึกษาพบว่า อาชีพ มีผลต่อการการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผลการวิจัยพบว่า อาชีพของผู้บริโภคมีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สะท้อนให้เห็นว่า ลักษณะงานและรูปแบบรายได้อาจเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ ในลักษณะที่แตกต่างกัน แม้ว่าจะยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาความแตกต่างด้านอาชีพในบริบทของแพลตฟอร์ม TikTok โดยเฉพาะ แต่ผลการศึกษาครั้งนี้ช่วย เติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ และชี้ให้เห็นว่า “ข้อมูลส่วนบุคคลบางประการ” โดยเฉพาะอาชีพ เป็นปัจจัยที่ควรได้รับการศึกษาต่อยอดในงานวิจัยด้านพฤติกรรมผู้บริโภคบนแพลตฟอร์มโซเชียลคอมเมิร์ซในอนาคต

ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของนลพรรณ วงศ์ทวีทรัพย์ ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) กรณีศึกษาผู้หญิงที่มี อายุ 18 - 25 ปี พบว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 สอดคล้องกับงานวิจัยของนลพรรณ วงศ์ทวีทรัพย์ ศึกษาเรื่อง การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก (TikTok) กรณีศึกษาผู้หญิงที่มี อายุ 18 - 25 ปี พบว่าด้านส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านราคา ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของวิวัฒน์ วนาสุวรรณกุล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์ ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือผ่านติ๊กต้อกไลฟ์ พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 (วิวัฒน์ วนาสุวรรณกุล และ ยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์, 2566)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชัน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมากที่สุด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพของสินค้า ความเหมาะสมของราคา ความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า และกิจกรรมการส่งเสริมการตลาดผ่านแพลตฟอร์ม TikTok ในขณะที่การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกโดยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคมีพฤติกรรมการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบสินค้า และพิจารณารีวิวหรือความคิดเห็นจากผู้ใช้รายอื่นก่อนตัดสินใจซื้อ นอกจากนี้ผลการเปรียบเทียบตามข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และจากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของสินค้า ความเหมาะสมของราคา และการสื่อสารการตลาดที่สามารถกระตุ้นความสนใจผ่านคอนเทนต์หรือกิจกรรมส่งเสริมการขายบนแพลตฟอร์ม TikTok มากกว่าปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย สำหรับข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ผู้ประกอบการหรือผู้ขายสินค้าบนแพลตฟอร์ม TikTok ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพสินค้าให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค พร้อมสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการนำเสนอข้อมูลสินค้าอย่างชัดเจนและการรีวิวจากผู้ใช้จริง ควรกำหนดราคาสินค้าให้มีความเหมาะสมและสามารถแข่งขันได้ในตลาดออนไลน์ รวมทั้งจัดกิจกรรมส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดโปรโมชั่น การไลฟ์สดขายสินค้า และการสร้างคอนเทนต์วิดีโอที่มีความน่าสนใจ เพื่อกระตุ้นความสนใจและสร้างแรงจูงใจในการซื้อสินค้า นอกจากนี้ผู้ขายควรให้ความสำคัญกับการสร้างความน่าเชื่อถือของร้านค้า การตอบสนองต่อคำถามของลูกค้าอย่างรวดเร็ว การจัดส่งสินค้าอย่างตรงเวลา และการพัฒนาบัญชีผู้ขายให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งจะช่วยเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในระยะยาว.

เอกสารอ้างอิง

ณัฐวรรณ เกิดมุข และคณะ. (2567). ส่วนประสมการตลาดบริการที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชั่นติ๊กต็อกของลูกค้าในจังหวัดเพชรบุรี. วารสารสังคมศาสตร์ล้านนา, 3(1), 64-75.

นลพรรณ วงศ์ทวีทรัพย์. (2568). การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นสตรีผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก: กรณีศึกษาผู้หญิงอายุ 18-25 ปี. วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์, 8(1), 57-66.

วรัญญา โพธิ์ไพรทอง. (2556). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าจากร้านค้าออนไลน์. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

วิวัฒน์ วนาสุวรรณกุล และยุพาวรรณ วรรณวาณิชย์. (2566). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อนาฬิกาข้อมือผ่านติ๊กต็อกไลฟ์. Procedia of Multidisciplinary Research, 1(5), 1-12.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า. (2567). รายงานสถานการณ์พาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์และเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศไทย. เรียกใช้เมื่อ 7 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.tpso.go.th

เสี่ยวเหวิน เขอ. (2566). อิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด การยอมรับเทคโนโลยี และทัศนคติที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคชาวจีนผ่านแอปพลิเคชันติ๊กต็อก. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Bangkok Post. (2024). TikTok reveals shopping trends in Thailand. Retrieved July 7, 2025, from https://www.bangkokpost.com/business/general/2750134/tiktok-reveals-shopping-trends-in-thailand

Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2022). Marketing management. (16th ed.). New York: Pearson.

ResearchAndMarkets.com. (2025). Thailand social commerce market intelligence report 2025-2030: Facebook, TikTok, and LINE drive growth amid rising competition. Retrieved July 7, 2025, from https://www.researchandmarkets.com

Yizheng, L. et al. (2566). ส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเกษตรบนติ๊กต็อกของลูกค้าในมืองกว่างโจว มณฑลกวางตุ้ง ประเทศจีน. วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี, 3(2), 45-58.

บทความวิจัย

การคงอยู่ของวิถีเกษตรกรรมและผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองต่อเกษตรกรในเขตชานเมือง: กรณีศึกษา ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา*

PERI-URBAN AGRICULTURAL LIVELIHOOD PERSISTENCE AND URBAN EXPANSION IMPACTS ON FARMERS: A CASE STUDY OF KO TAEO SUBDISTRICT, MUEANG DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

ศุภรัตน์ พิณสุวรรณ*, นิสากร กล้าณรงค์
Suparat Pinsuwan*, Nisakorn Klanoarong
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย
Faculty of Humanities and Social Sciences, Thaksin University, Songkhla, Thailand
*Corresponingauthor E-mail: csuparat@tsu.ac.th
*Tel: 081-896-1895

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบริบทของครัวเรือนเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม 2) วิเคราะห์ผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองต่อพื้นที่เกษตรกรรม และ 3) เสนอแนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมในเขตชานเมืองให้คงอยู่ควบคู่กับการพัฒนาเมือง การวิจัยใช้ระเบียบวิธีเชิงคุณภาพ โดยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลหลักแบบเจาะจง จำนวน 25 คน ได้แก่ เกษตรกร 20 คน และผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่ 5 คน เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตแบบมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีพรรณนาวิเคราะห์ ผลการศึกษาพบว่า 1) ครัวเรือนเกษตรกรมีลักษณะพึ่งพาหลายแหล่งรายได้ โดยเกษตรกรรมยังคงเป็นฐานอาหารและรายได้เสริม แต่ไม่สามารถเป็นรายได้หลักได้อย่างมั่นคงจากต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นและข้อจำกัดด้านแรงงาน 2) ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่สะท้อนการลดลงของพื้นที่เกษตรกรรม โดยมีการเปลี่ยนแปลงจากพื้นที่นาข้าวไปสู่สวนพืชเศรษฐกิจและที่อยู่อาศัย ควบคู่กับแรงกดดันด้านราคาที่ดิน ต้นทุนการผลิต และโครงสร้างประชากรที่เข้าสู่สังคมสูงวัย ส่งผลต่อความต่อเนื่องของการทำเกษตร ในระยะยาว และ 3) เกษตรกรมีการปรับตัวผ่านการทำเกษตรผสมผสาน การผลิตเพื่อบริโภค และการใช้ช่องทางตลาดระดับชุมชนและออนไลน์ ข้อค้นพบสะท้อนให้เห็นว่าปัญหาหลักไม่ได้จำกัดอยู่เพียง การลดลงของพื้นที่เกษตร แต่เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงด้านที่ดิน แรงงาน และตลาด ดังนั้น แนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมควรมุ่งเน้นการจัดการพื้นที่เกษตรที่เหมาะสมในระดับท้องถิ่น การพัฒนาช่องทางตลาดทางเลือกที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภคในเมือง และการส่งเสริมการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิต เป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการได้จริงในระดับชุมชนและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่

คำสำคัญ: การคงอยู่ของวิถีเกษตรกรรม, การขยายตัวของเมือง, เกษตรกรรมชานเมือง, เกาะแต้ว

Abstract

This study aims to: 1) examine the economic, social, and cultural context of agricultural households; 2) analyze the impacts of urban expansion on agricultural areas; and 3) propose approaches to sustaining agricultural livelihoods in peri- urban areas alongside urban

* Received 20 March 2026; Revised 22 April 2026; Accepted 27 April 2026

development. A qualitative research methodology was employed, with purposive sampling used to select 25 key informants, including 20 farmers and 5 local stakeholders. Data were collected through in-depth interviews, focus group discussions, and participant observation, and analyzed using descriptive analysis. The findings reveal that: 1) agricultural households rely on multiple income sources, with agriculture remaining an important source of food and supplementary income, but no longer serving as a stable primary income due to rising production costs and labor constraints; 2) most informants reported a continuous decline in agricultural land, with a shift from rice fields to commercial crop plantations and residential areas, alongside increasing land prices, higher production costs, and an aging population structure, all of which affect the long-term continuity of farming; and 3) farmers have adapted through integrated farming practices, subsistence production, and the use of community-based and online marketing channels. The findings further indicate that the core issue extends beyond the reduction of agricultural land to structural constraints linking land, labor, and market systems. Therefore, sustaining agricultural livelihoods in peri-urban areas should emphasize context-appropriate land management at the local level, the development of alternative market channels connecting farmers with urban consumers, and the promotion of value-added agricultural products. These approaches are practical at the community level and align with the local context.

Keywords: Agricultural Persistence, Urban Expansion, Peri-Urban Agriculture, Ko Taeo

บทนำ

การกลายเป็นเมือง (urbanization) เป็นกระบวนการเชิงโครงสร้างที่เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องในระดับโลก โดยมีแนวโน้มการเพิ่มขึ้นของประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองอย่างมีนัยสำคัญ ปัจจุบันประชากรโลกมากกว่าครึ่งอาศัยอยู่ในเขตเมือง และมีการคาดการณ์ว่าประชากรในเขตเมืองจะเพิ่มขึ้นเป็นประมาณร้อยละ 70 ภายในปี พ.ศ. 2593 กระบวนการดังกล่าวมีนัยสำคัญต่อการพัฒนาที่ยั่งยืนในหลายมิติ ทั้งด้านการใช้พลังงาน การปล่อยก๊าซเรือนกระจก การเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ และความเหลื่อมล้ำทางสังคม โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ที่มีอัตราการขยายตัวของเมืองค่อนข้างสูง (United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division, 2018); (ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move), 2565) ในเชิงพื้นที่กระบวนการกลายเป็นเมืองมิได้จำกัดอยู่เฉพาะเขตเมืองศูนย์กลาง แต่แผ่ขยายสู่พื้นที่รอยต่อระหว่างเมืองและชนบท หรือพื้นที่ชานเมือง (peri-urban areas) ซึ่งมีลักษณะการใช้ที่ดินแบบผสมผสานระหว่างกิจกรรมเมืองและชนบท และอยู่ภายใต้กระบวนการเปลี่ยนผ่านเชิงโครงสร้างจากเศรษฐกิจฐานเกษตรกรรมไปสู่เศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยกิจกรรมเมือง เช่น ที่อยู่อาศัย โครงสร้างพื้นฐาน และกิจกรรมเศรษฐกิจนอกภาคเกษตร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการขยายตัวของเมืองในภูมิภาคเอเชีย (McGee, T. G. , 1991); (Simon, D., 2008)

ในบริบทของประเทศไทย การขยายตัวของเมืองมีลักษณะเด่นคือการแผ่ขยายของพื้นที่เมืองจากศูนย์กลางสู่พื้นที่โดยรอบ (urban sprawl) ส่งผลให้เกิดแรงกดดันต่อการใช้ที่ดินในพื้นที่ชานเมือง โดยเฉพาะพื้นที่เกษตรกรรม งานศึกษาที่ผ่านมาแสดงให้เห็นแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงจากภาคเกษตรไปสู่กิจกรรมที่ไม่ใช่เกษตรอย่างต่อเนื่อง ควบคู่กับการปรับเปลี่ยนโครงสร้างอาชีพของครัวเรือนที่มีการพึ่งพารายได้นอกภาคเกษตรเพิ่มขึ้น ซึ่งส่งผลต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครัวเรือนและบทบาทของภาคเกษตรในระบบอาหารเมือง (อาทิตย์ สุโขทัย, 2561); (กฤษดา ปัจจ่าเนย์ และ ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์, 2561); (Laiprakobsup, T., 2022)

เมื่อพิจารณาในระดับพื้นที่จังหวัดสงขลา โดยเฉพาะพื้นที่อำเภอเมืองซึ่งอยู่ภายใต้อิทธิพลของการขยายตัวของเมืองสงขลา - หาดใหญ่ พื้นที่ดังกล่าวมีลักษณะเป็นพื้นที่ชานเมืองที่อยู่ในกระบวนการเปลี่ยนผ่านเชิงพื้นที่อย่างต่อเนื่องจากอิทธิพลของการขยายตัวของกิจกรรมเมืองและโครงสร้างพื้นฐาน กระบวนการดังกล่าวเชื่อมโยงกับการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการใช้ที่ดินจากพื้นที่เกษตรกรรมไปสู่การใช้ที่ดินที่เกี่ยวข้องกับกิจกรรมเมืองและที่อยู่อาศัย อย่างไรก็ตาม หลักฐานเชิงประจักษ์ในระดับพื้นที่ย่อย โดยเฉพาะตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมืองสงขลา ยังมีข้อจำกัดในการอธิบายพลวัตของการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวอย่างเป็นระบบ ทั้งในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ที่ดิน (Lei et al. , 2025)

ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมืองสงขลา เป็นพื้นที่ชานเมืองที่อยู่ภายใต้แรงกดดันจากกระบวนการขยายตัวของเมืองในระดับภูมิภาค ลักษณะการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่มีแนวโน้มเกี่ยวข้องกับการปรับเปลี่ยนการใช้ที่ดินจากภาคเกษตรกรรมไปสู่การใช้ที่ดินที่สัมพันธ์กับกิจกรรมที่อยู่อาศัยและกิจกรรมทางเศรษฐกิจนอกภาคเกษตร ทั้งนี้ผลกระทบต่อครัวเรือนเกษตรในพื้นที่ดังกล่าวยังเป็นประเด็นที่ต้องอาศัยการศึกษาเชิงประจักษ์เพิ่มเติม โดยเฉพาะในมิติด้านเศรษฐกิจครัวเรือน โครงสร้างแรงงาน และความสามารถ ในการดำรงอยู่ของระบบเกษตรกรรมภายใต้บริบทการเปลี่ยนแปลงเชิงพื้นที่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพครัวเรือนเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมในตำบลเกาะแต้ว
2. เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบอันเกิดจากการพัฒนาและการขยายตัวของเมืองที่มีต่อพื้นที่เกษตรกรรมตำบลเกาะแต้ว
3. เพื่อศึกษาแนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมในเขตชานเมืองให้คงอยู่ควบคู่ไปกับการพัฒนาและการขยายตัวของเมือง

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูลและแหล่งข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ใช้ข้อมูลทั้งข้อมูลปฐมภูมิและข้อมูลทุติยภูมิเพื่ออธิบายสภาพและการเปลี่ยนแปลงของพื้นที่เกษตรกรรมในเขตชานเมืองตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา โดยข้อมูลทั้งสองประเภทมีบทบาทร่วมกันในการสร้างความเข้าใจเชิงพื้นที่และสนับสนุนการวิเคราะห์ปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจริงในพื้นที่ศึกษา

1.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary data)

ข้อมูลปฐมภูมิได้จากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตภาคสนาม โดยมุ่งศึกษาสภาพเศรษฐกิจ สังคม และวิถีชีวิตของครัวเรือนเกษตรกร รวมถึงผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองต่อพื้นที่เกษตรกรรม และการปรับตัวของเกษตรกรในพื้นที่

ผู้ให้ข้อมูลหลักถูกคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกอย่างชัดเจนคือต้องเป็นเกษตรกรที่อาศัยและประกอบอาชีพเกษตรกรรมในตำบลเกาะแต้ว มีประสบการณ์ทำการเกษตรไม่น้อยกว่า 5 ปี และครอบคลุมประเภทการผลิตที่สำคัญของพื้นที่ในระบบการผลิตพืชและสัตว์ ได้แก่ พืชสวน พืชไร่ และเลี้ยงสัตว์ เพื่อให้สะท้อนความหลากหลายของระบบเกษตรกรรมในพื้นที่ศึกษา ผู้ให้ข้อมูลประกอบด้วย 2 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มเกษตรกรจำนวน 20 คน ซึ่งเป็นหัวหน้าครัวเรือนหรือสมาชิกที่มีบทบาทในการผลิตทางการเกษตร และกลุ่มผู้เกี่ยวข้องในพื้นที่จำนวน 5 คน ได้แก่ ผู้นำชุมชน ปราชญ์ชาวบ้าน และเจ้าหน้าที่ภาครัฐ เช่น เกษตรอำเภอ พัฒนากร และเจ้าหน้าที่เทศบาลตำบลเกาะแต้ว รวมผู้ให้ข้อมูลทั้งสิ้น 25 คน โดยจำนวนดังกล่าวกำหนดจากความอิ่มตัวของข้อมูล (data saturation) ในการวิจัยเชิงคุณภาพ ซึ่งข้อมูลที่ได้มีความเพียงพอและเริ่มมีลักษณะซ้ำซ้อนของข้อมูลเชิงเนื้อหา

1.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary data)

ข้อมูลทุติยภูมิได้จากการทบทวนเอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการขยายตัวของเมือง เกษตรกรรมชานเมือง และผลกระทบต่อการใช้ที่ดิน รวมถึงรายงานจากหน่วยงานภาครัฐและเอกสารทางวิชาการที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลเหล่านี้ถูกนำมาใช้เพื่อสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยและสนับสนุนการตีความข้อมูลภาคสนามให้มีความรอบด้านมากยิ่งขึ้น

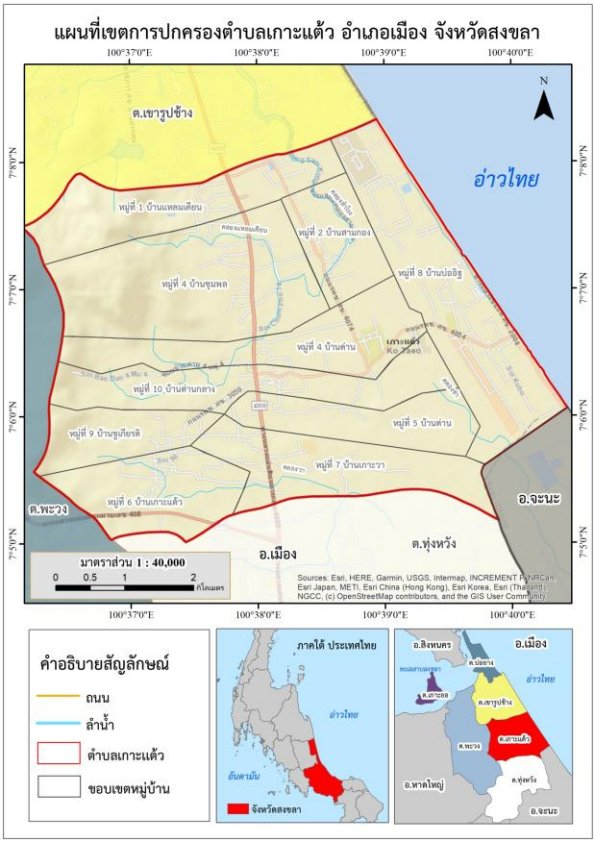
2. เครื่องมือและการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) ซึ่งออกแบบให้ครอบคลุมประเด็นเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของวิถีเกษตรกรรม การใช้ที่ดิน และผลกระทบจากการขยายตัวของเมือง โดยเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นและอธิบายประสบการณ์ได้อย่างอิสระ

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการอย่างเป็นลำดับขั้นตอน โดยเริ่มจากการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลตามเกณฑ์ที่กำหนด จากนั้นดำเนินการสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักต่อด้วยการสนทนากลุ่ม (focus group) เพื่อแลกเปลี่ยนและตรวจสอบข้อมูลร่วมกัน และเสริมด้วยการสังเกตภาคสนามเพื่อยืนยันสภาพพื้นที่จริง ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากหลายแหล่งเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

3. พื้นที่ศึกษา

พื้นที่ศึกษาคือ ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นพื้นที่ชานเมืองที่ได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของเมืองสงขลา – หาดใหญ่ และยังคงมีบทบาทเป็นพื้นที่เกษตรกรรมของเมือง การศึกษาครอบคลุมทั้ง 10 หมู่บ้าน ได้แก่ หมู่ที่ 1 บ้านแหลมเคียน หมู่ที่ 2 บ้านสามกอง หมู่ที่ 3 บ้านชุมพอ หมู่ที่ 4 บ้านด่าน หมู่ที่ 5 บ้านด่าน หมู่ที่ 6 บ้านเกาะแต้ว หมู่ที่ 7 บ้านเกาะวา หมู่ที่ 8 บ้านบ่ออิฐ หมู่ที่ 9 บ้านชูเกียรติ และหมู่ที่ 10 บ้านด่านกลาง โดยได้จัดทำแผนที่แสดงตำแหน่งและขอบเขตของพื้นที่ศึกษา ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 พื้นที่ศึกษา : ตำบลเกาะแต้ว อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา

4. การจัดกระทำและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตภาคสนามถูกถอดความและจัดหมวดหมู่ตามประเด็นที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และนำเสนอผลในรูปแบบการพรรณนาวิเคราะห์ (descriptive analysis) เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการตรวจสอบความตรงของข้อมูล (validity check) ร่วมกับการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากการสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการสังเกตภาคสนาม รวมถึงการตรวจสอบความสอดคล้องของข้อมูลระหว่างแหล่งข้อมูลต่าง ๆ เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่สะท้อนสภาพพื้นที่จริงมากที่สุด

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม และการสังเกตภาคสนามสะท้อนให้เห็นลักษณะของพื้นที่เกษตรชานเมืองที่กำลังเผชิญการเปลี่ยนแปลงจากการขยายตัวของเมือง ซึ่งส่งผลต่อโครงสร้างเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกร การใช้ประโยชน์ที่ดิน และวิถีชีวิตของชุมชน นำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 3 ประการ ได้แก่ 1) บริบทของครัวเรือนเกษตรกรในมิติด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม 2) ผลกระทบจากการพัฒนาและการขยายตัวของเมืองต่อพื้นที่เกษตรกรรม และ 3) แนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมในพื้นที่ชานเมืองให้สามารถดำรงอยู่ควบคู่กับการพัฒนาเมือง

1. บริบทของครัวเรือนเกษตรกรด้านเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรมในตำบลเกาะแต้ว

ตำบลเกาะแต้วเป็นพื้นที่ชานเมืองที่เดิมมีลักษณะเป็นชุมชนเกษตรกรรม โดยครัวเรือนส่วนใหญ่พึ่งพาการผลิตทางการเกษตรเป็นหลัก ทั้งการทำนาข้าวและการปลูกพืชเศรษฐกิจ เช่น ยางพารา ปาล์มน้ำมัน และพืชสวนอื่น การผลิตมีทั้งเพื่อบริโภคในครัวเรือนและจำหน่ายในตลาดท้องถิ่น อย่างไรก็ตาม ภายใต้กระบวนการขยายตัวของเมือง พื้นที่ดังกล่าวเริ่มเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง ทั้งในด้านการใช้ประโยชน์ที่ดิน โครงสร้างเศรษฐกิจ และวิถีชีวิตของครัวเรือนเกษตรกร โดยสามารถวิเคราะห์ได้ในสามมิติ ได้แก่ มิติด้านเศรษฐกิจและการผลิต มิติด้านสังคมและโครงสร้างประชากร และมิติด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต

ในมิติด้านเศรษฐกิจและรูปแบบการผลิตทางการเกษตร พบว่า ก่อนการขยายตัวของเมือง ครัวเรือนเกษตรกรมีลักษณะพึ่งพารายได้จากการเกษตรเป็นหลัก โดยแรงงานในครัวเรือนเป็นกำลังสำคัญในการผลิต แต่ภายหลังการขยายตัวของเมือง รายได้ของครัวเรือนมีลักษณะกระจายตัวมากขึ้น กล่าวคือ แม้ว่าการทำเกษตรกรรมยังคงเป็นฐานสำคัญของการดำรงชีพ แต่ครัวเรือนไม่ได้พึ่งพารายได้จากภาคเกษตรเพียงอย่างเดียว หากมีการประกอบอาชีพอื่นร่วมด้วย เช่น การค้าขาย การรับจ้างทั่วไป และการทำงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการในเขตเมืองใกล้เคียง ลักษณะดังกล่าวสะท้อน “การกระจายแหล่งรายได้ของครัวเรือน” เพื่อลดความเสี่ยงจากความผันผวนของราคาผลผลิต

ในด้านการผลิต ครัวเรือนเกษตรกรยังคงดำเนินกิจกรรมทางการเกษตรทั้งในฐานะแหล่งรายได้หลักและรายได้เสริม โดยพืชเศรษฐกิจสำคัญ ได้แก่ ยางพารา ปาล์มน้ำมัน มะพร้าวน้ำหอม มะนาว และพืชผัก สวนครัว ขณะเดียวกันเกษตรกรบางรายเริ่มปรับตัวด้วยการปลูกพืชทางเลือกที่มีมูลค่าสูง เช่น ลำไยคริสตัล และพืชปาล์ม อย่างไรก็ตาม การผลิตยังคงเผชิญกับความผันผวนของราคาผลผลิตและต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น ส่งผลให้เกษตรกรบางส่วนปรับรูปแบบการผลิต เช่น การลดพื้นที่เพาะปลูก หรือเลือกปลูกพืชที่ต้องการการดูแลน้อยลง ประสบการณ์ดังกล่าวสะท้อนผ่านคำให้สัมภาษณ์ของเกษตรกรที่ระบุว่า *“สวนยางก็ยังทำอยู่ แต่รายได้มันไม่แน่นอนเหมือนเมื่อก่อน ลูกหลานบางคนก็ไปทำงานในเมือง บางคนค้าขาย รายได้ของบ้านเลยไม่ได้มาจากสวนอย่างเดียว”* นอกจากนี้ การผลิตยังมีลักษณะผสมผสานระหว่างการผลิตเพื่อจำหน่ายและเพื่อบริโภคในครัวเรือน ซึ่งช่วยลดค่าใช้จ่ายและเสริมสร้างความมั่นคงทางอาหาร

ในมิติด้านสังคมและโครงสร้างประชากร การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญเกิดขึ้นกับโครงสร้างแรงงาน มากกว่ารูปแบบรายได้ กล่าวคือ ภายหลังการขยายตัวของเมือง ประชากรวัยแรงงานจำนวนหนึ่งออกไปทำงานในภาคอุตสาหกรรมและบริการ ส่งผลให้แรงงานที่ยังคงทำเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุหรือแรงงานในครัวเรือน สถานการณ์ดังกล่าวทำให้การทำเกษตรในหลายครัวเรือนมีลักษณะเป็นการผลิตขนาดเล็กหรือเป็นอาชีพเสริม ขณะเดียวกันการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและกิจกรรมทางเศรษฐกิจในพื้นที่โดยรอบยังส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน อย่างไรก็ตาม แม้โครงสร้างอาชีพจะมีความหลากหลายมากขึ้น ความสัมพันธ์ทางสังคมในชุมชนยังคงมีลักษณะของเครือญาติและความร่วมมือ ดังคำกล่าวของผู้นำชุมชนที่ว่า *“ถึงจะมีคนไปทำงานในเมืองมากขึ้น แต่กิจกรรมของหมู่บ้าน คนก็ยังกลับมาช่วยกันอยู่ ทั้งงานศาสนา งานชุมชน หรือเวลามีเรื่องสำคัญของหมู่บ้าน”* ลักษณะดังกล่าวสะท้อนบทบาทของทุนทางสังคมที่ยังคงมีความสำคัญต่อการดำรงอยู่ของชุมชนเกษตรกรรม

ในมิติด้านวัฒนธรรมและวิถีชีวิต แม้ว่าพื้นที่จะได้รับอิทธิพลจากการขยายตัวของเมืองมากขึ้น แต่วิถีชีวิตของเกษตรกรจำนวนหนึ่งยังคงยึดโยงกับการทำเกษตรในฐานะส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของชุมชน โดยเฉพาะการปลูกพืชผักและไม้ผลเพื่อบริโภคในครัวเรือนและแบ่งปันในชุมชน ดังคำให้สัมภาษณ์ที่ว่า *“ทำมาตั้งแต่เด็ก ทำพอได้เก็บกิน ไม่ได้หวังรวย แต่อยากให้มีของกินจากสวนของตัวเอง”* อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและโครงสร้างอาชีพส่งผลให้คนรุ่นใหม่เข้าสู่การทำงานนอกภาคเกษตรมากขึ้น ทำให้แรงงานหลักในกิจกรรมเกษตรกรรมเป็นคนรุ่นพ่อแม่หรือผู้สูงอายุ ดังที่สะท้อนว่า *“สมัยก่อนลูกหลานก็ช่วยทำสวนกัน แต่เดี๋ยวนี้ส่วนใหญ่ไปทำงานในเมือง เหลือแต่คนรุ่นพ่อแม่ที่ยังทำสวนอยู่”*

โดยภาพรวมบริบทของครัวเรือนเกษตรกรในตำบลเกาะแต้วสะท้อนการเปลี่ยนผ่านจากระบบที่พึ่งพาเกษตรกรรมเป็นหลักไปสู่ระบบที่มีความหลากหลายของแหล่งรายได้ ภายใต้ข้อจำกัดด้านแรงงานและแรงกดดันจากการขยายตัวของเมือง ขณะเดียวกันเกษตรกรรมยังคงมีบทบาทสำคัญทั้งในฐานะแหล่งรายได้ แหล่งอาหาร และส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตของชุมชน

2. ผลกระทบจากการพัฒนาและการขยายตัวของเมืองต่อพื้นที่เกษตรกรรม

กระบวนการกลายเป็นเมือง (Urbanization) ส่งผลต่อพื้นที่เกษตรกรรมในตำบลเกาะแต้วอย่างต่อเนื่องและหลีกเลี่ยงไม่ได้ โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวไม่ได้เกิดขึ้นเพียงด้านใดด้านหนึ่ง แต่ส่งผลในหลายมิติที่เชื่อมโยงกัน ทั้งด้านกายภาพของพื้นที่ ด้านเศรษฐกิจของครัวเรือน และด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชน เพื่อให้เห็นภาพชัดเจนจึงจัดกลุ่มผลกระทบออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1) ผลกระทบด้านกายภาพ 2) ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ และ 3) ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรม

1. ผลกระทบด้านกายภาพของพื้นที่เกษตรกรรม

ผลการศึกษาพบว่า การเปลี่ยนแปลงที่สำคัญที่สุดในเชิงกายภาพคือการเปลี่ยนแปลงการใช้ประโยชน์ที่ดิน จากพื้นที่นาข้าวในอดีตไปสู่สวนพืชเศรษฐกิจและพื้นที่อยู่อาศัย โดยก่อนการขยายตัวของเมือง พื้นที่ส่วนใหญ่มีลักษณะเป็นนาข้าวในพื้นที่ลุ่มต่ำที่อาศัยระบบน้ำตามธรรมชาติ แต่ภายหลังการขยายตัวของเมือง พื้นที่ดังกล่าวได้ถูกปรับเปลี่ยนเป็นสวนยางพารา สวนปาล์มน้ำมัน และสวนมะพร้าว ซึ่งเป็นพืชที่ให้ผลตอบแทนต่อเนื่องและต้องการแรงงานน้อยกว่า ในอีกด้านหนึ่ง การขยายตัวของที่อยู่อาศัย เช่น บ้านจัดสรรและบ้านเช่า ส่งผลให้พื้นที่เกษตรบางส่วนถูกถมดินและเปลี่ยนไปใช้ประโยชน์ในรูปแบบอื่น เกษตรกรรายหนึ่งสะท้อนการเปลี่ยนแปลงนี้ว่า *“สมัยก่อนแถวนี้เป็นนา เดี๋ยวนี้มีบ้านขึ้นเต็ม หลายคนก็เลิกทำนาไปทำสวนยาง สวนปาล์มกันมากขึ้น”* การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวมีทั้ง “ผลเชิงบวกและข้อจำกัด” กล่าวคือ การเปลี่ยนไปปลูกพืชเศรษฐกิจช่วยเพิ่มรายได้และความต่อเนื่องของผลผลิต แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้พื้นที่รับน้ำตามธรรมชาติลดลง และลดความยืดหยุ่นของระบบนิเวศเกษตรในระยะยาว นอกจากนี้ การลดลงของพื้นที่เกษตรยังสะท้อนแรงกดดันจากการพัฒนาเมืองที่มีต่อโครงสร้างการใช้ที่ดินในพื้นที่ชานเมืองอย่างชัดเจน

2. ผลกระทบด้านเศรษฐกิจของครัวเรือนเกษตรกร

ในมิติด้านเศรษฐกิจ การขยายตัวของเมืองส่งผลให้โครงสร้างรายได้ของครัวเรือนเกษตรกรเปลี่ยนแปลงจากการพึ่งพาเกษตรกรรมเป็นหลักไปสู่การพึ่งพารายได้หลายแหล่งมากขึ้น โดยก่อนการขยายตัวของเมือง รายได้หลักของครัวเรือนส่วนใหญ่มาจากการเกษตร แต่ในปัจจุบัน รายได้จากภาคเกษตรมีความไม่แน่นอนมากขึ้น ทั้งจากความผันผวนของราคาและต้นทุนการผลิตที่เพิ่มสูงขึ้น เกษตรกรรายหนึ่งอธิบายสถานการณ์ดังกล่าวว่า *“ทำเกษตรมันไม่แน่นอน บางปีราคาดี บางปีก็ไม่ดี แต่ค่าใช้จ่ายในบ้านมันเพิ่มขึ้นทุกปี”* ภายใต้เงื่อนไขนี้ ครัวเรือนเกษตรกรจำนวนมากจึงต้องปรับตัวโดยการหารายได้เสริมจากนอกภาคเกษตร เช่น การทำงานในโรงงาน การค้าขาย หรือการรับจ้างทั่วไป ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงทางเศรษฐกิจ แต่ในขณะเดียวกันก็ทำให้บทบาทของภาคเกษตรในฐานะแหล่งรายได้หลักลดลง นอกจากนี้ รายได้จากนอกภาคเกษตรยังส่งผลต่อการตัดสินใจใช้ที่ดิน เช่น การปล่อยเช่าที่ดินหรือพัฒนาเป็นบ้านเช่าแทนการทำเกษตร ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงคุณค่าของที่ดินจากทรัพยากรการผลิตไปสู่สินทรัพย์ทางเศรษฐกิจในบริบทเมือง

3. ผลกระทบด้านสังคมและวัฒนธรรมของชุมชนเกษตรกรรม

ในมิติด้านสังคมและวัฒนธรรม การขยายตัวของเมืองส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและวิถีชีวิตของชุมชนอย่างชัดเจน โดยเฉพาะการเคลื่อนย้ายแรงงานวัยหนุ่มสาวออกจากภาคเกษตรไปสู่ภาคอุตสาหกรรมและบริการในเมือง ส่งผลให้แรงงานที่ยังคงทำเกษตรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ

สถานการณ์ดังกล่าวนำไปสู่ปัญหาการขาดความต่อเนื่องในการสืบทอดอาชีพเกษตรกรรม ดังที่เกษตรกรรายหนึ่งสะท้อนว่า *“ลูกหลานส่วนใหญ่ไม่อยากทำสวนแล้ว ไปทำงานโรงงานกันหมด คนที่ยังทำอยู่ก็เป็นคนรุ่นเก่า”* ขณะเดียวกันการขยายตัวของที่อยู่อาศัยและประชากรจากภายนอกพื้นที่ ยังทำให้โครงสร้างชุมชนมีความหลากหลายมากขึ้น ซึ่งอาจส่งผลต่อรูปแบบความสัมพันธ์ทางสังคมของชุมชนดั้งเดิม แม้ว่าในบางกรณีความสัมพันธ์แบบเครือญาติและความร่วมมือในชุมชนยังคงดำรงอยู่ แต่ก็มีแนวโน้มเปลี่ยนแปลงไปตามบริบทของความเป็นเมือง อย่างไรก็ตาม แม้จะมีการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว เกษตรกรรมยังคงมีบทบาทในฐานะฐานวัฒนธรรมและความมั่นคงทางอาหารของชุมชน โดยเฉพาะในครัวเรือนที่ยังคงทำเกษตรเพื่อบริโภคและรักษาวิถีชีวิตดั้งเดิมควบคู่ไปกับการปรับตัว

โดยสรุป ผลกระทบจากการขยายตัวของเมืองในตำบลเกาะแต้วมีลักษณะเป็นการเปลี่ยนผ่านเชิงพื้นที่แบบหลายรูปแบบ กล่าวคือ ในด้านกายภาพเกิดการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินอย่างชัดเจน ในด้านเศรษฐกิจเกิดการปรับโครงสร้างรายได้ของครัวเรือน และในด้านสังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรและวิถีชีวิตของชุมชน ผลกระทบทั้งสามด้านมีความเชื่อมโยงกันและสะท้อนลักษณะของพื้นที่เกษตรชานเมืองที่กำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านภายใต้แรงกดดันจากการพัฒนาเมือง

3. แนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมในเขตชานเมืองให้คงอยู่ควบคู่กับการพัฒนาเมือง

จากผลการศึกษาบริบทครัวเรือนเกษตรและผลกระทบจากการขยายตัวของเมือง พบว่าพื้นที่เกษตรกรรมในตำบลเกาะแต้วกำลังเผชิญแรงกดดันเชิงโครงสร้างในหลายมิติ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดิน ต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น ความไม่แน่นอนของรายได้ และการลดลงของแรงงานภาคเกษตร โดยเฉพาะการเข้าสู่สังคมสูงวัย และการที่แรงงานรุ่นใหม่มีแนวโน้มออกนอกภาคเกษตรแม้ยังคงอาศัยอยู่ในพื้นที่ ดังนั้น การรักษาวิถีเกษตรกรรมในเขตชานเมืองจึงไม่อาจพิจารณาเพียงระดับครัวเรือน แต่ต้องอาศัยแนวทางเชิงระบบที่เชื่อมโยงมิติด้านกายภาพ เศรษฐกิจ และสังคมเข้าด้วยกัน

1. แนวทางด้านการจัดการพื้นที่เกษตร

ผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าการลดลงของพื้นที่เกษตรเป็นประเด็นสำคัญ การจัดการจึงควรมุ่งสู่ระดับพื้นที่มากกว่าระดับแปลงเกษตรรายครัวเรือน แม้เกษตรกรจะมีการปรับตัว เช่น การทำเกษตรผสมผสาน การจัดการน้ำ และการกระจายความเสี่ยงรายได้ ดังคำสัมภาษณ์ที่ว่า *“ตอนนี้ไม่ได้ปลูกพืชอย่างเดียวแล้ว*

ปลูกหลายอย่างในสวนเดียวกัน จะได้มีรายได้หลายทาง” อย่างไรก็ตาม การปรับตัวดังกล่าวยังมีลักษณะเป็นการจัดการในระดับแปลงเกษตรซึ่งมีขอบเขตจำกัดในการรองรับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของพื้นที่ สำหรับข้อเสนอแนวทางที่เหมาะสมอาจเริ่มจากการจัดการพื้นที่ระดับชุมชนร่วมกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยพัฒนาเป็นพื้นที่เกษตรชานเมืองเชิงอนุรักษ์ในลักษณะพื้นที่นำร่องเพื่อรักษาพื้นที่เกษตรที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะพื้นที่ลุ่มต่ำที่ทำหน้าที่เป็นพื้นที่รับน้ำควบคู่กับการพัฒนาระบบจัดการน้ำระดับชุมชน เช่น แก้มลิงหรือเครือข่ายแหล่งน้ำขนาดเล็ก เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นของระบบเกษตรในระยะยาว

2. แนวทางด้านเศรษฐกิจครัวเรือน

ผลการศึกษาพบว่าความไม่แน่นอนของรายได้และต้นทุนที่เพิ่มขึ้นส่งผลให้ครัวเรือนพึ่งพารายได้นอกภาคเกษตรมากขึ้น แม้จะมีการปรับตัวผ่านเกษตรผสมผสานและความช่วยเหลือจากหน่วยงานในพื้นที่ ดังที่สะท้อนว่า *“ชุมชนเราพยายามช่วยกันหาทางให้เกษตรกรยังทำสวนต่อได้ บางส่วนก็ขายกันในชุมชน บางส่วนก็ขายให้พ่อค้าคนกลาง แล้วก็มีเกษตรอำเภอมาช่วยให้คำแนะนำเรื่องการทำเกษตร”* อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวยังมีลักษณะเป็นการปรับตัวในระดับการดำรงชีพมากกว่าการยกระดับเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน ในส่วนข้อเสนอเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจควรมุ่งเชื่อมโยงเกษตรกรกับตลาดเมืองใกล้เคียง เช่น ตลาดชุมชน ตลาดสีเขียว หรือช่องทางออนไลน์ของชุมชน รวมถึงการรวมกลุ่มจำหน่ายผลผลิตโดยตรง เพื่อลดบทบาทพ่อค้าคนกลาง ควบคู่กับการเพิ่มมูลค่าผลผลิตผ่านการแปรรูปเบื้องต้นหรือผลิตภัณฑ์ชุมชนที่สะท้อนอัตลักษณ์พื้นที่

3. แนวทางด้านสังคมและการสืบทอดวิถีเกษตรกรรม

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การลดลงของแรงงานรุ่นใหม่เป็นข้อจำกัดสำคัญต่อความต่อเนื่องของภาคเกษตร แม้จะมีการใช้เทคโนโลยีและเครือข่ายออนไลน์มากขึ้น แต่แนวโน้มการเข้าสู่ภาคเกษตรยังลดลง ดังที่เกษตรกรสะท้อนว่า *“ลูกหลานส่วนใหญ่ไม่อยากทำสวนแล้ว ไปทำงานโรงงานกันหมด คนที่ยังทำอยู่ก็เป็นคนรุ่นเก่า”* สำหรับแนวทางการพัฒนาควรมุ่งสร้างแรงจูงใจและรูปแบบเกษตรที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตร่วมสมัย เช่น การใช้เทคโนโลยีการผลิตแบบง่าย การตลาดออนไลน์ การพัฒนาสวนเป็นแหล่งเรียนรู้หรือท่องเที่ยวเชิงเกษตร รวมถึงกิจกรรมเกษตรเชิงสร้างสรรค์ เช่น การเก็บเกี่ยวร่วมกับผู้บริโภคหรือการแปรรูปในระดับชุมชนควบคู่กับการสนับสนุนจากภาครัฐในรูปแบบที่เข้าถึงได้จริง เช่น การอบรมทักษะตลาดออนไลน์และการสนับสนุนอุปกรณ์พื้นฐาน

จากผลการศึกษาดังกล่าวข้างต้นชี้ให้เห็นแนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรมในเขตชานเมืองควรเปลี่ยนจากการปรับตัวระดับครัวเรือนเพียงอย่างเดียวไปสู่การบูรณาการเชิงพื้นที่ที่เชื่อมโยงการจัดการทรัพยากร เศรษฐกิจ และศักยภาพชุมชนเข้าด้วยกันผ่านกลไกระดับท้องถิ่นควบคู่กับการสนับสนุนจากภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การจัดการพื้นที่เกษตรเชิงระบบ การพัฒนาช่องทางตลาดที่เชื่อมโยงเมือง และการส่งเสริมรูปแบบเกษตรที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตร่วมสมัย ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการดำรงอยู่ของเกษตรกรรมชานเมืองในระยะยาว

อภิปรายผล

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงพลวัตของเกษตรกรรมในพื้นที่ชานเมืองตำบลเกาะแต้วที่เผชิญแรงกดดันจากการขยายตัวของเมือง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และการใช้ที่ดิน โดยสามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ของการศึกษาได้ดังนี้

ประการแรก ครัวเรือนเกษตรกรในตำบลเกาะแต้วมีลักษณะพึ่งพาหลายแหล่งรายได้ โดยยังคงทำเกษตรกรรมควบคู่กับรายได้นอกภาคเกษตร สะท้อนการปรับตัวภายใต้ข้อจำกัดด้านต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้นและรายได้ที่ไม่แน่นอน ซึ่งทำให้ไม่สามารถพึ่งพาเกษตรกรรมเป็นรายได้หลักได้อย่างมั่นคง ลักษณะดังกล่าวสอดคล้องกับแนวโน้มของเกษตรกรรมชานเมืองในประเทศไทยที่ครัวเรือนกระจายแหล่งรายได้เพื่อลด ความเสี่ยงทาง

เศรษฐกิจ (สุรีย์พร เพชรพิไสย, 2563); (อมรรัตน์ ศรีวิชัย และคณะ, 2564) ทั้งนี้ ผลการศึกษา ยังสะท้อนลักษณะเฉพาะของพื้นที่เกาะแต้ว คือ การพึ่งพารายได้จากภาคเมืองใกล้เคียงควบคู่กับการรักษา การผลิตเพื่อบริโภคในครัวเรือน ซึ่งชี้ให้เห็นความเชื่อมโยงระหว่างชนบทกับเมืองในระดับครัวเรือน อย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์แบบเครือญาติและการช่วยเหลือกันในชุมชนยังคงเป็นทุนทางสังคมสำคัญที่ช่วยลดความเปราะบางของครัวเรือน (ชยันต์ วรรธนะภูติ, 2562)

ประการที่สอง การขยายตัวของเมืองส่งผลให้พื้นที่เกษตรกรรมลดลงและถูกเปลี่ยนเป็นพื้นที่อยู่อาศัยและกิจกรรมเมืองอื่นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการเปลี่ยนจากนาข้าวไปสู่สวนพืชเศรษฐกิจและที่อยู่อาศัย ซึ่งสะท้อนกระบวนการเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในพื้นที่ชานเมือง แนวโน้มดังกล่าวสอดคล้องกับงานศึกษา ทั้งในระดับนานาชาติ (Laiprakobsup, T., 2022) และในบริบทประเทศไทย (Fa Likitswat & Sahavacharin, A., 2023) อย่างไรก็ตาม กรณีของตำบลเกาะแต้วแสดงให้เห็นว่า การเปลี่ยนแปลงไม่ได้เป็นเพียงการลดลงของพื้นที่เกษตร แต่เป็นการปรับเปลี่ยนการใช้ประโยชน์ที่ดินให้สอดคล้องกับข้อจำกัดด้านแรงงานและความคุ้มค่า ทางเศรษฐกิจ ซึ่งสะท้อนลักษณะของพื้นที่ชานเมืองที่มีการใช้ที่ดินแบบผสมผสานและยืดหยุ่น (Tacoli, C., 2003) นอกจากนี้ การลดลงของแรงงานภาคเกษตรมีความสัมพันธ์กับการที่แรงงานรุ่นใหม่แม้ยังคงอาศัยอยู่ในพื้นที่ แต่ไม่เลือกประกอบอาชีพเกษตรกรรม ส่งผลให้ภาคเกษตรเข้าสู่สังคมสูงวัย และกลายเป็นข้อจำกัดต่อความต่อเนื่องของการผลิตในระยะยาว

ประการสุดท้าย ในส่วนของแนวทางการรักษาวิถีเกษตรกรรม ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า แม้เกษตรกรจะมีการปรับตัวในระดับครัวเรือน เช่น การทำเกษตรผสมผสาน การผลิตเพื่อบริโภค และการใช้ช่องทางตลาดออนไลน์ แต่แนวทางดังกล่าวยังเป็นการประคองตัวภายใต้ข้อจำกัดเดิม ดังนั้น การรักษาวิถีเกษตรกรรมในพื้นที่ชานเมืองจึงจำเป็นต้องขยายไปสู่การจัดการในระดับพื้นที่และชุมชน เช่น การส่งเสริมการใช้ประโยชน์ที่ดินให้เหมาะสมกับศักยภาพพื้นที่ การพัฒนาช่องทางตลาดที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภคในเมือง และการสร้างมูลค่าเพิ่มของผลผลิต แนวโน้มดังกล่าวสะท้อนว่า การดำรงอยู่ของเกษตรกรรมชานเมืองไม่ได้ขึ้นอยู่กับ การปรับตัวของเกษตรกรในระดับครัวเรือนเพียงอย่างเดียว แต่เกี่ยวข้องกับข้อจำกัดเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงทั้งด้านที่ดิน แรงงาน และตลาด ซึ่งต้องอาศัยการสนับสนุนและการจัดการในระดับท้องถิ่นควบคู่กัน

จากผลการศึกษาทั้งหมด พื้นที่เกษตรชานเมืองตำบลเกาะแต้วยังคงมีบทบาทสำคัญทั้งใน ด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม อย่างไรก็ตาม การขยายตัวของเมืองที่ขาดการเชื่อมโยงกับศักยภาพพื้นที่อาจทำให้บทบาทดังกล่าวลดลงในระยะยาว ดังนั้น การวางแผนการใช้ที่ดินและการพัฒนาในระดับท้องถิ่น ควรคำนึงถึงการรักษาสมดุลระหว่างการพัฒนาเมืองกับการคงอยู่ของพื้นที่เกษตร เพื่อสนับสนุนความยืดหยุ่นของระบบเมืองและความมั่นคงทางอาหารในอนาคต

สรุปและข้อเสนอแนะ

การศึกษานี้ชี้ให้เห็นว่า ตำบลเกาะแต้วกำลังอยู่ในช่วงเปลี่ยนผ่านจากพื้นที่เกษตรกรรมสู่พื้นที่ชานเมืองที่มีการใช้ประโยชน์ที่ดินหลากหลายมากขึ้น ส่งผลให้เกิดผลกระทบต่อภาคเกษตรกรรมอย่างชัดเจน ทั้งการลดลงของพื้นที่เกษตร การเพิ่มขึ้นของต้นทุนการผลิต ความไม่แน่นอนของรายได้ และการลดลง ของแรงงานภาคเกษตรภายใต้โครงสร้างสังคมสูงวัย แม้ครัวเรือนเกษตรกรจะมีการปรับตัวผ่านการทำเกษตรผสมผสานและการกระจายรายได้ แต่ยังคงเป็นการประคองตัวมากกว่าการสร้างความมั่นคงในระยะยาวขณะเดียวกัน ทุนทางสังคมและความสัมพันธ์ในชุมชนยังคงมีบทบาทสำคัญต่อการดำรงวิถีเกษตรกรรมข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ ได้แก่ การส่งเสริมการจัดการพื้นที่เกษตรที่เหมาะสมกับบริบทท้องถิ่น การพัฒนาช่องทางตลาดที่เชื่อมโยงกับผู้บริโภคในเมือง เช่น ตลาดชุมชนหรือการจำหน่ายผ่านสื่อออนไลน์ และ การสนับสนุนการแปรรูปสินค้าเพื่อเพิ่มมูลค่าในระดับครัวเรือน ควบคู่กับการเสริมสร้างทักษะด้านการตลาดและการใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม ซึ่งเป็นแนวทางที่สามารถดำเนินการ

ได้ในระดับชุมชน สำหรับการวิจัย ในอนาคต ควรมุ่งศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการประเมินคุณค่าของพื้นที่เกษตรชานเมือง และการติดตาม การเปลี่ยนแปลงการใช้ที่ดินในระยะยาวโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีภูมิสารสนเทศเพื่อทำความเข้าใจพลวัต ของพื้นที่และการปรับตัวของเกษตรกรได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งนี้ การรักษาวิถีเกษตรกรรมในพื้นที่ชานเมืองจำเป็นต้องอาศัยการเชื่อมโยงระหว่างศักยภาพของชุมชนกับการสนับสนุนในระดับท้องถิ่น ผ่านแนวทางที่สอดคล้องกับบริบทพื้นที่และสามารถนำไปปฏิบัติได้จริง

กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณทุนอุดหนุนการวิจัยและนวัตกรรม คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยทักษิณ ประจำปีงบประมาณ 2567

เอกสารอ้างอิง

กฤษดา ปัจจ่าเนย์ และ ธนพฤกษ์ ชามะรัตน์. (2561). ผลกระทบจากการกลายเป็นเมืองด้านการเข้าถึงและครอบครองสินทรัพย์ของครัวเรือนแรงงานชานเมืองขอนแก่น. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 5(2), 101-126.

ชยันต์ วรรธนะภูติ. (2562). ทุนทางสังคม วัฒนธรรม และการเปลี่ยนแปลงของชุมชนชนบทไทย. เชียงใหม่: ศูนย์ศึกษาชาติพันธุ์.

ศูนย์วิจัยและสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (SDG Move). (2565). การกลายเป็นเมืองอย่างยั่งยืน. เรียกใช้เมื่อ 2 กรกฎาคม 2567 จาก https://www.sdgmove.com/2021/07/22/ sdg-vocab-37-sustainable-urbanization/

สุรีย์พร เพชรพิไสย. (2563). การเปลี่ยนผ่านของเกษตรกรในพื้นที่ชานเมือง: การปรับตัวของวิถีชีวิตและโครงสร้างรายได้ของครัวเรือนเกษตรกร. วารสารสังคมศาสตร์และการพัฒนา, 12(2), 45-68.

อมรรัตน์ ศรีวิชัย และคณะ. (2564). การจัดการรายได้และความมั่นคงของครัวเรือนเกษตรกรรอบเมืองในประเทศไทย. วารสารเศรษฐศาสตร์เกษตรและทรัพยากร, 41(1), 89-112.

อาทิตย์ สุโขทัย. (2561). การเปลี่ยนแปลงสู่ความเป็นเมืองที่มีผลกระทบต่อบทบาทของกำนันผู้ใหญ่บ้านในพื้นที่อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Fa Likitswat & Sahavacharin, A. (2023). Landscape change analysis: Ecosystem services in the peri-urban agriculture of Bangkok. Journal of Architectural/ Planning Research and Studies (JARS), 20(2), 25-37.

Laiprakobsup, T. (2022). Urbanization and farmer adaptation in the Bangkok suburban area. Kasetsart. Journal of Social Sciences, 44(2), 387-396.

Lei et al. (2025). The transformation of peri-urban agriculture and its implications for urban–rural integration under the influence of digital technology. Land, 14(2) , 375. https://doi.org/10.3390/land14020375.

McGee, T. G. (1991). The emergence of desakota regions in Asia: Expanding a hypothesis. In G. L. Ginsburg, B. Koppel & T. G. McGee (Eds.), The extended metropolis: Settlement transition in Asia (pp. 3-25). Honolulu, HI: University of Hawaii Press.

Simon, D. (2008). Urban environments: Issues on the peri- urban fringe. Annual Review of Environment and Resources, 33, 167- 185. https: / / doi. org/ 10. 1146/ annurev. environ.33.021407.093240.

Tacoli, C. (2003). The links between urban and rural development. In The earthscan reader in rural–urban linkages (pp. 3-12). London: Earthscan.

United Nations, Department of Economic and Social Affairs, Population Division. (2018). World urbanization prospects: The 2018 revision. New York: United Nations.

บทความวิชาการ

ธรรมาภิบาลในการบริหารจัดการสิทธิทรัพย์สินทางปัญญา ของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ*

GOOD GOVERNANCE IN THE MANAGEMENT OF INTELLECTUAL PROPERTY RIGHTS OF RAJABHAT UNIVERSITIES IN THE NORTHERN REGIONAL GROUP OF THAILAND

วราภรณ์ อัศวลาภสกุล*, เมธาพร จันไทย
Waraporn Atsawalapsakun*, Methaporn Chanthai
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อุตรดิตถ์ ประเทศไทย
Faculty of Humanities and Social Sciences, Uttaradit Rajabhat University, Uttaradit, Thailand
*Corresponding author E-mail: waraporn atsawalapsakun@gmail.com
*Tel: 095-628-2293

บทคัดย่อ

บทความนี้ศึกษาปัญหาและข้อเสนอเชิงนโยบายในการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ โดยวิเคราะห์ภายใต้กรอบกฎหมายมหาชนและหลักธรรมาภิบาล รวมถึงความสอดคล้องกับหลักความเป็นธรรมและความชอบด้วยกฎหมาย ผลการศึกษาพบว่า แม้ประเทศไทยจะมีกฎหมายรองรับอย่างชัดเจน เช่น พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พระราชบัญญัติสิทธิบัตร และพระราชบัญญัติส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 แต่การบังคับใช้ในมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือยังมีข้อจำกัดเฉพาะ กล่าวคือ 1) ระเบียบภายในของแต่ละมหาวิทยาลัยมีความแตกต่างและขาดมาตรฐานร่วม ส่งผลให้สถานะความเป็นเจ้าของสิทธิระหว่างผู้วิจัยกับมหาวิทยาลัยไม่ชัดเจน 2) การกำหนดหลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์มีความหลากหลายและไม่สอดคล้องกัน บางแห่งกำหนดโดยฝ่ายบริหารเป็นหลักโดยไม่มีแนวทางกลาง 3) กลไกการเปิดเผยข้อมูลและการตรวจสอบยังไม่เป็นระบบ เช่น การไม่เปิดเผยสัดส่วนรายได้หรือเกณฑ์การพิจารณาสิทธิอย่างชัดเจน และ 4) ข้อจำกัดด้านศักยภาพของหน่วยงานบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ซึ่งกระทบต่อประสิทธิภาพในการถ่ายทอดเทคโนโลยี เมื่อพิจารณาตามหลักธรรมาภิบาล ยังพบข้อบกพร่องด้านความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วม โดยเฉพาะผู้วิจัยที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย ส่งผลต่อแรงจูงใจและการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัย บทความเสนอว่า ควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการในเชิงโครงสร้าง โดย 1) ปรับปรุงระเบียบภายในให้มีความชัดเจนและพัฒนาเป็นมาตรฐานร่วมในระดับภูมิภาค 2) กำหนดระบบแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม โปร่งใส และเปรียบเทียบได้ 3) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้เสีย และ 4) พัฒนาศักยภาพหน่วยงานบริหารจัดการให้มีความเชี่ยวชาญและมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: ทรัพย์สินทางปัญญา, ธรรมาภิบาล, หลักนิติรัฐ, หลักนิติธรรม, การบริหารจัดการสิทธิ

Abstract

This article examines the problems and policy recommendations concerning the management of intellectual property rights of Rajabhat Universities in the Northern Regional Group of Thailand. The analysis is conducted within the framework of public law and good

* Received 10 April 2026; Revised 26 April 2026; Accepted 27 April 2026

governance, including an assessment of its consistency with the principles of fairness and legal legitimacy. The findings reveal that, although Thailand has established a clear legal framework such as the Copyright Act, the Patent Act, and the Research and Innovation Utilization Promotion Act B.E. 2564 (2021) the implementation at Rajabhat Universities in the Northern Region still faces specific limitations. These include: 1) significant variations in internal regulations among universities and the absence of common standards, resulting in ambiguity in the ownership of rights between researchers and universities; 2) inconsistent and non-uniform benefit-sharing arrangements, with some institutions determining allocations primarily by administrative discretion without a unified framework; 3) the lack of systematic mechanisms for information disclosure and oversight, such as the non-disclosure of revenue-sharing schemes or unclear criteria for rights allocation; and 4) limitations in the capacity of intellectual property management units, which affect the efficiency of technology transfer. Furthermore, from the perspective of good governance, deficiencies are evident in terms of transparency, accountability, and stakeholder participation. Researchers, as primary creators, often face limited access to information and insufficient involvement in policy-making, which undermines incentives for innovation and the effective utilization of research outputs. This article proposes that the system of intellectual property rights management should be restructured by: 1) improving internal regulations to ensure clarity and developing common standards at the regional level; 2) establishing fair, transparent, and comparable benefit-sharing mechanisms; 3) enhancing participation of researchers and relevant stakeholders; and 4) strengthening the capacity of intellectual property management units to ensure professional and efficient operations.

Keywords: Intellectual Property, Good Governance, Rule of Law, Legal Legitimacy, Intellectual Property Rights Management

บทนำ

ในบริบทของเศรษฐกิจฐานความรู้ สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาได้กลายเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มจากองค์ความรู้และนวัตกรรม โดยกฎหมายได้ให้การรับรองสถานะของสิทธิในผลงานดังกล่าวในฐานะทรัพย์สินเชิงนามธรรมที่สามารถโอน ใช้ประโยชน์ และก่อให้เกิดผลตอบแทนทางเศรษฐกิจได้ (ไพจิตร ปุญญพันธุ์, 2545) ทั้งนี้ แนวคิดสมัยใหม่ยังขยายขอบเขตการคุ้มครองไปถึงคุณค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบอื่น เช่น ชื่อเสียง ซึ่งได้รับการยอมรับว่าเป็นทรัพย์สินเชิงนามธรรมที่สามารถได้รับความคุ้มครองทางกฎหมายเช่นเดียวกับทรัพย์สินประเภทอื่น (เมลินี โฆษิตวัฒนฤกษ์, 2564)

อย่างไรก็ตาม แม้ประเทศไทยจะได้พัฒนาโครงสร้างกฎหมายเพื่อรองรับการสร้างและใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการตราพระราชบัญญัติส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหาการที่ผลงานวิจัยจำนวนมากไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ หรือที่เรียกว่า “งานวิจัยขึ้นหิ้ง” อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านการบริหารจัดการสิทธิและกลไกการถ่ายทอดเทคโนโลยี และได้ปรับบทบาทของหน่วยงานของรัฐจากผู้สนับสนุนงบประมาณมาเป็นผู้มีอำนาจในการเป็นเจ้าของและบริหารจัดการสิทธิในผลงานวิจัย เพื่อส่งเสริมให้เกิดการใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2564) แต่ในทางปฏิบัติ กลับยังปรากฏข้อจำกัดสำคัญในระดับสถาบัน โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ เช่น มหาวิทยาลัยราชภัฏ ทั้งในเชิงโครงสร้างและเชิงกฎหมาย ได้แก่ ความไม่ชัดเจน

ของสถานะความเป็นเจ้าของสิทธิระหว่างผู้วิจัยกับหน่วยงาน การกำหนดหลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ที่ขาดความเป็นธรรมและความโปร่งใส ตลอดจนการขาดกลไกในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นระบบ ปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความไม่สอดคล้องระหว่างกฎหมายระดับชาติและการบังคับใช้ในระดับองค์กร ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการวิเคราะห์ภายใต้กรอบของกฎหมายมหาชนและหลักธรรมาภิบาล (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2559) ขณะเดียวกัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีดิจิทัลยังส่งผลให้ระบบการคุ้มครองและบังคับใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เช่น ปัญหาข้อจำกัดของกลไกแจ้งเตือนและลบเนื้อหา ตลอดจนความไม่ชัดเจนในการตีความกฎหมายในบางกรณี เช่น การคุ้มครองงานดัดแปลง ซึ่งอาจกระทบต่อหลักความแน่นอนของกฎหมายและสิทธิของผู้เกี่ยวข้อง (สลิลธร ทองมีนสุข, 2565); (ช้องนาง วิพุธานุพงษ์, 2564) แม้ว่ารัฐจะมีความพยายามปรับปรุงกฎหมายให้สอดคล้องกับบริบทของเทคโนโลยีสมัยใหม่ เช่น การแก้ไขเพิ่มเติมพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565 เพื่อยกระดับมาตรฐานการคุ้มครองให้สอดคล้องกับกฎหมายระหว่างประเทศ แต่การปรับปรุงกฎหมายเพียงอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอ หากขาดระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการกำกับดูแลภาครัฐ (จิตติมา ศรีถาพร, 2565) ภายใต้บริบทดังกล่าว หลักธรรมาภิบาลจึงมีบทบาทสำคัญในการกำกับการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาของรัฐ ซึ่งต้องดำเนินการภายใต้หลักนิติรัฐและนิติธรรม องค์ประกอบสำคัญของธรรมาภิบาล ได้แก่ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วม และประสิทธิภาพ อันเป็นกลไกในการสร้างสมดุลระหว่างสิทธิของผู้สร้างสรรค์ ผลประโยชน์ขององค์กร และประโยชน์สาธารณะ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2555) ด้วยเหตุนี้ จึงเกิดคำถามสำคัญในเชิงนิติศาสตร์ว่า ระบบการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏมีความสอดคล้องกับหลักนิติรัฐ นิติธรรม และธรรมาภิบาลเพียงใด และควรได้รับการปรับปรุงในทิศทางใด

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ โดยมุ่งวิเคราะห์ปัญหาเชิงโครงสร้างและเชิงกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ตลอดจนประเมินความสอดคล้องของระบบดังกล่าวกับหลักการทางกฎหมายมหาชน และเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาระบบการกำกับดูแลให้มีความเป็นธรรม โปร่งใส และมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

แนวคิด ทฤษฎี และหลักการทางกฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือภายใต้กรอบหลักธรรมาภิบาล จำเป็นต้องอาศัยฐานแนวคิดทางกฎหมายมหาชนและกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาเป็นกรอบในการวิเคราะห์ เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างอำนาจของรัฐกับสิทธิของเอกชนอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ แนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ หลักนิติรัฐและนิติธรรม หลักธรรมาภิบาล และแนวคิดทรัพย์สินทางปัญญา

1. หลักนิติรัฐและนิติธรรม

หลักนิติรัฐเป็นหลักการพื้นฐานสำคัญของกฎหมายมหาชน ซึ่งมีสาระสำคัญอยู่ที่การกำหนดให้การใช้อำนาจของรัฐต้องอยู่ภายใต้กฎหมาย มิใช่เป็นไปตามอำเภอใจของผู้ใช้อำนาจ ทั้งนี้ การใช้อำนาจดังกล่าวจะต้องมีที่มาจากกฎหมายที่ชัดเจน มีความแน่นอน และสามารถคาดหมายได้ ตลอดจนต้องเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบได้ทั้งในเชิงกระบวนการและเนื้อหา อันเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันการใช้อำนาจโดยพลการของรัฐ และเพื่อคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในฐานะผู้ถูกใช้อำนาจ (วรเจตน์ ภาคีรัตน์, 2559)

ในมิติของโครงสร้างรัฐ หลักนิติรัฐยังมีบทบาทในการสร้างดุลยภาพระหว่างอำนาจรัฐกับสิทธิของเอกชนผ่านกลไกต่าง ๆ เช่น การแบ่งแยกอำนาจ การควบคุมตรวจสอบการใช้อำนาจทางปกครอง และการรับรองสิทธิในกระบวนการยุติธรรม ซึ่งล้วนเป็นองค์ประกอบที่ทำให้การบริหารราชการแผ่นดินดำเนินไปอย่างโปร่งใส เป็นธรรม และยึดมั่นในหลักกฎหมายเป็นสำคัญ

อย่างไรก็ตาม การพิจารณาความชอบด้วยกฎหมายของการใช้อำนาจรัฐมิได้จำกัดอยู่เพียง “ความชอบด้วยรูปแบบ” เท่านั้น หากแต่ต้องคำนึงถึง “ความชอบธรรมในเชิงเนื้อหา” ด้วย ซึ่งเป็นสาระสำคัญของหลักนิติธรรม กล่าวคือ แม้การใช้อำนาจของรัฐจะมีฐานทางกฎหมายรองรับ แต่หากกฎหมายหรือการใช้อำนาจนั้นก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรม เลือกปฏิบัติ หรือกระทบต่อสิทธิของบุคคลเกินสมควร ก็อาจถือได้ว่าไม่สอดคล้องกับหลักนิติธรรม (บวรศักดิ์ อุวรรณโณ, 2550)

หลักนิติธรรมจึงมีบทบาทในการกำกับทั้งการตรากฎหมาย การตีความ และการบังคับใช้กฎหมาย โดยต้องคำนึงถึงหลักความเสมอภาค ศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ และความยุติธรรมในเชิงเนื้อหา อันเป็นกลไกสำคัญในการป้องกันมิให้กฎหมายกลายเป็นเพียงเครื่องมือของอำนาจรัฐ หากแต่ต้องเป็นเครื่องมือในการคุ้มครองสิทธิและสร้างความเป็นธรรมในสังคม

เพื่อให้การควบคุมการใช้อำนาจรัฐมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น หลักนิติรัฐและนิติธรรมยังเชื่อมโยงกับ “หลักความได้สัดส่วน” ซึ่งเป็นเกณฑ์สำคัญในการประเมินความชอบด้วยกฎหมายในเชิงเนื้อหา โดยกำหนดให้การจำกัดสิทธิของบุคคลต้องผ่านการพิจารณาอย่างเป็นขั้นตอน ได้แก่ 1) ความเหมาะสมของมาตรการในการบรรลุวัตถุประสงค์ที่ชอบด้วยกฎหมาย 2) ความจำเป็น โดยไม่มีมาตรการอื่นที่กระทบสิทธิน้อยกว่าแต่ให้ผลลัพธ์เดียวกัน และ 3) ความได้สัดส่วนในความหมายอย่างแคบ กล่าวคือ ประโยชน์สาธารณะที่ได้รับต้องมีน้ำหนักมากกว่าความเสียหายที่เกิดขึ้นแก่สิทธิของบุคคล (สมยศ เชื้อไทย, 2553)

เมื่อพิจารณาในบริบทของมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งมีสถานะเป็นหน่วยงานของรัฐ การกำหนดระเบียบข้อบังคับ หรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับสิทธิในผลงานวิจัยและนวัตกรรม ย่อมมีลักษณะเป็นการใช้อำนาจทางปกครองที่ต้องอยู่ภายใต้หลักนิติรัฐและนิติธรรมอย่างเคร่งครัด กล่าวคือ การกำหนดความเป็นเจ้าของสิทธิจะต้องมีฐานอำนาจตามกฎหมายที่ชัดเจน มีความโปร่งใส และสามารถตรวจสอบได้ อีกทั้งต้องไม่ขัดหรือแย้งต่อกฎหมายแม่บทและต้องคำนึงถึงสิทธิของผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน

ในทางปฏิบัติ หากมหาวิทยาลัยกำหนดให้ตนเองเป็นเจ้าของสิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยปราศจากข้อตกลงที่ชัดเจน หรือไม่มีระบบแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรม เช่น การกำหนดสัดส่วนรายได้โดยฝ่ายบริหารเพียงฝ่ายเดียว หรือไม่เปิดเผยหลักเกณฑ์ในการพิจารณาสิทธิ ย่อมอาจเข้าข่ายเป็นการใช้อำนาจที่ไม่สอดคล้องกับหลักความได้สัดส่วนและหลักนิติธรรมในเชิงเนื้อหา

ดังนั้น หลักนิติรัฐและนิติธรรมจึงมิได้เป็นเพียงกรอบเชิงนามธรรม หากแต่เป็น “เกณฑ์เชิงบรรทัดฐาน” ที่ใช้ในการประเมินความชอบด้วยกฎหมายและความชอบธรรมของการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันอุดมศึกษา โดยมีบทบาทสำคัญในการสร้างสมดุลระหว่างอำนาจของรัฐ สิทธิของผู้วิจัย และประโยชน์สาธารณะอย่างเป็นธรรม

2. หลักธรรมาภิบาล

หลักธรรมาภิบาลเป็นแนวคิดเชิงบรรทัดฐานที่มุ่งกำกับการใช้อำนาจของรัฐและองค์กรสาธารณะให้ดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยมีเป้าหมายสำคัญเพื่อป้องกันการใช้อำนาจโดยมิชอบ และเสริมสร้างความเชื่อมั่นของสาธารณะต่อระบบการบริหารราชการแผ่นดิน ทั้งนี้ หลักธรรมา ภิบาลมิได้ทำหน้าที่แทนหลักนิติรัฐ หากแต่เป็น “กลไกเสริมเชิงปฏิบัติ” ที่ทำให้การใช้อำนาจที่ชอบด้วยกฎหมายแล้ว มีความชอบธรรมและมีประสิทธิภาพในทางปฏิบัติ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2546)

ในเชิงองค์ประกอบ หลักธรรมาภิบาลประกอบด้วยมิติสำคัญอย่างน้อย 4 ประการ ได้แก่ ความโปร่งใส ความรับผิดชอบ การมีส่วนร่วม และประสิทธิภาพ ซึ่งแต่ละองค์ประกอบมีบทบาทเฉพาะในการกำกับการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ดังนี้

ประการแรก ความโปร่งใส (transparency) หมายถึง การเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจ หลักเกณฑ์ และผลลัพธ์ของการใช้อำนาจอย่างชัดเจนและเข้าถึงได้ ในบริบทของมหาวิทยาลัย ความโปร่งใสย่อม

ครอบคลุมถึงการเปิดเผยหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสิทธิในผลงานวิจัย การกำหนดสัดส่วนการแบ่งปันผลประโยชน์ และรายได้ที่เกิดจากการใช้ประโยชน์ในเชิงพาณิชย์ อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติยังพบว่าหลายสถาบันไม่มีการเปิดเผยข้อมูลดังกล่าวอย่างเป็นระบบ เช่น ไม่ระบุสูตรหรือเกณฑ์การแบ่งรายได้ หรือไม่มีการเผยแพร่ข้อมูลรายได้จากการถ่ายทอดเทคโนโลยี ซึ่งอาจนำไปสู่ความไม่ไว้วางใจและข้อพิพาทในภายหลัง

ประการที่สอง ความรับผิดชอบ (accountability) หมายถึง การที่ผู้ใช้อำนาจต้องสามารถถูกตรวจสอบและรับผิดในผลของการตัดสินใจของตนได้ ทั้งในเชิงองค์กรและบุคคล ในบริบทของการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญา ความรับผิดชอบครอบคลุมถึงการติดตามการใช้สิทธิ การบริหารรายได้ และการจัดสรรผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม หากขาดกลไกตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ เช่น ไม่มีระบบรายงานผลหรือไม่มีหน่วยงานตรวจสอบอิสระ อาจเปิดช่องให้เกิดการใช้อำนาจโดยมิชอบหรือการจัดสรรผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรม

ประการที่สาม การมีส่วนร่วม (participation) หมายถึง การเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีบทบาทในการกำหนดนโยบายหรือการตัดสินใจที่เกี่ยวข้อง ในกรณีของมหาวิทยาลัย ผู้มีส่วนได้เสียสำคัญ ได้แก่ นักวิจัย ชุมชน และภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ในทางปฏิบัติ การกำหนดระเบียบหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญามักดำเนินการในลักษณะรวมศูนย์โดยฝ่ายบริหาร โดยขาดกระบวนการรับฟังความคิดเห็นอย่างเป็นระบบ ซึ่งอาจทำให้มาตรการที่ออกมาไม่สอดคล้องกับความเป็นจริงและก่อให้เกิดความขัดแย้ง

ประการที่สี่ ประสิทธิภาพ (efficiency) หมายถึง ความสามารถของระบบในการบรรลุวัตถุประสงค์ได้อย่างเหมาะสมและคุ้มค่า ในบริบทของทรัพย์สินทางปัญญา ประสิทธิภาพสะท้อนผ่านความสามารถในการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้จริง เช่น การถ่ายทอดเทคโนโลยี การอนุญาตให้ใช้สิทธิ หรือการพัฒนาเชิงพาณิชย์ หากระบบบริหารจัดการไม่มีความคล่องตัว หรือขาดหน่วยงานที่มีความเชี่ยวชาญ เช่น หน่วยงานถ่ายทอดเทคโนโลยี (TTO) ย่อมส่งผลให้ผลงานวิจัยไม่ถูกนำไปใช้ประโยชน์อย่างเต็มศักยภาพ

เมื่อพิจารณาในภาพรวม หลักธรรมาภิบาลจึงมีบทบาทสำคัญในการสร้างดุลยภาพระหว่างผลประโยชน์ของผู้วิจัย มหาวิทยาลัย และสาธารณะ โดยทำหน้าที่กำกับให้การจัดสรรสิทธิและผลประโยชน์เป็นไปอย่างเป็นธรรม โปร่งใส และตรวจสอบได้ อันจะช่วยลดความขัดแย้งและเสริมสร้างประสิทธิภาพของระบบการบริหารจัดการ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2555)

อย่างไรก็ดี หากขาดการบูรณาการหลักธรรมาภิบาลในเชิงโครงสร้าง เช่น ไม่มีมาตรฐานกลางในการกำหนดสิทธิ ไม่มีระบบเปิดเผยข้อมูล หรือไม่มีช่องทางการมีส่วนร่วมของผู้วิจัย ย่อมทำให้การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาเผชิญปัญหาทั้งในเชิงความชอบธรรมและประสิทธิภาพ

ดังนั้น หลักธรรมาภิบาลจึงมิใช่เพียงหลักการเชิงนามธรรม หากแต่เป็น “เครื่องมือเชิงสถาบัน” ที่มีบทบาทสำคัญในการกำกับการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาให้สอดคล้องกับหลักความเป็นธรรม ความโปร่งใส และประโยชน์สาธารณะอย่างแท้จริง

3. แนวคิดทรัพย์สินทางปัญญา

ทรัพย์สินทางปัญญาเป็นสิทธิทางกฎหมายที่มุ่งคุ้มครองผลงานอันเกิดจากความคิดสร้างสรรค์ของมนุษย์ ไม่ว่าจะอยู่ในรูปของงานวรรณกรรม งานศิลปกรรม สิ่งประดิษฐ์ หรือเครื่องหมายที่ใช้ในทางการค้า โดยแม้สิทธิดังกล่าวจะมีลักษณะเป็น “ทรัพย์สินเชิงนามธรรม” ซึ่งไม่อาจจับต้องได้ในทางกายภาพ แต่กฎหมายได้ยอมรับให้มีสถานะเป็นทรัพย์สินที่มีมูลค่าทางเศรษฐกิจ สามารถโอน ใช้ประโยชน์ หรือแสวงหาผลตอบแทนได้ ทั้งนี้ การให้ความคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญามีวัตถุประสงค์สำคัญเพื่อจูงใจให้เกิดการสร้างสรรค์และนวัตกรรม อันนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจและสังคม อย่างไรก็ดี สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญามิใช่สิทธิเด็ดขาด หากแต่เป็นสิทธิที่กฎหมายกำหนดขอบเขตและเงื่อนไขไว้โดยเฉพาะ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างผลประโยชน์ของผู้ทรงสิทธิและประโยชน์สาธารณะ เช่น การกำหนดระยะเวลาคุ้มครอง การใช้สิทธิโดยชอบธรรม และข้อยกเว้นอื่น ๆ ซึ่งสะท้อน

ให้เห็นว่าทรัพย์สินทางปัญญาเป็นกลไกทางกฎหมายที่มีลักษณะเป็นทั้งเครื่องมือทางเศรษฐกิจและเครื่องมือในการจัดระเบียบผลประโยชน์ในสังคมควบคู่กันไป (ไพจิตร ปุญญพันธุ์, 2545)

ในยุคเศรษฐกิจฐานความรู้ ทรัพย์สินทางปัญญามีบทบาทเชิงโครงสร้างในฐานะกลไกทางกฎหมายที่เอื้อให้เกิดการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจจากองค์ความรู้และนวัตกรรม โดยสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาช่วยเปลี่ยน “ความรู้” ให้กลายเป็น “สินทรัพย์” ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ได้อย่างเป็นระบบ ทั้งในรูปของการให้สิทธิใช้ประโยชน์ การถ่ายทอดเทคโนโลยี และการพัฒนาเชิงอุตสาหกรรม อันเป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ นอกจากนี้ ระบบการคุ้มครองทรัพย์สินทางปัญญาที่ยังมีประสิทธิภาพยังทำหน้าที่สร้างแรงจูงใจให้เกิดการวิจัยและพัฒนา (R&D) อย่างต่อเนื่อง รวมถึงส่งเสริมการลงทุนจากภาคเอกชนและการร่วมมือระหว่างภาครัฐกับภาคธุรกิจ อย่างไรก็ดี การใช้ทรัพย์สินทางปัญญาในบริบทดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินไปภายใต้หลักความสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์กับการเข้าถึงองค์ความรู้ของสาธารณะ เพื่อให้การพัฒนานวัตกรรมเป็นไปอย่างยั่งยืนและไม่ก่อให้เกิดการผูกขาดที่เกินสมควร อันสอดคล้องกับบทบาทของทรัพย์สินทางปัญญาในฐานะทั้งเครื่องมือทางเศรษฐกิจและกลไกกำกับความเป็นธรรมในระบบการแข่งขัน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2563)

4. แนวคิดการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันอุดมศึกษา

การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันอุดมศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงองค์ความรู้จากงานวิจัยไปสู่การใช้ประโยชน์ในเชิงเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะภายใต้พระราชบัญญัติส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 ซึ่งกำหนดกรอบกฎหมายให้หน่วยงานของรัฐ รวมถึงสถาบันอุดมศึกษา สามารถเป็นเจ้าของและบริหารจัดการสิทธิในผลงานวิจัยและนวัตกรรมที่เกิดจากทุนวิจัยของรัฐได้ อันเป็นการเปลี่ยนผ่านบทบาทของรัฐจากผู้สนับสนุนงบประมาณไปสู่ “ผู้จัดการทรัพย์สินทางปัญญา” ที่มีบทบาทเชิงรุกในการส่งเสริมการนำผลงานวิจัยไปใช้ประโยชน์ ทั้งในรูปของการถ่ายทอดเทคโนโลยี การอนุญาตให้ใช้สิทธิ (licensing) และการสร้างมูลค่าเชิงพาณิชย์ อย่างไรก็ดี การใช้อำนาจดังกล่าวจำเป็นต้องดำเนินไปภายใต้กรอบของกฎหมายมหาชนและหลักธรรมาภิบาล โดยต้องคำนึงถึงความโปร่งใส ความเป็นธรรม และความสมดุลระหว่างสิทธิของผู้วิจัยกับผลประโยชน์ของรัฐและสาธารณะ เพื่อป้องกันมิให้การบริหารจัดกา รสิทธิกลายเป็นเครื่องมือในการแสวงหาประโยชน์โดยมิชอบ หรือก่อให้เกิดความไม่เป็นธรรมในเชิงโครงสร้างของระบบวิจัยและนวัตกรรม (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2564)

เมื่อวิเคราะห์ภายใต้กรอบหลักธรรมาภิบาล สามารถจำแนกประเด็นสำคัญได้ดังนี้

ประการแรก ความโปร่งใส (transparency) การบริหารจัดการสิทธิในผลงานวิจัยจำเป็นต้องมีการเปิดเผยข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสิทธิ การใช้สิทธิ รายได้ และหลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์อย่างชัดเจนและเข้าถึงได้ เพื่อให้สามารถตรวจสอบได้ในทางสาธารณะ

ประการที่สอง ความรับผิดชอบ (accountability) หน่วยงานที่เกี่ยวข้องต้องมีหน้าที่รับผิดชอบต่อการใช้อำนาจในการกำหนดสิทธิและการจัดสรรผลประโยชน์ โดยต้องมีกลไกติดตาม ตรวจสอบ และการร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ เพื่อป้องกันการใช้อำนาจโดยมิชอบ

ประการที่สาม การมีส่วนร่วม (participation) ผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน รวมถึงผู้มีส่วนได้เสียอื่นควรได้รับโอกาสในการมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายหรือแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การตัดสินใจมีความชอบธรรมและสะท้อนสภาพความเป็นจริงของระบบวิจัย

ประการที่สี่ หลักนิติธรรม (rule of law) การกำหนดสิทธิและการแบ่งปันผลประโยชน์ต้องอยู่ภายใต้กฎหมายที่ชัดเจน ไม่เลือกปฏิบัติ และคำนึงถึงความเป็นธรรม โดยเฉพาะต้องสะท้อนสัดส่วนการมีส่วนร่วมของผู้วิจัยอย่างเหมาะสม และต้องไม่เป็นการใช้อำนาจที่กระทบสิทธิเกินสมควร

ในภาพรวม การบูรณาการหลักธรรมาภิบาลในทั้งสี่มิติดังกล่าวจะช่วยให้การบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในสถาบันอุดมศึกษามีความโปร่งใส เป็นธรรม และมีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างความเชื่อมั่นในระบบ และส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยและนวัตกรรมอย่างยั่งยืน (สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ, 2564)

กฎหมายที่เกี่ยวข้อง

การบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนืออยู่ภายใต้กรอบกฎหมายหลายระดับ ทั้งกฎหมายแม่บทด้านทรัพย์สินทางปัญญา กฎหมายเฉพาะด้านการวิจัย และระเบียบภายในของมหาวิทยาลัย

ประการแรก พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ถือเป็นกฎหมายแม่บทที่กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสิทธิในผลงานสร้างสรรค์ โดยมีหลักการสำคัญคือ “ผู้สร้างสรรค์เป็นเจ้าของลิขสิทธิ์” เว้นแต่จะมีบทบัญญัติกฎหมายหรือข้อตกลงเป็นอย่างอื่น ซึ่งสะท้อนถึงการให้ความสำคัญต่อสิทธิของบุคคลผู้สร้างสรรค์ในฐานะเจ้าของผลงาน อย่างไรก็ตาม กฎหมายดังกล่าวยังเปิดช่องให้มีการโอนสิทธิหรือกำหนดสิทธิเป็นอย่างอื่นได้โดยอาศัยนิติกรรมหรือข้อกำหนดในสัญญา เช่น กรณีงานที่สร้างขึ้นตามสัญญาจ้าง หรือภายใต้เงื่อนไขของหน่วยงานที่ให้ทุนสนับสนุน (กรมทรัพย์สินทางปัญญา, 2563) ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา โดยเฉพาะมหาวิทยาลัยราชภัฏซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐ มักมีการออกระเบียบหรือข้อบังคับกำหนดให้สิทธิในผลงานวิจัยตกเป็นของมหาวิทยาลัยในฐานะผู้สนับสนุนทรัพยากรหรือทุนวิจัย ซึ่งในทางหลักการอาจกระทำได้ภายใต้กรอบของกฎหมายดังกล่าว แต่ในทางปฏิบัติกลับก่อให้เกิดปัญหาสำคัญหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ความไม่ชัดเจนในสถานะความเป็นเจ้าของสิทธิระหว่าง “ผู้สร้างสรรค์” กับ “หน่วยงาน” โดยเฉพาะในกรณีที่มิได้มีข้อตกลงเป็นลายลักษณ์อักษรที่ชัดเจนหรือมีการกำหนดเงื่อนไขที่คลุมเครือ ประการที่สอง ปัญหาความไม่เป็นธรรมในการจัดสรรสิทธิและผลประโยชน์ ซึ่งอาจกระทบต่อแรงจูงใจของนักวิจัยในการสร้างสรรค์ผลงาน และอาจขัดต่อหลักนิติธรรมในมิติของความเป็นธรรมเชิงเนื้อหา และประการที่สาม ปัญหาความไม่สอดคล้องกับหลักนิติรัฐและหลักความได้สัดส่วน หากระเบียบของมหาวิทยาลัยกำหนดให้หน่วยงานเป็นเจ้าของสิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่คำนึงถึงสิทธิของผู้วิจัยอย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การกำหนดสิทธิในลักษณะดังกล่าวยังอาจก่อให้เกิดความเสี่ยงในเชิงกฎหมาย เช่น ข้อพิพาทเกี่ยวกับสิทธิในผลงาน การโอนสิทธิ หรือการใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของระบบการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาในภาพรวม ดังนั้น แม้กฎหมายลิขสิทธิ์จะเปิดโอกาสให้มีการกำหนดสิทธิแตกต่างจากหลักทั่วไปได้ แต่การกำหนดดังกล่าวจำเป็นต้องอยู่ภายใต้กรอบของความชัดเจน ความเป็นธรรม และการคุ้มครองสิทธิของผู้สร้างสรรค์อย่างเหมาะสม เพื่อให้สอดคล้องกับหลักกฎหมายมหาชนและหลักธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง

ประการที่สอง พระราชบัญญัติสิทธิบัตร พ.ศ. 2522 และที่แก้ไขเพิ่มเติม เป็นกฎหมายสำคัญที่ทำหน้าที่คุ้มครองผลงานวิจัยเชิงนวัตกรรม โดยเฉพาะ “สิ่งประดิษฐ์” ที่มีลักษณะใหม่ มีขั้นการประดิษฐ์สูงขึ้น และสามารถประยุกต์ใช้ในทางอุตสาหกรรมได้ ซึ่งสะท้อนถึงบทบาทของกฎหมายในการส่งเสริมการวิจัยและพัฒนา ตลอดจนการถ่ายทอดเทคโนโลยีจากภาคการศึกษาไปสู่ภาคการผลิต (ไพจิตร ปุญญพันธุ์, 2545) ในบริบทของสถาบันอุดมศึกษา มหาวิทยาลัยสามารถมีสถานะเป็นผู้ขอรับสิทธิบัตรได้ทั้งในฐานะ “ผู้ประดิษฐ์” หรือ “ผู้รับโอนสิทธิ” จากนักวิจัย อย่างไรก็ดี การกำหนดสถานะดังกล่าวในทางปฏิบัติมักก่อให้เกิดประเด็นปัญหาทางกฎหมายหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ความไม่ชัดเจนในการกำหนดสิทธิระหว่างผู้ประดิษฐ์ซึ่งเป็นนักวิจัยกับมหาวิทยาลัยในฐานะหน่วยงานผู้สนับสนุนทรัพยากรหรือทุนวิจัย โดยเฉพาะในกรณีที่ไม่มีข้อตกลงเกี่ยวกับการโอนสิทธิหรือมีการกำหนดเงื่อนไขที่ไม่ชัดเจน ประการที่สอง ปัญหาการแบ่งปันผลประโยชน์จากการใช้สิทธิบัตร ซึ่งหากไม่มีหลักเกณฑ์ที่เป็นธรรมและโปร่งใส อาจกระทบต่อแรงจูงใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมของนักวิจัย และก่อให้เกิดข้อพิพาทในภายหลัง และประการที่สาม ปัญหาเชิงโครงสร้างของระบบบริหารจัดการสิทธิบัตร

ในมหาวิทยาลัย ซึ่งยังขาดกลไกสนับสนุนที่มีประสิทธิภาพ เช่น หน่วยงานถ่ายทอดเทคโนโลยี ที่มีความเชี่ยวชาญในการประเมินศักยภาพเชิงพาณิชย์และการบริหารสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา นอกจากนี้ หากพิจารณาภายใต้กรอบของหลักนิติรัฐและหลักธรรมาภิบาล การกำหนดให้มหาวิทยาลัยเป็นผู้ถือสิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียว โดยไม่คำนึงถึงสิทธิของผู้ประดิษฐ์ อาจเข้าข่ายเป็นการจำกัดสิทธิที่ไม่เป็นไปตามหลักความได้สัดส่วน และขาดความเป็นธรรมในเชิงเนื้อหา ดังนั้น การบังคับใช้กฎหมายสิทธิบัตรในบริบทของสถาบันอุดมศึกษาจึงจำเป็นต้องมีความชัดเจน โปร่งใส และคำนึงถึงความสมดุลระหว่างสิทธิของผู้ประดิษฐ์กับผลประโยชน์ขององค์กร เพื่อให้เกิดการส่งเสริมการสร้างนวัตกรรมอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับหลักกฎหมายมหาชนอย่างแท้จริง

ประการที่สาม พระราชบัญญัติส่งเสริมการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยและนวัตกรรม พ.ศ. 2564 (TRIUP Act) เป็นกฎหมายที่มีนัยสำคัญเชิงโครงสร้างต่อระบบวิจัยและนวัตกรรมของประเทศไทย โดยได้ปรับเปลี่ยนแนวคิดดั้งเดิมเกี่ยวกับความเป็นเจ้าของผลงานวิจัยจากที่รัฐเป็นเพียงผู้ให้ทุน ไปสู่การเปิดโอกาสให้หน่วยงานของรัฐและสถาบันอุดมศึกษาสามารถเป็นเจ้าของและบริหารจัดการสิทธิในผลงานวิจัยที่เกิดจากทุนของรัฐได้ เพื่อส่งเสริมการนำผลงานไปใช้ประโยชน์เชิงพาณิชย์อย่างเป็นรูปธรรม (Harnkarnsujarit, N., 2022) อย่างไรก็ตาม แม้กฎหมายดังกล่าวจะมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ไขปัญหา “งานวิจัยขึ้นหิ้ง” และเพิ่มประสิทธิภาพในการถ่ายทอดเทคโนโลยี แต่ในทางปฏิบัติกลับก่อให้เกิดประเด็นปัญหาทางกฎหมายและการบริหารจัดการหลายประการ กล่าวคือ ประการแรก ความไม่ชัดเจนในเกณฑ์การกำหนดความเป็นเจ้าของสิทธิระหว่างหน่วยงานกับผู้วิจัย ซึ่งอาจนำไปสู่ความขัดแย้งหรือข้อพิพาทเกี่ยวกับสิทธิในผลงานวิจัย ประการที่สอง ปัญหาการกำหนดหลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ (revenue sharing) ที่ยังขาดความเป็นมาตรฐานและความโปร่งใสในระดับสถาบัน ส่งผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมแก่ผู้วิจัยในฐานะผู้สร้างสรรค์ผลงาน และประการที่สาม ปัญหาความพร้อมของหน่วยงานในการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา ทั้งในด้านบุคลากร โครงสร้างองค์กร และกลไกสนับสนุน เช่น หน่วยงานถ่ายทอดเทคโนโลยี (TTO) ซึ่งยังมีข้อจำกัดในหลายสถาบัน นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาภายใต้กรอบของหลักนิติรัฐและหลักธรรมาภิบาล การใช้อำนาจของหน่วยงานของรัฐในการกำหนดสิทธิในผลงานวิจัยจะต้องมีความชัดเจน โปร่งใส และเป็นธรรม โดยต้องไม่เป็นการจำกัดสิทธิของผู้วิจัยเกินสมควรแก่เหตุ และต้องเปิดโอกาสให้มีการตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การบังคับใช้พระราชบัญญัติฉบับดังกล่าวจึงจำเป็นต้องควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบบริหารจัดการภายในองค์กรให้สอดคล้องกับหลักนิติธรรมและธรรมาภิบาล เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของกฎหมายในการส่งเสริมการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยได้อย่างแท้จริงและยั่งยืน

อย่างไรก็ตาม แม้จะมีกฎหมายดังกล่าวรองรับ แต่การกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับสิทธิ การแบ่งปันผลประโยชน์ และการใช้ประโยชน์จากผลงานวิจัยยังขึ้นอยู่กับ “ระเบียบภายในของมหาวิทยาลัย” ซึ่งอาจมีความแตกต่างกันและขาดมาตรฐานกลาง ส่งผลให้เกิดความไม่แน่นอนทางกฎหมายและปัญหาในทางปฏิบัติ

การวิเคราะห์ตามหลักธรรมาภิบาล

เมื่อพิจารณาการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือภายใต้กรอบหลักธรรมาภิบาลอย่างเป็นระบบ พบว่าปัญหาที่ปรากฏมิได้เป็นเพียงข้อบกพร่องเชิงนามธรรม หากแต่มีลักษณะเป็น “ข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและเชิงปฏิบัติ” ที่สามารถสังเกตได้จาก แนวปฏิบัติของสถาบันในกลุ่มดังกล่าว กล่าวคือ แม้มหาวิทยาลัยราชภัฏแต่ละแห่งจะมีระเบียบหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา แต่กลับไม่มีมาตรฐานกลางหรือแนวปฏิบัติร่วมในระดับภูมิภาค ส่งผลให้เกิดความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างสถาบัน ทั้งในด้านการกำหนดสิทธิและการจัดสรรผลประโยชน์

ในมิติของ ความโปร่งใส (transparency) เมื่อพิจารณาแนวปฏิบัติของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ พบว่ายังไม่มีการจัดทำฐานข้อมูลหรือระบบเปิดเผยข้อมูลกลางที่ผู้วิจัยสามารถเข้าถึงรายละเอียด

เกี่ยวกับความเป็นเจ้าของสิทธิ เงื่อนไขการอนุญาตให้ใช้สิทธิ หรือสัดส่วนรายได้จากการใช้ประโยชน์ผลงานวิจัยได้อย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ผู้วิจัยไม่สามารถตรวจสอบหรือประเมินสิทธิของตนได้อย่างครบถ้วน อันขัดต่อหลักความโปร่งใสที่กำหนดให้กระบวนการตัดสินใจของหน่วยงานรัฐต้องเปิดเผยและตรวจสอบได้ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ, 2546)

ในมิติของ ความรับผิดชอบ (accountability) พบว่ายังไม่มีระบบติดตามและประเมินผลการใช้สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาอย่างเป็นรูปธรรม เช่น การขาดรายงานสาธารณะเกี่ยวกับรายได้จากการถ่ายทอดเทคโนโลยี หรือการไม่มีหน่วยงานตรวจสอบอิสระภายในที่ทำหน้าที่กำกับดูแลการจัดสรรผลประโยชน์ ส่งผลให้การใช้อำนาจของฝ่ายบริหารขาดกลไกตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ และอาจเปิดช่องให้เกิดการจัดสรรผลประโยชน์ที่ไม่เป็นธรรมได้

ในมิติของ การมีส่วนร่วม (participation) การกำหนดระเบียบหรือแนวปฏิบัติเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญาในหลายมหาวิทยาลัยยังคงดำเนินการในลักษณะรวมศูนย์ โดยขาดกระบวนการรับฟังความคิดเห็นจากนักวิจัยหรือผู้มีส่วนได้เสีย เช่น ไม่มีคณะกรรมการร่วมที่มีตัวแทนนักวิจัย หรือไม่มีเวทีรับฟังความคิดเห็นก่อนออกระเบียบ ส่งผลให้กฎเกณฑ์ที่กำหนดขึ้นอาจไม่สอดคล้องกับสภาพการทำวิจัยจริง และขาดความชอบธรรมในเชิงกระบวนการ (ถวิลวดี บุรีกุล, 2555)

ในมิติของ หลักนิติธรรม (rule of law) เมื่อพิจารณาระเบียบภายในของบางมหาวิทยาลัยในกลุ่มดังกล่าว พบว่ามีลักษณะเป็นบทบัญญัติที่ใช้ถ้อยคำกว้างหรือคลุมเครือ เช่น การให้อำนาจฝ่ายบริหารกำหนดสัดส่วนผลประโยชน์โดยมิได้กำหนดเกณฑ์ที่ชัดเจน หรือการกำหนดให้มหาวิทยาลัยเป็นเจ้าของสิทธิแต่เพียงฝ่ายเดียวโดยไม่มีกลไกต่อรองของผู้วิจัย ซึ่งเปิดช่องให้เกิดการใช้ดุลพินิจอย่างกว้างขวาง และอาจนำไปสู่การตีความที่ไม่สอดคล้องกัน อันเป็นการขัดต่อหลักความแน่นอนของกฎหมายและหลักความได้สัดส่วนในทางกฎหมายมหาชน

กล่าวโดยสรุป ปัญหาการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือมิใช่เพียงปัญหาเชิงนโยบายทั่วไป หากแต่เป็นปัญหาเชิงโครงสร้างที่สะท้อนผ่านแนวปฏิบัติจริงในระดับสถาบัน ซึ่งยังขาดการบูรณาการหลักธรรมาภิบาลอย่างเป็นระบบ ทั้งในด้านการเปิดเผยข้อมูล กลไกตรวจสอบ การมีส่วนร่วม และความชัดเจนของกฎหมาย จึงจำเป็นต้องได้รับการปรับปรุงเพื่อให้สอดคล้องกับหลักนิติรัฐ นิติธรรม และธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง

สรุป

จากการศึกษา พบว่า แม้ระบบการบริหารจัดการสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญาของมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือจะมีกฎหมายระดับชาติรองรับอย่างชัดเจน แต่ในระดับการบังคับใช้ยังมีข้อจำกัดสำคัญ โดยเฉพาะความไม่ชัดเจนของระเบียบภายใน ความไม่เป็นมาตรฐานเดียวกันของหลักเกณฑ์การแบ่งปันผลประโยชน์ และการขาดกลไกตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งก่อให้เกิดความไม่แน่นอนของสถานะสิทธิและความเสี่ยงต่อข้อพิพาท อีกทั้งเมื่อพิจารณาภายใต้หลักธรรมาภิบาล ยังพบข้อบกพร่องในด้านความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้เสีย โดยเฉพาะผู้วิจัยที่มีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลและมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบาย อันส่งผลกระทบต่อแรงจูงใจในการสร้างสรรค์นวัตกรรมและประสิทธิภาพของระบบโดยรวม ดังนั้น ปัญหาดังกล่าวจึงเป็นปัญหาเชิงโครงสร้างของการบริหารจัดการภายในที่ยังไม่สอดคล้องกับหลักนิติรัฐ นิติธรรม และธรรมาภิบาลอย่างแท้จริง โดยมี ข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย ได้แก่ 1) การปรับปรุงระเบียบภายในให้มีความชัดเจน โปร่งใส และเป็นมาตรฐานเดียวกัน 2) การกำหนดระบบแบ่งปันผลประโยชน์ที่เป็นธรรมและตรวจสอบได้ 3) การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้วิจัยและผู้มีส่วนได้เสียในการกำหนดนโยบาย 4) การพัฒนาหน่วยงานหรือกลไกบริหารจัดการที่มีความเชี่ยวชาญและมีระบบกำกับตรวจสอบที่มีประสิทธิภาพ และ 5) การกำหนดมาตรฐานกลางในระดับชาติเพื่อสร้างความสอดคล้องและลดความเหลื่อมล้ำระหว่างสถาบัน ขณะเดียวกัน ในเชิงวิชาการยังควรมี ข้อเสนอแนะเพื่อการศึกษาต่อ ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์เปรียบเทียบรูปแบบการบริหารจัดการทรัพย์สินทางปัญญาใน

ต่างประเทศ การศึกษาประสิทธิผลของหน่วยงานถ่ายทอดเทคโนโลยีในเชิงประจักษ์ และการวิเคราะห์ผลกระทบของระบบแบ่งปันผลประโยชน์ต่อแรงจูงใจของนักวิจัย ทั้งนี้ เพื่อพัฒนาองค์ความรู้เชิงลึกและสนับสนุนการกำหนดนโยบายที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในระยะยาว

เอกสารอ้างอิง

กรมทรัพย์สินทางปัญญา. (2563). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับทรัพย์สินทางปัญญา. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงพาณิชย์.

จิตติมา ศรีถาพร. (2565). พระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ (ฉบับที่ 5) พ.ศ. 2565: ยกระดับการคุ้มครองลิขสิทธิ์ให้สอดคล้องกับยุคดิจิทัล. วารสารกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ, 15(2), 57-75.

ช้องนาง วิพุธานุพงษ์. (2564). แนวทางการตีความมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537. วารสารกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ, 14(1), 241-260.

ถวิลวดี บุรีกุล. (2555). ธรรมาภิบาล: แนวคิดและการประยุกต์ใช้. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า.

บวรศักดิ์ อุวรรณโณ. (2550). กฎหมายมหาชน เล่ม 1. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

ไพจิตร ปุญญพันธุ์. (2545). คำอธิบายกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญา. กรุงเทพมหานคร: นิติธรรม.

เมลินี โฆษิตวัฒนฤกษ์. (2564). การมีชื่อเสียงแพร่หลายในฐานะที่เป็นทรัพย์สินเชิงนามธรรมในศตวรรษที่ 21 ภายใต้มุมมองกฎหมายฝรั่งเศส. วารสารกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ, 14(2), 211-230.

วรเจตน์ ภาคีรัตน์. (2559). หลักนิติธรรมและการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพ. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

สมยศ เชื้อไทย. (2553). คำอธิบายกฎหมายรัฐธรรมนูญ. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

สลิลธร ทองมีนสุข. (2565). ความรับผิดของสื่อตัวกลางต่อการละเมิดลิขสิทธิ์: ความท้าทายใหม่ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารกฎหมายทรัพย์สินทางปัญญาและการค้าระหว่างประเทศ, 15(1), 96-115.

สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ. (2564). แนวทางการบริหารจัดการผลงานวิจัยและนวัตกรรม. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานการวิจัยแห่งชาติ.

สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ. (2546). หลักธรรมาภิบาลของการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.

Harnkarnsujarit, N. (2022). Understanding the Research and Innovation Utilization Promotion (TRIUP) Act B.E. 2021. Intellectual Property and International Trade Law Journal, 15(2), 489-505.

บทความวิจัย

องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล*

COMPONENTS OF THE EDUCATIONAL ECOSYSTEM SUPPORTING ENTREPRENEURIAL SKILLS ENHANCEMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION STUDENTS AT RAJAMANGALA UNIVERSITY OF TECHNOLOGY

ศศินันท์ ศาสตร์สาระ*, ธีระวัฒน์ มอนไธสง, อัจฉรา นิยมาภา

Sasinan Sastsara*, Teerawat Montaisong, Achara Niyamabha

หลักสูตรครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พระนครศรีอยุธยา ประเทศไทย

Doctor of Education Program, Phranakhon Si Ayutthaya Rajabhat University, Phranakhon Si Ayutthaya, Thailand

*Corresponding author E-mail: sasinun.s@rmutsb.ac.th

*Tel: 091-462-8242

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) แบ่งเป็น ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพเครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ทรงคุณวุฒิ 8 ท่าน โดยเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้บริหารคณะ,นักวิชาการ, ผู้ประกอบการและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจ กลุ่มละ 2 ท่าน ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณเครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารคณะและอาจารย์ผู้สอน สังกัดคณะบริหารธุรกิจ มทร.ทั้ง 9 แห่ง จำนวน 274 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางเครซี่และมอร์แกน ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ระบบนิเวศทางการศึกษาตามกรอบทฤษฎีของ Bronfenbrenner มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ ระบบจุลภาค (Microsystem) ระบบกลาง (Mesosystem) ระบบภายนอก (Exosystem) ระบบมหภาค (Macrosystem) และระบบเวลา (Chronosystem) ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$= 4.30, S.D. =0.358) ระบบจุลภาค (Microsystem) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ มีความสอดคล้องกันคือสิ่งสำคัญที่สร้างความเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา เริ่มจากตัวนักศึกษา อาจารย์มีบทบาทเป็นพี่เลี้ยง ครอบครัวเป็นแรงสนับสนุนที่สำคัญ สถาบันการศึกษามีบทบาทในการสร้างสภาพแวดล้อมต่อการเรียนรู้ ผลการวิจัยนี้เป็นประโยชน์ต่อคณะบริหารธุรกิจ มทร. ในการออกแบบระบบนิเวศทางการศึกษาเพื่อการผลิตบัณฑิตให้เป็นผู้ประกอบการที่มีคุณภาพ มีจริยธรรม มีความยืดหยุ่น ปรับตัวได้ตลอดชีวิต พร้อมสร้างคุณค่าให้แก่ตนเอง ชุมชนในโลกธุรกิจยุคใหม่ได้อย่างแท้จริง

คำสำคัญ: ระบบนิเวศทางการศึกษา, ทักษะการเป็นผู้ประกอบการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล, ทฤษฎีของบรอนเฟนเบรนเนอร์, การวิจัยแบบผสมผสานเชิงสำรวจตามลำดับขั้น

* Received 11 April 2026; Revised 26 April 2026; Accepted 27 April 2026

Abstract

This research aimed to identify the components of the educational ecosystem supporting entrepreneurial skills enhancement among business administration students at Rajamangala University of Technology. An Exploratory Sequential Mixed Methods design was employed, consisting of two phases. Phase 1 utilized qualitative inquiry through in-depth interviews with eight purposively selected experts, comprising two representatives each from four groups: faculty administrators, academics, entrepreneurs, and business development specialists. Data were analyzed using content analysis. Phase 2 employed quantitative research using a structured questionnaire administered to 274 faculty administrators and instructors from the Faculties of Business Administration across the nine Rajamangala Universities of Technology. The sample size was determined using the Krejcie and Morgan table at a 95% confidence level. Data were analyzed using mean and standard deviation. The findings revealed that the educational ecosystem, grounded in Bronfenbrenner's ecological systems theory, comprised five components: Microsystem, Mesosystem, Exosystem, Macrosystem, and Chronosystem. The overall ecosystem was rated at a high level ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.358), with the Microsystem receiving the highest mean score ($\bar{X}$ = 4.51). Both qualitative and quantitative findings converged, indicating that entrepreneurial skills enhancement originates from students themselves, supported by faculty members serving as mentors, families providing essential encouragement, and institutions creating conducive learning environments. These findings provide practical implications for faculty administrators at the nine Rajamangala Universities of Technology in designing educational ecosystems that cultivate graduates who are entrepreneurially competent, ethically grounded, and lifelong learners, capable of generating authentic and sustainable value for themselves, their communities, and the modern global business world.

Keywords: Educational Ecosystem, Entrepreneurial Skills Enhancement, Rajamangala University of Technology, Bronfenbrenner's Ecological Systems Theory, Exploratory Sequential Mixed Methods

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยให้สามารถก้าวพ้นจากกับดักรายได้ปานกลางให้ก้าวไปสู่การเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ถือเป็นหนึ่งในเป้าหมายหลักของแผนยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) ซึ่งมุ่งหวังให้ประเทศพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่มีศักยภาพสูงสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีสมรรถนะตอบสนองตลาดแรงงานในยุคดิจิทัล (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560) มหาวิทยาลัยในฐานะสถาบันที่ผลิตทรัพยากรมนุษย์จึงจำเป็นต้องปรับบทบาท จากการเป็นเพียงแหล่งถ่ายทอดความรู้ไปสู่การเป็น “ระบบนิเวศทางการศึกษา” ที่มีความสามารถในการบ่มเพาะศักยภาพของผู้เรียนอย่างรอบด้าน ทั้งด้านความคิดริเริ่มสร้างสรรค์และการสร้างธุรกิจใหม่ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง มีพันธกิจหลักในการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ คณะบริหารธุรกิจของทั้ง 9 แห่งจึงมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษา (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2552) และภายใต้กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ (TQF) ซึ่งกำหนดให้บัณฑิตต้องมีสมรรถนะครบ 5 ด้าน ได้แก่ คุณธรรมจริยธรรม ความรู้ ทักษะทางปัญญา ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2560) อย่างไรก็ตาม ถึงแม้กรอบ TQF ได้กำหนดมาตรฐานไว้ชัดเจน แต่ก็ยังพบว่านักศึกษายัง

ขาดโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้เชิงธุรกิจ แหล่งทุน เครือข่ายและเวทีในการทดลองแนวคิดใหม่ ๆ ส่งผลให้ศักยภาพในการเป็นผู้ประกอบการไม่สามารถพัฒนาได้อย่างเต็มที่ (ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์, 2566ข) ระบบนิเวศทางการศึกษา (Educational Ecosystem) ซึ่งพัฒนาจากทฤษฎีนิเวศวิทยาการพัฒนามนุษย์ (Bioecological Model) ของ Bronfenbrenner, U. ได้อธิบายว่าการพัฒนาบุคคลเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่ซ้อนทับกันเป็นลำดับชั้น ครอบคลุมทั้งผู้เรียน อาจารย์ ครอบครัว หลักสูตร เทคโนโลยีและเครือข่ายภายนอก เช่น ภาคเอกชน ผู้ประกอบการ ชุมชน ให้ทำงานที่สอดประสานกัน (Varga, S. M. & Zaff, J. F., 2021) เมื่อนำกรอบนี้มาเชื่อมโยงกับกรอบ TQF จะได้ว่าสมรรถนะของบัณฑิตไม่ได้เกิดจากการพัฒนาหลักสูตรเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากระบบนิเวศทั้งหมดที่ล้อมรอบผู้เรียน

อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ประยุกต์ใช้กรอบระบบนิเวศ มาเป็นกรอบสำหรับการศึกษาในบริบทของมหาวิทยาลัยไทยยังมีไม่มาก ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง โดยมีความคาดหวังว่าผลการวิจัยจะช่วยพัฒนาระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการจึงกลายเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนานักศึกษาให้มีศักยภาพในการเผชิญหน้ากับความท้าทายในศตวรรษที่ 21 เป็นการพัฒนารูปแบบที่สามารถนำไปใช้ได้จริงในการจัดการศึกษาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของตลาดแรงงานในยุคใหม่ รวมถึงการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการรุ่นใหม่ที่มีความสามารถในการแข่งขันในระดับชาติและระดับสากล ซึ่งสามารถสร้างนวัตกรรมและพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

ศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) โดยใช้รูปแบบการวิจัยแบบผสมผสานเชิงสำรวจแบบลำดับขั้น (Exploratory Sequential Design) แบ่งออกเป็น 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพและส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ โดยมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อยืนยันกรอบแนวคิดขององค์ประกอบระบบนิเวศทางการศึกษา

ใช้การวิเคราะห์เอกสาร (Documentary Analysis) และการสัมภาษณ์เชิงลึก สำหรับการวิเคราะห์เอกสาร ได้สังเคราะห์เนื้อหาตามกรอบทฤษฎีนิเวศวิทยาของ Bronfenbrenner ที่ได้มีการพัฒนาทฤษฎีนิเวศวิทยาการพัฒนามนุษย์ (Bioecological Model) โดยได้เสนอในหลักการที่ว่าการพัฒนาของบุคคลเกิดจากการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคลกับสภาพแวดล้อมที่ซ้อนทับกันเป็นลำดับชั้น ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) ระบบจุลภาค (Microsystem) 2) ระบบกลาง (Mesosystem) 3) ระบบภายนอก (Exosystem) 4) ระบบมหภาค (Macrosystem) 5) ระบบเวลา (Chronosystem) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 ท่าน โดยการเลือกแบบเจาะจง ประกอบด้วย ผู้บริหารคณะ จำนวน 2 ท่าน นักวิชาการ จำนวน 2 ท่าน ผู้ประกอบการ จำนวน 2 ท่าน และผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาธุรกิจ จำนวน 2 ท่าน เพื่อยืนยันกรอบแนวคิดองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง โดยผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 8 ท่าน คือ ผู้บริหารคณะ อาจารย์ผู้สอนที่มีประสบการณ์ในการสอนหรือส่งเสริมการสร้างการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จและผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผู้ประกอบการ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (Semi Structured Interview) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อขอความอนุเคราะห์ในการสัมภาษณ์โดยกำหนดคำถามที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับเนื้อหาและวัตถุประสงค์ของ

งานวิจัยในระหว่างการสัมภาษณ์ได้ทำการบันทึกเสียงและจดบันทึกประเด็นสำคัญเพื่อนำไปวิเคราะห์และเรียบเรียงข้อมูลให้ถูกต้องการวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ส่วนที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาระดับความคิดเห็นของผู้บริหารและอาจารย์ผู้สอนคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง ใช้การวิจัยเชิงสำรวจเพื่อศึกษาองค์ประกอบระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง ประชากรคือ ผู้บริหารคณะและอาจารย์ผู้สอน รวมจำนวน 955 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริหารคณะและอาจารย์ผู้สอน จำนวน 274 คน โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากตารางเครซี่และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D. W., 1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ และสุ่มอย่างง่าย โดยพิจารณาจากสัดส่วนประชากร ตามสังกัดของบุคลากรคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกตามสังกัดของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

รายชื่อมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล	จำนวนประชากร	ร้อยละของประชากร	กลุ่มตัวอย่าง
1. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี	92	9.63	26
2. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ	176	18.43	51
3. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ	77	8.06	22
4. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร	78	8.17	22
5. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก	86	9.01	25
6. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา	121	12.67	35
7. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน	80	8.38	23
8. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์	107	11.20	31
9. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย	138	14.45	39
รวม	**955**	**100.00**	**274**

หมายเหตุ : สืบค้นข้อมูล ณ วันที่ 30 เมษายน 2568

จากตารางที่ 1 แสดงจำนวนประชากรและกลุ่มตัวอย่างจำแนกบุคลากรของคณะบริหารธุรกิจ สังกัดมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล แบ่งเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจสอบรายการ ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อศึกษาความคิดเห็นของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีลักษณะแบบปลายปิดแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert, R. ตอนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด การสร้างและการหาคุณภาพเครื่องมือ แบบสอบถามผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 5 ท่าน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับผู้บริหารคณะและอาจารย์ผู้สอนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาตามวิธีการของครอนบาค (Cronbach, L .J., 1990) ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.932 การวิจัยนี้ผ่านการพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ (IRB-RUS-2568-094) การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลไปยัง คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง ดำเนินการเก็บข้อมูลเดือนธันวาคม 2568 - เดือนกุมภาพันธ์ 2569 ได้ข้อมูลกลับมา จำนวน 274 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่,ร้อยละ

,ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ข้อคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ใช้เกณฑ์ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มาก, ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง น้อย, ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง น้อยที่สุด การวิจัยนี้ใช้ Triangulation แบบวิธีวิทยา (Methodological Triangulation) โดยนำผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ทรงคุณวุฒิ 8 ท่าน มาตรวจสอบความสอดคล้องกับผลที่ได้จากแบบสอบถาม จำนวน 274 ชุด พบว่า ทั้งสองแหล่งข้อมูลเห็นตรงกันว่าระบบจุลภาคมีสำคัญที่สุด แต่อย่างไรก็ตาม ผลจากข้อมูลเชิงคุณภาพแสดงให้เห็นว่าข้อมูลเชิงปริมาณไม่สามารถระบุได้ว่าอิทธิพลของกลุ่มเพื่อนจะส่งเสริมให้นักศึกษาเป็นผู้ประกอบการได้ พบว่ามีค่าร้อยละ 10 - 15 การใช้สองวิธีประกอบกันจึงทำให้ข้อค้นพบมีความน่าเชื่อถือ ครบถ้วน และสามารถนำไปกำหนดนโยบายได้อย่างถูกต้องมากขึ้น (Likert, R., 1967)

ผลการวิจัย

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 8 ท่าน พบว่า องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) ระบบจุลภาค (Microsystem) 2) ระบบกลาง (Mesosystem) 3) ระบบภายนอก (Exosystem) 4) ระบบมหภาค (Macrosystem) 5) ระบบเวลา (Chronosystem) โดยผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านมีความคิดเห็นที่สอดคล้องกันว่า องค์ประกอบที่ 1 คือ ระบบจุลภาค (Microsystem) มีความสำคัญที่สุด เนื่องจาก เป็นสิ่งที่ใกล้ตัวและส่งผลโดยตรงต่อตัวนักศึกษามากที่สุด โดยเฉพาะอาจารย์ที่มีประสบการณ์ในการประกอบธุรกิจจริงจะสามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ให้แก่นักศึกษาในด้านความสำเร็จในการประกอบธุรกิจและความผิดพลาดในการประกอบธุรกิจได้ดี ด้านครอบครัวถ้าเป็นผู้ประกอบการอยู่แล้ว ถือเป็นข้อได้เปรียบที่สำคัญที่จะช่วยให้นักศึกษามีความเข้าใจแนวคิดทางธุรกิจได้เร็วกว่า ด้านกลุ่มเพื่อน มีอิทธิพลต่อการเป็นผู้ประกอบการที่น้อยและอาจไม่ยั่งยืน มีเพียงร้อยละ 10 - 15 ของนักศึกษาที่มีแนวโน้มเป็นผู้ประกอบการจริง ด้านสถาบันการศึกษาต้องสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการทดลองประกอบธุรกิจจริง ต้องจัดพื้นที่ให้นักศึกษาได้ทดลองทำธุรกิจและมีเงินทุนตั้งต้นให้นักศึกษาได้เป็นผู้ประกอบการจริง โดยวัดผลความสำเร็จจากผลกำไรหรือผลขาดทุน องค์ประกอบที่ 2 คือ ระบบกลาง (Mesosystem) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 2 เป็นการเชื่อมโยงระหว่างครอบครัวกับสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจ โดยสถาบันการศึกษาต้องจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการโดยมีการกำหนดตัวชี้วัดที่สามารถวัดผลความสำเร็จจากผลกำไรหรือผลขาดทุน สถาบันการศึกษาต้องจัดกิจกรรมเสริมทักษะโดยการให้นักศึกษาไปฝังตัวในสถานประกอบการ เพื่อให้ไปเรียนรู้บรรยากาศของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จจริงและนักศึกษาสามารถนำมาปรับใช้ได้ในแง่มุมของธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ และเรียนรู้ความผิดพลาดหรือความล้มเหลวที่สามารถเกิดขึ้นได้ในการทำธุรกิจ ซึ่งการเรียนรู้ลักษณะนี้จะช่วยให้นักศึกษาได้เตรียมความพร้อมและสามารถปรับตัวได้ หากต้องการเป็นผู้ประกอบการในระยะเริ่มต้น องค์ประกอบที่ 4 คือ ระบบมหภาค (Macrosystem) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 3 สังคม วัฒนธรรม ค่านิยม เป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดในการสร้างแรงบันดาลใจและกรอบแนวคิดของนักศึกษาปัจจุบัน สื่อโซเชียลมีเดียช่วยเปิดโลกทัศน์ทำให้มีโอกาสสร้างอาชีพใหม่ ๆ เช่น อาชีพยูทูปเบอร์ (YouTuber), อินฟลูเอ็นเซอร์ (Influencer) สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ง่ายขึ้นเมื่อเทียบกับอดีตที่ผ่านมา จากค่านิยมดั้งเดิมที่ครอบครัวจะมีความต้องการให้ลูกหลานรับราชการเป็นส่วนใหญ่ แต่ในปัจจุบันทัศนคติของนักศึกษาได้เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย สังคมและสภาพแวดล้อมทำให้การเป็นผู้ประกอบการรายใหม่สามารถทำได้ง่ายขึ้นถ้ามีความคิดที่แตกต่าง เชื่อมโยงทฤษฎีสู่การปฏิบัติ ดึงจุดขายในตัวเองหรือนำทรัพยากรท้องถิ่นมาสร้างให้เป็นสินค้าที่มีมูลค่าสูงและมุ่งเจาะกลุ่มลูกค้าให้ถูกจุด องค์ประกอบที่ 3 ระบบ

ภายนอก (Exosystem) มีความสำคัญเป็นอันดับที่ 4 พบปัญหาคือ หลักสูตรที่ใช้ในปัจจุบันมีการปรับปรุงตามรอบระยะเวลา โดยปกติจะปรับทุก 4 – 5 ปี ซึ่งไม่ทันต่อสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยีและตลาดที่เปลี่ยนแปลงไป ควรเพิ่มรายวิชาที่เน้นการเป็นผู้ประกอบการในทุกคณะ เน้นการปฏิบัติจริง วัดผลสำเร็จของการเรียนรู้จากผลกำไรหรือผลขาดทุน ไม่ใช่แค่เกรดจากการเรียน มุ่งเน้นการจัดโครงการเพื่อให้อาจารย์ได้เข้าฝังตัวในสถานประกอบการ บทบาทของอาจารย์ไม่ได้มีหน้าที่ในการสอนหนังสือเพียงอย่างเดียวแต่ต้องเป็นโค้ชหรือพี่เลี้ยงให้แก่นักศึกษาในการเป็นผู้ประกอบการได้ สิ่งสำคัญอีกประเด็นคือการนำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาใช้การเรียนรู้ทำให้นักศึกษาขาดกระบวนการคิดวิเคราะห์ การคิดอย่างเป็นระบบ องค์ประกอบที่ 5 ระบบเวลา (Chronosystem) การเปลี่ยนผ่านจากระบบอะนาล็อคสู่ยุคดิจิทัล เทคโนโลยีดิจิทัลและนวัตกรรมจึงต้องปรับตัว สถาบันการศึกษาและธุรกิจต้องปรับตัวสู่ระบบออนไลน์อย่างต่อเนื่อง วิกฤตที่ผ่านมาคือ การระบาดของ โควิด 19 (COVID-19) เป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลงที่ผู้ประกอบการต้องเตรียมแผนสำรองและต้องเรียนรู้ในการปรับตัวตลอดเวลา และคิดเสมอว่าในวิกฤตมีโอกาสซ้อนอยู่ จึงต้องอาศัยประสบการณ์และความกล้าในการตัดสินใจเปลี่ยนแปลง

2. ผลการวิจัยจากแบบสอบถาม สามารถสรุปได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ร้อยละของสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม (N = 274)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
สถานภาพ		
ผู้บริหารคณะ	33	12.00
อาจารย์ผู้สอน	241	88.00
รวม	**274**	**100.00**
ระดับการศึกษา		
ปริญญาโท	179	65.33
ปริญญาเอก	95	34.67
รวม	**274**	**100.00**
ประสบการณ์การสอน		
น้อยกว่า 5 ปี	24	8.76
5 – 10 ปี	47	17.15
11 – 15 ปี	59	20.53
16 – 20 ปี	52	19.98
21 – 25 ปี	42	15.33
มากกว่า 20 ปี	50	18.25
รวม	**274**	**100.00**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นอาจารย์ผู้สอน จำนวน 241 คน คิดเป็นร้อยละ 88.00 มีระดับการศึกษาปริญญาโท จำนวน 179 คนคิดเป็นร้อยละ 65.33 รองลงมาคือปริญญาเอก จำนวน 95 คน คิดเป็นร้อยละ 34.67 ประสบการณ์การสอนส่วนใหญ่คือ 11 – 15 ปี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 20.53

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการในภาพรวม (N = 274)

องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษา	ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
1. ระบบจุลภาค (Microsystem)	4.51	0.208	มากที่สุด
2. ระบบกลาง (Mesosystem)	4.32	0.388	มาก
3. ระบบภายนอก (Exosystem)	4.21	0.546	มาก
4. ระบบมหภาค (Macrosystem)	4.28	0.475	มาก
5. ระบบเวลา (Chronosystem)	4.19	0.540	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.30**	**0.358**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าเฉลี่ยรวมของระบบนิเวศทั้ง 5 องค์ประกอบมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30, S.D. = 0.358) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ระบบจุลภาค (Microsystem) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.51, S.D. = 0.208) รองลงมาคือ ระบบกลาง (Mesosystem) ($\bar{X}$ = 4.32, S.D. = 0.388) ระบบมหภาค (Macrosystem) ($\bar{X}$ = 4.28, S.D. = 0.475) ระบบภายนอก (Exosystem) ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.546) และระบบเวลา (Chronosystem) ($\bar{X}$ = 4.19, S.D. = 0.540) ตามลำดับ จากข้อมูลข้างต้นสะท้อนให้ว่าระบบจุลภาค มีบทบาทสำคัญที่สุดในการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการสัมภาษณ์ของผู้ทรงคุณวุฒิ ทั้งนี้ในภาพรวมพบว่าทุกองค์ประกอบของระบบนิเวศมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าระบบนิเวศทางการศึกษาในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล มีความพร้อมในการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา

อภิปรายผล

ผลการวิจัย พบว่า องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล (มทร.) ทั้ง 9 แห่ง มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ระบบจุลภาค (Microsystem) 2) ระบบกลาง (Mesosystem) 3) ระบบภายนอก (Exosystem) 4) ระบบมหภาค (Macrosystem) และ 5) ระบบเวลา (Chronosystem) โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.30) ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีนิเวศวิทยาการพัฒนามนุษย์ที่เกิดขึ้นภายใต้ระบบสภาพแวดล้อมที่มีความซับซ้อนและซ้อนทับกัน โดยเปรียบเทียบกับ "ตุ๊กตารัสเซีย" (Russian dolls) ที่มีชั้นซ้อนกันเป็นชั้น ๆ ตั้งแต่ระดับใกล้ตัวจนถึงระดับสังคมและวัฒนธรรม และสอดคล้องกับแนวคิดเกี่ยวกับองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่มีโครงสร้างแบบพลวัตที่เชื่อมโยงระหว่างแต่ละองค์ประกอบทุกระดับอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายเพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน (Levina, E. & Prokofieva, E., 2021) ผลการวิจัย พบว่าทุกองค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าระบบนิเวศทางการศึกษาของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง มีความพร้อมที่จะพัฒนานักศึกษาให้สามารถเป็นผู้ประกอบการได้ในอนาคต

เมื่อพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบ พบว่า ระบบจุลภาค (Microsystem) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด อยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน ทั้งนี้เนื่องจากเป็นระดับที่มีความใกล้ชิดกับตัวนักศึกษามากที่สุดและส่งผลกระทบโดยตรงต่อตัวนักศึกษาในการพัฒนาทักษะต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมในการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต นอกจากนี้ยังมีสิ่งที่สนับสนุนตัวนักศึกษาให้สามารถเป็นผู้ประกอบการที่ดีได้คือการที่มีอาจารย์เป็นพี่เลี้ยงในการถ่ายทอดประสบการณ์การทำงานในด้านที่ประสบความสำเร็จและด้านที่มีความ

ผิดพลาดในการประกอบธุรกิจเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ การปรับตัวภายใต้สถานการณ์ต่าง ๆ ที่ไม่คาดคิด นอกจากนี้ อาจารย์ต้องเป็นแบบอย่างในการสร้างแรงบันดาลใจในการประกอบธุรกิจ ในด้านครอบครัว ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นที่สอดคล้องกันทุกท่านคือ ถ้าครอบครัวของนักศึกษาเป็นผู้ประกอบการอยู่แล้วจะมีความได้เปรียบในการที่นักศึกษาจะได้ซึมซับแนวคิดในการทำธุรกิจตั้งแต่วัยเยาว์ ซึ่งจะทำให้มีความเข้าใจในกระบวนการ การทำธุรกิจได้อย่างลึกซึ้ง ด้านสถาบันการศึกษา มีส่วนสำคัญในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ในด้านการฝึกปฏิบัติ การทดลองการเป็นผู้ประกอบการได้จริง แต่ต้องมีงบประมาณสนับสนุนอย่างต่อเนื่อง มุ่งเน้นการวัดผลความสำเร็จผ่านผลกำไร หรือผลขาดทุน ผลดังที่กล่าวมาข้างต้นสอดคล้องกับแนวคิดเรื่องสภาพแวดล้อมการเรียนรู้ใกล้ตัว โดยเฉพาะบทบาทของครอบครัว อาจารย์ สถาบันการศึกษาในการพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา (Bowen, M. M. & Johnson, K. R. , 2019) รวมถึงสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าระบบจุลภาคเป็นหัวใจสำคัญของระบบนิเวศที่ผู้เรียนมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงและส่งผลต่อแรงจูงใจในการเป็นผู้ประกอบการมากที่สุด (ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์., 2566ก) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มเพื่อนมีอิทธิพลน้อยและไม่ยั่งยืน ซึ่งแตกต่างจาก Pittaway et al. ที่ระบุว่าเครือข่ายเพื่อนมีบทบาทสำคัญต่อแรงจูงใจผู้ประกอบการ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะบริบทสังคมไทยที่เมื่อสำเร็จการศึกษาเพื่อนมักแยกย้าย ทำให้ครอบครัวและอาจารย์มีอิทธิพลระยะยาวมากกว่า (Pittaway et al., 2004)

ระบบกลาง (Mesosystem) มีค่าเฉลี่ยในระดับมาก เป็นตัวเชื่อมโยงระหว่างครอบครัว สถาบันการศึกษาและธุรกิจ ผู้ทรงคุณวุฒิมีความเห็นร่วมกันว่าการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาทักษะการเป็นผู้ประกอบการต้องมีตัวชี้วัดความสำเร็จที่เชื่อมโยงผลกำไรหรือผลขาดทุนจริง ไม่ใช่เป็นเพียงการประเมินความสำเร็จจากคะแนนหรือการสอบเพียงเท่านั้น อีกทั้งสถาบันการศึกษาต้องมีจุดเชื่อมระหว่างครอบครัวของนักศึกษาที่เป็นผู้ประกอบการในท้องถิ่นได้เข้ามามีส่วนร่วมในการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการให้แก่นักศึกษา อาจเป็นการสร้างแรงบันดาลใจหลักคิดใหม่จะทำให้นักศึกษาสามารถต่อยอดความคิดได้ ทั้งนี้ สิ่งที่ต้องมุ่งเน้นคือการนำทฤษฎีที่มีไปเชื่อมโยงก่อให้เกิดเป็นกระบวนการหรือแนวทางปฏิบัติที่สามารถทำได้จริง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าระบบกลางที่เข้มแข็งเกิดจากการเชื่อมโยงในบริบทต่าง ๆ ที่นักศึกษาได้สัมผัส ไม่ว่าจะเป็นครอบครัว สถาบันการศึกษาหรือภาคธุรกิจ (Varga, S. M. & Zaff, J. F., 2021)

ระบบภายนอก (Exosystem) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นร่วมกันในประเด็นปัญหาคือ หลักสูตรที่ใช้ในปัจจุบันมีการปรับปรุงล่าช้า ทำให้สถาบันการศึกษาไม่สามารถผลิตบัณฑิตที่สอดคล้องตรงตามความต้องการของตลาดแรงงานในปัจจุบัน หลักสูตรไม่สามารถปรับได้ทันกับสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยีดิจิทัลและตลาดที่เปลี่ยนแปลงตลอดเวลาและรวดเร็ว ไม่เพียงแต่หลักสูตรที่ปรับตัวได้ช้ากว่าความต้องการ อาจารย์บางส่วนยังคงยึดติดกับกรอบเนื้อหาในรายวิชา จึงไม่ได้นำองค์ความรู้ใหม่เข้าไปประยุกต์ใช้ในการเรียนการสอนให้ทันสมัย ซึ่งในขณะที่สภาพแวดล้อมและสังคมในปัจจุบันจะต้องเปลี่ยนบทบาทของอาจารย์ให้เป็นพี่เลี้ยงที่ต้องส่งเสริมให้นักศึกษาสามารถลงมือปฏิบัติได้จริง กล้าที่จะออกนอกกรอบและคิดสิ่งใหม่ ๆ สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าหลักสูตรของสถาบันการศึกษาจำเป็นต้องบูรณาการทักษะการเป็นผู้ประกอบการเชิงปฏิบัติการและสามารถปรับให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานต่อเนื่อง (Jardim, J., 2021)

ระบบมหภาค (Macrosystem) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นร่วมกันว่าสังคมและวัฒนธรรมเป็นปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงบันดาลใจและกรอบแนวคิดของนักศึกษาที่ต้องการเป็นผู้ประกอบการ ถึงแม้ว่าสังคมในอดีตจะมุ่งเน้นให้ลูกหลานรับราชการเพราะมีความมั่นคง แต่ในปัจจุบันแนวคิดนี้มีแนวโน้มลดลงเป็นอันมากจากอิทธิพลจากโซเชียลมีเดีย ซึ่งในปัจจุบันที่เปิดโลกทัศน์ให้นักศึกษาได้มองเห็นโอกาสในการสร้างรายได้ด้วยตนเอง ในรูปแบบอาชีพใหม่ ๆ ในช่องทางที่หลากหลาย ทำให้แนวคิดในการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาทำได้ง่ายขึ้น นักศึกษามีช่องทางในการแสดงความคิดเชิงสร้างสรรค์ กล้าลงมือปฏิบัติจริง ลองผิดลองถูกได้ด้วยตนเอง อีกทั้งช่องทางการเรียนรู้ในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น นักศึกษาจะ

สามารถเรียนรู้และค้นหาสิ่งที่ตัวเองชอบและทำให้สิ่งที่ตัวเองชอบกลับมาเป็นการสร้างรายได้ สอดคล้องกับแนวคิดว่าบริบทของวัฒนธรรมและสังคมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการบุคลิกและทัศนคติของผู้ประกอบการรุ่นใหม่ (Obschonka, M. Zarea, F. & Vankov, D., 2023) ที่น่าสังเกตคือ ระบบมหภาคได้รับการประเมินสูงกว่าระบบภายนอก ซึ่งแตกต่างจากบริบทตะวันตกที่นโยบายและหลักสูตรมักมีน้ำหนักสูงกว่าปัจจัยวัฒนธรรม (Niemi, H., 2021) สะท้อนให้เห็นว่าในบริบทไทย การเปลี่ยนแปลงค่านิยมผ่านโซเชียลมีเดียส่งผลต่อแรงจูงใจนักศึกษาได้เร็วกว่าการปฏิรูปหลักสูตร

ระบบเวลา (Chronosystem) มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด แต่อยู่ในระดับมาก ผู้ทรงคุณวุฒิมีมุมมองที่หลากหลายเกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัลและปัญญาประดิษฐ์ ในด้านหนึ่งเทคโนโลยีช่วยให้การเริ่มต้นธุรกิจทำได้ง่ายขึ้น สะดวกรวดเร็วขึ้น สามารถเรียนรู้และฝึกทักษะที่จำเป็นได้ตามที่ต้องการ แต่อีกด้านหนึ่งถ้าพึ่งพามากเกินไปจะทำให้นักศึกษาขาดกระบวนการในการคิด การวิเคราะห์เชิงระบบ อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมของโลกในปัจจุบัน เช่น ภาวะโรคระบาด ภาวะโลกร้อน ภาวะสงคราม นโยบายระหว่างประเทศ เป็นต้น สิ่งเหล่านี้คือสิ่งที่เป็นตัวเร่งการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่สำคัญ ผู้ประกอบการจึงต้องเรียนรู้ในการปรับตัว เตรียมแผนสำรองและมองวิกฤตให้เป็นโอกาสอยู่เสมอ วิกฤต COVID-19 เป็นตัวอย่างสำคัญของระบบเวลาที่เร่งให้เกิดการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลอย่างรวดเร็ว ผู้ประกอบการที่ปรับตัวได้ทันจะสามารถเปลี่ยนวิกฤตเป็นโอกาส สะท้อนให้เห็นว่าสถาบันการศึกษาต้องเตรียมนักศึกษาให้มีทักษะรับมือกับความไม่แน่นอนอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งต้องใช้ประสบการณ์ในการวางแผน การตัดสินใจที่หลักแหลม

ด้านทักษะการเป็นผู้ประกอบการ ผู้ทรงคุณวุฒิมีความคิดเห็นร่วมกันว่าทักษะที่นักศึกษาขาดมากที่สุดในปัจจุบันคือ ทักษะการนำเสนอผลงาน (Presentation) ทักษะในการสร้างเครือข่าย (Networking) และทักษะการคิดวิเคราะห์ (Critical Thinking) ทักษะด้านเทคโนโลยี ทักษะการบริหารจัดการและการตัดสินใจ ซึ่งทักษะเหล่านี้เป็นทักษะด้านพื้นฐานที่สำคัญในทุกอาชีพ ดังนั้น สถาบันการศึกษาจึงควรจัดกิจกรรมเพื่อให้นักศึกษาได้แสดงออก เรียนรู้การแก้ปัญหาเฉพาะหน้าและสถาบันการศึกษาจะต้องเป็นจุดเชื่อมที่สำคัญในการส่ง เสริมการสร้างเครือข่ายระหว่างสถาบันการศึกษากับหน่วยงานที่ส่งเสริมการสร้างการเป็นผู้ประกอบการเพื่อสร้างการรับรู้และให้นักศึกษาได้มีประสบการณ์จริง เช่น หอการค้า สภาอุตสาหกรรม กลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ในพื้นที่ เพื่อให้ได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องทักษะการสื่อสารและการทำงานร่วมกันเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของทักษะผู้ประกอบการในยุคดิจิทัล (Bardales-Cárdenas, M. et al. , 2024) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยนี้เก็บข้อมูลเฉพาะผู้บริหารและอาจารย์คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลเท่านั้น ซึ่งมีพันธกิจ ในการผลิตบัณฑิตนักปฏิบัติ บริบทดังกล่าวอาจแตกต่างจากมหาวิทยาลัยอื่น

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้พบว่า องค์ประกอบของระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง มี 5 องค์ประกอบโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.30) ผลการวิจัยเชิงคุณภาพและวิจัยเชิงปริมาณให้ผลที่สอดคล้องกันว่าระบบจุลภาค เป็นสิ่งที่สำคัญที่สุดในบริบทของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล กล่าวโดยสรุปกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยพัฒนานักศึกษาคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลทั้ง 9 แห่ง ให้มีทักษะการเป็นผู้ประกอบการที่ยั่งยืนและสามารถแข่งขันได้ในระดับชาติ คือ การพัฒนาคุณภาพอาจารย์ให้มีประสบการณ์ทางธุรกิจจริง การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการทดลองทำธุรกิจให้แก่นักศึกษา และการเชื่อมโยงครอบครัวกับสถาบันการศึกษาและภาคธุรกิจอย่างเป็นระบบ ทั้งนี้ ระบบเวลาได้รับค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด เนื่องจากสถาบันการศึกษายังขาดกลไกเชิงรุกในการเตรียมรับมือการเปลี่ยนแปลง จึงมักตั้งรับกับสถานการณ์มากกว่าวางแผนล่วงหน้า จึงควรบูรณาการทักษะการปรับตัวและการวางแผนรับมือวิกฤตเข้าสู่หลักสูตรอย่างเป็นรูปธรรม ข้อเสนอแนะจาก

การวิจัยและการนำผลการวิจัยไปใช้ 1) ผู้บริหารคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล ทั้ง 9 แห่ง ควรกำหนดนโยบายในการสนับสนุนให้อาจารย์ได้มีประสบการณ์ในธุรกิจจริง ผ่านโครงการฝังตัวในสถานประกอบการและกำหนดบทบาทให้อาจารย์ทำหน้าที่เป็นพี่เลี้ยงให้แก่นักศึกษาที่ต้องการเริ่มต้นทำธุรกิจ 2) สถาบันการศึกษาควรจัดสรรงบประมาณสนับสนุนเพื่อให้นักศึกษาได้ทดลองทำธุรกิจได้จริง สามารถวัดผลสำเร็จจากกำไรหรือขาดทุน ไม่ใช่เพียงคะแนนในชั้นเรียน 3) คณะกรรมการหลักสูตรและผู้บริหารคณะบริหารธุรกิจ มทร. ทั้ง 9 แห่ง ควรลดรอบการปรับปรุงหลักสูตรเหลือไม่เกิน 1 - 2 ปี โดยเปิดโอกาสให้ผู้ประกอบการ นักศึกษา และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

กิตติกรรมประกาศ

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์เพื่อประกอบการศึกษาตามหลักสูตรครุศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา เรื่อง รูปแบบการจัดการระบบนิเวศทางการศึกษาที่เอื้อต่อการเสริมสร้างทักษะการเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

เอกสารอ้างอิง

ทวีศักดิ์ จินดานุรักษ์. (2566ก). ระบบนิเวศทางการศึกษา (Education Ecosystem). วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 16(2), 1-15.

_____. (2566ข). ระบบนิเวศทางการศึกษาและการพัฒนาผู้ประกอบการในมหาวิทยาลัยไทย. วารสารการบริหารการศึกษา, 17(2), 45-62.

สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2552). กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

_____. (2560). แผนพัฒนาการศึกษาระดับอุดมศึกษา ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579. กรุงเทพมหานคร: พริกหวานกราฟฟิค.

Bardales-Cárdenas, M. et al. (2024). Entrepreneurship skills in university students to improve local economic development. Journal of Innovation and Entrepreneurship, 13(1) , 55. https://doi.org/10.1186/s13731-024-00408-1 .

Bowen, M. M. & Johnson, K. R. (2019). Entrepreneurial skills for the 21st century workplace: Small and medium enterprises. International Journal of Management Education, 17(3), 1-27. https://doi.org/10.1016/j.ijme.2019.01.002.

Cronbach, L. J. (1990). Essentials of Psychological testing. (5th ed.). New York: Harper Collins.

Jardim, J. (2021). Entrepreneurial skills to be developed during higher education: A literature review. Education Sciences, 11(8), 436. https://doi.org/10.3390/educsci11080436.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607-610.

Levina, E. & Prokofieva, E. (2021). Educational ecosystem: Structure, components, and development perspectives. European Journal of Education Research, 10(4), 1683-1695. https://doi.org/10.12973/eu-jer.10.4.1683.

Likert, R. (1967). The method of constructing an attitude scale. In M. Fishbein (Ed.), Readings in attitude theory and measurement (pp. 90-95). New York: John Wiley & Sons.

Niemi, H. (2021). Education reforms for equity and quality: An analysis from an educational ecosystem perspective with reference to Finnish educational transformations. CEPS Journal, 11(2), 13-35.

Obschonka, M. Zarea, F. & Vankov, D. (2023). Entrepreneurial personality and skills in the digital age. Journal of Small Business Management, 61(3), 1024-1048. https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1980912.

Pittaway et al. (2004). Networking and innovation: A systematic review of the evidence. International Journal of Management Reviews, 5-6(3-4), 137-168. https://doi.org/10.1111/j.1460-8545.2004.00101.

Varga, S. M. & Zaff, J. F. (2021). Using the web of support framework. Boston, MA: CERES Institute for Children & Youth. Retrieved March 20, 2025, from https://d2pck61xhq74q6.cloudfront.net/Resources-Hub/Ref-600_Using-the-WoS-Framework.pdf

บทความวิจัย

การทำให้ความเชื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล: กรณีศึกษาการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มยูทูบ*

THE COMMODIFICATION OF BELIEFS INTO DIGITAL CULTURAL PRODUCTS: A CASE STUDY OF CULTURAL VALUE CREATION OF SPIRITUAL CONTENT ON YOUTUBE

พิษนุ อภิสมาจารโยธิน
Phitsanu Aphisamacharayothin
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร พิษณุโลก ประเทศไทย
Faculty of Social Sciences, Naresuan University, Phitsanulok, Thailand
Corresponding author E-mail: phitsanua@nu.ac.th
Tel: 097-343-0595

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการทำให้ความเชื่อด้านจิตวิญญาณ (เรื่องเล่าผี) เป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล โดยมุ่งวิเคราะห์การสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์ม YouTube ภายใต้บริบทสังคมดิจิทัล งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพแบบกรณีศึกษา โดยเลือกศึกษาช่อง YouTube ประเภทเรื่องเล่าผีที่มีผู้ติดตามมากกว่า 100,000 คน เก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลจำนวน 15 คน ประกอบด้วยผู้ผลิตเนื้อหาและผู้ติดตามช่อง คัดเลือกด้วยวิธีการเจาะจง ร่วมกับการสังเกตเนื้อหา และการวิเคราะห์ข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหาเชิงตีความภายใต้กรอบแนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า ผลการวิจัยพบว่า บริบทของสังคมดิจิทัลเอื้อต่อการนำความเชื่อด้านจิตวิญญาณ โดยเฉพาะเรื่องเล่าเหนือธรรมชาติ มาผลิตและเผยแพร่ในรูปแบบเนื้อหาดิจิทัล อย่างแพร่หลาย โดยเนื้อหาดังกล่าวถูกปรับโครงสร้างให้สอดคล้องกับตรรกะของแพลตฟอร์ม ทั้งในด้านรูปแบบการเล่าเรื่อง การใช้ภาพ เสียง จังหวะ และบรรยากาศ เพื่อสร้างการมีส่วนร่วมและรักษาฐานผู้ชม กระบวนการดังกล่าวสามารถอธิบายได้ผ่านการทำให้เป็นสินค้า การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การผลิตเป็นจำนวนมาก และการผลิตซ้ำ ส่งผลให้เนื้อหาจิตวิญญาณถูกแปรสภาพเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่สามารถสร้างมูลค่าทั้งเชิงเศรษฐกิจและเชิงสัญลักษณ์ในสื่อร่วมสมัย นอกจากนี้ การสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมผ่านเนื้อหาจิตวิญญาณไม่ได้จำกัดอยู่เพียงมิติทางเศรษฐกิจ แต่ยังสะท้อนกระบวนการเสริมสร้าง การผลิตซ้ำ และการธำรงรักษาความเชื่อที่ฝังรากอยู่ในสังคมไทย ทำให้ความเชื่อสามารถดำรงอยู่และปรับตัวได้ในยุคดิจิทัล แม้ในขณะเดียวกัน ความหมายดั้งเดิมบางส่วนอาจถูกลดทอนลงภายใต้กลไกตลาดและการบริโภคสื่อร่วมสมัย

คำสำคัญ: ความเชื่อเรื่องผี, สินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล, การสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรม, ยูทูบ, เรื่องเล่าเหนือธรรมชาติ

Abstract

This study aims to examine the commodification of spiritual beliefs (ghost narratives) is transformed into digital cultural products, focusing on the creation of cultural value of spiritual content on the YouTube platform within the context of digital society. A qualitative case study approach was employed by selecting YouTube channels specializing in ghost storytelling, each

* Received 6 April 2026; Revised 22 April 2026; Accepted 27 April 2026

with more than 100,000 subscribers. Data were collected through in-depth interviews with 15 informants, including content producers and channel followers, selected using purposive sampling. This was complemented by content observation and analysis of data from digital platforms. Data were analyzed using interpretive content analysis under the framework of cultural commodification. The findings reveal that the digital social context facilitates the widespread production and dissemination of spiritual beliefs, particularly supernatural and ghost narratives, in the form of digital content. Such content is restructured in accordance with platform logics, including storytelling formats, visual and audio elements, pacing, and atmosphere, to enhance audience engagement and sustain viewership. This process can be explained through commodification, standardization, mass production, and reproduction, resulting in the transformation of spiritual content into digital cultural commodities that generate both economic and symbolic value in contemporary media environments. Furthermore, the creation of cultural value through spiritual content extends beyond economic dimensions. It reflects processes of reinforcement, reproduction, and preservation of deeply rooted beliefs in Thai society, enabling these beliefs to persist and adapt in the digital age. However, at the same time, some aspects of their original meanings may be diminished under market mechanisms and contemporary media consumption.

Keywords: Beliefs in Ghost, Digital Cultural Commodities, Cultural Value Creation, Youtube, Suppernatural Narratives

บทนำ

ตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน มนุษย์ได้สร้างสิ่งที่เรียกว่าวัฒนธรรมขึ้นเพื่อเป็นกลไกในการดำรงชีวิต ทั้งในมิติของศาสนา ความเชื่อ ขนบธรรมเนียมประเพณี จริยธรรม ศิลปะ ภาษา ตลอดจนเทคโนโลยีและองค์ความรู้ต่าง ๆ วัฒนธรรมจึงเป็นผลผลิตทางสังคมที่มนุษย์สร้างขึ้นเพื่อใช้ประโยชน์จากธรรมชาติ ควบคุมความประพฤติ และสร้างระเบียบในการอยู่ร่วมกันของมนุษย์ในสังคม (สำลี จำเริญชัย, 2553) ในบรรดาวัฒนธรรมทั้งหมด วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับความเชื่อมีบทบาทสำคัญต่อวิถีชีวิตของผู้คน โดยเฉพาะ “วัฒนธรรมความเชื่อ” ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดที่ตั้งอยู่บนศรัทธา การยอมรับในอำนาจเหนือธรรมชาติ และการปฏิบัติตามแบบแผนร่วมกันของกลุ่มคนที่มีความเชื่อเดียวกัน ความเชื่อดังกล่าวนำไปสู่การแสดงออกทางพฤติกรรม การประกอบพิธีกรรม และการจัดการพื้นที่ทางสังคมผ่านองค์กรหรือกลไกในชุมชน ซึ่งพิธีกรรมเหล่านี้ส่งผลต่อสภาพจิตใจและการยึดโยงผู้คนในสังคมอย่างมีนัยสำคัญ สำหรับบริบทสังคมไทย ความเชื่อเกี่ยวกับ “ผี” วิญญาณ และสิ่งศักดิ์สิทธิ์ เช่น ผีบรรพบุรุษ เจ้าที่เจ้าทาง เทวดาอารักษ์ รวมถึงการตั้งศาลและการเคารพบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ ล้วนสะท้อนให้เห็นถึงบทบาทของความเชื่อด้านจิตวิญญาณที่ฝังรากลึกอยู่ในวิถีชีวิตของคนไทยมาอย่างยาวนาน (วริศา จันทร์ขำ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์, 2560) เรื่องเล่าเกี่ยวกับผีจึงถูกถ่ายทอดสืบต่อกันมาในรูปแบบของมรดกทางวัฒนธรรม ผ่านการเล่าเรื่อง ปากต่อปาก และพิธีกรรมต่าง ๆ ต่อมา เรื่องเล่าผีได้ถูกนำมาดัดแปลงเป็นสื่อและสินค้าทางวัฒนธรรม เริ่มตั้งแต่สื่อสิ่งพิมพ์ เช่น หนังสือการ์ตูนและหนังสือเล่าประสบการณ์เกี่ยวกับผี ก่อนจะพัฒนาเข้าสู่สื่อวิทยุและโทรทัศน์ อาทิ รายการวิทยุแนวเล่าเรื่องขนหัวลุก รวมถึงรายการโทรทัศน์แนววา Variety Talk Show นอกจากนี้ ยังมีการผลิตภาพยนตร์สยองขวัญจำนวนมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความเชื่อเรื่องผีได้กลายเป็นเนื้อหาที่สามารถผลิตซ้ำและสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่องในสังคมไทย

ภายใต้บริบทของระบบทุนนิยมและโลกาภิวัตน์ วัฒนธรรมมิได้ดำรงอยู่เพียงในฐานะความหมายหรือคุณค่าทางสังคมเท่านั้น แต่ยังถูกแปรสภาพให้กลายเป็น “สินค้า” ผ่านกระบวนการผลิต การจัดการ และการแลกเปลี่ยนในตลาด (กฤตยภรณ์ ตันติเศรษฐ, 2557) ซึ่งในบริบทของสังคมร่วมสมัย แนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้าอธิบายถึงกระบวนการที่วัฒนธรรมถูกปรับคุณค่าให้สอดคล้องกับกลไกตลาด วัฒนธรรมซึ่งเดิมทำหน้าที่หล่อหลอมความเชื่อและอัตลักษณ์ทางสังคม ถูกจัดวางใหม่ในฐานะทรัพยากรที่สามารถผลิตซ้ำ ดัดแปลง และแลกเปลี่ยนได้ภายใต้ระบบทุนนิยม (Adorno, T. W., 1991) ส่งผลให้ศิลปวัฒนธรรม ความเชื่อ และพิธีกรรมถูกนำเสนอในรูปแบบที่ตอบสนองรสนิยมของผู้บริโภค และกลายเป็นวัตถุแห่งการบริโภคในสังคมร่วมสมัย (ชลิดา แย้มศรีสุข และคณะ, 2563) แนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า (Cultural Commodification) อธิบายถึงกระบวนการที่องค์ประกอบทางวัฒนธรรม เช่น ความเชื่อ พิธีกรรม และวิถีชีวิต ถูกกำหนดคุณค่าใหม่ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดและเข้าสู่ระบบการแลกเปลี่ยนทางเศรษฐกิจภายใต้กลไกทุนนิยม (Adorno, T. W., 1991) วัฒนธรรมจึงมิได้ดำรงอยู่เพียงในฐานะคุณค่าทางจิตวิญญาณหรือจารีตดั้งเดิม หากแต่ถูกจัดการผลิต และนำเสนอในลักษณะที่สามารถสร้างมูลค่าและถูกบริโภคได้ในวงกว้าง สอดคล้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรมของ Adorno และ Horkheimer ซึ่งชี้ให้เห็นว่าวัฒนธรรมในสังคมสมัยใหม่ถูกทำให้เป็นมาตรฐานและผลิตซ้ำในจำนวนมากผ่านสื่อและเทคโนโลยี เพื่อสร้างความนิยมและตอบสนองรสนิยมของมวลชน (Horkheimer, M. & Adorno, T. W. , 2002) ภายใต้กรอบแนวคิดดังกล่าว กระบวนการแปรเปลี่ยนวัฒนธรรมสู่การเป็นสินค้าเชิงวัฒนธรรมสามารถอธิบายได้ผ่าน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ การทำให้เป็นสินค้า (Commodification) ซึ่งเป็นการกำหนดคุณค่าใหม่ให้วัฒนธรรมสามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและถูกแลกเปลี่ยนในตลาดได้ การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) ซึ่งเป็นการจัดรูปแบบการผลิตและการนำเสนอวัฒนธรรมให้มีลักษณะคล้ายคลึงกันเพื่อให้ผู้บริโภคสามารถรับรู้ เข้าใจ และบริโภคได้อย่างคุ้นเคย การผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ที่เน้นการผลิตซ้ำอย่างสม่ำเสมอในปริมาณมากผ่านสื่อและเทคโนโลยีเพื่อขยายการเข้าถึงของมวลชน และการผลิตซ้ำ (Reproduction) ซึ่งเป็นการนำรูปแบบหรือธีมทางวัฒนธรรมที่ได้รับการยอมรับแล้วกลับมาใช้ซ้ำเพื่อลดความเสี่ยงในการผลิตและตอกย้ำความหมายทางวัฒนธรรมในบริบทสังคมร่วมสมัย กระบวนการทั้งสี่ประเด็นนี้สะท้อนให้เห็นว่าวัฒนธรรมมิได้สูญหายไปภายใต้ระบบทุนนิยม หากแต่ถูกแปรรูปให้ดำรงอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับการคงไว้ซึ่งคุณค่าเชิงสัญญะและประสบการณ์ที่ผู้บริโภครับรู้ได้ ซึ่งกรณีความเชื่อเรื่องผีจึงสามารถดำรงอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่ทั้งขายได้และยังคงพลังทางความหมายในสังคม (ชลิดา แย้มศรีสุข และคณะ, 2563) การเติบโตของเนื้อหาสยองขวัญบนแพลตฟอร์มดิจิทัล เช่น YouTube สะท้อนการเปลี่ยนความเชื่อและประสบการณ์ลี้ลับให้กลายเป็นเนื้อหาที่สร้างความนิยม การมีส่วนร่วม และมูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงความสัมพันธ์ (กฤษฎา ทองมี, 2568)

ในยุคดิจิทัล เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบการถ่ายทอดและการบริโภควัฒนธรรมอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ผลิตเนื้อหาสามารถสร้าง เผยแพร่ และสร้างรายได้จากวิดีโอได้อย่างเสรี (นภดล ยิ่งยงสกุล, 2559) แพลตฟอร์ม YouTube มีคุณสมบัติเฉพาะที่เอื้อต่อการทำให้เนื้อหากลายเป็นสินค้า เช่น ระบบสร้างรายได้ (โฆษณา สมาชิก Super Chat) และการมีส่วนร่วมแบบเรียลไทม์ผ่านไลฟ์สดและคอมเมนต์ คุณลักษณะดังกล่าวส่งเสริมให้เนื้อหาจิตวิญญาณสามารถสร้างทั้งมูลค่าทางเศรษฐกิจและความสัมพันธ์กับผู้ชมได้อย่างต่อเนื่องในระบบแพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งความนิยมและความสะดวกในการเข้าถึงของแพลตฟอร์มดังกล่าว ส่งผลให้เนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องผี วิญญาณ และความเชื่อถูกนำเสนอในรูปแบบของ “รายการเล่าเรื่องผี” บนยูทูบอย่างแพร่หลาย รายการเล่าเรื่องผีบนยูทูบเป็นตัวอย่างของการนำความเชื่อดั้งเดิมมาผ่านกระบวนการผลิตซ้ำในรูปแบบดิจิทัล โดยใช้กลวิธีการเล่าเรื่อง น้ำเสียง ภาพ เสียง และปฏิสัมพันธ์กับผู้ชม เพื่อสร้างทั้งความบันเทิง ความรู้สึกมีส่วนร่วม และมูลค่าทางเศรษฐกิจ

(ศิริรัตน์ สมสวัสดิ์, 2563) ภายใต้ระบบการสร้างรายได้ของยูทูบ เนื้อหาดังกล่าวจึงไม่เพียงทำหน้าที่ถ่ายทอดความเชื่อเท่านั้น แต่ยังกลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่สามารถสร้างรายได้และอาชีพใหม่ให้แก่ผู้ผลิตเนื้อหา (ถนัดกิจ จันกิเสน, 2556)

จากบริบทดังกล่าวจะเห็นได้ว่า ความเชื่อเรื่องผีและเนื้อหาจิตวิญญาณมิได้ดำรงอยู่เพียงในฐานะวัฒนธรรมและความเชื่อดั้งเดิมเท่านั้น หากแต่ได้ถูกปรับรูปแบบและจัดวางใหม่ให้สอดคล้องกับกลไกของสื่อดิจิทัลและระบบทุนนิยมร่วมสมัย โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ซึ่งเอื้อให้เนื้อหาดังกล่าวสามารถผลิตซ้ำเผยแพร่ในวงกว้าง และสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจควบคู่ไปกับมูลค่าทางวัฒนธรรม การเติบโตของเนื้อหาสยองขวัญบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมิได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ด้านความนิยมเท่านั้น แต่ยังสะท้อนกระบวนการแปรเปลี่ยนความเชื่อและประสบการณ์จิตวิญญาณหรือเรื่องเล่าผีให้กลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ อย่างไรก็ตาม ยังพบช่องว่างสำคัญระหว่างระดับความเชื่อใจและความผูกพันของผู้ชมกับการแปลงไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงพาณิชย์ที่เป็นรูปธรรม งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการสื่อสารการตลาดเชิงความสัมพันธ์และพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้ติดตาม เพื่ออธิบายกลไกการสร้างคุณค่าและข้อจำกัดของการพัฒนาเนื้อหาจิตวิญญาณในยุคดิจิทัล ซึ่งผลการศึกษาจะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการด้านนิเทศศาสตร์และการตลาดดิจิทัล รวมถึงสามารถประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารและการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของสื่อในบริบทสังคมร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาการทำให้ความเชื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล บนแพลตฟอร์มยูทูบ โดยศึกษาลักษณะการทำให้เป็นสินค้า การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การผลิตเป็นจำนวนมาก และการผลิตซ้ำของสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลจากเนื้อหาจิตวิญญาณ (เรื่องเล่าผี) บนแพลตฟอร์มยูทูบ

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยเรื่องนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ใช้วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต (Observation) และการศึกษาข้อมูลจากแพลตฟอร์มดิจิทัล

ผู้ให้ข้อมูลหรือกลุ่มตัวอย่าง

แหล่งข้อมูลของงานวิจัยแบ่งออกเป็น 2 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) และผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (Informants) โดยคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์

ผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) ได้แก่ นักจัดรายการเล่าเรื่องเกี่ยวกับผีบนแพลตฟอร์มยูทูบจำนวน 2 ช่อง คือ “ช่องเรื่องเล่าหลอนผี” และ “ช่องเรื่องหลอนเหลือเชื่อ” (ชื่อสมมติ) จำนวน 5 คน โดยมีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้ผลิตเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบอย่างต่อเนื่อง มียอดผู้ติดตาม (Subscribers) ไม่น้อยกว่า 100,000 คน มีประสบการณ์ในการจัดรายการและสร้างเนื้อหาไม่น้อยกว่า 1 ปี และมีบทบาทโดยตรงในการวางรูปแบบรายการ การเล่าเรื่อง และการสื่อสารกับผู้ชม ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตรูปแบบการนำเสนอเนื้อหา เพื่อศึกษาการผลิตเนื้อหา การจัดการความเชื่อและการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจบนแพลตฟอร์มดิจิทัล

ผู้ให้ข้อมูลทั่วไป (Informants) ได้แก่ ผู้ติดตามรายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ จำนวน 10 คน โดยเป็นผู้ติดตามช่องของผู้ให้ข้อมูลหลัก (ช่องละ 5 คน) มีเกณฑ์การคัดเลือก คือ เป็นผู้ติดตามรายการเล่าเรื่องผีของช่องยูทูบที่ศึกษาอย่างสม่ำเสมอ มีระยะเวลาการติดตามรายการไม่น้อยกว่า 1 ปี และเคยรับชมเนื้อหาเกี่ยวกับเรื่องผีและความเชื่อในรูปแบบอื่นมาก่อน เช่น รายการโทรทัศน์หรือสื่อออนไลน์ กลุ่มผู้ให้ข้อมูลทั่วไปทำหน้าที่สะท้อนมุมมองของผู้บริโภคสื่อ การรับรู้ความหมาย ความเชื่อ และคุณค่าที่ได้รับจากการบริโภคเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล

เครื่องมือการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือหลัก ได้แก่ แนวคำถามสำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ซึ่งพัฒนาขึ้นตามกรอบแนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า เศรษฐกิจวัฒนธรรมดิจิทัล และการเล่าเรื่องในสื่อออนไลน์ โดยแนวคำถามผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา (Content Validity) โดยมีค่า IOC มากกว่า 0.5 และปรับปรุงให้มีความชัดเจนก่อนนำไปใช้จริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลของงานวิจัยนี้ดำเนินการภายใต้กรอบการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมุ่งเน้นการเข้าถึงความหมาย ประสบการณ์ และกระบวนการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมของเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน ได้แก่ การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) การสังเกต (Observation) และการศึกษาข้อมูลจากสื่อดิจิทัล เพื่อให้สามารถทำความเข้าใจปรากฏการณ์ได้อย่างรอบด้านและสอดคล้องกับบริบทของสังคมดิจิทัลร่วมสมัย การเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลักและผู้ให้ข้อมูลทั่วไปดำเนินการผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง โดยใช้เวลา 30-45 นาที ซึ่งเปิดโอกาสให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถสะท้อนประสบการณ์ มุมมอง และการให้ความหมายต่อเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีได้อย่างอิสระ ในขณะเดียวกันผู้วิจัยยังคงควบคุมทิศทางของการสนทนาให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดและวัตถุประสงค์ของการศึกษา การสัมภาษณ์ดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยเข้าถึงผู้ให้ข้อมูลผ่านช่องทาง Chat ในเพจของช่อง และคอมเมนต์ของผู้ติดตาม เพื่อนัดหมายวันและเวลาที่เหมาะสมกับผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย พร้อมขออนุญาตบันทึกเสียงและจดบันทึกตลอดกระบวนการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสามารถนำไปวิเคราะห์เชิงลึกได้อย่างถูกต้อง นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังดำเนินการสังเกตเนื้อหาบนแพลตฟอร์มยูทูบ จำนวน 10 คลิป ได้แก่ รูปแบบการเล่าเรื่อง การใช้ภาพและเสียง การจัดจังหวะการนำเสนอ การสร้างบรรยากาศ และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้ชมในช่องยูทูบของผู้ให้ข้อมูลหลัก การสังเกตดังกล่าวช่วยให้ผู้วิจัยสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากการสัมภาษณ์เข้ากับการปฏิบัติจริงในกระบวนการผลิตเนื้อหา และสะท้อนให้เห็นถึงกลไกการผลิตซ้ำความเชื่อในรูปแบบสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลได้อย่างเป็นรูปธรรม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เป็นแนวทางหลัก ผู้วิจัยเริ่มต้นด้วยการถอดเสียงจากการสัมภาษณ์เชิงลึกทั้งหมดเป็นลายลักษณ์อักษร จากนั้นจึงอ่านทบทวนข้อมูลอย่างละเอียดหลายรอบ เพื่อทำความเข้าใจภาพรวมของข้อมูลและบริบทของผู้ให้ข้อมูลแต่ละราย กระบวนการดังกล่าวช่วยให้ผู้วิจัยสามารถรับรู้ถึงแบบแผน แนวคิด และความหมายที่แฝงอยู่ในประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูล ภายหลังการทำความเข้าใจข้อมูลในภาพรวม ผู้วิจัยทำการคัดเลือกข้อความหรือประเด็นสำคัญที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า โดยจัดกลุ่มข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่เชิงธีม (Thematic Categories) เช่น กระบวนการผลิตเนื้อหาจิตวิญญาณ (เรื่องเล่าผี) การจัดการความเชื่อในบริบทดิจิทัล กลไกการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม และการรับรู้ความหมายของผู้ชมต่อเนื้อหา การจัดหมวดหมู่ดังกล่าวช่วยให้การวิเคราะห์มีความเป็นระบบและสามารถเชื่อมโยงข้อมูลเชิงประจักษ์เข้ากับแนวคิดทางทฤษฎีได้อย่างชัดเจน ขั้นตอนต่อมาผู้วิจัยดำเนินการตีความและอธิบายข้อมูลเชิงลึกโดยเชื่อมโยงประเด็นที่ค้นพบกับบริบททางสังคมดิจิทัล เศรษฐกิจแพลตฟอร์ม และแนวคิดการทำให้วัฒนธรรมเป็นสินค้า การตีความมิได้จำกัดอยู่เพียงการอธิบายปรากฏการณ์ในระดับพรรณนา หากแต่พยายามทำความเข้าใจความหมายเชิงโครงสร้างและพลวัตของการเปลี่ยนผ่านความเชื่อไปสู่การเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล ทั้งในมิติของผู้ผลิตเนื้อหาและผู้บริโภคสื่อ

เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิเคราะห์ ผู้วิจัยใช้เทคนิคการตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (Data Triangulation) โดยเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งข้อมูลที่แตกต่างกัน ได้แก่ ข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก ผู้ให้ข้อมูล

ทั่วไป และข้อมูลจากการสังเกตบนแพลตฟอร์มยูทูบ นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังนำผลการสรุปและตีความข้อมูลไปให้ผู้ให้ข้อมูลตรวจสอบความถูกต้อง (Member Check) และปรับแก้ตามข้อเสนอแนะ ก่อนนำเสนอผลการวิจัยในขั้นสุดท้าย ทั้งนี้เพื่อยืนยันความเที่ยงตรง ความน่าเชื่อถือ และความสอดคล้องของผลการวิจัยกับประสบการณ์จริงของผู้ให้ข้อมูล

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาการทำให้เรื่องเล่าความเชื่อเกี่ยวกับผีเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลบนแพลตฟอร์มยูทูบ (YouTube) แสดงให้เห็นว่า เรื่องเล่าผีมิได้ดำรงอยู่เพียงในฐานะความเชื่อหรือมรดกทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดกันแบบไม่เป็นทางการเท่านั้น หากแต่ถูกแปรสภาพให้สอดคล้องกับกลไกของเศรษฐกิจดิจิทัลและโครงสร้างของแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ โดยสามารถอธิบายผ่านกรอบแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม (Culture Industry) ได้อย่างชัดเจน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การทำให้เป็นสินค้า (Commodification) 2) การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) 3) การผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) และ 4) การผลิตซ้ำ (Reproduction) ดังนี้

1. การทำให้เป็นสินค้า (Commodification) ผลการวิจัยพบว่า เรื่องเล่าผีซึ่งมีรากฐานมาจากความเชื่อทางศาสนา ความเชื่อพื้นบ้าน และประสบการณ์ส่วนบุคคล ถูกนำมาปรับโครงสร้างใหม่ให้สามารถสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจได้อย่างเป็นระบบบนแพลตฟอร์มยูทูบ ผ่านกลไกการสร้างรายได้ของแพลตฟอร์ม เช่น รายได้จากโฆษณา ระบบสมาชิก การสนับสนุนทางการเงินจากผู้ชม และฟังก์ชัน Super Chat ส่งผลให้เรื่องเล่าที่เคยดำรงอยู่ในฐานะการสื่อสารเชิงวัฒนธรรม ถูกแปรสภาพให้มีสถานะเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่สามารถผลิตซ้ำและแลกเปลี่ยนมูลค่าได้ จากการสัมภาษณ์ผู้จัดรายการเล่าเรื่องผี พบว่า กระบวนการคัดเลือกเรื่องเล่าไม่ได้ขึ้นอยู่กับความเชื่อส่วนบุคคลเพียงอย่างเดียว หากแต่พิจารณาจากศักยภาพในการดึงดูดผู้ชมและการตอบสนองของตลาดเป็นสำคัญ ผู้จัดรายการรายหนึ่งอธิบายว่า

“เรื่องที่เล่าแล้วคนดูเยอะ คนคอมเมนต์เยอะ แสดงว่าคนอิน ถ้าเรื่องไหนกระแสดี เราก็จะหาเรื่องแนวคล้าย ๆ กันมาเล่าต่อ เพราะมันทำให้ช่องอยู่ได้และไปต่อได้” (ผู้จัดรายการ A, 2566)

คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า เรื่องเล่าผีถูกจัดการในลักษณะเดียวกับสินค้าในตลาดสื่อ ซึ่งต้องอาศัยการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและระบบอัลกอริทึมของแพลตฟอร์มเป็นฐานในการตัดสินใจ

การสังเกตเชิงระบบของผู้วิจัยพบว่า ช่องยูทูบเล่าเรื่องผีมีการจัดเนื้อหาในลักษณะเป็นรายการประจำ มีช่วงเวลาออกอากาศที่ค่อนข้างแน่นอน และมีรูปแบบการนำเสนอซ้ำกันอย่างต่อเนื่อง ทั้งการตั้งชื่อคลิปที่กระตุ้นอารมณ์ความกลัว เช่น

“เรื่องจริงที่ห้ามฟังคนเดียว” หรือ “ฟังแล้วขนลุกกลางดึก” รวมถึงการใช้ภาพปก เสียงดนตรี และจังหวะการเล่าที่สร้างบรรยากาศน่ากลัว องค์ประกอบเหล่านี้ทำหน้าที่เพิ่มมูลค่าเชิงสัญลักษณ์ให้กับเนื้อหา และช่วยทำให้เรื่องเล่าผีมีลักษณะเป็นสินค้าที่สามารถแข่งขันในตลาดสื่อดิจิทัลได้ นอกจากนี้ การเปิดรับเรื่องเล่าจากผู้ติดตามยังเป็นกลไกสำคัญในกระบวนการทำให้เป็นสินค้า ผู้จัดรายการให้ข้อมูลว่า “บางเรื่องเป็นเรื่องที่คนดูส่งมาเอง พอเราเอามาเล่า เขาก็รู้สึกว่ารายการนี้มีส่วนของเขาอยู่ด้วย มันทำให้เขาติดตามต่อ” (ผู้จัดรายการ B, 2566)

การมีส่วนร่วมดังกล่าวไม่เพียงช่วยลดต้นทุนการผลิตเนื้อหา แต่ยังทำให้ผู้ชมรู้สึกเป็นเจ้าของร่วมของสินค้าเชิงวัฒนธรรม ส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตและผู้บริโภคมีลักษณะใกล้ชิดมากขึ้น สำหรับในมุมมอง

ของผู้ติดตาม การสนับสนุนทางการเงินแก่ผู้จัดรายการไม่ได้เกิดจากความเชื่อเรื่องผีเพียงอย่างเดียว หากแต่เกิดจากความผูกพันทางอารมณ์กับผู้เล่า ผู้ติดตามรายหนึ่งสะท้อนว่า

“เวลาฟังเหมือนฟังเพื่อนเล่าเรื่อง ถ้าฟังแล้วสนุกหรืออิน ก็อยากช่วยสนับสนุนให้เขาทำต่อ” (ผู้ติดตาม H, 2566)

คำให้สัมภาษณ์นี้ชี้ให้เห็นว่า การทำให้เรื่องเล่าผีกลายเป็นสินค้าในแพลตฟอร์มยูทูบ ไม่ได้อาศัยเพียงเนื้อหาเชิงความเชื่อเท่านั้น แต่ยังอาศัยความสัมพันธ์เชิงอารมณ์และความไว้วางใจระหว่างผู้จัดรายการกับผู้ชมเป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ

จะเห็นได้ว่ากระบวนการทำให้เป็นสินค้าของเรื่องเล่าผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ แสดงให้เห็นถึงการผสมผสานระหว่างความเชื่อทางวัฒนธรรม อารมณ์ความรู้สึกของผู้ชม และระบบเศรษฐกิจแพลตฟอร์มอย่างแนบแน่น ส่งผลให้เรื่องเล่าผีถูกยกระดับจากการสื่อสารเชิงความเชื่อในชีวิตประจำวัน ไปสู่การเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่สามารถสร้างมูลค่าและดำรงอยู่ได้อย่างยั่งยืนในสังคมร่วมสมัย

2. การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน (Standardization) ผลการวิจัยพบว่า แม้เนื้อหาเรื่องเล่าผีบนแพลตฟอร์มยูทูบจะมีความหลากหลายทั้งในด้านแหล่งที่มา ประสบการณ์ และรูปแบบความเชื่อ แต่กระบวนการผลิตและการนำเสนอเนื้อหากลับถูกทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันอย่างชัดเจน เพื่อให้สอดคล้องกับความคาดหวังของผู้ชมและเงื่อนไขของระบบอัลกอริทึมของแพลตฟอร์ม การทำให้เป็นมาตรฐานดังกล่าวทำให้เรื่องเล่าผีสามารถดำรงอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่ผู้ชมสามารถรับรู้ ทำความเข้าใจ และตัดสินใจบริโภคได้โดยไม่ต้องเรียนรู้รูปแบบใหม่ซ้ำ ๆ

จากการสังเกตเชิงระบบพบว่า รายการเล่าเรื่องผีส่วนใหญ่มีโครงสร้างการเล่าที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ การเกริ่นนำเพื่อสร้างบรรยากาศและความน่าเชื่อถือ การเล่าเรื่องด้วยน้ำเสียงจริงจัง มีจังหวะช้าและเน้นอารมณ์ การใช้ดนตรีหรือเสียงประกอบเพื่อเสริมความรู้สึกหวาดกลัว และการปิดท้ายรายการด้วยการชักชวนให้ผู้ชมแสดงความคิดเห็น กดติดตาม หรือส่งเรื่องเล่าเข้ามาเพิ่มเติม โครงสร้างดังกล่าวปรากฏซ้ำอย่างต่อเนื่องในหลายช่อง แม้จะเป็นผู้จัดรายการคนละรายและมีฐานผู้ชมแตกต่างกัน ผู้จัดรายการรายหนึ่งให้ข้อมูลว่า การรักษารูปแบบการเล่าเรื่องให้คงที่เป็นสิ่งจำเป็นต่อการทำงานในแพลตฟอร์ม โดยระบุว่า

“ถ้าเปลี่ยนรูปแบบบ่อย คนดูจะงง เขาเข้ามาเพราะคุ้นเคยกับสไตล์นี้ เราเลยต้องรักษาจังหวะการเล่า น้ำเสียง และบรรยากาศให้เหมือนเดิม” (ผู้จัดรายการ D, 2566)

คำให้สัมภาษณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่า มาตรฐานของการเล่าเรื่องไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ หากแต่เป็นผลจากการเรียนรู้พฤติกรรมผู้ชมและการปรับตัวของผู้ผลิตเนื้อหาให้สอดคล้องกับตลาดสื่อดิจิทัล สำหรับในมุมมองของผู้ชม การมีรูปแบบการเล่าที่คุ้นเคยช่วยลดความไม่แน่นอนในการรับชม ผู้ติดตามรายหนึ่งอธิบายว่า

“พอเข้ามาดูก็รู้เลยว่ารายการจะดำเนินยังไง มีช่วงเล่า ช่วงคุย มันไม่ต้องปรับตัวใหม่ รู้สึกสบายใจที่จะฟังต่อ” (ผู้ติดตาม J, 2566)

ความเห็นดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า มาตรฐานของรูปแบบการเล่าเรื่องทำหน้าที่สร้างความรู้สึกปลอดภัยและความคาดหวังที่แน่นอน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการรักษาฐานผู้ชมในระยะยาว นอกจากนี้ ยังพบการทำให้เป็น

มาตรฐานในด้านเวลาและความถี่ของการเผยแพร่เนื้อหา โดยรายการเล่าเรื่องผีส่วนใหญ่มักจัดในช่วงเวลากลางคืนถึงดึก ซึ่งสอดคล้องกับบริบทของการบริโภคสื่อและอารมณ์ความกลัวของผู้ชม ผู้จัดรายการรายหนึ่งให้เหตุผลว่า

“ถ้าเล่ากลางวันคนจะไม่อิน กลางคืนคนจะอยู่กับเราได้นานกว่า” (ผู้จัดรายการ E, 2566)

ขณะเดียวกัน การอัปโหลดคลิปหรือจัดรายการอย่างสม่ำเสมอยังเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มการมองเห็นของเนื้อหาในระบบแพลตฟอร์ม และช่วยให้ช่องสามารถรักษาความต่อเนื่องของการรับชมได้

จะเห็นได้ว่าการทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกันของการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ เป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงระหว่างความคาดหวังของผู้ชม กลไกของแพลตฟอร์ม และกลยุทธ์ของผู้ผลิตเนื้อหา มาตรฐานดังกล่าวทำให้เรื่องเล่าผีสามารถถูกผลิตซ้ำ รับรู้ได้ง่าย และดำรงอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่มีเสถียรภาพทางเศรษฐกิจและความนิยมอย่างต่อเนื่อง

3. การผลิตเป็นจำนวนมาก (Mass Production) ผลการวิจัยพบว่า การเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบมีลักษณะของการผลิตเนื้อหาเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่องและเป็นระบบ ซึ่งสะท้อนรูปแบบการจัดการเนื้อหาในลักษณะเดียวกับกระบวนการผลิตเชิงอุตสาหกรรม ผู้จัดรายการและเจ้าของช่องไม่ได้ผลิตเนื้อหาในลักษณะเฉพาะกิจหรือครั้งคราว หากแต่ดำเนินการภายใต้แผนการผลิตที่มุ่งเน้นความถี่ ความสม่ำเสมอ และการเพิ่มปริมาณเนื้อหาเพื่อให้สอดคล้องกับกลไกการทำงานของแพลตฟอร์มดิจิทัล โดยเฉพาะระบบอัลกอริทึมของยูทูบที่ให้ความสำคัญกับการอัปโหลดอย่างต่อเนื่องและการรักษาการมีส่วนร่วมของผู้ชม

จากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพพบว่า ผู้จัดรายการจำนวนมากใช้กลยุทธ์การแตกเนื้อหา (content fragmentation) โดยนำวัตถุดิบจากแหล่งเดียวกันมาผลิตซ้ำในหลายรูปแบบ เช่น การไลฟ์สดเล่าเรื่องผีหนึ่งครั้งสามารถถูกนำไปตัดต่อเป็นคลิปสั้น คลิปรวมหลายเรื่อง หรือคลิปที่เน้นเฉพาะประเด็นหรือช่วงเวลาที่ได้รับความนิยมสูง วิธีการดังกล่าวช่วยยืดอายุการใช้งานของเนื้อหา และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้ชมในหลายบริบทของการรับชม ทั้งการดูแบบต่อเนื่องและการดูแบบสั้นเป็นช่วง ๆ ผู้จัดรายการรายหนึ่งให้ข้อมูลว่า การผลิตเนื้อหาในปริมาณมากเป็นเงื่อนไขสำคัญของการอยู่รอดบนแพลตฟอร์ม โดยระบุว่า

“ถ้าไม่ลงคลิปบ่อย ระบบมันก็ไม่ดัน คนดูก็หายไป เราเลยต้องคิดตลอดว่าเรื่องเดียวจะเอาไปทำอะไรต่อได้บ้าง” (ผู้จัดรายการ B, 2566)

คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การผลิตเรื่องเล่าผีไม่ได้เป็นเพียงกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ทางวัฒนธรรม หากแต่เป็นการทำงานภายใต้แรงกดดันของตลาดสื่อดิจิทัล ซึ่งผู้ผลิตจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับตรรกะของแพลตฟอร์มและพฤติกรรมการบริโภคของผู้ชมอย่างใกล้ชิด สำหรับในมุมมองเชิงทฤษฎี ลักษณะการผลิตดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดอุตสาหกรรมวัฒนธรรม ที่มองว่าสินค้าวัฒนธรรมถูกผลิตซ้ำอย่างเป็นระบบเพื่อรองรับการบริโภคในวงกว้าง การเล่าเรื่องผีจึงถูกทำให้กลายเป็นเนื้อหาที่สามารถจัดการ คาดการณ์ และควบคุมกระบวนการผลิตได้ โดยให้ความสำคัญกับปริมาณและความต่อเนื่องมากกว่าความแตกต่างเชิงเนื้อหาในแต่ละชิ้นงาน นอกจากนี้ ผู้ชมเองก็มีส่วนในการส่งเสริมกระบวนการผลิตเป็นจำนวนมาก โดยพฤติกรรมการรับชมแบบต่อเนื่องและการรอคอยเนื้อหาใหม่อย่างสม่ำเสมอทำให้ผู้จัดรายการต้องรักษาจังหวะการผลิตให้ทันต่อความคาดหวัง ผู้ติดตามรายหนึ่งสะท้อนมุมมองว่า

“ถ้าช่องไหนหายไปหลายวัน เราก็จะเผลอไปฟังช่องอื่น พอกลับมาอีกทีก็ไม่ค่อยตามแล้ว ” (ผู้ติดตาม F, 2566)

จะเห็นได้ว่าการผลิตเป็นจำนวนมากของเรื่องเล่าผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ เป็นผลจากการทำงานร่วมกันระหว่างกลไกของแพลตฟอร์ม กลยุทธ์ของผู้ผลิตเนื้อหา และพฤติกรรมการบริโภคของผู้ชม กระบวนการนี้ทำให้เรื่องเล่าผีถูกจัดวางอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่สามารถผลิตซ้ำ กระจาย และบริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งช่วยสร้างเสถียรภาพด้านความนิยมและรายได้ให้กับช่อง ในขณะเดียวกันก็สะท้อนการเปลี่ยนแปลงบทบาทของวัฒนธรรมจากพื้นที่ของความเชื่อและประสบการณ์ส่วนบุคคล ไปสู่ระบบการผลิตเชิงอุตสาหกรรมในสังคมร่วมสมัย

4. การผลิตซ้ำ (Reproduction) ผลการวิจัยพบว่า การผลิตซ้ำเป็นกลไกสำคัญที่เอื้อให้รายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบสามารถดำรงอยู่ได้อย่างต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งในระดับของเนื้อหา รูปแบบการนำเสนอ และประสบการณ์การรับชมของผู้ชม การนำเรื่องเล่าที่เคยได้รับความนิยมกลับมาเล่าใหม่ การทำภาคต่อ การรวบรวมเรื่องตามธีมหรือประเภทเดียวกัน ตลอดจนการเล่าเรื่องเดิมในมุมมองหรือบริบทที่แตกต่างออกไป ล้วนเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในการผลิตเนื้อหาใหม่ภายใต้สภาพแวดล้อมของแพลตฟอร์มดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูง

จากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้จัดรายการรายหนึ่งอธิบายถึงเหตุผลในการเลือกใช้การผลิตซ้ำว่า

“เรื่องที่คนชอบ เราจะไม่ปล่อยให้หายไป ก็เอามาเล่าซ้ำในมุมใหม่ หรือจับมารวมกับเรื่องแนวเดียวกัน คนฟังก็ยังตามอยู่” (ผู้จัดรายการ C, 2566)

คำให้สัมภาษณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การผลิตซ้ำไม่ได้เป็นเพียงการขาดความคิดสร้างสรรค์ หากแต่เป็นกลยุทธ์เชิงเหตุผลที่เกิดจากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ชมและการจัดการทรัพยากรเนื้อหาให้เกิดประโยชน์สูงสุดภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา แรงงาน และการแข่งขันในตลาดสื่อดิจิทัล สำหรับในมุมมองของผู้ชม การผลิตซ้ำของเรื่องเล่าผีไม่ได้ถูกมองในเชิงลบ หากแต่กลับเป็นส่วนหนึ่งของความเพลิดเพลินและความคุ้นเคยในการรับชม ผู้ติดตามรายหนึ่งให้ความเห็นว่า

“ถึงจะเคยฟังแล้ว แต่ก็ยังอยากฟังอีก บางทีฟังรอบแรกก็ยังไม่อินเท่ารอบหลัง” (ผู้ติดตาม G, 2566)

ความคิดเห็นดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า การฟังเรื่องผีซ้ำไม่เพียงตอบสนองความต้องการด้านเนื้อหา หากแต่ยังทำหน้าที่สร้างประสบการณ์ทางอารมณ์ที่ผู้ชมสามารถกลับไปสัมผัสได้ซ้ำ ๆ โดยไม่จำเป็นต้องแสวงหาความแปลกใหม่ตลอดเวลา ในเชิงวิเคราะห์ การผลิตซ้ำทำหน้าที่เชื่อมโยงมิติทางเศรษฐกิจและมิติทางวัฒนธรรมเข้าด้วยกัน ในด้านหนึ่ง การผลิตซ้ำช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้เนื้อหาเดิม สร้างยอดรับชมอย่างต่อเนื่อง และรักษาการมองเห็นของช่องในระบบแพลตฟอร์ม ขณะเดียวกัน ในอีกด้านหนึ่ง การเล่าเรื่องผีซ้ำ ๆ ยังมีบทบาทในการตอกย้ำความหมาย สัญลักษณ์ และโครงสร้างความเชื่อที่เกี่ยวข้องกับความกลัว สิ่งลี้ลับ และประสบการณ์เหนือธรรมชาติในสังคมร่วมสมัย

จะเห็นได้ว่าการผลิตซ้ำของรายการเล่าเรื่องผีบนยูทูบจึงไม่ใช่เพียงกระบวนการเชิงเทคนิคของการผลิตสื่อ หากแต่เป็นกลไกสำคัญที่ทำให้เรื่องผีสามารถดำรงอยู่ในฐานะสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลที่ผู้ชมคุ้นเคย เข้าถึงได้ง่าย และพร้อมจะกลับมาบริโภคซ้ำอย่างต่อเนื่องในบริบทของสังคมสื่อแพลตฟอร์ม

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. การทำให้ความเชื่อเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัล ผ่านกรณีศึกษาการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มยูทูบ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนเรื่องผีให้กลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลไม่เพียงแต่สร้างความนิยมและความบันเทิงแก่ผู้บริโภคในปัจจุบันเท่านั้น แต่ยังมีผลเชิงเศรษฐกิจและสังคม ทำให้เกิดการหมุนเวียนของวัฒนธรรมในรูปแบบใหม่ ความเชื่อดั้งเดิมและเรื่องเล่าเกี่ยวกับผีถูกปรับเปลี่ยนให้เข้ากับโลกดิจิทัล โดยคงคุณค่าทางวัฒนธรรมในระดับหนึ่งและเชื่อมโยงกับบริบทสังคมไทย แต่ในขณะเดียวกัน การแปลงเรื่องเล่าที่มีความหมายและคุณค่าทางจิตวิญญาณหรือสัญลักษณ์ของชุมชนให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ดิจิทัลเพื่อการบริโภคอย่างกว้างขวาง อาจทำให้ความหมายดั้งเดิมของเรื่องผีถูกลดทอนลง เหลือเพียงการเป็นสินค้า วัสดุ หรือเนื้อหาที่สามารถวัดมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ การสร้างมาตรฐานในการเล่าเรื่อง การผลิตซ้ำอย่างต่อเนื่อง และการออกแบบสื่อเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชม อาจช่วยรักษาความนิยม แต่ก็มีความเสี่ยงที่จะทำให้คุณค่าทางวัฒนธรรมและสัญลักษณ์ของเรื่องผีถูกเปลี่ยนรูปแบบไป จากเรื่องเล่าที่สะท้อนความเชื่อและภูมิปัญญาท้องถิ่นกลายเป็น “สินค้าดิจิทัล” ที่เน้นการบริโภคและความบันเทิงเป็นหลัก โดยรูปแบบการทำให้เป็นสินค้า การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน การผลิตเป็นจำนวนมาก และการผลิตซ้ำของสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลจากเนื้อหาจิตวิญญาณบนแพลตฟอร์มยูทูบ แสดงให้เห็นว่า

1.1 การทำให้เป็นสินค้าโดยการเล่าเรื่องผีในปัจจุบันถูกเปลี่ยนจากความเชื่อและเรื่องเล่าพื้นบ้านให้กลายเป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลในรูปแบบคลิปวิดีโอบนยูทูบ ซึ่งทำให้เรื่องผีเป็นที่นิยมและเข้าถึงผู้ชมได้กว้างขวาง การสร้างสรรค์เนื้อหาให้น่าสนใจและสามารถสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจสอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐนนท์ ฤกษ์พึ่งดีที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการผลิตและการประกอบสร้างความกลัวในรายการคนอวดผี (ณัฐนนท์ ฤกษ์พึ่งดี., 2561) ที่ระบุว่า เรื่องผีในสื่อโทรทัศน์และสื่อออนไลน์มีส่วนขับเคลื่อนความนิยมและเศรษฐกิจของสังคมไทย อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนเรื่องเล่าจิตวิญญาณ (เรื่องเล่าผี) เป็นสินค้าดิจิทัลนี้สะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจระหว่างผู้ผลิตเนื้อหาและผู้บริโภค ที่ความเชื่อดั้งเดิมอาจถูกลดทอนเหลือเพียงวัตถุหรือประสบการณ์เพื่อบริโภคทางเศรษฐกิจ ทั้งยังเป็นการสร้างช่องทางใหม่ในการรักษาหรือเผยแพร่วัฒนธรรมไทยในโลกสมัยใหม่

1.2 การทำให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยรายการเล่าเรื่องผีถูกกำหนดให้มีรูปแบบมาตรฐาน เช่น เวลาในการจัดรายการ ปกคลิป ชื่อคลิป และการใช้ภาพและเสียงประกอบเพื่อสร้างบรรยากาศ การสร้างมาตรฐานนี้ช่วยเพิ่มความน่าสนใจและทำให้ผู้ชมสามารถรับรู้และคาดหวังประสบการณ์ที่สม่ำเสมอ สอดคล้องกับงานของวริศา จันทร์ขำ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการเปรียบเทียบความหมายผีในรายการโทรทัศน์ “คนอวดผี” กับความเชื่อเรื่องผีในสังคมไทย (วริศา จันทร์ขำ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์, 2560) ที่กล่าวว่า การนำเสนอด้วยภาพและเสียงมีบทบาทสำคัญในการสร้างความหมายและเผยแพร่ความบันเทิงพร้อมสาระและความเชื่อ อย่างไรก็ตามการมาตรฐานเนื้อหาอาจส่งผลให้ความหลากหลายของเรื่องเล่าดั้งเดิมลดลง และบางแง่มุมของความเชื่ออาจถูกปรับให้เข้ากับตลาด แต่ในขณะเดียวกันก็ช่วยให้ผู้ชมจำนวนมากสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่าย และสร้างความคาดหวังร่วมที่เชื่อมโยงวัฒนธรรมและสังคมไทยเข้ากับประสบการณ์ดิจิทัล

1.3 การผลิตเป็นจำนวนมาก โดยการสร้างเนื้อหาผีในรูปแบบวิดีโอถูกผลิตในหลากหลายรูปแบบเพื่อตอบสนองผู้บริโภคที่มีความต้องการแตกต่างกัน ทำให้เรื่องเล่าผีเข้าสู่ตลาดกระแสหลักและสามารถสร้างรายได้เชิงพาณิชย์ได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาถ คำแก้ว ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องปฐมบทแห่งความน่าสะพรึงกลัว พัฒนาการของผีไทย “ผีบุพกาล”สู่ “ผีพาณิชย์” (กัมปนาถ คำแก้ว, 2559) ที่กล่าวว่าผีไทยได้ถูกใช้เป็นเครื่องมือทางพาณิชย์ตั้งแต่สมัยเก่าจนถึงสมัยใหม่ อย่างไรก็ตามการผลิตเนื้อหาจำนวนมากช่วยเพิ่มการเข้าถึงผู้ชม แต่ก็อาจทำให้ความลึกซึ้งทางวัฒนธรรมลดลง เนื่องจากเน้นการตอบสนองต่อความต้องการของตลาด

และความนิยมมากกว่าการสะท้อนความเชื่อดั้งเดิม เป็นการเปลี่ยนเรื่องเล่าผีจากสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมสู่สินค้าที่สามารถซื้อขายและบริโภคได้

1.4 การผลิตซ้ำ โดยการผลิตซ้ำคลิปผีช่วยสร้างความติดตามและความสนใจของผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง การปรับปรุงและนำเสนอในรูปแบบที่หลากหลายทำให้ผู้ชมสามารถเข้าถึงเนื้อหาได้ง่ายขึ้น พร้อมสร้างประสบการณ์ใหม่ ๆ ผ่านเทคโนโลยีต่าง ๆ ผลนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของนลิน สินธุประมาที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องผีในสังคมไทยร่วมสมัย: บทบาทและการผสมผสานทางวัฒนธรรม (นลิน สินธุประมา, 2560) ที่กล่าวว่า การเล่าเรื่องผีร่วมสมัยจะเกิดสำนวนใหม่ ๆ และรูปแบบการเล่าใหม่ ๆ ตามบริบทและแพลตฟอร์ม อย่างไรก็ตามการผลิตซ้ำช่วยให้เรื่องผีไทยร่วมสมัยปรับตัวเข้ากับโลกดิจิทัลและตอบสนองต่อรสนิยมผู้ชมได้อย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันการเล่าซ้ำอาจลดความเป็นเอกลักษณ์และความหมายดั้งเดิมของเรื่องเล่า ทำให้เรื่องผีกลายเป็นวัตถุทางวัฒนธรรมที่เน้นความบันเทิงและการบริโภคมากกว่าความเชื่อหรือสัญลักษณ์ทางสังคม

สรุปและข้อเสนอแนะ

การทำให้เรื่องเล่าผีให้เป็นสินค้าวัฒนธรรมดิจิทัลควรดำเนินไปบนฐานของความสมดุลระหว่างการสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจกับการธำรงรักษาคุณค่าทางวัฒนธรรมและความเชื่อท้องถิ่นอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้ผลิตเนื้อหาจำเป็นต้องรักษามาตรฐานการนำเสนอทั้งด้านภาพ เสียง จังหวะเวลา และรูปแบบการเล่าเรื่อง เพื่อสร้างอัตลักษณ์เฉพาะและประสบการณ์การรับชมที่สม่ำเสมอ อันจะนำไปสู่ความเชื่อมั่น ความไว้วางใจ และความผูกพันระยะยาวของผู้ชม ควบคู่กับการพัฒนาเนื้อหาให้มีความหลากหลาย ต่อเนื่อง และตอบสนองต่อความต้องการของผู้ชมที่มีความแตกต่างกันในเชิงประสบการณ์และการตีความ ทั้งนี้ การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลขั้นสูง เช่น เอฟเฟกต์ภาพและเสียง เทคโนโลยีเสมือนจริง และรูปแบบการสื่อสารเชิงโต้ตอบ จะมีบทบาทสำคัญในการยกระดับประสบการณ์การรับชมจากการบริโภคแบบรับสารไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงลึก ซึ่งส่งผลต่อการสร้างคุณค่าทางวัฒนธรรมในมิติใหม่ที่สอดคล้องกับบริบทสื่อร่วมสมัย ในระดับนโยบาย ควรมีการส่งเสริม ควบคุม และกำกับทิศทางการผลิตเนื้อหาให้คงไว้ซึ่งแก่นสารของความเชื่อและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรม โดยไม่บิดเบือนหรือกระทบต่อศีลธรรมของสังคม พร้อมทั้งสนับสนุนให้เนื้อหาเรื่องผีทำหน้าที่เป็น “สื่อกลางทางวัฒนธรรม” ที่สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้ด้านประวัติศาสตร์ วิถีชีวิต และระบบความเชื่อของสังคมไทยไปสู่คนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะเดียวกัน งานวิจัยในอนาคตควรมุ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภคและมิติทางจิตวิทยาของผู้ชมสื่อผีดิจิทัลอย่างเป็นระบบ รวมถึงการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างรูปแบบการเล่าเรื่องผีแบบดั้งเดิมกับรูปแบบดิจิทัลในมิติของความหมาย การรับรู้ และอิทธิพลต่อค่านิยมทางสังคม เพื่อพัฒนาองค์ความรู้เชิงลึกที่สามารถนำไปใช้ในการออกแบบเนื้อหาเชิงสร้างสรรค์และการกำหนดนโยบายสาธารณะได้อย่างเหมาะสม อันจะนำไปสู่การสร้างดุลยภาพระหว่างความบันเทิง นวัตกรรม และการคงอยู่ของคุณค่าทางวัฒนธรรมได้อย่างยั่งยืนในบริบทของสังคมดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

เอกสารอ้างอิง

กฤษฎา ทองมี. (2568). การสื่อสารการตลาดเชิงความสัมพันธ์ของรายการเล่าเรื่องราวสยองขวัญ. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

กัมปนาถ คำแก้ว. (2559). ปฐมบทแห่งความน่าสะพรึงกลัว พัฒนาการของผีไทย “ผีบุพกาล”สู่ “ผีพาณิชย์”. วารสารรูสมิแล, 37(3), 63-87.

ชลิดา แย้มศรีสุข และคณะ. (2563). กระบวนการกลายเป็นสินค้าของอาหารพื้นเมือง: ภูเก็ตสู่การท่องเที่ยววัฒนธรรมอาหาร. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 9(1), 142-153.

ณัฐนนท์ ฤกษ์พึ่งดี. (2561). การผลิตและการประกอบสร้างความกลัวในรายการคนอวดผี. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์. มหาวิทยาลัยรังสิต.

ถนัดกิจ จันกิเสน. (2556). YouTuber ที่มีผู้ติดตามมากกว่า 1 ล้านคน สามารถทำรายได้ราว 2 ล้านบาทต่อเดือนเลยทีเดียว. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2568 จาก https://shorturl.asia/pDjBR

นภดล ยิ่งยงสกุล. (2559). ประวัติและที่มาของ YouTube. เรียกใช้เมื่อ 23 เมษายน 2568 จาก https://shorturl.asia/wbxDE

นลิน สินธุประมา. (2560). เรื่องผีในสังคมไทยร่วมสมัย: บทบาทและการผสมผสานทางวัฒนธรรม. ใน วิทยานิพนธ์อักษรศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาภาษาไทย. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ผู้จัดรายการ A. (15 มิ.ย. 2566). การผลิตเนื้อหาและการสร้างมูลค่าทางวัฒนธรรมของ รายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้จัดรายการ B. (18 มิ.ย. 2566). กลยุทธ์การคัดเลือกเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการเล่าเรื่องผี. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้จัดรายการ C. (19 มิ.ย. 2566). กลยุทธ์การคัดเลือกเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการเล่าเรื่องผี. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้จัดรายการ D. (20 มิ.ย. 2566). กลยุทธ์การคัดเลือกเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการเล่าเรื่องผี. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้จัดรายการ E. (21 มิ.ย. 2566). กลยุทธ์การคัดเลือกเนื้อหาและการมีส่วนร่วมของผู้ชมในรายการเล่าเรื่องผี. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ติดตาม F. (22 มิ.ย. 2566). พฤติกรรมการรับชมและการติดตามเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ติดตาม G. (23 มิ.ย. 2566). พฤติกรรมการรับชมและการติดตามเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ติดตาม H. (24 มิ.ย. 2566). พฤติกรรมการรับชมและการติดตามเนื้อหารายการเล่าเรื่องผีบนแพลตฟอร์มยูทูบ. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

ผู้ติดตาม J. (25 มิ.ย. 2566). การรับรู้รูปแบบรายการและความคาดหวังของผู้ชมต่อเนื้อหาเรื่องเล่าผี. (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน, ผู้สัมภาษณ์)

วริศา จันทร์ขำ และขวัญฟ้า ศรีประพันธ์. (2560). การเปรียบเทียบความหมายผีในรายการโทรทัศน์ “คนอวดผี” กับความเชื่อเรื่องผีในสังคมไทย. วารสารการสื่อสารมวลชน, 5(2), 46-70.

ศิริรัตน์ สมสวัสดิ์. (2563). การศึกษากลยุทธ์การสื่อสารรายการเล่าเรื่องลี้ลับ กรณีศึกษา รายการเดอะโกสต์เรดิโอ. ใน วิทยานิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

สำลี จำเริญชัย. (2553). ความหมายของวัฒนธรรม. เรียกใช้เมื่อ 25 มีนาคม 2568 จาก https://www.gotoknow.org/posts/377088

Adorno, T. W. (1991). Culture Industry Reconsidered. In: J. M. Bernstein (Ed.), The Culture Industry. Selected Essays on Mass Culture. London and New York: Routledge.

Horkheimer, M. & Adorno, T. W. (2002). Dialectic of Enlightenment: Philosophical Fragments. California: Stanford Un.

บทความวิจัย

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ*

HUMAN RESOURCE MANAGEMENT FACTORS AFFECTING EMPLOYEE WORK PERFORMANCE AT UNITED TECHNOLOGY DEVELOPMENT CO., LTD. AND ITS AFFILIATED COMPANIES

ภริดา อินทร์ใย*, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา
Pharida Inyai*, Chinnaso Visitnitikija
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Master of Business Administration, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: pharida123@hotmail.com
*Tel: 089-890-7939

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล 2) ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน 3) เปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) วิเคราะห์ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากประชากรพนักงาน 200 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของทาโร ยามาเน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้จำนวน 133 คน และเก็บข้อมูล 140 คน เพื่อให้ข้อมูลครอบคลุมทุกส่วนงานขององค์กร วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า โดยภาพรวมปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก โดยด้านการพัฒนาและฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ขณะที่ด้านการจ่ายค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ผลการเปรียบเทียบจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลพบว่า อายุส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนเพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน หน่วยงาน และตำแหน่งงานไม่แตกต่างกัน ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณยังพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาและฝึกอบรมเป็นปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ส่วนด้านการวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก การจ่ายค่าตอบแทน และการประเมินผลการปฏิบัติงานไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบสะท้อนว่า องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฝึกอบรม เพื่อยกระดับศักยภาพของพนักงานและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กร

คำสำคัญ: การบริหารทรัพยากรบุคคล, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, การพัฒนาและฝึกอบรม, พนักงานองค์กร

Abstract

This research aimed to 1) study human resource management factors, 2) study employees' work performance, 3) compare employees' work performance classified by personal

* Received 6 April 2026; Revised 27 April 2026; Accepted 27 April 2026

information, and 4) analyze the human resource management factors affecting the work performance of employees at United Technology Development Co., Ltd. and its affiliated companies. This study was a quantitative survey research using a questionnaire as the instrument for data collection from a population of 200 employees. The sample size was determined by Yamane's formula at the 95 percent confidence level, resulting in 133 respondents, while data were collected from 140 respondents to ensure coverage of all departments in the organization. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis. The findings revealed that overall human resource management factors and employees' work performance were at a high level. Training and development had the highest mean score, whereas compensation had the lowest. The comparative analysis based on personal information showed that age significantly affected employees' work performance, while gender, education level, marital status, length of service, department, and job position showed no significant differences. The multiple regression analysis further indicated that training and development was the only factor that significantly affected employees' work performance, whereas manpower planning, recruitment and selection, compensation, and performance appraisal had no statistically significant effect. These findings suggest that the organization should place importance on training and development in order to enhance employees' potential and improve organizational work performance.

Keywords: Human Resource Management, Job Performance, Training and Development, Employees

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ภาคการผลิตของไทยต้องเผชิญแรงกดดันจากการแข่งขันที่สูงขึ้น การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และความไม่สมดุลด้านทักษะแรงงาน ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว โดย OECD ระบุว่า ประเทศไทยยังเผชิญความท้าทายด้านทักษะอย่างต่อเนื่อง ทั้งปัญหาความไม่สอดคล้องระหว่างทักษะกับความต้องการของตลาดแรงงาน การมีส่วนร่วมในการเรียนรู้ของผู้ใหญ่ที่ยังอยู่ในระดับต่ำ และความจำเป็นในการยกระดับระบบทักษะเพื่อรองรับเศรษฐกิจและสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ขณะเดียวกัน ILO ชี้ให้เห็นว่า การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีในภาคการผลิตทำให้แรงงานต้องได้รับการพัฒนาและปรับทักษะอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถทำงานได้สอดคล้องกับกระบวนการผลิตสมัยใหม่และรักษาประสิทธิภาพในการทำงานขององค์กรได้อย่างยั่งยืน (OECD., 2025); (International Labour Organization, 2024)

ภายใต้บริบทดังกล่าว การบริหารทรัพยากรบุคคลจึงไม่ได้มีบทบาทเพียงในด้านการจัดสรรบุคลากรให้เพียงพอเท่านั้น แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนา รักษา และส่งเสริมศักยภาพของพนักงานให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านคุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่าย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญของประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (กันตยา เพิ่มผล, 2541) นอกจากนี้ การบริหารทรัพยากรบุคคลยังครอบคลุมการวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือก การประเมินผลการปฏิบัติงาน การพัฒนาและฝึกอบรม รวมถึงการจ่ายค่าตอบแทน ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่มีความเชื่อมโยงกับแรงจูงใจ ความผูกพัน และผลการปฏิบัติงานของพนักงานในองค์กร (Latham, G. P., 2012); (ฐิตาทกานติ์ อังศุชวาลกิจ และคณะ, 2564) โดยเฉพาะในองค์กรการผลิต

หากการบริหารทรัพยากรบุคคลไม่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของงานและเทคโนโลยี ย่อมอาจส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานลดลงและกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว

บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ ภายใต้แบรนด์ “UNI-Aire” เป็นบริษัทไทยที่ดำเนินธุรกิจด้านการออกแบบ พัฒนา และผลิตเครื่องปรับอากาศ รวมถึงระบบปรับอากาศสำหรับการใช้งานหลากหลายประเภท โดยข้อมูลจากบริษัทระบุว่าเป็นบริษัทไทยที่ดำเนินธุรกิจมายาวนานกว่า 50 ปี และมีโรงงานการผลิตขนาดมากกว่า 10,000 ตารางเมตร ซึ่งสะท้อนว่าศักยภาพของบุคลากรและระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความสำคัญโดยตรงต่อคุณภาพการผลิต ความถูกต้องของงาน ความรวดเร็วในการดำเนินงาน และความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในอุตสาหกรรมนี้ ดังนั้น บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ จึงเป็นกรณีศึกษาที่มีความน่าสนใจทั้งในเชิงวิชาการและเชิงบริหาร (Uniaire Corporation, 2015)

แม้จะมีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารทรัพยากรบุคคลกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในองค์กรประเภทต่าง ๆ และพบว่าปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลมีความเกี่ยวข้องกับผลการปฏิบัติงานของบุคลากร (วรัญญา กันปี และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2566); (อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว, 2561); (อิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ, 2565) แต่ในบริบทขององค์กรการผลิตเฉพาะแห่งยังคงมีคำถามสำคัญว่า ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลด้านใดส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างชัดเจนมากที่สุด โดยเฉพาะในองค์กรไทยที่ต้องเผชิญแรงกดดันด้านทักษะและการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง (OECD., 2025); (International Labour Organization, 2024) ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ เพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถจัดลำดับความสำคัญในการพัฒนาและลงทุนด้านทรัพยากรมนุษย์ได้อย่างเหมาะสม และนำไปใช้ในการยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลของ บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัดและบริษัทในเครือ
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัดและบริษัทในเครือ
3. เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัดและบริษัทในเครือ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัดและบริษัทในเครือ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบสำรวจ (quantitative survey research) โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน การเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน โดยผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ดังนี้

ขอบเขตของการศึกษา

ขอบเขตด้านเนื้อหาของการวิจัยมุ่งศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล 5 ด้าน ได้แก่ การวางแผนด้านกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือก การจ่ายค่าตอบแทน การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการพัฒนาและฝึกอบรม ส่วนตัวแปรตาม คือ ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งพิจารณาใน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่าย สำหรับขอบเขตด้านระยะเวลาในการวิจัย ดำเนินการระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2568

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ พนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ จำนวน 200 คน โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เป็นพนักงานของบริษัทหรือบริษัทในเครือ มีอายุงานตั้งแต่ 1 เดือนขึ้นไป และปฏิบัติงานในทุกระดับตำแหน่ง ข้อมูลจำนวนประชากรอ้างอิงจากข้อมูลพนักงาน ณ วันที่ 25 กันยายน 2567 ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำโดยใช้สูตรของทาโร ยามาเน (Yamane, T. , 1967) สำหรับประชากรที่ทราบจำนวนแน่นอน ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 133 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันปัญหาแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ และเพื่อให้ข้อมูลครอบคลุมทุกส่วนงานขององค์กร ผู้วิจัยจึงเก็บรวบรวมข้อมูลจริงจำนวน 140 คน โดยกระจายการเก็บข้อมูลให้ครอบคลุมแต่ละส่วนงานขององค์กร

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยอาศัยการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร เพื่อกำหนดกรอบแนวคิดและประเด็นคำถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย แบบสอบถามที่จัดทำขึ้นประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ผู้วิจัยได้จัดทำแบบสอบถามฉบับร่างและปรับปรุงโครงสร้างรวมถึงถ้อยคำของคำถามให้มีความชัดเจน เหมาะสม และครอบคลุมประเด็นการศึกษา ตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา จากนั้นนำแบบสอบถามเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่านประกอบด้วยผู้ทรงคุณวุฒิด้านการบริหารทรัพยากรบุคคล ด้านการวิจัยเชิงปริมาณ และด้านการวัดและประเมินผล พิจารณาความสอดคล้องของเนื้อหากับวัตถุประสงค์การวิจัย เพื่อประเมินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) และนำข้อเสนอแนะที่ได้รับมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น ก่อนนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบอีกครั้ง ภายหลังจากการปรับปรุงแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s alpha coefficient) ผลการทดสอบพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสม แสดงว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิดการวิจัย จากนั้นนำผลการประเมินมาคำนวณหาค่าดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) เพื่อใช้เป็นเกณฑ์ในการพิจารณาคุณภาพของข้อคำถาม ผู้วิจัยได้คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.50 มาใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และครอบคลุมประเด็นที่ต้องการศึกษาในแต่ละด้าน ภายหลังการปรับปรุงข้อคำถามตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้ว เมื่อนำมาคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องโดยรวม พบว่า มีค่า IOC เท่ากับ 0.874 แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาอยู่ในระดับเหมาะสม สามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยได้

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบเครื่องมือก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย เพื่อประเมินความสอดคล้องและความชัดเจนของข้อคำถาม จากนั้นจึงนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ความเชื่อมั่นทั้งในระดับรายข้อและในภาพรวมของแบบสอบถาม การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของเครื่องมือดำเนินการด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของมาตรวัด (Reliability Analysis) และกำหนดเกณฑ์การยอมรับค่าความเชื่อมั่นไว้ไม่น้อยกว่า 0.70 ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.970 ซึ่งอยู่ในระดับที่เหมาะสม แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นเพียงพอและสามารถนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการจากทั้งข้อมูลทุติยภูมิและข้อมูลปฐมภูมิ โดยข้อมูลทุติยภูมิได้มาจากการศึกษาค้นคว้าตำรา เอกสาร และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการดำเนินการวิจัย ขณะที่ข้อมูลปฐมภูมิได้มาจากการตอบแบบสอบถามของพนักงานที่มีคุณสมบัติตามเกณฑ์ที่กำหนด และผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจริงจำนวน 140 คน ทั้งนี้ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง และได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของแบบสอบถามทุกฉบับ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ได้อย่างเหมาะสม

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามนำมาประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคล และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ส่วนสถิติเชิงอนุมานใช้สำหรับการทดสอบสมมติฐาน ได้แก่ การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลและระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน ซึ่งประกอบด้วยการคำนวณค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยสถิติที่ใช้ประกอบด้วยการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายอิทธิพลของปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครืออย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 140 คน ส่วนใหญ่เป็น เพศชาย อายุระหว่าง 21 - 30 ปี จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีสถานภาพโสด อายุงาน 1 - 3 ปี ส่วนมากเป็นพนักงานหน่วยงานฝ่ายผลิต และมีตำแหน่งงานอยู่ในระดับปฏิบัติการ

2. ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ

ตารางที่ 1 แสดงผลปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ

ปัจจัยในการบริหารทรัพยากรบุคคล	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
การพัฒนาและฝึกอบรม	3.88	0.87	มาก	1
การสรรหาและการคัดเลือก	3.71	0.93	มาก	2
การประเมินผลการปฏิบัติงาน	3.63	0.98	มาก	3
การวางแผนด้านกำลังคน	3.60	0.95	มาก	4
การจ่ายค่าตอบแทน	3.51	1.08	มาก	5
รวม	**3.67**		**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความสำคัญของปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า การพัฒนาและฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 3.88) รองลงมา ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือก ($\bar{X}$ = 3.71) การประเมินผลการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ = 3.63) และการวางแผนด้านกำลังคน ($\bar{X}$ = 3.60) ตามลำดับ ส่วนด้านการจ่ายค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ = 3.51) และมีค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงสุด (S.D. = 1.08) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นแตกต่างกันมากกว่าด้านอื่น จึงเป็นประเด็นที่องค์กรควรนำไปใช้พิจารณาปรับปรุงและพัฒนาการบริหารทรัพยากรบุคคลในอนาคต

3. ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์ด้านข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านคุณภาพของงาน	3.98	0.84	มาก	1
ด้านค่าใช้จ่าย	3.88	0.78	มาก	2
ด้านเวลา	3.85	0.79	มาก	3
ด้านปริมาณงาน	3.85	0.79	มาก	4
รวม	**3.89**		**มาก**	

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.89) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{X}$ = 3.98) ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{X}$ = 3.88) ด้านเวลา ($\bar{X}$ = 3.85) ด้านปริมาณงาน ($\bar{X}$ = 3.85) ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัดและบริษัทในเครือ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า เพศ ระดับการศึกษา อายุงาน สถานภาพสมรส หน่วยงาน และตำแหน่งงาน ไม่ส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ

ตารางที่ 3 แสดงปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัท ในเครือ

ปัจจัยในการบริหารทรัพยากรบุคคล	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.575	0.226		6.968	0.000*
การวางแผนด้านกำลังคน	0.031	0.070	0.043	0.434	0.665
การสรรหาและการคัดเลือก	0.044	0.076	0.060	0.584	0.560
ด้านการจ่ายค่าตอบแทน	0.123	0.076	0.197	1.616	0.108
ด้านการประเมินผลการปฏิบัติงาน	0.116	0.117	0.153	0.998	0.320
การพัฒนาและฝึกอบรม	0.306	0.089	0.345	3.423	0.001*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลด้านการพัฒนาและฝึกอบรมเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (B = 0.306, β = 0.345, t = 3.423, Sig. = 0.001) ขณะที่การวางแผนด้านกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือก การจ่ายค่าตอบแทน และการประเมินผลการปฏิบัติงานไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า องค์กรควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานมากที่สุด

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ สามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยได้ดังนี้

ประการแรก ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลของพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการพัฒนาและฝึกอบรมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ การสรรหาและการคัดเลือก การประเมินผลการปฏิบัติงาน การวางแผนด้านกำลังคน และการจ่ายค่าตอบแทนตามลำดับ ผลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานให้ความสำคัญกับระบบการบริหารทรัพยากรบุคคลในหลายมิติ โดยเฉพาะมิติที่ช่วยยกระดับความรู้ทักษะ และความพร้อมในการทำงาน ซึ่งยืนยันแนวคิดของ Latham ที่อธิบายว่า แรงจูงใจและการพัฒนาศักยภาพบุคลากรมีบทบาทสำคัญต่อการแสดงผลการปฏิบัติงานของบุคคลในองค์กร นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของวรัญญา กันปี และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา และอัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว ที่พบว่า ปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน อย่างไรก็ตาม การที่ด้านการจ่ายค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดและมีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสูงที่สุด สะท้อนว่า พนักงานอาจมีความคิดเห็นต่อความเหมาะสมของค่าตอบแทนแตกต่างกันมากกว่าด้านอื่น จึงเป็นสัญญาณเชิงบริหารที่องค์กรควรให้ความสำคัญในการทบทวนความเป็นธรรมและความเหมาะสมของระบบค่าตอบแทนควบคู่ไปกับการพัฒนาบุคลากร (Latham, G. P., 2012); (วรัญญา กันปี และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2566); (อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว, 2561)

ประการที่สอง ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านคุณภาพของงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ด้านค่าใช้จ่าย ด้านเวลา และด้านปริมาณงาน ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้ในระดับที่ตอบสนองต่อเป้าหมายขององค์กร โดยเฉพาะในมิติด้านคุณภาพของงาน ซึ่งสะท้อนถึงความถูกต้อง ความเรียบร้อย และมาตรฐานของผลงานที่องค์กรคาดหวังไว้ ผลการศึกษานี้จึงยืนยันแนวคิดของกันตยา เพิ่มผล ที่อธิบายว่าประสิทธิภาพเป็นผลจากความสามารถในการใช้ทรัพยากรและการจัดการงานให้เกิดผลอย่างคุ้มค่าและมีคุณภาพ อีกทั้งยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของอิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ ที่พบว่าประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานโดยรวมอยู่ในระดับมากเช่นกัน ในเชิงตีความอาจกล่าวได้ว่า ระบบการทำงานและสภาพแวดล้อมภายในองค์กรยังเอื้อให้พนักงานรักษามาตรฐานการทำงานได้ดี โดยเฉพาะด้านคุณภาพของงานที่เป็นหัวใจของผลการดำเนินงาน ดังนั้นในเชิงบริหาร องค์กรควรรักษาจุดแข็งด้านมาตรฐานคุณภาพงานไว้ พร้อมทั้งพัฒนาปัจจัยสนับสนุนด้านเวลาและปริมาณงานให้สมดุลยิ่งขึ้น (กันตยา เพิ่มผล, 2541); (อิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ, 2565)

ประการที่สาม ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน หน่วยงาน และตำแหน่งงานไม่แตกต่างกัน ผลที่พบเช่นนี้สะท้อนให้เห็นว่า อายุอาจเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ในการทำงาน วุฒิภาวะในการตัดสินใจ และความสามารถในการปรับตัวต่อภาระงานหรือบริบทการทำงานที่แตกต่างกัน จึงทำให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันได้ในบางช่วงวัย ขณะที่ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอื่นอาจไม่ได้เป็นตัวกำหนดผลการปฏิบัติงานโดยตรงเท่ากับระบบการจัดการภายในองค์กร ผลการศึกษาข้อนี้ช่วยยืนยันว่า การพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานไม่ควรมองพนักงานทุกกลุ่มด้วยแนวทางเดียวกัน แต่ควรออกแบบแนวทางการพัฒนาให้เหมาะสมกับลักษณะของพนักงานในแต่ละช่วงวัย เพื่อให้การพัฒนาศักยภาพมีความตรงจุดและเกิดผลได้จริงในทางปฏิบัติ (อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว, 2561); (อิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ, 2565)

ประการที่สี่ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยด้านการพัฒนาและฝึกอบรมเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่การวางแผนด้านกำลังคน การสรรหาและการคัดเลือก การจ่ายค่าตอบแทน และการประเมินผลการปฏิบัติงานไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบนี้เป็นประเด็นสำคัญที่สุดของงานวิจัยครั้งนี้ เพราะแสดงให้เห็นอย่างชัดเจนว่า แม้องค์กรจะมีการบริหารทรัพยากรบุคคลหลายด้านในระดับมาก แต่ด้านที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างแท้จริงคือการพัฒนาและฝึกอบรม ซึ่งยืนยันแนวคิดว่า การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ไม่ใช่เพียงกิจกรรมสนับสนุน แต่เป็นกลไกหลักในการยกระดับสมรรถนะและผลการปฏิบัติงานของพนักงานโดยตรง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับงานของภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล ที่ชี้ให้เห็นว่าการบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงพัฒนามีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญ ในเชิงตีความ ผลการศึกษาครั้งนี้สะท้อนว่า พนักงานอาจรับรู้ความสำคัญของการพัฒนาและฝึกอบรมในระดับสูง เพราะการฝึกอบรมช่วยให้สามารถปฏิบัติงานได้ถูกต้อง รวดเร็ว และสอดคล้องกับความต้องการของงานจริงมากขึ้น ดังนั้น ในเชิงบริหาร องค์กรควรจัดลำดับความสำคัญของการลงทุนด้านการพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบการฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน การพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน และการเรียนรู้เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของงานในอนาคต เพื่อปิดช่องว่างด้านสมรรถนะและยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานอย่างยั่งยืน (ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล, 2562); (Latham, G. P., 2012)

โดยสรุป ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า แม้องค์กรจะมีการบริหารทรัพยากรบุคคลหลายด้านในระดับมาก แต่ด้านที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างเด่นชัดที่สุดคือการพัฒนาและฝึกอบรม ดังนั้น ผู้บริหารจึงไม่ควรมองการบริหารทรัพยากรบุคคลเพียงในมิติการจัดหาและควบคุมกำลังคนเท่านั้น แต่ควรมุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพของพนักงานอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ควบคู่กับการทบทวนนโยบายด้านอื่นให้สอดคล้องกับความ

ต้องการของพนักงานและบริบทขององค์กร เพื่อเสริมสร้างทั้งประสิทธิภาพการปฏิบัติงานและความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในระยะยาว (วรัญญา กันปี และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2566); (อิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ, 2565); (ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล, 2562)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน บริษัท ยูไนเต็ด เทคโนโลยี ดีเวลลอปเมนต์ จำกัด และบริษัทในเครือ พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยการบริหารทรัพยากรบุคคลและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับมาก ผลการเปรียบเทียบตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า อายุที่แตกต่างกันส่งผลให้ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อายุงาน หน่วยงาน และตำแหน่งงานไม่แตกต่างกัน อีกทั้งผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณยังพบว่า ด้านการพัฒนาและฝึกอบรมเป็นปัจจัยเดียวที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบดังกล่าวสะท้อนว่า แม้องค์กรจะมีการบริหารทรัพยากรบุคคลหลายด้านในระดับมาก แต่ด้านที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานอย่างชัดเจนที่สุดคือการพัฒนาและฝึกอบรม จึงควรได้รับการจัดลำดับความสำคัญเป็นอันดับแรกในการบริหารและพัฒนาทรัพยากรบุคคลขององค์กร ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ คือ ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาและฝึกอบรมอย่างต่อเนื่อง โดยออกแบบการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับลักษณะงานจริงและความต้องการของแต่ละหน่วยงาน ทั้งในรูปแบบการฝึกอบรมระหว่างปฏิบัติงาน การพัฒนาทักษะเฉพาะด้าน และการเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของงานในอนาคต นอกจากนี้ องค์กรควรทบทวนระบบค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ให้มีความเหมาะสมและเป็นธรรมมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าด้านการจ่ายค่าตอบแทนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดและมีความแตกต่างของความคิดเห็นมากกว่าด้านอื่น ซึ่งอาจสะท้อนถึงประเด็นที่ควรปรับปรุงในเชิงบริหารเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจในการทำงานของพนักงาน ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป คือ ควรขยายขอบเขตการศึกษาไปยังองค์กรในอุตสาหกรรมอื่น หรือเปรียบเทียบระหว่างหลายองค์กร เพื่อให้เห็นความแตกต่างของบริบทด้านการบริหารทรัพยากรบุคคลและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ชัดเจนยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรเพิ่มตัวแปรที่เกี่ยวข้อง เช่น แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันต่อองค์กร ภาวะผู้นำ หรือวัฒนธรรมองค์กร เพื่อให้สามารถอธิบายประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานได้ครอบคลุมมากขึ้น รวมทั้งอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพร่วมด้วย เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่ช่วยอธิบายสาเหตุของผลการวิจัยได้ชัดเจนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กันตยา เพิ่มผล. (2541). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพมหานคร: ฝ่ายเอกสารและตำรา สถาบันราชภัฏสวนดุสิต.

ฐิตาทกานติ์ อังศุชวาลกิจ และคณะ. (2564). กระบวนการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอปากคาด จังหวัดบึงกาฬ. วารสารรัชต์ภาคย์, 15(43), 339-351.

ภิญญาพัชญ์ นาคภิบาล. (2562). การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานธุรกิจโรงแรมรีสอร์ท. วารสารวิชาการ สถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 5(1), 1-8.

วรัญญา กันปี และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2566). การบริหารทรัพยากรบุคคลที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัท แคบริค (ไทยแลนด์) จำกัด. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 10(12), 228-236.

อัครเดช ไม้จันทร์ และนุจรีย์ แซ่จิว. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา. วารสารราชภัฏสุราษฎร์ธานี, 5(1), 96-108.

อิสระ สุขศานต์ และสุมาลี รามนัฏ. (2565). ปัจจัยด้านการบริหารทรัพยากรมนุษย์ ความผูกพันต่อองค์กร และความพึงพอใจในงาน ที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานอุตสาหกรรมรถยนต์แห่งหนึ่ง ในจังหวัดระยอง. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยเวสเทิร์น มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 8(1), 181-194.

International Labour Organization. (2024). Navigating transformational changes and transitions: The skills development and employment landscape in Thailand's automotive manufacturing sector. Bangkok: International Labour Office.

Latham, G. P. (2012). Work motivation: History, theory, research, and practice. (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: SAGE.

OECD. (2025). OECD Skills Strategy Thailand: Assessment and Recommendations. OECD Skills Studies. Paris: OECD Publishing.

Uniaire Corporation. (2015). About us. Retrieved July 10, 2025, from https://www.uni-aire.com/en/about-us/

Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory analysis. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

บทความวิจัย

แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2*

GUIDELINES FOR DEVEL0PING THE MANAGEMENT BEHAVIOR OF SCHOOL ADMINISTRATORS TO CREATING A HAPPY ORGANIZATION UNDER THE BANGKOK METROPOLITAN SECONDARY EDUCATION SERVICE AREA OFFICE 2

ทัศพร เกตุถนอม
Thasporn Kettanom
คณะศึกษาศาสตร์ วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Faculty of Education, Siam Technology College, Bangkok, Thailand
Corresponding author E-mail: kettanom23@gmail.com
Tel: 081-497-6798

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับและแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 การศึกษาวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา กลุ่มตัวอย่างคือครูจำนวน 265 คน โดยการเปิดตารางสำเร็จรูปของเครจซี่และมอร์แกน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วนของแต่ละสถานศึกษาด้วยวิธีจับสลาก เครื่องมือที่ใช้วิจัยคือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.973 และแบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 5 คนได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า ระดับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.53) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.69) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.56) มีแนวทางการพัฒนาประกอบด้วย ด้านการตัดสินใจ ควรใช้ทักษะความรู้ความสามารถของผู้บริหารสรุปผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผล ด้านการสร้างแรงจูงใจ ควรสร้างความกระตือรือร้นและความคิดเชิงบวกในการร่วมกันกำหนดทิศทางในอนาคต ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ควรสร้างความเป็นกันเองทั้งทางกายและทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันให้ความช่วยเหลือ รับฟังความคิดเห็นด้วยความเต็มใจ ด้านการกำหนดเป้าหมาย ควรกำหนดเป้าหมายและนโยบายเพื่อให้สถานศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ด้านการติดต่อสื่อสาร ควรใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับบุคลากรด้วยวิธีการที่หลากหลายใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ใช้หลักเหตุผลในการสื่อสารโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน

คำสำคัญ: พฤติกรรมการบริหาร, ผู้บริหารสถานศึกษา, องค์กรแห่งความสุข, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

* Received 12 April 2026; Revised 25 April 2026; Accepted 28 April 2026

Abstract

This research aims to study the level and approaches to developing the administrative behavior of school administrators for the purpose of creating a happy organization, under the Bangkok Metropolitan Secondary Education Service Area Office 2. This research employs a descriptive research methodology. The sample group consisted of 265 teachers, selected using the Krejcie-Morgan table, and then stratified random sampling was used proportionally to each school through a lottery method. The research instruments used were a 5-level Likert scale questionnaire with a reliability coefficient of 0.973 and interviews with 5 experts in educational administration, selected using purposive sampling. Data were analyzed using descriptive statistics, including mean and standard deviation, and content analysis. The research findings revealed that the overall and individual aspects of school administrators' management behaviors aimed at creating a happy organization were at a high level ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.53) The aspect with the highest average score was decision-making ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.69) and the aspect with the lowest average score was communication ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.56) The development guidelines include: Regarding decision-making, managers should utilize their knowledge and abilities to arrive at the final conclusion of the rational thinking process. Regarding motivation, it should foster enthusiasm and a positive mindset for collaboratively determining future directions. In terms of interpersonal skills, a friendly atmosphere should be fostered, both physically and mentally, leading to mutual understanding, offering assistance, and willingly listening to opinions. Regarding goal setting, objectives and policies should be established to ensure the educational institution operates in a unified direction. In terms of communication, a variety of methods should be used to communicate with personnel, employing clear and easily understandable language. Communication should be based on logic and encourage the exchange of ideas.

Keywords: Administrative Behavior, Educational Institution Administrators, Organization of Happiness, Bangkok Metropolitan Secondary Educational Service Area Office 2

บทนำ

การศึกษาเป็นกลไกในการพัฒนาส่งเสริมและปลูกฝังแนวความคิดให้กับพลเมืองและเยาวชนของชาติ เป็นตัวแปรสำคัญของสมรรถนะและความสามารถในการแข่งขันระยะยาว (Long Term Competitiveness) ที่เป็นข้อต่อหลักและบริบทที่สำคัญของการออกแบบภายใต้การขับเคลื่อนของการปฏิรูปการศึกษาและการเรียนรู้เพื่อการพัฒนาอันเชื่อมโยงกับมนุษย์และสังคมในพลวัตการเปลี่ยนแปลงของการก้าวสู่ศตวรรษที่ 21 และการเป็นไทยแลนด์ 4.0 การปฏิรูปการศึกษาจึงเป็นโจทย์สำคัญสำหรับทุกภาคส่วนซึ่งจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องมีการดำเนินการปฏิรูปที่มีประสิทธิภาพและจะสำเร็จได้ก็ต้องด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ พร้อมรับกับความท้าทาย ความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นซึ่งทักษะสำคัญสำหรับคนยุคศตวรรษที่ 21 และการเป็นไทยแลนด์ 4.0 ดังกล่าวจำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการ เพื่อสร้างศักยภาพด้านทุนมนุษย์ที่มีประสิทธิภาพ (อดุลย์ อุบาลี, 2566) การบริหารสถานศึกษาให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมายที่กำหนดไว้นั้น พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาถือเป็นสิ่งสำคัญยิ่ง เป็นองค์ประกอบที่สำคัญในการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้บริหารที่จะสามารถนำองค์กรไปสู่เป้าหมายที่กำหนดไว้ได้นั้นจะต้องกำหนดพฤติกรรมของ

ตนเองให้เหมาะสม โดยจะต้องมีความสามารถในการประสานความร่วมมือ ร่วมใจของครูในสถานศึกษาให้สามารถใช้ความรู้ความสามารถในการจัดการเรียนการสอนถ่ายทอดความรู้ให้แก่ผู้เรียนอย่างเต็มความสามารถอันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้เรียนอย่างสูงสุด นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริหารยังมีอิทธิพลต่อโครงสร้าง กระบวนการ วิธีการทำงานและเป็นพลังกระตุ้นให้ครูได้ใช้ความรู้ความสามารถเพื่อปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์อย่างมีความสุข รวมถึงมีอิทธิพลต่อขวัญและกำลังใจของครู อาจารย์และพฤติกรรมของผู้เรียนอีกด้วย (Sergiovanni, T. J. & Starratt, R. J., 1983)

การบริหารจัดการศึกษาเป็นการปฏิบัติที่เกี่ยวข้องกับผลผลิตและวิธีการขององค์กรทางการศึกษา ควรมุ่งเน้นไปที่จุดมุ่งหมายหรือเป้าหมายของการศึกษา การบริหารจัดการศึกษาจะประสบผลสำเร็จได้ต้องมีความชัดเจนในด้านค่านิยมความเชื่อเกี่ยวกับการเรียนรู้ เป้าหมาย กลยุทธ์และกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น เป้าประสงค์ใหญ่ ๆ ของการบริหารจัดการศึกษา ได้แก่ การทำให้สถานศึกษาบรรลุจุดมุ่งหมายตามที่กำหนด จุดมุ่งหมายเหล่านั้นรวมทั้งจุดมุ่งหมายของแต่ละบุคคลและจุดมุ่งหมายขององค์กร การระบุให้ชัดเจนถึงเป้าประสงค์ขององค์กรหรือสถานศึกษาแล้ว ควรมีแนวทางการดำเนินงานเพื่อให้บรรลุเป้าประสงค์นั้น ซึ่งพฤติกรรมการบริหารเป็นการแสดงออกถึงสภาวะผู้นำโดยการกระทำ และการปฏิบัติหน้าที่ของผู้บริหารที่มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความร่วมมือร่วมใจสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของผู้ใต้บังคับบัญชาให้ปฏิบัติงานได้สำเร็จบรรลุตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีคุณภาพ โดยพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นองค์ประกอบที่สำคัญของการเป็นผู้บริหาร พฤติกรรมการบริหารจะแสดงออกอย่างไรนั้น ขึ้นอยู่กับลักษณะของผู้บริหารแต่ละคนในการใช้พฤติกรรมเพื่อทำให้ผู้ใต้บังคับบัญชายอมรับและปฏิบัติตามก่อให้เกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานของครูเพราะความพึงพอใจของครูเป็นส่วนสำคัญที่จะส่งเสริมให้งานบรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ (สายนที มั่นสลุง, 2563) ดังนั้นการสร้างสมดุลระหว่างการมุ่งเน้นผลงานและความสุขของครูจะเป็นกรอบการบริหารสถานศึกษาที่เหมาะสม เนื่องจากครูทำงานอย่างมีความสุขแล้วจะทำให้ครูมีผลงานที่ดีอันเป็นกระบวนการพัฒนาคนในองค์กรอย่างมีเป้าหมายและยุทธศาสตร์ให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของสถานศึกษา (ชามา เทียมโสภา, 2566)

ผู้บริหารสถานศึกษาและครูเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้เรียน แนวคิดการเป็นองค์กรแห่งความสุขของสถานศึกษาจึงส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษา ครูที่ทำงานในสภาพแวดล้อมที่มีความสุขมักมีแรงจูงใจในการสอนและพัฒนาตนเองมากขึ้น ส่งผลต่อคุณภาพในการสอนบรรยากาศที่ดีช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างครูและผู้เรียน รวมถึงระหว่างครูด้วยกัน ทำให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้การสนับสนุนด้านสุขภาพจิตและการพัฒนาตนเองช่วยให้ครูมีโอกาสเรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงาน ซึ่งการเป็นองค์กรแห่งความสุขจะส่งเสริมให้ครูทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุขในอาชีพ ทำให้สามารถจัดการเรียนรู้ที่มีคุณภาพและสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ที่ดีให้กับผู้เรียนได้ ความสุขที่เกิดขึ้นจากการทำงานเปรียบเสมือนน้ำหล่อเลี้ยงให้พฤติกรรมคนปรับเปลี่ยนและพัฒนาในแนวโน้มที่ดีขึ้นส่งผลต่อความสำเร็จและความยั่งยืนขององค์กร (ชนิกานต์ แสงดี, 2566) ดังนั้นพฤติกรรมการบริหารของผู้สถานศึกษาจึงมีความสำคัญต่อการปฏิบัติงานให้ประสบผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ โดยมีนักการศึกษาหลายท่านได้ให้ความเห็นที่ตรงกันเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริหารของผู้สถานศึกษาซึ่งสามารถสังเคราะห์ออกมาได้ทั้งหมด 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างแรงจูงใจ 2) ด้านการติดต่อสื่อสาร 3) ด้านการตัดสินใจ 4) ด้านการกำหนดเป้าหมาย และ 5) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ซึ่งผู้บริหารที่ดีจึงควรมีทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารงานอย่างมีคุณธรรม มีเทคนิควิธีการที่หลากหลายในการบริหาร พฤติกรรมการบริหารดังกล่าวจะทำให้การบริหารจัดการสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด

ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ซึ่งเป็นการสร้างสมดุลระหว่างพฤติกรรมการบริหารที่มุ่งเน้นผลงานและความสุขของผู้ปฏิบัติงานโดยเชื่อว่าถ้าผู้ปฏิบัติงานทำงานอย่างมีความสุขแล้ว

จะทำให้มีความร่วมมือในการพัฒนาระหว่างผู้บริหารสถานศึกษาและผู้ปฏิบัติงาน ทั้งนี้ผลการวิจัยจะนำไปประยุกต์ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาที่มุ่งผลต่อความสำเร็จและประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษาให้มีคุณภาพและส่งผลต่อการพัฒนาผู้เรียนและการปฏิบัติงานในสถานศึกษาให้เกิดความสุขอย่างเหมาะสมกับสถานการณ์และบริบทของสถานศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

2. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 828 คน

2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จำนวน 265 คน โดยการเทียบสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจากตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D. W., 1970) จากนั้นใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) และสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับสลาก ตามสัดส่วนจำนวนครูของแต่ละสถานศึกษา

2.2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ ได้แก่ ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญด้านการบริหารการศึกษา จำนวน 5 คน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling)

ตัวแปรที่ศึกษา

ผู้วิจัยได้สังเคราะห์องค์ประกอบของพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข จากนักการศึกษาและนักวิชาการ ประกอบด้วย 5 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านการสร้างแรงจูงใจ 2) ด้านการกำหนดเป้าหมาย 3) ด้านการติดต่อสื่อสาร 4) ด้านการตัดสินใจ 5) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบ่งเป็น 3 ตอนคือ

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ใน 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสร้างแรงจูงใจ 2) ด้านการกำหนดเป้าหมาย 3) ด้านการติดต่อสื่อสาร 4) ด้านการตัดสินใจ 5) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่าลิเคิร์ท (Likert Scale)

ตอนที่ 3 เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คนเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Item-Objective Congruence Index: IOC) ได้ค่า IOC ตั้งแต่ 0.67-1.00 นำแบบสอบถามที่ได้มาปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญแล้วไปทดลองใช้ (Try Out) กับครู จำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha Coefficient) ตามวิธีของครอนบาค (Cronbach, L. J., 1990) ได้ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) เท่ากับ 0.973 จากนั้นนำแบบสอบถามที่ได้แก้ไขแล้ว นำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย ส่วนแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยนำผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในแต่ละด้านมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structured Interview) จากนั้นนำไปให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องเหมาะสมของเนื้อหา และนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีคุณสมบัติดำรงตำแหน่งหรือเคยดำรงตำแหน่งผู้บริหารสถานศึกษาอย่างน้อย 5 ปี จำนวน 5 คน เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง จากการให้กลุ่มตัวอย่างตอบแบบสอบถามออนไลน์ทาง google form จำนวน 265 ชุด สามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้ 265 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ส่วนการสัมภาษณ์ผู้วิจัยไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิทั้ง 5 คนด้วยตนเองโดยการบันทึกข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

วิเคราะห์สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม สถิติที่ใช้คือ ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

วิเคราะห์ข้อมูลความคิดเห็นที่เป็นมาตราส่วนประมาณค่าเกี่ยวกับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 สถิติที่ใช้คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

วิเคราะห์ข้อมูลแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ด้วยการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้างโดยใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) แล้วนำเสนอเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 สรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ได้ผลดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ	ลำดับที่
ด้านการสร้างแรงจูงใจ	4.45	0.52	มาก	2
ด้านการกำหนดเป้าหมาย	4.41	0.59	มาก	4
ด้านการติดต่อสื่อสาร	4.34	0.56	มาก	5
ด้านการตัดสินใจ	4.48	0.69	มาก	1
ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์	4.42	0.53	มาก	3
รวม	**4.41**	**0.53**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับจากมากไปน้อยดังนี้ 1) ด้านการตัดสินใจ ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.69) 2) ด้านการสร้างแรงจูงใจ ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.52) 3) ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}$ = 4.42, S.D. = 0.53) 4) ด้านการกำหนดเป้าหมาย ($\bar{X}$ = 4.41, S.D. = 0.59) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการติดต่อสื่อสาร ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.56)

จากการศึกษาวิจัยพบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\bar{X}$ = 4.34) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาที่ผู้ทรงคุณวุฒิ เสนอว่า ควรสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างครูภายในโรงเรียนโดยใช้เทคนิคหรือรูปแบบในการสื่อสารและมีการประสานงานที่หลากหลาย เพื่อให้ครูได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนและทั่วถึง มีระบบการสื่อสารที่มีความเที่ยงตรง รวดเร็วและเพียงพอต่อการตัดสินใจของครู ส่งเสริมให้ครูในโรงเรียนได้มีการแลกเปลี่ยนข่าวสารซึ่งกันและกัน

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเห็นพ้องต้องกันได้แนวทางในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ด้านการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่า ควรใช้ทักษะความรู้ความสามารถของผู้บริหารสรุปผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลโดยอาศัยองค์ความรู้และประสบการณ์ มีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเพียงพอเพื่อใช้ในการวินิจฉัยสั่งการโดยมีการวางแผนที่เป็นขั้นตอน เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดรวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจบนพื้นฐานของความยุติธรรม

2.2 ด้านการสร้างแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า ควรสร้างความกระตือรือร้นและความคิดเชิงบวกในการร่วมกันกำหนดทิศทางในอนาคตเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ความท้าทาย ความมั่นใจ ความพากเพียรและความอดทนเป็นตัวกระตุ้นที่คอยเสริมสร้างวินัยให้แก่ตนเอง เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้วาดหวังเอาไว้

2.3 ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ควรสร้างความสัมพันธ์ความเป็นกันเองทั้งทางกายและทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน รับฟังความคิดเห็นด้วยความเต็มใจ มีจิตสาธารณะกระตุ้นให้บุคคลอื่นสามารถทำงานนั้น ๆ ได้สำเร็จด้วยความเต็มใจ ให้ความช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความจริงใจตามโอกาสที่สมควร

2.4 ด้านการกำหนดเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่า ควรกำหนดเป้าหมายและนโยบายเพื่อให้สถานศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน มีการรับฟังเหตุผลผู้ร่วมงานในกรณีปฏิเสธเป้าหมายของสถานศึกษาโดย

ให้อิสระในการแสดงเหตุผล มีการกำหนดเป้าหมายของโรงเรียนที่มีเครื่องมือชี้ทิศทางในการดำเนินการที่ชัดเจน สามารถวัดและควบคุมประสิทธิผลได้

2.5 ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า ควรใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับบุคลากรด้วยวิธีการที่หลากหลายใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ใช้หลักเหตุผลในการสื่อสารโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในสถานศึกษาซึ่งการติดต่อสื่อสารที่ดีจะทำให้การดำเนินงานของสถานศึกษาราบรื่นไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 มีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายผล ดังนี้

1. ผลการศึกษาระดับพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ด้านการตัดสินใจ ด้านการสร้างแรงจูงใจ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการกำหนดเป้าหมาย และด้านการติดต่อสื่อสาร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นพลังกระตุ้นให้ครูได้ใช้ความรู้ความสามารถเพื่อการปฏิบัติงานให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานศึกษา มีการคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมและการประสานประโยชน์ของสถานศึกษากับบุคคล โดยพยายามจูงใจให้ครู บุคลากรในสถานศึกษาเกิดความร่วมมือในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารสถานศึกษามีบทบาทในการเป็นผู้นำทางการศึกษาอย่างมืออาชีพ มีบทบาทของความเป็นผู้กระตุ้นความเป็นผู้นำ เป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีความรู้เท่าทันสถานการณ์ ใฝ่เรียนรู้อยู่ตลอดเวลา มีทักษะในการวิเคราะห์ปัญหาและตัดสินใจ ตลอดจนมีบทบาทเป็นผู้ขจัดความขัดแย้งในสถานศึกษาได้อย่างดี การบริหารจัดการของผู้บริหารสถานศึกษาโดยนำบทบาทต่าง ๆ มาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานในสถานศึกษาจะทำให้บุคลากรและสถานศึกษาพัฒนาเป็นองค์กรแห่งความสุขได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ อดุลย์ อุบาลี ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นจักรกลสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรและเป็นผู้นำที่พร้อมจะก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีในทางการศึกษาหรือผู้นำองค์กรมุ่งไปสู่เป้าหมาย อีกทั้งเป็นผู้ช่วยยึดเหนี่ยวบุคลากรทั้งภายในและภายนอกให้เกิดความร่วมมือร่วมใจพัฒนาเยาวชนให้เป็นพลเมืองที่ดีและเป็นกำลังในการเปลี่ยนแปลงของชาติต่อไป ทั้งนี้ปัจจัยในการแสดงออกของพฤติกรรมการบริหารย่อมมีผลกระทบแน่นอน หากผู้บริหารสถานศึกษาไม่ปรับปรุงพฤติกรรมให้มีความคิดริเริ่ม การรู้จักปรับปรุงแก้ไข การยอมรับนับถือ การให้ความช่วยเหลือ การโน้มน้าวจิตใจ การประสานงาน การเข้าสังคมเป็นอย่างดีอันเป็นองค์ประกอบสำคัญของการเป็นผู้บริหารหรือผู้นำที่ดี (อดุลย์ อุบาลี, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปริยานุช มูลมั่ง ที่ได้ศึกษาเรื่องภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษานับเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของการบริหารสถานศึกษาเนื่องจากผู้บริหารมีหน้าที่กำหนดโครงสร้างทางการบริหาร การแบ่งโครงสร้างองค์กรในการดำเนินงาน บทบาทและอำนาจหน้าที่ของบุคลากรในระดับต่าง ๆ ขอบเขตความรับผิดชอบต่องานของบุคลากร ขนาดขององค์กรรวมทั้งรูปแบบการบริหารงานของสถานศึกษาจะทำให้มองเห็นระดับการบริหารงานทางการศึกษาทั้งในระดับนโยบายและระดับปฏิบัติการที่จะส่งผลดี ผลเสียในการบริหารงานของผู้บริหารด้านต่าง ๆ (ปริยานุช มูลมั่ง, 2565) อีกทั้งยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ชามา เทียมโสภา ที่ได้ศึกษาเรื่องรูปแบบการบริหารสถานศึกษาเอกชนเพื่อส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งความสุข ผลการศึกษาพบว่าการสร้าง

องค์กรแห่งความสุขในสถานศึกษาเป็นสิ่งสำคัญและควรมีความสมดุลกับคุณภาพงาน ความสุขในการทำงานทำให้เกิดแรงจูงใจ ความกระตือรือร้นและความรักในอาชีพของตนอย่างลึกซึ้งซึ่งนำไปสู่การพัฒนาตนเองและเพิ่มประสิทธิผลในการทำงานด้านต่าง ๆ ทั้งการจัดการเรียนการสอน การดูแลนักเรียนและการประสานงานกับผู้ปกครอง สร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับสถานศึกษา สภาพแวดล้อมเชิงบวกดังกล่าวเป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาอย่างมาก (ชามา เทียมโสภา, 2566)

2. ผลการศึกษาแนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเห็นพ้องต้องกันได้แนวทางในการพัฒนาด้านต่าง ๆ ดังนี้

2.1 ด้านการตัดสินใจ ผลการศึกษาพบว่า ควรใช้ทักษะความรู้ความสามารถของผู้บริหารสรุปผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลโดยอาศัยองค์ความรู้และประสบการณ์ มีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเพียงพอเพื่อใช้ในการวินิจฉัยสั่งการโดยมีการวางแผนที่เป็นขั้นตอน เพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุดรวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจบนพื้นฐานของความยุติธรรม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพฤติกรรมด้านการตัดสินใจของผู้บริหารเป็นการตัดสินใจอย่างมีแบบแผนในองค์กร การมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจอย่างถูกต้องเพียงพอ มีการใช้เทคนิค วิธีการ ความรู้และความเป็นมืออาชีพในการตัดสินใจและการตัดสินใจบนพื้นฐานกลุ่มคนระดับปฏิบัติการ รวมถึงการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานที่ปฏิบัติซึ่งควรสมดุลกับคุณภาพงานเพื่อทำให้เกิดความสุขในการทำงานเกิดแรงจูงใจเชิงบวกเนื่องจากผู้บริหารมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความสุขในการทำงานจึงถือเป็นความรับผิดชอบหลักในการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการสร้างความสุขทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจภายในองค์กร สอดคล้องกับการศึกษาของ สายนที มั่นสลุง ที่ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการสอนของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาลพบุรี ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมด้านการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นการแสดงศักยภาพของผู้บริหารสถานศึกษาในการรับรู้และกำหนดปัญหา การคาดการณ์ล่วงหน้า การรวบรวมปัญหา การสร้างทางเลือกในการแก้ปัญหา การดำเนินการและการประเมินผล ตลอดจนความคิดและการกระทำต่าง ๆ ที่นำไปสู่การเลือกทางใดทางหนึ่งที่มีอยู่หลาย ๆ ทางเพื่อเป็นแนวทางไปสู่เป้าหมายที่ได้วางไว้เพื่อความสำเร็จขององค์กร (สายนที มั่นสลุง, 2563) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ วราภรณ์ ตันเส็ง ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษาตามทัศนะของครูโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นการใช้ทักษะความรู้ ความสามารถในการสรุปหรือผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลโดยอาศัยองค์ความรู้และประสบการณ์ มีข้อมูลที่ถูกต้องแม่นยำและเพียงพอ เพื่อใช้ในการวินิจฉัยสั่งการ โดยมีการวางแผนที่เป็นขั้นตอนเพื่อเลือกทางเลือกที่ดีที่สุด รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้ใต้บังคับบัญชาแสดงความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจบนพื้นฐานของความยุติธรรม เพื่อเลือกแนวทางการปฏิบัติที่ถูกต้องเหมาะสมกับสถานการณ์ทรัพยากรและบุคคลสามารถนำไปปฏิบัติและทำให้การบริหารงานสถานศึกษาบรรลุเป้าหมายและวัตถุประสงค์ตามที่ต้องการ (วราภรณ์ ตันเส็ง, 2563)

2.2 ด้านการสร้างแรงจูงใจ ผลการศึกษาพบว่า ควรสร้างความกระตือรือร้นและความคิดเชิงบวกในการร่วมกันกำหนดทิศทางในอนาคตเพื่อความก้าวหน้าในอาชีพการงาน ความท้าทาย ความมั่นใจ ความพากเพียรและความอดทนเป็นตัวกระตุ้นที่คอยเสริมสร้างวินัยให้แก่ตนเอง เพื่อให้ประสบความสำเร็จตามที่ได้วาดหวังเอาไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีการสร้างหลักการที่เป็นพลังเชิงบวก เชิงรุกและวิธีการดูแลเอาใจใส่ซึ่งต้องให้เวลาในการพบปะพูดคุยกับผู้เรียน ครูและผู้ปกครอง รับรู้และเห็นคุณค่าของพวกเขาโดยการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แท้จริงให้เกิดขึ้น ผู้บริหารสถานศึกษาสร้างเป้าหมายในการทำงานได้อย่างชัดเจน มีการมอบหมายงานที่มีลักษณะตรงกับความรู้ ความสามารถ มีการส่งเสริมการประเมินการทำงาน การให้กรอบแนวคิดในการ

ปฏิบัติงานที่ชัดเจน การยอมรับในความรู้ ความสามารถ ความไว้วางใจในการทำงาน การเปิดโอกาสให้ครูทุกคนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายโดยที่ผู้บริหารให้การสนับสนุนงบประมาณ วัสดุ อุปกรณ์ ทำให้เกิดความสุขในการทำงานที่ทำงานน่าอยู่และชุมชนสมานฉันท์ สอดคล้องกับการศึกษาของนานาพร นวลตา ที่ได้ศึกษาเรื่องสมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาด้านการสร้างแรงจูงใจเป็นการแสดงออกของผู้บริหารในการสร้างขวัญและกำลังใจให้แก่ครู มีการมอบหมายงานตามความสามารถของครู เปิดโอกาสให้ครูได้แสดงความคิดเห็นและรับฟังข้อเสนอแนะ อีกทั้งดำเนินการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและสภาพแวดล้อมที่ดีในการปฏิบัติงานให้การยกย่อง ชมเชยหรือประกาศเกียรติคุณแก่ครูที่มีผลงานดีเด่น (นานาพร นวลตา, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล ที่ได้ศึกษาเรื่องทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาศตวรรษที่ 21 โรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษา ตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3 ผลการศึกษาพบว่า ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาด้านการสร้างแรงจูงใจ ผู้บริหารนำปัจจัยต่าง ๆ มาเป็นแรงผลักดันให้ครูมีพฤติกรรมที่แสดงถึงความทุ่มเท ความเต็มใจที่จะใช้ระดับความพยายามมากขึ้นอย่างมีทิศทางเพื่อบรรลุเป้าประสงค์ของสถานศึกษาโดยมีการจัดหาสิ่งอำนวยความสะดวกตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความปลอดภัย นอกจากนี้ยังมีวิธีสร้างการจูงใจให้ครูมีทัศนคติในการพัฒนาและเกิดแรงผลักดันในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายรวมถึงร่วมรับผิดชอบต่อเป้าหมายของสถานศึกษา (ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล, 2565)

2.3 ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ผลการศึกษาพบว่า ควรสร้างความสัมพันธ์ความเป็นกันเองทั้งทางกายและทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน รับฟังความคิดเห็นด้วยความเต็มใจ มีจิตสาธารณะกระตุ้นให้บุคคลอื่นสามารถทำงานนั้น ๆ ได้สำเร็จด้วยความเต็มใจ ให้ความช่วยเหลือผู้ใต้บังคับบัญชาด้วยความจริงใจตามโอกาสที่สมควร ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีความสามารถในการทำงานเข้ากับผู้ร่วมงานได้เป็นอย่างดี ทำให้เกิดความร่วมมือในการทำงานกับคนอื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เป็นผู้ที่มีความรู้ความสามารถในด้านหลักการ แนวคิด ทฤษฎี การปรับตัวและความรอบรู้ในเรื่องการทำงานกับคน รวมถึงการเข้าใจเรื่องการจูงใจคนและการประยุกต์ภาวะผู้นำที่มีประสิทธิภาพมาใช้ในการทำงานกับผู้ใต้บังคับบัญชาโดยใช้ดุลยพินิจของผู้บริหารกระตุ้น ส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานของตนเองอย่างเต็มที่และทุ่มเทให้กับหน่วยงาน รวมถึงการสร้างบรรยากาศที่ดีสำหรับการทำงานเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรในทางที่พึงประสงค์และเกิดความสุขในการทำงานทำให้เกิดความสมดุลในชีวิตการทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ ธนภัทร เทพสถิต ที่ได้ศึกษาเรื่องทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับคุณภาพชีวิตการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุพรรณบุรี ผลการศึกษาพบว่าพฤติกรรมการบริหารด้านการมีมนุษยสัมพันธ์เป็นความสามารถในการกระตุ้นส่งเสริมให้ผู้ใต้บังคับบัญชาทำงานร่วมกัน ปรับตัวเข้ากับบุคคลอื่นได้ดี ใช้หลักเกณฑ์ที่ดีในการตัดสินใจ เปิดโอกาสให้ผู้ร่วมงานได้ปฏิบัติงานตามความสามารถ รวมทั้งสร้างขวัญกำลังใจให้แก่ผู้ร่วมงานและคำนึงถึงประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก ทั้งยังประสานความร่วมมือกับชุมชนให้มีส่วนร่วมในการจัดการศึกษา ส่งเสริมบรรยากาศที่เอื้อต่อการทำงาน วางแผนและสามารถควบคุมอารมณ์ได้ดีเมื่อเผชิญกับปัญหา (ธนภัทร เทพสถิต, 2565) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ปิยะพร ปินะกาพัง ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารกับการบริหารงานบุคคลในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการมีมนุษยสัมพันธ์เป็นการใช้ดุลพินิจของผู้บริหารที่จะปฏิบัติตนกับบุคคลต่าง ๆ ในหน่วยงานหรือองค์กรอื่นเพื่อกระตุ้น ส่งเสริมให้บุคคลหรือกลุ่มคนทำงานของตนเองอย่างเต็มที่และทุ่มเทให้กับสถานศึกษา ผู้บริหารสร้างความสัมพันธ์อันดีระหว่างบุคคลในโรงเรียนทั้งทางกาย วาจาและทางใจที่ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกันรวมถึงการสร้างบรรยากาศที่ดีสำหรับการทำงานเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงองค์กรในทางที่พึงประสงค์ (ปิยะพร ปินะกาพัง, 2565)

2.4 ด้านการกำหนดเป้าหมาย ผลการศึกษาพบว่า ควรกำหนดเป้าหมายและนโยบายเพื่อให้สถานศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน มีการรับฟังเหตุผลผู้ร่วมงานในกรณีปฏิเสธเป้าหมายของสถานศึกษาโดยให้อิสระในการแสดงเหตุผล มีการกำหนดเป้าหมายของโรงเรียนที่มีเครื่องมือชี้ทิศทางในการดำเนินการที่ชัดเจนสามารถวัดและควบคุมประสิทธิผลได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารได้กำหนดเป้าหมายพันธกิจหรือภารกิจในรูปของผลลัพธ์ที่สำคัญในสิ่งที่หน่วยงานยึดมั่นและผูกพันที่จะต้องทำให้เสร็จ เป็นสิ่งที่เราต้องการไปให้ถึง มาจากความต้องการ ความหวัง จินตนาการ ความใฝ่ฝันที่ผู้บริหารสร้างขึ้นซึ่งอยู่ในกรอบที่ไม่เพ้อฝันและสามารถบรรลุได้ด้วยกระบวนการจัดการ ซึ่งการกระทำเพื่อมุ่งสู่เป้าหมายจะมีความหมายต่อความสำเร็จที่คาดหวังอีกทั้งการแสดงออกของผู้บริหารในการกำหนดเป้าหมายยังให้ความสำคัญกับการสร้างสภาพแวดล้อมเชิงบวก ให้ความเป็นอยู่ที่ดีมีความสุขและเติมเต็มความพึงพอใจในการทำงานด้วย สอดคล้องกับการศึกษาของ ริญญาภัทร์ สุภาศิริธนานนท์ ที่ได้ศึกษาเรื่องบทบาทผู้บริหารกับบรรยากาศองค์กรของโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า บทบาทผู้บริหารในการกำหนดเป้าหมายเป็นสิ่งสำคัญและเกี่ยวพันกับจุดประสงค์ของเป้าหมายในระดับสูงของหน่วยงานและตามที่กฎหมายต่าง ๆ ได้กำหนดไว้และสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ร่วมงานในการปฏิบัติงานตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้ อีกทั้งผู้บริหารยังส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้แข็งแกร่งเพื่อความสมดุลกับชีวิตการทำงานอย่างมีความสุข (ริญญาภัทร์ สุภาศิริธนานนท์, 2563) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ ชุติกาญจณ์ ทองทับ ที่ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในอำเภอเมืองชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เขต 1 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาด้านการกำหนดเป้าหมายเป็นการกำหนดเป้าหมายของโรงเรียนตามเป้าหมายของหน่วยงานทางการศึกษาที่ได้กำหนดไว้ เป็นการสร้างความพึงพอใจให้แก่ครูในการปฏิบัติงานตามนโยบายที่ได้กำหนดไว้และมีการวางจุดมุ่งหมายภายในสถานศึกษาให้สอดคล้องกันกับเป้าหมายที่วางไว้ (ชุติกาญจณ์ ทองทับ, 2560)

2.5 ด้านการติดต่อสื่อสาร ผลการศึกษาพบว่า ควรใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับบุคลากรด้วยวิธีการที่หลากหลายใช้ภาษาที่ชัดเจน เข้าใจง่าย ใช้หลักเหตุผลในการสื่อสารโดยการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันในสถานศึกษาซึ่งการติดต่อสื่อสารที่ดีจะทำให้การดำเนินงานของสถานศึกษาราบรื่นไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารมีการกระทำหรือการแสดงออกที่สื่อสารความเข้าใจหรือสื่อความหมายโดยการถ่ายทอดความรู้ ความคิดเห็น ข้อเท็จจริงผ่านสื่อที่อาจเป็นรูปแบบของคำพูด ตัวอักษร สัญลักษณ์ โดยผ่านการตรวจสอบความถูกต้องไปยังผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อสร้างความเข้าใจอันดีต่อกัน พร้อมกับรับเอาข้อเสนอและความคิดเห็น ความรู้สึกต่าง ๆ มาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดีซึ่งในการทำงานจำเป็นต้องจัดการทำงานให้สมดุลกับคุณภาพชีวิตจึงจะเกิดความสุขในการทำงาน สอดคล้องกับการศึกษาของ สุธิดา แก้วโสนด ที่ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 18 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารของผู้บริหารสถานศึกษา มีการปฏิบัติงานที่แสดงบทบาทในการรับฟังข่าวสารและกลั่นกรองข้อมูลจากครูอาจารย์ในโรงเรียนได้อย่างถูกต้องและเป็นธรรมกับทุกฝ่าย มีความเป็นกันเอง สร้างบรรยากาศที่ดีในองค์กร มีการให้คำแนะนำอย่างเป็นมิตรและให้โอกาสผู้ปฏิบัติงานได้พัฒนางานและปรับปรุงประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีการแจ้งให้ทราบถึงความเคลื่อนไหว ต่าง ๆ ทางวิชาการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับครู (สุธิดา แก้วโสนด, 2562) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ กฤษณพร จันทวงค์ ที่ได้ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการบริหารงานของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพงานวิชาการในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 ผลการศึกษาพบว่า พฤติกรรมการบริหารด้านการติดต่อสื่อสารเป็นการแสดงออกของผู้บริหารในการสร้างความเข้าใจอันดีระหว่างครูภายในโรงเรียนโดยใช้เทคนิคหรือรูปแบบในการติดต่อสื่อสารและ

ประสานงานที่หลากหลาย เพื่อให้ครูได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างครบถ้วนและทั่วถึง มีระบบการสื่อสารที่มีความเที่ยงตรง รวดเร็วและเพียงพอต่อการตัดสินใจของครู (กฤษณพร จันทวงค์, 2562)

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยเรื่องพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า 1) พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข ประกอบด้วย ด้านการตัดสินใจ ด้านการสร้างแรงจูงใจ ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ด้านการกำหนดเป้าหมาย และด้านการติดต่อสื่อสาร แต่ละด้านโดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) แนวทางการพัฒนาพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อการเป็นองค์กรแห่งความสุขด้านการตัดสินใจ ควรใช้ทักษะความรู้ความสามารถของผู้บริหารสรุปผลขั้นสุดท้ายของกระบวนการคิดอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ ด้านการสร้างแรงจูงใจ ควรสร้างความกระตือรือร้นและความคิดเชิงบวกในการร่วมกันกำหนดทิศทางในอนาคต ด้านการมีมนุษยสัมพันธ์ ควรสร้างความเป็นกันเองทั้งทางกายและทางจิตใจที่ก่อให้เกิดความเข้าใจซึ่งกันและกัน ด้านการกำหนดเป้าหมาย ควรกำหนดเป้าหมายและนโยบายเพื่อให้สถานศึกษาดำเนินไปในทิศทางเดียวกัน ด้านการติดต่อสื่อสาร ควรใช้วิธีการติดต่อสื่อสารกับบุคลากรด้วยวิธีการที่หลากหลายใช้ภาษาที่ชัดเจนเข้าใจง่าย ใช้หลักเหตุผลในการสื่อสาร ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ คือ 1) ผู้บริหารควรมีการสื่อสารในการปฏิบัติงาน โดยการใช้ทักษะความรู้ ความสามารถในการสรุปหรือตัดสินใจขั้นสุดท้ายในการปฏิบัติงาน จัดลำดับความสำคัญ ในการแก้ปัญหาของสถานศึกษาได้ และมีความสามารถในการวินิจฉัยสั่งการในการบริหารจัดการภายในสถานศึกษา เพื่อให้สามารถนำไปพัฒนาประสิทธิผลการบริหารงานสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งความสุขได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลสูงสุด 2) ผู้บริหารสถานศึกษาควรดำเนินการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงาน การควบคุมการปฏิบัติงาน การสร้างปฏิสัมพันธ์ที่ดีต่อกันพัฒนาระบบการติดต่อสื่อสารภายในสถานศึกษา เพื่อให้การบริหารงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป 1) ควรศึกษาตัวแปรที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา 2) ควรศึกษาปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งความสุข 3) ควรศึกษาการวิจัยเชิงคุณภาพที่ใช้การสังเกต การสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนถูกต้องและตรงกับความเป็นจริงมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กฤษณพร จันทวงค์. (2562). พฤติกรรมการบริหารงานของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพงานวิชาการในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3. ใน วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

ชนิกานต์ แสงดี. (2566). การเป็นองค์กรแห่งความสุขของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1. ใน สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ชามา เทียมโสภา. (2566). รูปแบบการบริหารสถานศึกษาเอกชนเพื่อส่งเสริมการเป็นองค์กรแห่งความสุข. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ชุติกาญจณ์ ทองทับ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนในอำเภอเมืองชลบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เขต 1. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

ณัฐพล วัฒนาชัยมงคล. (2565). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาศตวรรษที่ 21 โรงเรียนในศูนย์พัฒนาคุณภาพการศึกษา ตำบลม่อนปิ่น อำเภอฝาง จังหวัดเชียงใหม่ เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงใหม่ เขต 3. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยพะเยา.

ธนภัทร เทพสถิต. (2565). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับคุณภาพชีวิตการทำงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาสุพรรณบุรี. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นานาพร นวลตา. (2566). สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 1. ใน วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

ปริยานุช มูลมั่ง. (2565). ภาวะผู้นำเชิงพฤติกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยพะเยา.

ปิยะพร ปินะกาพัง. (2565). พฤติกรรมผู้นำของผู้บริหารกับการบริหารงานบุคคลในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ริญญาภัทร์ สุภาศิริธนานนท์. (2563). บทบาทผู้บริหารกับบรรยากาศองค์กรของโรงเรียนประถมศึกษาจังหวัดนนทบุรี. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วราภรณ์ ตันเส็ง. (2563). พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริหารสถานศึกษาตามทัศนะของครูโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

สายนที มั่นสลุง. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษากับแรงจูงใจในการสอนของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาลพบุรี. ใน สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุธิดา แก้วโสนด. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 18. ใน สารนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยบูรพา.

อดุลย์ อุบาลี. (2566). พฤติกรรมการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1. ใน วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

Cronbach, L. J. (1990). Essentials of psychological testing. (4th ed.). New York: Harper & Row Publishers.

Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30 (3), 607-610.

Sergiovanni, T. J. & Starratt, R. J. (1983). Supervision human perspectives. (3th ed.). New York: MCGraw-hill.

บทความวิจัย

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับกลุ่มอุตสาหกรรม และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์*

THE RELATIONSHIP BETWEEN SET ESG RATING, INDUSTRY TYPE AND PROFITABILITY OF THAI LISTED COMPANIES

ศศกร ธนสารโสภณ[1], สุนา สุทธิเกียรติ[1], สุขมงคล เลิศภิรมย์สุข[2*]

Sasakorn Tanasansopon[1], Suna Sudhikiat[1], Sukmongkol Lertpiromsuk[2*]

[1]หลักสูตรบัญชีมหาบัณฑิต คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย

[1]Master of Accountancy Program, Faculty of Accountancy, Thonburi University, Bangkok, Thailand

[2]คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ปทุมธานี ประเทศไทย

[2]Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Pathumthani, Thailand

*Corresponding author E-mail: sukmongkol_l@rmutt.ac.th

*Tel: 085-199-5799

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับกลุ่มอุตสาหกรรม และ 2) ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย การวิจัยในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่มีคะแนนผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนทั้งปี พ.ศ. 2566 และ 2567 ทั้งสิ้น 150 บริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วน จึงได้ตัวอย่างในการวิจัยรวมทั้งสิ้น 300 ตัวอย่าง การวิจัยในครั้งนี้มีแหล่งข้อมูลหลัก คือ งบการเงินรายปีของกิจการซึ่งได้ถูกรวบรวมไว้อยู่ใน 56-1 The one report ของบริษัทนั้น ๆ และข้อมูลคะแนนผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่จัดอันดับโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา โดยใช้สถิติความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์สมมติฐานการวิจัยข้อมูลด้วยสถิติเชิงอนุมาน โดยใช้สถิติไคสแควร์ และการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีความสัมพันธ์กับกลุ่มอุตสาหกรรมทั้งในปี 2566 (χ^2 = 32.887, Sig = 0.047) และ ปี 2567 (χ^2 = 36.331 , Sig = 0.020) ผลการวิจัยยังพบอีกว่า ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 โดยมีค่า R^2 เท่ากับ 0.141 ผลการวิจัยในครั้งนี้เป็นประโยชน์ต่อตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและบริษัทที่ตลาดหลักทรัพย์สำหรับการวางแผนการดำเนินงานด้าน ESG ต่อไป

คำสำคัญ: ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน, กลุ่มอุตสาหกรรม, ความสามารถในการทำกำไร, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

Abstract

This research aimed to study 1) the relationship between the SET ESG Rating and industry type of Thai listed companies, and 2) the relationship between the SET ESG Rating and profitability

* Received 9 April 2026; Revised 24 April 2026; Accepted 28 April 2026

of Thai listed companies. This was a quantitative research study, collected secondary data from 150 Thai listed companies, which had SET ESG Ratings for both 2023 and 2024, and had complete information, resulting in a total sample size of 300. The main data sources were the annual financial report of each company, compiled in the 56-1 The One Report, and the SET ESG Rating scores as assigned by the Stock Exchange of Thailand. Data were analyzed by using descriptive statistics. Inferential statistics, comprise of chi-square test and multiple regression analysis, were employed to analyze the research hypotheses. The results showed that the SET ESG Rating of Thai listed companies was associated with their industry type both 2023 (χ^2 = 32.887, Sig = 0.047) and 2024 (χ^2 = 36.331, Sig = 0.020). However, the SET ESG Rating of Thai listed companies was not significantly related to profitability, which measured by Return on Assets (ROA), at the significance level of .05, with an R-square value of 0.141. The findings of this research will be beneficial to the Stock Exchange of Thailand, as well as its listed companies, for planning sustainable performance in the dimensions of environment, society, and governance.
Keywords: SET ESG Rating, Industry Type, Profitability, Stock Exchange of Thailand

บทนำ

โครงการหลักการลงทุนอย่างรับผิดชอบ (Principles for Responsible Investment: PRI) เป็นกรอบการทำงานแบบสมัครใจที่นักลงทุนทุกคนสามารถนำประเด็นด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (Environment, Social and Governance: ESG) เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการตัดสินใจเพื่อเป็นแนวทางการพิจารณาร่วมกับกระบวนการลงทุน และปรับเป้าหมายให้สอดคล้องกับสังคมโดยรวมมากขึ้น โดยได้รับการสนับสนุนจากสหประชาชาติ (UN Global Compact, 2006) ภาคธุรกิจจึงจำเป็นต้องนำแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนมาใช้อย่างยุติธรรมและรับผิดชอบและกำหนดรูปแบบธุรกิจใหม่ (Cornell, B. & Shapiro, A. C., 2021) รวมถึงนักลงทุนแสวงหาการลงทุนที่รับผิดชอบและสนับสนุนธุรกิจที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมเพื่อผลตอบแทนที่ยั่งยืน ซึ่งถือว่าการลงทุนอย่างรับผิดชอบมีส่วนสนับสนุนทั้งความสำเร็จทางการเงินและโลกที่ยั่งยืน (Martini, A., 2021); (Camilleri, M. A., 2017)

จากแนวคิดและหลักการของสหประชาชาติ ส่งผลกระทบต่อการลงทุนในประเทศไทยมากขึ้น โดย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในฐานะหนึ่งในหน่วยงานกำกับดูแลกิจการของบริษัทจดทะเบียนฯ ได้เห็นถึงการให้ความสำคัญที่เพิ่มมากขึ้นต่อแนวทางปฏิบัติด้าน ESG ในบริษัทต่าง ๆ ซึ่งเห็นได้จากการสนับสนุนอย่างต่อเนื่องให้บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยมีส่วนร่วมในแนวทางปฏิบัติทางธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสังคม (Singhakul, S. & Chaivisuttangkun, S., 2023) ซึ่งในปี พ.ศ. 2558 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้จัดทำรายชื่อหุ้นยั่งยืน (Thailand Sustainability Investment : THSI) เพื่อเป็นทางเลือกสำหรับนักลงทุนที่ต้องการลงทุนในหุ้นของบริษัทจดทะเบียนที่มีความโดดเด่นด้านความยั่งยืน ในปี พ.ศ. 2566 ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เปลี่ยนชื่อรายชื่อหุ้นยั่งยืน THSI เป็น หุ้นยั่งยืน SET ESG Ratings โดยเหตุผลหลักคือ เพื่อให้เป็นที่เข้าใจของสากลหรือตามความต้องการและข้อแนะนำของนักลงทุนประเภทต่าง ๆ พร้อมทั้งประกาศผลประเมินในรูปแบบ SET ESG Ratings เป็นปีแรก เพื่อส่งเสริมให้นักลงทุนมีข้อมูลประกอบการตัดสินใจลงทุน และมีการวัดระดับผลการดำเนินงาน 4 ระดับคือ 1) AAA (คะแนน 90 - 100) 2) AA (คะแนน 80 - 89) 3) A (คะแนน 65 - 79) และ 4) BBB (คะแนน 50 - 64) (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2568) อย่างไรก็ตาม การศึกษาที่เกี่ยวข้องกับ ESG ในอดีตยังบ่งชี้ถึงผลลัพธ์ที่หลากหลายและหาข้อสรุปไม่ได้ แม้ว่างานวิจัยจำนวนมากพบความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างคะแนนประเมินประสิทธิภาพด้าน ESG กับผลการดำเนินงาน (Van Brecht, D. et al.,

2018); (นิตยา โยธาจันทร์ และคณะ, 2563) แต่ก็มีผลการศึกษาในด้านตรงกันข้าม ที่แม้จะพบว่า การบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมมีอิทธิพลเชิงบวกต่ออัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แต่การบริหารจัดการความยั่งยืนในสังคม มีอิทธิพลเชิงลบต่อ ROA ส่วนการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านการกำกับดูแลกิจการไม่พบความสัมพันธ์ต่อ ROA (พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และปริญญา มากลิ่น, 2565) ดังนั้น ความสัมพันธ์ระหว่างระดับคะแนนประเมินด้าน ESG และผลการดำเนินงานขององค์กรยังไม่เป็นที่เข้าใจอย่างชัดเจน (เจณิสตา มะละกา และคณะ, 2566)

นอกจากนี้ ผลกระทบของ ESG อาจแตกต่างกันไปตามบริบท ไม่ว่าจะเป็นผลจากอุตสาหกรรม ระดับการกำกับดูแล และแรงกดดันจากสังคม โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีความอ่อนไหวหรือถูกจับตามองสูงมักมีแรงจูงใจในการดำเนินงานด้าน ESG ที่สูงกว่า ดังนั้น ประเภทอุตสาหกรรมจึงถือเป็นตัวแปรสำคัญที่อาจส่งผลต่อระดับการดำเนินงานด้าน ESG เนื่องจากแต่ละอุตสาหกรรมมีลักษณะความเสี่ยง ผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม และแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้เสียที่แตกต่างกัน เช่น บริษัทในอุตสาหกรรมพลังงานหรืออุตสาหกรรมทรัพยากรที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูง ก็มักถูกคาดหวังให้มีการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในระดับที่สูงกว่าอุตสาหกรรมอื่น ในขณะที่บริษัทในอุตสาหกรรมการเงิน ก็มักจะถูกคาดหวังให้มีการดำเนินงานด้านธรรมาภิบาลแทน ซึ่งผลกระทบของ ESG ที่มีต่อธุรกิจก็จะแตกต่างกันตามลักษณะอุตสาหกรรมอีกด้วย (Cui, J. , 2025)

จากที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กับ กลุ่มอุตสาหกรรม และความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ที่มีคะแนน SET ESG Ratings 2 ปีติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ปี 2566 - 2567 เพื่อเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน กับ กลุ่มอุตสาหกรรม และความสามารถในการทำกำไรซึ่งยังไม่เป็นที่ชัดเจน และจะเป็นแนวทางสำหรับตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในการกำหนดนโยบาย หรือกลยุทธ์ในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนของบริษัทในตลาด ตลอดจนเป็นแนวทางสำหรับบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยสำหรับการเตรียมพร้อมเพื่อตรวจรับการประเมินการจัดอันดับผลการดำเนินงานด้าน ESG ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

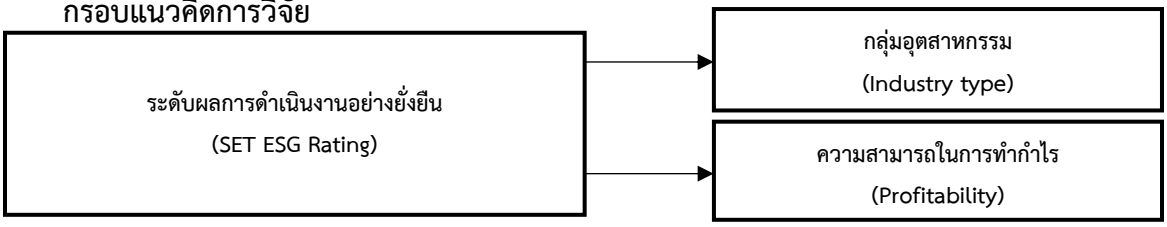
1. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) กับกลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บข้อมูลเป็นช่วงยาว (Panel data) ต่อเนื่อง 2 ปี จากบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหุ้นยั่งยืนที่มีคะแนน SET ESG Ratings 2 ปีติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ปี 2566 - 2567 โดยผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดและวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแยกตามระดับผลการดำเนินงาน

ระดับผลการดำเนินงาน	ปี 2566		ปี 2567	
	จำนวนบริษัท	ร้อยละ	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
AAA	27	18.00	46	30.67
AA	58	38.67	61	40.67
A	51	34.00	39	26.00
BBB	14	9.33	4	2.67
รวม	**150**	**100.00**	**150**	**100.00**

ตารางที่ 2 ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยแยกตามกลุ่มอุตสาหกรรม

กลุ่มอุตสาหกรรม	จำนวนบริษัท	ร้อยละ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	18	12.00
สินค้าอุปโภคบริโภค	7	4.67
ธุรกิจการเงิน	8	5.33
สินค้าอุตสาหกรรม	26	17.33
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	27	18.00
ทรัพยากร	24	16.00
บริการ	32	21.33
เทคโนโลยี	8	5.33
รวม	**150**	**100.00**

จากตารางที่ 1 และตารางที่ 2 ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ซึ่งเป็นหุ้นยั่งยืนที่มีคะแนน SET ESG Ratings 2 ปีติดต่อกัน คือ ตั้งแต่ปี 2566 - 2567 เนื่องจากปี 2566 เป็นปีแรกที่ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยได้เปลี่ยนเกณฑ์การวัดผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนจากเกณฑ์ THSI เป็นการวัด SET ESG Ratings โดยผู้วิจัยเลือกเอาเฉพาะบริษัทที่มีการเปิดเผยงบการเงินเรียบร้อยแล้วทั้ง 2 ปี ซึ่งมีจำนวนทั้งสิ้น 150 บริษัท จึงได้ตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ทั้งสิ้น 300 รายการ

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้กำหนดตัวแปรในการวิจัยดังนี้

1. ตัวแปรอิสระ คือ ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Ratings) ประกอบด้วยระดับผลการดำเนินงาน 4 ระดับคือ 1. AAA 2. AA 3. A และ 4. BBB และเนื่องจากตัวแปรเป็นข้อมูลมาตรวัดนามบัญญัติ (Nominal Scale) เป็นข้อมูลที่ไม่สามารถนำมาคำนวณได้ทันที ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ความถดถอยเชิงพหุคูณจึงต้องเปลี่ยนรูปของค่าตัวแปรเป็นตัวแปรหุ่น (Dummy Variable) โดยกำหนดให้ ระดับ AAA เป็นกลุ่มอ้างอิงในการศึกษา จึงได้ตัวแปรหุ่นทั้งหมด 3 ตัว คือ AA, A และ BBB โดย

AA กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับ AA
กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับอื่น

A กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับ A
กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับอื่น

BBB กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 1 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับ BBB
กำหนดให้มีค่าเท่ากับ 0 เมื่อบริษัทมีผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืนระดับอื่น

2. ตัวแปรตาม คือ 1) ประเภทอุตสาหกรรม และ 2) ความสามารถในการกำไร ซึ่งวัดด้วย อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) เนื่องจาก ROA เป็นดัชนีที่สามารถสะท้อนประสิทธิภาพการดำเนินงานจริง โดยไม่มีอคติจากโครงสร้างหนี้สินอย่าง ROE และมีความผันผวนน้อยกว่าการใช้ราคาตลาดใน Tobin's q

3. ตัวแปรควบคุม คือ 1) ขนาดกิจการ (Size) ซึ่งวัดด้วยมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของกิจการ ณ ปีนั้น ๆ 2) อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) และ 3) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE)

แหล่งข้อมูลและการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิโดยรวบรวมข้อมูลเป็นรายปี ในช่วงระยะเวลา 2 ปี ตั้งแต่ พ.ศ. 2566 - 2567 โดยสาเหตุที่ผู้วิจัยพิจารณาเก็บข้อมูลสองปีดังกล่าวเนื่องจาก คะแนน SET ESG Ratings เริ่มจัดอันดับครั้งแรกในปี พ.ศ. 2566 และ ณ เวลาที่ผู้วิจัยเริ่มทำการวิจัย งบการเงินของกิจการที่บริษัทในตลาดหลักทรัพย์ได้ทำการเผยแพร่ล่าสุด คือ งบการเงินปี พ.ศ. 2567 ทั้งนี้ผู้วิจัยได้คัดเลือกเฉพาะบริษัทที่มีข้อมูลครบถ้วนตามที่ต้องการสำหรับการวิเคราะห์ตลอดช่วงระยะเวลาที่ทำการศึกษา เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

แหล่งข้อมูลหลักประกอบด้วยงบการเงินรายปีของแต่ละบริษัท ซึ่งได้ถูกรวบรวมไว้อยู่ใน 56 - 1 The one report ที่บริษัทนั้น ๆ ได้นำเสนอต่อสาธารณะ ประกอบด้วย งบฐานะการเงิน งบกำไรขาดทุนเบ็ดเสร็จ และงบกระแสเงินสด และข้อมูลคะแนน SET ESG Rating ที่จัดอันดับโดยตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลของค่าสถิติเบื้องต้นเพื่ออธิบายลักษณะของตัวแปร ใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าสูงสุด ค่าต่ำสุด ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานด้านการพัฒนาอย่างยั่งยืน (SET ESG Ratings) กับ ประเภทอุตสาหกรรม ใช้สถิติ Chi-Square โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) กับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 โดยตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยผ่านการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น (Assumption) และสามารถเขียนสมการถดถอยได้ดังนี้

$$ROA_{it} = \beta_0 + \beta_1 AA_{it} + \beta_2 A_{it} + \beta_3 BBB_{it} + \beta_4 CR_{it} + \beta_5 DE_{it} + \beta_6\ Size_{it} + \varepsilon_{it}$$

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถิติเชิงพรรณนา

ตัวแปร	ค่าต่ำสุด	ค่าสูงสุด	$\bar{x}$	S.D.
ROA	-0.13	0.21	0.05	0.05
CR	0.05	9.61	2.00	1.49
DE	0.10	5.91	1.17	0.91
Size (หน่วย: ล้าน)	**114**	**2,409,049**	**82,681**	**236,542**

จากตารางที่ 3 พบว่า อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ -0.13 เท่า มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 0.21 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.05 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.05 เท่า

อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.05 เท่า มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 9.61 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 2.00 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.49 เท่า

อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 0.10 เท่า มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 5.91 เท่า โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 1.17 เท่า และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.91 เท่า และ

ขนาดกิจการ (Size) มีค่าต่ำสุดอยู่ที่ 114 ล้านบาท มีค่าสูงสุดอยู่ที่ 2,409,049 ล้านบาท โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 82,681 ล้านบาท และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 236,542 ล้านบาท

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับประเภทอุตสาหกรรม

ตารางที่ 4 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนปี 2566 กับประเภทอุตสาหกรรม

SET ESG Rating 2566	AAA	AA	A	BBB	รวม	ผลการทดสอบ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	3 (16.7%)	5 (27.8%)	8 (44.4%)	2 (11.1%)	18 (100.00%)	
สินค้าอุปโภคบริโภค	2 (28.6%)	1 (14.3%)	3 (42.9%)	1 (14.3%)	7 (100.00%)	χ^2 = 32.887
ธุรกิจการเงิน	1 (12.5%)	1 (12.5%)	3 (37.5%)	3 (37.5%)	8 (100.00%)	
สินค้าอุตสาหกรรม	3 (11.5%)	7 (26.9%)	13 (50.0%)	3 (11.5%)	26 (100.00%)	Sig = 0.047*
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	3 (11.1%)	15 (55.6%)	7 (25.9%)	2 (7.4%)	27 (100.00%)	
ทรัพยากร	9 (37.5%)	12 (50.0%)	3 (12.5%)	0 (0.0%)	24 (100.00%)	Cramér's V
บริการ	4 (12.5%)	15 (46.9%)	10 (31.3%)	3 (9.4%)	32 (100.00%)	= 0.270
เทคโนโลยี	2 (7.4%)	2 (25.0%)	4 (50.0%)	0 (0.0%)	8 (100.00%)	

หมายเหตุ : * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนปี 2566 กับประเภทอุตสาหกรรมโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่า ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับประเภทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และมีค่า Effect size เท่ากับ 0.270 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง โดยพบว่า อุตสาหกรรมทรัพยากร อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และอุตสาหกรรมบริการ เป็นประเภทอุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนเกินกว่าครึ่งของอุตสาหกรรม ที่มี SET ESG Rating ในระดับ AA ขึ้นไป ในขณะที่อุตสาหกรรมการเงินอุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรม อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค และอุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร มีสัดส่วนเกินกว่าครึ่งของอุตสาหกรรม ที่มี SET ESG Rating ในระดับต่ำกว่า AA

ตารางที่ 5 ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนปี 2567 กับประเภทอุตสาหกรรม

SET ESG Rating 2567	AAA	AA	A	BBB	รวม	ผลการทดสอบ
เกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร	5 (27.8%)	6 (33.3%)	7 (38.9%)	0 (0.0%)	18 (100.00%)	
สินค้าอุปโภคบริโภค	2 (28.6%)	1 (14.3%)	3 (42.9%)	1 (14.3%)	7 (100.00%)	χ^2 = 36.331
ธุรกิจการเงิน	2 (25.0%)	3 (37.5%)	3 (37.5%)	0 (0.0%)	8 (100.00%)	
สินค้าอุตสาหกรรม	7 (26.9%)	6 (23.1%)	13 (50.0%)	0 (0.0%)	26 (100.00%)	Sig = 0.020*
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	7 (25.9%)	15 (55.6%)	4 (14.8%)	1 (3.7%)	27 (100.00%)	
ทรัพยากร	14 (58.3%)	8 (33.3%)	1 (4.2%)	1 (4.2%)	24 (100.00%)	Cramér's V
บริการ	7 (21.9%)	19 (59.4%)	5 (15.6%)	1 (3.1%)	32 (100.00%)	= 0.284
เทคโนโลยี	2 (25.0%)	3 (37.5%)	3 (37.5%)	0 (0.0%)	8 (100.00%)	

หมายเหตุ : * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 5 แสดงผลการทดสอบสมมติฐานความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนปี 2567 กับประเภทอุตสาหกรรมโดยใช้สถิติ Chi-square พบว่า ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน

กับประเภทอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 และมีค่า Effect size เท่ากับ 0.284 แสดงว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันระดับปานกลาง โดยพบว่า อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนเกินกว่าครึ่งของอุตสาหกรรมที่มี SET ESG Rating ในระดับ AA ขึ้นไป ได้แก่ อุตสาหกรรมทรัพยากร อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และอุตสาหกรรมบริการ ในขณะที่อุตสาหกรรมที่มีสัดส่วนเกินกว่าครึ่งของอุตสาหกรรม ที่มี SET ESG Rating ในระดับต่ำกว่า AA มีเพียงอุตสาหกรรมเดียว คือ อุตสาหกรรมสินค้าอุปโภคบริโภค

นอกจากนี้ จากตารางที่ 4 และ 5 ยังแสดงให้เห็นว่า บริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย มีแนวโน้มเชิงบวกต่อ SET ESG Rating ในระดับสูงมากขึ้น โดยสัดส่วนผลการดำเนินงานระดับ AAA เพิ่มขึ้นร้อยละ 12.7 สัดส่วนผลการดำเนินงานระดับ AA เพิ่มขึ้นร้อยละ 2 ในขณะที่สัดส่วนผลการดำเนินงานระดับ A ลดลงร้อยละ 8 และสัดส่วนผลการดำเนินงานระดับ BBB ลดลงร้อยละ 6.6 เมื่อเปรียบเทียบระหว่างปี 2567 และ 2566

ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับความสามารถในการทำกำไร

การทดสอบข้อตกลงเบื้องต้น พบว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมด ไม่มีตัวแปรใดมีค่า VIF ไม่เกิน 5 แสดงว่าไม่มีปัญหา Multicollinearity ตัวแปรตามมีค่าความเบ้เท่ากับ 0.523 มีค่าความโด่งเท่ากับ 1.069 ซึ่งอยู่ในช่วง -2 ถึง 2 แสดงว่า ไม่มีปัญหา Normality และการทดสอบ White test พบว่ามีค่า Sig เท่ากับ 0.114 แสดงว่า ไม่มีปัญหา Heteroscedasticity จึงเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นในการทดสอบการถดถอย

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับความสามารถในการทำกำไร

ตัวแปรอิสระ	Model 1			Model 2		
	Coefficients (β)	Sig.	VIF	Coefficients (β)	Sig.	VIF
(Constant)	0.039	0.000		0.065	0.000	
rating dummy AA	0.010	0.187	1.587	0.004	0.537	1.739
rating dummy A	0.017	0.024*	1.563	0.007	0.358	1.782
rating dummy BBB	0.028	0.028*	1.172	0.017	0.171	1.250
CR				0.001	0.723	1.326
DE				-0.018	0.000*	1.309
Size				-9.795E-15	0.418	1.162
Model Summary	**Sig F. = 0.045*, R = 0.159**			**Sig F. = 0.000*, R = 0.375**		
	R^2 = 0.025, Adj. R^2= 0.015			**R^2 = 0.141, Adj. R^2 = 0.123**		

หมายเหตุ : * หมายถึง มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 6 พบว่า ใน Model ที่ 1 แสดงการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ 3 ตัว คือ ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) แบบ AA , A และ BBB กับ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่า ค่า Sig F มีค่าเท่ากับ 0.045 แสดงว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีผลต่อ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่า สมการถดถอยนี้มีค่า R-Square เท่ากับ 0.025 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการถดถอยสามารถอธิบาย ROA ได้ร้อยละ 2.5 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า บริษัทที่มีผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนระดับ A (β = 0.017, Sig = 0.024) และระดับ BBB (β = 0.028, Sig = 0.028) ส่งผลต่อ ROA แตกต่างจาก บริษัทที่มีผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนระดับ AAA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

อย่างไรก็ตาม ใน Model ที่ 2 เมื่อผู้วิจัยเพิ่มตัวแปรตัวแปรควบคุมทั้ง 3 ตัวเข้าไป พบว่า ค่า Sig F มีค่าเท่ากับ 0.000 แสดงว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัว มีผลต่อ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยพบว่าสมการถดถอยนี้มีค่า R-Square เท่ากับ 0.141 หมายความว่า ตัวแปรอิสระในสมการถดถอยสามารถ

อธิบาย ROA ได้ร้อยละ 14.1 ซึ่งมากกว่ากรณีที่มีตัวแปรอิสระ คือ ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนเพียงอย่างเดียว ถึงร้อยละ 11.6 โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า เมื่อให้อัตราส่วนเงินทุนหมุนเวียน (CR) อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) และขนาดกิจการ (Size) เป็นตัวแปรควบคุม จะทำให้ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อ ROA ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และ ตัวแปรที่มีผลต่อ ROA อย่างแท้จริงมีเพียง อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนผู้ถือหุ้น (DE) ตัวเดียว

อภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนกับกลุ่มอุตสาหกรรมและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ สามารถอภิปรายผลการศึกษาได้ดังนี้

1. ความสัมพันธ์ระหว่างระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) กับกลุ่มอุตสาหกรรมของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนมีความสัมพันธ์กับประเภทอุตสาหกรรมทั้งในปี พ.ศ. 2566 และ พ.ศ. 2567 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้ง 2 ปี โดยอุตสาหกรรมทรัพยากร อุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง และอุตสาหกรรมบริการ มีสัดส่วนของบริษัทที่ได้รับระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในระดับ AA ขึ้นไปค่อนข้างมาก และสม่ำเสมอทั้ง 2 ปี ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เสนอว่าองค์กรที่เผชิญแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก จะมีแรงจูงใจในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมากขึ้น (Freeman, R. E., 1984) โดยเฉพาะอุตสาหกรรมทรัพยากร และอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง ซึ่งมีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและสังคมโดยตรง จึงมีแรงกดดันจากภาครัฐ หน่วยงานกำกับดูแล ชุมชน นักลงทุน และสังคมมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น ส่งผลให้บริษัทในอุตสาหกรรมเหล่านี้ต้องเร่งพัฒนาการดำเนินงานด้าน ESG อย่างต่อเนื่องและอุตสาหกรรมที่มีผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมสูงจะมีระดับการเปิดเผยข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมมากกว่าอุตสาหกรรมอื่น (Clarkson, P. M. et al., 2008)

ในขณะที่หลายอุตสาหกรรมมีแนวโน้มปรับตัวของระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนดีขึ้นอย่างชัดเจน สามารถเห็นได้จากระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนในระดับ AA ขึ้นไป มีสัดส่วนที่มากขึ้นไม่ว่าจะเป็น อุตสาหกรรมเกษตรและอุตสาหกรรมอาหาร อุตสาหกรรมการเงิน อุตสาหกรรมสินค้าอุตสาหกรรมและอุตสาหกรรมเทคโนโลยี และโดยเฉพาะอุตสาหกรรมการเงิน สอดคล้องกับการศึกษาในอดีตที่พบว่ากลุ่มอุตสาหกรรมมีความสัมพันธ์กับคะแนนด้าน ESG (Assael, J. et al. , 2023); (Kanoo, R. et al., 2025) และสอดคล้องกับทฤษฎีสถาบัน ที่ระบุว่าองค์กรจะปรับตัวตามแรงกดดันจากสถาบันต่าง ๆ เช่น กฎระเบียบ มาตรฐานสากล และความคาดหวังของนักลงทุน (DiMaggio, P. J. & Powell, W. W., 1983) เนื่องจาก ปัจจัยด้าน ESG มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของนักลงทุนและสถาบันการเงินมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง

2. ความสัมพันธ์ระหว่างผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) กับ อัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) ผลการศึกษาพบว่า ระดับผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน ของบริษัทที่แตกต่างกันส่งผลต่อ ROA ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าที่พบว่า ผลการดำเนินงานด้าน ESG ไม่มีอิทธิพลหรือผลกระทบต่อ ROA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ธนจรรยกร อภิวัฒน์โภคินกุล, 2567) อย่างไรก็ตามผลการวิจัยในครั้งนี้ขัดแย้งกับการศึกษาบางส่วนที่พบว่า การเปิดเผยคะแนนด้าน ESG มีผลต่อประสิทธิภาพของบริษัทในด้านการดำเนินงานที่วัดโดย ROA โดยส่วนหนึ่งพบว่า การเปิดเผยคะแนนด้าน ESG มีผลเชิงบวกต่อประสิทธิภาพของบริษัทในด้านการดำเนินงานที่วัดโดย ROA (Alareeni, B. & Hamdan, A. , 2020); (ปพรรณพร ผิวอ่อนดี และสุรีย์ โบษกรนัฏ, 2568)

อย่างไรก็ตามผลการศึกษาในครั้งนี้แสดงให้เห็นว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) ซึ่งได้ถูกกำหนดไว้เป็นตัวแปรควบคุม เป็นตัวแปรเพียงตัวเดียวที่มีผลต่อ ROA อย่างแท้จริง เนื่องจาก กิจการที่มีขนาด

ใหญ่หรือมีโครงสร้างเงินทุนที่ดีกว่าจะมีทรัพยากร เงินทุน และบุคลากรเพียงพอในการจัดทำรายงาน การบริหารจัดการด้านความยั่งยืน และการเปิดเผยข้อมูลตามมาตรฐานสากลได้ดีกว่า ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาก่อนหน้าที่พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้นมีความสัมพันธ์กับ ROA (จรินทร นามขาน และคณะ, 2568) เนื่องจาก อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น จะสะท้อนถึงความเสี่ยงและความสามารถในการไม่ผิดนัดชำระหนี้ของบริษัท (Bahadori, N. et al., 2021) ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อผลการดำเนินงานของบริษัท (Zhao, C. et al., 2018)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยในครั้งนี้สามารถสรุปสาระสำคัญได้ว่า ในบริบทของประเทศไทย ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) ของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย พบว่ามีความสัมพันธ์กับประเภทกลุ่มอุตสาหกรรม โดยกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีความเสี่ยงหรือแรงกดดันจากภายนอกสูง และต้องเผชิญกับแรงกดดันจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียจำนวนมาก จะมีแรงจูงใจในการดำเนินงานด้านความยั่งยืนมากขึ้น และมีแนวโน้มที่จะพัฒนาการดำเนินการด้าน ESG ได้เร็วกว่า นอกจากนี้ผลการวิจัยในครั้งนี้ยังพบอีกว่า ผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืน (SET ESG Rating) ไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการที่วัดจากอัตราผลตอบแทนต่อสินทรัพย์ (ROA) แต่พบว่า อัตราส่วนหนี้สินต่อส่วนของผู้ถือหุ้น (DE) เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสามารถในการทำกำไรของกิจการ ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยดังนี้ 1) ธุรกิจควรตระหนักว่าปัจจัยด้านแรงกดดันจากภายนอก เช่น การกำกับดูแลจากภาครัฐ ความคาดหวังของนักลงทุน และการตรวจสอบจากสังคม มีบทบาทสำคัญในการผลักดันการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ดังนั้น แม้องค์กรจะอยู่ในอุตสาหกรรมที่มีแรงกดดันต่ำ ก็ควรพัฒนาแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในระยะยาว และเตรียมความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงของกฎระเบียบในอนาคต 2) หน่วยงานกำกับดูแล เช่น ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ควรให้ความสำคัญกับ การออกมาตรการหรือแนวทางส่งเสริมสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ที่แตกต่างกันตามลักษณะของแต่ละอุตสาหกรรม เนื่องจากแต่ละกลุ่มอุตสาหกรรมมีระดับความเสี่ยงและแรงกดดันที่แตกต่างกัน 3) ผู้บริหารควรมองแนวทางด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เป็นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ระยะยาว มากกว่าการพิจารณาเฉพาะผลตอบแทนทางการเงินในระยะสั้น และควรบูรณาการการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) เข้าไปในกลยุทธ์องค์กรอย่างเป็นระบบ แม้ว่าผลการดำเนินงานอย่างยั่งยืนจะไม่มีความสัมพันธ์กับความสามารถในการทำกำไรของกิจการ 4) นักลงทุนควรพิจารณาผลลัพธ์ทางการเงินที่อาจเกิดขึ้นจากบริษัทที่ในการตัดสินใจลงทุนในบริษัทที่มีการลงทุนในด้าน ESG โดยเฉพาะนักลงทุนระยะสั้น เนื่องจากผลของการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ไม่ส่งผลต่อ ROA อย่างมีนัยสำคัญ และอาจไม่ปรากฏผลในระยะเวลาอันสั้น นอกจากนี้ผู้วิจัยยังมีข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งถัดไปดังนี้ 1) ควรพิจารณาใช้ตัวชี้วัดความสามารถในการทำกำไรในมิติอื่น เช่น อัตราส่วนผลตอบแทนของ ผู้ถือหุ้น (ROE), Tobin’s Q หรือกำไรสุทธิ เพื่อเปรียบเทียบว่าผลลัพธ์ที่ได้มีความสอดคล้องกันหรือไม่ เนื่องจาก ROA อาจไม่สามารถสะท้อนประสิทธิภาพทางการเงินได้ครบถ้วนในทุกบริบท 2) ควรมีการศึกษาด้วยข้อมูลแบบอนุกรมเวลา หรือการวิเคราะห์เชิงพลวัต เพื่อพิจารณาความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลระหว่างผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานทางการเงินในระยะยาว เนื่องจากผลกระทบของผลการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) อาจไม่ปรากฏในระยะสั้น และการวิจัยในครั้งนี้เก็บข้อมูลในช่วง ปี พ.ศ.2566 - 2567 ซึ่งเป็นเพียงช่วงเริ่มต้นของการเปลี่ยนเกณฑ์ประเมินใหม่ ซึ่งผลลัพธ์อาจยังไม่สะท้อนถึงประสิทธิภาพทางการเงินที่แท้จริงในระยะยาว 3) ควรมีการใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกผู้บริหารหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง เพื่อ

ทำความเข้าใจแรงจูงใจเชิงลึกในการดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และธรรมาภิบาล (ESG) ขององค์กรในแต่ละอุตสาหกรรม ซึ่งจะช่วยเสริมผลการวิเคราะห์เชิงปริมาณให้มีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

จรินทร นามขาน และคณะ. (2568). ศึกษาความสัมพันธ์อัตราส่วนทางการเงินและความสามารถในการทำกำไรของบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์, 5(2), 1142-1152.

เจณิสตา มะละกา และคณะ. (2566). ความสัมพันธ์ระหว่างระดับความรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) กับผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยในช่วงสถานการณ์การระบาดของโควิด-19. วารสารการบัญชีและการจัดการ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 16(2), 46-63.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2568). SET ESG Ratings. เรียกใช้เมื่อ 11 กันยายน 2568 จาก https://setsustainability.com/ESG-ratings

ธนจรรยกร อภิวัฒน์โภคินกุล. (2567). อิทธิพลของปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และบรรษัทภิบาล (ESG) ต่อผลการดำเนินงานทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย กลุ่มหุ้นยั่งยืน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 10(1), 162-175.

นิตยา โยธาจันทร์ และคณะ. (2563). ความสัมพันธ์ระหว่างการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนกับผลการดำเนินงานของบริษัทในกลุ่ม ESG100. วารสารบรรณศาสตร์ มศว, 13(2), 12-26.

ปพรรณพร ผิวอ่อนดี และสุรีย์ โบษกรนัฏ. (2568). อิทธิพลของการเปิดเผยข้อมูลรายงานความยั่งยืนที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ เอ็ม เอ ไอ. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(4), 628-640.

พิมล เลิศทรัพย์อนันต์ และปริญญา มากลิ่น. (2565). อิทธิพลของการบริหารจัดการความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และการกำกับดูแลกิจการต่อความยั่งยืนทางการเงินของบริษัทจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจและภาษา, 10(2), 101-122.

Alareeni, B. & Hamdan, A. (2020). ESG impact on performance of US S&P 500-listed firms. Corporate Governance: The International Journal of Business in Society, 20(7), 1409-1428.

Assael, J. et al. . (2023). Dissecting the Explanatory Power of ESG Features on Equity Returns by Sector, Capitalization, and Year with Interpretable Machine Learning. Journal of Risk and Financial Management, 16(3), 159. https://doi.org/10.3390/jrfm16030159.

Bahadori, N. et al. (2021). Environmental, social, and governance factors in emerging markets: The impact on firm performance. Journal of Finance, 4(4), 411-422.

Camilleri, M. A. (2017). Socially Responsible and Sustainable Investing. In: Corporate Sustainability, Social Responsibility and Environmental Management. Springer, Cham, https://doi.org/10.1007/978-3-319-46849-5_4.

Clarkson, P. M. et al. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. Accounting, Organizations and Society, 33(4-5), 303-327.

Cornell, B. & Shapiro, A. C. (2021). Corporate stakeholders, corporate valuation and ESG. European Financial Management, 27(2), 196-207.

Cui, J. (2025). Empirical Analysis of Digital Innovations Impact on Corporate ESG Performance: The Mediating Role of GAI Technology. Financial Strategy and Management Reviews, 1(1), 1000048. https://doi.org/10.71204/dapv6405.

DiMaggio, P. J. & Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. American Sociological Review, 48(2), 147-160.

Freeman, R. E. (1984). Strategic management: A stakeholder approach. Boston, MA: Pitman.

Kanoo, R. et al. (2025). Does the ESG Performance Differ Across Sectors? An Insight intothe Indian Corporate Landscape. International Journal of Economics and Financial Issues, 15(1), 246-255.

Martini, A. (2021). Socially responsible investing: from the ethical origins to the sustainable development framework of the European Union. Environment, Development and Sustainability, 23, 16874-16890. https://doi.org/10.1007/s10668-021-01375-3.

Singhakul, S. & Chaivisuttangkun, S. (2023). ARE ESG Efficient Firms Perform Better?: A Study on the Esg100list. Journal of Innovation in Business, Management, and Social Sciences, 4(2), 89-113.

UN Global Compact. (2006). Integrate the Principles for Responsible Investment. UN Global Compact. Retrieved September 9, 2025, from https: / / unglobalcompact. org/ take-action/action/responsible-investment.

Van Brecht, D. et al. (2018). Exploring the link between environmental, social and governance (ESG) disclosure and market value of the firm: Evidence from Thai listed companies. AJMI-ASEAN Journal of Management and Innovation, 5(2), 95-106.

Zhao, C. et al. (2018). ESG and Corporate Financial Performance: Empirical Evidence from China's Listed Power Generation Companies. Sustainability, 10(8), 2607. https://doi.org/10.3390/su10082607.

บทความวิชาการ

การจัดการเชิงกลยุทธ์ในสภาพแวดล้อมแบบ BANI*

STRATEGIC MANAGEMENT IN A BANI ENVIRONMENT

วิภาวี วลีพิทักษ์เดช*, สวรรยา พิณเนียม, สุริษา ประสิทธิ์แสงอารีย์
Vipavee Valeepitakdej*, Sawanya Pinniem, Surisa Prasitsaengaree
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสวนดุสิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Faculty of Management Science, Suan Dusit University, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: mynameaon24@gmail.com
*Tel: 02-244-5780

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอมุมมองของการจัดการเชิงกลยุทธ์ซึ่งเป็นหัวใจของการดำเนินธุรกิจ โดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง การจัดทำกลยุทธ์ที่เหมาะสมควรต้องสอดคล้องกับบริบทของโลก ในอดีตสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นสิ่งที่คาดเดาสถานการณ์ได้ การจัดทำกลยุทธ์ขององค์กรจึงสามารถมุ่งเน้นการสร้างความได้เปรียบอย่างยั่งยืน องค์กรทั่วไปจะใช้การวิเคราะห์ตัวแบบแรงกดดันทั้ง 5 ประการ เพื่อตรวจสอบสถานการณ์ของอุตสาหกรรมและเลือกเครื่องมือกลยุทธ์ นอกจากนั้นองค์กรยังได้สร้างความได้เปรียบจากการสะสมทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ที่มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบไม่ได้ โดยองค์กรบริหารการใช้ทรัพยากรได้มีประสิทธิภาพตามทฤษฎีฐานทรัพยากร แต่เมื่อไม่นานนี้สถานการณ์ของโลกมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมาย สภาพแวดล้อมจึงมีความเปราะบาง สร้างความวิตกกังวลให้ผู้คน ไม่สามารถประเมินทิศทางที่เป็นเส้นตรงได้และมีความเข้าใจได้ยาก การจัดทำกลยุทธ์เช่นเดิมที่ต้องการเติบโตอย่างยั่งยืนจึงเป็นไปได้ยาก กลยุทธ์ในยุคนี้จึงควรมีความคล่องตัว หยิบฉวยผลประโยชน์ระยะสั้นอย่างรวดเร็ว และเต็มใจที่จะละทิ้งเพื่อปรับสู่กลยุทธ์ใหม่ตามทฤษฎีความได้เปรียบชั่วคราว รวมทั้งกลยุทธ์ที่จัดทำขึ้นควรได้รับความชอบธรรมจากสังคมด้านคุณประโยชน์ แสดงถึงความรับผิดชอบต่อสังคม และสร้างบรรทัดฐานใหม่ จนเป็นที่ยอมรับตามหลักทฤษฎีการยอมรับจากสังคม ดังนั้นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกับสถานการณ์ยุคนี้จึงเป็น การต่อสู้กับการอยู่รอดในสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนและท้าทาย บทความนี้จึงมีประโยชน์ต่อผู้บริหารและธุรกิจในการตรวจสอบสถานการณ์ที่เปราะบางและลดความเสี่ยงในการจัดทำกลยุทธ์ธุรกิจ

คำสำคัญ: การจัดการเชิงกลยุทธ์, ทฤษฎีฐานทรัพยากร, สภาพแวดล้อมแบบ BANI, กลยุทธ์ความได้เปรียบชั่วคราว, ทฤษฎีความชอบธรรม

Abstract

This article aims to present a critical perspective on strategic management, which fundamentally serves as the heart of all business operations through a relevant literature review. The formulation of an appropriate strategy must intricately align with the global context. In the past, the business environment was largely stable and predictable. Consequently, organizational strategy formulation could confidently focus on creating a sustainable competitive advantage. Organizations traditionally utilized the five forces model to rigorously examine industry

* Received 14 March 2026; Revised 25 April 2026; Accepted 28 April 2026

conditions. Furthermore, organizations built internal advantages by accumulating strategic resources that were valuable, rare, and inimitable, managing these assets efficiently in accordance with the Resource-Based View (RBV) theory. Recently, however, global circumstances have undergone unprecedented and massive transformations. As a result, the current environment has become highly brittle, anxious, non-linear, and incomprehensible. Then, relying on traditional strategies aimed at permanent, sustainable growth is increasingly difficult. Strategies in this era must instead prioritize extreme agility. Organizations must be capable of capturing short-term benefits rapidly and willing to disengage and pivot to new initiatives, according to the Transient Advantage theory. Additionally, any formulated strategy must actively secure legitimacy from society. This involves delivering pragmatic utility, demonstrating the responsibility to the public, and establishing widely accepted new norms, firmly grounded in Legitimacy Theory. Therefore, the most appropriate strategic approach for era's context is a dynamic battle for survival and relevance within a volatile and challenging environment. This article is then beneficial for executives and businesses in navigating fragile situations and mitigating risks in business strategy formulation.

Keywords: Strategic Management, Resource-Based View BANI, Environment, Transient Advantage, Legitimacy Theory

บทนำ

การจัดทำกลยุทธ์ธุรกิจที่เฉียบคมต้องสอดคล้องกับบริบทของสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ ในขณะที่สภาพแวดล้อมทางธุรกิจของยุคปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลง แตกต่างไปจากเดิมอย่างมากมาย หากมองย้อนกลับไปในอดีตจะพบว่าการเปลี่ยนแปลงสภาพแวดล้อมทางธุรกิจมักจะปรากฏในรูปแบบของ VUCA ซึ่งการดำเนินธุรกิจจะถูกกระทบจากความผันผวน (Volatility) ความไม่แน่นอน (Uncertainty) ความซับซ้อน (Complexity) และความคลุมเครือ (Ambiguity) อาทิ ความผันผวนของราคาน้ำมัน ความไม่แน่นอนของสงครามการค้า ความซับซ้อนของการเข้าสู่ตลาดต่างประเทศที่ไม่คุ้นเคย และความคลุมเครือของพฤติกรรมผู้บริโภคต่อสินค้าขององค์กร แนวทางการรับมือที่องค์กรธุรกิจปฏิบัติอย่างคุ้นเคยได้แก่ การสร้าง ความคล่องตัวเพื่อตอบสนองต่อสถานการณ์ที่ผันผวน การสร้างข้อมูลสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจแก้ปัญหาความไม่แน่นอน การปรับโครงสร้างและกระบวนการภายในองค์กรเพื่อต่อสู้กับความซับซ้อน จากภายนอก และการทดลองทำสิ่งต่าง ๆ เพื่อลดความคลุมเครือจนได้ทราบผลลัพธ์ที่ชัดเจน (Bennett, N. & Lemoine, G. J., 2014)

อย่างไรก็ตาม ตั้งแต่สถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 เป็นต้นมา สภาพแวดล้อมทางธุรกิจมีการเปลี่ยนแปลงที่สร้างความโกลาหลยิ่งกว่าเดิม จากปัญหาตามรูปแบบของ VUCA พัฒนาไปสู่สภาวะแวดล้อมทางธุรกิจรูปแบบใหม่ภายใต้กรอบของ BANI ซึ่งทำให้เห็นถึงปรากฏการณ์ความเปราะบางขององค์กร (Brittle) ระบบการจัดการธุรกิจที่เคยคิดว่าแข็งแกร่งจากในอดีตพร้อมที่จะถูกโค่นล้มลงจนไร้ประสิทธิภาพ เช่น ระบบ Just In Time (JIT) ที่มุ่งเน้นกระบวนการผลิตสินค้าอย่างพอดี ไม่เก็บสินค้าไว้ในคลังเพื่อประสิทธิภาพของการควบคุมต้นทุน แต่เมื่อเผชิญกับสถานการณ์การปิดโรงงานผลิตอะไหล่จากการระบาดของโควิด 19 ทั่วโลก ทำให้เกิดการตัดขาดและหยุดชะงักของโซ่อุปทาน ระบบการผลิตแบบ JIT จึงกลับกลายเป็นสิ่งที่มี ความเปราะบางและเป็นปัญหา เนื่องจากไม่มีสินค้าสำรองไว้อย่างเพียงพอ นอกจากนั้นการเติบโตของเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์ก็ทำให้เกิดสถานการณ์ของความวิตกกังวล (Anxious) เกี่ยวกับ ภัยคุกคามด้านข้อมูล ทั้งการใช้ข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง การใช้ข้อมูลที่บิดเบือน ซึ่งเพิ่มความวิตกตื่นตระหนก สร้างความกลัวแก่คนทั่วโลก ไม่เว้นแม้กระทั่ง

พนักงานในองค์กร และยังพบว่าสถานการณ์ต่าง ๆ ที่เกิดขึ้น ในปัจจุบัน องค์กรไม่สามารถคาดการณ์ผลลัพธ์แบบตรงไปตรงมา (Non-linear) อย่างที่เคยดำเนินการเหมือนในอดีต สิ่งที่เกิดขึ้นเพียงเล็กน้อยและคิดว่าจะสร้างผลกระทบไม่รุนแรงอาจไม่เป็นเช่นนั้นอีกต่อไป เหตุอันน้อยนิดอาจจะนำไปสู่ผลลัพธ์ที่บานปลายเกินกว่าการควบคุมได้ เช่น การแพร่ระบาดของโควิดที่มีจุดเริ่มต้นเพียงแค่หนึ่งเมือง หรือปรากฏการณ์ฝนตกเพียงไม่กี่วันแต่ก่อให้เกิดอุทกภัยสร้างความเสียหาย อย่างมหาศาล จะเห็นได้ว่าสภาพแวดล้อมหรือสถานการณ์บางอย่างที่เกิดขึ้นในยุคนี้เป็นสิ่งที่มีความซับซ้อนยากต่อความเข้าใจได้ทั้งหมด (Incomprehensive) ต่อให้มีข้อมูลมหาศาลก็อาจจะไม่สามารถหาคำตอบหรือ มีเหตุผลที่สมบูรณ์แบบได้ (Cascio, J. et al., 2025)

สถานการณ์ในรูปแบบของ BANI จึงทำให้การจัดทำกลยุทธ์องค์กรควรถูกทบทวนใหม่ โดยเฉพาะกลยุทธ์องค์กรภายใต้แนวคิดการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน และการใช้เครื่องมือเชิงกลยุทธ์ เช่น ตัวแบบแรงกดดันในอุตสาหกรรม 5 ประการ (Five Forces Model) กลยุทธ์การแข่งขัน (Generic Strategies) ทฤษฎีฐานทรัพยากรขององค์กร (Resource-Based View) ซึ่งถูกนำไปประยุกต์ใช้ อย่างแพร่หลาย แต่อาจไม่เพียงพอต่อสภาพแวดล้อมทางธุรกิจแบบ BANI ที่มีความเปราะบาง วิตกกังวล คาดเดาและเข้าใจได้ยาก เช่น กรณีความขัดแย้งระหว่างสหรัฐอเมริกาและอิหร่านเป็นเหตุให้ปิดช่องแคบ ฮอร์มุซซึ่งทำให้โซ่อุปทานและระบบโลจิสติกส์น้ำมันดิบต้องหยุดชะงัก โครงสร้างต้นทุนของอุตสาหกรรมรวมทั้งปิโตเคมีของธุรกิจไทยปรับตัวสูงขึ้น รวมทั้งการสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นตลอดไปอาจเป็นเพียง ภาพลวงตา ในทางกลับกัน มุมมองของการจัดทำกลยุทธ์ในยุคนี้ถูกเสนอว่าควรเป็นกลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบแบบชั่วคราว ยืดหยุ่น หยิบฉวยโอกาสสั้น ๆ และตอบสนองต่อปัญหาสภาพแวดล้อมของสังคมเพื่อให้ธุรกิจสามารถดำรงอยู่ได้ภายใต้สถานการณ์เปราะบาง บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์สังเคราะห์และนำเสนอทฤษฎีการจัดการเชิงกลยุทธ์แบบดั่งเดิม รวมทั้งกลยุทธ์ต่อโลกยุคใหม่ ได้แก่ กลยุทธ์ที่มีฐานคิดการสร้าง ความได้เปรียบชั่วคราว (Transient Advantage) ที่มีความยืดหยุ่นต่อสถานการณ์ และกลยุทธ์ซึ่งสามารถตอบโจทย์การสร้างความยั่งยืนต่อสังคม (Sustainability) ผ่านทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป (Generic Strategy) และตัวแบบแรงกดดันทั้ง 5 ประการ (Five Forces Model)

ความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Sustainable Competitive Advantage) ถูกนำเสนอโดย Michael E. Porter ซึ่งมองชัยชนะของธุรกิจผ่านโครงสร้างของอุตสาหกรรม หากเข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรมและเลือกตำแหน่งของการเป็นผู้เล่นในพื้นที่ที่ถูกต้องก็จะสามารถสร้างกำไรและสร้างเกราะป้องกัน ความได้เปรียบขององค์กรได้ โดยที่จากโครงสร้างของอุตสาหกรรม องค์กรจะเผชิญกับบริบทที่รายล้อมด้วยแรงกดดัน 5 ประการ (Porter, M. E., 1980) หรือ Five Forces Model ได้แก่

1. ภัยคุกคามของผู้เข้ามารายใหม่ (Threat of New Entrants)

อุตสาหกรรมย่อมมีคู่แข่งในตลาดเสมอ แต่อุตสาหกรรมใดที่คู่แข่งรายใหม่สามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายย่อมทำให้เกิดการแย่งชิงส่วนแบ่งการตลาดซึ่งส่งผลกระทบต่อกำไรของผู้เล่น วิธีการที่จะช่วยป้องกันรายใหม่ไม่ให้เข้ามาโดยง่ายคือ การที่ธุรกิจต้องสร้างจุดแข็ง เช่น สร้างความได้เปรียบจากการประหยัดต่อขนาด การลงทุนสร้างโรงงานขนาดใหญ่และเทคโนโลยีขั้นสูงที่มีความทันสมัย ผลิตสินค้าได้ปริมาณมาก มีต้นทุน การผลิตโดยเฉลี่ยต่ำกว่าคู่แข่ง สิ่งนี้เป็นเครื่องมือของการกีดกันผู้เล่นรายใหม่ที่จะเข้าสู่อุตสาหกรรม

2. พลังอำนาจการต่อรองจากผู้ขายปัจจัยการผลิต (Bargaining Power of Suppliers)

การผลิตเกิดขึ้นได้เมื่อมีปัจจัยการผลิตซึ่งมาจากซัพพลายเออร์หรือผู้ขายปัจจัยการผลิต ซึ่งคุณภาพและราคาปัจจัยการผลิตมีผลต่อต้นทุนการผลิตและกำไร ปัจจัยการผลิตที่หายากและขายโดยซัพพลายเออร์ ไม่กี่รายจึงมีอำนาจต่อรองเหนือธุรกิจ เพราะการเปลี่ยนไปซื้อปัจจัยการผลิตและบริการจากซัพพลายเออร์ รายอื่นอาจทำให้

ธุรกิจมีต้นทุนในการสับเปลี่ยน (Switching Cost) เพิ่มขึ้น องค์กรธุรกิจจึงต้องบริหารจัดการผู้ขายปัจจัยการผลิตของตนเองอย่างมีประสิทธิภาพสำหรับเกมการชิงความได้เปรียบของการแข่งขัน ในอุตสาหกรรม

3. อำนาจการต่อรองจากลูกค้า (Bargaining Power of Buyers)

รายได้ของกิจการมาจากลูกค้า แต่บางกรณีลูกค้าก็มีอำนาจในการต่อรองเหนือธุรกิจ โดยเฉพาะลูกค้าที่มีปริมาณการซื้อจำนวนมาก การยกเลิกการซื้อสินค้าของกิจการแต่เปลี่ยนไปซื้อของคู่แข่งย่อมทำให้รายได้ลดลง ธุรกิจจึงอยู่ภายใต้แรงกดดันจากลูกค้าที่อาจจะเรียกร้องให้ลดราคาสินค้า หรือให้ปรับปรุงบริการ นอกจากนั้น การขายสินค้าที่ไม่มีความแตกต่าง โดดเด่น เป็นสินค้าที่เหมือนคู่แข่งก็เป็นปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ลูกค้าสามารถเปลี่ยนไปซื้อผู้ขายรายอื่น หรือสร้างแรงกดดันต่อธุรกิจได้ง่ายยิ่งขึ้น

4. ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน (Threat of Substitutes)

สินค้าของธุรกิจไม่เพียงแต่ต้องแข่งขันกับสินค้าประเภทเดียวกันจากคู่แข่งแล้ว ยังอาจถูกแย่งชิงลูกค้าจากสินค้าที่ไม่ได้อยู่ในประเภทเดียวกันแต่ว่าทดแทนและตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้ กรณีเช่นนี้เมื่อเกิดขึ้นแล้วจะส่งผลกระทบต่อกำไรขององค์กรและทำให้สูญเสียลูกค้าไปได้ โดยเฉพาะถ้าราคาขายสินค้าขององค์กรตั้งไว้สูงกว่าคู่แข่ง อาจเป็นผลทำให้ลูกค้าหันไปใช้สินค้าทดแทนได้ รวมทั้งองค์กรควรติดตามข้อมูล การพัฒนาสินค้าทดแทนในตลาดเพื่อวางแผนรับมือต่อสถานการณ์ การเพิกเฉย ปล่อยทิ้งไว้อาจทำให้ธุรกิจ ต้องออกจากตลาดไปอย่างถาวร เช่น กรณีคลาสิกของธุรกิจกล้องฟิล์มถ่ายรูป

5. ความรุนแรงในการแข่งขันของอุตสาหกรรม (Industrial Rivalry)

อุตสาหกรรมที่มีผู้แข่งขันจำนวนมากและสินค้ามีความเหมือนกัน ผู้ขายในอุตสาหกรรมจะแย่งชิงลูกค้าซึ่งการแข่งขันในตลาดอาจนำสู่การใช้วิธีการลดราคาสินค้าลงเพื่อดึงดูดความต้องการ เป็นการสร้างสงครามราคาตัดราคาซึ่งกันและกัน กำไรของอุตสาหกรรมนั้นก็จะลดลงจนทำให้ความได้เปรียบเชิงการแข่งขัน ถูกทำลายลง (Porter, M. E., 2008)

การวิเคราะห์และตรวจสอบแรงกดดัน 5 ประการในอุตสาหกรรม (Five Forces Model) จึงเป็นกระจกส่องเพื่อให้ธุรกิจได้ตระหนักสถานการณ์อุตสาหกรรมของตนเอง ซึ่งแต่ละอุตสาหกรรมจะมีความรุนแรง ในแต่ละปัจจัยแตกต่างกันไป องค์กรจะเข้าใจว่าโครงสร้างอุตสาหกรรมที่กำลังเล่นอยู่นั้นถูกกระทบด้วยปัจจัยอะไรมากที่สุดเพื่อนำไปสู่การรับมือภายใต้แนวคิดการเลือกกลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป (Generic Strategies)

Generic Strategies กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป (Porter, M. E., 1996) เป็นกลยุทธ์ที่มาควบคู่กับ Five Forces Model โดยมีแนวคิดว่าการวางตำแหน่งองค์กรอย่างถูกต้องในอุตสาหกรรมที่ตนเป็นผู้เล่นจะช่วยสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน หรืออาจจะกล่าวได้ว่าเป็นการแก้เกมและป้องกันธุรกิจตนเองจากภัยคุกคาม 5 อย่างที่ต้องเผชิญในอุตสาหกรรม กลยุทธ์ถูกนำเสนอ 3 รูปแบบ ดังนี้

1. กลยุทธ์การเป็นผู้นำด้านต้นทุน (Cost Leadership)

แนวคิดของกลยุทธ์นี้คือ การบริหารจัดการธุรกิจของตนเองให้เป็นผู้นำต้นทุนต่ำในอุตสาหกรรมซึ่งจะประสบความสำเร็จได้เมื่อเกิดการประหยัดต่อขนาด (Economies of Scale) มีการผลิตจำนวนมาก ใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและสามารถจัดหาปัจจัยการผลิตที่มีต้นทุนและราคาถูก ธุรกิจที่เลือกทำกลยุทธ์นี้จะมีความได้เปรียบเมื่อเกิดสงครามราคาขึ้นในตลาด คู่แข่งขันจะไม่สามารถลดราคาต่ำกว่าต้นทุน ในขณะที่ต้นทุนของผู้นำทางด้านต้นทุนจะต่ำกว่าคู่แข่ง ดังนั้นก็ยังสามารถสร้างกำไรส่วนเกินได้ อีกทั้งยังเป็นการป้องกันการเข้ามาของรายใหม่ซึ่งต้องใช้การลงทุนจำนวนมากเพื่อทำให้ต้นทุนการผลิตของตนต่ำเท่ากับของผู้นำด้านต้นทุนในอุตสาหกรรมถึงจะแข่งขันได้

2. กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation)

องค์กรที่ใช้กลยุทธ์นี้จะพัฒนาสินค้าและบริการของตนให้มีความแตกต่าง พิเศษกว่าคู่แข่งรายอื่น ๆ ในอุตสาหกรรม ดังนั้น สินค้าจะมีคุณค่าต่อความรู้สึกของลูกค้าและยอมจ่ายด้วยราคาแพง อย่างไรก็ตาม การสร้าง

ความแตกต่างต้องมีการลงทุนนวัตกรรมสมัยใหม่ มีการให้บริการที่ดีเลิศ และต้องพยายามสร้าง แบรนด์ให้มีความโดดเด่น กลยุทธ์นี้มุ่งเน้นคุณค่าของสินค้ามากกว่าการตัดราคาจากคู่แข่ง และหากสินค้า มีความพิเศษและแตกต่างก็จะมีอำนาจต่อรองเหนือลูกค้า เพราะลูกค้าจะมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ ในขณะเดียวกันจะเป็นการกีดกันรายใหม่ที่ต้องการเข้าสู่ตลาดซึ่งอาจต้องใช้งบประมาณมหาศาลเพื่อลงทุนนวัตกรรมและโทคโนโลยีในการพัฒนาสินค้าให้ดึงดูดลูกค้า

3. กลยุทธ์มุ่งสู่ตลาดเฉพาะกลุ่ม (Focus Strategy)

การเลือกใช้กลยุทธ์รูปแบบนี้จะเป็นการเจาะตลาดลูกค้าเฉพาะกลุ่ม (Niche Market) ไม่ได้แข่งขันในตลาดวงกว้างทั่วไป ซึ่งสามารถทำได้ 2 ลักษณะ คือ 1) การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มโดยใช้กลยุทธ์ต้นทุนต่ำ เป็นการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการเพื่อตอบโจทย์ลูกค้าเฉพาะกลุ่ม โดยที่เสนอราคาต่ำจากการทำให้ต้นทุนของกิจการต่ำกว่าคู่แข่ง 2) การเจาะตลาดเฉพาะกลุ่มโดยใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่าง (Differentiation Focus) กลยุทธ์นี้แตกต่างจากแบบแรกตรงที่สินค้าและบริการมีความพิเศษ โดดเด่น และเสนอขายต่อตลาดเฉพาะกลุ่ม การใช้กลยุทธ์มุ่งไปที่ตลาดบางกลุ่มจะช่วยทำให้หลีกหนีความรุนแรงของการแข่งขันทั้งอุตสาหกรรม เพราะคู่แข่งรายใหญ่ที่มีศักยภาพอาจจะไม่สนใจตลาดเฉพาะกลุ่มขนาดเล็ก นอกจากนั้นยังสามารถสร้างอำนาจต่อรองลูกค้าได้ เนื่องจากสินค้าและบริการถูกออกแบบและพัฒนาเพื่อตอบสนองเฉพาะลูกค้ากลุ่มนี้ สินค้าอื่นจึงอาจจะไม่สามารถทดแทนความต้องการได้ ทำให้ธุรกิจมีอำนาจเหนือลูกค้า

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View)

ทฤษฎีฐานทรัพยากรถูกนำเสนอโดย Barney, J. B. ซึ่งได้อธิบายโต้แย้งตัวแบบแรงกดดันในอุตสาหกรรมทั้ง 5 ประการ (Five Forces Model) และกลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป (Generic Strategy) ของ Porter, M. E. ว่าเป็นมุมมองการสร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันโดยการวิเคราะห์ปัจจัยภายนอกองค์กรหรือโครงสร้างอุตสาหกรรม ซึ่งอาจจะไม่เพียงพอต่อการจัดทำกลยุทธ์เพื่อให้องค์กรเติบโตอย่างยั่งยืน (Porter, M. E., 2008) โดยทฤษฎีของ Porter, M. E. จะตั้งอยู่บนสมมติฐานว่าทรัพยากรภายในขององค์กรต่าง ๆ ในอุตสาหกรรมเดียวกันจะมีลักษณะเหมือนกัน และถึงแม้ว่าจะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง แต่ก็เป็นเพียงสถานการณ์ระยะสั้น เพราะทรัพยากรสามารถซื้อ ขาย โอนถ่ายระหว่างกันได้สมบูรณ์ จนในที่สุดจะทำให้ไม่เกิดความแตกต่างซึ่งกันและกัน (Porter, M. E., 2008) อย่างไรก็ตามทฤษฎีฐานทรัพยากรได้โต้แย้งว่า ที่จริงแล้วองค์กรธุรกิจแม้จะอยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกันก็จะมีทรัพยากรของตัวเองที่ไม่เท่ากันและไม่เหมือนกันทั้งหมด รวมทั้งทรัพยากร ไม่สามารถเคลื่อนย้าย ซื้อ ขาย ถ่ายโอนแก่กันได้อย่างสมบูรณ์ เช่น ประสบการณ์การทำงานของบุคลากร ในองค์กรไม่สามารถโอนให้องค์กรอื่นได้ทั้งหมด ดังนั้น ความแตกต่างด้านทรัพยากรอย่างถาวรก็จะเป็นปัจจัย ที่ทำให้องค์กรสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน (Barney, J. B., 1991)

ทรัพยากรขององค์กรหมายถึง สินทรัพย์ ความสามารถ กระบวนการดำเนินงาน การบริหารจัดการ ข้อมูลสารสนเทศ ทรัพยากรมนุษย์ ฯลฯ มีทั้งที่เป็นรูปธรรมและนามธรรม แต่ไม่ใช่ทุกองค์กรจะครอบครองทรัพยากรที่ได้เปรียบเชิงกลยุทธ์ ทรัพยากรที่ได้เปรียบจะต้องมีคุณลักษณะ VRIO ได้แก่

1. ทรัพยากรที่สร้างมูลค่า (Value)

ทรัพยากรที่สามารถนำมาสร้างโอกาส หรือลดอุปสรรคจากภัยคุกคามจากภายนอกจนทำให้เกิดรายได้และกำไรแก่ธุรกิจ

2. ทรัพยกรที่หายาก (Rare)

แม้ว่าองค์กรจะครอบครองทรัพยากรที่สร้างมูลค่า แต่ถ้าเป็นทรัพยากรที่คู่แข่งส่วนใหญ่มีเหมือนกัน องค์กรอาจจะได้เปรียบชั่วคราว ไม่ยั่งยืน แต่ถ้าองค์กรเป็นเจ้าของทรัพยากรแต่เพียงรายเดียว หรือมีเพียง ไม่กี่ราย

ในอุตสาหกรรมที่มีทรัพยากรเช่นนี้ก็แสดงถึงความหายาก ทรัพยากรที่หายากและสร้างมูลค่าจะยิ่งทำให้เกิดความได้เปรียบยิ่งขึ้น

3. ทรัพยากรที่ลอกเลียนแบบได้ยาก (Imitable)

องค์กรที่มีทรัพยากรที่สามารถสร้างมูลค่าให้กิจการและเป็นสิ่งหายากจะนำไปสู่ผู้นำด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของตลาด สามารถหยิบฉวยผลประโยชน์จากการเป็นผู้เริ่มต้นรายแรก แต่หลังจากนั้นก็จะมีคู่แข่งรายอื่นพยายามลอกเลียนแบบ ดังนั้นทรัพยากรขององค์กรใดที่ลอกเลียนแบบได้ยาก หรือลอกเลียนแบบได้แค่บางส่วนจึงเป็นคุณลักษณะสำคัญที่ทำให้องค์กรครองความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างต่อเนื่อง

4. การบริหารจัดการองค์กร (Organization)

การได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนจะเกิดขึ้นได้เมื่อมีการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ สามารถนำจุดเด่นของทรัพยากรที่มีอยู่ทั้งสามประการมาใช้อย่างคุ้มค่า หากมีทรัพยากรที่ได้เปรียบแต่ระบบการบริหารจัดการ วัฒนธรรมองค์กรไม่พร้อมก็จะทำให้สูญเสียโอกาสไปได้ (Barney, J. B., 1995)

อย่างไรก็ตามหากพิจารณาสภาพแวดล้อมในปัจจุบันที่มีลักษณะแบบ BANI พบว่าตัวแบบแรงกดดันทั้ง 5 ประการ กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไป และทฤษฎีฐานทรัพยากรที่ถูกนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายอาจจะไม่เพียงพอ การทำกลยุทธ์ควรที่จะมีเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพสำหรับรับมือกับสถานการณ์ในยุคนี้ ทั้งนี้ทฤษฎีเหล่านี้มองว่าภัยคุกคามส่วนแบ่งการตลาดและกำไรของธุรกิจมาจากแรงกดดัน 5 ลักษณะจากอุตสาหกรรมที่ตนสังกัด หากสามารถเอาชนะแรงกดดันในอุตสาหกรรมของเราได้ก็จะทำให้องค์กรได้เปรียบการแข่งขัน อย่างยั่งยืน แต่ความเป็นจริงในปัจจุบัน การวิเคราะห์เฉพาะอุตสาหกรรมที่ธุรกิจกำลังเป็นผู้เล่นอยู่ เพียงเท่านั้นอาจจะไม่เพียงพอ เพราะคู่แข่งอาจมาจากอุตสาหกรรมอื่น เช่น ธุรกิจธนาคาร ในอดีตการแข่งขัน มีเฉพาะธนาคารพาณิชย์ด้วยกันเอง แต่ในยุคนี้คู่แข่งมาจากแพลตฟอร์มทางการเงินซึ่งไม่ได้อยู่ในอุตสาหกรรมเดียวกัน กรณีนี้ทำให้เห็นว่าสภาพแวดล้อมธุรกิจที่เกิดขึ้นในยุคนี้ไม่เป็นเชิงเส้นตรง (Non-Linear) หรือเห็นกันแบบตรง ๆ ว่าใครคือคู่แข่ง การมองแค่ภายในอุตสาหกรรมของตนเอง อาจไม่เจอแรงกดดันที่แท้จริง จึงทำให้ประเมินพลาดและส่งผลต่อการสูญเสียส่วนแบ่งการตลาดและกำไรได้

นอกจากนั้น หลักการของ Porter, M. E. ได้เสนอว่าการทำกลยุทธ์ขององค์กรควรเลือกกลยุทธ์เพียงแค่อย่างเดียวเท่านั้น เช่น ถ้าเลือกกลยุทธ์ผู้นำต้นทุนต่ำ ก็ไม่ควรทำกลยุทธ์สร้างความแตกต่างไปพร้อมกัน การทำทั้ง 2 อย่าง หรือการใช้กลยุทธ์ผสมแบบครึ่ง ๆ กลาง ๆ จะทำให้ไม่สามารถมุ่งพัฒนาสินค้าได้เต็มที่ และลูกค้าเกิดความสับสนได้ว่าองค์กรมีความเป็นเลิศทางด้านใด (Porter, M. E., 1980) การยึดติดกลยุทธ์เดียวเป็นสิ่งที่มีความเสี่ยงในสภาพแวดล้อมแบบ BANI ตัวอย่างเช่น ธุรกิจร้านอาหารในเครือที่มีหลายสาขา (Chain Restaurant) บริหารจัดการร้านด้วยกลยุทธ์ผู้นำต้นทุนต่ำ ใช้วิธีสั่งซื้อเนื้อสุกรมาผลิตที่ครัวกลางและกระจายไปที่สาขา โดยทำสัญญาซื้อขายรายปีจำนวนมากกับซัพพลายเออร์หลักรายเดียว เพื่อสร้างอำนาจต่อรองให้ได้ราคาสุกรที่ต่ำ แต่หากมีเหตุการณ์การระบาดของโรคอหิวาต์แอฟริกันในสุกร (ASF) ฟาร์มของซัพพลายเออร์ถูกปิด ระบบการจัดการวัตถุดิบเนื้อสุกรของเครือร้านอาหารจะมีความเปราะบางทันที ต้นทุนที่ต่ำเพราะผูกติดกับการซื้อเนื้อสุกรจำนวนมากจากผู้ขายรายเดียวจะขาดวัตถุดิบป้อนสู่ครัวกลางเพื่อกระจายไปยังสาขาได้ทัน กลยุทธ์ต้นทุนต่ำที่มองว่าได้เปรียบคู่แข่งอย่างยั่งยืนเมื่อเผชิญกับสถานการณ์เช่นนี้ย่อมสร้างปัญหาให้แก่ร้านอาหารในที่สุด หรือกรณีร้านอาหารฟาสต์ฟู้ดที่ใช้กลยุทธ์สร้างความแตกต่างโดยการจัดซื้อเครื่องทอด มันฝรั่งนวัตกรรมใหม่ และการติดตั้งระบบเมนูคอมพิวเตอร์บริการตนเองซึ่งใช้เม็ดเงินลงทุนจำนวนมากเพื่อให้เกิดความรวดเร็วในการบริการลูกค้า แต่พบว่าสถานการณ์มีการพลิกผัน กลุ่มผู้บริโภคยุคปัจจุบันมีความกังวล (Anxious) ต่อโรคร้ายมากยิ่งขึ้น กระแสความใส่ใจสุขภาพของผู้คนเพิ่มขึ้นต่อเนื่อง การลงทุนในสินทรัพย์ดังกล่าวของร้านฟาสต์ฟู้ดเพื่อสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบจากการแข่งขันจึงอาจไม่ใช่หนทางปกป้อง ความได้เปรียบ แต่กลับขาดความยืดหยุ่นต่อสภาพแวดล้อมและสถานการณ์ที่ไม่เป็นแบบเส้นตรง (Non-Linear) เหมือนที่ผ่านมา แนวคิดการสร้างความ

ได้เปรียบเพื่อหวังความยั่งยืนตลอดไปโดยการใช้ กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไปอาจจะต้องทบทวนในโลกยุคที่เปราะบาง ภาวะความวิตกกังวลปกคลุมสังคม สิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นคาดเดายากและมีความคลุมเครือคอยกัดเซาะตลอดเวลา กลยุทธ์ของธุรกิจอาจจะต้องปรับให้เกิดความได้เปรียบแค่ชั่วคราว สั้น ๆ แต่เกิดขึ้นได้หลาย ๆ ครั้ง

ทฤษฎีฐานทรัพยากร (Resource-Based View) เป็นอีกทฤษฎีหนึ่งที่อธิบายความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนด้วยการมีทรัพยากรที่มีคุณลักษณะ VRIO องค์กรจึงพยายามไขว่คว้าหาทรัพยากรมาครอบครองไว้ อย่างไรก็ตาม ในยุคของสภาพแวดล้อมแบบ BANI การเป็นเจ้าของและสะสมทรัพยากรจำนวนมากอาจจะกลายเป็นจุดอ่อน เช่น ในอดีตระบบคอมพิวเตอร์ศักยภาพสูง สามารถประมวลผลได้รวดเร็วมีประสิทธิภาพจะเป็นทรัพยากรที่สร้างความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนให้แก่องค์กร แต่ปัจจุบันองค์กรใดที่แสวงหาความได้เปรียบโดยการซื้อคอมพิวเตอร์มาไว้เป็นทรัพยากรเชิงกลยุทธ์ อาจจะทำให้ขาดความยืดหยุ่นและ เป็นผลเสีย เนื่องจากสภาพแวดล้อมด้านเทคโนโลยีระบบคอมพิวเตอร์และไมโครโปรเซสเซอร์ รวมทั้งอุปกรณ์ต่าง ๆ มีการพัฒนาก้าวหน้าและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การใช้เงินจำนวนมหาศาลเพื่อซื้อเครื่องคอมพิวเตอร์ไว้ใช้งานภายในองค์กร ไม่นานก็จะกลายเป็นสิ่งล้าสมัย การครอบครองทรัพยากรเช่นนี้จึงเป็น การสร้างสถานการณ์ที่มีความเปราะบาง (Brittle) ให้แก่องค์กร เนื่องจาก คอมพิวเตอร์เหล่านั้นทำให้ เกิดต้นทุนจม กองไว้ที่อุปกรณ์ สร้างความวิตกกังวล (Anxiety) แก่การทำงานของพนักงาน เพราะเป็นระบบ ที่อาจจะไม่ตอบสนองกับแอปพลิเคชันสมัยใหม่ องค์กรจึงมีต้นทุนค่าบำรุงรักษาโดยไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ใด ๆ ดังนั้น ความหยืดหยุ่นของทรัพยากรจึงเป็นสิ่งจำเป็นในยุคที่โครงสร้างสภาพแวดล้อมทางธุรกิจเป็นไป ในลักษณะอะไรก็เกิดขึ้นได้ การเช่าระบบคลาวด์คอมพิวเตอร์จึงเป็นกลยุทธ์ที่เหมาะสมกว่าการจัดซื้อเทคโนโลยีเพื่อมาเป็นทรัพยากรของตัวเอง

กลยุทธ์ความได้เปรียบชั่วคราว (Transient Advantage)

สภาพแวดล้อมในยุคปัจจุบันซึ่งปรากฏชัดถึงความซับซ้อน ไม่แน่นอนและคาดเดายาก ทำให้เกิดบริบททางธุรกิจแบบใหม่ที่ไม่เหมือนเดิม เครื่องมือกลยุทธ์ที่ผ่านมาซึ่งมุ่งสร้างประสิทธิภาพสูงสุด ต้นทุนที่ต่ำ กำไร ที่สูง เน้นการครอบครองความได้เปรียบอย่างยั่งยืนกลับมีระยะเวลาสั้นลง เพราะถูกกระทบด้วยสถานการณ์ที่ไม่สามารถคาดคิดคอยกัดกร่อนระบบที่เคยแข็งแรงให้เปราะบางลง ความยั่งยืนตลอดไปจึงเป็นไปได้ยาก ธุรกิจจึงควรปรับตัวด้วยการฉกฉวยความได้เปรียบแบบสั้น ๆ ชั่วคราว แต่แสวงหาสิ่งได้เปรียบครั้งใหม่อยู่ เรื่อย ๆ (McGrath, R. G, 2013) ผู้เสนอกรอบแนวคิดนี้กล่าวว่า องค์กรในยุคปัจจุบันหลายแห่งติดอยู่ในกับดักความคิดของการทำกลยุทธ์แบบเดิมจนทำให้องค์กรปรับตัวไม่ทันต่อสถานการณ์และไม่สามารถสร้าง ความได้เปรียบชั่วคราวให้เกิดขึ้นได้ กับดักดังกล่าวได้แก่

1. ผู้ที่เข้าสู่ตลาดเป็นคนแรกคือผู้ที่จะถือครองความได้เปรียบ แต่ไม่เป็นจริงเสมอไป ความได้เปรียบอาจจะถูกช่วงชิงไปได้ง่ายในยุคนี้ เพราะสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้ผู้ตามพัฒนาตนเองจนเหนือกว่าผู้เข้าสู่ตลาดเป็นรายแรก เช่น การพัฒนาของ Chrome เว็บเบราว์เซอร์จาก Google ที่สามารถชนะผู้เข้าสู่ตลาดรายแรก ๆ เช่น Netscape

2. กับดักของความเหนือกว่า ที่เห็นว่าสินค้า กระบวนการ เทคโนโลยีขององค์กรตนเองนั้นมีความเหนือชั้นกว่าคู่แข่งในอุตสาหกรรมซึ่งหลายองค์กรปฏิเสธเสียงสะท้อนจากสังคม ยังคงยึดติดกับความเหนือชั้นของตน ไม่พยายามแสวงหาความต้องการและแก้ไขปัญหาให้แก่ลูกค้า ในขณะที่คู่แข่งพัฒนาสินค้าที่ตอบโจทย์ของลูกค้าและมีราคาต่ำกว่า เช่น โทรศัพท์มือถือยี่ห้อ Nokia Blackberry ที่ติดกับดักจนถูกแซงโดยคู่แข่งขัน

3. กับดักคุณภาพ บางองค์กรมุ่งเสนอคุณภาพตามมุมมองของตนเอง เช่น ทนทานที่สุด แต่ลูกค้าอาจจะต้องการคุณลักษณะอื่น รถยนต์ค่ายอเมริกันซึ่งมีความทนทาน แต่ลูกค้าต้องการรถที่มีความทนทานน้อยกว่าแต่ราคาถูก มีขนาดเหมาะสมและคล่องตัว รถยนต์ของค่ายญี่ปุ่นจึงสามารถครอบครองตลาดได้ต่อเนื่อง

4. กับดักการยึดและครอบครองทรัพยากรไว้ องค์กรที่มีทรัพยากรจำนวนมาก เช่น เงินงบประมาณและทรัพยากรบุคคล ผู้บริหารสามารถใช้สองสิ่งนี้เป็นอำนาจการต่อรองเพื่อไม่ให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ เพราะเกรงว่าจะถูกแย่งชิงทรัพยากรไปใช้ในโครงการใหม่ จึงทำให้ไม่สามารถสร้างนวัตกรรมขึ้นมาได้ เช่น Nokia ครั้งหนึ่งเคยมีการพัฒนาสิ่งที่คล้ายกับ iPad แต่ไม่ได้ดำเนินการต่อเพราะองค์กรยังคงนำทรัพยากรใช้ไปกับโทรศัพท์มือถือของตน จนในที่สุดพลาดการแสวงหาความได้เปรียบชั่วคราวใหม่ไป

5. กับดักพื้นที่ว่าง เป็นปัญหาที่องค์กรยึดติดกับโครงสร้างเดิม เมื่อมีการคิดนวัตกรรมขึ้นมาจึงไม่สามารถหาฝ่ายงานที่เป็นผู้รับผิดชอบและพัฒนาต่อได้ รวมทั้งการมองว่าไม่ได้เกี่ยวกับโครงสร้างผลิตภัณฑ์ขององค์กร อาทิ บริษัท Xerox ที่คิดค้นเม้าส์ขึ้นได้ แต่ไม่ได้มีการวางโครงสร้างฝ่ายงานใดให้รับผิดชอบต่อ เพราะมองว่าไม่ได้อยู่ในโครงสร้างธุรกิจซึ่งมุ่งเน้นกับการทำเครื่องถ่ายเอกสาร จำหน่ายในตลาดเป็นหลัก จึงปล่อย ความได้เปรียบชั่วคราวให้หลุดมือไป

6. กับดักของการสร้างอาณาจักร พบในองค์กรที่พยายามรักษาโครงสร้าง ระบบ คนไว้ แม้สถานการณ์จะเปลี่ยนไปและมีความจำเป็นต้องลดจำนวนพนักงานลง แต่ผู้บริหารยังคงรักษาทีมไว้เพราะเกรงว่าจะเสียอำนาจ จึงทำให้ระบบในองค์กรไม่คล่องตัว การตัดสินใจและการดำเนินการช้า

7. กับดักนวัตกรรมแบบไม่ทำจริง ทำ ๆ หยุด ๆ มักพบกับองค์กรที่ไม่มีระบบการสร้างความได้เปรียบด้วยนวัตกรรม จะทำนวัตกรรมเมื่อมีกระแสและขับเคลื่อนโดยบุคคล มิใช่ระบบขององค์กร จึงไม่สามารถก้าวทันคู่แข่งที่มีการวิจัยพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

องค์กรที่อยู่ในกับดัก 7 ข้อ ข้างต้นจึงไม่มีความพร้อมในการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันแบบชั่วคราว ซึ่งหากต้องการทันต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคนี้ องค์กรต้องสร้างกลยุทธ์ที่มีความได้เปรียบอย่างชั่วคราวขึ้นมาแทนที่ระบบแบบเดิม โดยมีแนวทางการจัดการสมัยใหม่ดังต่อไปนี้

1. ธุรกิจควรเปลี่ยนมุมมองการแข่งขันที่เคยให้ความสำคัญเฉพาะแรงกดดันจากอุตสาหกรรมที่ตนเองสังกัด เป็นการพิจารณาให้กว้างขึ้น มองการแข่งขันว่าเป็นสมรภูมิซึ่งสามารถเกิดขึ้นข้ามอุตสาหกรรมได้ ไม่จำเป็นต้องเป็นบริษัทในอุตสาหกรรมเดียวกันแต่อาจจะมาจากคู่แข่งอื่น ๆ รวมทั้งการกำหนดกลยุทธ์ควรมุ่งพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่แก้ปัญหาให้แก่ลูกค้า (Jobs to be Done) แทนกลยุทธ์ผู้นำต้นทุนต่ำหรือ สร้างความแตกต่างของสินค้า แต่ไม่ตอบโจทย์ของลูกค้า

2. ธุรกิจต้องส่งเสริมให้เกิดอิสระในการทดลองทำสิ่งต่าง ๆ แก่พนักงานภายใต้กรอบแนวทางที่วางไว้ เพื่อมุ่งสร้างสรรค์โมเดลธุรกิจใหม่ ๆ ที่แตกต่าง และใช้ตัวชี้วัดที่สะท้อนการพัฒนาให้เกิดการลองผิด ลองถูกมากกว่าการวัดผลจากมูลค่าตัวเงิน

3. ให้ความสำคัญกับปัญหาลูกค้าและประสบการณ์การใช้สินค้าซึ่งจะเป็นสิ่งที่บอกถึงจุดที่ลูกค้าต้องการและจะนำไปสู่การพัฒนาสินค้าและบริการที่สร้างความได้เปรียบแบบชั่วคราวได้เรื่อย ๆ เพราะความต้องการของลูกค้าในยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว

4. สร้างเครือข่ายเชื่อมความสัมพันธ์กับฐานลูกค้า หากมีความสัมพันธ์ที่ดีแข็งแกร่งกับลูกค้า ก็จะสามารถแสวงหาความได้เปรียบอย่างง่ายดาย เพราะความสัมพันธ์จะทำให้ทราบปัญหาซึ่งนำไปสู่การแก้ปัญหา ให้กับลูกค้ารักษาอัตราคงอยู่ของลูกค้าไว้ได้

5. ปรับโครงสร้างองค์กร ตัดสินใจตัดทิ้งและถอนธุรกิจเมื่อมีสัญญาณความได้เปรียบลดลงแทนการลงทุนและการปรับปรุงซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจำนวนมาก เพราะอาจจะไม่คุ้มหรือต้านทานกระแสการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่ไม่เหมือนเดิม เช่น การถอยจากธุรกิจจำหน่ายวิดีโอ ไปสู่ สตรีมภาพยนตร์ ของ Netflix รวมทั้งต้องมีระบบการตัดสินใจอย่างถูกต้อง เช่น ในยามที่ต้องลดจำนวนคนทำงาน

6. พัฒนานวัตกรรมอย่างสม่ำเสมอ เพราะจะทำให้เกิดการเรียนรู้ มีทักษะในการตอบสนองพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าซึ่งในยุคนี้มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การพัฒนานวัตกรรมจึงต้องทำต่อเนื่องและดำเนินการซ้ำ ๆ ทดลองจนกว่าจะเกิดเสถียรภาพจึงจะขยายผลเชิงพาณิชย์ได้

มุมมองของทฤษฎี Transient Advantage จึงให้ความสำคัญต่อการปรับตัวสู่สภาพแวดล้อมแบบ BANI และมองว่าเป็นไปได้ยากที่องค์กรจะแสวงหาความได้เปรียบเชิงการแข่งขันอย่างยั่งยืนเหมือนในอดีต องค์กรควรสร้างความได้เปรียบแบบชั่วคราวผ่านการบริหารจัดการที่เป็นวงจร 5 ขั้น ดังนี้

1. การหาโอกาสเพื่อสร้างนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และบริการตอบสนองลูกค้า ซึ่งอาจจะใช้การเสาะหาปัญหาของลูกค้า ระดมสมอง และทดลองทำ ทุ่มทรัพยากรและการวิจัยพัฒนาเพื่อให้ได้ผลิตภัณฑ์ที่ตรงความต้องการของตลาด

2. การขยายผลเพื่อสร้างฐานลูกค้าให้ได้มากที่สุด ช่วงชิงพื้นที่การตลาดก่อนคู่แข่งจะเข้าสู่ตลาดและลอกเลียนแบบผลิตภัณฑ์ขององค์กร

3. สร้างกำไร ขั้นตอนนี้กิจการจะสามารถสร้างกำไรและมีส่วนแบ่งการตลาดสูงสุด คุ้มค่ากับต้นทุนที่ได้ลงทุน เป็นขั้นที่ประสบความสำเร็จด้านกำไร จนอาจทำให้ติดอยู่กับการกอบโกยผลกำไรโดยไม่ยอมพัฒนา สิ่งใหม่ ๆ เพราะคิดว่าผลิตภัณฑ์ขององค์กรจะเป็นที่ต้องการตลอดไป ซึ่งเป็นขั้นที่อันตรายนำสู่ความล้มเหลว ในอนาคตได้เนื่องจากคู่แข่งรายอื่น ๆ กำลังพยายามพัฒนานวัตกรรมสินค้าอยู่ตลอดเวลา

4. ปรับเปลี่ยนโครงสร้างและระบบ เช่น การปรับกระบวนการทำงาน เป้าหมาย เทคโนโลยี เพื่อรองรับการสร้างนวัตกรรมก่อนที่จะไม่ทันต่อกระแสเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมที่คาดการณ์ได้ยาก

5. ละทิ้งส่วนที่ไม่ก่อให้เกิดความได้เปรียบ เช่น สินค้าที่ไม่สามารถทำกำไรได้ดีเท่าเดิม ควรใช้กลยุทธ์ถอนทิ้งเพื่อนำทรัพยากรทุ่มเทไปสู่การหาโอกาสและพัฒนาสิ่งใหม่ ๆ หรือปรับเข้าสู่วงจรใหม่ให้องค์กร มีพอร์ตโฟลิโอผลิตภัณฑ์เพิ่มขึ้น แทนการใช้ประโยชน์จากผลิตภัณฑ์เดิมซึ่งในที่สุดจะไม่เป็นไปที่ต้องการของตลาดที่เคลื่อนไหวและเปลี่ยนแปลงรวดเร็ว (McGrath, R. G, 2013)

ทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory)

กลยุทธ์การแข่งขันทั่วไปซึ่งมีมุมมองว่าองค์กรที่ผลิตสินค้าต้นทุนต่ำและมีสินค้าที่ดีจะเป็นผู้ชนะในอุตสาหกรรมตลอดกาล อาจจะไม่เป็นเช่นนั้นในยุคปัจจุบัน เพราะหากธุรกิจเพิกเฉยต่อความชอบธรรมก็จะไม่สามารถอยู่รอดได้อีกต่อไป เช่น การใส่สารอันตรายในครีมทาหน้าที่ช่วยทำให้หน้ากระจ่างใสและขายในราคาต่ำเพื่อหวังยอดขายจำนวนมาก หากความจริงปรากฏก็จะทำให้ธุรกิจพังทลายลง ไม่สามารถอยู่ในสังคมอีกต่อไปได้ ดังนั้น การจัดทำกลยุทธ์ธุรกิจในยุคนี้จึงต้องให้ความสำคัญกับบรรทัดฐาน ความเชื่อ และสิ่งที่สังคมมองว่าเป็นความถูกต้อง โดยทฤษฎีความชอบธรรมจำแนกความชอบธรรมที่สังคม พึงคาดหวัง 3 ลักษณะ ได้แก่ ความชอบธรรมเชิงผลประโยชน์ (Exchange Legitimacy) ความชอบธรรมเชิงคุณธรรม ศีลธรรม (Moral Legitimacy) และความชอบธรรมเชิงความเข้าใจ (Cognitive Legitimacy) (Suchman, M. C., 1995) ซึ่งเมื่อนำไปประยุกต์กับการจัดการเชิงกลยุทธ์และสภาพแวดล้อมแบบ BANI จะมีรายละเอียดดังนี้

1. ความชอบธรรมเชิงผลประโยชน์ (Exchange Legitimacy)

สังคมมีความอ่อนไหวและเปราะบาง (Brittle) ต่อการไร้ความชอบธรรมเชิงผลประโยชน์ ซึ่งหมายถึงลูกค้ามีความคาดหวังต่อผลประโยชน์ที่ตนจะได้รับจากการจ่ายเงินซื้อสินค้าว่าต้องได้รับสิ่งที่คุ้มค่าทั้งปริมาณคุณภาพสินค้าและบริการ ในขณะที่สังคมจะเกิดความวิตกกังวล (Anxious) ขึ้นมาทันทีถ้าทราบว่า ถูกเอารัดเอาเปรียบจากองค์กร และในที่สุดลูกค้าจะเปลี่ยนไปซื้อสินค้าของผู้ประกอบการรายอื่น กลยุทธ์ขององค์กรในการขายผลิตภัณฑ์จึงต้องทำให้ผู้ซื้อเห็นประโยชน์ เชื่อมั่นได้ จึงจะอยู่รอดในสภาพแวดล้อมยุคนี้

2. ความชอบธรรมเชิงคุณธรรม ศีลธรรม (Moral Legitimacy)

ในยุคนี้ องค์กรจะถูกตรวจสอบว่าการดำเนินงานของธุรกิจมีความถูกต้องหรือไม่ สังคมจะให้การยอมรับองค์กรที่มีความชอบธรรม อย่างไรก็ตาม การดำเนินงานที่เคยถูกต้องในอดีตอาจเป็นสิ่งที่ไร้ความชอบธรรมในปัจจุบันก็เป็นไปได้ องค์กรที่ทำกลยุทธ์ที่ขัดแย้งกับบรรทัดฐาน ศีลธรรมของสังคมอาจนำไปสู่การเผชิญกับสถานการณ์ความเปราะบาง เกิดความวิตกกังวลของผู้คนได้ทันที โดยเฉพาะประเด็นด้าน ESG สิ่งแวดล้อม (Environment) สังคม (Social) และธรรมาภิบาล (Good governance) เช่น ธุรกิจอาหารทะเลแปรรูปซึ่งประสบความสำเร็จดีเยี่ยม สามารถส่งสินค้าไปขายให้แก่ร้านอาหารทะเลทั่วประเทศในราคาที่พึงพอใจแก่ลูกค้าซึ่งมีความชอบธรรมในเชิงผลประโยชน์ แต่ต่อมามีการเปิดเผยว่าระบบการจับสัตว์น้ำของธุรกิจแห่งนี้ ได้ใช้เครื่องมือประมงที่ผิดกฎหมาย เป็นอันตรายต่อระบบนิเวศทางทะเล รวมทั้งมีการเอารัดเอาเปรียบแรงงาน การกระทำดังกล่าวจึงทำให้ธุรกิจที่เคยมีความเข้มแข็งจากรายได้อาหารทะเลกลับกลายเป็นแบรนด์ที่มี ความเปราะบาง (Brittle) ลูกค้าเกิดความวิตกกังวล (Anxious) ที่จะซื้ออาหารทะเลและสนับสนุนกิจการที่ ไร้ความชอบธรรมเช่นนี้ ยิ่งหากเป็นบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ก็จะมีผลต่อการตัดสินใจเทขายหุ้นของนักลงทุนด้วยเหตุผลทางด้านธรรมาภิบาล สถานการณ์ดังกล่าวอาจจะไม่ใช่แค่หุ้นตกเท่านั้น แต่อาจจะก่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มากเกินกว่านั้น เช่น การต่อต้านของสังคม และการตรวจสอบจากภาครัฐ รวมทั้ง การยกเลิกสัญญาของคู่ค้า เหตุการณ์อาจจะพัฒนาไปในทางที่แย่ลงโดยที่องค์กรไม่สามารถเล็งเห็นได้ โดยตรง (Non-linear)

3. ความชอบธรรมเชิงความเข้าใจ (Cognitive Legitimacy)

ความชอบธรรมเชิงความเข้าใจเป็นสิ่งที่สังคมมีความเข้าใจต่อองค์กรธุรกิจและวิธีการบริหารจัดการว่าสิ่งที่ทำเป็นสิ่งปกติแม้เป็นสิ่งที่เกิดขึ้นใหม่ มีความเป็นเหตุ เป็นผลจนไม่ต้องมีคำถามเกิดขึ้น ในการพัฒนากลยุทธ์ใด ๆ ขององค์กร ถ้านำไปสู่ความเข้าใจของผู้คนได้ก็จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอด เช่น นวัตกรรม Cloud computing เมื่อถูกนำมาใช้ในระยะแรก สังคมไม่เข้าใจ จนกระทั่งมีคำอธิบายว่าเป็นการใช้โปรแกรมที่ฝากไว้บนอินเทอร์เน็ต ไม่ต้องติดตั้งหรือเก็บข้อมูลที่เครื่องคอมพิวเตอร์ พอสังคมเริ่มเข้าใจก็จะเกิดความชอบธรรมต่อนวัตกรรมนี้ และกลายเป็นเรื่องปกติที่ผู้คนหันมาใช้โปรแกรมบนระบบ Cloud computing กันอย่างแพร่หลาย การจัดทำกลยุทธ์ต้องลดความวิตกกังวลของสังคม เช่น การพัฒนาซอฟต์แวร์การเงินต้องออกแบบให้มีลักษณะเป็นทางการ ทำให้ผู้คนรู้สึกปลอดภัยต่อการใช้งาน หรือการใช้งาน QR Code สำหรับจ่ายเงิน สังคมไทยในระยะแรกมีความกังวลต่อมาเมื่อมีการประชาสัมพันธ์จึงเกิดการใช้กันอย่างแพร่หลายในลักษณะ Non-linear ที่ขยายตัวแบบไม่เป็นเส้นตรงแต่ออกไปอย่างกว้างขวาง จนเป็นเรื่องปกติ ไม่มีข้อกังขาในสายตาลูกค้า

ดังนั้นทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) จึงเป็นสิ่งที่ทำให้องค์กรปัจจุบันต้องตระหนักและนำมาประยุกต์ใช้จัดทำกลยุทธ์เพื่อให้การบริหารจัดการได้รับการยอมรับจากสังคม โดยที่แนวทางการจัดทำกลยุทธ์ที่มีความสอดคล้องกับหลักความชอบธรรมนั้นได้แก่ การทำกลยุทธ์ด้วยแนวคิด ESG ที่ฝังกระบวนการดำเนินธุรกิจด้วยหลักของการทำดีต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental) ต่อสังคม (Social) และการบริหารจัดการด้วยธรรมาภิบาล (Governance) กลยุทธ์ของหลายองค์กรในยุคนี้จึงใช้แนวทาง ESG ซึ่งเมื่อดำเนินงานแล้วสามารถวัดผลออกมาเป็นตัวเลขเชิงประจักษ์อย่างชัดเจน จากการประเมินเป็นค่าดัชนี ESG จากสถาบันผู้ประเมินภายนอกที่ได้รับการยอมรับทั้งในไทยและต่างประเทศ (กาญจน์กมล พรมเหลา, 2021) เช่น ตัวอย่างของธุรกิจวัสดุก่อสร้างซึ่งพัฒนานวัตกรรมสินค้าดูแลโลก อาทิ การจำหน่ายหลังคาระบบโซลาร์เซลล์ กลยุทธ์พัฒนาสินค้าประเภทนี้จึงเป็นสิ่งที่ตอบโจทย์ด้านสิ่งแวดล้อม โดยหากจะพิจารณาตามทฤษฎีความชอบธรรม องค์กรกำลังมอบความชอบธรรมเชิงผลประโยชน์ให้แก่ลูกค้า สินค้าจะช่วยทำให้ลูกค้าประหยัดค่าไฟฟ้า และหากมีไฟฟ้าเหลือสามารถนำไปจำหน่ายแก่ภาครัฐ รวมทั้งยังสร้างความชอบธรรมเชิงคุณธรรม ศีลธรรม (Moral Legitimacy) เพราะการคิดค้นนวัตกรรมประเภทนี้ขึ้นมาจะลดการใช้พลังงานฟอสซิล หันไปใช้พลังงานสะอาดจากแสงอาทิตย์เพื่อการผลิตกระแสไฟฟ้า สังคมจะมองเห็นว่าเป็นผลิตภัณฑ์ที่ดีต่อโลก ช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก แบรนด์จะได้รับ

การชื่นชมจากคนทั่วไปซึ่งในปัจจุบันผู้คนมีความวิตกกังวลด้าน โลกร้อนและภัยพิบัติจากสิ่งแวดล้อมสูง ผลิตภัณฑ์หลังคาโซลาร์เซลล์ยังกลายเป็นบรรทัดฐานใหม่ สร้างความชอบธรรมเชิงความเข้าใจแก่สังคม เปลี่ยนมุมมองจากการมีหลังคาเพื่อกันแดด กันลม กันฝน ซึ่งเป็นความเข้าใจแบบเดิม สู่ความเข้าใจใหม่ว่าหลังคาสามารถถูกออกแบบให้มีระบบเทคโนโลยีที่กักเก็บแสงอาทิตย์และแปลงสู่พลังงานไฟฟ้า เป็นสิ่งที่ทำได้ง่าย ไม่ได้ยุ่งยากแต่อย่างไรในยุคนี้ และสินค้าประเภทนี้จะกลายเป็นสิ่งที่คาดหวังว่าควรจะมีในโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ก่อสร้างขึ้นมาใหม่ ๆ หลายโครงการ จึงสรุปได้ว่าการทำกลยุทธ์องค์กรหากใช้มุมมองของความชอบธรรมเข้ามาผนวก ก็จะทำให้เป็นเกราะคุ้มกันไม่ให้เกิด ความเปราะบาง ธุรกิจจะสามารถอยู่รอดและแสวงหาความได้เปรียบได้อย่างเหมาะสมในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงแบบผันผวน

สรุป

การจัดทำกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จควรที่จะดำเนินไปกับสถานการณ์และสภาพแวดล้อม โดยที่การสร้างกลยุทธ์ที่ผ่านมาจะใช้การพิจารณาสภาพแวดล้อมของอุตสาหกรรมที่องค์กรเป็นผู้เล่น และวิเคราะห์แรงกดดันทั้ง 5 ประการ ได้แก่ ภัยคุกคามของผู้เข้ามารายใหม่ พลังอำนาจต่อรองจากผู้ขายปัจจัยผลิต อำนาจการต่อรองจากลูกค้า ภัยคุกคามจากสินค้าทดแทน ความรุนแรงของการแข่งขันในอุตสาหกรรรม และ การจัดทำกลยุทธ์การแข่งขันทั่วไปซึ่งจะเลือกวางตำแหน่งขององค์กรเพื่อจะเป็นผู้นำทางด้านต้นทุนต่ำ หรือผู้สร้างความแตกต่าง หรืออาจจะทำกลยุทธ์เฉพาะกลุ่ม การจัดทำกลยุทธ์ด้วยแนวทางเช่นนี้จึงเป็นมรดกที่ถูกใช้กันมาตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน นอกจากนั้นในการสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขันอย่างยั่งยืน องค์กรอาจจะใช้มุมมองจากภายในสู่ภายนอกด้วยการสร้างกลยุทธ์ที่แข็งแรงจากการมีและสะสมฐานทรัพยากรที่มีคุณค่า หายาก ลอกเลียนแบบไม่ได้ และการมีความสามารถในการบริหารจัดการทรัพยากรเหล่านั้น แต่เมื่อสภาพแวดล้อมและสถาการณ์ทั่วโลกมีการเปลี่ยนแปลงและแตกต่างไปจากเดิมอย่างคาดไม่ถึง เช่น การเกิดขึ้นของไวรัสโควิด 19 ที่ระบาดทั่วโลก การปรับโฉมของวงการเทคโนโลยีดิจิทัลและ AI วิกฤตการณ์ความรุนแรงของปัญหาสิ่งแวดล้อมและภาวะโลกร้อน ก็ทำให้เกิดความเปราะบางต่อธุรกิจ เกิดผลกระทบต่อความวิตกกังวลของคน ผลลัพธ์ที่เลวร้ายต่าง ๆ ไม่ปรากฏแบบเชิงเส้นตรงที่ทำให้องค์กรสามารถเล็งเห็นทิศทางได้ และยังเป็นปรากฏการณ์ที่เข้าใจได้ยาก การจัดทำกลยุทธ์แบบเดิมที่มุ่งชนะคู่แข่งในอุตสาหกรรม แสวงหาความได้เปรียบอย่างยั่งยืนจึงอาจไม่สามารถเป็นเหมือนอดีตได้อีกต่อไป ความสำคัญของการทำกลยุทธ์ภายใต้โลก ยุคนี้จึงอยู่ที่โจทย์ของการอยู่รอดและการเป็นที่ยอมรับของสังคม ดังนั้น การบริหารจัดการขององค์กรต้องมีความคล่องตัว สร้างสรรค์กลยุทธ์พัฒนานวัตกรรมเพื่อกอบโกยผลประโยชน์จากความต้องการของลูกค้า ที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยต้องยอมใช้กลยุทธ์ถอนทิ้งผลิตภัณฑ์ที่ไม่เป็นที่ต้องการเพื่อพัฒนาสิ่งใหม่ หยิบฉวยผลประโยชน์จากสิ่งใหม่ตามทฤษฎีการสร้างความได้เปรียบชั่วคราว (Transient Advantage) ยิ่งกว่านั้น หากองค์กรได้รับความชอบธรรมจากสังคมก็จะเป็นสิ่งป้องกันให้อยู่รอด ดำเนินงานไม่สะดุด โดยนำกลยุทธ์ ESG มาเป็นหลักของการดำเนินธุรกิจที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และดำเนินงานอย่างมี ธรรมาภิบาล องค์กรก็จะได้รับความชอบธรรมทั้งด้านผลประโยชน์ ศีลธรรม และความเข้าใจจากสังคม ตามหลักทฤษฎีความชอบธรรม (Legitimacy Theory) ที่ว่าธุรกิจที่ดีจะรักษาตัวรอดได้เพราะมีสิ่งเหนี่ยวรั้งไม่ให้ล้มลงจาก แรงกระแทกของสังคม สำหรับแนวทางปฏิบัติของภาคธุรกิจอาจจะต้องมีการผนวกหลักการ ESG เข้าสู่การจัดทำกลยุทธ์หลักขององค์กรที่มากกว่าการทำโครงการในระดับ CSR และดำเนินการพัฒนานวัตกรรม โดยมีหน่วยงานติดตามปัญหาของลูกค้า จับกระแสความต้องการของสังคมเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการไปสู่การหยิบฉวยความได้เปรียบชั่วคราวเป็นระยะสั้น ๆ อย่างต่อเนื่อง ในขณะเดียวกัน ก็ควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการใช้กลยุทธ์ที่สร้างความได้เปรียบชั่วคราวซึ่งมุ่งเน้นการหยิบฉวยผลประโยชน์อย่างรวดเร็วกับกลยุทธ์ ESG ที่คำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าและสังคมตามหลักธรรมาภิบาลว่าจะทำอย่างไรให้

เกิดความสอดคล้องและความสมดุลซึ่งกันและกัน สิ่งนี้ยังเป็นช่องว่างประเด็นสำคัญด้านองค์ความรู้เชิงวิชาการสำหรับการจัดการเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

เอกสารอ้างอิง

กาญจน์กมล พรมเหลา. (2021). แนวคิด ESG คืออะไร ทำไมถึงได้รับความนิยมในกลุ่มนักลงทุนในปัจจุบัน. เรียกใช้เมื่อ 27 กุมภาพันธ์ 2569 จาก https://www.tris.co.th/esg/

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. Journal of Management, 17(1), 99-120.

_____. (1995). Looking inside for competitive advantage. Academy of Management Executive, 9(4), 49-61.

Bennett, N. & Lemoine, G. J. (2014). What a difference a word makes: Understanding threatsto performance in a VUCA world. Business Horizons, 57(3), 311-317.

Cascio, J. et al. (2025). Navigating the Age of Chaos: A Sense-MakingGuide to a BANI World That Doesn't Make Sense. Oakland: Berrett-Koehler Publishers.

McGrath, R. G. (2013). Transient advantage. Harvard Business Review, 91(6), 62-70.

Porter, M. E. (1980). Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors. New York: Free Press, 1980.

_____. (1996). What is strategy? Harvard Business Review, 74(6), 61-78.

_____. (2008). The five competitive forces that shape strategy. Harvard BusinessReview, 86(1), 78-93.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. Academy of Management Review, 20(3), 571-610.

บทความวิจัย

รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1*

A MANAGEMENT MODEL BASED ON KING'S PHILOSOPHY FOR DEVELOPING STUDENT QUALITY AT WAT THUNG BUA SCHOOL, SONGKHLA PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA 1

พุ่มพวง สังข์พงศ์
Pumpoung Sangpong
โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 สงขลา ประเทศไทย
Wat Thung Bua School, Songkhla Primary Educational Service Atea 1, Songkhla, Thailand
Corresponding author E-mail: yakankay2006@gmail.com
Tel: 081-189-6220

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหาและแนวทาง สร้างรูปแบบ ทดลองใช้ และประเมินรูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 เป็นการวิจัยและพัฒนา (R&D) กลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ครู 11 คน ผู้ทรงคุณวุฒิ 7 คน ผู้เชี่ยวชาญ 9 คน นักเรียน 88 คน ผู้ปกครอง 79 คน และคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน 9 คน เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถาม แบบสัมภาษณ์ และแบบประเมิน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) โรงเรียนประสบปัญหาสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และการบริหารจัดการขาดการมีส่วนร่วมจากภาคีเครือข่าย 2) รูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ หลักการบริหารตามศาสตร์พระราชา กระบวนการบริหารตามศาสตร์พระราชา (เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา) คุณภาพผู้เรียน และ ปัจจัยความสำเร็จ ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้จากผู้เชี่ยวชาญ ได้ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.94, 4.98 S.D.= 0.07, 0.04) 3) ผลการทดลองใช้รูปแบบพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8 กลุ่มสาระเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.29 คะแนนเฉลี่ย O-NET เพิ่มขึ้น 3.95 คะแนน NT เพิ่มขึ้น 14.02 คะแนน และนักเรียนที่มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ระดับดีถึงดีเยี่ยมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 ด้านความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน และ 4) ผลการประเมินรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.82, S.D. = 0.14) ทุกด้าน ทั้งด้านความเป็นไปได้ ($\bar{x}$ = 4.85) ความเป็นประโยชน์ ($\bar{x}$ = 4.82) ความเหมาะสม ($\bar{x}$ = 4.80) และความถูกต้อง ($\bar{x}$ = 4.77) สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบมีคุณภาพสูงและพร้อมนำไปใช้ในทางปฏิบัติ

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, ศาสตร์พระราชา, เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา, คุณภาพผู้เรียน, โรงเรียนขนาดเล็ก

Abstract

This research aimed to study current conditions, problems, develop, implement, and evaluate a management model based on King's Philosophy for developing student quality at Wat Thung Bua School, Songkhla Primary Educational Service Area Office 1. This study employed a

* Received 12 April 2026; Revised 25 April 2026; Accepted 28 April 2026

Research and Development (R&D) design. The target groups consisted of 11 teachers, 7 qualified experts, 9 model validation specialists, and 88 students, 79 parents, and 9 members of the Basic Education School Committee. Research instruments included questionnaires, interview forms, and evaluation forms. Data were analyzed using mean, standard deviation, and content analysis. The research findings were as follows: 1) The school faced three major challenges: academic achievement below the criteria, learner desired characteristics not meeting the targets, and a lack of participatory management from stakeholders and the community. 2) The developed management model comprised 4 core components: Principles of King's Science-based Management, Management Processes (Understand, Access, and Develop), Learner Quality, and Success Factors. The suitability and feasibility evaluation by experts was rated at the highest level ($\bar{x}$ = 4.94 and 4.98; S.D. = 0.07 and 0.04, respectively). 3) The implementation results revealed that the academic achievement across 8 learning areas increased by 5.29%. The average O-NET and NT scores increased by 3.95 and 14.02 points, respectively. Furthermore, the percentage of students achieving "Good" to "Excellent" levels in desired characteristics increased by 10.85%. Stakeholder satisfaction toward the model was at the highest level across all dimensions. 4) The overall model evaluation was rated at the highest level ($\bar{x}$ = 4.82) across all dimensions, including feasibility ($\bar{x}$ = 4.85, S.D. = 0.14), usefulness ($\bar{x}$ = 4.82), appropriateness ($\bar{x}$ = 4.80), and accuracy ($\bar{x}$ = 4.77), confirming that the model is of high quality and ready for sustainable practical application.

Keywords: Management Model, King's Philosophy, Understand-Reach Out-Develop, Student Quality, Small-Sized School

บทนำ

การศึกษาเป็นกลไกหลักในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี ด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ ที่มุ่งพัฒนาคนไทยให้เป็นคนดี คนเก่ง และมีคุณภาพผ่านการศึกษาเป็นกลไกสำคัญ และพระบรมราโชบายของรัชกาลที่ 10 ที่มุ่งสร้างพลเมืองดี มีคุณธรรม และทัศนคติที่ถูกต้อง (สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ, 2561); (ภูวดล ศิริพงษ์., 2564) ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางของรัชกาลที่ 9 ที่ทรงเน้นการพัฒนาคนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งความรู้และจริยธรรมเพื่อเป็นรากฐานที่มั่นคงของประเทศ (สำนักราชเลขาธิการ, 2560)

อย่างไรก็ตาม คุณภาพการศึกษาไทยในปัจจุบันยังเผชิญความท้าทายสำคัญ โดยพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคะแนนเฉลี่ย O-NET ส่วนใหญ่ยังต่ำกว่าร้อยละ 50 อีกทั้งผู้เรียนยังขาดคุณลักษณะอันพึงประสงค์และทักษะที่จำเป็นต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562) ส่งผลให้เกิดช่องว่างในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้บรรลุตามเป้าหมายของแผนการศึกษาแห่งชาติ

ในส่วนของโรงเรียนวัดทุ่งบัว จังหวัดสงขลา ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดเล็ก พบสภาพปัญหาที่วิกฤตกว่าค่าเฉลี่ย โดยมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคะแนน O-NET ต่ำกว่าร้อยละ 35 รวมถึงผู้เรียนยังขาดวินัยและความรับผิดชอบในหลายด้าน (โรงเรียนวัดทุ่งบัว, 2565) บริบทพื้นที่จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องมีรูปแบบการบริหารจัดการที่เหมาะสมเพื่อยกระดับคุณภาพผู้เรียนให้มีประสิทธิภาพภายใต้ทรัพยากรที่จำกัด

ผู้วิจัยจึงน้อมนำศาสตร์พระราชาหลักการ "เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา" (สำนักงาน กปร., 2560) มาเป็นกรอบในการพัฒนารูปแบบการบริหารสถานศึกษา เนื่องจากเป็นยุทธศาสตร์ที่พิสูจน์แล้วว่าสามารถยกระดับทั้ง

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและคุณธรรมจริยธรรมได้อย่างยั่งยืน (เกษม สอนศรี, 2565); (ธวัชชัย ทองดี, 2566) โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างนวัตกรรมการบริหารที่เป็นต้นแบบให้กับโรงเรียนวัดทุ่งบัวและสถานศึกษาที่มีบริบทใกล้เคียงกันต่อไป (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน ปัญหา และแนวทางการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1
3. เพื่อทดลองใช้รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1
4. เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) แบ่งการดำเนินงานออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา ดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาวิเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง การประชุมสนทนากลุ่ม (Focus Group Discussion) กับครูโรงเรียนวัดทุ่งบัว จำนวน 11 คน และการสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างผู้ทรงคุณวุฒิที่มีประสบการณ์ด้านการบริหารการศึกษาและศาสตร์พระราชา จำนวน 7 คน โดยเลือกแบบเจาะจง วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ตอนที่ 2 การสร้างรูปแบบ ผู้วิจัยนำผลจากตอนที่ 1 มายกร่างรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบ จากนั้นนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน ในการประชุมสนทนากลุ่มเพื่อตรวจสอบและประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ ด้วยแบบประเมินมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert Scale) โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านที่ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไปและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00 เครื่องมือทุกชิ้นผ่านการตรวจสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) โดยผู้เชี่ยวชาญ 5 คน ได้ค่า IOC ระหว่าง 0.60–1.00

ตอนที่ 3 การทดลองใช้รูปแบบ ดำเนินการในปีการศึกษา 2566 (พฤษภาคม 2566 – มีนาคม 2567) กับครู 11 คน และนักเรียน จำนวน 88 คน ผู้ปกครอง 79 คน กรรมการสถานศึกษา 9 คน โดยวัดผลจากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8 กลุ่มสาระ ผลการทดสอบระดับชาติ (O-NET, NT) คุณลักษณะอันพึงประสงค์ 8 ประการ และแบบประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบฯ

ตอนที่ 4 การประเมินรูปแบบ ประเมินโดยครู 11 คน ใน 4 ด้าน ได้แก่ ความถูกต้อง ความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ ในช่วงวันที่ 1–10 เมษายน 2567

การวิเคราะห์ข้อมูล

แบ่งตามประเภทข้อมูล ดังนี้

1. ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้จากการวิเคราะห์เอกสาร การประชุมสนทนากลุ่ม และการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจำแนกหมวดหมู่ สังเคราะห์ประเด็นสำคัญ และนำผลมาสร้างกรอบแนวคิดของรูปแบบ

2. ข้อมูลเชิงปริมาณที่ได้จากแบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบและคู่มือ และแบบประเมินรูปแบบ 4 ด้าน ใช้สถิติค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยแปลความหมายตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด และ Best, J. W. ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ย 3.51

- 4.50 หมายถึง ระดับมาก ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง ระดับน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด โดยกำหนดเกณฑ์ผ่านที่ค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.51 ขึ้นไป และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานไม่เกิน 1.00 (บุญชม ศรีสะอาด, 2560); (Best, J. W. , 1970)

3. ข้อมูลผลการทดลองใช้รูปแบบ วิเคราะห์โดยเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8 กลุ่มสาระ คะแนน O-NET และ NT ก่อนและหลังการใช้รูปแบบ รวมทั้งประเมินระดับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้วยค่าร้อยละ เพื่อสะท้อนพัฒนาการของผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรม

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัย เรื่อง รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 มีผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา พบว่าโรงเรียนวัดทุ่งบัวประสบปัญหาสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่มีคะแนน O-NET ต่ำกว่าร้อยละ 35 และผลสัมฤทธิ์ 8 กลุ่มสาระในระดับดีขึ้นไปคิดเป็นเพียงร้อยละ 35 ด้านคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่ผู้เรียนยังขาดวินัย ความรับผิดชอบ และจิตสาธารณะในเชิงคุณภาพ และด้านการบริหารที่ขาดการจัดการบนฐานข้อมูลเชิงลึกและการมีส่วนร่วมจากผู้ปกครองและชุมชน ผู้ทรงคุณวุฒิและครูมีความเห็นสอดคล้องกันว่าการน้อมนำหลักศาสตร์พระราชา “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” มาเป็นกรอบการบริหารจะช่วยแก้ปัญหาได้อย่างเป็นระบบ

2. ผลการสร้างรูปแบบ รูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก คือ 1) หลักการบริหารตามศาสตร์พระราชา ได้แก่ หลักเข้าใจ เข้าถึง พัฒนา หลักการมีส่วนร่วม 5 ร่วม และปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 2) กระบวนการบริหาร 3 ขั้นตอน ที่ครอบคลุมการศึกษาข้อมูล การสร้างแรงจูงใจและเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย และการพัฒนาผู้เรียนสู่การพึ่งพาตนเอง 3) คุณภาพผู้เรียนในด้านผลสัมฤทธิ์และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และ 4) ปัจจัยความสำเร็จ ได้แก่ ภาวะผู้นำ การพัฒนาบุคลากร และสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ ผู้เชี่ยวชาญ 9 คน ประเมินรูปแบบว่ามีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด

ตาราง 1 สรุปผลการประเมินรูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ด้านความเหมาะสมและความเป็นไปได้

องค์ประกอบของรูปแบบ	ความเหมาะสม		แปลผล	ความเป็นไปได้		แปลผล
	$\bar{x}$	S.D.		$\bar{x}$	S.D.	
หลักการบริหารตามศาสตร์พระราชา	4.89	0.17	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
กระบวนการบริหารตามศาสตร์พระราชา	4.97	0.08	มากที่สุด	4.97	0.05	มากที่สุด
คุณภาพผู้เรียน	4.94	0.17	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
ปัจจัยความสำเร็จ	4.98	0.24	มากที่สุด	5.00	0.00	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	**4.94**	**0.07**	**มากที่สุด**	**4.98**	**0.04**	**มากที่สุด**

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกองค์ประกอบ โดยองค์ประกอบด้านปัจจัยความสำเร็จมีค่าเฉลี่ยสูงสุด

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบ ภายหลังการทดลองใช้รูปแบบในปีการศึกษา 2566 พบพัฒนาการที่ชัดเจนในทุกด้าน ดังนี้

ตาราง 2 ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8 กลุ่มสาระของนักเรียนระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 - 6 ที่มีผลการเรียนระดับ 3 ขึ้นไป ระหว่างปีการศึกษา 2565 และ 2566

กลุ่มสาระการเรียนรู้	ปี 2565	ปี 2566	ร้อยละพัฒนาการ
ภาษาไทย	59.14	62.50	+3.36
คณิตศาสตร์	43.01	52.27	+9.26
วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	55.91	63.64	+7.73
สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม	63.44	68.19	+4.75
สุขศึกษาและพลศึกษา	73.12	77.27	+4.15
ศิลปะ	72.04	76.14	+4.10
การงานอาชีพ	73.14	77.27	+4.13
ภาษาต่างประเทศ	46.24	51.14	+4.90
เฉลี่ยรวม	60.76	66.05	+5.29

จากตาราง 2 สรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนทั้ง 8 กลุ่มสาระมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นทุกกลุ่มสาระ โดยค่าเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 60.76 เป็น 66.05 คิดเป็นร้อยละพัฒนาการ +5.29

ตาราง 3 ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 เปรียบเทียบระหว่างปีการศึกษา 2565 และ 2566

รายวิชา	คะแนน		คะแนนพัฒนา
	ปีการศึกษา 2565	ปีการศึกษา 2566	
ภาษาไทย	51.08	55.75	+4.67
คณิตศาสตร์	22.83	26.65	+3.82
วิทยาศาสตร์	40.00	40.68	+0.68
ภาษาอังกฤษ	27.15	33.81	+6.66
เฉลี่ยรวมทุกวิชา	**35.27**	**39.22**	**+3.95**

จากตาราง 3 สรุปได้ว่า คะแนน O-NET ของนักเรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นทุกกลุ่มสาระ โดยคะแนนเฉลี่ยรวมทุกวิชาเพิ่มขึ้นจาก 35.27 เป็น 39.22 คิดเป็นคะแนนพัฒนา +3.95

ตาราง 4 ผลการประเมินคุณภาพผู้เรียน (NT) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 3 เปรียบเทียบระหว่างปีการศึกษา 2565 และ 2566

รายวิชา	คะแนน		ค่าพัฒนา
	ปีการศึกษา 2565	ปีการศึกษา 2566	
ด้านคณิตศาสตร์	39.84	58.53	+18.69
ด้านภาษาไทย	54.73	64.07	+9.34
เฉลี่ยรวม 2 ด้าน	**47.28**	**61.30**	**+14.02**

จากตาราง 4 สรุปได้ว่า ผลการประเมินคุณภาพผู้เรียน (NT) มีพัฒนาการเพิ่มขึ้นทั้ง 2 ด้าน สะท้อนให้เห็นว่าการทดลองใช้รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาส่งผลเชิงบวกต่อการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนอย่างชัดเจน

ตาราง 5 ผลการเปรียบเทียบคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียน 8 ประการ ระหว่างปีการศึกษา 2565 และ 2566

คุณลักษณะอันพึงประสงค์	ผลการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์		คะแนนการพัฒนา
	ปีการศึกษา 2565	ปีการศึกษา 2566	
รักชาติ ศาสตร์ กษัตริย์	83.60	94.75	+11.15
ซื่อสัตย์ สุจริต	80.41	91.38	+10.97
มีวินัย	79.01	90.24	+11.22
ใฝ่เรียนรู้	88.25	91.41	+3.16
อยู่อย่างพอเพียง	83.60	92.23	+8.63
มุ่งมั่นในการทำงาน	78.42	93.23	+14.81
รักความเป็นไทย	83.51	95.63	+12.12
จิตสาธารณะ	82.60	97.32	+14.72
ค่าเฉลี่ย	**82.42**	**93.27**	**+10.85**

จากตาราง 5 สรุปได้ว่า คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนมีพัฒนาการเพิ่มขึ้นทุกด้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมเพิ่มขึ้นจาก 82.42 เป็น 93.27 สะท้อนว่าการทดลองใช้รูปแบบฯ ส่งผลต่อการพัฒนาคุณลักษณะผู้เรียนอย่างชัดเจน

ตาราง 6 ผลการประเมินความพึงพอใจต่อรูปแบบ

ผู้ประเมิน	สรุปผลการประเมิน		ระดับคุณภาพ
	$\bar{x}$	S.D.	
ครู	4.82	0.12	มากที่สุด
นักเรียน	4.79	0.11	มากที่สุด
ผู้ปกครอง	4.75	0.13	มากที่สุด
คณะกรรมการสถานศึกษา	4.73	0.13	มากที่สุด

จากตาราง 6 สรุปได้ว่า ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกกลุ่มมีความพึงพอใจต่อรูปแบบในระดับมากที่สุด สะท้อนว่ารูปแบบมีความเหมาะสมและได้รับการยอมรับจากทุกภาคส่วน

4. ผลการประเมินรูปแบบ ครู 11 คน ประเมินรูปแบบโดยรวมในระดับมากที่สุดทุกด้าน

ตาราง 7 ผลการประเมินรูปแบบ

รายการประเมิน	N = 11		ระดับการประเมิน
	$\bar{x}$	S.D.	
ด้านความถูกต้อง	4.75	0.09	มากที่สุด
ด้านความเป็นไปได้	4.84	0.16	มากที่สุด
ด้านความเหมาะสม	4.87	0.16	มากที่สุด
ด้านความเป็นประโยชน์	4.85	0.16	มากที่สุด
รวมเฉลี่ย	**4.82**	**0.14**	**มากที่สุด**

จากตาราง 7 สรุปได้ว่า ประเมินรูปแบบโดยรวมในระดับมากที่สุดทุกด้าน สะท้อนว่ารูปแบบและคู่มือมีคุณภาพสูง พร้อมนำไปประยุกต์ใช้ในสถานศึกษาที่มีบริบทคล้ายคลึงกันได้อย่างยั่งยืน

อภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โรงเรียนวัดทุ่งบัว สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสงขลา เขต 1 มีประเด็นที่น่าสนใจสำหรับการอภิปราย ดังนี้

1. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและปัญหา ผลการวิจัยพบว่าโรงเรียนวัดทุ่งบัวประสบปัญหาสำคัญ 3 ด้าน ได้แก่ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนต่ำกว่าเกณฑ์ คุณลักษณะอันพึงประสงค์ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และการบริหารขาดข้อมูลเชิงลึกและการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวพระราชดำรัสเกี่ยวกับหลักการทรงงาน “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” ที่มุ่งให้ผู้ปฏิบัติงานเข้าใจ “สภาพจริง” ของปัญหาอย่างรอบด้านก่อนการดำเนินการใด ๆ (สำนักราชเลขาธิการ, 2560) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับชัยวัฒน์ วงศ์กิตติกร ที่ระบุว่าการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนต้องอาศัยข้อมูลที่ถูกต้องครบถ้วนและการตั้งเป้าหมายรายบุคคลอย่างชัดเจน (ชัยวัฒน์ วงศ์กิตติกร, 2563) สิริณา ทองมาก ที่พบว่าการบริหารสถานศึกษาที่ใช้ข้อมูลรายบุคคล (Individual Student Plan) ช่วยให้โรงเรียนวิเคราะห์ปัญหาผู้เรียนได้แม่นยำ ส่งผลให้การจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการจำเป็นของผู้เรียนอย่างแท้จริง (สิริณา ทองมาก, 2563) รวมถึงสอดคล้องกับชาญชัย พงศ์ศรีวัฒน์ ที่พบว่ารูปแบบการประชุมที่ไม่สอดคล้องกับเวลาทำงานและวิถีชีวิตของผู้ปกครองเป็นสาเหตุสำคัญที่ทำให้การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนต่ำ (ชาญชัย พงศ์ศรีวัฒน์, 2561)

2. ผลการสร้างรูปแบบ รูปแบบที่พัฒนาขึ้นประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการบริหาร กระบวนการบริหาร คุณภาพผู้เรียน และปัจจัยความสำเร็จ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประเมินว่ามีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับสิริพร วัฒนกุลเจริญ ที่พบว่ารูปแบบการบริหารที่พัฒนาจากการบูรณาการทฤษฎีและการปฏิบัติมีประสิทธิภาพสูงกว่ารูปแบบที่พัฒนาจากทฤษฎีเพียงอย่างเดียว ความโดดเด่นของรูปแบบอยู่ที่การบูรณาการหลักการ “เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา” กับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและหลักการมีส่วนร่วม (สิริพร วัฒนกุลเจริญ, 2563) สอดคล้องกับสุวิมล ตีรณวงศ์ ที่เน้นการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านสติปัญญา อารมณ์ สังคม และร่างกายอย่างสมดุล (สุวิมล ตีรณวงศ์, 2564) สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์ ที่ระบุว่าการศึกษาตามแนวพระราชดำริมุ่งพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณลักษณะครบถ้วนทั้งความรู้ คุณธรรม และทักษะชีวิต การที่รูปแบบมีวงจร PDCA เป็นกลไกควบคุมคุณภาพ (สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์, 2560) สอดคล้องกับ Deming, W. E. ที่มองว่า PDCA เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาอย่างต่อเนื่อง (Deming, W. E., 1994) และสอดคล้องกับ Keeves, J. P. ที่ระบุว่ารูปแบบที่ดีต้องอธิบายความสัมพันธ์เชิงเหตุผลขององค์ประกอบต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ (Keeves, J. P., 1988)

3. ผลการทดลองใช้รูปแบบ ผลการทดลองใช้พบพัฒนาการที่ชัดเจนในทุกด้าน โดยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 8 กลุ่มสาระเพิ่มขึ้นร้อยละ 5.29 คะแนน O-NET เพิ่มขึ้น 3.95 คะแนน NT เพิ่มขึ้น 14.02 คะแนน และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ระดับดีถึงดีเยี่ยมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 และผลความพึงพอใจที่มีต่อรูปแบบของครู นักเรียน ผู้ปกครอง และคณะกรรมการสถานศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.82, 4.79, 4.75 และ 4.73 ตามลำดับ ซึ่งอภิปรายได้ดังนี้ ประการแรก ขั้น “เข้าใจ” ที่เน้นการศึกษาข้อมูลผู้เรียนรายบุคคลอย่างเป็นระบบ ทำให้ครูสามารถออกแบบการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับศักยภาพและความต้องการที่แท้จริงของผู้เรียน สอดคล้องกับหลักการบริหารงานคุณภาพแบบ PDCA ที่เน้นการตัดสินใจบนฐานข้อมูล (Deming, W. E., 1986) ประการที่สอง ขั้น “เข้าถึง” ที่ใช้กลยุทธ์ “การระเบิดจากข้างใน” ส่งเสริมให้ครูเป็นผู้สร้างนวัตกรรมการเรียนรู้ด้วยตนเอง เกิดความเป็นเจ้าของการเปลี่ยนแปลง (Ownership) และความมุ่งมั่นในการจัดการเรียนรู้เชิงรุก สอดคล้องกับสุเมธ ตันติเวชกุล ที่ชี้ว่าการพัฒนาตามศาสตร์พระราชาต้องเริ่มจากการพัฒนา “คน” ก่อนระบบ (สุเมธ ตันติเวชกุล, 2563); (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562) ที่เน้นการพัฒนาครูเป็นหัวใจของการยกระดับคุณภาพผู้เรียน ประการที่สาม ขั้น “พัฒนา” ที่บูรณาการหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงเข้ากับกิจกรรมการเรียนการสอน ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาด้านคุณลักษณะอันพึงประสงค์อย่างรอบ

ด้าน โดยเฉพาะด้านมุ่งมั่นในการทำงาน และด้านจิตสาธารณะพัฒนาขึ้นสูงสุด สะท้อนประสิทธิภาพของรูปแบบที่ส่งเสริมการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง สอดคล้องกับมูลนิธิชัยพัฒนา ที่มองว่าการเรียนรู้ผ่านแบบอย่างมีอิทธิพลต่อการพัฒนาพฤติกรรมที่ยั่งยืนมากกว่าการสอนเชิงทฤษฎี (มูลนิธิชัยพัฒนา, 2562) Fullan, M.ที่เน้นบทบาทผู้นำและวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญของการพัฒนาคุณภาพ (Fullan, M., 2016)

4. การประเมินรูปแบบ ผลการประเมินโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ($\bar{x}$ = 4.82) สะท้อนให้เห็นว่ารูปแบบมีความครบถ้วน สมบูรณ์ และเหมาะสมต่อบริบทสถานศึกษา ประเด็นสำคัญที่อภิปรายได้ คือ ด้านความถูกต้อง ($\bar{x}$ = 4.77) องค์ประกอบด้านคุณภาพผู้เรียนได้รับคะแนนสูงสุด สะท้อนว่ารูปแบบให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณธรรม ตามแนวทางการศึกษาแบบองค์รวมของกิตติ เลิศวิโรจน์ ด้านความเป็นไปได้ ($\bar{x}$ = 4.85) ประเด็นภาวะผู้นำของผู้บริหารได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{x}$ = 5.00) สอดคล้องกับทฤษฎีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2557) และการใช้วงจร PDCA เป็นกลไกควบคุมคุณภาพสอดคล้องกับ Deming, W. E. ด้านความเหมาะสม ($\bar{x}$ = 4.80) ความเหมาะสมในการยกระดับคุณภาพผู้เรียนตามศาสตร์พระราชาได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{x}$ = 5.00) แสดงถึงการผสานหลักการบริหารกับปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างเป็นระบบ (Deming, W. E., 1994) สอดคล้องกับงานวิจัยของไพศาล พันธุ์ดี ที่พบว่าการบริหารโดยใช้แนวคิดศาสตร์พระราชาพัฒนาคุณธรรมและผลสัมฤทธิ์ผู้เรียนได้อย่างยั่งยืน ด้านความเป็นประโยชน์ ($\bar{x}$ = 4.82) ความสามารถในการส่งเสริมคุณภาพผู้เรียนอย่างเป็นรูปธรรมได้รับคะแนนสูงสุด ($\bar{x}$ = 5.00) (ไพศาล พันธุ์ดี, 2561) สอดคล้องกับ Fullan, M.ที่ชี้ว่าความร่วมมือและวัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยสำคัญของการยกระดับคุณภาพผู้เรียน (Fullan, M., 2007) และ UNESCO ที่เน้นว่าการพัฒนาการศึกษาที่ยั่งยืนต้องอาศัยความร่วมมือของทุกภาคส่วน (UNESCO, 2015) ผลการวิจัยในภาพรวมยืนยันว่ารูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาที่พัฒนาขึ้นมีศักยภาพในการขยายผลเป็นต้นแบบสำหรับสถานศึกษาขนาดเล็กที่มีบริบทใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะในพื้นที่ชนบทที่ต้องอาศัยภูมิปัญญาท้องถิ่นและการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นพลังขับเคลื่อนการพัฒนาคุณภาพผู้เรียนอย่างยั่งยืน (กิตติ เลิศวิโรจน์, 2563)

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่มีคุณค่าทางวิชาการและการปฏิบัติ ดังนี้

1. รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชา "URAD Model" การวิจัยครั้งนี้ได้พัฒนา "URAD Model" ซึ่งเป็นรูปแบบการบริหารสถานศึกษาที่บูรณาการหลักการ "เข้าใจ–เข้าถึง–พัฒนา" (Understand-Reach-And-Develop) ของศาสตร์พระราชาเข้ากับหลักการมีส่วนร่วมและปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ หลักการบริหาร กระบวนการบริหาร คุณภาพผู้เรียน และปัจจัยความสำเร็จ โดยใช้วงจร PDCA เป็นกลไกควบคุมคุณภาพในแต่ละขั้นตอน องค์ความรู้ดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าศาสตร์พระราชาไม่ใช่เพียงแนวคิดเชิงปรัชญา แต่สามารถแปลงเป็นกระบวนการบริหารที่ปฏิบัติได้จริงในสถานศึกษาขนาดเล็กบริบทชนบทอย่างเป็นรูปธรรมและมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 1 รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชา "URAD Model"

2. กลไก "การระเบิดจากข้างใน" ในฐานะเครื่องมือนำการเปลี่ยนแปลงองค์กร การวิจัยค้นพบว่ากลไก "การระเบิดจากข้างใน" ซึ่งมุ่งสร้างแรงจูงใจและพลังใจจากจิตสำนึกของครูก่อนการเปลี่ยนแปลงระบบ เป็นตัวแปรที่มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จของรูปแบบการบริหาร เมื่อครูเกิดความเชื่อมั่นและเป็นเจ้าของ การเปลี่ยนแปลงจากภายใน จะส่งผลให้การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เกิดขึ้นอย่างต่อเนื่องและมีคุณภาพ ซึ่งนำไปสู่การยกระดับผลสัมฤทธิ์ผู้เรียนในที่สุด องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่าการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาต้องเริ่มจากการพัฒนา "จิตใจครู" ก่อนการปรับระบบหรือโครงสร้าง

3. ความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการบริหารบนฐานข้อมูลรายบุคคลกับการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน การวิจัยพบว่าการนำข้อมูลผู้เรียนรายบุคคล (Individual Student Profile: ISP) มาใช้เป็นฐานในการวางแผนการจัดการเรียนรู้ในขั้น "เข้าใจ" เป็นปัจจัยเชิงระบบที่เชื่อมโยงโดยตรงกับการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและพัฒนาการด้านคุณลักษณะอันพึงประสงค์ องค์ความรู้ใหม่นี้แสดงให้เห็นว่า การบริหารสถานศึกษาขนาดเล็กที่มีทรัพยากรจำกัด หากสามารถใช้ "ข้อมูลเชิงลึก" แทนที่ "ทรัพยากรเชิงปริมาณ" ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ก็สามารถยกระดับคุณภาพผู้เรียนให้ทัดเทียมกับสถานศึกษาขนาดใหญ่ได้

4. รูปแบบการมีส่วนร่วมของชุมชนที่ยืดหยุ่นตามบริบทวิถีชีวิต การวิจัยค้นพบว่ารูปแบบการมีส่วนร่วมของผู้ปกครองและชุมชนที่มีประสิทธิภาพในบริบทโรงเรียนชนบทต้องอาศัย "ความยืดหยุ่นตามวิถีชีวิต" ไม่ใช่การยึดติดกับรูปแบบการประชุมในเวลาราชการ การปรับช่องทางและเวลาการสื่อสารให้สอดคล้องกับอาชีพและวิถีชีวิตของผู้ปกครอง เช่น เกษตรกร ผู้ใช้แรงงาน และพ่อค้าแม่ค้า สามารถเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชนได้อย่างแท้จริง ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนทั้งในโรงเรียนและที่บ้าน

5. หลักฐานเชิงประจักษ์ว่าศาสตร์พระราชา ยกระดับคุณภาพผู้เรียนได้จริงในโรงเรียนขนาดเล็ก การวิจัยนี้ผลิตหลักฐานเชิงประจักษ์ชุดแรกที่ยืนยันว่าการน้อมนำหลักศาสตร์พระราชามาใช้อย่างเป็นระบบในโรงเรียนขนาดเล็กในพื้นที่ชนบท สามารถยกระดับคุณภาพผู้เรียนได้จริงทั้งด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน (เพิ่มขึ้นร้อยละ 5.29) ผลการทดสอบระดับชาติ O-NET (เพิ่มขึ้น 3.95 คะแนน) NT (เพิ่มขึ้น 14.02 คะแนน) และคุณลักษณะอันพึงประสงค์ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85) ภายในระยะเวลาเพียง 1 ปีการศึกษา องค์ความรู้นี้เป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการกำหนดนโยบายการศึกษาในระดับเขตพื้นที่และระดับชาติ โดยเฉพาะในการแก้ปัญหาความเหลื่อมล้ำทางการศึกษาของโรงเรียนขนาดเล็กในพื้นที่ชนบทอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

โรงเรียนประสบปัญหาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียน และการขาดการมีส่วนร่วมจากชุมชน จึงน้อมนำศาสตร์พระราชามาใช้ในการแก้ปัญหา โดยพัฒนารูปแบบการบริหารที่ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการบริหารตามศาสตร์พระราชา กระบวนการบริหาร 3 ขั้นตอน (เข้าใจ-เข้าถึง-พัฒนา) คุณภาพผู้เรียน และปัจจัยความสำเร็จ ซึ่งผู้เชี่ยวชาญประเมินว่ามีความเหมาะสมและความเป็นไปได้ในระดับมากที่สุด ผลการทดลองใช้พบว่าผู้เรียนมีพัฒนาการดีขึ้นอย่างชัดเจนทุกมิติ โดยคะแนน O-NET เพิ่มขึ้น 3.95 คะแนน คะแนน NT เพิ่มขึ้น 14.02 คะแนน และคุณลักษณะระดับดีเยี่ยมเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.85 ขณะที่ผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่ายมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด อีกทั้งครูประเมินคุณภาพรูปแบบโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.82) สะท้อนถึงคุณภาพและความพร้อมในการนำไปปฏิบัติจริงอย่างยั่งยืน ในส่วนของข้อเสนอแนะในการนำไปใช้ ควรบรรจุรูปแบบฯ ลงในแผนพัฒนาการศึกษาของโรงเรียนอย่างเป็นระบบผ่านวงจร PDCA เน้นการใช้ฐานข้อมูลนักเรียนรายบุคคล (ISP) ในขั้น “เข้าใจ” เพื่อออกแบบการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) ให้ตรงตามศักยภาพผู้เรียน รวมทั้งสร้างภาคีเครือข่ายที่ยืดหยุ่นตามบริบทภูมิสังคม และจัดตั้งชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาจากภายใน ส่วนข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายผลการใช้รูปแบบฯ ไปยังสถานศึกษาขนาดกลางและขนาดใหญ่เพื่อเปรียบเทียบผล พัฒนาระบบสารสนเทศดิจิทัลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคล และศึกษาติดตามผลระยะยาว (Longitudinal Study) เพื่อยืนยันความยั่งยืนของพฤติกรรมผู้เรียนและรูปแบบการบริหารจัดการ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). นโยบายการจัดการศึกษาตามแนวทางศาสตร์พระราชา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.

กิตติ เลิศวิโรจน์. (2563). การศึกษาแบบองค์รวมเพื่อพัฒนาผู้เรียนในศตวรรษที่ 21. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

เกษม สอนศรี. (2565). การบริหารสถานศึกษาตามศาสตร์พระราชาและผลต่อคุณธรรมและผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน. วารสารการศึกษาและพัฒนาชุมชน, 5(2), 101-120.

ชัยวัฒน์ วงศ์กิตติกร. (2563). การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนบนฐานข้อมูลและการจัดการศึกษาเชิงระบบ. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยการศึกษาแห่งชาติ.

ชาญชัย พงศ์ศรีวัฒน์. (2561). การพัฒนาระบบการมีส่วนร่วมของชุมชนในการจัดการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

ธวัชชัย ทองดี. (2566). รูปแบบการบริหารตามศาสตร์พระราชาเพื่อพัฒนาคุณลักษณะผู้เรียน. วารสารการบริหารการศึกษา, 10(1), 45-62.

บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2557). การประกันคุณภาพการศึกษาและการพัฒนาสถานศึกษา. กรุงเทพมหานคร: วีพริ้นท์.

ไพศาล พันธุ์ดี. (2561). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการศึกษาเพื่อสร้างเสริมวินัยและความรับผิดชอบของนักเรียนโดยใช้แนวคิดศาสตร์พระราชา. ใน วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

ภูวดล ศิริพงษ์. (2564). พระบรมราโชบายด้านการศึกษาของพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว รัชกาลที่ 10. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.

มูลนิธิชัยพัฒนา. (2562). ศาสตร์พระราชา: องค์ความรู้จากพระราชกรณียกิจ. กรุงเทพมหานคร: มูลนิธิชัยพัฒนา.

โรงเรียนวัดทุ่งบัว. (2565). รายงานผลการประเมินคุณภาพภายใน ประจำปีการศึกษา 2564. สงขลา: โรงเรียนวัดทุ่งบัว.

สำนักงาน กปร. (2560). หลักการทรงงานในพระบาทสมเด็จพระบรมชนกาธิเบศร มหาภูมิพลอดุลยเดชมหาราช บรมนาถบพิตร. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพิเศษเพื่อประสานงานโครงการอันเนื่องมาจากพระราชดำริ.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). นโยบายและจุดเน้นในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ปีการศึกษา 2562. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.

สำนักราชเลขาธิการ. (2560). พระบรมราโชวาทและพระราชดำรัสด้านการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: สำนักราชเลขาธิการ.

สิริณา ทองมาก. (2563). การใช้แผนพัฒนารายบุคคล (Individual Student Plan) เพื่อการพัฒนาผู้เรียน. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.

สิริพร วัฒนกุลเจริญ. (2563). การพัฒนารูปแบบการบริหารการศึกษา. วารสารบริหารและพัฒนา, 18(2), 145-162.

สุเมธ ตันติเวชกุล. (2563). หลักการทรงงาน: เข้าใจ เข้าถึง พัฒนา. กรุงเทพมหานคร:: สำนักพิมพ์ร่วมด้วยช่วยกัน.

สุวัฒน์ วิวัฒนานนท์. (2560). แนวคิดการศึกษาตามแนวพระราชดำริและการพัฒนาผู้เรียน. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.

สุวิมล ตีรณวงศ์. (2564). การจัดการศึกษาแบบองค์รวมเพื่อพัฒนาผู้เรียนรอบด้าน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Best, J. W. . (1970). Research in education. (2nd ed.). Englewood Cliffs: Prentice-Hall.

Deming, W. E. (1986). Out of the crisis. Cambridge: MIT Press.

_____. (1994). The new economics for industry, government, education. (2nd ed.). Cambridge: MIT Press.

Fullan, M. (2007). The new meaning of educational change. (4th ed.). New York: Teachers College Press.

_____. (2016). The new meaning of educational change. (5th ed.). New York: Teachers College Press.

Keeves, J. P. (1988). Educational research, methodology, and measurement: An international handbook. Oxford: Pergamon Press.

UNESCO. (2015). Education for sustainable development goals: Learning objectives. Paris: UNESCO.

บทความวิจัย

ความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์*

HEALTH LITERACY AND HEALTH BEHAVIORS AMONG THE ELDERLY IN KUNG TAPAO SUBDISTRICT MUEANG DISTRICT UTTARADIT PROVINCE

วาสนา บุณยมณี[1], กัญญาวีร์ ขำทับทิม[2], กรรนิษฐา หนองคาย[2], รัชมาลย์ ศรีการะเกตุ[2], ทัศนีย์ ระย้า[1*]

Wasana Boonyamanee[1], Kanyavee Khamthapthim[2], Kannitha Nongkhai[2], Ratchaman Srikaraket[2], Tassanee Raya[1*]

[1]**คณะพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ อุตรดิตถ์ ประเทศไทย**

[1]Facuity of Nursing, Uttaradit Rajabhat Universit, Uttaradit, Thailand

[2]**โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลคุ้งตะเภา อุตรดิตถ์ ประเทศไทย**

[2]Khung Taphao Sub-district Health Promoting Hospital, Uttaradit, Thailand

*Corresponding author E-mail: tassanee12615@gmail.com

*Tel: 084-812-5067

บทคัดย่อ

วิจัยเชิงพรรณนาภาคตัดขวาง ศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพ พฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ กลุ่มตัวอย่างคือผู้สูงอายุ 60 ปี เลือกแบบเฉพาะเจาะจงจากคะแนนกิจวัตรประจำวันสูงอายุ 12 คะแนนขึ้นไป ขนาดกลุ่มตัวอย่างใช้สูตร Yamane จำนวน 334 คน เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามวัดความรอบรู้ด้านสุขภาพ และ แบบสอบถามพฤติกรรมสุขภาพ ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาได้ค่า 0.62 และ 0.64 ความเชื่อมั่นจากค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาครอนบาค ที่ 0.83 และ 0.84 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุมีความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก รายด้าน ประกอบด้วย ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ทักษะความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ ทักษะการสื่อสารด้านสุขภาพ ทักษะการตัดสินใจด้านสุขภาพ ทักษะการจัดการตนเอง และทักษะการรู้เท่าทันสื่อ ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.62) พบค่าเฉลี่ยสูงสุด ทักษะด้านความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ M = 3.72, S.D. = 0.61 ค่าเฉลี่ยต่ำสุดในทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.62) ด้านพฤติกรรมสุขภาพ 3 อ 2 ส พบว่าผู้สูงอายุมีพฤติกรรมสุขภาพโดยรวมอยู่ในระดับดี รายด้าน ประกอบด้วย ด้านการบริโภคอาหาร ด้านการออกกำลังกาย ด้านการจัดการกับอารมณ์ ด้านการสูบบุหรี่ และด้านการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ อยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.72) ค่าเฉลี่ยสูงสุดพบในพฤติกรรมด้านการรับประทานอาหารและการจัดการอารมณ์ ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.73) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด พบที่ พฤติกรรมด้านการสูบบุหรี่ ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.73) ผลการศึกษานี้ใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการวางแผนการจัดกิจกรรมเพื่อพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพและวิธีการปรับพฤติกรรมสุขภาพในกลุ่มผู้สูงอายุได้ต่อไป

คำสำคัญ: ความรอบรู้ด้านสุขภาพ, พฤติกรรมสุขภาพ, ผู้สูงอายุ

* Received 13 April 2026; Revised 26 April 2026; Accepted 28 April 2026

Abstract

A cross-sectional descriptive study examine health literacy and Health Behaviors among older adults in Khung Taphao Subdistrict, Mueang District, Uttaradit Province. The sample consisted aged 60 years residing in Khung Taphao Subdistrict. Sample size determined by Yamane's formula of 334 participants.Research instruments included a questionnaire health literacy and Health Behaviors . Content validity was evaluated, was 0.62, 0.64 and reliability by Cronbach's alpha coefficient, was 0.83 , 0.84. Data were analyzed using descriptive statistics, including percentages, means, and standard deviations. The results revealed that Overall health literacy very good level, both overall and all dimensions. As health information, understanding of health information, health communication, health decision-making, self-management, and media literacy ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.62). The highest mean score was found in understanding health information (Mean = 3.72, S.D. = 0.61), while the lowest mean score was observed in media literacy skills ($\bar{X}$ = 3.71, S.D. = 0.62). Regarding health behaviors based on the 3E 2S framework (eating, exercise, emotional management, smoking, and alcohol consumption), the participants demonstrated good levels of health behavior overall and in each domain. Included dietary behavior, physical activity, emotional management, smoking behavior, and alcohol consumption ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.72). The highest mean scores were observed in dietary behavior and emotional management ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.73) whereas the lowest mean score was found in smoking behavior ($\bar{X}$ = 2.75, S.D. = 0.73). Finding that baseline information for planning interventions to enhance health literacy and promote appropriate health behavior modification among older adults next time.

Keywords: Literacy, Health Behaviors, Elderly

บทนำ

สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2566 จะมีประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 20.66 ของประชากรทั้งประเทศ และคาดว่าในปี พ.ศ. 2578 จะมีประชากรผู้สูงอายุสูงถึงร้อยละ 28.55 ของประชากรทั้งประเทศ จากแนวโน้มของกลุ่มผู้สูงอายุที่เพิ่มมากขึ้นนี้จะนำมาซึ่งภาวะเสี่ยงและปัญหาด้านสุขภาพ โดยเฉพาะการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังในกลุ่มผู้สูงอายุที่มีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน (มัณฑนา สุพรรณไพบูลย์ และคณะ , 2567) จากการสำรวจ สุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจร่างกายปี 2567 พบกว่า ประชากรไทย 60 ปีขึ้นไป เป็นโรคเรื้อรังได้แก่ โรค ความดันโลหิตสูง ร้อยละ 53.20 โรคเบาหวาน ร้อยละ 18.13 ภาวะไขมันในเลือดสูง ร้อยละ 19.01 อ้วน ร้อย ละ 30.42 ข้อเข่าเสื่อม ร้อยละ 22.51 กล้ามเนื้อหัวใจขาดเลือด ร้อยละ 4.82 หลอดเลือดสมอง ร้อยละ 2.72 (วิชัย เอกพลากร, 2567) นอกจากนี้ยังพบว่ากลุ่มที่มีภาวะซึมเศร้าส่วนใหญ่ของประเทศไทยเป็นผู้สูงอายุ ร้อยละ 13.14 เมื่อความชรา เพิ่มขึ้น ความเสื่อมของสุขภาพและร่างกายก็เพิ่มมากขึ้นตามวัย หากมีพฤติกรรมการดูแลสุขภาพที่ไม่ดีจะ ส่งผลให้เกิดการเจ็บป่วยด้วยโรคไม่ติดต่อเรื้อรังข้างต้น และยังส่งผลให้อัตราการพึ่งพิงด้านสุขภาพในกลุ่มวัย ผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น (วนิดา ศรีพรหมษา, 2566) การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ดีจะทำให้ผู้สูงอายุ เกิดทักษะความสามารถใน การจัดการดูแลสุขภาพของตนเองให้แข็งแรงได้ยาวนานขึ้น และลดการพึ่งพิงการดูแลระยะยาวในอนาคต (ศรีเสาวลักษณ์ อุ่นพรมมี และคณะ, 2563) ความรอบรู้ด้านสุขภาพ Health Literacy เป็นความสามารถเฉพาะบุคคลที่เข้าถึง วิเคราะห์กระบวนการ และเข้าใจเกี่ยวกับ

ข้อมูลทางสุขภาพขั้นพื้นฐานและบริการสุขภาพ เพื่อที่สามารถตัดสินใจด้านสุขภาพอย่างเหมาะสม เป็นปัจจัยหนึ่งที่สำคัญในการนำมาปรับใช้ในการดูแลสุขภาพของตนเองได้อย่างเหมาะสมซึ่งจะมีความแตกต่างในแต่ละบุคคล (วสันต์ จันทร์ศักดิ์ และคณะ, 2567) จากแนวคิดของดอน นัทบีม (Nutbeam, D., 2000) กล่าวว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพประกอบด้วย 3 ระดับดังนี้ ระดับ 1 ความรอบรู้ด้านสุขภาพระดับพื้นฐานสมรรถนะในการอ่านและเขียน เพื่อให้สามารถเข้าใจถึงเนื้อหาสาระด้านสุขภาพ ระดับ 2 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ ขั้นการมีปฏิสัมพันธ์ร่วมกัน ได้แก่ สมรรถนะในการใช้ความรู้และการสื่อสาร เพื่อให้สามารถมีส่วนร่วม ในการดูแลสุขภาพ ระดับ 3 ความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นวิจารณญาณ คือ สมรรถนะในการประเมินข้อมูลสารสนเทศด้านสุขหรือความรอบรู้ด้านสุขภาพขั้นวิจารณญาณ ความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นทักษะ สำคัญและจำเป็นในการสร้างพฤติกรรมสุขภาพส่งเสริมให้ประชาชนพัฒนาขีดความสามารถเพื่อการรักษาสุขภาพของตนเองอย่างยั่งยืนสอดคล้องกับการศึกษาของการศึกษาของ นริศรา แก้วบรรจักร ประไพจิตร ชุมแวงวาปี และกฤชกันทร สุวรรณพันธุ์ ที่ศึกษาปัจจัยความรอบรู้ทางสุขภาพที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดันโลหิตสูงตาบลโคกสี อำเภอเมืองจังหวัดขอนแก่น พบว่าบุคคลที่มีระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพที่ดีจะส่งผลต่อพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสม รวมถึงองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจข้อมูลสุขภาพหรือเกี่ยวกับโรค ทำให้ผู้สูงอายุสามารถปฏิบัติตนได้เหมาะสม สามารถดูแลตัวเอง หลีกเลี่ยงปัจจัยเสี่ยงที่จะทำให้เกิดการเจ็บป่วยหรือภาวะแทรกซ้อนต่างๆ ได้ (นริศรา แก้วบรรจักร และคณะ, 2563) การศึกษาพบว่าผู้สูงอายุในประเทศไทยมีระดับของความรอบรู้ด้านสุขภาพไม่เพียงพอ ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุลดลง ซึ่งความรอบรู้ด้านสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับ การปฏิบัติตามคำแนะนำทางสุขภาพเมื่อเจ็บป่วย และมีความสัมพันธ์กับโรค ไม่ติดต่อเรื้อรัง (Berkman, N. D. et al. , 2011) แต่ในปัจจุบันพบว่ารายงานการศึกษาเกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพ ในกลุ่มวัยผู้สูงอายุในประเทศไทยยังมีไม่มากนัก

ตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ เป็นตำบลขนาดใหญ่ และมีผู้สูงอายุ จำนวน 1,642 คน คิดเป็นร้อยละ 18.79 ของประชากรและมีประชากรสูงอายุ มากกว่า 65 ปีจำนวน 1,353 คน คิดเป็นร้อยละ 15.49 แสดงถึงการเข้าสู่ สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ (Complete Aged Society) ที่หมายถึง สังคมที่มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่าร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์, 2566) จึงต้องเร่งหาแนวทางป้องกัน แก้ไขและรองรับผลกระทบของสังคมผู้สูงอายุที่จะเกิดขึ้นจากการที่ผู้สูงอายุมีความเสื่อมถอยของร่างกายตามธรรมชาติประกอบกับมีปัจจัยส่งเสริมให้เจ็บป่วยจากพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ไม่เหมาะสมก่อให้เกิดการพึ่งตนเองได้น้อยและเป็นภาระในครอบครัวและกระทบต่อรายได้ เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชน และจากการศึกษาของกรเกล้า รัตนชาญ เรื่องการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี พบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นกุญแจสำคัญของพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ ดังนั้น การพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพจึงเป็นสิ่งที่สำคัญ (กรเกล้า รัตนชาญ, 2566) ปัจจุบันผู้สูงอายุในประเทศไทยมีระดับของความรอบรู้ด้านสุขภาพไม่เพียงพอ ร้อยละ 69.3 มีความรอบรู้ด้านสุขภาพในระดับพอใช้ โดยคะแนนเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 68.1 จาก 100 คะแนน ด้านที่เข้าใจได้ดีที่สุดคือการป้องกันโรค (87.4 คะแนน) แต่จุดที่ต้องพัฒนาเร่งด่วนคือทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (53.5 คะแนน) (จิราพร เกศพิชญวัฒนา และคณะ, 2563) ซึ่งเป็นผลจากปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยด้านวัฒนธรรม และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการดูแลสุขภาพ ทำให้คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุลดลง ผู้สูงอายุที่มีพฤติกรรมสุขภาพที่ไม่เหมาะสมจะเกิดความเสี่ยงต่อการเกิดโรค เกิดภาวะแทรกซ้อน ได้ คณะพยาบาลศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์ จึงเห็นความสำคัญในการส่งเสริมและพัฒนาการเสริมสมรรถนะสุขภาพที่ดีให้แก่ผู้สูงอายุและการเสริมสร้างให้บุคคลมีความรอบรู้ด้านสุขภาพจะส่งผลต่อการปฏิบัติ ตัวและการจัดการทางสุขภาพ มีการควบคุมสุขภาพ และปรับเปลี่ยนปัจจัยที่ส่งผลให้ประชาชนมีสุขภาพดีขึ้น (นริศรา แก้วบรรจักร และคณะ, 2563) เช่น ด้านกาย จิตใจ สติปัญญา และสังคมอย่างต่อเนื่อง จึงได้จัดทำโครงการวิจัยที่ศึกษาความรอบรู้

ด้านสุขภาพในกลุ่มเป้าหมาย คือผู้สูงอายุในพื้นที่ตำบลคุ้งตะเภา เพื่อให้ทราบ สถานการณ์เบื้องต้นเกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุและพฤติกรรมสุขภาพ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญในการวางแผนพัฒนาสุขภาพผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา และการดำเนินงานสู่ชุมชนรอบรู้ด้านสุขภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุ ตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์

วิธีดำเนินการวิจัย

รูปแบบการวิจัย

การศึกษาเชิงพรรณาแบบตัดขวาง (cross-sectional descriptive study)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรคือผู้สูงอายุ (อายุ 60 ปี ขึ้นไป) ตำบลคุ้งตะเภา จำนวนทั้งสิ้น 2,024 คน ข้อมูลจากทะเบียนชมรมผู้สูงอายุโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลคุ้งตะเภาปี 2567

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่าง ใช้วิธีการคัดเลือกโดยวิธีการเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) จากกลุ่มประชากรใช้แบบคัดกรองกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุ (Barthel Activities of Daily Living :ADL)ที่ประกอบด้วยข้อคำถาม 10 ข้อ คะแนนรวม 20 คะแนนโดย ผลประเมิน ได้คะแนน 12 คะแนนขึ้นไป

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง กำหนด ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรของยามาเน่ (Yamane, T., 1973)

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

ที่ระดับความคลาดเคลื่อนในการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 5 แทนค่าตามสูตร ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ

$$\frac{2024}{1+2024(0.5)^2}$$

$$n = 334 \text{ คน}$$

เกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion Criteria)

1. อายุ 60 ปี ขึ้นไป
2. ได้รับการประเมินตามความสามารถใน การประกอบกิจวัตรประจำวัน (Barthel Activities of Daily Living : ADL) มีค่าคะแนน ADL มากกว่า 12 คะแนนขึ้นไป
3. ยินดีเข้าร่วมในการศึกษาครั้งนี้ด้วยความสมัคร ใจ
4. อ่านเขียนภาษาไทยได้

เกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria)

มีภาวะเจ็บป่วยที่ทำให้ไม่สามารถให้ข้อมูลวิจัยได้

การพิทักษ์สิทธิของกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยนี้ ได้ผ่านการพิจารณาจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ เลขที่ UPHO REC No 016/2568 ลงวันที่ 8 เมษายน 2568 ผู้วิจัยได้ทำการพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง โดยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัยและขั้นตอนในการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อขอความร่วมมือจากกลุ่มตัวอย่าง ใน เข้าร่วมในการวิจัยครั้งนี้ โดยให้เป็นไปตามความสมัครใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีสิทธิที่จะตอบรับหรือปฏิเสธในการเข้าร่วมการศึกษาครั้งนี้ มีสิทธิ์ที่จะยกเลิกการเข้าร่วมการศึกษาเมื่อใดก็ได้ตามความต้องการโดยไม่ต้องมีเหตุผลในคำอธิบายใด ๆ ในระหว่างที่เข้าร่วมทำการศึกษา และไม่มีผลกระทบต่อการใช้

ชีวิตประจำวันหรือการทำงานที่เกี่ยวข้อง พร้อมให้ความมั่นใจกับกลุ่มตัวอย่างว่าจะเก็บข้อมูลทั้งหมดเป็นความลับ ไม่เปิดเผยข้อมูล เพื่อปกป้องสิทธิ์ของกลุ่มตัวอย่างไม่ให้ได้รับผลกระทบจากการเข้าร่วมวิจัยในครั้งนี้ ผลการศึกษาที่ได้จะนำเสนอในภาพรวมโดยไม่เผยชื่อของผู้ให้ข้อมูลรวมทั้งทำลายข้อมูลภายใน 3 ปี

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปและสถานะสุขภาพ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ น้ำหนัก ส่วนสูง รอบเอว โรคประจำตัว

ส่วนที่ 2 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ 6 ทักษะ เป็นแบบสอบถามความรอบรู้ด้านสุขภาพ ของกองสุขศึกษากรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2559) ได้แก่ การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ 4 ข้อ ความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ 4 ข้อ การสื่อสารด้านสุขภาพ 4 ข้อ การตัดสินใจด้านสุขภาพ 4 ข้อ การจัดการตนเอง และการรู้เท่าทันสื่อ 4ข้อ เป็นข้อคำถาม แสดงความถี่ในการปฏิบัติของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วย 5 ตัวเลือก คือ ปฏิบัติทุกครั้ง ปฏิบัติบ่อยครั้ง ปฏิบัติบางครั้ง ปฏิบัตินานๆครั้ง และไม่ได้ปฏิบัติ/ ไม่เคยปฏิบัติ โดยมีการแปรผลคะแนนดังนี้ ความถี่ในการปฏิบัติทุกครั้ง เท่ากับ 5 คะแนน ปฏิบัติบ่อยครั้ง เท่ากับ 4 คะแนน ปฏิบัติบางครั้ง เท่ากับ 3 คะแนน ปฏิบัตินานๆครั้ง เท่ากับ 2 คะแนน ไม่ได้ปฏิบัติ/ ไม่เคยปฏิบัติ เท่ากับ 1 คะแนน แบ่งระดับความรู้ความเข้าใจทางสุขภาพ ได้ดังนี้ ระดับดีมาก (96.00 - 120 คะแนน) ระดับดี (84.00 - 95.99 คะแนน) ระดับพอใช้ (72.00 - 83.99 คะแนน) ระดับไม่ดี (0.00 - 71.99 คะแนน)

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมสุขภาพ ด้านการรับประทานอาหาร การออกกำลังกาย การจัดการอารมณ์ การสูบ บุหรี่ และการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์ (พฤติกรรม 3อ 2ส) เป็นข้อคำถาม แสดงความถี่ในการปฏิบัติโดยเฉลี่ยต่อสัปดาห์ ประกอบด้วย 5 ตัวเลือกคือ 6 - 7วัน / สัปดาห์ 4-5วัน / สัปดาห์ 3 วัน / สัปดาห์ 1 - 2 วัน / สัปดาห์ และ ไม่ได้ ปฏิบัติ แปรผลคะแนนดังนี้ ความถี่ 6 - 7วัน / สัปดาห์ เท่ากับ 5 คะแนน
4 - 5วัน / สัปดาห์ เท่ากับ 4 คะแนน 3 วัน / สัปดาห์ เท่ากับ 3 คะแนน 1-2วัน / สัปดาห์ เท่ากับ 2 คะแนนไม่ได้ปฏิบัติ เท่ากับ 1 คะแนน

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยหาความตรงเชิงเนื้อหาของเครื่องมือโดยวิธี IOC โดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ได้แก่ พยาบาลวิชาชีพ นักสุขศึกษา และนักวิชาการสาธารณสุข ได้ค่าแบบสอบถามความรอบรู้ด้านสุขภาพ 0.62 และแบบสอบถามพฤติกรรมสุขภาพได้ค่า 0.64 และนำเครื่องมือไป ทดลอง (try out) กับผู้สูงอายุในตำบลใกล้เคียง จำนวน 30 คน ได้ ค่าความเชื่อมั่นโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค Cranbach's Alpha Method ที่ค่าความเชื่อมั่น 0.83 และ0.84

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยนัดหมายกลุ่มตัวอย่างที่ได้รับการคัดเลือกตามเกณฑ์คัดเข้าและการสุ่มตัวอย่าง จำนวน 334 คน

2. ผู้วิจัยและผู้ช่วยวิจัยนัดพบกลุ่มตัวอย่างที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ จากนั้นเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ แบบสอบถามแบบวัดความรอบรู้ด้านสุขภาพและแบบสอบถามพฤติกรรมสุขภาพ ใช้เวลา ประมาณ 30 นาทีต่อ 1 ท่าน

3. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลเพื่อนำวิเคราะห์ตามวิธีการทางสถิต

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ระยะเวลาการศึกษา

มิถุนายน พ.ศ. 2568 ถึง สิงหาคม พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลา 3 เดือน

ผลการวิจัย

จากการศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ แสดงผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 คุณลักษณะทั่วไปและสถานะสุขภาพ

คุณลักษณะทั่วไปและสถานะสุขภาพ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ น้ำหนัก ส่วนสูง รอบเอว โรค ประจำตัว โดยผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 334 คน เป็นเพศหญิง จำนวน 286 คน ร้อยละ 56.6 สถานภาพสมรส จำนวน 256 คนร้อยละ 56.4 กลุ่มตัวอย่างมีอายุระหว่าง 60-97 ปีและมีอายุเฉลี่ย 70.26 ปี (S.D. = 7.52) ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มอายุ 70-79 ปี จำนวน 195 คน ร้อยละ 57.7 อาชีพ เกษตรกรรม ร้อยละ 78.55 น้ำหนักเฉลี่ย 51.25 (S.D. = 5.42) ส่วนสูงเฉลี่ย 159.56 (S.D. = 7.64) รอบเอวเฉลี่ย 79.86 (S.D. = 9.52) โรคประจำตัว อยู่ในกลุ่มโรค NCDs ร้อยละ 78.51

ส่วนที่ 2 ความรอบรู้ด้านสุขภาพ 6 ทักษะ

ความรอบรู้ด้านสุขภาพโดยภาพรวม ผลการวิเคราะห์ความรอบรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุตำบลคุ้งตะเภา อำเภอเมือง จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับดีมาก ร้อยละ 77.84 รองลงมามีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับดี ร้อยละ 15.86 ระดับพอใช้ ร้อยละ 4.49 และระดับไม่ดี ร้อยละ 1.79 ดังแสดงตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ความรอบรู้ด้านสุขภาพของกลุ่มผู้สูงอายุ โดยรวม (n = 334 คน)

ระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพ	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ดี (0.00 - 71.99 คะแนน)	6	1.79
พอใช้ (72.00 - 83.99 คะแนน)	15	4.49
ดี (84.00 - 95.99 คะแนน)	53	15.86
ดีมาก (96.00 - 120 คะแนน)	260	77.84
Max =120.00, Min = 36.00, Mean = 3.71, S.D.= 0.62		

ความรอบรู้ด้านสุขภาพรายองค์ประกอบ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพทั้ง 6 ทักษะอยู่ในระดับดีมากคือ เป็นผู้มีระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพเพียงพอและมีการปฏิบัติตนตาม 3 อ และ 2 ส ได้อย่างถูกต้องและปฏิบัติสม่ำเสมอจนเป็นสุขนิสัยได้แก่ ทักษะการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ ร้อยละ 78.74 ด้าน ความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ ร้อยละ 79.04 การสื่อสารด้านสุขภาพ ร้อยละ 78.44 ด้านการตัดสินใจด้านสุขภาพร้อยละ 78.74 ด้านการจัดการตนเอง ร้อยละ 79.04 และ ด้านการรู้เท่าทันสื่อ ร้อยละ 78.44 ดังรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงความรอบรู้ด้านสุขภาพในแต่ละทักษะ (n=334 คน)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ	ระดับ				Mean	S.D.	แปรผล
	ไม่ดี	พอใช้	ดี	ดีมาก			
1. การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ	5 (1.49%)	15 (4.49%)	51 (15.27%)	263 (78.74%)	3.71	0.62	ดีมาก
2. ทักษะความเข้าใจข้อมูลสุขภาพ	5 (1.49%)	15 (4.49%)	50 (14.97%)	264 (79.04%)	3.72	0.61	ดีมาก
3. ทักษะการสื่อสารด้านสุขภาพ	5 (1.49%)	14 (4.19%)	53 (15.87%)	262 (78.44%)	3.71	0.62	ดีมาก
4. ทักษะการตัดสินใจด้านสุขภาพ	6 (1.79%)	14 (4.19%)	51 (15.27%)	263 (78.74%)	3.71	0.62	ดีมาก
5. ทักษะการจัดการตนเอง	5 (1.49%)	15 (4.49%)	50 (14.97%)	264 (79.04%)	3.72	0.61	ดีมาก
6. ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	5 (1.49%)	14 (4.19%)	53 (15.87%)	262 (78.44%)	3.71	0.62	ดีมาก

ส่วนที่ 3 พฤติกรรมสุขภาพ

ด้านพฤติกรรมสุขภาพ 3 อ 2ส ผลการวิเคราะห์พฤติกรรมสุขภาพ 3อ2ส พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีพฤติกรรมสุขภาพ อยู่ในระดับดีร้อยละ 70.95 มีพฤติกรรมสุขภาพอยู่ในระดับพอใช้ ร้อยละ 11.97 ระดับไม่ดีร้อยละ 9.88 และระดับดีมากร้อยละ 7.18 ดังแสดงตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงพฤติกรรมสุขภาพ 3อ2ส โดยรวม (n = 334 คน)

แสดงพฤติกรรมสุขภาพ 3อ2ส	จำนวน	ร้อยละ
ไม่ดี (0.00 - 35.99 คะแนน)	33	9.88
พอใช้ (36.00 - 43.99 คะแนน)	40	11.97
ดี (44.00 - 51.99 คะแนน)	237	70.95
ดีมาก (52.00 - 60.00 คะแนน	24	7.18
Max = 60.00, Min = 22.00, Mean = 2.75, S.D. = 0.72		

การวิเคราะห์พฤติกรรมสุขภาพ 3อ2ส รวม 5 ด้านพบว่า ด้านการบริโภคอาหารอยู่ในระดับดีร้อยละ 70.96 รองลงมาระดับพอใช้ ร้อยละ 11.98 ด้านการออกกำลังกายอยู่ในระดับระดับดีร้อยละ 70.66 รองลงมาระดับพอใช้ ร้อยละ 12.28 ด้านการจัดการกับอารมณ์ อยู่ในระดับดีร้อยละ 70.96 รองลงมาระดับพอใช้ ร้อยละ 11.98 ด้านการสูบบุหรี่อยู่ในอยู่ในระดับดีร้อยละ 70.36 รองลงมาระดับพอใช้ ร้อยละ 12.57 ด้านการดื่มเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ระดับดีร้อยละ 70.66 รองลงมาระดับพอใช้ ร้อยละ 12.57 ดังแสดงตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 แสดงพฤติกรรมสุขภาพ 3อ 2ส รายด้าน (n=334 คน)

พฤติกรรมสุขภาพ	ระดับ				Mean	S.D.	แปรผล
	ไม่ดี	พอใช้	ดี	ดีมาก			
ด้านการรับประทานอาหาร	33 (9.88%)	40 (11.98%)	237 (70.96%)	24 (7.19%)	2.75	0.73	ดี
ด้านการออกกำลังกาย	33 (9.88%)	41 (12.28%)	236 (70.66%)	24 (7.19%)	2.75	0.73	ดี
ด้านการจัดการอารมณ์	32 (9.58%)	40 (11.98%)	237 (70.96%)	25 (7.49%)	2.76	0.72	ดี
ด้านการสูบ บุหรี่	33 (9.88%)	42 (12.57%)	235 (70.36%)	24 (7.19%)	2.75	0.73	ดี
ด้านการดื่มเครื่องดื่มแอลกอฮอล์	31 (9.28%)	42 (12.57%)	236 (70.66%)	25 (7.49%)	2.76	0.72	ดี

อภิปรายผล

ผู้สูงอายุส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อยู่ในกลุ่มอายุ 70-79 พบโรคประจำตัว ส่วนใหญ่อยู่ในกลุ่มโรค NCDs อธิบายได้ว่าเนื่องจากกลุ่มตัวอย่างเป็นวัยสูงอายุที่อยู่ในระดับติดสังคม ที่สามารถปฏิบัติกิจวัตรประจำวันได้ด้วยตนเอง ไม่มีภาวะพึ่งพิง ทำให้มีความสามารถในการอ่าน เขียน สามารถเรียนรู้และเข้าใจข้อมูลด้านสุขภาพ ส่งผลให้มีความรู้ความเข้าใจในพฤติกรรมสุขภาพที่เหมาะสมกับความเจ็บป่วยของตนเอง อีกทั้งสามารถสื่อสารข้อมูลด้านสุขภาพโดยอ่านเอกสารแนะนำ ฟังคำแนะนำการปฏิบัติตนเพื่อดูแลสุขภาพได้ และสามารถจัดการตนเองได้ในการวางแผนเรื่องดูแลสุขภาพตนเอง และรู้เท่าทันสื่อ เข้าถึงข้อมูลสุขภาพผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้ด้วยตนเอง นอกจากนี้ ผู้สูงอายุสามารถปรับตัวเข้ากับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงในการดำเนินชีวิตหรือมีวิถีชีวิตประจำวันที่สามารถพึ่งพาตนเองได้ จึงไม่เป็นภาระต่อผู้อื่น (มัณฑนา สุพรรณไพบูลย์ และคณะ , 2567)

ผลการวิเคราะห์ความรอบรู้ด้านสุขภาพพบว่า ผู้สูงอายุ ส่วนใหญ่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพ อยู่ในระดับดีมากทุกด้าน อธิบายได้ว่ากลุ่มผู้สูงอายุในตำบลคุ้งตะเภาได้รับการสนับสนุนและความรู้จาก เครือข่ายและหน่วยงานต่างๆที่เกี่ยวข้องในการดูแลสุขภาพผ่านโครงการกิจกรรมที่ส่งเสริมทักษะด้านความเข้าใจทางสุขภาพที่ทำให้ผู้สูงอายุได้รับการสื่อสารด้านพื้นฐานความรู้ เช่น การปฏิบัติตนตามหลัก 3อ2ส การเฝ้าระวังความเสี่ยงของ

ตนเอง ที่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศรีเสาวลักษณ์ อุ่นพรมมี และคณะที่พบว่าคนไทยมีระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพในระดับดีมาก โดยเฉพาะในด้านความรู้พื้นฐานและความเข้าใจเกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (ศรีเสาวลักษณ์ อุ่นพรมมี และคณะ, 2563) สอดคล้องกับนโยบายของกระทรวงสาธารณสุขในปัจจุบันที่มุ่งเน้นการสร้างเสริมสุขภาพป้องกันโรคด้วยตนเองผ่านการสื่อสารองค์ความรู้ด้านสุขภาพและเข้าถึงข้อมูลและบริการสุขภาพด้านต่าง ๆ ผ่านระบบดิจิทัล อสม. และช่องทางอื่นๆสะท้อนถึงความสามารถของผู้สูงอายุในการใช้บริการสุขภาพ การแลกเปลี่ยนข้อมูลหรือแสดงออกทางสุขภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมพฤติกรรมสุขภาพที่ดีของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน (ประภาพร จันทรวงศ์ และคณะ, 2562) สำคัญที่สุดคือการจัดการตนเอง เพื่อดูแลสุขภาพได้อย่างเหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Self-management Theory ที่เน้นย้ำว่าการจัดการตนเองต้องอาศัยความรู้ ทักษะ และการตัดสินใจที่ดี (Lorig, K. R & Holman, H., 2003) แต่พบว่าการรู้เท่าทันสื่อของผู้สูงอายุ มีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าทุกด้าน วิเคราะห์ได้ว่า ผู้สูงอายุสามารถเข้าถึงข้อมูลสุขภาพจากสื่อด้านต่างๆได้ แต่อาจยังแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องและไม่ถูกต้อง ในการมาประยุกต์ใช้ดูแลสุขภาพและการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองอย่างเหมาะสมและปลอดภัยได้ในระดับดีมาก ด้านพฤติกรรมสุขภาพตาม 3อ 2ส ของผู้สูงอายุ พบว่าการได้รับข้อมูลด้านสุขภาพทางตรง เช่น การลงพื้นที่ให้ความรู้ของ อสม.หรือแกนนำดูแลผู้สูงอายุต่างๆ การรณรงค์ในชุมชน และกิจกรรมของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุ เข้าถึง เข้าใจ ส่งผลต่อการปรับเปลี่ยนต่อพฤติกรรมสุขภาพผู้สูงอายุ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (เกษดาพร ศรีสุวอ, 2564) สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมสุขภาพของเพนเดอร์ (Pender, N. J., 1996) ที่มุ่งเน้นพฤติกรรมที่บุคคลริเริ่มเองเพื่อเพิ่มพูนสุขภาพและคุณภาพชีวิต โดยมีรากฐานจากการรับรู้ความสามารถ, ประโยชน์, อุปสรรค, และปัจจัยทางอารมณ์/สังคม ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้านหลัก: ความรับผิดชอบต่อสุขภาพ, การออกกำลังกาย, โภชนาการ, การจัดการความเครียด, ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล และการพัฒนาทางจิตเช่นเดียวกับที่อังศินันท์ อินทรกำแหง พบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพในการป้องกันโรคมีความสัมพันธ์กันทางบวก กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพดีจะมีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดีตามไปด้วย เพราะทำให้เกิดการจูงใจตนเองในการตัดสินใจเลือกวิถีทางในการดูแลตนเอง จัดการสุขภาพตนเองเพื่อป้องกันและคงรักษาสุขภาพที่ดีของตนเอง (มัณทนา สุพรรณไพบูลย์ และคณะ , 2567)

สรุปผลการวิจัยพบว่า ผู้สูงอายุ มีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับดีมาก แต่พฤติกรรมสุขภาพอยู่ในระดับดี กล่าวคือ แม้บุคคลจะมีความรู้และทักษะด้านสุขภาพที่ดี แต่ยังไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้อย่างเต็มที่ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Nutbeam, D. ที่ระบุว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมสุขภาพ แต่ไม่ใช่ปัจจัยเดียวที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม (Nutbeam, D., 2000) และการศึกษาของ Sorensen ที่พบว่าความรอบรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับสุขภาพ แต่ต้องอาศัยปัจจัยด้านแรงจูงใจและสิ่งแวดล้อมร่วมด้วย (Sorensen, K. et al., 2012) และพบว่าผู้ที่มีความรอบรู้ด้านสุขภาพสูง มีแนวโน้มที่จะมีพฤติกรรมสุขภาพที่ดี แต่อาจจะปฏิบัติได้ไม่สม่ำเสมอ (Berkman, N. D. et al. , 2011) และปัจจัยด้านสังคมและการสนับสนุนจากครอบครัวมีผลต่อการนำความรู้ไปใช้ (Osborn, C. et al., 2011) ดังนั้น การส่งเสริมสุขภาพควรมุ่งเน้นทั้งการพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพควบคู่กับการสร้างแรงจูงใจ และการสนับสนุนทางครอบครัว สังคม เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่าพฤติกรรมสุขภาพ ของผู้สูงอายุ ควรได้รับการส่งเสริมเพิ่มเติม และต่อเนื่องให้มากยิ่งขึ้น โดยสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชน และครอบครัวในการดำเนินการและ ผลการวิจัยสามารถนำไปพัฒนาโปรแกรมส่งเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ ให้คลอบคลุมในพื้นที่เป้าหมายและขยายผลไปยังพื้นที่อื่นๆ ร่วมกับศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจด้านสุขภาพ พฤติกรรมสุขภาพ เช่น ปัจจัยทางสังคม

วัฒนธรรม พื้นที่ และสิ่งแวดล้อม รวมทั้งความสัมพันธ์ในด้านต่างๆที่เกี่ยวข้องและส่งผลต่อความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุ และ วิธีการที่มีประสิทธิภาพในการสร้างเสริมความรอบรู้ด้านสุขภาพที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุ

เอกสารอ้างอิง

กรเกล้า รัตนชาญ. (2566). การพัฒนาความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุเพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี. วารสารพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยคริสเตียน, 10(1), 85-97.

กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2559). การสร้างเสริมและประเมินความรอบรู้ด้าน สุขภาพ และพฤติกรรมสุขภาพกลุ่มวัยทำงาน. กรุงเทพมหานคร: นิวธรรมดาการพิมพ์.

เกษดาพร ศรีสุวอ. (2564). การศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพตามหลัก3อ2สของผู้สูงอายุโรคเบาหวานที่มารับบริการที่โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลบ้านแม่นนท์ ตำบลหนองไผ่ อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. วารสารการพยาบาลสุขภาพและการศึกษา, 4(2), 33-41.

จิราพร เกศพิชญวัฒนา และคณะ. (2563). ความรอบรู้ทางสุขภาพของผู้สูงอายุในชมรม/ศูนย์เรียนรู้ผู้สูงอายุ ในเขตกรุงเทพมหานคร. Journal of Demography, 36(2), 39-57.

นริศรา แก้วบรรจักร และคณะ. (2563). .ปัจจัยความรอบรู้ทางสุขภาพที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมสุขภาพ ของผู้สูงอายุที่เป็นโรคความดันโลหิตสูงตำบลโคกสี อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารสาธารณสุขและวิทยาศาสตร์สุขภาพ, 3(3),1-15.

ประภาพร จันทรวงศ์ และคณะ. (2562). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการใช้บริการสุขภาพของประชาชนในเขตชนบท. วารสารวิจัยสาธารณสุข, 32(4), 25-35.

มัณฑนา สุพรรณไพบูลย์ และคณะ . (2567). ความรอบรู้ด้านพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุที่มีโรคเรื้อรังในชุมชน. วารสารวิชาการสุขภาพภาคเหนือ, 11(1), 67-81.

วนิดา ศรีพรหมษา. (2566). ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุกลุ่มเสี่ยงโรคหลอดเลือดสมองในชุมชน. วารสารเกื้อการุณย์, 30(2), 179-195.

วสันต์ จันทร์ศักดิ์ และคณะ. (2567). ความรอบรู้ด้านสุขภาพ พฤติกรรมสุขภาพ และภาวะสุขภาพของประชาชนวัยทำงานใน พื้นที่ความรับผิดชอบของโรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล อำเภอห้างฉัตร จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการสุขภาพภาคเหนือ, 11(1), 170-181.

วิชัย เอกพลากร. (2567). รายงานการสำรวจสุขภาพประชาชนไทยโดยการตรวจ ร่างกาย ครั้งที่ 7 พ.ศ. 2567. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.

ศรีเสาวลักษณ์ อุ่นพรมมี และคณะ. (2563). ความรอบรู้ด้านสุขภาพของผู้สูงอายุจังหวัดนครราชสีมา. วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม, 14(33), 88-106.

สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์. (2566). รายงานประจำปี สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดอุตรดิตถ์ 2566. อุตรดิตถ์: ออซีร็อกซ์.

Berkman, N. D. et al. . (2011). Low health literacy and health outcomes: an updated systematic review. Ann Intern Med, 155(2), 97-107.

Lorig, K. R & Holman, H. (2003). Self-management education history, definition, outcomes, and mechanisms. Ann Behav Med, 26(1) ,1-7.

Nutbeam, D. (2000). Health literacy as a public health goal: A challenge for contemporary health education and communication strategies into the 21st century. Health Promot Int, 15(3), 259-267.

Osborn, C. et al. (2011). The mechanisms linking health literacy to behavior and health status. American Journal of Health Behavior, 35(1), 118-128.

Pender, N. J. (1996). Health Promotion in Nursing Practice. (3rd ed.). Stamford, Appleton & Lange.

Sorensen, K. et al. (2012). Health literacy and public health: A systematic review and integration of definitions and models. BMC Public Health, 12(8), 1-13.

Yamane, T. (1973). Statistics: An introductory analysis. (3rd ed.). New York: Harper & Row.

บทความวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในจังหวัดพิษณุโลก*

MARKETING MIX FACTORS INFLUENCING HOT POT CONSUMPTION BEHAVIOR AMONG ADOLESCENTS IN PHITSANULOK PROVINCE

เมธี วิเศษเขตร์การณ์
Methee Wisetketkan
บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น ปทุมธานี ประเทศไทย
Graduate School, Western University, Pathum Thani, Thailand
Corresponding author E-mail: mjack0440@gmail.com
Tel: 099-253-3427

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 2) พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ และ 3) ความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือวัยรุ่นในจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 387 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และใช้สถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ การทดสอบไคสแควร์ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48) และมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.94) นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.311, 0.259, 0.407, 0.397, 0.325, 0.355 และ 0.310 ตามลำดับ ทั้งนี้ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ และสามารถพยากรณ์พฤติกรรมการบริโภคได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (β = 0.289 และ 0.214) ดังนั้น ผู้ประกอบการควรกำหนดราคาให้เข้าถึงได้และจัดโปรโมชั่นหรือส่วนลด เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของวัยรุ่น

คำสำคัญ: อาหารประเภทหม้อไฟ, พฤติกรรมการบริโภค, ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

Abstract

This study aimed to examine: 1) personal factors and marketing mix factors; 2) hot pot consumption behavior; and 3) the relationships and influences of personal factors and marketing mix factors on hot pot consumption behavior. A quantitative research design was employed. The sample consisted of 387 adolescents in Phitsanulok Province, selected using multi-stage sampling.

* Received 7 April 2026; Revised 27 April 2026; Accepted 28 April 2026

Data were collected using a questionnaire. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were used for data analysis, while inferential statistics included Chi-square test, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis. The results revealed that the respondents had a high level of opinions toward the marketing mix factors ($\bar{X}$ = 4.48) and a high level of hot pot consumption behavior ($\bar{X}$ = 3.94). In addition, the personal factor of monthly expenditure was associated with hot pot consumption behavior. The marketing mix factors-product, price, place, promotion, people, process, and physical evidence-were positively correlated with hot pot consumption behavior at a statistical significance level of 0.01, with correlation coefficients (r) of 0.311, 0.259, 0.407, 0.397, 0.325, 0.355, and 0.310, respectively. Furthermore, the marketing mix factors of place and promotion significantly influenced hot pot consumption behavior and were able to predict such behavior at the 0.01 level of significance (β = 0.289 and 0.214). Therefore, entrepreneurs should set affordable prices and provide promotions or discounts to align with adolescents' purchasing power.

Keywords: Hot Pot, Consumption Behavior, Marketing Mix Factors

บทนำ

อาหารประเภทหม้อไฟเป็นรูปแบบการบริโภคอาหารที่ผู้บริโภคนำวัตถุดิบหลากหลายชนิด เช่น เนื้อสัตว์ ผัก และเส้น ลงปรุงในหม้อน้ำซุปที่กำลังเดือด ณ โต๊ะอาหาร และรับประทานร่วมกับน้ำจิ้มตามความนิยมของแต่ละวัฒนธรรม ลักษณะดังกล่าวสะท้อนถึงการบริโภคแบบมีส่วนร่วม (interactive dining) ซึ่งเน้นประสบการณ์ร่วมระหว่างผู้รับประทาน ทั้งนี้ อาหารลักษณะหม้อไฟมีพัฒนาการยาวนานในภูมิภาคเอเชีย โดยมีรากฐานสำคัญจากวัฒนธรรมการกินของประเทศในเอเชียตะวันออก เช่น ประเทศจีนและญี่ปุ่น ก่อนจะแพร่กระจายไปยังประเทศอื่น ๆ ในภูมิภาคเอเชียและนอกภูมิภาคตามกระแสโลกาภิวัตน์และการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมอาหาร (Wang, C. et al., 2020) สำหรับประเทศไทย อาหารประเภทหม้อไฟได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมอาหารต่างประเทศ และได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงต้นทศวรรษ 2540 เป็นต้นมา โดยเฉพาะในรูปแบบบุฟเฟต์และร้านอาหารสมัยใหม่ (Euromonitor International, 2022) แนวโน้มดังกล่าวนำไปสู่การขยายตัวของธุรกิจร้านอาหารประเภทหม้อไฟอย่างต่อเนื่อง ทั้งในรูปแบบแฟรนไชส์และผู้ประกอบการรายย่อย ซึ่งสามารถดึงดูดความสนใจจากนักลงทุนและผู้ประกอบการจำนวนมาก อันเป็นผลมาจากพฤติกรรมผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับประสบการณ์การรับประทานอาหารร่วมกันและความหลากหลายของเมนู (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2565)

ในปัจจุบัน ธุรกิจอาหารประเภทหม้อไฟนับเป็นหนึ่งในกลุ่มธุรกิจบริการอาหารที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างหลากหลาย เนื่องจากมีระดับราคาที่แตกต่างและเข้าถึงได้ง่าย ครอบคลุมผู้บริโภคหลายช่วงวัย โดยเฉพาะกลุ่มวัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้นอายุประมาณ 20 - 24 ปี ซึ่งส่วนใหญ่เป็นนิสิตและนักศึกษา กลุ่มดังกล่าวถือเป็นผู้บริโภคหลักที่มีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนความสำเร็จของธุรกิจ ทั้งในด้านความถี่ของการใช้บริการและปริมาณการบริโภค สอดคล้องกับแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภคที่ชี้ให้เห็นว่ากลุ่มคนรุ่นใหม่มักให้ความสำคัญกับประสบการณ์การรับประทานอาหารร่วมกันและความคุ้มค่า (Wang, C. et al., 2020) ขณะเดียวกัน ข้อมูลแนวโน้มธุรกิจร้านอาหารบนแพลตฟอร์มเดลิเวอรีในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2566 ระบุว่า ธุรกิจอาหารประเภทหม้อไฟมีอัตราการเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 18.3 ในช่วงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565 ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2566 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงระดับความนิยมและศักยภาพของตลาดที่ยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง (Krungsri Research, 2024) อันเป็นผลมาจากการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่การใช้บริการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

รวมถึงความต้องการความสะดวกสบายในการเข้าถึงอาหารที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจอาหารประเภทหม้อไฟจะมีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในอีกด้านหนึ่ง ธุรกิจร้านอาหารโดยรวมยังคงเผชิญกับอัตราการเลิกกิจการในระดับสูง โดยเฉพาะในช่วงระยะเริ่มต้นของการดำเนินธุรกิจ ซึ่งสะท้อนถึงความเปราะบางของอุตสาหกรรมบริการอาหารที่มีการแข่งขันสูงและมีต้นทุนการดำเนินงานที่ผันผวน (Parsa, H. G. et al., 2005) นอกจากนี้ การเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ โดยเฉพาะการขยายตัวของแพลตฟอร์มเดลิเวอรี ยังส่งผลให้การแข่งขันทวีความรุนแรงมากยิ่งขึ้น เนื่องจากผู้ประกอบการสามารถเข้าสู่ตลาดได้ง่ายขึ้นโดยไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน ส่งผลให้เกิดการแข่งขันด้านราคา คุณภาพ และการบริการอย่างเข้มข้น (Gunden, N. et al., 2020) โดยในบริบทของพื้นที่ศึกษา จากการสำรวจข้อมูลเบื้องต้นเมื่อวันที่ 5 มกราคม พ.ศ. 2567 โดยผู้วิจัยพบว่า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก มีร้านอาหารประเภทหม้อไฟจำนวนประมาณ 94 ร้าน และมีร้านที่ปิดกิจการแล้วจำนวน 43 ร้าน คิดเป็นร้อยละ 45.7 สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงระดับความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจที่ค่อนข้างสูงในพื้นที่ศึกษา ทั้งนี้ ความล้มเหลวของธุรกิจร้านอาหารอาจเกิดจากหลายปัจจัย เช่น การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคที่ไม่แม่นยำ การเลือกทำเลที่ตั้งที่ไม่เหมาะสม รวมถึงการขาดการวางแผนเชิงกลยุทธ์ที่มีประสิทธิภาพ (Parsa, H. G. et al., 2005) นอกจากนี้ ผลกระทบจากการเลิกกิจการไม่ได้จำกัดอยู่เพียงด้านเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อสุขภาวะของผู้ประกอบการ ทั้งในด้านสุขภาพกายและสุขภาพจิต เช่น ความเครียดและภาวะกดดันจากภาระหนี้สินและความไม่แน่นอนทางธุรกิจ ซึ่งอาจนำไปสู่ปัญหาสุขภาพจิตในระยะยาว (Stephan, U., 2018)

การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยการวางแผนทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งถือเป็นองค์ประกอบพื้นฐานสำคัญในการบริหารจัดการทั้งธุรกิจสินค้าและบริการ แนวคิดดั้งเดิมของส่วนประสมทางการตลาด 4P ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการขาย (Promotion) ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค (Kotler, P. & Keller, K. L., 2016) ต่อมา เมื่อบริบททางธุรกิจเปลี่ยนแปลงไปตามความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีและการเข้าสู่ยุคดิจิทัล โดยเฉพาะในภาคธุรกิจบริการ จึงมีการขยายแนวคิดดังกล่าวเป็น 7P โดยเพิ่มองค์ประกอบด้านบุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) เพื่อให้สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของธุรกิจบริการและการสร้างประสบการณ์ที่ดีแก่ผู้บริโภค แนวคิดดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อธุรกิจร้านอาหารประเภทหม้อไฟ ซึ่งเป็นธุรกิจที่เน้นประสบการณ์การบริโภคและการมีส่วนร่วมของผู้ใช้บริการเป็นหลัก นอกจากส่วนประสมทางการตลาดแล้ว พฤติกรรมผู้บริโภคยังเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของธุรกิจ การทำความเข้าใจพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ ความต้องการ และทัศนคติของผู้บริโภค จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถออกแบบสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังช่วยลดความเสี่ยงในการดำเนินธุรกิจ เนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องภายใต้อิทธิพลของปัจจัยด้านเทคโนโลยี รูปแบบการดำเนินชีวิต และสภาพเศรษฐกิจ (Solomon, M. R., 2018) หากผู้ประกอบการไม่สามารถปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว อาจส่งผลให้ธุรกิจสูญเสียความสามารถในการแข่งขันและนำไปสู่ความล้มเหลวในที่สุดนอกจากนี้ ในปัจจุบัน ธุรกิจอาหารประเภทหม้อไฟมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ โดยไม่ได้มุ่งเน้นเพียงรูปแบบหน้าร้านเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการออกแบบอาหารให้มีความสวยงามเหมาะแก่การถ่ายภาพและการเผยแพร่ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการพัฒนากระบวนการให้บริการ เช่น ระบบการจองออนไลน์ ความรวดเร็วในการให้บริการ และการจัดส่งอาหาร ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงของตลาดและความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบัน ซึ่งวัยรุ่นเป็นกลุ่มที่มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจบริโภคทั้งของตนเองและมีอิทธิพลต่อเพื่อนและครอบครัวผ่านการแนะนำและการสื่อสารในสังคมออนไลน์ จึงเหมาะสมเป็นกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา

ด้วยเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก โดยมุ่งเน้นการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P ร่วมกับพฤติกรรมผู้บริโภค เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับผู้ประกอบการในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการดำเนินธุรกิจให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในช่วงเวลาหนึ่ง อันจะช่วยเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขัน ลดความเสี่ยงในการปิดกิจการ และสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น ซึ่งสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) เป้าหมายที่ 8 ว่าด้วยการส่งเสริมการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจอย่างต่อเนื่อง ครอบคลุม และยั่งยืน การจ้างงานที่มีคุณค่า และการเพิ่มผลิตภาพแรงงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมุ่งศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ในกลุ่มวัยรุ่นอายุ 20 - 24 ปี ในจังหวัดพิษณุโลก

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20 - 24 ปี ในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก จำนวน 11,499 คน (กรมการปกครอง, 2568) กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20 - 24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 387 คน ซึ่งคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 โดยผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) โดยเริ่มจากการสุ่มเลือกพื้นที่/ชุมชนในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จากนั้นสุ่มสถานที่ และคัดเลือกวัยรุ่นอายุ 20–24 ปีตามเกณฑ์ที่กำหนดเพื่อเป็นกลุ่มตัวอย่างโดยมีเกณฑ์การคัดเข้า (Inclusion Criteria) คือ วัยรุ่นอายุระหว่าง 20-24 ปี และยินดีเข้าร่วม และมีเกณฑ์การคัดออก (Exclusion Criteria) คือ ผู้ที่ไม่สามารถตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วนสมบูรณ์ (Yamane, T., 1973)

เครื่องมือการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีตัวแปรที่ทำการศึกษาประกอบด้วย ตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) ซึ่งหมายถึง องค์ประกอบทางการตลาด 7 ด้าน ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา สถานที่จัดจำหน่าย การส่งเสริมการขาย บุคลากร กระบวนการให้บริการ และสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ที่ผู้ประกอบการใช้ร่วมกันเพื่อกระตุ้นและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคของผู้บริโภค และตัวแปรตาม ได้แก่ พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ซึ่งหมายถึง การแสดงออกของผู้บริโภคในการเลือกรับประทานอาหารประเภทหม้อไฟ ซึ่งครอบคลุมลักษณะการบริโภค เหตุผลในการตัดสินใจ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ โอกาสในการบริโภค และความถี่ในการบริโภค

ผู้วิจัยเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaires) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น ประกอบไปด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน (Check Lists) จำนวน 4 ข้อ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 35 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับ คะแนน ตั้งแต่น้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด มีคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนนตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ จำนวน 10 ข้อ มีลักษณะเป็นข้อคำถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนโดยเรียงลำดับ คะแนน ตั้งแต่น้อยที่สุดไปถึงมากที่สุด มีคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 คะแนนตามลำดับ

การแปรผลคะแนนค่าเฉลี่ย (Aphisamacharayothin, P. et al., 2026) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49	หมายถึง	ระดับน้อยที่สุด
ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49	หมายถึง	ระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49	หมายถึง	ระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49	หมายถึง	ระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.00	หมายถึง	ระดับมากที่สุด

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามตามวัตถุประสงค์การวิจัยและนำเสนอให้ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 ท่านตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) เพื่อหาค่าดัชนีความตรงของเนื้อหา (Content Validity Index: CVI) ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนีความตรงของแต่ละข้อคำถาม (I-CVI) อยู่ระหว่าง 0.80–1.00 และค่าดัชนีความตรงของแบบสอบถามโดยรวม (S-CVI) เท่ากับ 0.93 แสดงว่าเครื่องมือมีความตรงเชิงเนื้อหาในเกณฑ์ดี จากนั้นได้นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน เพื่อประเมินค่าอำนาจจำแนกรายข้อ (Corrected Item-Total Correlation) ซึ่งอยู่ระหว่าง 0.38–0.78 และประเมินความเชื่อมั่นด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach’s Alpha Coefficient) พบว่าแบบสอบถามปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีค่า α = 0.91 และพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ มีค่า α = 0.87 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในเกณฑ์ดีมาก (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน และนพดล ทองอร่าม, 2568) สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์เชิงปริมาณได้อย่างเหมาะสม

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างวัยรุ่นอายุระหว่าง 20–24 ปี ในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 387 คน โดยใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือในการวิจัย ซึ่งกลุ่มตัวอย่างได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multistage Sampling) ทั้งนี้ ก่อนดำเนินการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยได้ชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย แนวทางการตอบแบบสอบถาม ตลอดจนสิทธิของผู้เข้าร่วมในการเข้าร่วมหรือปฏิเสธการให้ข้อมูลโดยสมัครใจ และสามารถยุติการเข้าร่วมได้ทุกเมื่อโดยไม่เกิดผลกระทบใด ๆ แบบสอบถามประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลส่วนบุคคล ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ โดยข้อคำถามในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและพฤติกรรมการบริโภคใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลครบถ้วน ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงปริมาณ ทั้งนี้ การดำเนินการวิจัยเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย โดยคำนึงถึงการรักษาความลับและความปลอดภัยของข้อมูลของผู้เข้าร่วมอย่างเคร่งครัด

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดแนวทางการวิเคราะห์ตามสมมติฐานการวิจัย ได้แก่

H1: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก

H2: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผู้วิจัยใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยประกอบด้วย

1. สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรที่ศึกษา

2. สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) ได้แก่ 1) การทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงคุณภาพ 2) สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation) ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเชิงปริมาณที่มีการวัดในระดับช่วงหรืออัตราส่วน และ 3) สัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Coefficient) ใช้ในการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูล (Data Cleaning) และทำการเข้ารหัสข้อมูล (Coding) ก่อนนำเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยตัวแปรเชิงคุณภาพถูกแปลงเป็นตัวเลขเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ และตัวแปรเชิงปริมาณถูกตรวจสอบค่าผิดปกติ (Outliers) และการกระจายของข้อมูล เพื่อให้เหมาะสมกับการเลือกใช้สถิติและก่อนการวิเคราะห์ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของสถิติ ได้แก่ การทดสอบการกระจายตัวแบบปกติ (Normality) ความเป็นอิสระของข้อมูล (Independence) ความสัมพันธ์เชิงเส้น (Linearity) และปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถใช้สถิติที่เลือกได้อย่างเหมาะสม

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 260 คน คิดเป็นร้อยละ 67.2 รองลงมาเป็นเพศชาย จำนวน 116 คน คิดเป็นร้อยละ 30.0 และเป็นกลุ่ม LGBTQ จำนวน 11 คน คิดเป็นร้อยละ 2.8 เมื่อพิจารณาจำแนกตามอายุ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 20 ปี จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 22.9 รองลงมาเป็นกลุ่มอายุ 21 ปี จำนวน 80 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 อายุ 22 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 19.4 อายุ 23 ปี จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 18.9 และอายุ 24 ปี จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 18.1 ตามลำดับ ในด้านรายได้ต่อเดือน พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 323 คน คิดเป็นร้อยละ 83.5 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายได้ระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 58 คน คิดเป็นร้อยละ 15.0 และกลุ่มที่มีรายได้ตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไป จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 1.6 สำหรับรายจ่ายต่อเดือน พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายจ่ายไม่เกิน 10,000 บาท จำนวน 301 คน คิดเป็นร้อยละ 77.8 รองลงมาเป็นกลุ่มที่มีรายจ่ายระหว่าง 10,001 - 20,000 บาท จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 20.4 และกลุ่มที่มีรายจ่ายตั้งแต่ 20,001 บาทขึ้นไปจำนวน 7 คนคิดเป็นร้อยละ 1.8

2. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.57	0.49	มากที่สุด
2. ด้านราคา (Price)	4.55	0.52	มากที่สุด
3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place)	4.26	0.63	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion)	4.40	0.59	มาก
5. ด้านบุคคลหรือพนักงานในองค์กร (People)	4.55	0.53	มากที่สุด
6. ด้านกระบวนการให้บริการ (Process)	4.51	0.54	มากที่สุด
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.56	0.53	มากที่สุด
เฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	**4.48**	**0.46**	**มาก**

จากตารางที่ 1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.48, S.D. = 0.46) เมื่อพิจารณารายด้านได้ข้อมูลดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.57 (S.D. = 0.49) เมื่อพิจารณาในรายละเอียด พบว่า ความสะอาดและความสดใหม่ของวัตถุดิบ รสชาติของอาหาร การใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และความหลากหลายของรายการอาหาร เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟในระดับมากที่สุด นอกจากนี้ การนำเสนอเมนูใหม่อย่างสม่ำเสมอยังมีผลต่อการเลือกใช้บริการในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความคุ้มค่าของอาหารเป็นสำคัญ

2. ด้านราคา พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 (S.D. = 0.52) โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคาเมื่อเปรียบเทียบกับคุณภาพวัตถุดิบ ปริมาณอาหาร และระยะเวลาที่สามารถรับประทานได้ รวมถึงการแสดงราคาอย่างชัดเจนและโปร่งใส ทั้งนี้ การรับรู้ถึงความคุ้มค่าเมื่อเปรียบเทียบกับผู้ให้บริการรายอื่นยังส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟในระดับมาก

3. ด้านสถานที่จัดจำหน่าย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 (S.D. = 0.63) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการ ได้แก่ ความสะดวกในการเดินทาง ที่ตั้งของร้าน ความพร้อมของพื้นที่จอดรถ ความสะดวกในการติดต่อจองโต๊ะ เวลาเปิด - ปิดให้บริการ และการให้บริการจัดส่งอาหารถึงที่พัก ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังของผู้บริโภคต่อความสะดวกสบายในการเข้าถึงบริการ

4. ด้านการส่งเสริมการขาย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.40 (S.D. = 0.59) โดยการจัดทำส่วนลดในโอกาสพิเศษหรือเทศกาล การประชาสัมพันธ์เมนูและโปรโมชั่นผ่านสื่อออนไลน์อย่างต่อเนื่อง การมอบสิทธิพิเศษแก่สมาชิก รวมถึงการจัดกิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น บัตรสะสมแต้ม และการร่วมรายการกับบัตรเครดิตหรือเครือข่ายโทรศัพท์ ล้วนมีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

5. ด้านบุคคลหรือพนักงานในองค์กร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 (S.D. = 0.53) โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความถูกต้องและรวดเร็วในการให้บริการ มนุษยสัมพันธ์ของพนักงาน ความสุภาพเรียบร้อยในการแต่งกาย ทักษะในการสื่อสารและการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า รวมถึงการต้อนรับและการทักทายลูกค้า ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพของบุคลากรเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์การใช้บริการ

6. ด้านกระบวนการให้บริการ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.51 (S.D. = 0.54) โดยปัจจัยที่มีอิทธิพล ได้แก่ การเติมวัตถุดิบอย่างสม่ำเสมอ การจัดลำดับคิวอย่างเป็นระบบ ความสะดวกของขั้นตอนการจอง การรับคำสั่งอาหารที่รวดเร็วและถูกต้อง รวมถึงการจัดเตรียมที่นั่งอย่างทันท่วงที ซึ่งสะท้อนถึงความสำคัญของการบริหารจัดการบริการที่มีประสิทธิภาพ

7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.56 (S.D. = 0.53) โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะอาดของสถานที่ อุปกรณ์และภาชนะที่ใช้ บรรยากาศภายในร้าน ความกว้างขวางและความสะดวกสบายของพื้นที่ให้บริการ ตลอดจนความเพียงพอของที่นั่งรอ ซึ่งล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

3. การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

รายการ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับ
1. นิยมไปรับประทานร่วมกับกลุ่มเพื่อน	4.26	0.93	มาก
2. สามารถนั่งรับประทานได้เป็นระยะเวลานาน	4.24	0.89	มาก
3. เลือกรับประทานที่ร้านมากกว่าที่บ้าน	4.16	1.04	มาก
4. เลือกใช้บริการตามคำแนะนำของเพื่อน	4.04	0.94	มาก
5. เลือกใช้บริการจากโฆษณาในสื่อต่าง ๆ	4.03	0.96	มาก
6. ใช้ร้านเป็นสถานที่ผ่อนคลาย/พบปะ/ฉลองโอกาสพิเศษ	4.00	1.05	มาก
7. เลือกบริโภคเนื่องจากความหิว	3.87	1.11	มาก
8. ไปรับประทานร่วมกับครอบครัวและญาติ	3.74	1.13	มาก
9. เลือกใช้บริการตามคำแนะนำของครอบครัว	3.64	1.24	มาก
10. บริโภคอาหารประเภทหม้อไฟเป็นประจำ	3.44	1.10	ปานกลาง
เฉลี่ยพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ	**3.94**	**0.76**	**มาก**

จากตารางที่ 2 กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 3.94, S.D. = 0.76) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า พฤติกรรมที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ได้แก่ การนิยมไปรับประทานอาหารประเภทหม้อไฟร่วมกับกลุ่มเพื่อน การสามารถนั่งรับประทานอาหารประเภทหม้อไฟได้เป็นระยะเวลานาน และการเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทหม้อไฟมากกว่าการรับประทานที่บ้าน ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงลักษณะการบริโภคที่เน้นกิจกรรมทางสังคมและการใช้เวลาในการรับประทานอาหารร่วมกัน

นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างยังมีพฤติกรรมเลือกใช้บริการร้านอาหารประเภทหม้อไฟตามคำแนะนำของเพื่อน และจากการรับรู้ผ่านสื่อโฆษณาต่าง ๆ รวมถึงการใช้ร้านอาหารประเภทหม้อไฟเป็นสถานที่สำหรับการผ่อนคลาย พบปะพูดคุย หรือเฉลิมฉลองในโอกาสต่าง ๆ ขณะที่พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟเป็นประจำมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง แสดงให้เห็นว่าแม้กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติและพฤติกรรมเชิงบวกต่ออาหารประเภทหม้อไฟ แต่ความถี่ในการบริโภคอาจขึ้นอยู่กับโอกาสและปัจจัยแวดล้อมอื่น ๆ ร่วมด้วย

4. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน และรายจ่ายต่อเดือน กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า เพศ อายุ และรายได้ต่อเดือน ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม พบว่าปัจจัยด้านรายจ่ายต่อเดือนมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (χ^2 = 14.82, p = 0.002) แสดงให้เห็นว่าค่าใช้จ่ายต่อเดือนเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความเกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของกลุ่มตัวอย่าง

5. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ของวัยรุ่นในอำเภอเมืองจังหวัดพิษณุโลก สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อ (Y)
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) (X_1)	$r = 0.311^{**}$
ด้านราคา (Price) (X_2)	$r = 0.259^{**}$
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (Place) (X_3)	$r = 0.407^{**}$
ด้านการส่งเสริมการขาย (Promotion) (X_4)	$r = 0.397^{**}$
ด้านบุคคล หรือพนักงานในองค์กร (People) (X_5)	$r = 0.325^{**}$

ตารางที่ 3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ (ต่อ)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อ (Y)
ด้านกระบวนการ (Process) (X_6)	r = 0.355**
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (Physical Evidence) (X_7)	r = 0.310**

** p < 0.001

จากตารางที่ 3 พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ 0.311, 0.259, 0.407, 0.397, 0.325, 0.355 และ 0.310 ตามลำดับ สะท้อนให้เห็นว่าองค์ประกอบปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดมีความเกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของกลุ่มตัวอย่างในทิศทางเดียวกัน

6. การวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ ของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก สามารถพิจารณาได้ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์อิทธิพลของการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ (Y)

Model	β	t	p-value
(Constant)	1.208	3.348	<.001**
ด้านสถานที่จัดจำหน่าย (X_3)	0.289	3.263	<.001**
ด้านการส่งเสริมการขาย (X_4)	0.214	2.361	<.001**
R = 0.850	**R^2 = 0.723**		**F = 141.330**

** p < 0.001

หมายเหตุ: ผู้วิจัยได้ตรวจสอบ Multicollinearity ด้วยค่า VIF และ Tolerance (อยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้) และใช้วิธี Enter ในการนำตัวแปรทั้งหมดเข้าสมการถดถอยเพื่อยืนยันความน่าเชื่อถือของแบบจำลอง โดยนำเสนอเฉพาะตัวแปรที่มีนัยสำคัญ

จากตารางที่ 4 ปัจจัยด้านสถานที่จัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการขายเป็นปัจจัยที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ต่อการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ (β = 0.289 และ 0.214 p < 0.001) โดยแบบจำลองมีค่า F เท่ากับ 141.330 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรตามได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ แบบจำลองมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.850 และค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจ (R^2) เท่ากับ 0.723 แสดงให้เห็นว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสามารถอธิบายหรือพยากรณ์พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในพื้นที่ศึกษาได้ร้อยละ 72.30

อภิปรายผล

ผู้วิจัยได้อภิปรายผลการวิจัยโดยพิจารณาตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยมีรายละเอียด ดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุประมาณ 20 ปี และมีรายได้ไม่เกิน 10,000 บาท สะท้อนลักษณะของผู้บริโภควัยรุ่นตอนปลายที่ให้ความสำคัญกับความคุ้มค่าและประสบการณ์ในการบริโภค สอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคที่ระบุว่า ปัจจัยด้านอายุและรายได้มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (Solomon, M. R., 2018) ซึ่งในด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าอยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการบริหารการตลาดยุคใหม่ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ, 2562) ที่ระบุว่าปัจจัยด้านคุณภาพ

อาหาร การบริการ และบรรยากาศร้านมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการร้านอาหารของผู้บริโภคไทยอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพอาหาร บรรยากาศร้าน และการบริการสอดคล้องกับแนวคิด 7Ps ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านบริการและประสบการณ์มีผลต่อความพึงพอใจและการตัดสินใจใช้บริการ (Kotler, P. & Keller, K. L., 2016)

2. ผลการศึกษาพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมการบริโภคอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นถึงระดับความนิยมของอาหารประเภทหม้อไฟในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยผู้ใหญ่ตอนต้นอย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรีธร ขาวหมดจดและคณะ ที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องกระบวนการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร (ศิรีธร ขาวหมดจด และคณะ, 2021) ที่ได้ระบุว่าปัจจัยด้านคุณภาพอาหาร การบริการ และบรรยากาศของร้านอาหาร มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้บริการของผู้บริโภคไทยอย่างมีนัยสำคัญ (ศิรีธร ขาวหมดจด และคณะ, 2021) ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า พฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการตอบสนองความต้องการพื้นฐานด้านอาหารเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับประสบการณ์การบริโภคและการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคม โดยเฉพาะการใช้ร้านอาหารเป็นพื้นที่สำหรับการพบปะสังสรรค์กับเพื่อนหรือบุคคลใกล้ชิดในชีวิตประจำวัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค (Solomon, M. R., 2018) นอกจากนี้ ลักษณะเฉพาะของอาหารประเภทหม้อไฟที่เปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการปรุงอาหารด้วยตนเอง รวมถึงความหลากหลายของวัตถุดิบและรูปแบบการให้บริการ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมความพึงพอใจและความถี่ในการใช้บริการ สอดคล้องกับการศึกษาที่พบว่า คุณภาพอาหาร บรรยากาศ และประสบการณ์โดยรวมมีอิทธิพลต่อความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่าพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟเป็นผลมาจากการผสมผสานระหว่างปัจจัยด้านสังคม ประสบการณ์และคุณลักษณะของการให้บริการ ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งในบริบทอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลกซึ่งเป็นเมืองศูนย์กลางการศึกษา ปัจจัยด้านสถานที่จึงมีอิทธิพลสูงเพราะเอื้อต่อการเข้าถึงและการนัดพบ ขณะเดียวกันการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟยังสะท้อนความคุ้มค่าเชิงประสบการณ์ในฐานะพื้นที่ทางสังคมของวัยรุ่นมากกว่า

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์และอิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟ พบว่า รายจ่ายต่อเดือนเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับงานวิจัยของพิษนุ อภิสมาจารโยธิน และนพดล ทองอร่ามที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องอิทธิพลของปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อระดับความมั่นคงทางด้านอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดพิษณุโลก (พิษนุ อภิสมาจารโยธิน และนพดล ทองอร่าม, 2568) ที่ระบุว่าความสามารถในการใช้จ่ายเป็นตัวกำหนดความถี่และรูปแบบการบริโภคอาหารนอกบ้าน โดยเฉพาะร้านอาหารประเภทหม้อไฟที่มักมีลักษณะการบริโภคแบบกลุ่มและมีค่าใช้จ่ายต่อครั้งในระดับปานกลางถึงสูง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่ให้ความสำคัญกับทั้งความคุ้มค่าและประสบการณ์ร่วม Kotler, P., & Keller, K. L., 2021) ในส่วนของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด พบว่าทั้ง 7 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการบริโภค โดยเฉพาะด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า ทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึง รวมถึงบรรยากาศของร้านอาหาร มีบทบาทสำคัญในการสร้างประสบการณ์การบริโภค ขณะที่กิจกรรมส่งเสริมการขาย เช่น ส่วนลด โปรโมชั่น หรือการสื่อสารผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจและเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของมธุรส พลพวก และธรรมวิมล สุขเสริมที่ได้ศึกษาวิจัยเรื่องความต้องการของผู้บริโภคที่จะเข้าใช้บริการร้านชาบูอินดี้ในอำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี (มธุรส พลพวก และธรรมวิมล สุขเสริม, 2565) ที่ระบุว่าปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง การเข้าถึงร้าน และกิจกรรมส่งเสริมการขาย มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค

อย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยทางการตลาดยังคงเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจร้านอาหาร (Aphisamacharayothin, P., 2021) ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารประเภทหม้อไฟควรให้ความสำคัญกับการวางกลยุทธ์ด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการเข้าถึงบริการควบคู่กับการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่ตอบสนองต่อพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ดีภายในร้าน เพื่อเพิ่มความพึงพอใจ ความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในระยะยาว

สรุปและข้อเสนอแนะ

วัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก ส่วนใหญ่มีพฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟอยู่ในระดับมาก โดยรายจ่ายต่อเดือนเป็นปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการบริโภคอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้านมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมดังกล่าว โดยเฉพาะด้านสถานที่จัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการขายที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการเลือกทำเลที่ตั้งที่สะดวกต่อการเข้าถึง ใกล้แหล่งชุมชนหรือสถานศึกษา และพัฒนาช่องทางการให้บริการทั้งหน้าร้านและแพลตฟอร์มออนไลน์ ควบคู่กับการออกแบบกิจกรรมส่งเสริมการขายที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น โปรโมชั่น ส่วนลด หรือแคมเปญทางการตลาด เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจและเพิ่มความถี่ในการใช้บริการ นอกจากนี้ ควรพัฒนาปัจจัยด้านอื่นร่วมด้วย เช่น คุณภาพอาหาร การบริการ และบรรยากาศร้าน เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดี เพิ่มความพึงพอใจของผู้บริโภค และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาวผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า พฤติกรรมการบริโภคอาหารประเภทหม้อไฟของวัยรุ่นในอำเภอเมือง จังหวัดพิษณุโลก เป็นผลมาจากการผสมผสานระหว่างปัจจัยส่วนบุคคล โดยเฉพาะด้านรายจ่ายต่อเดือน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะด้านสถานที่จัดจำหน่ายและการส่งเสริมการขาย ซึ่งแสดงให้เห็นถึงบทบาทของบริบทเชิงพื้นที่และกลยุทธ์ทางการตลาดในการกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ดังนั้น การพัฒนาธุรกิจร้านอาหารประเภทหม้อไฟจึงควรมุ่งเน้นการออกแบบกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทของพื้นที่และพฤติกรรมของกลุ่มเป้าหมายอย่างเฉพาะเจาะจง ไม่ใช่เพียงการใช้แนวทางทั่วไป โดยควรดำเนินการในหลายด้าน ได้แก่ ผู้ประกอบการควรใช้ข้อมูลพฤติกรรมผู้บริโภคในการวิเคราะห์และกำหนดกลุ่มเป้าหมายอย่างชัดเจน (Segmentation) เพื่อออกแบบกลยุทธ์ทางการตลาดให้ตรงกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม ควรนำเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อสังคมออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์และสร้างการรับรู้ เช่น การรีวิว การใช้ Influencer หรือการทำคอนเทนต์ เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและดึงดูดลูกค้าใหม่ ผู้ประกอบการควรเพิ่มความสะดวกเชิงดิจิทัล เช่น การปักหมุดร้านบน Google Maps ให้แม่นยำ และมีระบบจองโต๊ะออนไลน์ เพื่อรองรับพฤติกรรมการวางแผนผ่านสมาร์ทโฟนของวัยรุ่น และควรมีการติดตามและประเมินผลความพึงพอใจของลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงคุณภาพสินค้าและบริการให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงไป และผู้ประกอบการควรใช้กลยุทธ์ราคาที่ยืดหยุ่น เช่น จัดเซตเมนูราคาประหยัดและโปรโมชั่นช่วงวันธรรมดา เพื่อให้สอดคล้องกับกำลังซื้อของวัยรุ่นที่มีงบประมาณจำกัด นอกจากนี้ การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาปัจจัยอื่นเพิ่มเติม เช่น ความพึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า และอิทธิพลของสื่อสังคมออนไลน์ที่มีต่อพฤติกรรมการบริโภค เพื่อให้เข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งควรขยายขอบเขตพื้นที่การศึกษาไปยังจังหวัดหรือภูมิภาคอื่น เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละบริบท อีกทั้งควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) โดยเพิ่มการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถอธิบายเหตุผลและแรงจูงใจของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมความสมบูรณ์ของผลการวิจัยและเพิ่มความแม่นยำในการนำไปประยุกต์ใช้ต่อไปในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กรมการปกครอง. (2568). ระบบสถิติทางการทะเบียน. เรียกใช้เมื่อ 1 ธันวาคม 2568 จาก https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMenu/newStat/home.php

พิษนุ อภิสมาจารโยธิน และนพดล ทองอร่าม. (2568). อิทธิพลของปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสังคมที่มีต่อระดับความมั่นคงทางด้านอาหารของผู้สูงอายุในจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 12(12), 103-114.

มธุรส พลพวก และธรรมวิมล สุขเสริม. (2565). ความต้องการของผู้บริโภคที่จะเข้าใช้บริการ ร้านชาบูอินดี้ในอำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี. Journal of Roi Kaensarn Academi, 7(8), 441-456.

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2562). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.

ศิรีธร ขาวหมดจด และคณะ. (2021). กระบวนการตัดสินใจในการเลือกร้านอาหารของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร. วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์, 8(3), 408-422.

สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2565). รายงานพฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2565. เรียกใช้เมื่อ 1 ธันวาคม 2568 จาก https://www.etda.or.th/th/

Aphisamacharayothin, P. et al. (2026). One Health Core Competencies and Predicting Factors for One Health Workforce's Core Competencies at the Local Level in Thailand: A Case Study in Nakhon Sawan Province. The Journal of Population and Social Studies (JPSS), 34(1), 884-904.

Aphisamacharayothin, P. (2021). Career Skills Development for Youth Females, Teen Mothers, and Families. Kasetsart Journal of Social Sciences, 42(1), 185-190.

Euromonitor International. (2022). Consumer foodservice in Thailand. Retrieved November 22 , 2025, from https://www.euromonitor.com/consumer-foodservice-in-thailand.

Gunden, N. et al. (2020). Consumers' intentions to use online food delivery systems in the USA. International Journal of Contemporary Hospitality Management, 32(3), 1325-1345.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing management. (15th ed.). UK: Pearson.

Krungsri Research. (2024). Industry outlook 2023-2025: Restaurant business. Retrieved November 11, 2025, from https://www.krungsri.com/en/research/industry/industry-outlook/services/food-beverages/io/io-food-beverage-restaurant-2024-2026.

Parsa, H. G. et al. (2005). Why Restaurants Fail. Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly, 46(3), 304-322.

Solomon, M. R. (2018). Consumer behavior: Buying, having, and being. (12th ed.). UK: Pearson.

Stephan, U. (2018). Entrepreneurs' mental health and well-being: A review and research agenda. Academy of Management Perspectives, 32(3), 290-322.

Wang, C. et al. (2020). Effects of professional identity on turnover intention in China's hotel employees: The mediating role of employee engagement and job satisfaction. Journal of Hospitality and Tourism Management, 45, 10-22. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.07.002

Yamane, T. (1973). Statistics: An introduction analysis. US: Harper & Row.

บทความวิจัย

ส่วนประสมการตลาดออนไลน์และความไว้วางใจต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น ผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา*

ONLINE MARKETING MIX AND TRUST AFFECTING PURCHASING DECISIONS FOR FASHION CLOTHING VIA TIKTOK LIVE IN HAT YAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

พีระพงษ์ สงวนศิลป์, ธนัช โดดเจ็ดริ้ว, อนุวัต สงสม*
Peerapong Sanguansin, Thanut Dodjedrew, Anuwat Songsom*
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย
Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand
*Corresponding author E-mail: anuwat@tsu.ac.th
*Tel: 090 212 9444

บทคัดย่อ

การเติบโตของการซื้อขายผ่านการถ่ายทอดสด (Live Commerce) บน TikTok Live ส่งผลให้พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่สามารถตรวจสอบหรือทดลองได้ก่อนซื้อ จึงก่อให้เกิดความไม่แน่นอนและการรับรู้ความเสี่ยงที่อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนั้น การทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในบริบทดังกล่าวจึงมีความสำคัญ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาส่วนประสมการตลาดออนไลน์ และ 2) ศึกษาความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน จากการสุ่มแบบเจาะจง เครื่องมือคือแบบสอบถามออนไลน์ และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การวิเคราะห์สหสัมพันธ์ และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงลำดับอิทธิพลจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการให้บริการส่วนบุคคล ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านส่งเสริมการตลาด และด้านราคา สะท้อนบทบาทของความสะดวกในการเข้าถึงสินค้าและความต่อเนื่องของกระบวนการสั่งซื้อ ขณะที่ความไว้วางใจจำนวน 4 ด้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงลำดับอิทธิพล ได้แก่ ด้านการให้ข้อผูกมัด ด้านความใส่ใจ ด้านการให้ความสะดวกสบาย และด้านการแก้ไขสถานการณ์ ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของความน่าเชื่อถือและการตอบสนองของผู้ขายในการลดการรับรู้ความเสี่ยง ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนาช่องทางการจำหน่ายให้ใช้งานง่ายและสร้างความเชื่อมั่นผ่านข้อมูลที่โปร่งใสและการรับประกันสินค้า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจซื้อในบริบท Live Commerce

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์, ความไว้วางใจ, การตัดสินใจซื้อ, เสื้อผ้าแฟชั่น, การซื้อขายผ่านการถ่ายทอดสด

Abstract

The rapid growth of live commerce on TikTok Live has significantly transformed consumer behavior, particularly in the fashion clothing category where products cannot be physically examined or tried on prior to purchase. This situation creates uncertainty and perceived risk that

* Received 8 April 2026; Revised 26 April 2026; Accepted 28 April 2026

may influence purchasing decisions. Therefore, understanding the factors affecting purchasing decisions in this context is essential. This study aimed to (1) examine the online marketing mix and (2) investigate trust affecting purchasing decisions for fashion clothing via TikTok Live in Hat Yai District, Songkhla Province. The sample consisted of 385 respondents selected through purposive sampling. The research instrument was an online questionnaire, and the data were analyzed using descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression analysis. The results revealed that all six dimensions of the online marketing mix had a positive effect on purchasing decisions at the 0.01 level of statistical significance, ranked from highest to lowest influence as follows: place, personalization, privacy, product, promotion, and price, reflecting the importance of accessibility and continuity in the purchasing process. Meanwhile, four dimensions of trust had a positive effect on purchasing decisions at the 0.01 level of statistical significance, ranked as commitment, care, convenience, and problem-solving, indicating the critical role of credibility and seller responsiveness in reducing perceived risk. Therefore, entrepreneurs should develop user-friendly purchasing channels and enhance trust through transparent information and product guarantees in order to improve purchasing decision effectiveness in the context of live commerce.

Keywords: Online Marketing Mix, Trust, Purchasing Decision, Fashion Clothing, Live Commerce

บทนำ

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลและโซเชียลมีเดียมีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมการซื้อสินค้าที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างมาก หนึ่งในรูปแบบที่ได้รับความนิยมคือ การซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสด (Live Commerce) โดยในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ซึ่งเป็นตลาดสำคัญของแพลตฟอร์ม TikTok Live พบว่ามูลค่าการซื้อขายผ่านไลฟ์การถ่ายทอดสด เพิ่มขึ้นจาก 4.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2022 เป็น 16.3 พันล้านดอลลาร์ในปี 2023 (Campaign Asia, 2024) การซื้อขายผ่านไลฟ์การถ่ายทอดสดดังกล่าว เป็นการผสมผสานระหว่างการซื้อขายสินค้าและการสื่อสารโต้ตอบระหว่างผู้ขายและผู้ชมในเวลาเดียวกัน รูปแบบดังกล่าวช่วยสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ การตอบสนองของผู้บริโภคต่อสิ่งเร้าในบริบทของการถ่ายทอดสดสามารถอธิบายได้ด้วยกรอบแนวคิด Pleasure–Arousal–Dominance (PAD) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสิ่งเร้าทางการตลาดสามารถกระตุ้นอารมณ์ด้านความพึงพอใจ ความตื่นตัว และความรู้สึกควบคุม ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตอบสนองของผู้บริโภคโดยตรง (Filieri, R. et al., 2021); (Hollebeek, L. D. et al., 2022) เนื่องจากสามารถสร้างประสบการณ์การซื้อที่ใกล้เคียงของจริง เช่น การตอบคำถามทันที การพูดคุยกับผู้ชม รวมถึงการใช้องค์ประกอบด้านแสง สี และเสียง เพื่อสร้างบรรยากาศให้ผู้รับชมรู้สึกมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น (Vivek, S. D. et al., 2012); (Zhang, M. & Wang, C., 2023) ส่งผลให้การซื้อสินค้าผ่าน TikTok Live มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่อง และรูปแบบการขายดังกล่าวกลายเป็นช่องทางสำคัญของผู้ประกอบการทั้งรายย่อยและวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ขณะเดียวกัน รายงานของ Electronic Transactions Development Agency หรือ ETDA ระบุว่า Live Commerce เป็นโมเดลธุรกิจที่ช่วยให้ผู้ประกอบการรายเล็กสามารถเข้าถึงลูกค้าได้โดยไม่ต้องพึ่งพาช่องทางค้าปลีกแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะบนแพลตฟอร์ม TikTok Live ซึ่งได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภควัยรุ่นและวัยทำงาน นอกจากนี้ ยังพบว่ามูลค่าตลาดของ TikTok Live ในปี 2025 ยังระบุว่าสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นเป็นกลุ่มที่มียอดขายและการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของสินค้ากลุ่มนี้ในการขับเคลื่อนตลาด

ไลฟ์คอมเมิร์ซในประเทศไทย และชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในบริบทดังกล่าว (Electronic Transactions Development Agency (ETDA), 2024)

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการซื้อขายผ่าน TikTok Live จะเติบโตอย่างก้าวกระโดด แต่ช่องว่างการวิจัย (Research Gap) จากการศึกษาวิจัยก่อนหน้านี้ พบว่า งานวิจัยส่วนใหญ่ยังคงมุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการซื้อบนแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซแบบดั้งเดิม ซึ่งมีลักษณะการสื่อสารแบบทางเดียว ในขณะที่บริบทของ TikTok Live ซึ่งมีจุดเด่นด้านความรวดเร็วและการสร้างปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ (Real-time Interaction) ยังขาดการศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออย่างเป็นระบบ (Jai, T. M. et al., 2021) แม้ว่าจะมีการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในสื่อดิจิทัล แต่การอธิบายกลไกทางอารมณ์ของผู้บริโภคในบริบทของการถ่ายทอดสดยังมีจำกัด โดยเฉพาะการประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดด้านอารมณ์ เช่น Pleasure–Arousal–Dominance (PAD) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อในสถานการณ์แบบเรียลไทม์ (Hollebeek L. D. et al., 2022) โดยเฉพาะในสินค้ากลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่นที่ผู้บริโภคไม่สามารถสัมผัสเนื้อผ้าหรือทดลองสวมใส่สินค้าได้ก่อนตัดสินใจซื้อ ข้อจำกัดดังกล่าวก่อให้เกิดการรับรู้ความเสี่ยงและเป็นอุปสรรคสำคัญของการช้อปปิ้งออนไลน์ ซึ่งยังไม่ได้รับการอธิบายอย่างเพียงพอในบริบทของการซื้อขายผ่านการถ่ายทอดสด

จากแนวโน้มและช่องว่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาการตัดสินใจซื้อในฐานะผลลัพธ์ทางพฤติกรรมที่สะท้อนประสิทธิผลของการสื่อสารทางการตลาดในบริบทไลฟ์คอมเมิร์ซ โดยมุ่งเน้นปัจจัยสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ซึ่งช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคผ่านการนำเสนอสินค้าและข้อมูลแบบเรียลไทม์ (ศรัณยนันท์ ศรีจงใจ, 2561) และความไว้วางใจ ซึ่งสะท้อนความเชื่อมั่นต่อผู้ขาย สินค้า และแพลตฟอร์ม ทั้งสองปัจจัยมีบทบาทในการลดการรับรู้ความเสี่ยงและส่งเสริมการตัดสินใจซื้อ อย่างไรก็ตาม งานวิจัยเชิงประจักษ์ที่บูรณาการบทบาทของทั้งสองปัจจัยในบริบท Live Commerce โดยเฉพาะบน TikTok Live ยังมีจำกัด ทั้งที่บริบทดังกล่าวมีลักษณะเฉพาะด้านการปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์และความไม่แน่นอนสูง ซึ่งอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อแตกต่างจากอีคอมเมิร์ซแบบดั้งเดิม ดังนั้น การศึกษานี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยนำไปสู่การกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาดออนไลน์และความไว้วางใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อในบริบทดังกล่าวอย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาวิจัยนี้ ได้แก่ ผู้ใช้แอปพลิเคชัน TikTok ที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ซึ่งมีประสบการณ์ในการรับชมและเคยตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านการถ่ายทอดสด (TikTok Live) อย่างน้อย 2 ครั้ง ภายใน 1 เดือนที่ผ่านมา โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

แม้ว่าการวิจัยนี้จะใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อคัดเลือกผู้ตอบที่มีคุณสมบัติเฉพาะ แต่ผู้วิจัยใช้สูตรของ Cochran, W. G เพื่อกำหนดขนาดตัวอย่างขั้นต่ำให้เพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติ โดยคำนวณได้ดังนี้ (Cochran, W. G., 1977)

$$\mathrm{n} = \frac{p(1-p)Z^2}{e^2}$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

Z = ค่าระดับความเชื่อมั่นทางสถิติ (ที่ระดับ 95% หรือ 1.96)

p = สัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างที่กำลังสุ่ม (กำหนดให้เท่ากับ 50% หรือ 0.5)

e = ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (กำหนดที่ 0.05 หรือ 5%)

คำนวณได้

$$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{(0.05)^2} = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ดังนั้น กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมสำหรับงานวิจัยนี้คือ 385 คน ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งจะแจกแบบสอบถามให้แก่บุคคลทั่วไปในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยมีประสบการณ์ในการรับชมและเคยตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านการถ่ายทอดสด (TikTok Live) อย่างน้อย 2 ครั้ง ภายใน 1 เดือนที่ผ่านมา

การวิจัยนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ใช้ TikTok ที่เคยรับชมและตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live อย่างน้อย 2 ครั้งภายใน 1 เดือนที่ผ่านมา เพื่อให้มั่นใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีประสบการณ์ตรงกับบริบทของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือ แบบสอบถามออนไลน์ (Online Questionnaire) ซึ่งออกแบบขึ้นโดยอิงตามตัวแปรวิจัย แบ่งออกเป็น 5 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามคัดกรอง

เป็นคำถามสำหรับคัดกรองผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการรับชมและเคยตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านการถ่ายทอดสดบนแพลตฟอร์ม TikTok Live อย่างน้อย 2 ครั้ง ภายใน 1 เดือนที่ผ่านมา

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 3 ข้อมูลพฤติกรรมการใช้งาน Tiktok Live เช่น ความถี่ในการใช้งาน TikTok และความถี่ในการรับชม TikTok Live, การแสดงความคิดเห็นในไลฟ์, การกดถูกใจ ไปจนถึงการสั่งซื้อ

ส่วนที่ 4 - 6 คำถามเกี่ยวกับตัวแปรการวิจัย

คำถามในแต่ละส่วนใช้สำหรับวัดตัวแปรการวิจัย ได้แก่ ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อ โดยออกแบบในลักษณะมาตราส่วนประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ (Likert Scale) เพื่อสะท้อนระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่เห็นด้วยอย่างยิ่งถึงไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง โดยกำหนดค่าน้ำหนักคะแนนตั้งแต่ 1 ถึง 5 โดยระดับ 1 หมายถึง ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง จนกระทั่งระดับ 5 หมายถึง เห็นด้วยอย่างยิ่ง ทั้งนี้ การแปลผลค่าเฉลี่ยใช้เกณฑ์แบ่งระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ 4.21 - 5.00 ระดับมากที่สุด, 3.41 - 4.20 ระดับมาก, 2.61 - 3.40 ระดับปานกลาง, 1.81 - 2.60 ระดับน้อย และ 1.00 - 1.80 ระดับน้อยที่สุด เพื่อให้การวิเคราะห์และตีความ มีความชัดเจนและเป็นมาตรฐาน โดยครอบคลุมประเด็นดังนี้

1. ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจำหน่าย (Place) ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (Personalization) และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (Privacy) (นครินทร์ ศักดิ์สูง, 2565)

2. ความไว้วางใจ ประกอบด้วย การสื่อสาร ความใส่ใจ การให้ข้อผูกมัด การให้ความสะดวกสะบาย และการแก้ไขสถานการณ์ บูรณาการจากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน (Mayer, R. C. et al., 1995); (McKnight, D. H. et al., 2002); (Gefen, D. et al., 2003)

3. การตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ได้แก่ การรับรู้ความต้องการ การค้นหาข้อมูลการประเมินทางเลือกการตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการซื้อ (ทิพย์เกสร เพชรโสภา, 2564); (นครินทร์ ศักดิ์สูง, 2565)

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในงานวิจัยนี้ ดำเนินการในช่วงเดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2569 ใช้วิธีผสมระหว่างออนไลน์ และลงพื้นที่จริง (Offline) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างครบตามที่กำหนด จำนวน 385 ชุด แบบสอบถามถูกเผยแพร่ในรูปแบบ Google Form และส่งลิงก์ไปยังกลุ่มเป้าหมายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ TikTok, Facebook, Instagram และ Line โดยมุ่งเน้นผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในการรับชมและเคยตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านการถ่ายทอดสด (TikTok Live) อย่างน้อย 2 ครั้ง ภายใน 1 เดือนที่ผ่านมา เพื่อให้ได้แบบสอบถามประมาณ 385 ชุด ขั้นตอนการดำเนินการประกอบด้วย 1) อธิบายวัตถุประสงค์ของการวิจัยและวิธีการตอบแบบสอบถาม 2) กระตุ้นการตอบแบบสอบถามด้วยวิธีจูงใจเล็ก ๆ เช่น การแจกของรางวัล และ 3) ตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เช่น การตอบครบทุกข้อ

การตรวจสอบความถูกต้องเนื้อหา

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้ทรงคุณวุฒิที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาการตลาดหรือการวิจัยพฤติกรรมผู้บริโภค จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมของเนื้อหา ความชัดเจนของถ้อยคำ และความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัยรวมถึงตัวแปรที่ศึกษา จากนั้นได้นำความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิมาปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความเหมาะสม

ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้คำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (IOC: Index of Item Objective Congruence) พบว่าข้อคำถามที่นำไปใช้มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด (พิศิษฐ ตัณฑวณิช และพนา จินดาศรี, 2561) จึงได้นำแบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

การตรวจสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ

หลังจากปรับปรุงแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์ไปทดลองใช้ (Try-out) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะคล้ายกับกลุ่มเป้าหมายจริง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบความเชื่อมั่นของเครื่องมือ จากการคำนวณค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.85 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้คือไม่ต่ำกว่า 0.70 จึงถือว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นอยู่ในระดับที่น่าเชื่อถือ (Hair, J. F. et al., 2010)

การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะถูกตรวจสอบความถูกต้องและความครบถ้วนก่อนนำเข้าสู่โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ SPSS เพื่อวิเคราะห์ใน 2 ขั้นตอนหลัก คือ 1) สถิติเชิงพรรณนา ใช้สำหรับอธิบายข้อมูลประชากรและลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) 2) การวิเคราะห์เชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อดำเนินการตรวจสอบความสัมพันธ์และผลของตัวแปรต้น ได้แก่ ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ และบรรยากาศการถ่ายทอดสดที่มีต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคบน TikTok Live

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอโดยเริ่มต้นจากข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอย ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ดังนี้

จากการศึกษาวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54 อยู่ในช่วงอายุ 20-30 ปีมากที่สุด ร้อยละ 64.2 ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี มากที่สุด

ร้อยละ 67.5 ประกอบอาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน มากที่สุด ร้อยละ 47.8 และส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 30,000 บาทต่อเดือน ร้อยละ 64.2

จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ในประเด็นพฤติกรรมที่ผู้รับชมทำเมื่อรับชมไลฟ์เพื่อการซื้อขายสินค้าเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า พฤติกรรมที่กลุ่มตัวอย่างทำมากที่สุด คือ การสั่งซื้อสินค้า จำนวน 241 คน (ร้อยละ 62.6) รองลงมาคือ การบันทึก จำนวน 217 คน (ร้อยละ 56.4) การกดถูกใจ จำนวน 190 คน (ร้อยละ 49.4) การแสดงความคิดเห็น จำนวน 188 คน (ร้อยละ 48.8) และพฤติกรรมที่ทำน้อยที่สุดคือ การแชร์ จำนวน 182 คน (ร้อยละ 47.3) ตามลำดับ

สำหรับความถี่ในการทำการสั่งซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความถี่ ในการสั่งซื้ออยู่ที่ 1 - 2 ครั้งต่อเดือน จำนวน 150 คน (ร้อยละ 39.0) รองลงมาคือ สั่งซื้อ 3 - 4 ครั้งต่อเดือน จำนวน 123 คน (ร้อยละ 31.9) สั่งซื้อ 5-6 ครั้งต่อเดือน จำนวน 99 คน (ร้อยละ 25.7) และมีความถี่ในการสั่งซื้อมากกว่า 6 ครั้งขึ้นไป จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.4) ตามลำดับ ในส่วนของค่าใช้จ่ายเฉลี่ยในการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ผลการวิเคราะห์พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย ต่ำกว่า 500 บาท จำนวน 166 คน (ร้อยละ 43.1) รองลงมามีค่าใช้จ่ายเฉลี่ย 501-1,000 บาท จำนวน 126 คน (ร้อยละ 32.7) มีค่าใช้จ่าย 1,001 - 1,500 บาท จำนวน 56 คน (ร้อยละ 14.5) มีค่าใช้จ่ายมากกว่า 2,000 บาทขึ้นไป จำนวน 24 คน (ร้อยละ 6.2) และมีค่าใช้จ่าย 1,501 - 2,000 บาท จำนวน 13 คน (ร้อยละ 3.4) ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อ

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์	3.51	.85	มาก
ด้านราคา	3.59	.91	มาก
ด้านช่องทางการจำหน่าย	3.56	.87	มาก
ด้านส่งเสริมการตลาด	3.66	.86	มาก
ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	3.57	.88	มาก
ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	3.61	.89	มาก
รวม	**3.58**	**.64**	**มาก**
ความไว้วางใจ	$\bar{x}$	**S.D.**	**การแปลผล**
การสื่อสาร	4.08	.78	มาก
ความใส่ใจ	3.56	.89	มาก
การให้ข้อผูกมัด	3.56	.88	มาก
การให้ความสะดวกสบาย	4.39	.82	มาก
การแก้ไขสถานการณ์	4.16	.84	มาก
รวม	**3.95**	**.65**	**มาก**
การตัดสินใจซื้อ	$\bar{x}$	**S.D.**	**การแปลผล**
การรับรู้ความต้องการ	3.76	.81	มาก
การค้นหาข้อมูล	3.75	.82	มาก
การประเมินทางเลือก	3.75	.80	มาก
การตัดสินใจซื้อ	4.45	.90	มาก
พฤติกรรมหลังการซื้อ	3.76	.82	มาก
รวม	**3.89**	**.72**	**มาก**

หมายเหตุ คะแนนเฉลี่ย 4.21 - 5.00 = ระดับมากที่สุด คะแนนเฉลี่ย 3.41 - 4.20 = ระดับมาก
คะแนนเฉลี่ย 2.61 - 3.40 = ระดับปานกลาง คะแนนเฉลี่ย 1.81 - 2.60 = ระดับน้อย
คะแนนเฉลี่ย 1.00 - 1.80 = ระดับน้อยที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ความไว้วางใจ และการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 3.58, 3.95 และ 3.89 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก

เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านส่งเสริมการตลาด (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.66) ขณะที่ตัวแปรความไว้วางใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการให้ความสะดวกสะบาย (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39) และตัวแปรการตัดสินใจซื้อ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45)

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	X1	X2	X3	X4	X5	X6	VIF	Tolerance
1. ด้านผลิตภัณฑ์ (X1)	-	.46**	.35**	.57**	.44**	.35**	1.61	.62
2. ด้านราคา (X2)		-	.38**	.44**	.75**	.35**	2.39	.42
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย (X3)			-	.44**	.45**	.36**	1.40	.72
4. ด้านส่งเสริมการตลาด(X4)				-	.49**	.48**	1.86	.54
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล (X5)					-	.44**	2.63	.38
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (X6)						-	1.42	.71

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่าตัวแปรอิสระด้านส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ (X1 - X6) ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยมีค่าความสัมพันธ์ระดับปานกลางถึงสูง (r = .35 ถึง .75) ทั้งนี้ จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Tolerance) ทุกตัวแปรมีค่าสูงกว่า 0.10 และค่าปัจจัยการขยายความแปรปรวน (VIF) ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า 10.00 (VIF = 1.40 - 2.63) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระเหล่านี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเชิงเส้นพหุ (Multicollinearity) หรือตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กันสูงเกินไป ที่อาจส่งผลให้การประมาณค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมีความคลาดเคลื่อน ค่าความแปรปรวนของค่าสัมประสิทธิ์สูงขึ้น และทำให้การตีความอิทธิพลของตัวแปรแต่ละตัวขาดความชัดเจน ดังนั้น จากการที่ไม่มีปัญหาดังกล่าว จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในขั้นตอนต่อไปได้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรความไว้วางใจ

ความไว้วางใจ	X1	X2	X3	X4	X5	VIF	Tolerance
1. การสื่อสาร (X1)	-	.28**	.38**	.66**	.58**	1.87	.53
2. ความใส่ใจ (X2)		-	.49**	.42**	.48**	1.53	.65
3. การให้ข้อผูกมัด (X3)			-	.41**	.40**	1.45	.69
4. การให้ความสะดวกสบาย (X4)				-	.78**	3.04	.33
5. การแก้ไขสถานการณ์ (X5)					-	2.79	.36

หมายเหตุ: **มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่าตัวแปรอิสระด้านความไว้วางใจ (X1 - X5) ทุกตัวมีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำถึงสูง (r = .28 ถึง .78) ทั้งนี้ จากการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์การถดถอย พบว่าค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (Tolerance) ทุกตัวแปรมีค่าสูงกว่า 0.10 (.33 - .69) และค่าปัจจัยการขยายความแปรปรวน (VIF) ทุกตัวแปรมีค่าน้อยกว่า

10.00 (1.45 - 3.04) แสดงให้เห็นว่าตัวแปรกลุ่มนี้ไม่มีปัญหาภาวะร่วมเชิงเส้นพหุ (Multicollinearity) จึงสามารถนำตัวแปรทั้งหมดไปวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณในขั้นตอนต่อไปได้อย่างเหมาะสม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างส่วนประสมการตลาดออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์	การตัดสินใจซื้อ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.216	.087		2.49	.013**
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.161	.023	.189	7.12	.001**
2. ด้านราคา	.079	.026	.099	3.07	.002**
3. ด้านช่องทางการจำหน่าย	.250	.021	.300	12.14	.001**
4. ด้านส่งเสริมการตลาด	.106	.024	.126	4.44	.001**
5. ด้านการให้บริการส่วนบุคคล	.234	.028	.283	8.36	.001**
6. ด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว	.199	.020	.244	9.83	.001**
R = 0.914, R^2 = 0.835, Adjusted R^2 = 0.832, SEE = 0.296, F = 318.774					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ตัวแปรส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอย (B) พบว่า ด้านช่องทางการจำหน่าย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (B=0.300) รองลงมา คือ ด้านการให้บริการส่วนบุคคล(B = 0.283) และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว (B = 0.244) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา

ความไว้วางใจ	การตัดสินใจซื้อ				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (Constant)	.311	.103		3.005	.003**
1. ด้านการสื่อสาร	.037	.029	.040	1.295	.196
2. ด้านความใส่ใจ	.252	.023	.309	10.968	.001**
3. ด้านการให้ข้อผูกมัด	.406	.022	.496	18.080	.001**
4. ด้านการให้ความสะดวกสะบาย	.147	.035	.166	4.190	.001**
5. ด้านการแก้ไขสถานการณ์	.108	.033	.125	3.277	.001**
R = 0.897, R^2 = 0.804, Adjusted R^2 = 0.801, SEE = 0.323, F = 310.517					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ พบว่า ตัวแปรด้านความไว้วางใจ จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านความใส่ใจ ด้านการให้ข้อผูกมัด ด้านการให้ความสะดวกสบาย และด้านการแก้ไขสถานการณ์ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในขณะที่ด้านการสื่อสารไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ เมื่อพิจารณาจากสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (**B**) ของตัวแปรที่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญ พบว่า ด้านการให้ข้อผูกมัด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด (**B** = 0.496) รองลงมา คือ ด้านความใส่ใจ (**B** = 0.309) และด้านการให้ความสะดวกสบาย (**B** = 0.166) ตามลำดับ

อภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์และความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา นำมาอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ส่วนประสมการตลาดออนไลน์ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok **Live**

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการให้บริการส่วนบุคคล และด้านการรักษาความเป็นส่วนตัว ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าองค์ประกอบทางการตลาดยังคงมีบทบาทสำคัญต่อพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทดิจิทัล โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่มีการโต้ตอบแบบเรียลไทม์ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าการนำเสนอสินค้าและข้อมูลผ่านการถ่ายทอดสดช่วยกระตุ้นการรับรู้และอารมณ์ของผู้บริโภค ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านสิ่งเร้าและการตอบสนองทางอารมณ์ของผู้บริโภค (Filieri, R. et al., 2021); (Hollebeek, L. D. et al., 2022) โดยเฉพาะด้านช่องทางการจำหน่ายซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด อาจเนื่องมาจากลักษณะของ TikTok Live ที่เอื้อให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าได้อย่างสะดวก รวดเร็ว และสามารถตัดสินใจซื้อได้ทันทีในระหว่างการรับชม นอกจากนี้ ด้านการให้บริการส่วนบุคคลและการรักษาความเป็นส่วนตัวยังมีบทบาทสำคัญในการสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนในการซื้อสินค้าออนไลน์ โดยเฉพาะสินค้าประเภทเสื้อผ้าแฟชั่นที่ไม่สามารถทดลองได้ก่อนซื้อ ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวคิดที่ว่าการนำเสนอประสบการณ์การซื้อที่ใกล้เคียงความเป็นจริงผ่านการสื่อสารแบบโต้ตอบสามารถเพิ่มระดับการมีส่วนร่วมและส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Vivek, S. D. et al., 2012); (Zhang, M. & Wang, C., 2023) รวมถึงบทบาทของการนำเสนอข้อมูลสินค้าและกิจกรรมส่งเสริมการตลาดที่ช่วยตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างครอบคลุม (ศรัณยนันท์ ศรีจงใจ, 2561)

2. ความไว้วางใจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live

จากผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความไว้วางใจทั้ง 4 ด้าน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยด้านการให้ข้อผูกมัดมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือด้านความใส่ใจ และด้านการให้ความสะดวกสบาย ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความไว้วางใจเป็นปัจจัยสำคัญในการลดการรับรู้ความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในบริบทของการซื้อสินค้าออนไลน์ผ่านการถ่ายทอดสด โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคไม่สามารถตรวจสอบสินค้าจริงได้ก่อนการตัดสินใจซื้อ ทั้งนี้ การให้ข้อผูกมัดของผู้ขาย เช่น การรับประกันสินค้า หรือการแสดงความรับผิดชอบ สามารถทำหน้าที่เป็นสัญญาณความน่าเชื่อถือที่ช่วยส่งเสริมการตัดสินใจซื้อได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ด้านความใส่ใจและความสะดวกสบายสะท้อนถึงความสำคัญของการสื่อสารแบบใกล้ชิดและการตอบสนองอย่างรวดเร็วในระหว่างการไลฟ์ ซึ่งเป็นลักษณะเฉพาะของ Live Commerce ที่แตกต่างจากอีคอมเมิร์ซแบบดั้งเดิม อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังพบว่าด้านการสื่อสารไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพและความน่าเชื่อถือของเนื้อหามากกว่าปริมาณของการสื่อสาร โดยเฉพาะในบริบทที่มีข้อมูลจำนวนมากและเกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่าการตัดสินใจซื้อใน

สถานการณ์ดังกล่าวมีลักษณะเป็นการตอบสนองต่อสิ่งเร้าและอารมณ์ที่เกิดขึ้นในขณะนั้น ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดด้านอารมณ์ของผู้บริโภค (Filieri, R. et al., 2021); (Hollebeek, L. D. et al., 2022)

องค์ความรู้จากการวิจัย

การวิจัยนี้ได้พัฒนาองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในบริบทของ Live Commerce โดยชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live ไม่ได้เกิดจากปัจจัยด้านอารมณ์หรือความบันเทิงเพียงอย่างเดียว แต่เป็นผลจากการบูรณาการระหว่างความพร้อมของแพลตฟอร์มในด้านส่วนประสมการตลาดออนไลน์และการสร้างความเชื่อมั่นผ่านความไว้วางใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่ง “ช่องทางการจำหน่าย” ในรูปแบบระบบตะกร้าสินค้าที่ใช้งานง่ายและสามารถสั่งซื้อได้ทันทีภายในแอป ซึ่งช่วยลดขั้นตอนและกระตุ้นการตัดสินใจซื้อ ขณะเดียวกัน “การให้ข้อผูกมัด” เช่น การรับประกันสินค้าและนโยบายเปลี่ยนคืนที่ชัดเจน มีบทบาทสำคัญในการลดการรับรู้ความเสี่ยงและสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคจากข้อจำกัดในการไม่สามารถตรวจสอบสินค้าจริงได้ ดังนั้น องค์ความรู้จากการวิจัยนี้จึงเสนอ “กลไกการตัดสินใจซื้อในบริบทไลฟ์คอมเมิร์ซ” ที่เกิดจากการทำงานร่วมกันของความสะดวกในการสั่งซื้อและความน่าเชื่อถือของผู้ขาย ซึ่งสอดคล้องและได้รับการอธิบายเชิงภาพผ่านภาพที่ 1 อันสะท้อนความสัมพันธ์ของปัจจัยทั้งสองที่นำไปสู่การตัดสินใจซื้ออย่างเป็นระบบ



ภาพที่ 1 องค์ความรู้ใหม่

จากภาพที่ 1 อธิบายได้ว่า การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live เป็นผลมาจากการรวม 2 ปัจจัยหลักเข้าด้วยกัน คือ ช่องทางการจำหน่ายที่สะดวกรวดเร็ว และ การให้ข้อผูกมัดที่ชัดเจน เมื่อร้านค้ามีระบบสั่งซื้อและชำระเงินที่ง่าย พร้อมทั้งมีการรับประกันสินค้าเพื่อลดความเสี่ยง จะยิ่งสร้างความเชื่อมั่นและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อในที่สุด

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยสรุปได้ว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดออนไลน์ทั้ง 6 ด้าน และปัจจัยด้านความไว้วางใจส่วนใหญ่ ล้วนส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน TikTok Live อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านช่องทางการจำหน่าย การให้บริการส่วนบุคคล การรักษาความเป็นส่วนตัว และการให้ข้อผูกมัด ซึ่งมีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมผู้บริโภค สะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคในบริบทการซื้อขายผ่านการถ่ายทอดสดให้ความสำคัญกับความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า ประสบการณ์การสื่อสารแบบโต้ตอบ และระดับความเชื่อมั่นต่อผู้ขายเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการควรพัฒนากลยุทธ์การตลาดผ่าน TikTok Live โดยเน้นการออกแบบช่องทางการจำหน่ายที่เข้าถึงง่าย การให้บริการแบบเฉพาะบุคคล การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล และการสร้างความน่าเชื่อถือผ่านการให้ข้อมูลที่โปร่งใสและการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคอย่างชัดเจน ขณะเดียวกัน ควรให้ความสำคัญกับการบริหารประสบการณ์ของผู้ชมในระหว่างการถ่ายทอดสด เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและกระตุ้นการตัดสินใจซื้ออย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งอาจมีข้อจำกัดด้านการอ้างอิงทั่วไป ดังนั้น งานวิจัยในอนาคตควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น รวมทั้งพิจารณาการใช้แบบจำลองสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) หรือการวิเคราะห์ตัวแปรส่งผ่านและตัวแปรกำกับเพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรได้อย่างลุ่มลึกและครอบคลุมยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ทิพย์เกสร เพชรโสภา. (2564). ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กของผู้บริโภคชาวลาวในแขวงสะหวันนะเขตสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยบูรพา.

นครินทร์ ศักดิ์สูง. (2565). ส่วนประสมทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากช็อปปี้ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดพะเยา. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนเรศวร.

พิศิษฐ ตัณฑวณิช และพนา จินดาศรี. (2561). ความหมายที่แท้จริงของค่า IOC. วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 24(2), 3-12.

ศรัณยนันท์ ศรีจงใจ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

Cochran, W. G. (1977). Sampling Techniques. (3rd Edition). New York : John Wiley & Sons.

Electronic Transactions Development Agency (ETDA). (2024). Thailand Internet User Behavior Report. Retrieved March 9, 2026, from https://www.etda.or.th/th/Our-Service/statistics-and-information.aspx

Filieri, R. et al. (2021). Consumer perceptions of information helpfulness and determinants of purchase intention in online consumer reviews. Journal of Business Research, 129, 441-453. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.039.

Gefen, D. et al. (2003). Trust and TAM in online shopping: An integrated model. MIS Quarterly, 27(1), 51-90.

Hair, J. F. et al. (2010). Multivariate Data Analysis. (7th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Hollebeek, L. D. et al. (2022). Customer engagement in digital environments: Conceptualization, measurement, and managerial implications. Journal of the Academy of Marketing Science, 50(1), 1-20.

Jai, T. M. et al. (2021). Seeing it is like touching it: Unraveling the effective product presentations on online apparel purchase decisions and brain activity (An fMRI study). Journal of Interactive Marketing, 53(1), 66-79.

Mayer, R. C. et al. . (1995). An integrative model of organizational trust. Academy of Management Review, 20(3), 709-734.

McKnight, D. H. et al. (2002). Developing and validating trust measures for e-commerce. Information Systems Research, 13(3), 334-359.

Vivek, S. D. et al. (2012). Customer engagement: Exploring customer relationships beyond purchase. Journal of Marketing Theory and Practice, 20(2), 122-146.

Zhang, M. & Wang, C. (2023). The effect of live-streaming atmosphere on consumers' purchase intention: The mediating role of consumer engagement. Frontiers in Psychology, https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1069050.

บทความวิจัย

อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา*

THE INFLUENCE OF TECHNOLOGY ACCEPTANCE AND ELECTRONIC SERVICE QUALITY ON PURCHASE DECISION ON THE SHOPEE PLATFORM AMONG CONSUMERS IN HAT YAI DISTRICT, SONGKHLA PROVINCE

จันทกานต์ อะโนราช, สุจิตรา ไชยพงษ์, อนุวัต สงสม*
Janthakan Anorat, Sujittra Chaiyapong, Anuwat Songsom*
คณะเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ สงขลา ประเทศไทย
Faculty of Economics and Business Administration, Thaksin University, Songkhla, Thailand
*Corresponding author's e-mail: anuwat@tsu.ac.th
*Tel: 090-212-9444

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และ 2) ศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่เดียวกัน การวิจัยเป็นรูปแบบเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee อย่างน้อย 2 ครั้งขึ้นไป จำนวน 400 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เก็บข้อมูลโดยแบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความตั้งใจใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และทัศนคติต่อการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจซื้อได้ร้อยละ 84 ซึ่งด้านการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลสูงที่สุด 2) ปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 5 ด้าน คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีอิทธิพลสูงที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าทั้งปัจจัยด้านเทคโนโลยีและปัจจัยด้านคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ มีบทบาทร่วมกันในการกำหนดพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค ผลจากการศึกษาครั้งนี้ ชี้ให้เห็นปัจจัยเชิงลำดับความสำคัญที่ผู้ประกอบการแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซควรให้ความสำคัญ เพื่อยกระดับประสบการณ์ผู้ใช้และกระตุ้นการตัดสินใจซื้อในบริบทเมืองศูนย์กลางเศรษฐกิจอย่างอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยี, คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์, การตัดสินใจซื้อ, แพลตฟอร์ม Shopee

Abstract

This study aims to 1) examine the influence of technology acceptance on purchase decisions on the Shopee platform among consumers in Hat Yai District, Songkhla Province, and

* Received 9 April 2026; Revised 26 April 2026; Accepted 28 April 2026

2) examine the influence of electronic service quality on purchase decisions on the Shopee platform among consumers in the same area. This research employed a quantitative approach. The sample consisted of 400 consumers who had previously purchased products on the Shopee platform, selected using purposive sampling. Data were collected from questionnaires, and the analysis included descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that 1) all five dimensions of technology acceptance-perceived usefulness, perceived ease of use, intention to use, perceived risk, and attitude toward usage-had a positive effect on purchase decisions at the 0.01 level of statistical significance, explaining 84% of the variance in purchase decisions, with perceived ease of use having the strongest influence; and 2) all five dimensions of electronic service quality also had a positive effect on purchase decisions at the 0.01 level of statistical significance, with responsiveness having the strongest influence. These findings indicate that both technology-related factors and electronic service quality jointly play a significant role in shaping consumers' online purchasing behavior. This study contributes to the literature by integrating the concepts of technology acceptance and electronic service quality into a single analytical model, while also identifying the relative importance of key factors that e-commerce platform operators should prioritize to enhance user experience and stimulate purchase decisions, particularly in the context of a border economic hub such as Hat Yai District, Songkhla Province.

Keywords: Technology Acceptance, Electronic Service Quality, Purchase Decision, Shopee Platform

บทนำ

ในปัจจุบัน ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค ส่งผลให้พฤติกรรมการซื้อสินค้าเปลี่ยนแปลงจากรูปแบบดั้งเดิมไปสู่การซื้อขายผ่านช่องทางออนไลน์มากขึ้น แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซอย่าง Shopee มีแนวโน้มเติบโตอย่างต่อเนื่องและแข็งแกร่งในตลาดภูมิภาค บริษัท Sea Limited (Sea Ltd.) บริษัทแม่ของ Shopee มีการขยายตัวของยอดขายและรายได้อย่างต่อเนื่อง พร้อมปรับกลยุทธ์เพื่อมุ่งเน้นการทำกำไร และเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการร้านค้า ซึ่งแสดงถึงศักยภาพและความได้เปรียบทางการแข่งขันของ Shopee เมื่อเทียบกับแพลตฟอร์ม อื่น ๆ เช่น Lazada และ TikTok ส่งผลให้ Shopee กลายเป็นอีกหนึ่งช่องทางสำคัญที่ผู้บริโภคให้ความไว้วางใจในการเลือกซื้อสินค้า (ไทยรัฐ, 2568) การยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลส่งผลต่อการเติบโตของการจำหน่ายสินค้าบนช่องทางออนไลน์อย่างยิ่ง ซึ่งการยอมรับเทคโนโลยีของบุคคลนั้นมีความแตกต่างกัน เกิดขึ้นเป็นกระบวนการจนนำไปสู่การตัดสินใจปฏิบัติหลังจากได้สัมผัสกับปัจจัยต่าง ๆ ทางเทคโนโลยี เมื่อกล่าวถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีก็คือ ประสบการณ์ของผู้ใช้งาน (User Experience หรือ UX) และปัจจัยต่าง ๆ ที่เชื่อมต่อกับผู้ใช้งาน (User Interface หรือ UI) สร้างประสบการณ์และความประทับใจตั้งแต่ครั้งแรกที่ใช้งาน สอดคล้องกับปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคบน ช่องทางออนไลน์คือ คุณภาพของเว็บไซต์ ถึงแม้ว่าจะเป็นผู้บริโภคที่ใช้งานเป็นครั้งแรกก็ตาม (ชณัฏฐา โพธิ์เผื่อนน้อย และศิริรัตน์ โกศการิกา, 2565)

อย่างไรก็ตาม การตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ของผู้บริโภคขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยสำคัญประการหนึ่งคือ การยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ การรับรู้ถึงความง่าย ความตั้งใจที่จะใช้งาน การรับรู้ถึงความเสี่ยงในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Chu, A. Z. - C. & Chu, R. J. -C., 2011) นอกจากนี้ คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ยังเป็นอีกปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้บริโภค ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ

ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Parasuraman, A. & Grewal, D., 2000) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมา มักศึกษาปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์แยกออกจากกัน ส่งผลให้ยังขาดความเข้าใจเชิงบูรณาการเกี่ยวกับบทบาทของทั้งสองปัจจัยต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ จากปัจจัยดังกล่าวนำไปสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในที่สุด ซึ่งประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Kotler, P. & Keller, K. L., 2016)

พื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลาถือได้ว่าเป็นพื้นที่ศูนย์กลางทางการค้าในภาคใต้ของประเทศไทย เนื่องจากมีอาณาบริเวณที่เชื่อมต่อกับพรมแดนประเทศมาเลเซีย และมีชัยภูมิที่ตั้งอยู่ในตำแหน่งศูนย์กลางของการคมนาคมที่สามารถเชื่อมโยงไปยังจังหวัดใกล้เคียงได้อย่างสะดวก ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้เมืองหาดใหญ่มีการเจริญเติบโตทางด้านเศรษฐกิจและการค้าทั้งในและนอกพรมแดนอย่างต่อเนื่อง (ชวรัฐ ธนินทรานนท์ และคณะ, 2567) ด้วยบริบทเชิงพื้นที่ดังกล่าว อำเภอหาดใหญ่จึงมีความเหมาะสมในการเป็นพื้นที่ศึกษา เนื่องจากเป็นเมืองเศรษฐกิจที่มีระดับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ค่อนข้างสูง อีกทั้งยังมีความหลากหลายของกลุ่มผู้บริโภค ทั้งในระดับท้องถิ่นและกลุ่มผู้บริโภคจากการค้าชายแดน ซึ่งสะท้อนพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ที่มีความซับซ้อนและแตกต่างจากพื้นที่ทั่วไป นอกจากนี้ การมีอยู่ของโครงสร้างพื้นฐานด้านโลจิสติกส์ เช่น คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าของผู้ให้บริการหลายราย ยังเอื้อต่อการจัดส่งสินค้าได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงและใช้บริการแพลตฟอร์ม Shopee ได้อย่างสะดวกมากยิ่งขึ้น

จากบริบทดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาวิจัยเรื่อง อิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยมุ่งศึกษาและทำความเข้าใจพฤติกรรมของผู้บริโภคในเชิงลึก ควบคู่กับการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ ผลการวิจัยในครั้งนี้ไม่เพียงมีประโยชน์ต่อผู้ประกอบการและผู้พัฒนาแพลตฟอร์มในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดและยกระดับประสิทธิภาพการให้บริการเท่านั้น แต่ยังมีส่วนช่วยในการยกระดับประสบการณ์ของผู้บริโภค โดยทำให้ผู้บริโภคสามารถเข้าถึงบริการที่มีคุณภาพมากขึ้น ลดความเสี่ยงในการซื้อสินค้าออนไลน์ และเพิ่มความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อผ่านแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซได้อย่างมีประสิทธิภาพ ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการพัฒนาแบบจำลองเชิงบูรณาการที่สามารถอธิบายบทบาทของการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ได้อย่างเป็นระบบ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการยอมรับเทคโนโลยี ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย คือ ผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา ที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee อย่างน้อย 2 ครั้ง ภายในระยะเวลา 6 เดือนย้อนหลัง (นับจากวันที่เริ่มเก็บข้อมูล คือ เดือนมกราคม 2569) ทั้งนี้ เป็นการวิจัยที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากประชากรที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา มีขนาดใหญ่และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจำนวนของกลุ่มตัวอย่าง

สามารถคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบประชากรของ (Cochran, W. G., 1977) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนที่ร้อยละ 5 โดยสูตรที่ใช้ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้ คือ

สูตร $$n = \frac{P(1-P)z^2}{e^2}$$

โดยที่ n = จำนวนผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

P = สัดส่วนของประชากรที่ผู้วิจัยกำลังสุ่มกำหนดให้ร้อยละ 50 มีค่าเท่ากับ 0.5

Z = ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95% มีค่าเท่ากับ1.96

e = ความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ มีค่าเท่ากับ 0.05

แทนค่าดังนี้ $$n = \frac{(0.5)(1-0.5)(1.96)^2}{0.05^2}$$

n = 384.16 หรือ 385 ตัวอย่าง

จากสูตรคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 385 ตัวอย่าง และผู้วิจัยได้เพิ่มกลุ่มตัวอย่างอีก 15 ตัวอย่าง เพื่อให้เป็นจำนวนเต็มและป้องกันกรณีแบบสอบถามไม่สมบูรณ์ รวมเป็นกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึ กษาครั้งนี้ เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามในรูปแบบออนไลน์ โดยผู้วิจัยได้แบ่งเนื้อหาของแบบสอบถาม ออกเป็น 6 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่1 คำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น

ส่วนที่2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีจำนวน 6 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นแบบสอบถามปลายปิด แบบคำตอบหลายตัวเลือก

ส่วนที่3 ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่4 ระดับความคิดเห็นต่อการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่5 ระดับความคิดเห็นต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ส่วนที่6 ระดับความคิดเห็นต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

3. การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย

3.1 การทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) เชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรการคำนวณค่าดัชนีของความสอดคล้อง โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่านประเมินความสอดคล้องระหว่างคำถามและวัตถุประสงค์ (IOC) ควรมีค่าขั้นต่ำอยู่ที่ 0.50 ขึ้นไป จะมีค่าความเที่ยงตรงที่สูง จึงถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้งานได้จริง (กิตติพงษ์ พิพิธกุล, 2561)

3.2 การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการนำแบบสอบถามมาทดลองใช้ (Try Out) กับผู้บริโภคที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในพื้นที่จังหวัดสงขลา จำนวน 30 ชุด ด้วยสูตรค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแต่ละตัวแปรต้องมีค่าเกิน 0.70 จะถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อมั่นในระดับสูง (ธนานันต์ นุ่มแสง และธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์, 2561) ผลการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามพบว่ามีค่าเท่ากับ 0.908 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ที่ 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับสูงและสามารถนำไปใช้ในการวิจัยได้

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

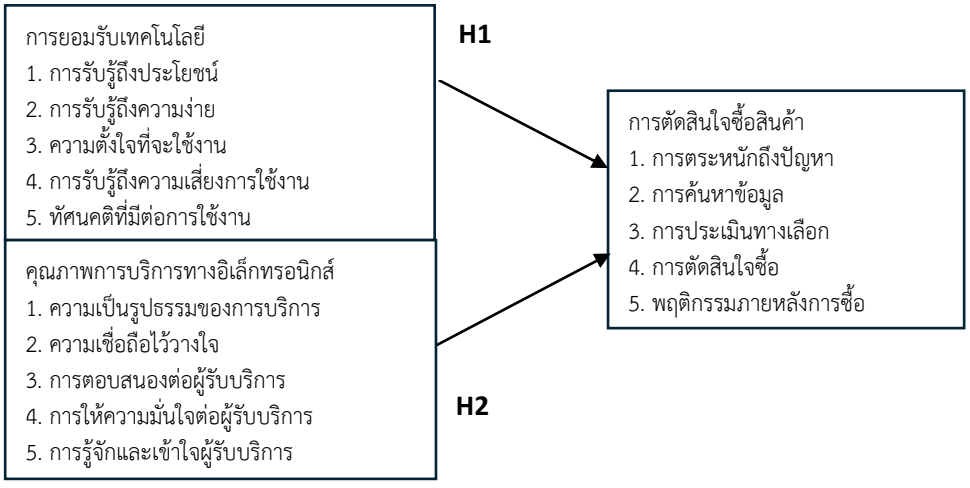
ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ ผ่านช่องทาง Google Forms เก็บข้อมูลจากผู้ที่เคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จำนวน 400 คน และมีคำถามคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามเบื้องต้น ได้แก่ ท่านเคยซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee อย่างน้อย 2 ครั้ง ในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมาหรือไม่ หากตอบว่า เคยซื้อ จึงเก็บแบบสอบถามต่อ หากตอบว่าไม่เคยซื้อ ก็จะจบแบบสอบถาม

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลของผู้ตอบแบบสอบถามสถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติที่ใช้ในการทดสอบสมมติฐานของการวิจัย จะใช้สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistic) คือ การวิเคราะห์การถดถอยใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) โดยการวิเคราะห์ข้อมูลทั้งหมดจะใช้โปรแกรมสำเร็จรูปชุดโปรแกรมสถิติสำหรับสังคมศาสตร์ หรือ SPSS (Statistical Package for the Social Sciences)

กรอบแนวคิดการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยได้ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา โดยอ้างอิงแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยีของ Chu, A. Z. - C. & Chu, R. J.-C. ซึ่งประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ การรับรู้ความง่าย ความตั้งใจใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง และทัศนคติต่อการใช้งาน (Chu, A. Z. - C. & Chu, R. J. -C., 2011) ขณะเดียวกัน แนวคิดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของ (Parasuraman, A. & Grewal, D. ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้รับบริการ การให้ความมั่นใจ และการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (Parasuraman, A. & Grewal, D., 2000) นอกจากนี้ แนวคิดการตัดสินใจซื้อของ Kotler, P. & Keller, K. L. ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักถึงปัญหา การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Kotler, P. & Keller, K. L., 2016) ทั้งนี้งานวิจัยของพีรวัส ปทุมุต์ตรังษี และคณะ พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (พีรวัส ปทุมุต์ตรังษี และคณะ, 2565) รวมถึงงานวิจัยของ นวพร ศรีวังคำ และคณะ พบว่า คุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า (นวพร ศรีวังคำ และคณะ, 2567) ดังนั้นจึงสามารถสรุปเส้นทางความสัมพันธ์ของตัวแปร และกำหนดสมมติฐาน H1 และ H2 เป็นกรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยนำเสนอโดยเริ่มต้นจากข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง จากการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยของระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง การทดสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอย ตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2 ตามลำดับ ดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

จากการศึกษาวิจัย พบว่า จากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ราย ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 55.3) มีอายุระหว่าง 25-34 ปีมากที่สุด (ร้อยละ 43.8) โดยมีสถานะโสดมากที่สุด (ร้อยละ 52.3) มีระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 60.5) มีอาชีพธุรกิจส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 37) มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000บาท (ร้อยละ 51.2) ใช้แพลตฟอร์ม Shopee ในการซื้อสินค้าบ่อย คือ เดือนละ 3-4 ครั้ง (ร้อยละ 40.3) โดยเฉลี่ยใช้จ่ายในการซื้อสินค้าบน Shopee ต่อครั้งประมาณ น้อยกว่า 500 บาท (ร้อยละ 66.3) มักเลือกซื้อสินค้าจากร้านค้าประเภท ร้านค้าทั่วไป (ร้อยละ 54.5) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบน Shopee มากที่สุด คือ ราคา (ร้อยละ 54.3)

ตารางที่1 ระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee

การยอมรับเทคโนโลยี	ผลการประเมิน		
	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	4.11	0.78	มาก
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่าย	4.12	0.87	มาก
3. ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน	4.11	0.86	มาก
4. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงการใช้งาน	3.39	1.07	ปานกลาง
5. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	4.10	0.77	มาก
รวม	**3.97**	**0.87**	**มาก**
คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการใช้งาน	4.16	0.85	มาก
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	4.10	0.80	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	4.03	0.88	มาก
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	4.15	0.82	มาก
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	4.14	0.81	มาก
รวม	**4.12**	**0.83**	**มาก**
การตัดสินใจซื้อสินค้า	$\bar{x}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านการตระหนักถึงปัญหา	4.15	0.86	มาก
2. ด้านการค้นหาข้อมูล	4.17	0.82	มาก
3. ด้านการประเมินทางเลือก	4.20	0.83	มาก
4. ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.12	0.81	มาก
5. ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	3.71	1.05	มาก
รวม	**4.07**	**0.87**	**มาก**

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับความคิดเห็นด้านการยอมรับเทคโนโลยี คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์และการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee มีค่าเฉลี่ยในภาพรวมเท่ากับ 3.97, 4.12 และ 4.07 ตามลำดับ ซึ่งอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการรับรู้ถึงความง่าย ($\bar{x}$ = 4.12) คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการใช้งาน ($\bar{x}$ = 4.16) และการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมาก

ที่สุด คือ ด้านการประเมินทางเลือก ($\bar{x}$ = 4.20) อย่างไรก็ตามทุกด้านยังคงอยู่ในระดับมาก สะท้อนให้เห็นว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเชิงบวกต่อปัจจัยดังกล่าวโดยรวมอยู่ในระดับที่ดี

2. การตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนวิเคราะห์การถดถอย

การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี และคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นการตรวจสอบเงื่อนไขเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอย ปรากฏผลดังตารางที่ 2 และ 3

ตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี	X1	X2	X3	X4	X5	VIF	Tolerance
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ (X1)	-	0.58**	0.51**	0.12*	0.49**	1.85	0.54
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่าย (X2)		-	0.55**	0.16**	0.53**	2.17	0.46
3. ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน (X3)			-	0.16**	0.46**	1.77	0.57
4. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงการใช้งาน (X4)				-	0.17**	1.07	0.93
5. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (X5)					-	1.87	0.54

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยี ตัวแปรอิสระแต่ละด้านมีความสัมพันธ์กันในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำถึงปานกลาง (มีค่าอยู่ระหว่าง 0.12 - 0.58) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 0.05 อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ผู้วิจัยจึงได้ทำการตรวจสอบโดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance ผลการวิเคราะห์พบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระด้านการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าอยู่ระหว่าง 1.07 - 2.17 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ตามเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 0.46 - 0.93 ซึ่งมากกว่า 0.10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองในระดับที่รุนแรง ดังนั้น ตัวแปรทั้งหมดสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณในขั้นตอนต่อไปได้

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์

คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์	X6	X7	X8	X9	X10	VIF	Tolerance
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของบริการ (X6)	-	0.58**	0.54**	0.52**	0.56**	2.07	0.48
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ (X7)		-	0.59**	0.60**	0.59**	2.24	0.45
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ (X8)			-	0.58**	0.56**	2.22	0.45
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ (X9)				-	0.50**	1.91	0.52
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ (X10)					-	1.97	0.51

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของตัวแปรด้านคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง (ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง 0.50 ถึง 0.60) และมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ในทุกคู่ อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันปัญหาความสัมพันธ์กันเองของตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) ผู้วิจัยจึงได้ทำการตรวจสอบโดยใช้ค่า Variance Inflation Factor (VIF) และค่า Tolerance พบว่า ค่า VIF มีค่าอยู่ระหว่าง 1.91-2.24 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 ตามเกณฑ์ที่กำหนด นอกจากนี้ ค่า Tolerance ของตัวแปรอิสระมีค่าอยู่ระหว่าง 0.45-0.52 ซึ่งมากกว่า 0.10 แสดงให้เห็นว่าตัวแปรอิสระไม่มีปัญหาความสัมพันธ์กันเองในระดับที่รุนแรง จึงสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ ในขั้นตอนต่อไปได้

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 และ 2

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ ระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา จากตารางที่ 4 พบว่า ตัวแปรการยอมรับ

เทคโนโลยีทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน ด้านการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งาน และด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการรับรู้ความง่าย มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยงการใช้งาน ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	การตัดสินใจซื้อสินค้า				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	.430	.083	-	5.213	0.000**
1. ด้านการรับรู้ถึงประโยชน์	.197	.022	.242	9.111	0.000**
2. ด้านการรับรู้ถึงความง่าย	.227	.019	.325	11.744	0.000**
3. ด้านความตั้งใจที่จะใช้งาน	.157	.018	.224	8.733	0.000**
4. ด้านการรับรู้ถึงความเสี่ยงการใช้งาน	.077	.011	.146	7.108	0.000**
5. ด้านทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน	.235	.020	.301	11.957	0.000**
R^2 = 0.840, Adjusted R^2 = 0.838, SEE = 0.186, F = 413.101					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($p < 0.01$)

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา

ปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์	การตัดสินใจซื้อสินค้า				
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig
	B	Std. Error	Beta		
ค่าคงที่ (a)	.766	.062	-	12.346	0.000**
1. ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	.180	.017	.251	10.899	0.000**
2. ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ	.143	.018	.198	7.998	0.000**
3. ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ	.181	.014	.297	12.456	0.000**
4. ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ	.131	.015	.200	8.587	0.000**
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ	.162	.017	.218	9.391	0.000**
R^2 = 0.885, Adjusted R^2 = 0.884, SEE = 0.157, F = 607.813					

หมายเหตุ: ** มีนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ($p < 0.01$)

ผลการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ จากตารางที่ 5 พบว่า ตัวแปรปัจจัยคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ทั้ง 5 ด้าน ได้แก่ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ด้านการตอบสนองต่อผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ส่งผลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการตอบสนองต่อ

ผู้รับบริการ มีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ ด้านการรู้จักและเข้าใจผู้รับบริการ ด้านการให้ความมั่นใจต่อผู้รับบริการ และด้านความเชื่อถือไว้วางใจ ตามลำดับ

อภิปรายผล

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า การยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่าย ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความตั้งใจใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยง โดยด้านการรับรู้ความง่ายมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านทัศนคติต่อการใช้งาน ด้านการรับรู้ประโยชน์ ด้านความตั้งใจใช้งาน และด้านการรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี (Chu, A. Z. - C. & Chu, R. J. -C., 2011) และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอนิวัฒน์ สุขประเสริฐ และจรัญญา ปานเจริญ ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับการตลาดเชิงประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล (อนิวัฒน์ สุขประเสริฐ และจรัญญา ปานเจริญ, 2567) ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความสะดวกและความง่ายในการใช้งานแพลตฟอร์ม Shopee เช่น การค้นหาสินค้า ขั้นตอนการสั่งซื้อ และระบบการชำระเงินที่ไม่ซับซ้อน ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็วและตัดสินใจซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น นอกจากนี้ ผู้บริโภคยังรับรู้ว่าการซื้อสินค้าผ่าน Shopee ช่วยประหยัดเวลา มีสินค้าให้เลือกหลากหลาย และเพิ่มความสะดวกในการซื้อสินค้าออนไลน์ จึงทำให้เกิดทัศนคติที่ดีต่อการใช้งานแพลตฟอร์มดังกล่าว ขณะที่ด้านความตั้งใจใช้งานสะท้อนให้เห็นว่าผู้บริโภคมีแนวโน้มที่จะใช้ Shopee อย่างต่อเนื่อง ส่วนด้านการรับรู้ความเสี่ยงแม้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่มีอิทธิพลน้อยกว่าปัจจัยอื่น เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังมีความกังวลเกี่ยวกับคุณภาพสินค้าและการจัดส่งสินค้า ดังนั้น ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่า ความง่ายในการใช้งานของแพลตฟอร์มเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ ความเชื่อถือไว้วางใจ การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจ และการรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ โดยด้านการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการมีอิทธิพลมากที่สุด รองลงมา คือ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ การให้ความมั่นใจ และความเชื่อถือไว้วางใจ ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของ Parasuraman, A. & Grewal, D. ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการตอบสนองของแพลตฟอร์ม Shopee เช่น การให้ข้อมูลสินค้าอย่างรวดเร็ว การแจ้งสถานะการสั่งซื้อ และการช่วยแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นจากการสั่งซื้อสินค้า ซึ่งช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกและมั่นใจในการใช้บริการมากขึ้น (Parasuraman, A. & Grewal, D., 2000) นอกจากนี้ ความเป็นรูปธรรมของการบริการ เช่น การแสดงรายละเอียดสินค้า รูปภาพสินค้า และระบบการใช้งานที่ชัดเจน ยังช่วยให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าได้ง่ายขึ้น ขณะเดียวกัน การรู้จักและเข้าใจผู้ใช้บริการ รวมถึงการให้ความมั่นใจในการให้บริการ เช่น ระบบการชำระเงินที่ปลอดภัย และการรับประกันสินค้า ก็มีส่วนช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคในการซื้อสินค้าออนไลน์ ส่วนด้านความเชื่อถือไว้วางใจแม้จะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ แต่มีอิทธิพลน้อยกว่าปัจจัยอื่น เนื่องจากผู้บริโภคส่วนหนึ่งยังคงพิจารณาปัจจัยด้านความสะดวกและการตอบสนองของระบบเป็นสำคัญ ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การตอบสนองต่อผู้ใช้บริการและประสิทธิภาพของระบบการให้บริการบนแพลตฟอร์ม เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยครั้งนี้สรุปได้ว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีและคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าบนแพลตฟอร์ม Shopee ของผู้บริโภคในพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะด้านการรับรู้ความง่ายและการตอบสนองต่อผู้ใช้บริการซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่า “ประสบการณ์การใช้งานที่ราบรื่น” และ “ความรวดเร็วในการให้บริการ” เป็นกลไกสำคัญที่ผลักดันพฤติกรรมการซื้อในบริบทอีคอมเมิร์ซยุคดิจิทัล ดังนั้น ผู้ประกอบการและผู้พัฒนาแพลตฟอร์มควรมุ่งเน้นการออกแบบระบบที่ใช้งานง่าย ลดขั้นตอนที่ซับซ้อน เพิ่มความชัดเจนของข้อมูลสินค้า รวมถึงพัฒนาระบบตอบสนองต่อผู้ใช้บริการแบบเรียลไทม์ เพื่อสร้างความพึงพอใจและความเชื่อมั่นในกระบวนการซื้อ นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการสื่อสารเชิงโต้ตอบและการให้บริการหลังการขาย ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์ระยะยาวกับลูกค้าและเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำ ในมิติของผู้บริโภค ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นแนวทางในการยกระดับประสบการณ์การซื้อสินค้าออนไลน์ โดยผู้บริโภคจะได้รับประโยชน์จากการใช้งานแพลตฟอร์มที่มีความง่าย สะดวก และมีการตอบสนองที่รวดเร็ว ซึ่งช่วยลดความไม่แน่นอนและความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อ อีกทั้งยังเพิ่มความมั่นใจในกระบวนการสั่งซื้อ การชำระเงิน และการจัดส่งสินค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคสามารถตัดสินใจซื้อสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น รวมถึงได้รับประสบการณ์การใช้งานที่ดีขึ้นในระยะยาว อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านการเก็บข้อมูลเฉพาะพื้นที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งอาจจำกัดความสามารถในการอ้างอิงผลไปยังบริบทอื่น ดังนั้น การวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตพื้นที่ศึกษาไปยังกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น เมืองรองหรือพื้นที่ชายแดนอื่น รวมถึงพิจารณาใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบความน่าจะเป็นเพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย อีกทั้งควรพัฒนาแบบจำลองโดยบูรณาการตัวแปรเพิ่มเติม เช่น ความไว้วางใจในแพลตฟอร์ม ความภักดีของลูกค้า ประสบการณ์ผู้ใช้ หรือปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม เพื่อยกระดับความสามารถในการอธิบายและทำนายพฤติกรรมผู้บริโภคในสภาพแวดล้อมดิจิทัลที่มีความซับซ้อนยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กิตติพงษ์ พิพิธกุล. (2561). คุณภาพเครื่องมือแบบสอบถาม : Validity กับ Reliability ในการวิจัยทางรัฐประศาสนศาสตร์. วารสารวิชาการและวิจัยมหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, 8(2), 104-110.

ชณัฏฐา โพธิ์เผื่อนน้อย และศิริรัตน์ โกศการิกา. (2565). ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์และของตกแต่งบ้านผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 8(2), 51-65.

ชวรัฐ ธนินทรานนท์ และคณะ. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานนิติบุคคลโครงการบ้านจัดสรรเขตพื้นที่อำเภอหาดใหญ่จังหวัดสงขลา. Journal of Roi Kaensarn Acadami, 9(8), 672-687.

ไทยรัฐ. (2568). บริษัทแม่ Shopee คาดยอดขายปีนี้ยังโตทะลุหลักแสนล้าน พร้อมปรับกลยุทธ์ มุ่งทำกำไร. เรียกใช้เมื่อ 22 สิงหาคม 2568 จาก https://www.thairath.co.th/money/tech_innovation/tech_companies/2845367

ธนานันต์ นุ่มแสง และธนิตา ตันตระรุ่งโรจน์. (2561). การทดสอบความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นของแบบประเมินกลยุทธ์ในการรับมือกับความเครียดแบบสั้นฉบับภาษาไทย. วารสารสมาคมจิตแพทย์ ประเทศไทย, 63(2), 189-198.

นวพร ศรีวังคำ และคณะ. (2567). ศึกษาเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจการสื่อสารการตลาดบูรณาการ และคุณภาพบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าประเภทเสื้อผ้าผ่านช่องทางโซเชียลมีเดียของกลุ่มเจเนอเรชั่นแซดในจังหวัดเพชรบูรณ์. วารสารสหวิทยาการสังคมศาสตร์และการสื่อสาร, 7(4), 200-217.

พีรวัส ปทุมุต์ตรังษี และคณะ. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ของวัยรุ่น ในอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5(1), 49-60.

อนิวัฒน์ สุขประเสริฐ และจรัญญา ปานเจริญ. (2567). การตลาดเชิงประสบการณ์และการยอมรับเทคโนโลยีความจริงเสมือนที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วารสารสุทธิปริทัศน์, 38(1), 14-31.

Chu, A. Z. -C. & Chu, R. J. -C. (2011). The intranet's role in newcomer socialization in hotel industry in Taiwan-technology acceptance model analysis. The International Journal of Human Resource Management, 22(5), 1163-1179.

Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. (15th ed.). Edinburgh: Pearson Education.

Parasuraman, A. & Grewal, D. (2000). Serving customers and consumers effectively in the twenty-first century: A conceptual framework and overview. Journal of the Academy of Marketing Science, 28(1), 9-16.

บทความวิจัย

แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช*

GUIDELINES FOR MANAGING LOCAL IDENTITY-BASED TOURISM TO ENHANCE COMMUNITY-BASED TOURISM IN NAKHON SI THAMMARAT PROVINCE

ฐิติมา รัตนพงษ์*, คณิต เขียววิชัย
Thitima Rattanapong*, Kanit Khiaowichai
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม ประเทศไทย
Faculty of Education, Silpakorn University, Nakhon Pathom, Thailand
*Corresponding Author E-mail: Thitima_rat@nstru.ac.th
*Tel: 081-808-9862

บทคัดย่อ

การวิจัยแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงพัฒนาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ดำเนินการเป็น 3 ระยะ ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่น ใช้ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 34 คน จากภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่ม วิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและเชิงธีม ผลพบว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นสามารถสังเคราะห์ได้เป็น 6 มิติ ได้แก่ วัฒนธรรม ประเพณี ศิลปะ อาหาร ภูมิปัญญา และทรัพยากรธรรมชาติ โดยมีอัตลักษณ์เด่น ได้แก่ พลังศรัทธาทางศาสนา งานหัตถกรรมเครื่องถม และวิถีชีวิตชุมชนคีรีวง ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ระยะที่ 2 พัฒนาแนวทาง ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ วิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ผลพบว่าแนวทางการจัดการประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การวางแผนบนฐานอัตลักษณ์ การออกแบบประสบการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างมูลค่าเชิงซอฟต์พาวเวอร์ และการบริหารสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.38) เครื่องมือวิจัยผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC เฉลี่ย = 0.96) และมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (Cronbach's Alpha = 0.89) ระยะที่ 3 ประเมินและรับรองแนวทางโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน ใช้แบบประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ วิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลพบว่าแนวทางมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.49) และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทพื้นที่ การจัดการการท่องเที่ยวบนฐานอัตลักษณ์ควรบูรณาการอัตลักษณ์สู่การออกแบบประสบการณ์และการสร้างมูลค่าอย่างสมดุล เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: การจัดการการท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น, การท่องเที่ยวโดยชุมชน, ซอฟเพาเวอร์, ความยั่งยืน

Abstract

This research on guidelines for managing local identity-based tourism to enhance community-based tourism in Nakhon Si Thammarat Province employed a Research and

* Received 17 April 2026; Revised 27 April 2026; Accepted 29 April 2026

Development approach using mixed methods, conducted in three phases. Phase 1 involved exploring and synthesizing local identity components using 34 key informants from the public sector, private sector, communities, and academia. Data were collected through in-depth interviews and focus group discussions and analyzed using content and thematic analysis. The findings revealed that local identity could be categorized into six dimensions: culture, traditions and festivals, arts and crafts, food, local wisdom, and natural resources. Prominent identities included religious faith, nielloware handicrafts, and the Kiriwong community lifestyle, which can be developed into experiential tourism. Phase 2 focused on developing management guidelines using a sample of 420 tourists and local residents. Data were analyzed using descriptive statistics. The results indicated that the management approach consists of five key components: identity-based planning, experience design, community participation, soft power value creation, and balancing conservation and tourism. The overall mean score was at a high level ($\bar{X}$ = 4.38). Research instruments were validated for content validity (IOC average = 0.96) and demonstrated high reliability (Cronbach's Alpha = 0.89). Phase 3 involved evaluating and validating the guidelines by nine experts using an assessment form on suitability and feasibility. The results showed that the guidelines were at the highest level of appropriateness ($\bar{X}$ = 4.49) and are applicable in the local context. In conclusion, identity-based tourism management should integrate local identity into experience design and value creation in a balanced manner to promote sustainable community-based tourism.

Keywords: Tourism Management, Identity Based Tourism, Community Based Tourism, Soft Power, Sustainability

บทนำ

ในบริบทการพัฒนาเศรษฐกิจยุคปัจจุบัน การท่องเที่ยวมิได้เป็นเพียงภาคบริการเพื่อสร้างรายได้ หากแต่เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจสร้างสรรค์และเสริมสร้างอัตลักษณ์ของประเทศในระดับนานาชาติ โดย องค์การการท่องเที่ยวโลก (United Nations World Tourism Organization, 2021) ได้เน้นย้ำว่าการพัฒนาการท่องเที่ยวควรตั้งอยู่บนหลักความยั่งยืนทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม ควบคู่กับการสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและสะท้อนเอกลักษณ์ของพื้นที่ ขณะเดียวกัน ประเทศไทยได้กำหนดทิศทางการพัฒนาใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) โดยมุ่งเน้นการใช้ทุนทางวัฒนธรรมและ Soft Power เป็นกลไกสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มและยกระดับความสามารถในการแข่งขัน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism: CBT) ที่เน้นการมีส่วนร่วมและการกระจายผลประโยชน์อย่างเป็นธรรม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยร่วมสมัยสะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาการท่องเที่ยวที่ขาดการจัดการเชิงระบบบนฐานอัตลักษณ์ (United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2024) อาจนำไปสู่การพาณิชย์เกินพอดี (over commodification) และส่งผลกระทบต่อความแท้จริงของประสบการณ์ (perceived authenticity) รวมถึงลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรมของพื้นที่ (Kim, H. J. et al., 2024); (Uslu, F., 2023) ขณะเดียวกัน แนวคิดการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ชี้ให้เห็นว่า การมี อัตลักษณ์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดการแปลงไปสู่การจัดการเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง ซึ่งสะท้อน “ช่องว่างเชิงการจัดการ” (Implementation Gap) ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

ในบริบทของจังหวัด นครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพโดดเด่นด้านทุนทางวัฒนธรรม ทั้งในมิติของประเพณี ศิลปะ หัตถกรรม อาหาร และทรัพยากรธรรมชาติ พื้นที่ดังกล่าวยังมี “อัตลักษณ์เชิงซ้อน” (Hybrid Identity) ที่ผสมผสานระหว่างความเป็นเมืองพุทธ ความเชื่อพื้นถิ่น และความหลากหลายทางนิเวศ เช่น พื้นที่ภูเขา ชายฝั่งทะเล และชุมชนวิถีชีวิตดั้งเดิม ซึ่งก่อให้เกิดลักษณะ “วัฒนธรรมมีชีวิต” ที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะ อย่างไรก็ตาม แม้จะมีจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง แต่รูปแบบการบริหารจัดการยังมีลักษณะกระจัดกระจาย ขาดการบูรณาการอัตลักษณ์เข้าสู่การออกแบบประสบการณ์และการสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ อีกทั้งยังขาดระบบติดตามประเมินผลและตัวชี้วัดความยั่งยืน ส่งผลให้ไม่สามารถใช้ศักยภาพของอัตลักษณ์พื้นถิ่นได้อย่างเต็มที่ (สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2565)

นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังเผชิญ “ความท้าทายเชิงสมดุล” ระหว่างการสร้างรายได้ทางเศรษฐกิจกับการรักษาจิตวิญญาณและความแท้จริงของอัตลักษณ์ท้องถิ่น กล่าวคือ การส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เน้นการเติบโตเชิงปริมาณ อาจนำไปสู่การลดทอนคุณค่าทางวัฒนธรรมและความหมายเชิงสัญลักษณ์ของพื้นที่ หากขาดการออกแบบการจัดการที่คำนึงถึงความสมดุลระหว่างการใช้ประโยชน์และการอนุรักษ์ ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน ดังนั้น การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นในลักษณะเชิงระบบ โดยบูรณาการแนวคิด Soft Power การท่องเที่ยวโดยชุมชน และการพัฒนาอย่างยั่งยืน เพื่อยกระดับการจัดการจากระดับกิจกรรมสู่ระดับยุทธศาสตร์ ผลการวิจัยคาดว่าจะช่วยขยายองค์ความรู้ด้าน การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ในเชิงทฤษฎี และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการกำหนดนโยบายและพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระดับพื้นที่ให้มีอัตลักษณ์ชัดเจน สร้างมูลค่าเพิ่ม และเกิดความยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช
2. เพื่อพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช
3. เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นโดยผู้เชี่ยวชาญ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการวิจัยเชิงพัฒนา (Research and Development: R&D) โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) เพื่อบูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ อันนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการเชิงระบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทพื้นที่

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยดำเนินการเป็น 3 ระยะ ได้แก่

ระยะที่ 1 การสำรวจและวิเคราะห์ (Exploration Phase)

ระยะที่ 1 ของการวิจัยมุ่งศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 34 คน คัดเลือกแบบเจาะจงจาก 4 กลุ่ม ได้แก่ ภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคชุมชน และนักวิชาการ เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้างและแนวคำถามการสนทนากลุ่ม ซึ่งผ่านการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของข้อมูลตามกรอบ Trustworthiness ได้แก่ Credibility, Member Checking และ Triangulation การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านการทบทวนเอกสาร

การสัมภาษณ์เชิงลึก และการสนทนากลุ่ม ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงธีม เพื่อนำไปสู่การสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่น ซึ่งสามารถจำแนกได้เป็น 6 มิติหลัก อันเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการพัฒนาแนวทางในระยะถัดไป

ระยะที่ 2 การพัฒนา (Development Phase)

ระยะที่ 2 เป็นการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวและประชาชนในพื้นที่ กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามสูตรของ Cochran, W. G. และใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก เครื่องมือวิจัยคือแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Cochran, W. G. , 1997) ซึ่งผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ (IOC ≥ 0.50) และมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับยอมรับได้ (Cronbach’s alpha ≥ 0.89) การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยการแจกแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ (SWOT Analysis) และการสังเคราะห์กลยุทธ์ (TOWS Matrix) ทั้งนี้ ข้อมูลเชิงปริมาณถูกนำมาใช้ในการยืนยันความสอดคล้องขององค์ประกอบอัตลักษณ์ที่ได้จากระยะที่ 1 และจัดลำดับความสำคัญของแต่ละมิติ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการที่มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทพื้นที่อย่างเป็นระบบ ข้อมูลจากแบบสอบถามถูกนำมาใช้เพื่อยืนยันความสอดคล้องขององค์ประกอบอัตลักษณ์จากระยะที่ 1 โดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยความคิดเห็น ($\bar{X}$ ≥ 3.50) และใช้จัดลำดับความสำคัญของแต่ละมิติด้วยค่าเฉลี่ย จากนั้นนำผลไปกำหนดองค์ประกอบหลักและพัฒนาแนวทางเชิงกลยุทธ์ให้สอดคล้องกับบริบทพื้นที่

ระยะที่ 3 ระยะประเมินและรับรอง (Validation Phase)

ระยะที่ 3 เป็นการประเมินและรับรองแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่พัฒนาขึ้น โดยใช้กลุ่มตัวอย่างผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน เครื่องมือวิจัยคือแบบประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ (Connoisseurship Evaluation Form) การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการผ่านกระบวนการสัมมนาอิงผู้เชี่ยวชาญ เพื่อประเมินความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการประเมินสะท้อนว่าแนวทางที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมในระดับมากถึงมากที่สุด และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริงในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การบูรณาการข้อมูล (Mixed Methods Integration) การวิจัยนี้ได้บูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณตามแนวทาง Mixed Methods Integration โดยใช้ข้อมูลเชิงคุณภาพในการค้นหาและอธิบาย อัตลักษณ์พื้นถิ่น ขณะที่ข้อมูลเชิงปริมาณถูกนำมาใช้เพื่อยืนยันและจัดลำดับความสำคัญขององค์ประกอบดังกล่าวก่อนนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการเชิงระบบที่มีทั้งความลึกเชิงบริบทและความน่าเชื่อถือเชิงสถิติ ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนได้อย่างเหมาะสมและยั่งยืน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาและสังเคราะห์องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่น

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 34 คน ร่วมกับการวิเคราะห์เชิงธีม (Thematic Analysis) ชี้ให้เห็นว่า อัตลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถสังเคราะห์ได้เป็น 6 มิติหลัก ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 องค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่มีศักยภาพต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช

มิติอัตลักษณ์พื้นถิ่น	ลักษณะสำคัญ (Thematic Findings)	ศักยภาพต่อการพัฒนา CBT
1.วัฒนธรรมท้องถิ่น	วิถีชีวิต ความเชื่อ และพิธีกรรมที่ยังคงปฏิบัติจริง เช่น พลังศรัทธาวัดพระมหาธาตุวรมหาวิหาร	การพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต (Living Culture Experience)
2.ประเพณีและเทศกาล	งานบุญและเทศกาลประจำปีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นเช่น ประเพณีแห่ผ้าขึ้นธาตุ และงานเดือนสิบ	การพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงเทศกาล (Event based Tourism)
3.ศิลปะและหัตถกรรม	งานฝีมือพื้นบ้าน เช่น หนังตะลุง และงานหัตถศิลป์ เช่น หนังตะลุง และเครื่องถมนคร	การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Creative Workshop Tourism)
4.อาหารท้องถิ่น	อาหารพื้นบ้านที่สะท้อนอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเช่น แกงไตปลา ขนมลา	การพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism)
5.ภูมิปัญญาท้องถิ่น	องค์ความรู้พื้นบ้านและการดำรงชีวิตแบบดั้งเดิม เช่น วิถีชีวิตชุมชนคีรีวง	การท่องเที่ยวเชิงการเรียนรู้ (Learning based Tourism)
6.ทรัพยากรธรรมชาติ	ภูเขา น้ำตก ชายฝั่งทะเล และระบบนิเวศที่หลากหลายเช่น ป่าเขาคีรีวง น้ำตกกรุงชิง	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Eco-cultural Tourism)

ผลการสังเคราะห์สะท้อนให้เห็นว่า อัตลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดมีลักษณะเป็น “วัฒนธรรมมีชีวิต (Living Culture)” และสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT และสังเคราะห์กลยุทธ์จาก TOWS Matrix เพื่อประเมินศักยภาพเชิงการจัดการและพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น การวิเคราะห์ SWOT เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ งานวิจัยได้ประยุกต์ใช้การกำหนด ค่าน้ำหนัก (Weight SWOT) และคะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยกำหนดค่าน้ำหนักในช่วง 0.00 - 1.00 และให้คะแนนระดับความสำคัญ (1 - 5) ก่อนคำนวณคะแนนรวม

ปัจจัย	องค์ประกอบ	ประเด็นการวิเคราะห์ (SWOT)	กลยุทธ์ (TOWS)	แนวทางการจัดการ
ปัจจัยภายใน	จุดแข็ง (Strengths)	(1) มีอัตลักษณ์พื้นถิ่นที่หลากหลายและโดดเด่น (6 มิติ) (2) มีวัฒนธรรมมีชีวิต (Living Culture) ที่ยังคงปฏิบัติจริง (3) ชุมชนมีความเข้มแข็งและมีศักยภาพในการจัดการตนเอง	SO Strategy การใช้จุดแข็งเพื่อรองรับโอกาส	(1) พัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ (Identity Routes) (2) ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ (Experiential Tourism)
	จุดอ่อน (Weaknesses)	(1) ขาดระบบการจัดการเชิงบูรณาการ (2) ขาดการเชื่อมโยงอัตลักษณ์สู่การพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยว (3) ขาดการสร้างแบรนด์อัตลักษณ์ที่ชัดเจน	WO Strategy การแก้ไขจุดอ่อนโดยใช้โอกาส	(1) พัฒนาและยกระดับแบรนด์อัตลักษณ์ (Branding Development) (2) ส่งเสริมการใช้ทุนทางวัฒนธรรมสู่ Soft Power (3) พัฒนาแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการตลาดและการสื่อสาร

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ SWOT และสังเคราะห์กลยุทธ์จาก TOWS Matrix เพื่อประเมินศักยภาพเชิงการจัดการและพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น การวิเคราะห์ SWOT เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือในการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ งานวิจัยได้ประยุกต์ใช้การกำหนด ค่าน้ำหนัก (Weight SWOT) และ คะแนนถ่วงน้ำหนัก (Weighted Score) โดยกำหนดค่าน้ำหนักในช่วง 0.00 - 1.00 และให้คะแนนระดับความสำคัญ (1 - 5) ก่อนคำนวณคะแนนรวม (ต่อ)

ปัจจัย	องค์ประกอบ	ประเด็นการวิเคราะห์ (SWOT)	กลยุทธ์ (TOWS)	แนวทางการจัดการ
ปัจจัยภายนอก	โอกาส (Opportunities)	(1) นโยบายสนับสนุน Soft Power ในระดับประเทศ (2) แนวโน้มการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เพิ่มขึ้น (3) ความต้องการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีแนวโน้มสูงขึ้น	การบูรณาการร่วมกับกลยุทธ์ SO และ WO	สนับสนุนการพัฒนาแนวทางเชิงรุกและเชิงพัฒนาโดยใช้ศักยภาพของพื้นที่
	อุปสรรค (Threats)	(1) ความเสี่ยงจากการพาณิชย์เกินพอดี (2) การสูญเสียอัตลักษณ์ท้องถิ่น (3) การแข่งขันจากแหล่งท่องเที่ยวอื่น	ST Strategy การใช้จุดแข็งเพื่อลดอุปสรรค WT Strategy การลดความเสี่ยงจากข้อจำกัด	ST (1) พัฒนามาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน (CBT Standards) (2) กำหนดขีดความสามารถในการรองรับ (Carrying Capacity) WT (1) จัดทำแนวทางอนุรักษ์อัตลักษณ์พื้นถิ่น (2) สร้างกติกาชุมชนเพื่อการจัดการอย่างยั่งยืน

ผลการวิเคราะห์พบว่า จุดแข็งด้านอัตลักษณ์พื้นถิ่นมีคะแนนถ่วงน้ำหนักสูงสุด ขณะที่จุดอ่อนด้านการจัดการและการสร้างแบรนด์ยังเป็นข้อจำกัดสำคัญ มีการจัดลำดับความสำคัญเชิงกลยุทธ์โดยใช้คะแนนรวมถ่วงน้ำหนัก (Total Weighted Score)

จากการสังเคราะห์ TOWS Matrix นำไปสู่กลยุทธ์เชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะ “การพัฒนาเส้นทางการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์” ซึ่งถือเป็นผลลัพธ์เชิงรูปธรรมของแนวทางการจัดการ เช่น เส้นทางสายศรัทธา เส้นทางหัตถศิลป์ และเส้นทางวิถีธรรมชาติ

2. ผลการพัฒนาแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การบูรณาการข้อมูลเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 420 คน นำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น (Identity Based Tourism Management Model) แสดงดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแนวทางการจัดการในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น (Identity Based Tourism Management Model)

องค์ประกอบแนวทางการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. การวางแผนบนฐานอัตลักษณ์ (Identity Based Planning)	4.42	0.58	มากที่สุด
2. การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ (Experiential Design)	4.35	0.63	มาก
3. การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation)	4.47	0.55	มากที่สุด

ตารางที่ 3 แสดงผลการสำรวจระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบแนวทางการจัดการในรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น (Identity Based Tourism Management Model) (ต่อ)

องค์ประกอบแนวทางการจัดการ	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
4. การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงวัฒนธรรมและซอฟต์พาวเวอร์ (Cultural and Soft Power Value Creation)	4.31	0.66	มาก
5. การบริหารสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว (Conservation Tourism Balance)	4.34	0.67	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.38**	**0.62**	**มาก**

จากตารางที่ 3 พบว่า แนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.38, S.D. = 0.62) โดยองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ การมีส่วนร่วมของชุมชน (Community Participation) ($\bar{X}$ = 4.47) ขณะที่องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิงวัฒนธรรมและซอฟต์พาวเวอร์ (Cultural and Soft Power Value Creation) ($\bar{X}$ = 4.31) ผลที่ Soft Power มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดสะท้อนว่าชุมชนยังขาดความสามารถในการแปลงอัตลักษณ์ไปสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยเฉพาะด้านการสร้างแบรนด์ การสื่อสารดิจิทัล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิเคราะห์ในตารางที่ 2 และชี้ให้เห็นช่องว่างเชิงการจัดการในการพัฒนาเชิงซอฟต์พาวเวอร์ของพื้นที่

3. ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิง อัตลักษณ์พื้นถิ่นโดยผู้เชี่ยวชาญ

ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน (n = 9) พบว่า แนวทางมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.49) เนื่องจากจำนวนตัวอย่างมีขนาดเล็ก การวิเคราะห์จึงเน้นการตีความเชิงคุณภาพร่วมกับค่าสถิติเชิงพรรณนา เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย แสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นโดยผู้เชี่ยวชาญ (n = 9)

มิติ	Mean	S.D.	ระดับ
1.ความเหมาะสมเชิงแนวคิด	4.52	0.41	มากที่สุด
2. ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้	4.47	0.45	มาก
3. ความสอดคล้องบริบทพื้นที่	4.49	0.43	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	**4.49**	**0.43**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 4 พบว่า แนวทางการจัดการอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.49, S.D. = 0.43) เนื่องจากจำนวนตัวอย่างมีขนาดเล็ก การวิเคราะห์จึงเน้นการตีความเชิงคุณภาพร่วมกับค่าสถิติเชิงพรรณนา เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย สะท้อนถึงความเหมาะสมของแนวทางในเชิงประจักษ์ เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติ พบว่าความเหมาะสมเชิงแนวคิดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\bar{X}$ = 4.52, S.D. = 0.41) รองลงมาคือ ความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ ($\bar{X}$ = 4.49, S.D. = 0.43) และความเป็นไปได้ในการนำไปใช้ ($\bar{X}$ = 4.47, S.D. = 0.45) ซึ่งอยู่ในระดับมาก ผลการประเมินยืนยันว่า แนวทางการจัดการที่พัฒนาขึ้นมีความเหมาะสมทั้งในเชิงแนวคิดและเชิงปฏิบัติ และมีความสอดคล้องกับบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยสามารถเชื่อมโยงองค์ประกอบอัตลักษณ์พื้นถิ่นกับกระบวนการจัดการได้อย่างเป็นระบบ และมีศักยภาพในการนำไปประยุกต์ใช้จริงในระดับพื้นที่ได้ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเพื่อพัฒนาและยกระดับแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่น

ประเด็นข้อเสนอแนะ	รายละเอียดข้อเสนอแนะ	แนวทางการนำไปใช้
การกำหนดตัวชี้วัดความยั่งยืนเชิงอัตลักษณ์	การพัฒนาตัวชี้วัดที่สะท้อนการคงอยู่ของอัตลักษณ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม และระดับการมีส่วนร่วมของชุมชน	การใช้เป็นเครื่องมือในการติดตาม ประเมินผล และกำกับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะยาว
การบูรณาการสู่แผนพัฒนาการท่องเที่ยว	การเชื่อมโยงแนวทางการจัดการเข้าสู่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวในระดับจังหวัดและระดับพื้นที่	การสนับสนุนการขับเคลื่อนเชิงนโยบาย และการสร้างความต่อเนื่องของการดำเนินงาน
การพัฒนาศักยภาพผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง	การส่งเสริมศักยภาพผู้นำชุมชนและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในด้านการจัดการเชิงยุทธศาสตร์ การออกแบบประสบการณ์ และการสร้างมูลค่า soft power	การเพิ่มขีดความสามารถในการประยุกต์ใช้แนวทางได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับพื้นที่
การสื่อสารและการสร้างแบรนด์เชิงอัตลักษณ์	การพัฒนากลไกการสื่อสารและการสร้างแบรนด์เชิงพื้นที่ (Place Branding) เพื่อถ่ายทอดคุณค่า อัตลักษณ์สู่ตลาดการท่องเที่ยว	การเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยวในระดับประเทศและนานาชาติ

ข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญในตารางที่ 5 ถูกนำมาปรับปรุงแนวทางการให้สมบูรณ์ยิ่งขึ้น โดยพัฒนาเป็นกลไกเชิงปฏิบัติในด้านตัวชี้วัดความยั่งยืน การเชื่อมโยงนโยบายการพัฒนาศักยภาพชุมชนด้าน Soft Power การสร้างแบรนด์เชิงอัตลักษณ์ และการบูรณาการสู่แผนพัฒนาการท่องเที่ยวระดับจังหวัดส่งผลให้แนวทางที่พัฒนาขึ้นมีลักษณะเป็น “ระบบการจัดการเชิงปฏิบัติ” ที่สามารถนำไปใช้ได้จริง และสอดคล้องกับบริบทพื้นที่อย่างเป็นรูปธรรม

อภิปรายผล

การวิจัยเรื่องแนวทางการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลโดยเชื่อมโยงกับกรอบแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้อย่างเป็นระบบ โดยผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ทั้งในมิติของการสร้างประสบการณ์และการสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ที่มองว่าอัตลักษณ์เป็นตัวแปรแกนกลางที่เชื่อมโยงทรัพยากร ภาพลักษณ์ และพฤติกรรมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย (Vossoughi, L. et al., 2020); (Chiengkul, W. & Kumjorn, P., 2026)

ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า อัตลักษณ์พื้นถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถสังเคราะห์ได้เป็น 6 มิติ ได้แก่ วัฒนธรรมท้องถิ่น ประเพณีและเทศกาล ศิลปะและหัตถกรรม อาหารท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติ เนื่องจากพื้นที่มีลักษณะเป็น “วัฒนธรรมมีชีวิต” ที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างศาสนา ความเชื่อ และวิถีชีวิตชุมชน อย่างไรก็ตาม แม้พื้นที่จะมีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง แต่ยังไม่สามารถแปลงสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นระบบซึ่งมีลักษณะเป็นวัฒนธรรมมีชีวิต (Living Culture) และสามารถพัฒนาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิด Place Identity ที่ระบุว่าอัตลักษณ์ของพื้นที่เป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความสามารถในการแข่งขันของแหล่งท่องเที่ยว (Ilies, G. & Ilies, M., 2015) อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังสะท้อนช่องว่างระหว่างอัตลักษณ์กับการนำไปใช้จริง (Implementation Gap) กล่าวคือ แม้พื้นที่จะมีอัตลักษณ์ที่เข้มแข็ง แต่ยังขาดกลไกการจัดการเชิงระบบในการแปลงอัตลักษณ์ไปสู่การปฏิบัติจริง ซึ่งสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Maffei, D. et al. ที่ชี้ว่าความสำเร็จของการพัฒนาพื้นที่ขึ้นอยู่กับการนำอัตลักษณ์ไปใช้เชิงกลยุทธ์มากกว่าการมี อัตลักษณ์เพียงอย่างเดียว

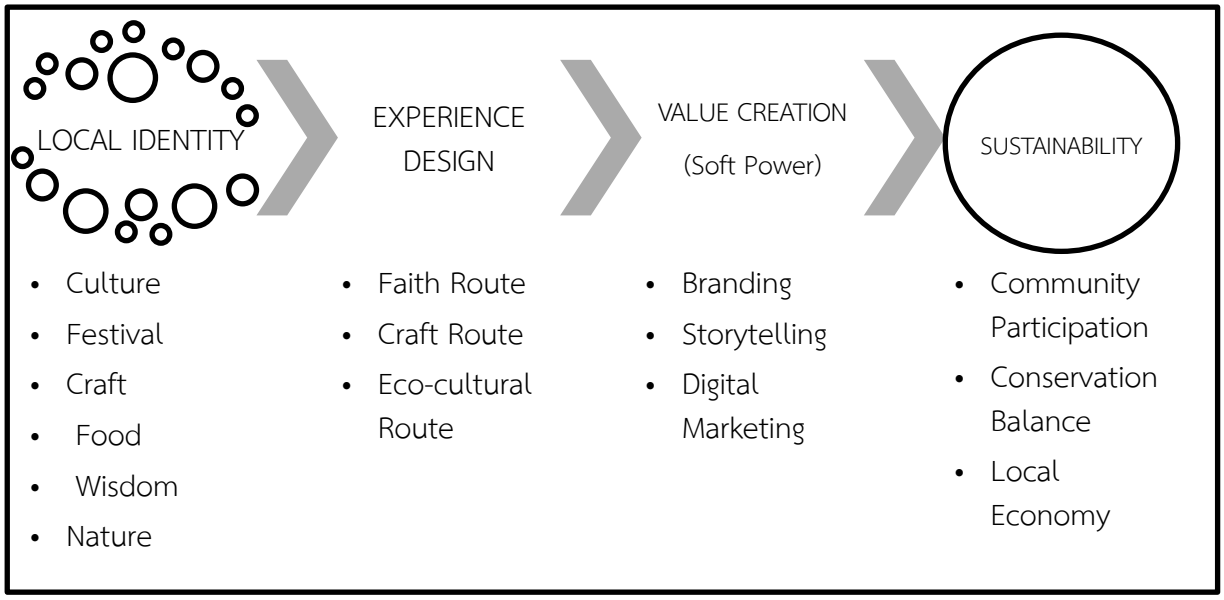
โดยประเด็นดังกล่าวถือเป็นช่องว่างองค์ความรู้ที่งานวิจัยนี้ได้เติมเต็มผ่านการพัฒนาแนวทางการจัดการเชิงระบบ (Maffei, D. et al., 2026)

ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่ 2 ผลการพัฒนาแนวทางการจัดการพบว่า รูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ได้แก่ การวางแผนบนฐานอัตลักษณ์ การออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์ การมีส่วนร่วมของชุมชน การสร้างมูลค่าเพิ่มเชิง soft power และการบริหารสมดุลระหว่างการอนุรักษ์กับการท่องเที่ยว ผลการวิจัยพบว่า “การมีส่วนร่วมของชุมชน” มีค่าสูงสุด เนื่องจากโครงสร้างการท่องเที่ยวในพื้นที่ยังคงยึดโยงกับวิถีชีวิตและเครือข่ายชุมชนซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Community Based Tourism ที่เน้นบทบาทของผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในการสร้างความยั่งยืน (Nethengwe, T. & Nengovhela, M., 2026) ขณะเดียวกัน การวางแผนบนฐานอัตลักษณ์สอดคล้องกับแนวคิด Place-Based Development ที่เน้นการใช้ทุนท้องถิ่นเป็นฐานในการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชน (Awotwe, E., 2026) และการออกแบบกิจกรรมเชิงประสบการณ์สอดคล้องกับแนวคิด Creative Tourism ซึ่งเน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ (Nahar, N., 2025) ในทางตรงกันข้าม องค์ประกอบด้าน Soft Power มีค่าต่ำที่สุด เนื่องจากชุมชนในพื้นที่ยังมองอัตลักษณ์ในมิติของ “การอนุรักษ์” มากกว่าการ “สร้างมูลค่า” กล่าวคือ อัตลักษณ์ยังไม่ถูกแปลงเป็นผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ เช่น สินค้าแฟชั่น ของที่ระลึก หรือประสบการณ์เชิงพาณิชย์ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด Identity-Based Branding ที่ระบุว่าการสร้างคุณค่าทางเศรษฐกิจจากอัตลักษณ์จำเป็นต้องอาศัยกระบวนการสื่อสาร การออกแบบ และการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ (Malaj, A. & Bayyurt, N., 2026) ในด้านความยั่งยืน ผลการวิจัยสะท้อนความสำคัญของการบริหารสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว ซึ่งสอดคล้องกับกรอบ Sustainable Tourism ที่เน้นความสมดุลระหว่างมิติทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Nethengwe, T. & Nengovhela, M., 2026) อย่างไรก็ตาม ยังพบความเสี่ยงจากการพาณิชย์เกินพอดี ซึ่งอาจนำไปสู่การลดทอนความแท้จริงของอัตลักษณ์ (authenticity) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการท่องเที่ยวเชิง อัตลักษณ์ การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ในพื้นที่จึงเผชิญ “ความย้อนแย้งเชิงการจัดการ” กล่าวคือ การพัฒนาเพื่อสร้างรายได้อาจนำไปสู่การจัดฉากทางวัฒนธรรมดังนั้น การจัดการจำเป็นต้องรักษาสมดุลระหว่างการนำเสนอเพื่อการท่องเที่ยวและการคงไว้ซึ่งความแท้จริงของชุมชน

ในส่วนของวัตถุประสงค์ที่ 3 ผลการประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญยืนยันว่าแนวทางสามารถนำไปใช้ได้จริง เนื่องจากมีการบูรณาการทั้งมิติอัตลักษณ์ การมีส่วนร่วม และกลไกเชิงนโยบายซึ่งยืนยันความสอดคล้องทั้งในเชิงแนวคิดและเชิงปฏิบัติ และสามารถนำไปใช้ได้จริงในบริบทพื้นที่ สอดคล้องกับแนวคิดการจัดการเชิงกลยุทธ์ที่เน้นการบูรณาการทรัพยากร การมีส่วนร่วมของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย และการเชื่อมโยงนโยบายสู่การปฏิบัติ (Hoa, L. T. K., 2026)

ผลการวิจัยยืนยันว่าอัตลักษณ์เป็นกลไกหลักในการพัฒนาการท่องเที่ยว แต่ความสำเร็จขึ้นอยู่กับความสามารถในการแปลงอัตลักษณ์ไปสู่การปฏิบัติโดยเฉพาะการลดช่องว่าง Implementation Gap และการจัดการความย้อนแย้งระหว่าง “การสร้างมูลค่า” กับ “การรักษาความแท้จริง”ซึ่งนำไปสู่แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์ที่สามารถนำไปใช้จริงในระดับชุมชนและนโยบาย

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 1 KHON Identity Tourism Model

องค์ความรู้ใหม่ของการวิจัยนี้คือการพัฒนา โมเดลการจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นแบบเชิงกระบวนการ (Process-Based Identity Tourism Model) ภายใต้กรอบแนวคิด Identity ⟶ Experience ⟶ Value ⟶ Implementation ซึ่งอธิบายการแปลงอัตลักษณ์ท้องถิ่นไปสู่การพัฒนาเชิงระบบได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยมีจุดเน้นเฉพาะในบริบทจังหวัดนครศรีธรรมราช คือการบูรณาการ “พลังศรัทธาทางศาสนา” ร่วมกับ “วิถีวัฒนธรรมมีชีวิต” เข้าสู่กระบวนการออกแบบประสบการณ์การท่องเที่ยว และต่อยอดสู่การสร้างมูลค่าเชิงเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ทั้งนี้ โมเดลดังกล่าวยังชี้ให้เห็นช่องว่างเชิงการจัดการ (Implementation Gap) ว่าการมีอัตลักษณ์เพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ หากขาดกลไกในการแปลงสู่การปฏิบัติจริง จึงทำให้โมเดลสามารถเชื่อมโยงจาก “อัตลักษณ์ ⟶ การจัดการ ⟶ ผลลัพธ์เชิงมูลค่า” ได้อย่างเป็นระบบ โดยมีนัยสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืน

สรุปและข้อเสนอแนะ

การวิจัยนี้พบว่าจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพด้านอัตลักษณ์พื้นถิ่น 6 มิติ ซึ่งสามารถพัฒนาเป็นการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ได้ แต่ยังมีข้อจำกัดในการแปลงอัตลักษณ์สู่มูลค่าเชิงเศรษฐกิจอย่างเป็นระบบ จึงนำไปสู่การพัฒนาแนวทางการจัดการเชิงอัตลักษณ์ 5 องค์ประกอบที่สามารถนำไปใช้ได้จริง โดยข้อเสนอเชิงนโยบายควรมุ่งยกระดับ Soft Power ผ่านการสร้าง Content Marketing เชิงวัฒนธรรม การใช้เครื่องมือดิจิทัล และการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ควบคู่กับการกำหนดกติกาชุมชนเพื่อรักษาความแท้จริงและป้องกันการพาณิชย์เกินพอดี ทั้งนี้ แนวทางดังกล่าวสามารถเป็นต้นแบบในการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างยั่งยืนและเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในระดับพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของดุษฎีนิพนธ์ เรื่องกลยุทธ์การจัดการการท่องเที่ยวเชิงอัตลักษณ์พื้นถิ่นเพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดนครศรีธรรมราช ในหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการนันทนาการ การท่องเที่ยวและกีฬา โดยบทความนี้ได้นำเสนอผลการศึกษาในประเด็นย่อยที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดของดุษฎีนิพนธ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะกรรมการสอบดุษฎีนิพนธ์สำหรับข้อเสนอแนะอันเป็นประโยชน์ รวมถึงหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน ผู้นำชุมชน ผู้ประกอบการ และผู้ให้ข้อมูลทุกท่านที่ให้ความร่วมมือและสนับสนุนการวิจัยจนสำเร็จลุล่วง ผู้วิจัยขอแสดงความขอบคุณมา ณ โอกาสนี้

เอกสารอ้างอิง

สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดนครศรีธรรมราช. (2565). แผนยุทธศาสตร์การท่องเที่ยวจังหวัดนครศรีธรรมราช พ.ศ. 2565-2570. (พิมพ์ครั้งที่ 1). นครศรีธรรมราช: สำนักงานจังหวัดนครศรีธรรมราช.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี. เรียกใช้เมื่อ 10 ตุลาคม 2566 จาก http://nscr.nesdc.go.th/ns/

Awotwe, E. (2026). Place-based economic development as a strategy for rural revitalization: An assessment of Saskatchewan's policy environment and the OECD's new rural paradigm (1990-2024). In the Degree of Doctor of Philosophy of the Johnson Shoyama Graduate School of Public Policy. University of Saskatchewan, Saskatoon.

Chiengkul, W. & Kumjorn, P. (2026). Cultural souvenir attributes and identity-based intentions in heritage tourism: Scale development and validation. Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 1-21. https://doi.org/10.1080/1528008X.2026.2634775

Cochran, W. G. (1997). Sampling techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Hoa, L. T. K. (2026). Sustainable tourism and local development in Quang Nam Province: Policy analysis and strategic recommendations. European Journal of Sustainable Development Research, 10(2). https://doi.org/10.29333/ejosdr/18129

Ilies, G. & Ilies, M. (2015). Identity-based geo- and tourism branding strategies derived from rural Maramureș land (Romania). GeoJournal of Tourism and Geosites, 8(2), 179-186.

Kim, H. J. et al. (2024). Evolution of the memorable tourism experience and future research prospects. Journal of Travel Research, 63(6), 1315-1334. https://doi.org/10.1177/00472875231206545

Maffei, D. et al. (2026). Evaluating place brand identity implementation: An assessment model for dynamic contexts. Journal of Place Management and Development, 1-20. https://doi.org/10.1108/JPMD-08-2025-0103

Malaj, A. & Bayyurt, N. (2026). Destination image, national identity, youth career aspirations, and support for tourism in an emerging destination. Research Square, https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-8677703/v1

Nahar, N. (2025). Wool innovation: Punch needle embroidery as participatory art workshop incorporated with Arctic region's sustainability and tourism. In Master's Thesis. Sustainable Art and Design Faculty of Art and Design. University of Lapland.

Nethengwe, T. & Nengovhela, M. (2026). Operationalising sustainability: A framework for enhancing community-based homestays in South Africa. International Journal of Applied Research in Business and Management, 7(2). https://doi.org/10.51137/wrp.ijarbm.473

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2024). Trends in sustainable tourism and cultural engagement. Retrieved October 15, 2024, from https://www.unwto.org

United Nations World Tourism Organization. (2021). UNWTO and NEOM launch 'Tourism Experiences of the Future' challenge. Retrieved July 7, 2022, from https://www.unwto.org/news/unwto-and-neom-launch-tourism-experiences-of-the-future-challenge

Uslu, F. (2023). The perception of cultural authenticity and support for cultural heritage tourism development. Sustainability, 15(22), 15794. https://doi.org/10.3390/su152215794

Vossoughi, L. et al. (2020). Analysis of urban branding potential and brand elements of tourism destinations based on identity-based approach. Urban Tourism, 7(3), 143-159.

บทความวิชาการ

การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็ก เยาวชน และครอบครัวในกระบวนการยุติธรรม*

DEVELOPMENT OF AN ONLINE COUNSELING MODEL IN JUVENILE JUSTICE SYSTEM

สิธยา อนุสนธิ์
Sidhaya Anuson
คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร นครปฐม ประเทศไทย
Faculty of Science, Silapakorn University, Nakorn Phatom, Thailand
Corresponding author E-mail: paaninie@gmail.com
Tel: 08-5911-6669

บทคัดย่อ

บทความนี้มุ่งนำเสนอแนวทางการพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัวในกระบวนการยุติธรรม ผ่านการสังเคราะห์หลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศอย่างเป็นระบบ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายดังกล่าวมีสภาวะความเปราะบางสูงและมักเผชิญกับอุปสรรคหลายด้านในการเข้าถึงการบริการสุขภาพจิต การทบทวนวรรณกรรมชี้ว่า การให้คำปรึกษาออนไลน์มีประสิทธิผลเทียบเท่ากับการให้คำปรึกษาแบบพบหน้าโดยตรง โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีแนวโน้มยอมรับและมีส่วนร่วมกับรูปแบบดิจิทัลได้ดีกว่า ดังนั้น การให้คำปรึกษาออนไลน์จึงเป็นนวัตกรรมที่มีศักยภาพในการลดช่องว่างการเข้าถึงการบริการสุขภาพจิตได้อย่างเป็นรูปธรรมโดยเฉพาะในประชากรกลุ่มที่ขาดการดูแลมาอย่างยาวนานในบริบทของประเทศไทย ระบบศาลเยาวชนและครอบครัวที่ดำเนินการภายใต้พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 ได้วางหลักการให้กระบวนการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟูดำเนินไปควบคู่กับกระบวนการยุติธรรม จึงเปิดพื้นที่ให้บริการด้านสุขภาพจิตในรูปแบบใหม่มีบทบาทอย่างชัดเจน รูปแบบที่บทความนี้เสนอประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 5 ประการ ได้แก่ 1) การประเมินความต้องการและความพร้อมเบื้องต้น 2) การวางแผนการให้คำปรึกษาแบบบูรณาการที่ตอบสนองต่อบริบทเฉพาะของผู้รับบริการ 3) การดำเนินการให้คำปรึกษาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมและปลอดภัย 4) การเปิดพื้นที่ให้ครอบครัวมีส่วนร่วมอย่างมีความหมาย และ 5) การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง บทความนี้ได้ให้ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติสำหรับหน่วยงานอื่นที่เกี่ยวข้องพร้อมระบุทิศทางการวิจัยในอนาคตที่จำเป็นต่อการพัฒนาระบบบริการสุขภาพจิตสำหรับเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมของไทยให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป

คำสำคัญ: การให้คำปรึกษาออนไลน์, สุขภาพจิตในกระบวนการยุติธรรม, เยาวชนและครอบครัว, กระบวนการยุติธรรมเด็กและเยาวชน

Abstract

This academic article presents a developmental framework for online counseling services designed for children, youth, and families involved in the juvenile justice system, grounded in a

*

systematic synthesis of empirical evidence drawn from both Thai and international scholarly research literature. Given that this population operates at the confluence of legal entanglement and compounding psychosocial adversity, conventional pathways to mental health care have historically proven structurally inadequate, rendering digitally mediated service delivery an increasingly consequential and theoretically justified response to a persistent and under addressed service gap. A review of the literature indicates that online counseling demonstrates therapeutic outcomes broadly comparable to those achieved through face-to-face modalities, while adolescents as a demographic cohort tend to exhibit markedly greater receptivity toward and sustained engagement with digitally mediated interventions. Online counseling therefore represents an innovation with demonstrable potential to concretely and meaningfully bridge this service gap for a historically underserved population. Within the Thai institutional context, the Juvenile and Family Court system, operating under the Juvenile and Family Court and Juvenile and Family Case Procedure Act B.E. 2553, establishes a clear mandate for rehabilitative, therapeutic, and restorative processes to proceed in tandem with formal judicial proceedings, thereby opening institutional space for new forms of mental health services to assume a meaningful and clearly defined role. The framework proposed in this article comprises five core components: 1) preliminary needs and readiness assessment, 2) integrated counseling planning responsive to the specific contexts of service recipients, 3) counseling delivery through appropriate and secure digital platforms, 4) meaningful family involvement throughout the intervention, and 5) continuous monitoring and outcome evaluation. The article concludes with practical recommendations for relevant agencies and delineates priority directions for future empirical research necessary to strengthen and sustain mental health service systems for children and youth in Thailand's justice system.

Keywords: Online Counseling, Youth Mental Health in Juvenile Justice, Youth and Families, Juvenile Justice System

บทนำ

เด็กและเยาวชนที่อยู่ในกระบวนการยุติธรรมจัดเป็นกลุ่มประชากรที่มีความเปราะบางสูงและมีความต้องการบริการด้านสุขภาพจิตอย่างมีนัยสำคัญ ข้อมูลของกรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน ปีพุทธศักราช 2566 พบว่ามีเด็กและเยาวชนที่เข้าสู่กระบวนการยุติธรรมและถูกควบคุมตัวในศูนย์ฝึกและอบรมเด็กและเยาวชนหรือสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน จำนวน 2,811 คน สะท้อนให้เห็นถึงขนาดของปัญหาที่ต้องได้รับการดูแลทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจอย่างเป็นระบบ (กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน, 2566) รายงานของ UNICEF และกระทรวงสาธารณสุข ระบุว่าเด็กอายุ 10 - 19 ปี ในประเทศไทยประมาณ 1 ใน 7 คน พบความผิดปกติด้านสุขภาพจิต ในขณะที่การเข้าถึงบริการจากผู้เชี่ยวชาญยังมีข้อจำกัดมาก สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นถึงช่องว่างบริการที่ยังคงดำรงอยู่ โดยเฉพาะในกลุ่มเด็กและเยาวชนที่อยู่ในกระบวนการยุติธรรมซึ่งมักเผชิญกับปัญหาหลายด้าน เช่น การตีตราทางสังคม การขาดความเป็นส่วนตัว และความไม่สะดวกในการเดินทาง นอกจากนี้ยังพบว่าเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมมีอัตราความผิดปกติทางจิตเวชสูงกว่าประชากรทั่วไปมาก (American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, 2017)

แนวทางการให้บริการสุขภาพจิตแบบดั้งเดิมในรูปแบบพบหน้า แม้จะมีคุณค่าในการสร้างสัมพันธภาพบำบัด แต่ก็มีข้อจำกัดหลายประการสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้ ได้แก่ การกระจายตัวของบุคลากรที่ไม่เท่าเทียม ข้อจำกัดด้านการเดินทางสำหรับผู้อยู่ในพื้นที่ห่างไกล ตราบาปทางสังคมที่ทำให้ผู้รับบริการลังเลใจ และการขาดบริการต่อเนื่องหลังพ้นการควบคุมตัว ปัจจัยเหล่านี้ชี้ว่าระบบการให้บริการเดิมยังไม่เพียงพอต่อความต้องการที่ซับซ้อนของประชากรกลุ่มนี้

การให้คำปรึกษาออนไลน์ (Online Counseling) หรือการให้บริการสุขภาพจิตผ่านเทคโนโลยีดิจิทัล จึงเป็นนวัตกรรมที่ได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางในช่วงทศวรรษที่ผ่านมา โดยเฉพาะภายหลังการระบาดของโรค COVID-19 ที่ทุกภาคส่วนเร่งนำเทคโนโลยีมาใช้ในการให้บริการสุขภาพจิต (Grote, F. et al., 2024) งานวิจัยของ Giovanetti et al. แสดงให้เห็นว่าการให้บริการผ่านระบบวิดีโอ (Video Teleconferencing) มีประสิทธิผลเทียบเท่ากับการให้คำปรึกษาแบบพบหน้าสำหรับกลุ่มเด็กและเยาวชนที่มีปัญหาสุขภาพจิตหลากหลายประเภท (Giovanetti et al., 2022)

บทความวิชาการนี้มุ่งสังเคราะห์งานวิจัยและนำเสนอรูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์ที่เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชนกับครอบครัวในกระบวนการยุติธรรมเยาวชนของประเทศไทย โดยบูรณาการหลักฐานเชิงประจักษ์จากงานวิจัยนานาชาติกับบริบทและกฎหมายไทย เพื่อเป็นแนวทางสำหรับผู้ปฏิบัติงาน นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ ผู้ให้คำปรึกษา และผู้กำหนดนโยบาย ในการพัฒนาระบบบริการสุขภาพจิตสำหรับกลุ่มเป้าหมายนี้

บริบทกระบวนการยุติธรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทย

1. กรอบกฎหมายและนโยบาย

กระบวนการยุติธรรมสำหรับเด็กและเยาวชนในประเทศไทยอยู่ภายใต้พระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553 ซึ่งกำหนดให้กระบวนการยุติธรรมมุ่งเน้นการแก้ไขบำบัดฟื้นฟูมากกว่าการลงโทษ โดยให้ความสำคัญกับการค้นหาสาเหตุของพฤติกรรมและการ ส่งเสริมพัฒนาการที่เหมาะสม (ปุณยวัจน์ ศรีชัยกุล, 2564) มาตรา 90 และมาตรา 132 ของกฎหมายดังกล่าวเปิดช่องให้ศาลใช้มาตรการพิเศษแทนการดำเนินคดีอาญา รวมถึงการดูแลแก้ไขบำบัดรักษาและการให้คำปรึกษาแนะนำ

อนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กขององค์การสหประชาชาติ ข้อ 40 กำหนดให้เด็กหรือเยาวชนที่ถูกดำเนินคดีมีสิทธิที่จะได้รับความช่วยเหลือทางกฎหมายและการปฏิบัติอย่างยุติธรรม โดยให้เคารพต่อความเป็นส่วนตัวในทุกขั้นตอนของกระบวนการพิจารณา การให้บริการสุขภาพจิตของเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมจึงควรออกแบบให้สอดคล้องกับหลักการดังกล่าวด้วย (สุมนทิพย์ จิตสว่าง, 2564)

2. ความต้องการบริการด้านสุขภาพจิตของกลุ่มเป้าหมาย

เด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมมีความต้องการบริการด้านสุขภาพจิตที่ซับซ้อนและหลากหลาย งานวิจัยพบว่าเยาวชนกลุ่มนี้มักมีประวัติของการได้รับบาดแผลทางใจ (Trauma) ปัญหาครอบครัว การใช้สารเสพติด และความยากลำบากในการควบคุมอารมณ์ (Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP), 2023) Hirschi ได้เสนอทฤษฎีพันธะทางสังคม (Social Bond Theory) ซึ่งระบุว่าเมื่อเด็กหรือเยาวชนรู้สึกผูกพันกับครอบครัว โรงเรียน และสังคม โอกาสการกระทำผิดจะลดลง การให้คำปรึกษาในกระบวนการนี้จึงต้องมุ่งเสริมสร้างความสัมพันธ์ดังกล่าว (Hirschi, T., 1969)

สำหรับบริบทในประเทศไทย รายงานของ UNICEF ชี้ว่าเด็กและเยาวชนที่เผชิญกับความขัดแย้งทางกฎหมายยังไม่ได้รับบริการด้านสุขภาพจิตอย่างเพียงพอ เนื่องจากปัจจัยหลายประการ ได้แก่ การขาดแคลนบุคลากรที่เชี่ยวชาญ การกระจายตัวของทรัพยากรที่ไม่เท่าเทียม ปัญหาการตีตราทางสังคม และการขาดบริการที่

เหมาะสมสำหรับเด็กและเยาวชน การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์จึงเป็นทางออกที่มีศักยภาพในการแก้ไขข้อจำกัดเหล่านี้ (Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP), 2018)

การให้คำปรึกษาออนไลน์: หลักฐานเชิงประจักษ์และแนวปฏิบัติ

1. ประสิทธิผลของการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็กและเยาวชน

การทบทวนวรรณกรรมอย่างเป็นระบบจำนวน 126 การศึกษาพบว่า การให้คำปรึกษาผ่านเทคโนโลยีสารสนเทศมีประสิทธิผลในการให้บริการด้านการประเมิน การวินิจฉัย การให้คำปรึกษา การรักษา และการป้องกันปัญหาสุขภาพจิตสำหรับเด็กและเยาวชน และเป็นวิธีที่เยาวชนให้การยอมรับมากกว่าการพบหน้า (Journal of the Canadian Academy of Child and Adolescent Psychiatry, 2014 อ้างใน National Council for Mental Wellbeing, 2023)

การวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis) โดย Giovanetti et al. พบว่าการบำบัดออนไลน์มีประสิทธิผลเทียบเท่ากับการบำบัดแบบพบหน้าสำหรับภาวะซึมเศร้า (g = 0.04, 95% CI: −0.12 ถึง 0.20) (Giovanetti et al., 2022) ในขณะที่ Boateng, A. et al. พบว่าโปรแกรมบำบัดด้านสุขภาพจิตในรูปแบบดิจิทัลมีผลลัพธ์ที่ดีขึ้นในหลากหลายบริบทของภาวะสุขภาพจิตในกลุ่มเยาวชนและผู้ใหญ่ตอนต้น (Boateng, A. et al., 2025) Grote, F. et al. ยืนยันว่าโปรแกรมการบำบัดหรือให้คำปรึกษาทางไกลหลังช่วง COVID-19 มีประสิทธิภาพในการให้บริการสุขภาพจิต ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมโดยเฉพาะในกลุ่มเด็ก เยาวชน และผู้ใหญ่ตอนต้น (Grote, F. et al., 2024)

สำหรับการให้คำปรึกษาทางออนไลน์ผ่านวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์ (Video Teleconferencing: VTC) ในกระบวนการยุติธรรมเด็กและเยาวชน AACAP (2017) ระบุว่าเยาวชนที่ถูกควบคุมตัวมีความผิดปกติทางจิตเวชในอัตราที่สูงกว่าประชากรทั่วไปมาก และมีหลักฐานพิสูจน์ว่ากำลังขยายการให้บริการผ่านระบบโทรทัศน์เชิงโต้ตอบ (Interactive Television: ITV) มากขึ้น โดยผลการศึกษาเบื้องต้นแสดงให้เห็นความเป็นไปได้ ความเป็นที่ยอมรับ และประสิทธิผลของรูปแบบดังกล่าว

2. ข้อดีและข้อจำกัดของการให้คำปรึกษาออนไลน์

ข้อดีสำคัญของการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับกลุ่มเป้าหมาย ประกอบด้วย ประการแรก การเพิ่มการเข้าถึงบริการสำหรับผู้ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลหรือมีข้อจำกัดในการเดินทาง ประการที่สอง การลดการตีตราทางสังคม เนื่องจากสามารถรับบริการจากที่พักอาศัยได้ ประการที่สาม ความยืดหยุ่นด้านตารางเวลาที่เอื้อต่อเด็กหรือเยาวชนที่มีภาระในการเรียนหรือการทำงาน และประการที่สี่ การลดความวิตกกังวลในการสร้างสัมพันธภาพกับนักบำบัด (National Council for Mental Wellbeing, 2023)

อย่างไรก็ตาม การให้คำปรึกษาออนไลน์ยังมีข้อจำกัดที่ต้องพิจารณา ได้แก่ ปัญหาการเข้าถึงเทคโนโลยีที่ไม่เท่าเทียม ความเป็นส่วนตัวในสภาพแวดล้อมที่บ้าน ข้อจำกัดด้านการรักษาความลับและจริยธรรมวิชาชีพ รวมถึงความเสี่ยงทางเทคนิคในการให้บริการ การวิจัยในสหรัฐอเมริกาพบว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงยังไม่ครอบคลุมพื้นที่ชนบท โดยเฉพาะในพื้นที่ยากจนซึ่งมีผู้ใช้งานเพียงร้อยละ 63 เท่านั้น (Cantor et al., 2024 อ้างใน American Journal of Psychiatry, 2024) ข้อจำกัดเหล่านี้จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขในการออกแบบรูปแบบการให้บริการ

แนวทางการบำบัดฟื้นฟูครอบครัวในกระบวนการยุติธรรม

1. การบำบัดเชิงครอบครัว: หลักฐานและแนวปฏิบัติ

ครอบครัวมีบทบาทสำคัญยิ่งต่อการฟื้นฟูเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรม การศึกษาของ Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP) ชี้ให้เห็นว่าบิดา มารดา และพี่น้องสามารถ

เป็นได้ทั้งปัจจัยเสี่ยงและปัจจัยป้องกันสำหรับเด็กและเยาวชน ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของความสัมพันธ์ภายในครอบครัว การสำรวจสมาชิกครอบครัวของเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมกว่า 1,000 รายพบว่าร้อยละ 91 เชื่อว่าศาลควรให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในการตัดสินใจมากขึ้น และร้อยละ 86 ต้องการมีส่วนร่วมในการรักษาบุตรหลานมากกว่าที่เป็นอยู่ (Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP), 2023)

การบำบัดครอบครัวเชิงฟังก์ชัน (Functional Family Therapy LLC., 2025) เป็นโมเดลอิงหลักฐานที่มีการทดสอบอย่างกว้างขวางในกระบวนการยุติธรรมเด็กและเยาวชน โดยมีโครงสร้าง 5 ระยะ ได้แก่ การสร้างสัมพันธภาพ การมีส่วนร่วม การกระตุ้นแรงจูงใจ การบำบัดพฤติกรรม และการสร้างความยั่งยืน ลักษณะสำคัญของ FFT ที่โดดเด่น ได้แก่ การทำงานร่วมกับระบบครอบครัวทั้งหมดแทนที่จะมุ่งเฉพาะตัวเยาวชน การใช้แนวทางเน้นจุดแข็ง (Strength-based) และการปรับแผนการบำบัดให้เข้ากับพลวัตเฉพาะของครอบครัว การศึกษาของ Sexton และ Turner พบว่าผู้รับการบำบัดในโมเดล FFT มีอัตราการกระทำผิดซ้ำในอาชญากรรมร้ายแรงลดลงร้อยละ 35 และความรุนแรงลดลงร้อยละ 30 เมื่อเทียบกับกลุ่มควบคุม (Sexton, T. & Turner, C. W., 2010)

การบำบัดหลายระบบ (Multisystemic Therapy: MST) เป็นอีกหนึ่งโมเดลที่ได้รับการพิสูจน์ประสิทธิผลสำหรับเยาวชนอายุ 12–17 ปีที่มีพฤติกรรมต่อต้านสังคม คุณลักษณะที่โดดเด่นของ MST คือการให้บริการในสภาพแวดล้อมตามธรรมชาติของเยาวชน ทำงานร่วมกับหลายระบบพร้อมกัน ทั้งครอบครัว โรงเรียน เพื่อน และชุมชนมีความเข้มข้นสูง โดยนักบำบัดพบเยาวชนหลายครั้งต่อสัปดาห์ และมีการวัดผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมอย่างต่อเนื่อง การศึกษาที่เปรียบเทียบ MST กับบริการยุติธรรมเด็กและเยาวชนตามปกติพบว่าเยาวชนที่ได้รับ MST มีความรักและสามัคคีในครอบครัวดีขึ้น ความสัมพันธ์กับเพื่อนดีขึ้น การกระทำผิดซ้ำลดลงร้อยละ 43 และการรับโทษคุมขังลดลงร้อยละ 64 (California Evidence-Based Clearinghouse for Child Welfare (CEBC), 2025); (UNICEF Thailand, 2023)

2. บริบทครอบครัวในกระบวนการยุติธรรมของไทย

ในบริบทประเทศไทย งานวิจัยของปุณยวัจน์ ศรีชัยกุล พบว่า กระบวนการแก้ไขบำบัดฟื้นฟูจำเป็นต้องครอบคลุมทั้งมิติการบำบัดรักษา การให้คำปรึกษา และกิจกรรมที่เสริมสร้างทักษะชีวิต (ปุณยวัจน์ ศรีชัยกุล, 2564) สอดคล้องกับงานวิจัยของบัญชา วิทยาอนันต์ ที่ศึกษามาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้กับเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิดโดยให้ครอบครัวมีส่วนร่วม (บัญชา วิทยาอนันต์, 2564) โดยต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งนักจิตวิทยาประจำศาล นักสังคมสงเคราะห์ พนักงานคุมประพฤติ และครอบครัว สอดคล้องกับรายงาน CSG Justice Center พบว่า สมาชิกครอบครัวและเยาวชนต้องการการสื่อสารที่บ่อยและครอบคลุมมากขึ้นจากกระบวนการยุติธรรม (CSG Justice Center, 2023) หากพิจารณาในบริบทของการบำบัดโดยอาศัยครอบครัวมีส่วมร่วมนั้น ถือได้ว่า ในสังคมไทยประชากรยังขาดความรู้ความเข้าใจอย่างมากในการเข้าถึงการบริการสุขภาพจิต แต่ในปัจจุบันได้มีหลายหน่วยงานที่พยายามให้ความรู้ ส่งเสริมความเข้าใจให้ครอบครัวสามารถเข้าถึงกระบวนการยุติธรรมได้อย่างเท่าเทียม และแนวโน้มของกระบวนการยุติธรรมของเด็กและเยาวชนทั่วโลกกำลังเปลี่ยนผ่านจากแนวทาง "ถือครอบครัวเป็นปัญหา" ไปสู่การ "ถือครอบครัวเป็นหุ้นส่วน" ในกระบวนการแก้ไขบำบัดฟื้นฟู ดังนั้น การพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาออนไลน์โดยมีครอบครัวเป็นศูนย์กลางจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับประเทศไทย

รูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์ที่นำเสนอ

1. หลักการพื้นฐานของรูปแบบ

รูปแบบที่นำเสนอในบทความนี้พัฒนาบนพื้นฐานทฤษฎีและหลักฐานเชิงประจักษ์จากหลากหลายแนวทาง ประกอบด้วย 1) ทฤษฎีพันธะทางสังคม (Social Bond Theory) ของ Hirschi ที่เน้นการเสริมสร้างความผูกพันระหว่างเยาวชนกับครอบครัวและสังคม (Hirschi, T., 1969) 2) แนวทางที่เน้นจุดแข็ง (Strength-based

Approach) ที่มองหาศักยภาพและทรัพยากรของเยาวชนและครอบครัว 3) แนวทางที่คำนึงถึงบาดแผลทางใจ (Trauma-informed Approach) ที่ตระหนักถึงประสบการณ์ที่กระทบกระเทือนจิตใจของเยาวชนกลุ่มนี้ และ 4) แนวทางที่เหมาะสมกับวัฒนธรรม (Culturally Responsive Approach) ที่เคารพความหลากหลายทางวัฒนธรรมและบริบทของประเทศไทย (McDonald, P. & Chang, C. Y., 2022)

2. พัฒนาการและความก้าวหน้าของรูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์

การพัฒนารูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมผ่านมาหลายระยะ ในช่วงแรก บริการให้คำปรึกษาออนไลน์มักอยู่ในรูปแบบการสื่อสารข้อความเท่านั้น ซึ่งมีข้อจำกัดด้านการสร้างสัมพันธภาพบำบัดและการสังเกตสัญญาณอวัจนภาษา ต่อมาเมื่อเทคโนโลยีวิดีโอคอนเฟอร์เรนซ์พัฒนามากขึ้น รูปแบบการให้บริการจึงวิวัฒน์ไปสู่การใช้วิดีโอแบบ Synchronous ซึ่งช่วยอุดช่องว่างดังกล่าวได้ในระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในระยะแรกพบว่ารูปแบบออนไลน์ล้วนมีจุดอ่อนสำคัญ คือ การขาดการสร้างสัมพันธภาพบำบัดในระยะต้น ซึ่งส่งผลต่อการยึดมั่นในการรักษา (Treatment Adherence) ด้วยเหตุนี้ โมเดลผสมผสาน (Hybrid Model) จึงได้รับการพัฒนาขึ้นเพื่ออุดรอยรั่วดังกล่าว โดยเริ่มต้นด้วยการพบหน้าในระยะแรกเพื่อสร้างสัมพันธภาพก่อนเปลี่ยนผ่านไปสู่รูปแบบออนไลน์ Grote, F. et al. พบว่าโมเดลผสมผสานช่วยเพิ่มการยึดมั่นในการรักษาและการเข้าถึงบริการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เด็กและเยาวชนต้องย้ายที่อยู่หรือต้องรับบริการต่อเนื่องหลังพ้นการควบคุมตัว (Grote, F. et al., 2024)

ในบริบทของประเทศไทย UNICEF ได้สนับสนุนการให้คำปรึกษาออนไลน์ฟรีสำหรับวัยรุ่นไทยกว่า 40,000 คนนับตั้งแต่การระบาดของ COVID-19 ซึ่งแสดงให้เห็นถึงศักยภาพของรูปแบบดิจิทัลและความต้องการจริงของกลุ่มเป้าหมาย (UNICEF Thailand, 2022) ประสบการณ์นี้ให้บทเรียนที่ว่า ความสำเร็จของการให้คำปรึกษาออนไลน์ต้องอาศัยการฝึกอบรมผู้ให้บริการ การใช้แพลตฟอร์มที่ปลอดภัย และการสร้างความไว้วางใจกับกลุ่มเป้าหมายก่อนเริ่มบริการ บทเรียนเหล่านี้สามารถนำมาปรับใช้ในบริบทกระบวนการยุติธรรมเพื่อพัฒนารูปแบบที่มีประสิทธิผลมากขึ้นได้

3. องค์ประกอบ 5 ประการของรูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์

องค์ประกอบที่ 1: การประเมินความต้องการเบื้องต้นแบบองค์รวม (Holistic Needs Assessment) กระบวนการประเมินต้องครอบคลุมมิติสุขภาพจิต พัฒนาการ สภาพครอบครัว สภาพแวดล้อม และความเสี่ยงสำหรับการกระทำผิดซ้ำ โดยใช้เครื่องมือมาตรฐานที่ผ่านการพิสูจน์ความเที่ยงตรงในบริบทไทย การประเมินยังต้องรวมถึงการตรวจสอบความพร้อมด้านเทคโนโลยีของเยาวชนและครอบครัว ทั้งการเข้าถึงอุปกรณ์ อินเทอร์เน็ต และทักษะดิจิทัล เพื่อป้องกันความเหลื่อมล้ำในการเข้าถึงบริการ

องค์ประกอบที่ 2: การวางแผนการให้คำปรึกษาแบบบูรณาการ (Integrated Counseling Planning) แผนการให้คำปรึกษาต้องกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน สอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของเยาวชนและครอบครัว บูรณาการกับแผนการแก้ไขบำบัดฟื้นฟูจากกระบวนการยุติธรรม (Individual Service Plan) และมีการกำหนดความถี่ ระยะเวลา และรูปแบบการให้บริการที่เหมาะสม ทั้งแบบรายบุคคลและแบบครอบครัว ตลอดจนการประสานงานกับสหวิชาชีพที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ นักจิตวิทยา นักสังคมสงเคราะห์ และพนักงานคุมประพฤติ

องค์ประกอบที่ 3: การดำเนินการให้คำปรึกษาผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform Counseling) การให้คำปรึกษาควรใช้ระบบวิดีโอแบบ Synchronous ที่มีความปลอดภัยและเป็นส่วนตัว โดยแพลตฟอร์มต้องมีระบบเข้ารหัสข้อมูล การยืนยันตัวตน และการจัดการบันทึกที่เป็นความลับ เทคนิคการบำบัดที่ใช้ควรผสมผสานการบำบัดเชิงพฤติกรรมและความคิด (CBT) การบำบัดเชิงครอบครัว และการบำบัดที่คำนึงถึงบาดแผลทางใจ โดยปรับให้เหมาะสมกับรูปแบบดิจิทัล (Grote, F. et al., 2024)

องค์ประกอบที่ 4: การมีส่วนร่วมของครอบครัวอย่างเป็นระบบ (Systematic Family Involvement) รูปแบบนี้กำหนดให้ครอบครัวมีส่วนร่วมในทุกระยะของกระบวนการให้คำปรึกษา ตั้งแต่การวางแผน การ

ดำเนินการ ไปจนถึงการประเมินผล โดยอาจใช้รูปแบบผสมระหว่างการให้คำปรึกษาครอบครัวออนไลน์และการให้ข้อมูลทักษะการเลี้ยงดูผ่านสื่อดิจิทัล สอดคล้องกับแนวทางของ Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP) ที่เน้นการมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง (Authentic Engagement) ของครอบครัวในฐานะสมาชิกที่สำคัญและเท่าเทียม (Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP), 2023)

องค์ประกอบที่ 5: การติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่อง (Continuous Monitoring and Evaluation) ระบบการติดตามต้องประกอบด้วยการประเมินความก้าวหน้าเป็นระยะ การเก็บข้อมูลเชิงปริมาณและคุณภาพ การรับข้อมูลป้อนกลับจากเยาวชนและครอบครัว รวมถึงการประเมินผลลัพธ์ในระยะยาว เช่น การป้องกันการกระทำผิดซ้ำ ความเป็นอยู่ที่ดีด้านจิตใจ และการปรับตัวทางสังคม ข้อมูลที่ได้ควรนำมาปรับปรุงรูปแบบการให้บริการอย่างต่อเนื่อง

4. โมเดลผสมผสาน (Hybrid Model) ในบริบทของกระบวนการยุติธรรมสำหรับเด็ก เยาวชนและครอบครัว

บทความนี้เสนอให้ใช้โมเดลผสมผสาน (Hybrid Model) ที่ผสมรวมการให้คำปรึกษาแบบพบหน้าในระยะเริ่มต้นเพื่อสร้างสัมพันธภาพการบำบัด (Therapeutic Alliance) กับการให้คำปรึกษาออนไลน์ในระยะต่อมา ตัวอย่างการนำโมเดลนี้ไปใช้ในทางปฏิบัติ เช่น เยาวชนคนหนึ่งที่อยู่ในสถานพินิจเริ่มต้นด้วยการพบนักจิตวิทยา 2–3 ครั้งในรูปแบบพบหน้า เพื่อสร้างความไว้วางใจและประเมินความต้องการ จากนั้นจึงเปลี่ยนไปรับการให้คำปรึกษาทางวิดีโอสัปดาห์ละ 1 ครั้ง ในขณะเดียวกัน ผู้ปกครองก็ได้รับการให้คำปรึกษาครอบครัวออนไลน์เดือนละ 2 ครั้ง เพื่อเสริมสร้างทักษะการเลี้ยงดูและการสื่อสารภายในครอบครัว หลังพ้นการควบคุมตัว เยาวชนยังสามารถรับบริการต่อเนื่องผ่านระบบออนไลน์ได้โดยไม่ต้องเดินทางมาที่หน่วยงาน แนวทางนี้ได้รับการสนับสนุนจากงานวิจัยของ Grote, F. et al. ที่พบว่าโมเดลผสมผสานตอบสนองต่อความต้องการและความชอบที่หลากหลายของผู้รับบริการ ช่วยเพิ่มการยึดมั่นในการรักษา และการเข้าถึงบริการ โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่เด็กและเยาวชนต้องย้ายที่อยู่หรือต้องรับบริการต่อเนื่องหลังพ้นการควบคุมตัว (Grote, F. et al., 2024)

ประเด็นจริยธรรมและแนวทางป้องกัน

การให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็กและเยาวชนในกระบวนการยุติธรรมมีประเด็นจริยธรรมที่ต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ

ประการแรก ความยินยอมและความเป็นส่วนตัว ตาม AACAP (2017) จิตแพทย์และนักจิตวิทยาที่ให้บริการผ่านระบบออนไลน์ในกระบวนการยุติธรรมต้องชี้แจงสถานะ "Dual Agency" คือ การรับผิดชอบทั้งต่อผู้รับบริการและในฐานะผู้รายงานผลต่อศาล (Mandated Reporter)

ประการที่สอง ความปลอดภัยทางดิจิทัลและการรักษาความลับ แพลตฟอร์มที่ใช้ต้องผ่านมาตรฐานด้านความปลอดภัยของข้อมูล และต้องมีขั้นตอนการปฏิบัติในกรณีที่พบวิกฤตหรืออันตรายระหว่างการให้บริการออนไลน์

ประการที่สาม ความเท่าเทียมในการเข้าถึง รูปแบบการให้คำปรึกษาต้องคำนึงถึงความแตกต่างและความไม่เท่าเทียมของการเข้าถึงเทคโนโลยี เพื่อป้องกันการซ้ำเติมความเหลื่อมล้ำที่มีอยู่ (UNICEF Thailand, 2022)

ประการที่สี่ ความเหมาะสมทางวัฒนธรรม การให้คำปรึกษาต้องเคารพและบูรณาการบริบทวัฒนธรรมไทย โดยเฉพาะความสำคัญของสถาบันครอบครัวและบทบาทของผู้ที่มีอำนาจในการตัดสินใจ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปปฏิบัติ

1. ระดับนโยบาย

หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานศาลยุติธรรม กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน และกรมสุขภาพจิต ควรพัฒนาแนวปฏิบัติร่วมกันสำหรับการให้คำปรึกษาออนไลน์ในกระบวนการยุติธรรม สอดคล้องกับแผนปฏิบัติการพัฒนาบริการสุขภาพจิตแบบบูรณาการสำหรับเด็กและวัยรุ่น พ.ศ. 2566–2570 ของกระทรวงสาธารณสุข (UNICEF Thailand, 2022) นอกจากนี้ควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลและการฝึกอบรมบุคลากร

2. ระดับปฏิบัติ

นักจิตวิทยาและนักสังคมสงเคราะห์ที่ปฏิบัติงานในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชนควรได้รับการฝึกอบรมทั้งด้านเทคนิคการให้คำปรึกษาออนไลน์และด้านจริยธรรมวิชาชีพในบริบทดิจิทัล การนำประสบการณ์จาก UNICEF ที่สนับสนุนการให้คำปรึกษาออนไลน์ฟรีสำหรับวัยรุ่นไทยกว่า 40,000 คนนับตั้งแต่การระบาดของ COVID-19 มาปรับใช้ในบริบทกระบวนการยุติธรรม จะช่วยเร่งการพัฒนารูปแบบที่มีประสิทธิผล (UNICEF Thailand, 2022)

3. ระดับการวิจัย

จำเป็นต้องมีการวิจัยเพิ่มเติมในบริบทของประเทศไทยเพื่อพิสูจน์ประสิทธิผลของรูปแบบที่นำเสนอ รวมถึงการพัฒนาและทดสอบเครื่องมือประเมินที่เหมาะสมกับบริบทไทย การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยึดมั่นในการรับบริการ และการประเมินผลลัพธ์ระยะยาวต่อการป้องกันการกระทำผิดซ้ำ ทั้งนี้ควรมีการศึกษาวิจัยเชิงทดลองแบบสุ่ม (Randomized Controlled Trial) เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของการให้คำปรึกษาออนไลน์กับรูปแบบการให้บริการแบบดั้งเดิม ตามที่ Boateng, A. et al. เสนอแนะสำหรับการวิจัยด้านการแทรกแซงสุขภาพจิตดิจิทัลในกลุ่มเยาวชน (Boateng, A. et al., 2025)

สรุป

บทความวิชาการนี้นำเสนอรูปแบบการให้คำปรึกษาออนไลน์สำหรับเด็กเยาวชนและครอบครัวในกระบวนการยุติธรรม ที่พัฒนาจากการสังเคราะห์หลักฐานเชิงประจักษ์ของไทยและต่างประเทศ รูปแบบที่นำเสนอประกอบด้วย 5 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ การประเมินความต้องการเบื้องต้นแบบองค์รวม การวางแผนการให้คำปรึกษาแบบบูรณาการ การดำเนินการผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล การมีส่วนร่วมของครอบครัวอย่างเป็นระบบ และการติดตามประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ซึ่งมีประเด็นที่ยังต้องศึกษาต่อเนื่อง ได้แก่ การพัฒนาเครื่องมือประเมินความพร้อมทางดิจิทัลสำหรับบริบทไทย การวัดผลลัพธ์ระยะยาวของโมเดลผสมผสานในบริบทกระบวนการยุติธรรม และการพัฒนาแนวทางการมีส่วนร่วมของครอบครัวที่เหมาะสมกับความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศไทย การพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาออนไลน์ในกระบวนการยุติธรรมของไทยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งหน่วยงานรัฐ สถาบันการศึกษา องค์กรวิชาชีพทางจิตวิทยาและสังคมสงเคราะห์ รวมถึงหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เพื่อให้รูปแบบดังกล่าวสามารถตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อนของเด็กและเยาวชนกับครอบครัวได้อย่างมีประสิทธิผล สอดคล้องกับมาตรฐานจริยธรรมวิชาชีพ และเคารพสิทธิของเด็กตามอนุสัญญาว่าด้วยสิทธิเด็กขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญของระบบยุติธรรมที่มีมนุษยธรรมและมุ่งเน้นการฟื้นฟูศักดิ์ศรีของเยาวชนในสังคมไทย

เอกสารอ้างอิง

กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. (2566). ข้อมูลสถิติเด็กในสถานพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน. กรมพินิจและคุ้มครองเด็กและเยาวชน กระทรวงยุติธรรม. เรียกใช้เมื่อ 10 มีนาคม 2569 จาก https://www.djop.go.th/storage/files/2สถิติประจำปี/st-66%20-v2.pdf

บัญชา วิทยาอนันต์. (2564). มาตรการทางกฎหมายในการบังคับใช้กับเด็กและเยาวชนที่กระทำความผิด: ศึกษารูปแบบการจัดการศึกษาให้แก่เด็กและเยาวชนเพื่อการแก้ไข บำบัด ฟื้นฟู. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 15(2), 55-68.

ปุณยวัจน์ ศรีชัยกุล. (2564). แนวทางการพัฒนากระบวนการแก้ไขบำบัดฟื้นฟูเด็กและเยาวชนตามพระราชบัญญัติศาลเยาวชนและครอบครัวและวิธีพิจารณาคดีเยาวชนและครอบครัว พ.ศ. 2553. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาสหวิทยาการ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุมนทิพย์ จิตสว่าง. (2564). กระบวนการยุติธรรมสำหรับเด็กและเยาวชน: แนวทางการคุ้มครองสิทธิ. วารสารวิชาการอาชญาวิทยาและนิติวิทยาศาสตร์, 17(2), 45-62.

American Academy of Child and Adolescent Psychiatry. (2017). Clinical update: Telepsychiatry with children and adolescents. Journal of the American Academy of Child & Adolescent Psychiatry, 56(10), 875-893.

Boateng, A. et al. (2025). Digital mental health interventions for adolescents and young people: Evaluating efficacy and accessibility. JMIR Mental Health, 12, e59214. https://doi.org/10.2196/59214

California Evidence-Based Clearinghouse for Child Welfare (CEBC). (2025). Multisystemic therapy: Detailed information. Retrieved March 8, 2025, from https://www.cebc4cw.org/program/multisystemic-therapy/detailed

CSG Justice Center. (2023). Family engagement in juvenile justice systems: Building a strategy and shifting the culture. Council of State Governments Justice Center. Retrieved March 8, 2025, from https://csgjusticecenter.org/publications/family-engagement-in-juvenile-justice-systems/

Functional Family Therapy LLC. (2025). Family dynamics and the role of family-focused therapy in juvenile justice. Retrieved March 8, 2025, from https://www.fftllc.com/blog/family-focused-therapy

Giovanetti et al. (2022). Teletherapy versus in-person psychotherapy for depression: A meta-analysis of randomized controlled trials. Telemedicine and e-Health, 28(8), 1077-1089.

Grote, F. et al. (2024). Effectiveness of online and remote interventions for mental health in children, adolescents, and young adults after the onset of the COVID-19 pandemic: Systematic review and meta-analysis. JMIR Mental Health, 11, e46637. https://doi.org/10.2196/46637

Hirschi, T. (1969). Causes of delinquency. University of California Press. Retrieved March 8, 2025, from https://api.pageplace.de/preview/DT0400.9781351529723_A30635299/preview-9781351529723_A30635299.pdf

McDonald, P. & Chang, C. Y. (2022). Creating social change through culturally responsive counseling practices: A look at the multiracial population. Journal of Counselor Leadership and Advocacy, 9(1), 21-31. https://doi.org/10.1080/2326716X.2021.1968488

National Council for Mental Wellbeing. (2023). Answering the call: The benefits of teletherapy for teens and young adults. Retrieved March 8, 2025, from https://www.thenationalcouncil.org/answering-the-call

Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP). (2018). Family engagement in juvenile justice: Literature review. U.S. Department of Justice. Retrieved March 8, 2025, from https://ojjdp.ojp.gov/model-programs-guide/literature-reviews/family_engagement_in_juvenile_justice.pdf

Office of Juvenile Justice and Delinquency Prevention (OJJDP). (2023). Improving the juvenile justice system with lived experience. U.S. Department of Justice. Retrieved March 8, 2025, from https://cops.usdoj.gov/ html/dispatch/04-2024/juvenile_justice.html

Sexton, T. & Turner, C. W. (2010). The effectiveness of functional family therapy for youth with behavioral problems in a community practice setting. Journal of Family Psychology, 24(3), 339-348.

UNICEF Thailand. (2022). Alarming poor mental health trend among children and adolescents in Thailand requires urgent investment in services. UNICEF Thailand. Retrieved March 10, 2026, from https://www.unicef.org/thailand/press-releases/alarming-poor-mental-health-trend

_____. (2022). Poor youth mental health is costing Thailand. UNICEF Thailand. Retrieved March 10, 2026, from https://www.unicef.org/thailand/blog/poor-youth-mental-health-costing-thailand

_____. (2023). Action plan to develop integrated mental health services for children and adolescents (2023-2027). UNICEF Thailand. Rajanukul Institute, Department of Mental Health. Bangkok. Thailand. Retrieved March 10, 2026, from https://www.unicef.org/thailand/reports/action-plan-develop-integrated-mental-health-services

บทความวิจัย

คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)*

QUALITY OF LIFE AFFECTING WORK PERFORMANCE OF SECURITY SCREENING OFFICERS AT AIRPORTS OF THAILAND PUBLIC COMPANY LIMITED, SUVARNABHUMI AIRPORT

นันท์นภัส ไวยนันท์*, ชิณโสณ วิสิฐนิธิกิจา
Nannapat Waiyanan*, Chinnaso Visitnitikija
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Master of Business Administration, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: Mafia.npw@gmail.com
*Tel: 083-171-5877

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้น 2) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น 3) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตรวจค้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างจำนวน 125 ราย ใช้แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือในการวิจัย โดยใช้สถิติใน การวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าร้อยและค่าเฉลี่ย การทดสอบสมมติฐานแบบ t-test, F-test (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 51 - 60 ปี จบการศึกษาระดับปริญญาตรี ตำแหน่งเจ้าหน้าที่ตรวจค้นอาวุโส 6 อายุงาน มากกว่า 15 ปี และรายได้เฉลี่ย 20,001 - 30,000 บาท 1) คุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้น ภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก 2) ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก 3) การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้นจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับตำแหน่ง ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ที่แตกต่างกัน 4) คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น พบว่า ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ และด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ: คุณภาพชีวิตในการทำงาน, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, พนักงานตรวจค้น, ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ, บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน)

Abstract

This research aimed to 1) study the quality of life of security screening officers, 2) study the work efficiency of security screening officers, 3) compare the work efficiency of security

* Received 16 April 2026; Revised 28 April 2026; Accepted 29 April 2026

screening officers categorized by personal information, and 4) study the effect of quality of life on the work efficiency of security screening officers at Airports of Thailand Public Company Limited. This was a quantitative research study with a sample of 125 participants. A questionnaire was used as the research instrument. Statistical analysis included percentages and means, hypothesis testing using t-test, F-test (One-way ANOVA), and Multiple Regression Analysis. The results showed that the majority of participants were female, aged 51-60, held a bachelor's degree, held the position of Senior Security Screening Officer (Level 6), had more than 15 years of work experience, and had an average income of 20,001-30,000 baht. 1) The overall quality of life of security screening officers was at a very important level. 2) The overall work efficiency of security screening officers had a high average score indicating strong agreement. 3) A comparison of work efficiency of security screening officers categorized by personal information revealed that differences in age and position level significantly affected their work efficiency. A study on the impact of quality of life on the performance of security screening personnel at Airports of Thailand Public Company Limited (Suvarnabhumi) found that adequate and fair compensation, social integration or collaboration, work-life balance, and the nature of the work being beneficial and relevant to society significantly influenced the performance of security screening personnel at Airports of Thailand Public Company Limited (Suvarnabhumi) at a statistical significance level of .05.

Keywords: Quality of Working Life, Work Performance, Security Screening Personnel, Suvarnabhumi Airport, Airports of Thailand Public Company Limited

บทนำ

ปัจจุบันธุรกิจท่าอากาศยานเป็นธุรกิจที่มีความสำคัญเนื่องจากเปรียบเสมือนประตูบานแรกที่นำพาชาวต่างชาติ ทั้งนักลงทุนและนักท่องเที่ยวเข้าสู่ประเทศไทย ดังนั้นความปลอดภัยของผู้โดยสารและผู้ใช้บริการจึงเป็นสิ่งที่ท่าอากาศยานต้องให้ความสำคัญ ทั้งนี้ เพื่อให้การรักษาความปลอดภัยภายในท่าอากาศยานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้ระบบรักษาความปลอดภัยได้มาตรฐานเดียวกับท่าอากาศยานสากลทั่วโลก ดังนั้น บริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) ซึ่งเป็นองค์กรบริหารท่าอากาศยานระดับชาติ จำเป็นต้องมีมาตรการรักษาความปลอดภัยที่เป็นไปตามมาตรฐานบทบัญญัติขององค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศ โดยองค์การการบินพลเรือนระหว่างประเทศได้บัญญัติภาคผนวก 17 (Annex 17) ของอนุสัญญาว่าด้วยการบินพลเรือนระหว่างประเทศ ค.ศ. 1944 หรือ อนุสัญญาชิคาโก ค.ศ.1944 ว่าด้วยการรักษาความปลอดภัย (สุรีย์พร สุมามาลย์ และ ธีรพจน์ เวศพันธุ์, 2561)

ท่าอากาศสุวรรณภูมิ (ทสภ.) เป็นท่าอากาศยานหลักของประเทศ ท่าอากาศยานสุวรรณภูมิทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมทางอากาศที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจ การท่องเที่ยว และภาพลักษณ์ของประเทศในระดับนานาชาติ การดำเนินงานภายในสนามบินจึงต้องอาศัยมาตรฐานด้านความปลอดภัยที่สูงและเข้มงวด โดยเฉพาะกระบวนการตรวจค้นผู้โดยสาร สัมภาระ และสิ่งของต้องห้าม ซึ่งเป็นขั้นตอนสำคัญในการป้องกันภัยคุกคามที่อาจส่งผลต่อความปลอดภัยในการบิน พนักงานตรวจค้นจึงถือเป็นบุคลากรด่านหน้าที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้โดยสารและสายการบินรวมถึงช่วยรักษามาตรฐานความปลอดภัยของสนามบินให้เป็นไปตามข้อกำหนดสากล อย่างไรก็ตาม ลักษณะงานของพนักงานตรวจค้นสนามบินเป็นงานที่มีความกดดันสูง ต้องใช้ความรอบคอบ สมาธิ และความรับผิดชอบตลอดระยะเวลาการปฏิบัติงาน พนักงานต้อง

ทำงานเป็นกะ มีเวลาการทำงานที่ไม่แน่นอน และต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่หลากหลาย ทั้งความเร่งรีบของผู้โดยสาร ปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น และข้อจำกัดด้านกฎระเบียบที่เคร่งครัด ปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและสุขภาพจิตของพนักงาน รวมถึงความรู้สึกเหนื่อยล้า ความเครียด และความพึงพอใจในการทำงาน หากองค์กรขาดการดูแลด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานอย่างเหมาะสม อาจนำไปสู่ประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง และส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและคุณภาพการให้บริการของสนามบินในภาพรวม คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานตรวจค้นสนามบินมีความสัมพันธ์โดยตรงกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน เนื่องจากลักษณะงานตรวจค้นเป็นงานที่ต้องอาศัยสมาธิ ความละเอียดรอบคอบ และการตัดสินใจที่ถูกต้องในเวลาจำกัด หากพนักงานทำงานในสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย มีสุขภาพกายและสุขภาพจิตที่ดี จะช่วยลดความเหนื่อยล้าและความเครียด ส่งผลให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความผิดพลาดในการตรวจค้น นอกจากนี้ การได้รับโอกาสในการพัฒนาความรู้และทักษะอย่างต่อเนื่อง จะช่วยเพิ่มความมั่นใจและความพร้อมในการปฏิบัติงานของพนักงาน ทำให้สามารถรับมือกับสถานการณ์ที่ซับซ้อนหรือภัยคุกคามรูปแบบใหม่ได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกัน การมีความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานจะช่วยสร้างแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร ทำให้พนักงานทุ่มเทในการทำงาน มีความรับผิดชอบสูง และปฏิบัติงานตามมาตรฐานที่กำหนดอย่างสม่ำเสมอ

สำหรับการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเนื้อหา ทฤษฎีคุณภาพชีวิตของ Richard E. Walton ประกอบด้วย ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม และทฤษฎีประสิทธิภาพ ของปีเตอร์สัน (Peterson) และ โพลแมน (Plowman) ประกอบด้วย คุณภาพของงาน (Quality) ปริมาณงาน (Quantity) เวลา (Time) ค่าใช้จ่าย (Cost)

จากข้อมูลข้างตนผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะวิจัย คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) เพื่อนำผลที่ได้จากการวิจัยไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงคุณภาพชีวิตและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานให้พนักงานปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1.เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

2.เพื่อศึกษาประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

3.เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

4.เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

วิธีดำเนินการวิจัย

ผู้วิจัยใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบ การวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากร คือ พนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำนวน 173 ราย กลุ่มตัวอย่าง คือ พนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำนวน 125 ราย โดยผู้วิจัยได้ทำการคำนวณตามสัดส่วนประชากรตามสูตรของ Yamane, T. (Yamane, T., 1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนี้

สูตร $n = N /(1 + Ne^2)$

n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

N = จำนวนประชากรที่ใช้ในการศึกษา

e = ความผิดพลาดที่ยอมรับได้ (โดยในที่นี้กำหนดเท่ากับ 0.05)

แทนค่า $n = 173 / (1+173 (0.05)^2)$

$n = 120.97$

ในการคำนวณ จะได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 120.97 ราย แต่ทั้งนี้เพื่อป้องกันการผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นในการตอบแบบสอบถาม ข้อมูลไม่สมบูรณ์ครบถ้วน ทางผู้ศึกษาได้เลือกใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวนทั้งหมด 125 ราย กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

ขอบเขตของการศึกษา

ด้านเนื้อหา การวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีคุณภาพชีวิตของ Richard E. Walton ประกอบด้วย ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม และทฤษฎีประสิทธิภาพ ของปีเตอร์สัน (Peterson) และ โพลแมน (Plowman) ประกอบด้วย คุณภาพของงาน (Quality) ปริมาณงาน (Quantity) เวลา (Time) ค่าใช้จ่าย (Cost)

ด้านระยะเวลาในการศึกษา เริ่มต้นเดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2568 - กุมภาพันธ์ พ.ศ.2569

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากกรอบแนวคิด แบบสอบถามทั้งหมดประกอบด้วยข้อมูล 3 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคล เป็นข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ระดับตำแหน่ง อายุงาน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 แบบสอบถามนี้เป็นความคิดเห็นของท่านเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตในการทำงานและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) โดยแบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

เพื่อให้การศึกษามีความสมบูรณ์ได้มีวิธีการดำเนินการรวบรวมข้อมูล ดังนี้ ข้อมูลที่ได้จากการรวบรวมจากการศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งตำรา เอกสาร และผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และข้อมูลที่ได้จาก การตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย และรับคืนมาด้วยตนเอง ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อยเพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ครบถ้วน และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปได้

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ทำการประมวลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้างแผนภูมิวงกลม (Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) พร้อมคำอธิบายผล และนำผลที่ได้จากแผนภูมิมานำเสนอเพื่อวิเคราะห์ตามลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ จากแบบสอบถาม โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean)สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้คือ t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test, (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

1.คุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้นบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ผลการศึกษาระดับความสำคัญของคุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้นบริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลระดับความสำคัญคุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

คุณภาพชีวิตการทำงาน	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความสำคัญ
ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	4.35	.78979	มาก
ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	4.27	.68960	มาก
ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร	4.1	.72894	มาก
ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน	4.31	.80330	มาก
ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน	4.35	.70937	มาก
ด้านประชาธิปไตยในองค์กร	4.2	.78390	มาก
ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่	4.33	.70455	มาก
ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม	4.38	.64572	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าคุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้นภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{x}$ = 4.29) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญ อยู่ในระดับความสำคัญมาก 8 รายการ ประกอบด้วย ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม ($\bar{x}$ = 4.38) ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ($\bar{x}$ = 4.35) ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ($\bar{x}$ = 4.35) ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ ($\bar{x}$ = 4.33) ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ($\bar{x}$ = 4.31) ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ($\bar{x}$ = 4.27) ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ($\bar{x}$ = 4.2) และด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ($\bar{x}$ = 4.1) ตามลำดับ

2. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ผลการศึกษาระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) แสดงรายละเอียดตามตารางที่ 2

ตารางที่ 2 แสดงประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

ประสิทธิภาพ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านคุณภาพของงาน	4.53	.64517	มากที่สุด
ด้านปริมาณของงาน	4.24	.74340	มาก
ด้านเวลา	4.39	.75418	มาก
ด้านค่าใช้จ่าย	4.29	.75087	มาก

จากตารางที่ 2 การศึกษาข้อมูลพบว่า ภาพรวมด้านประสิทธิภาพ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{x}$ = 4.36) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความคิดเห็น อยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด คือ ด้านคุณภาพของงาน ($\bar{x}$ = 4.53) อยู่ในระดับความเห็นด้วยมาก 3 รายการ ประกอบด้วย ด้านเวลา ($\bar{x}$ = 4.39) ด้านค่าใช้จ่าย ($\bar{x}$ = 4.29) และด้านปริมาณของงาน ($\bar{x}$ = 4.24) ตามลำดับ

3. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ผลการเปรียบเทียบแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน		S.D.	ผลการทดสอบ
	t	F		
เพศ	1.035		0.690	ไม่แตกต่าง
อายุ		9.749	.000*	แตกต่าง
ระดับการศึกษา		1.748	.161	ไม่แตกต่าง
ระดับตำแหน่ง		12.739	.000*	แตกต่าง
อายุงาน		5.277	.002*	แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		1.847	.124	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานจำแนกตามเพศได้ค่าสถิติการทดสอบที (t-test) เท่ากับ 1.035 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .690 จำแนกตามระดับการศึกษาได้ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F) เท่ากับ 1.748 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .161 จำแนกตามรายได้เฉลี่ยต่อเดือนได้ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F) เท่ากับ 1.847 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .124 นั้นคือข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ไม่แตกต่างกัน จำแนกตามอายุได้ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F) เท่ากับ 9.749 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 จำแนกตามระดับตำแหน่งได้ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F) เท่ากับ 12.739 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .000 จำแนกตามอายุงานได้ค่าสถิติทดสอบเอฟ (F) เท่ากับ 5.277 และค่านัยสำคัญทางสถิติเท่ากับ .002 นั้นคือข้อมูลส่วนบุคคลแตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) แตกต่างกัน

4. คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ผลการวิจัยแสดงรายละเอียดตามตารางที่ 4

ตารางที่ 4 คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ)

คุณภาพชีวิตการทำงาน	Std.					ผลการทดสอบ
	B	Error	Beta	t	Sig	
Constant	.151	.178		.851	.396	
ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม	.130	.065	.153	2.011	.047*	มี
ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	.053	.063	.054	.841	.402	ไม่มี
ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร	.054	.069	.059	.790	.431	ไม่มี
ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน	.088	.071	.106	1.241	.217	ไม่มี
ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน	.142	.071	.150	2.012	.047*	มี
ด้านประชาธิปไตยในองค์กร	.144	.064	.168	2.261	.026*	มี
ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่	.210	.061	.221	3.469	.001*	มี
ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม	.156	.064	.150	2.440	.016*	มี

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

จากตารางที่ 4 คุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) พบว่า คุณภาพชีวิตการทำงานด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านประชาธิปไตยในองค์กร ด้านความสมดุลระหว่าง

งานกับชีวิตความเป็น และ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

1. คุณภาพชีวิตของพนักงานตรวจค้น บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จากการศึกษาพบว่า ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ด้านประชาธิปไตยในองค์กร และด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากรภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐริกา แป้นถึง และวิเชียร ตันศิริคงคล ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ณัฐริกา แป้นถึง และวิเชียร ตันศิริคงคล, 2566) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธนสิน จันทเดช ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมการบริการในเขตอำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี พบว่า ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน ภาพรวม มีระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับมาก (ธนสิน จันทเดช, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัจจิมา หยูทอง และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรกรมชลประทาน พบว่า บุคลากรกรมชลประทาน มีคุณภาพชีวิตการทำงานโดยรวม อยู่ในระดับมาก (อัจจิมา หยูทอง และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม, 2566)

2. ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จากการศึกษาพบว่า ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธีระสา อยู่โต ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดระยอง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (ธีระสา อยู่โต, 2565) สอดคล้องกับงานวิจัยของ โสรยา สุภาผล และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี พบว่าประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก (โสรยา สุภาผล และคณะ, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กัตติกมาส กิ่งแก้ว และ กมลวรรณ วรรณธนัง ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานภาพรวมอยู่ในระดับมาก (กัตติกมาส กิ่งแก้ว และ กมลวรรณ วรรณธนัง, 2568)

3. เปรียบเทียบประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ผลการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับตำแหน่ง ที่แตกต่างกันมีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัททท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เปรมฤดี ผ่องชมภู และคณะ ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคล ด้านอายุ และ ตำแหน่งงาน แตกต่างกัน (เปรมฤดี ผ่องชมภู และคณะ, 2567) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤตพล ณ พัทลุง และ ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์ ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลา พบว่า ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชน ในจังหวัดสงขลา จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า อายุ ตำแหน่งงาน

ระดับ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และระยะเวลาในการทำงานที่แตกต่างกันมีประสิทธิภาพในการทำงานที่แตกต่างกัน (กฤตพล ณ พัทลุง และ ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์, 2566)

4. คุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) ผลการศึกษาพบว่า คุณภาพชีวิตการทำงาน ด้านค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ด้านบูรณาการด้านสังคมหรือทำงานร่วมกัน ด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตความเป็นอยู่ และ ด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์และสัมพันธ์กับสังคม มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) (สุวรรณภูมิ) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ สมไชย หงสะหวาด ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัท ซีบี เอฟ ฟาร์มา จำกัด สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวของ (สมไชย หงสะหวาด, 2566) พบว่า ด้านโอกาสความก้าวหน้าและมั่นคงในการทำงาน ด้านการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์กับบุคคลอื่น ด้านความสมดุลระหว่างงานและชีวิตส่วนตัว และด้านการทำงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคม มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัท ซีบี เอฟ ฟาร์มา จำกัด สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุกิจ แก้วพินิจ และ นริศรา ภาควิธี ศึกษาเรื่องความสุขในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอากาศยานจังหวัดชลบุรี (สุกิจ แก้วพินิจ และ นริศรา ภาควิธี, 2567) พบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานด้านการได้รับค่าตอบแทนในการทำงานที่เพียงพอและเป็นธรรม ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานที่คำนึงถึงความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ด้านการบูรณาการทางสังคมหรือการทำงานร่วมกัน ด้านประชาธิปไตยในองค์การและด้านลักษณะงานที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอากาศยานจังหวัดชลบุรี

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาวิจัยเรื่องคุณภาพชีวิตที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานตรวจค้น บริษัทท่าอากาศยานไทยจำกัด(มหาชน) (สุวรรณภูมิ) พบว่าพนักงานตรวจค้นให้ความสำคัญต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานในระดับมากทุกด้าน สะท้อนถึงลักษณะงานที่มีความสำคัญต่อความปลอดภัยของสังคม และต้องอาศัยความร่วมมือในการทำงานเป็นทีมอย่างใกล้ชิด ส่งผลให้ปัจจัยด้านความสัมพันธ์ในองค์กร ค่าตอบแทน ความสมดุลชีวิต และความมั่นคงในอาชีพมีบทบาทสำคัญ ขณะเดียวกัน ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะด้านคุณภาพของงานที่เน้นความถูกต้องและความปลอดภัยเป็นหลัก รวมถึงความสามารถในการบริหารเวลา ค่าใช้จ่าย และปริมาณงานได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุและระดับตำแหน่ง ยังส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน โดยผู้ที่มีประสบการณ์และตำแหน่งสูงกว่าจะมีความชำนาญและความรับผิดชอบมากกว่า ที่สำคัญ คุณภาพชีวิตในการทำงานหลายด้าน เช่น ค่าตอบแทน การทำงานร่วมกัน ประชาธิปไตยในองค์กร และความสมดุลชีวิต ล้วนมีอิทธิพลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการทำงาน สะท้อนให้เห็นว่าหากองค์กรสามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตของพนักงานได้อย่างเหมาะสม จะส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจ ความผูกพัน และสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นในระยะยาว โดยมีข้อเสนอแนะทั้ง 3 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสภาพการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ควรปรับปรุงสภาพแวดล้อมและการจัดเวลาการทำงานให้เหมาะสมกับลักษณะงานตรวจค้น เพื่อลดความเหนื่อยล้าและความเครียด และควรมีอุปกรณ์หรือเครื่องมือที่ใช้ป้องกันรังสีจากเครื่องเอกซเรย์ พร้อมทั้งส่งเสริมการดูแลสุขภาพกายและใจของพนักงานอย่างต่อเนื่อง จะช่วยให้พนักงานทำงานได้อย่างมีสมาธิและมีประสิทธิภาพมากขึ้น 2) ด้านโอกาสในการพัฒนาความสามารถของบุคลากร ควรสนับสนุนการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อเพิ่มความรู้ ความมั่นใจ และศักยภาพในการปฏิบัติงาน ส่งผลให้พนักงานมีแรงจูงใจและ

คุณภาพการทำงานที่ดีขึ้น 3) ด้านความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน ควรกำหนดแนวทางความก้าวหน้าในอาชีพและระบบประเมินผลที่ชัดเจน เป็นธรรม เพื่อสร้างความมั่นคงและความเชื่อมั่นในการทำงาน ทำให้พนักงานทุ่มเทและปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ

เอกสารอ้างอิง

กฤตพล ณ พัทลุง และ ปิยะมาศ สื่อสวัสดิ์วณิชย์. (2566). ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานบริษัทเอกชนในจังหวัดสงขลา. วารสารร้อยแก่นสาร, 9(1), 219-233.

กัตติกมาส กิ่งแก้ว และ กมลวรรณ วรรณธนัง. (2568). ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสายสนับสนุนวิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 3(5), 810-827.

ณัฐริกา แป้นถึง และวิเชียร ตันศิริคงคล. (2566). ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเทศบาลตำบลนาป่า อำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี. วารสารรัฐประศาสนศาสตร์และนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยชินวัตร, 1(1), 1-16.

ธนสิน จันทเดช. (2564). ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในอุตสาหกรรมการบริการในเขตอำเภอเมืองเพชรบุรี จังหวัดเพชรบุรี. วารสารมณีเชษฐารามม, 7(3), 325-341.

ธีระสา อยู่โต. (2565). ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วน จังหวัดระยอง. ใน ระดับสารนิพนธ์สังคมศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.

เปรมฤดี ผ่องชมภู และคณะ. (2567). ศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานในเขตอุตสาหกรรมจังหวัดระยอง. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 7(1), 367-380.

สมไชย หงสะหวาด. (2566). ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร บริษัท ซีบี เอฟ ฟาร์มา จำกัด สาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว. วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 8(1), 172-180.

สุกิจ แก้วพินิจ และ นริศรา ภาควิธี. (2567). ศึกษาเรื่องความสุขในการทำงานและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการในอุตสาหกรรมผลิตชิ้นส่วนอากาศยาน จังหวัดชลบุรี. วารสารร้อยแก่นสารสนเทศ, 9(6), 102-117.

สุรีย์พร สุมามาลย์ และ ธีรพจน์ เวศพันธุ์. (2561). ศึกษาเรื่องปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานตรวจค้น กรณีศึกษา ท่าอากาศยานานาชาติดอนเมือง. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย, 9(2), 260-269.

โสรยา สุภาผล และคณะ. (2564). ศึกษาเรื่องปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการทำงานเป็นทีมที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในจังหวัดสุพรรณบุรี. วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 10(2), 211-225.

อัจจิมา หยูทอง และ จุฑาทิพ คล้ายทับทิม. (2566). ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานของบุคลากรกรมชลประทาน. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น, 9(7), 134-145.

Yamane, T. (1967). Statistics: An Introductory Analysis. (2nd ed.). New York: Harper & Row.

บทความวิชาการ

พระสังฆาธิการกับบทบาทนักพัฒนาในยุคดิจิทัล: แนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยี*

THE SANGHA ADMINISTRATIVE MONKS AS DEVELOPMENT LEADERS IN THE DIGITAL AGE: APPROACHES TO EMPOWERMENT THROUGH WISDOM AND TECHNOLOGY

พระปลัดสิรภพ งามเรียบ*, พระสมุห์ธนภัทร ทิพย์วงษ์, ดิเรก นุ่นกล่ำ, เดชชาติ ตรีทรัพย์

Phrapalad Sirapop Ngamriab*, Phrasamu Thanapat Tipwong, Direk Nunklam, Detchat Treesub

คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย

Faculty of Social Sciences, Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Nakhon Si Thammarat Campus, Nakhon Si Thammarat, Thailand

*Corresponding author E-mail: Phrasirapop@gmail.com

*Tel: 092-595-3919

บทคัดย่อ

บทความนี้เป็นการนำเสนอเรื่อง พระสังฆาธิการกับบทบาทนักพัฒนาในยุคดิจิทัล แนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยีซึ่งมีบทบาทในทุกมิติของชีวิต พระสังฆาธิการคือประทีปทางจิตวิญญาณผู้ธำรงรักษาวิถีแห่งศรัทธาและจริยธรรมให้มั่นคงในสังคมไทย ขณะเดียวกันก็ทรงบทบาทนักพัฒนาผู้เปี่ยมด้วยวิสัยทัศน์ในการรังสรรค์พุทธสถานให้เป็นศูนย์กลางแห่งการเรียนรู้และการพึ่งพาตนเอง เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของชุมชนบนฐานแห่งธรรมลักษณ์และสันติสุข บทความนี้มุ่งวิเคราะห์บทบาทของพระสังฆาธิการในฐานะนักพัฒนาในยุคดิจิทัล โดยเน้นการเสริมพลังทางปัญญาและเทคโนโลยีควบคู่กับหลักจริยธรรมเชิงพุทธ อันเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนพระพุทธศาสนาให้ยังคงความร่วมสมัยและเข้าถึงผู้คนได้อย่างแท้จริง จากการศึกษาพบว่าพระสังฆาธิการในยุคปัจจุบันมีบทบาทหลากหลาย ทั้งด้านการเป็นผู้ผลิตสื่อธรรมะดิจิทัล ผู้ให้คำปรึกษาทางจิตวิญญาณ รวมถึงผู้เชื่อมโยงเครือข่ายศรัทธาในระดับชุมชนและสังคม การเปลี่ยนผ่านนี้นำมาซึ่งทั้งโอกาสและความท้าทาย ซึ่งจำเป็นต้องอาศัยการปรับโครงสร้างทางความคิด การพัฒนาองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัล และการส่งเสริมคุณธรรมควบคู่กันไป พระสังฆาธิการในปัจจุบันมีบทบาทหลากหลาย ทั้งเป็นผู้ผลิตสื่อธรรมะดิจิทัล ผู้นำกิจกรรมศาสนาออนไลน์ และผู้เชื่อมโยงเครือข่ายศรัทธา การเปลี่ยนผ่านนี้มาพร้อมโอกาสและความท้าทาย ซึ่งต้องอาศัยการปรับโครงสร้างทางความคิด พัฒนาทักษะดิจิทัล และส่งเสริมคุณธรรมไปพร้อมกันสรุปได้ว่า แนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยีของพระสังฆาธิการ คือการผสานความรู้ทางธรรมเข้ากับทักษะดิจิทัลอย่างรู้เท่าทันและมีวิจารณญาณ เพื่อธำรงรักษาศรัทธาในโลกเสมือนจริงและขับเคลื่อนพระพุทธศาสนาให้มั่นคงยั่งยืนในสังคมยุคใหม่

คำสำคัญ: พระสังฆาธิการ, บทบาทนักพัฒนา, ยุคดิจิทัล, การเสริมสร้างพลังทางปัญญา, เทคโนโลยี

Abstract

This article presents The Role of Buddhist Monastic Leaders as Developers in the Digital Age This approach emphasizes intellectual and technological empowerment, which plays a crucial role in all aspects of life. Buddhist monastic leaders are spiritual beacon, upholding faith

* Received 23 March 2026; Revised 28 April 2026; Accepted 29 April 2026

and ethics firmly in Thai society. At the same time, they play a visionary role as developers, creating Buddhist sites as centers of learning and self-reliance. This aims to improve the quality of life in communities based on Dharma principles and peace. This article analyzes the role of Buddhist monastic leaders as developers in the digital age, focusing on intellectual and technological empowerment coupled with Buddhist ethical principles. This approach ensures that Buddhism remains relevant and accessible to all. The study found that contemporary Buddhist monastic leaders play diverse roles, including producing digital Dharma media, providing spiritual counseling, and connecting faith networks at the community and societal levels. This transition brings both opportunities and challenges, requiring a restructuring of mindset, development of digital technology knowledge, and the promotion of morality simultaneously. Online religious activity leaders, and faith network connectors, face both opportunities and challenges This transition requires a restructuring of mindset, the development of digital skills, and the simultaneous promotion of moral values. In summary, the approach to empowering Buddhist monastic leaders intellectually and technologically is to integrate religious knowledge with digital skills in a knowledgeable and critical manner, in order to maintain faith in the virtual world and ensure the sustainable growth of Buddhism in modern society.

Keywords: Sangha Administrative Monks, Development Leadership, Digital Age, Intellectual Empowerment, Technology

บทนำ

ในโลกยุคใหม่ที่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง เครื่องมือดิจิทัลต่าง ๆ ได้เข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนในทุกช่วงวัย ส่งผลให้บทบาทของพระสังฆาธิการในฐานะผู้นำทางศาสนาไม่อาจยึดถือเฉพาะรูปแบบเดิมในการปฏิบัติศาสนกิจอีกต่อไป จำเป็นอย่างยิ่งที่พระสงฆ์ผู้มีหน้าที่กำกับดูแลกิจการคณะสงฆ์ จะต้องเรียนรู้และปรับกระบวนทัศน์ในการทำงานให้สอดคล้องกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ ทั้งในด้านการจัดการสารสนเทศ การบริหารวัดให้มีประสิทธิภาพ และการเข้าถึงประชาชนผ่านช่องทางออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการเปิดพื้นที่ใหม่ในการสื่อสารธรรมะอย่างไม่จำกัดเวลาและสถานที่ ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีไม่เพียงแต่ช่วยให้พระสังฆาธิการเข้าถึงผู้คนได้มากขึ้นเท่านั้น หากยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารหลักธรรมคำสอนให้เข้าใจง่ายขึ้น มีความทันสมัย และตอบโจทย์ความสนใจของคนในยุคดิจิทัลที่มีพฤติกรรมการรับรู้แตกต่างจากยุคก่อน นอกจากนี้ การเข้าถึงเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมยังทำให้พระสังฆาธิการสามารถทำหน้าที่เป็น “ผู้เชื่อมประสาน” ระหว่างศาสนากับสังคมโลกได้อย่างมีพลัง โดยไม่ละทิ้งหลักการสำคัญของพระธรรมวินัย การนำเสนอธรรมะผ่านสื่อสมัยใหม่จึงกลายเป็นการขยายพรมแดนของการเผยแผ่พระพุทธศาสนา ให้สามารถเข้าถึงทั้งคนรุ่นใหม่ กลุ่มผู้มีข้อจำกัดด้านการเดินทาง รวมถึงประชาชนในพื้นที่ห่างไกล ทั้งนี้ ย่อมส่งผลให้พระพุทธศาสนายังคงความเกี่ยวข้องและตอบสนองต่อบริบทของสังคมสมัยใหม่ได้อย่างแท้จริง (พระมหาอภิชาติ ชยเมธี, 2566) ทั้งนี้พระสังฆาธิการที่ประสบความสำเร็จสู่ความเป็นเลิศ คือผู้นำที่ครองตนด้วยจริยวัตรอันงดงาม ควบคู่ไปกับการเป็นนักบริหารจัดการวัดที่ทันสมัยด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศมีวิสัยทัศน์ในการบูรณาการพุทธธรรม เพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาชุมชนเชิงรุก และสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางสังคมอย่างเป็นกัลยาณมิตร เพื่อเป็นประทีปส่องสว่างทางปัญญาและเป็นศูนย์รวมจิตใจที่เข้มแข็งของพุทธศาสนิกชนในยุคดิจิทัลอย่างยั่งยืน

พระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องปฏิบัติบทบาทที่ครอบคลุมทั้งด้านจิตวิญญาณและด้านการบริหารจัดการเชิงระบบ ซึ่งแตกต่างจากแนวทางดั้งเดิมที่มุ่งเน้นเพียงการรักษาพระธรรมวินัยและประกอบศาสนกิจในวิถี

วัดเป็นหลัก ปัจจุบันการจัดการวัดจำเป็นต้องมีแนวคิดที่เป็นระบบ ใช้ข้อมูลสารสนเทศในการตัดสินใจ และสื่อสารกับญาติโยมผ่านช่องทางดิจิทัลที่มีความรวดเร็วและกว้างขวางยิ่งขึ้น จากงานวิจัยหลายชิ้นได้เน้นย้ำว่า หากพระสังฆาธิการสามารถประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการจัดระบบการเงิน การจัดเก็บข้อมูลวัด การรายงานผลการดำเนินกิจกรรม ตลอดจนการประชาสัมพันธ์ภารกิจของวัด ก็จะช่วยให้การบริหารจัดการมีความโปร่งใส ตรวจสอบได้ และตอบสนองต่อความคาดหวังของสาธารณชนในยุคใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (ปิยตา นวลละออง และ วิทยาธร ท่อแก้ว, 2565) ยิ่งไปกว่านั้น การบริหารจัดการวัดในบริบทโลกที่เปลี่ยนแปลง ยังจำเป็นต้องอาศัยแนวทางที่ยืดหยุ่น เปิดรับกระบวนการเรียนรู้ใหม่ ๆ และสามารถเชื่อมโยงหลักธรรมกับสถานการณ์ร่วมสมัยอย่างมีวิจารณญาณ แนวทางบริหารในลักษณะนี้สอดคล้องกับหลักของปรัชญาหลังนวยุค ซึ่งเน้นการรับฟังความหลากหลาย การกระจายอำนาจ และการเคารพเสียงของชุมชนท้องถิ่น ดังนั้น พระสังฆาธิการจึงควรมีบทบาทเป็นทั้งผู้นำทางธรรมะและ นักบริหารการเปลี่ยนแปลงที่มีทักษะการใช้เทคโนโลยีและเข้าใจบริบทของสังคมสมัยใหม่ได้อย่างลึกซึ้ง (พระใบฎีกาไพจิตร รตนญาโณ, 2563) อีกทั้งพระนักพัฒนาในยุคดิจิทัลทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมพุทธธรรมสู่นวัตกรรมเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและสติปัญญาของชุมชนอย่างยั่งยืน โดยความสำคัญอยู่ที่การใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือเผยแผ่จริยธรรมที่ร่วมสมัยและเท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกสำหรับการแบ่งระดับขั้นตอนการทำงานนั้น เริ่มต้นจากระดับพื้นฐาน คือการปรับทัศนคติและทักษะดิจิทัล ต่อด้วยระดับปฏิบัติการ คือการสร้างสื่อและนวัตกรรมธรรมะเพื่อการสื่อสาร และก้าวสู่ระดับเชี่ยวชาญ คือการเป็นผู้นำเครือข่ายธรรมาภิบาลดิจิทัลที่สามารถบริหารจัดการศาสนสถานให้เป็นศูนย์กลางแห่งปัญญาและสันติสุขในสังคมโลกเสมือนได้อย่างสมบูรณ์แบบ

แม้ว่ายุคดิจิทัลจะเปิดโอกาสใหม่ให้กับพระสังฆาธิการในการเผยแผ่พระธรรมและบริหารจัดการกิจการคณะสงฆ์อย่างทันสมัย แต่กระบวนการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่โลกเทคโนโลยีก็ยังเต็มไปด้วยความท้าทายที่ไม่อาจมองข้าม หนึ่งในอุปสรรคสำคัญคือ ความเหลื่อมล้ำด้านทักษะดิจิทัล ซึ่งทำให้พระสงฆ์บางรูปอาจประสบความยากลำบากในการเข้าถึงเทคโนโลยีหรือไม่สามารถใช้งานเครื่องมือดิจิทัลได้อย่างคล่องแคล่ว ขณะที่บางรูปอาจมีความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านธรรมวินัย แต่ขาดทักษะการสื่อสารในโลกออนไลน์ ส่งผลให้เกิดความไม่มั่นใจในการปรับบทบาทของตนให้เหมาะสมกับบริบทใหม่ของสังคม ทั้งยังอาจเผชิญกับแรงต้านภายในคณะสงฆ์หรือข้อจำกัดจากข้อปฏิบัติที่ยังไม่เปิดกว้างต่อการใช้นวัตกรรม ในอีกแง่หนึ่ง พระสังฆาธิการยังต้องเผชิญกับความกดดันจากความคาดหวังของสาธารณชนที่ต้องการให้พระสงฆ์ทำหน้าที่ “ผู้นำทางจิตวิญญาณ” ควบคู่ไปกับการเป็น “นักสื่อสารสาธารณะ” บนโลกออนไลน์อย่างเหมาะสม ซึ่งไม่ใช่เรื่องง่าย เพราะนอกจากจะต้องเข้าใจกลไกของเทคโนโลยีแล้ว ยังต้องมีวุฒิภาวะทางธรรมและความรอบคอบในการสื่อสาร เพื่อรักษาภาพลักษณ์ของสถาบันสงฆ์ให้เป็นที่เคารพของสังคม พระสงฆ์บางรูปอาจรู้สึกกดดันเมื่อถูกจับตามองจากสื่อและผู้ติดตามออนไลน์ เพราะโลกดิจิทัลไม่เปิดโอกาสให้เกิดข้อผิดพลาดได้ง่ายนัก ดังนั้น พระสังฆาธิการยุคใหม่จำเป็นต้องมีทั้งทักษะด้านเทคนิคและทักษะทางอารมณ์ เพื่อสามารถดำเนินบทบาทในโลกเสมือนจริงได้อย่างมั่นคง มีสติ และถูกต้องตามหลักพระธรรมวินัย (พระใบฎีกากวีวัธน์ วิรัติธีรดนย์, 2562) และแนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยีคือการปลูกฝังกระบวนการคิดเชิงวิพากษ์เพื่อกลั่นกรองข้อมูลข่าวสารควบคู่ไปกับการฝึกฝนทักษะดิจิทัลขั้นสูงอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้สามารถประยุกต์ใช้นวัตกรรมสมัยใหม่ในการสร้างสรรค์ภูมิปัญญาและแก้ไขปัญหาซับซ้อนของสังคมได้อย่างชาญฉลาดและทรงพลังในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

ดังนั้น บริบทของโลกยุคดิจิทัลที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลและความรวดเร็วของการสื่อสาร พระสังฆาธิการซึ่งทำหน้าที่เป็นแกนนำของคณะสงฆ์ในระดับต่าง ๆ ย่อมหลีกเลี่ยงไม่ได้ที่จะต้องเสริมสร้างศักยภาพของตนในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การมีความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีไม่ใช่เพียงประโยชน์ส่วนบุคคล แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้การบริหารงานคณะสงฆ์ในภาพรวมมีความเป็นระบบ โปร่งใส และมีความเชื่อมโยงกับชุมชนสมัยใหม่ได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังช่วยยกระดับภาพลักษณ์ของพระพุทธศาสนาให้ทันสมัยโดยไม่ละทิ้งรากฐานแห่งธรรม

วินัย การเสริมสร้างทักษะดิจิทัลให้กับพระสังฆาธิการไม่ใช่เรื่องของความรู้เชิงเทคนิคเพียงอย่างเดียว แต่ยังเกี่ยวข้องกับวิธีคิดและกระบวนทัศน์ใหม่ในการทำงาน เช่น การบริหารจัดการข้อมูลวัดแบบอิเล็กทรอนิกส์ การสื่อสารธรรมะผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล หรือแม้แต่การใช้เทคโนโลยีในการติดตามและประเมินผลกิจกรรมทางพระพุทธศาสนาในระดับพื้นที่ การเรียนรู้เหล่านี้จะช่วยให้พระสังฆาธิการสามารถนำพาพระพุทธศาสนาไปสู่การเป็น “ศาสนาแห่งปัญญาในยุคดิจิทัล” ซึ่งเปิดรับความเปลี่ยนแปลงโดยไม่ละทิ้งหลักการอันมั่นคงที่มีมาแต่โบราณ โดยในบทความนี้ผู้เขียนได้รวบรวมและเรียบเรียงเรื่องราวเกี่ยวกับพระสังฆาธิการกับบทบาทนักพัฒนาในยุคดิจิทัล: แนวทางการเสริมสร้างพลังทางปัญญาและเทคโนโลยี ได้แก่ บทบาทของพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล, การเป็นผู้นำชุมชนและนักพัฒนาในสังคมออนไลน์, การสร้างเครือข่ายพระสังฆาธิการและประชาชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล, การเสริมพลังทางปัญญาและพัฒนาทักษะดิจิทัลของพระสังฆาธิการ และความท้าทายและแนวทางพัฒนาศักยภาพพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล

บทบาทของพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล

ในยุคดิจิทัล (Digital Age) หรือยุคที่เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีบทบาทอย่างลึกซึ้งในชีวิตประจำวัน บทบาทของพระสังฆาธิการก็ได้ปรับตัวอย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้ในภารกิจทางพระพุทธศาสนาอย่างสร้างสรรค์ พระสังฆาธิการกลายเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและเผยแพร่พระธรรมคำสอนผ่านช่องทางดิจิทัลต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ศาสนา แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ และช่องยูทูบ เพื่อเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลายมากขึ้น นอกจากนี้ พระสังฆาธิการยังสามารถนำเทคโนโลยีมาสนับสนุนกระบวนการเรียนรู้ด้านพระพุทธศาสนาในรูปแบบออนไลน์ เช่น การจัดการเรียนการสอนธรรมะผ่านสื่อวิดีโอการบรรยายออนไลน์ รวมทั้งการผลิตสื่อเสียงและเอกสารดิจิทัลเพื่อให้ผู้สนใจสามารถศึกษาได้ในเวลาที่สะดวก ส่งผลให้การเรียนรู้ธรรมะเป็นเรื่องที่เข้าถึงง่ายและยืดหยุ่นมากขึ้น ในด้านการสร้างเครือข่ายชุมชน พระสังฆาธิการสามารถใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเชื่อมโยงผู้ศรัทธา สร้างพื้นที่สำหรับการสนทนา การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการจัดกิจกรรมธรรมะร่วมกัน แม้จะอยู่คนละพื้นที่ก็สามารถมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางศาสนาได้อย่างต่อเนื่อง อีกทั้งยังสามารถให้คำปรึกษาหรือไกล่เกลี่ยปัญหาที่เกี่ยวข้องกับศาสนาในรูปแบบออนไลน์ ซึ่งช่วยลดความขัดแย้งและสร้างความเข้าใจอันดีในหมู่ประชาชน โดยภาพรวม พระสังฆาธิการจึงไม่เพียงแต่เป็นผู้เผยแผ่ธรรมะเท่านั้น แต่ยังเป็นผู้ผลิตสื่อดิจิทัลทางศาสนาและแบบเรียนธรรมะ เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และเสริมสร้างศีลธรรมแก่สังคม และยังเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม เป็นประโยชน์ต่อส่วนรวม และ นำไปสู่การพัฒนาสังคมในทิศทางที่ดีงามในยุคเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร, 2552) ดังนั้น พระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล สามารถเป็นศูนย์กลางในการสร้างพลังบวกและเสริมสร้างความร่วมมือในชุมชนทางศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับกิจกรรมทางศาสนาทั้งในด้านการเผยแผ่ธรรมะ การเรียนรู้ การสื่อสาร และการให้บริการต่อชุมชน ด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลและผู้คนผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ทำให้การเข้าถึงคำสอนและกิจกรรมทางศาสนาเป็นไปอย่างกว้างขวางและคล่องตัว บทบาทสำคัญของพระสังฆาธิการในบริบทนี้ คือ การเป็นผู้นำในการปรับใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับหลักธรรมและจริยธรรม เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้เชิงธรรมะและการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมที่หลอมรวมด้วยความศรัทธาและความเข้าใจ อีกทั้งยังช่วยให้เกิดการรวมพลังและการประสานงานในระดับชุมชนเกิดเครือข่ายความร่วมมือที่แข็งแรง เป็นเครื่องมือสำคัญในการขับเคลื่อนศาสนาให้ทันต่อยุคสมัยและตอบโจทย์ความต้องการของผู้คนในสังคมปัจจุบันได้อย่างแท้จริง (พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต), 2548)

สาเหตุที่ต้องจัดกระบวนการเรียนรู้ผ่านระบบออนไลน์เนื่องจากความท้าทายในยุค 5G ที่บีบให้คณะสงฆ์ต้องปรับตัวเข้ากับสังคมดิจิทัลเพื่อสร้างความสะดวกและเข้าถึงง่ายแก่สาธุชนทุกกลุ่มวัย ด้วยเหตุนี้พระสังฆาธิการ

จึงต้องก้าวข้ามขีดจำกัดด้านสถานที่ เช่น การจัดห้องเรียนธรรมะเสมือนจริงหรือการไลฟ์สดเทศนาผ่านสื่อโซเชียล เพื่อธำรงความสัมพันธ์ระหว่างวัดและชุมชนให้แนบแน่นในโลกยุคใหม่

การเป็นผู้นำชุมชนและนักพัฒนาในสังคมออนไลน์

ในยุคที่สังคมเคลื่อนย้ายสู่โลกออนไลน์ พระสังฆาธิการในฐานะผู้นำทางจิตวิญญาณและชุมชน จึงต้องขยายบทบาทไปสู่พื้นที่ดิจิทัลด้วย โดยยังคงรักษาจุดยืนในฐานะที่เป็นที่พึ่งทางใจและเป็นผู้ชี้นำทางศีลธรรมแก่สังคมบนแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย พระสงฆ์ยุคใหม่ไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ในพื้นที่วัดหรือชุมชนจริงเท่านั้น แต่ยังต้องเข้าไปมีบทบาทในการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ในโลกออนไลน์ เพื่อให้คำแนะนำ แบ่งปันธรรมะ และสร้างพื้นที่สำหรับการแลกเปลี่ยนความรู้ทางศาสนา ซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงศรัทธาและจริยธรรมเข้าสู่ชีวิตของผู้คนในยุคดิจิทัลได้มากขึ้น ทั้งนี้พระสังฆาธิการในยุคใหม่นั้น ควรให้ความสำคัญกับการเข้าถึงญาติโยมอย่างจริงใจ ใกล้ชิดและเสมอต้นเสมอปลาย โดยมุ่งเน้นการพัฒนาตนเองด้านธรรมศึกษา การเผยแผ่คำสอน และการทำหน้าที่เป็นนักพัฒนาสังคม มากกว่าการแสวงหาตำแหน่งหรือเกียรติยศส่วนตน อันจะนำไปสู่ภาพลักษณ์ของพระสงฆ์ที่เหมาะสมกับยุคสมัยและเป็นที่ยอมรับในหมู่พุทธศาสนิกชนทั้งในโลกจริงและโลกออนไลน์ (พระครูปริยัติสโมธาน (สิงขร ปริยตฺติเมธี), 2567) ดังนั้น ความสำคัญของบทบาทพระสงฆ์ในฐานะที่เป็นที่พึ่งทางจิตวิญญาณและแหล่งธรรมะที่สามารถช่วยประคับประคองจิตใจของประชาชนให้มั่นคงท่ามกลางความไม่แน่นอน
พระสงฆ์ไม่เพียงเป็นผู้ประกอบศาสนกิจในวัดเท่านั้น หากแต่ยังเป็นผู้นำจิตใจที่สามารถแนะนำแนวทางการดำเนินชีวิตอย่างมีศีลธรรม สร้างสติและปัญญาแก่ผู้คน โดยเฉพาะในยุคที่ปัญหาความเครียด ความกดดันจากการแข่งขันหรือความขัดแย้งในสังคมทวีความรุนแรงขึ้นเรื่อย ๆ การมีพระสงฆ์ที่เข้าใจบริบทของยุคสมัยและสามารถถ่ายทอดธรรมะด้วยภาษาที่เข้าถึงใจ เป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่ง (พระมหาบุญศรี ญาณวุฑฺโฒ และคณะ, 2564)

นอกจากนี้ พระสงฆ์ยังต้องมีบทบาทในการเผยแผ่ธรรมะอย่างเหมาะสม ถูกต้องตามหลักพระพุทธศาสนาและสอดคล้องกับบริบททางสังคม โดยไม่ละทิ้งสาระสำคัญของคำสอน การเผยแผ่ธรรมะในยุคนี้จึงไม่ใช่เพียงการเทศนาแบบดั้งเดิมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น การบรรยายธรรมผ่านออนไลน์ การผลิตสื่อธรรมะ และการให้คำปรึกษาทางจิตใจผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งช่วยให้ธรรมะเข้าถึงผู้คนได้ในวงกว้างและทันต่อความต้องการของสังคมยุคใหม่ การที่พระสงฆ์ออกมามีปฏิสัมพันธ์กับสาธารณชนบนโลกออนไลน์ ยังอาจถือเป็นการสานต่อแนวคิด “พระสงฆ์นักพัฒนา” ในรูปแบบใหม่ กล่าวคือไม่ได้จำกัดอยู่แค่การพัฒนาชุมชนชนบทหรือสร้างถาวรวัตถุ แต่รวมถึงการพัฒนาจิตใจคนในสังคมผ่านสื่อออนไลน์ ไม่ว่าจะเป็นการรณรงค์เรื่องศีลธรรมจริยธรรม การให้คำปรึกษาปัญหาชีวิต หรือการชี้นำสังคมในประเด็นที่เหมาะสมตามหลักธรรม ตัวอย่างเช่น พระสงฆ์บางรูปใช้เพจเฟซบุ๊กของตนในการตอบคำถามธรรมะหรือปัญหาชีวิตที่โยมส่งเข้ามา เปิดโอกาสให้ประชาชนทั่วไปสามารถเข้าถึงคำแนะนำของพระได้อย่างกว้างขวางซึ่งถือเป็นการทำหน้าที่ “ครูสอนศีลธรรม” และผู้นำทางความคิดให้แก่ชุมชนออนไลน์วงกว้าง

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การเป็นผู้นำชุมชนและนักพัฒนาในสังคมออนไลน์ของพระสงฆ์ในยุคแห่งความเปลี่ยนแปลงฉับพลัน ต้องมีบทบาทเชิงรุกในการเสริมสร้างพลังทางจิตใจแก่ประชาชน พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นสะพานเชื่อมโยงธรรมะเข้าสู่ชีวิตประจำวันของผู้คน เพื่อให้สามารถเผชิญกับความเปลี่ยนแปลงด้วยความมั่นคงในจิตใจ มีสติ ปัญญา และศีลธรรมเป็นหลักในการดำเนินชีวิตประจำวันอย่างรู้เท่าทัน

การสร้างเครือข่ายพระสังฆาธิการและประชาชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล

เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสังคมอย่างลึกซึ้ง ความสัมพันธ์ระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสก็ได้รับการปรับเปลี่ยนให้ทันสมัยและสอดคล้องกับรูปแบบชีวิตของผู้คนในปัจจุบันมากยิ่งขึ้น เทคโนโลยีดิจิทัลไม่เพียงแค่เข้ามาอำนวยความสะดวกในด้านการสื่อสาร แต่ยังมีบทบาทสำคัญในการลดช่องว่างระหว่างพระ

กับญาติโยม ทำให้ทั้งสองฝ่ายสามารถติดต่อและมีปฏิสัมพันธ์กันได้บ่อยครั้งและต่อเนื่องกว่าที่เคยเป็นในอดีต หนึ่งในบทบาทสำคัญของพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล คือ การสร้างเครือข่ายออนไลน์ระหว่างคณะสงฆ์และประชาชนผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น เว็บไซต์ทางศาสนา เฟซบุ๊กเพจ ช่องยูทูบ หรือกลุ่มไลน์ สิ่งเหล่านี้กลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่เปิดให้ผู้คนสามารถเข้าวัดได้ โดยไม่จำกัดเวลาและสถานที่ พุทธศาสนิกชนสามารถติดตามข่าวสารจากวัด ฟังธรรมะ สอบถามข้อสงสัยทางศาสนา หรือแม้กระทั่งร่วมกิจกรรมบุญ เช่น เวียนเทียนออนไลน์ หรือสวดมนต์ข้ามปีผ่านการถ่ายทอดสด สิ่งเหล่านี้ได้เปลี่ยนภาพลักษณ์ของการเข้าวัดจากกิจกรรมที่ต้องอาศัยการเดินทาง มาเป็นประสบการณ์ทางจิตวิญญาณที่เข้าถึงได้จากทุกที่บนโลก

ในอีกมิติหนึ่ง คณะสงฆ์ก็ได้ปรับการบริหารจัดการและการประชุมภายในโดยใช้เทคโนโลยี เช่น การประชุมคณะสงฆ์ผ่านระบบ Zoom หรือ Google Meet การสื่อสารข้อมูลข่าวสารในเขตปกครองสงฆ์ผ่านกลุ่มแชท ทำให้การประสานงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ลดภาระการเดินทาง และช่วยประหยัดเวลา ในระดับการศึกษาก็มีการจัดการเรียนการสอนบาลีและธรรมศึกษาให้กับพระภิกษุและสามเณรผ่านระบบออนไลน์ เปิดโอกาสให้การเรียนรู้ขยายออกไปสู่พระสงฆ์ที่อยู่ในพื้นที่ห่างไกลได้อย่างทั่วถึง ที่น่าสนใจอีกประการหนึ่ง คือ การเกิดขึ้นของเครือข่ายเฉพาะกิจระหว่างพระสงฆ์กับฆราวาสในรูปแบบใหม่ เช่น กลุ่มอาสาสมัครออนไลน์ที่ทำงานร่วมกันเพื่อจัดกิจกรรมสาธารณประโยชน์ หรือกลุ่มสนทนาธรรมที่เปิดโอกาสให้ทั้งสองฝ่ายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางศาสนาได้อย่างใกล้ชิด สิ่งเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวของพระสงฆ์ในยุคใหม่ที่ไม่จำกัดบทบาทไว้เพียงในบริเวณวัด แต่ขยายไปสู่พื้นที่ออนไลน์ที่เปิดกว้างและหลากหลาย (พระชลญาณมุนี (สมโภช ธมฺมโภชฺโช), 2565)

กล่าวโดยสรุปได้ว่า เทคโนโลยีดิจิทัลไม่ใช่เพียงเครื่องมือในการเผยแผ่ธรรมะ แต่เป็นสะพานสำคัญที่เชื่อมโยงจิตวิญญาณของพระสงฆ์และฆราวาสให้ใกล้ชิดกันมากขึ้น แม้จะอยู่ห่างไกลกันในทางกายภาพ แต่หัวใจแห่งธรรมะยังสามารถเชื่อมถึงกันได้เสมอผ่านโลกออนไลน์ ซึ่งนับเป็นการพัฒนาบทบาทของพระสังฆาธิการให้ทันสมัย และตอบสนองความต้องการของสังคมในยุคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างแท้จริง อีกทั้งการสร้างเครือข่ายพระสังฆาธิการและประชาชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลประกอบด้วยประเด็น 2 ประเด็น คือ

1. การสร้างเครือข่ายพระสังฆาธิการ เป็นการสร้างฐานข้อมูลและช่องทางสื่อสารเฉพาะสงฆ์ เพื่อแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ในการบริหารจัดการวัดและการตีความพุทธธรรมให้ร่วมสมัย ช่วยให้เกิดความเป็นเอกภาพในการเผยแผ่และสามารถช่วยเหลือกันด้านทรัพยากรหรือข้อมูลผ่านระบบคลาวด์และแอปพลิเคชันกลุ่มปิดอย่างมีประสิทธิภาพ

2. การเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างพระสังฆาธิการและประชาชน เป็นการใช้แพลตฟอร์มสาธารณะเพื่อลดช่องว่างระหว่างวัดกับชุมชนทำให้ประชาชนเข้าถึงคำสอนและกิจกรรมทางศาสนาได้ทุกที่ทุกเวลา ผ่านรูปแบบการปฏิสัมพันธ์สองทาง เช่น การปรึกษาธรรมะออนไลน์ หรือการทำบุญดิจิทัล ซึ่งช่วยสร้างระบบนิเวศแห่งศรัทธาที่โปร่งใสและยั่งยืนในโลกยุคใหม่

การเสริมพลังทางปัญญาและพัฒนาทักษะดิจิทัลของพระสังฆาธิการ

การเปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคดิจิทัลมิได้เป็นเพียงการปรับรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คน แต่ยังส่งผลลึกซึ้งต่อบทบาทของสถาบันทางศาสนา โดยเฉพาะบทบาทของ “พระสังฆาธิการ” ซึ่งมิใช่เพียงผู้ดูแลกิจการคณะสงฆ์เท่านั้น แต่ยังเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงทางความคิด จริยธรรม และวัฒนธรรมในระดับชุมชนและสังคม การทำหน้าที่ในยุคปัจจุบันจึงไม่อาจยึดติดกับกรอบแนวทางเดิมเพียงลำพัง หากแต่จำเป็นต้องเปิดรับพลังใหม่ทางปัญญาและเทคโนโลยีเพื่อให้สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว

พระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล จึงต้องพัฒนาศักยภาพของตนให้ก้าวทันกระแสโลก ด้วยการเสริมสร้างองค์ความรู้ใหม่ ๆ ทั้งในด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ การสื่อสารผ่านสื่อดิจิทัล และภาษาต่างประเทศ โดยเฉพาะ

ภาษาอังกฤษ ซึ่งเป็นภาษาสากลที่สามารถใช้เผยแผ่พระพุทธศาสนาในระดับนานาชาติ การมีความรู้ในด้านเหล่านี้มิได้เป็นเพียงเครื่องมือในการทำงานเท่านั้น แต่ยังเป็นพลังปัญญาที่ส่งเสริมให้พระสังฆาธิการเข้าใจโลก เข้าใจผู้คน และสามารถสื่อสารหลักธรรมให้เข้าถึงใจผู้ฟังในบริบทสมัยใหม่ได้ดียิ่งขึ้น (พระครูปริยัติสโมธาน (สิงขร ปริยตฺติเมธี), 2567) นอกจากนั้น การเรียนรู้เทคโนโลยียังช่วยให้พระสังฆาธิการสามารถบริหารจัดการภารกิจคณะสงฆ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การใช้ระบบออนไลน์ในการประชุมวางแผน การจัดอบรมการเผยแพร่ธรรมะ หรือแม้แต่การจัดกิจกรรมร่วมกับชุมชนในโลกเสมือน ซึ่งสามารถลดข้อจำกัดด้านเวลาและระยะทางได้อย่างชัดเจน พร้อมเปิดโอกาสให้พระสงฆ์ได้สร้างเครือข่ายการทำงานร่วมกับฆราวาสและเยาวชนรุ่นใหม่ได้มากยิ่งขึ้น

กล่าวได้ว่า พลังทางปัญญาและเทคโนโลยีไม่เพียงแต่เสริมศักยภาพด้านการปฏิบัติงานของพระสังฆาธิการเท่านั้น แต่ยังเป็นฐานคิดใหม่ที่หล่อหลอมให้เกิดการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง มีวิสัยทัศน์กว้างไกล และเข้าใจถึงธรรมชาติของโลกที่กำลังเปลี่ยนแปลง การนำธรรมะเข้าสู่โลกออนไลน์จึงมิใช่เพียงการปรับตัว แต่เป็นการนำพาพระพุทธศาสนาเข้าสู่ยุคใหม่ ด้วยจิตวิญญาณที่ทันสมัยแต่ยังคงรากแก่นแห่งสัจธรรมเอาไว้อย่างมั่นคง หากแต่จำเป็นต้องพัฒนาทักษะที่เรียกว่า “ความรู้เท่าทันดิจิทัล” หรือ Digital Literacy ควบคู่กันไป เพื่อให้สามารถดำเนินภารกิจทางศาสนาได้อย่างสอดคล้องกับวิถีชีวิตของสังคมร่วมสมัย ซึ่ง Digital Literacy ในที่นี้ไม่ได้หมายถึงเพียงการใช้เทคโนโลยีเป็นเท่านั้น แต่ครอบคลุมถึงการรู้จักเลือกใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม มีจริยธรรม และมีเป้าหมายในการพัฒนาตนเองและสังคม พระสังฆาธิการที่มีความสามารถด้านนี้จะสามารถเข้าถึงแหล่งเรียนรู้ธรรมะทั้งในและต่างประเทศได้อย่างกว้างขวาง ไม่ว่าจะเป็นการศึกษาพระไตรปิฎกในรูปแบบดิจิทัล การอ่านบทความธรรมะภาษาต่างประเทศ หรือการเข้าร่วมอบรมเสริมสร้างความรู้ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งล้วนเป็นการเสริมพลังทางปัญญาให้กับพระสงฆ์ในฐานะผู้รู้ในยุคใหม่

ในขณะเดียวกัน ความสามารถด้านดิจิทัลยังเอื้อให้พระสังฆาธิการสามารถเผยแผ่ธรรมะผ่านสื่อสมัยใหม่ได้อย่างสร้างสรรค์และมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นการจัดทำคลิปวีดิโอธรรมะ การถ่ายทอดสดกิจกรรมทางพระพุทธศาสนา หรือการใช้โซเชียลมีเดียเพื่อเป็นช่องทางสื่อสารธรรมะกับประชาชน ซึ่งไม่เพียงช่วยให้ธรรมะเข้าถึงกลุ่มคนรุ่นใหม่ แต่ยังเป็นการเชื่อมโยงพุทธศาสนิกชนจากหลากหลายพื้นที่เข้ามาร่วมกันสร้างเครือข่ายแห่งศรัทธาในรูปแบบที่ทันสมัย เมื่อพระสังฆาธิการสามารถใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณและเข้าใจเจตนารมณ์ของการเผยแผ่ธรรมะ ก็ย่อมสามารถทำหน้าที่เป็น “นักพัฒนา” ที่ขับเคลื่อนศาสนาและสังคมไปพร้อมกันได้ โดยไม่ทิ้งรากฐานทางวัฒนธรรมและจริยธรรมดั้งเดิม แต่กลับเสริมพลังเหล่านั้นให้มีชีวิตชีวาและเข้าถึงใจคนในยุคปัจจุบันได้มากยิ่งขึ้น (พระมหาทองเก็บ ญาณพโล และ กิตฑามาศ ศิริไชย, 2566)

ดังนั้น พระสังฆาธิการในยุคดิจิทัลจึงถูกมองในฐานะนักพัฒนาที่มีบทบาทสำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม ด้วยพลังแห่งสติปัญญาและเครื่องมือแห่งยุคสมัย ซึ่งจะทำให้ศาสนาและชุมชนสามารถดำรงอยู่ได้อย่างกลมกลืน มีพลัง และยั่งยืนในอนาคต

ความท้าทายและแนวทางพัฒนาศักยภาพพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล

1. ความท้าทายของพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล

แม้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลจะเปิดพื้นที่แห่งโอกาสใหม่ให้กับพระพุทธศาสนา โดยเฉพาะในด้านการเผยแผ่ธรรมะ การสร้างเครือข่าย และการสื่อสารกับญาติโยมอย่างใกล้ชิดยิ่งขึ้น แต่กระนั้นก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าพระสังฆาธิการยังคงต้องเผชิญกับความท้าทายที่ส่งผลต่อบทบาทของตนในฐานะ “นักพัฒนา” แห่งยุคสมัย ดังนี้

1.1 การขัดแย้งกันระหว่างระเบียบเชิงจารีตกับวิถีของสังคมเทคโนโลยีปัจจุบัน พระสังฆาธิการซึ่งต้องทำหน้าที่ในการกำกับ ดูแล และนำทิศทางคณะสงฆ์ จำเป็นต้องสร้างสมดุลระหว่างการธำรงพระธรรมวินัยกับการเปิดพื้นที่ให้พระภิกษุมีโอกาสเรียนรู้ทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการเผยแผ่ธรรมในโลกยุคใหม่ เช่น การใช้สื่อดิจิทัลอย่างมีจริยธรรม หรือการศึกษาเทคโนโลยีเพื่อใช้ในงานศาสนาโดยไม่ละเลยความ

สำรวมสมฐานะสมณเพศ การผลักดันแนวทางปฏิบัติที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมต่อบริบทของปัจจุบัน จึงเป็นหนึ่งในภารกิจสำคัญของพระสังฆาธิการ

1.2 การใช้สื่ออย่างไม่เหมาะสม หากพระภิกษุขาดวินัยในการใช้เทคโนโลยี อาจเกิดเหตุการณ์ที่บ่อนทำลายภาพลักษณ์ของศาสนาในสายตาสังคม พระสังฆาธิการในฐานะผู้นำจึงต้องรับบทบาทในการสร้างแนวทางการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดระบบกำกับดูแลภายในที่มีทั้งความเข้าใจ เท่าทัน และมีเมตตาธรรม เป็นการเสริมพลังปัญญาแก่พระภิกษุในการใช้งานเทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรมและสอดคล้องกับพระธรรมวินัย

1.3 ช่องว่างทางเจเนอเรชั่นภายในคณะสงฆ์เอง พระสังฆาธิการจึงต้องทำหน้าที่เป็น “สะพานเชื่อม” ระหว่างพระรุ่นใหม่ผู้เชี่ยวชาญเทคโนโลยีกับพระผู้ใหญ่ที่ยึดมั่นในความสำรวมและรูปแบบดั้งเดิม เพื่อให้เกิดความเข้าใจร่วมกัน อันจะนำไปสู่การประสานพลังและการพัฒนาอย่างมีทิศทาง ทั้งนี้ การเสริมพลังทางปัญญาของพระสังฆาธิการไม่เพียงจำกัดอยู่ที่ตัวบุคคล แต่รวมถึงการสร้างระบบคิดใหม่ภายในองค์กรสงฆ์ ที่เปิดรับความเปลี่ยนแปลงโดยไม่สูญเสียรากเหง้าแห่งพระพุทธศาสนา

กล่าวโดยสรุปได้ว่า พระสังฆาธิการในยุคดิจิทัลไม่เพียงต้องมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล แต่ยังต้องกล้าเผชิญกับข้อจำกัดเดิม ๆ อย่างมีสติ และเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ใช้ทั้งพลังแห่งจริยธรรมและพลังแห่งเทคโนโลยีเพื่อยกระดับบทบาทของพระสงฆ์ในสังคมไทยยุคใหม่ ให้เป็นทั้งผู้ให้ธรรมะ และผู้นำด้านการพัฒนาสังคมอย่างมั่นคงและยั่งยืน

2. แนวทางการพัฒนาศักยภาพพระสังฆาธิการในยุคดิจิทัล

พระสังฆาธิการมิอาจทำหน้าที่เชิงบริหารและเผยแผ่ธรรมะแบบเดิมเพียงลำพังได้อีกต่อไป หากแต่จำเป็นต้องยกระดับบทบาทของตนให้เป็นนักพัฒนาที่สามารถวางรากฐานใหม่ให้กับองค์กรคณะสงฆ์ให้สามารถอยู่ร่วมกับเทคโนโลยีสมัยใหม่ได้อย่างสมดุลและยั่งยืน โดยไม่ละเลยหลักพระธรรมวินัย ดังนี้

2.1 การปรับเปลี่ยนเชิงโครงสร้าง กล่าวคือ การทบทวนกฎระเบียบที่ใช้กับพระภิกษุให้มีความยืดหยุ่นมากขึ้น เพื่อเปิดโอกาสให้พระสงฆ์สามารถใช้เทคโนโลยีในการเผยแผ่ธรรมะและบริหารกิจกรรมทางศาสนาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยยังคงรักษาเจตนารมณ์แห่งความสำรวมในสมณเพศเอาไว้ หากกฎระเบียบยังคงยึดโยงกับโลกก่อนดิจิทัลโดยไม่ปรับเปลี่ยน ก็จะกลายเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนา ทั้งของพระสงฆ์รายบุคคลและของคณะสงฆ์โดยรวม พระสังฆาธิการจึงต้องเป็นผู้นำเสนอแนวทางที่สร้างสรรค์ซึ่งสามารถรักษาความศักดิ์สิทธิ์ของสถาบันสงฆ์ไว้ควบคู่กับการเปิดกว้างสู่ยุคใหม่

2.2 การพัฒนาองค์ความรู้และทักษะของพระสงฆ์ โดยเฉพาะในด้านเทคโนโลยีดิจิทัลการอบรมเชิงปฏิบัติและเวิร์กช็อปควรถูกออกแบบอย่างต่อเนื่อง และมีทั้งมิติทางเทคนิค เช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์การผลิตเนื้อหาธรรมะ รวมถึงมิติทางจริยธรรม เช่น การสื่อสารอย่างมีธรรมาภิบาลซึ่งจะช่วยเสริมสร้างทั้ง “ความสามารถ” และ “ความรับผิดชอบ” ในการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างรอบด้าน นอกจากนี้ การจัดระบบพี่เลี้ยงดิจิทัล โดยให้พระรุ่นใหม่ที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ให้กับพระรุ่นพี่ ก็จะช่วยลดช่องว่างระหว่างรุ่นและทำให้การเปลี่ยนผ่านเป็นไปอย่างราบรื่น

2.3 การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ภายในองค์กรคณะสงฆ์ เป็นอีกกลไกหนึ่งที่สามารถขับเคลื่อนพลังปัญญาและเทคโนโลยีให้เดินหน้าอย่างเป็นระบบ การรวบรวมกรณีตัวอย่างของวัดหรือพระสงฆ์ที่ประสความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานเผยแผ่ธรรมะและการบริหารกิจกรรมภายในวัด จะเป็นแรงบันดาลใจให้พระสงฆ์รูปอื่น ๆ กล้าปรับตัวและเดินหน้าตาม การเปิดพื้นที่ให้มีการเสวนา ถกเถียง แลกเปลี่ยนมุมมองเกี่ยวกับปัญหาและโอกาสที่เทคโนโลยีนำมาให้ จะช่วยให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันในระดับเครือข่ายสงฆ์ทั่วประเทศ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า หากพระสังฆาธิการสามารถวางบทบาทของตนใหม่ให้เป็นทั้งผู้บริหารเชิงกลยุทธ์และนักพัฒนาเชิงปฏิบัติได้อย่างมีสติปัญญา คณะสงฆ์ไทยก็จะสามารถเดินหน้าเข้าสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างมีคุณภาพ ทั้งยังสามารถรักษาคุณค่าของพระพุทธศาสนาไว้ได้อย่างมั่นคงในโลกที่เปลี่ยนไป

สรุป

เมื่อโลกหมุนเข้าสู่ยุคแห่งการสื่อสารไร้พรมแดน เทคโนโลยีดิจิทัลได้กลายเป็นพื้นที่ใหม่สำหรับการดำรงอยู่ของพระพุทธศาสนา พระสังฆาธิการในฐานะผู้นำสงฆ์จึงมิอาจจำกัดบทบาทไว้เพียงในโลกออฟไลน์อีกต่อไป หากแต่ต้องก้าวสู่พื้นที่ออนไลน์อย่างมีวิจารณญาณ พร้อมทั้งทำหน้าที่เป็นผู้นำจิตวิญญาณที่สามารถเชื่อมโยงหลักธรรมกับเทคโนโลยีได้อย่างสมดุลและสร้างสรรค์ บทบาทใหม่ของพระสังฆาธิการในบริบทนี้จึงมิได้หยุดอยู่ที่การเผยแผ่ธรรมะแบบเทศนาหน้าธรรมาสน์เท่านั้น แต่ขยายไปสู่การเป็นผู้บริหารกิจกรรมสงฆ์ในแพลตฟอร์มดิจิทัล การจัดการระบบวัด การสร้างชุมชนผู้ปฏิบัติธรรมออนไลน์ ไปจนถึงการพัฒนาสื่อธรรมะที่เข้าถึงใจคนรุ่นใหม่ ความหลากหลายของบทบาทนี้สะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการพัฒนาศักยภาพด้านความรู้ เทคโนโลยี และจิตภาวนาอย่างรอบด้าน การจะดำรงตนเป็นพระสังฆาธิการที่มีบทบาทเชิงพัฒนาในยุคดิจิทัลได้อย่างแท้จริงนั้น ต้องอาศัยพลังทางปัญญาเป็นรากฐานสำคัญ ทั้งในแง่ของการเรียนรู้โลกสมัยใหม่ด้วยทัศนะที่ไม่ยึดติด และการใช้เทคโนโลยีอย่างรู้เท่าทันเพื่อประโยชน์ในการเผยแผ่ธรรมะแก่สังคม ด้วยเหตุนี้ การสนับสนุนให้พระสังฆาธิการเข้าถึงการฝึกอบรมเทคโนโลยี การเรียนรู้เครื่องมือสื่อสารสมัยใหม่ ตลอดจนการพัฒนาทักษะด้าภาษาต่างประเทศจึงถือเป็นแนวทางการเสริมพลังให้พระสามารถเข้าถึงคนหลากหลายกลุ่มและขยายขอบเขตการสื่อสารได้ในระดับสากล พร้อมกันนี้ พระสังฆาธิการจำเป็นต้องยึดมั่นในหลักสมณสารูปและพระธรรมวินัย อันเป็นรากฐานของการดำรงตนในเพศบรรพชิต เพื่อให้การใช้เทคโนโลยีมิได้กลายเป็นเครื่องมือในการไขว้เขวออกจากเป้าหมายแห่งการเผยแผ่ธรรม แต่เป็นสะพานที่เชื่อมโยงธรรมะให้เข้าถึงผู้คนได้ลึกซึ้งและกว้างขวางยิ่งขึ้น หากสามารถรักษาความสมดุลระหว่างโลกเทคโนโลยีกับโลกแห่งจิตวิญญาณได้ ก็จะทำให้พระพุทธศาสนายังคงส่องแสงนำทางแก่สังคมได้อย่างมีพลัง ในท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของโลกยุคดิจิทัล พระสังฆาธิการจึงควรได้รับการสนับสนุนให้เติบโตเป็นผู้นำทางปัญญาที่กล้าปรับตัว รู้จักใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม และสามารถออกแบบแนวทางการเผยแผ่ธรรมะที่ตอบสนองต่อบริบทสังคมร่วมสมัยได้อย่างมีประสิทธิผล ทั้งหมดนี้คือหัวใจของการพัฒนาเชิงรุก ที่จะทำให้คณะสงฆ์ไทยก้าวข้ามจากการเป็นผู้สืบทอดศาสนา สู่การเป็นผู้นำทางจิตวิญญาณในโลกสมัยใหม่อย่างมั่นคงและยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร. (2552). แผนแม่บทเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร (ฉบับที่ 2) ของประเทศไทย พ.ศ.2552-2556. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานปลัดกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร.

ปิยตา นวลละออง และ วิทยาธร ท่อแก้ว. (2565). การสื่อสารในการสร้างวัฒนธรรมองค์กรด้านธรรมาภิบาล ของเทศบาลเมืองทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 8(4), 62-74.

พระครูปริยัติสโมธาน (สิงขร ปริยตฺติเมธี). (2567). แนวทางการศึกษาบทบาทพระสังฆาธิการต่อการสื่อสารภาษาอังกฤษในยุคดิจิทัล. วารสาร มจร สุรนารีสาร, 2(1), 62-74.

พระชลญาณมุนี (สมโภช ธมฺมโภชฺโช). (2565). การปรับตัวของพระสงฆ์รุ่นใหม่ในยุคของสังคมออนไลน์. วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง, 11(1), 195-213.

พระธรรมโกศาจารย์ (ประยูร ธมฺมจิตฺโต). (2548). การเผยแผ่เชิงรุก. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

พระใบฎีกากวีวัธน์ วิรัติธีรดนย์. (2562). เงื่อนไขและข้อจำกัดในการปรับตัวของพระสงฆ์ในยุคไทยแลนด์ 4.0. วารสาร สจล. ชุมพรเขตรอุดมศักดิ์, 1(1), 40-46.

พระใบฎีกาไพจิตร รตนญาโณ. (2563). การประยุกต์ใช้หลักปรัชญาหลังนวยุค. วารสารมหาจุฬาตานีปริทรรศน์, 2(3), 1-8.

พระมหาทองเก็บ ญาณพโล และ กิตฑามาศ ศิริไชย. (2566). ทักษะที่พึงประสงค์สำหรับพระธรรมทูตผู้เผยแผ่พระพุทธศาสนาในต่างประเทศเพื่อการพัฒนากำลังคนในยุคพลเมืองดิจิทัล. วารสาร มจร พุทธศาสตร์ปริทรรศน์, 7(3), 88-102.

พระมหาบุญศรี ญาณวุฑฺโฒ และคณะ. (2564). บทบาทของพระสงฆ์ในการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางจิตใจแก่คนไทยในยุคการเปลี่ยนแปลงฉับพลัน. ใน รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

พระมหาอภิชาติ ชยเมธี. (2566). การพัฒนาภาวะผู้นำของพระสังฆาธิการในยุคปัจจุบัน. วารสารบวรสหการศึกษาและมนุษยสังคมศาสตร์, 4(1), 108-120.

บทความวิจัย

แนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร*

MANAGEMENT GUIDELINES FOR MOBILIZING RESOURCES FOR SMALL EDUCATIONAL INSTITUTIONS UNDER SAKON NAKHON PRIMARY EDUCATION SERVICE AREA OFFICE

จักรพงษ์ จักรสิทธิ์*, สุนิสา วงศ์อารีย์, สุชาดา บุบผา
Jagkraphong Jagsit*, Sunisa Wongari, Suchada Bubpha
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี อุดรธานี ประเทศไทย
Faculty of Education, Udonthani Rajabhat University, Udonthani, Thailand
*Corresponding author E-mail: nuiy2102@gmail.com
*Tel: 091-361-5041

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง แนวทางบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เพื่อการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพและยั่งยืน การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพโดยเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบเจาะจงจำนวน 9 คน ประกอบด้วยผู้บริหารการศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในสถานศึกษาขนาดเล็กเป็นผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือที่ใช้คือแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา จากนั้นจึงนำร่างแนวทางมาตรวจสอบความเหมาะสมผ่านแบบยืนยันข้อมูล ผลการศึกษาพบว่า แนวทางการบริหารจัดการระดมทรัพยากรประกอบด้วย 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี มุ่งสร้างเครือข่ายร่วมกับภาคเอกชนและชุมชนเพื่อสนับสนุนไอที รวมถึงการใช้ทรัพยากรร่วมกันในกลุ่มเครือข่ายพัฒนาคุณภาพการศึกษา จัดกิจกรรมระดมทุน เช่น ผ้าป่าการศึกษาติดต่อภาคเอกชนและองค์กรอื่นๆ 2) ด้านทรัพยากรบุคคล เน้นการระดมจิตอาสา ปราชญ์ชาวบ้าน จัดสรรหรือหมุนเวียนครูที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนนักการภารโรงและธุรการ และสร้างความสัมพันธ์ที่เข้มแข็งกับคณะกรรมการสถานศึกษาเพื่อสนับสนุนการเรียนรู้และงานบริหาร 3) ด้านเงินทุนหรืองบประมาณ เน้นจัดกิจกรรมระดมทุนอย่างเป็นระบบ สร้างความโปร่งใสในการจัดการเงินบริจาค และแสวงหางบสมทบจากองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จากการประเมินและยืนยันโดยผู้เชี่ยวชาญ พบว่าแนวทางทั้ง 3 ด้านได้รับผลการยืนยันว่ามีความเหมาะสม ความเป็นไปได้ และสามารถนำไปปรับใช้ในการปฏิบัติงานจริงได้ทุกแนวทาง ซึ่งจะเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนสถานศึกษาขนาดเล็กให้ก้าวข้ามข้อจำกัดด้านทรัพยากรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: แนวทาง, การบริหารจัดการ, การระดมทรัพยากร, สถานศึกษาขนาดเล็ก

ABSTRACT

The research entitled Guidelines for Resource Mobilization Management of Small-Sized Schools under the Sakon Nakhon Primary Educational Service Area Office. The objective of this research was to study and establish guidelines for resource mobilization management of small-

* Received 14 April 2026; Revised 28 April 2026; Accepted 29 April 2026

sized schools under the Sakon Nakhon Primary Educational Service Area Office to ensure quality and sustainable educational management. This study employed a qualitative research approach, with nine key informants purposively selected, consisting of educational administrators, school directors, and expert teachers from small-sized schools. The research instruments included semi-structured interviews, and data were analyzed using content analysis. Subsequently, the draft guidelines were verified for appropriateness through a confirmation form, with quantitative data analyzed using frequency and percentage. The findings revealed that the resource mobilization management guidelines comprise three key areas. 1) Material and Technology Resources Focusing on establishing collaboration networks with the private sector and the community to support information technology (IT), sharing resources within educational quality development networks, and organizing fundraising activities, such as educational 'Pha-Pa' (forest robe offerings), while coordinating with private organizations and other agencies. 2) Human Resources Emphasizing the mobilization of volunteers and local wisdom experts, strategically rotating or allocating existing teaching staff to address the shortage of janitors and administrative officers, and strengthening relationships with school boards to encourage participation in learning activities and administrative support. 3) Financial Resources and Budgeting Prioritizing systematic fundraising activities, ensuring transparency in donation management, and seeking supplementary budget support from local administrative organizations. The evaluation and verification by experts confirmed that all three areas of the guidelines are appropriate, feasible, and practical for implementation. These guidelines serve as a vital mechanism for driving small-sized schools to effectively overcome resource limitations.

Keywords: Guidelines, Management, Resource Mobilization, Small Educational Institution

บทนำ

การศึกษาเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตมนุษย์ เป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศและสร้างความสามารถในการแข่งขันทั่วโลก โดยเฉพาะองค์การสหประชาชาติได้กำหนดให้การศึกษาเป็นการศึกษาเพื่อมวลชนหรือการศึกษาเพื่อคนทุกคน (Education for All) และได้ดำเนินโครงการเพื่อสนับสนุนพัฒนาการศึกษาและคุณภาพชีวิตมนุษย์ รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 (ราชกิจจานุเบกษา, 2560) ได้กล่าวถึงหน้าที่ของรัฐในการจัดศึกษาตามมาตรา 54 ไว้ว่า รัฐต้องดำเนินงานให้เด็กทุกคนได้รับ การศึกษาเป็นเวลาสิบสองปี ตั้งแต่ก่อนวัยเรียน จนจบการศึกษาภาคบังคับอย่างมีคุณภาพโดยไม่เก็บ ค่าใช้จ่าย รวมทั้งส่งเสริมให้มีการเรียนรู้ตลอดชีวิต และจัดให้มีการร่วมมือกันระหว่างรัฐ องค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น ภาคเอกชนในการจัดการศึกษาทุกระดับ โดยรัฐมีหน้าที่ดำเนินงาน ส่งเสริม และสนับสนุนให้การจัดการศึกษาดังกล่าวมีคุณภาพได้มาตรฐานสากล นอกจากนี้ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 ที่ออกตามความในรัฐธรรมนูญ พุทธศักราช 2560 ได้กำหนดให้ผู้ปกครอง/ชุมชนมีส่วนร่วมในการสนับสนุนพัฒนาหลักสูตรและจัดกิจกรรมการเรียนรู้ ของผู้เรียนสนับสนุนการดำเนินงานของสถานศึกษาในรูปแบบต่างๆ ร่วมกับครูและเครือข่ายในการพัฒนาทักษะความรู้ความสามารถของบุตรหลานให้เต็มตามศักยภาพตลอดจนติดตามดูแลป้องกัน ช่วยเหลือและแก้ปัญหาเรื่องต่างๆ ทางการศึกษาของโรงเรียน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562ก) สอดคล้องกับพระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 และแก้ไขเพิ่มเติม 2563 มาตรา 38 กำหนดให้มีคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน เพื่อทำหน้าที่กำกับและส่งเสริมสนับสนุนกิจกรรมของ

สถานศึกษา และมาตรา 39 ให้ผู้อำนวยการสถานศึกษามีอำนาจหน้าที่ประสานการระดมทรัพยากรและที่สำคัญคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สามารถช่วยระดมทรัพยากรต่าง ๆ ทั้งภายในและภายนอกท้องถิ่นเข้ามาช่วยในการพัฒนาปรับปรุงสถานศึกษาได้เป็นอย่างดีรวมทั้งสามารถที่จะช่วยเสริมสร้างการพัฒนาของนักเรียนหลายๆ ด้าน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2562)

การระดมทรัพยากรเพื่อการบริหารจัดการศึกษา เป็นนโยบายพื้นฐานทางด้านการศึกษาตามบทบัญญัติแห่งกฎหมาย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562ก) ตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 พุทธศักราช 2562 โดยเป็นกฎหมายแม่บทเพื่อเป็นฐานหลักในนโยบายแห่งรัฐด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรมและการกีฬาของประเทศและเป็นฐานหลักในการปฏิรูปการศึกษาของประเทศการนำบทบัญญัติแห่งพระราชบัญญัตินี้ไปสู่การปฏิบัติอย่างได้ผลต่อการศึกษาจึงเป็นสิ่งสำคัญในการบริหารงานทางการศึกษา กล่าวคือ การบริหารการศึกษาจะสำเร็จตามเป้าหมายต้องอาศัยบุคลากรที่มีคุณภาพและปริมาณเพียงพอ ต้องได้รับงบประมาณสนับสนุน การดำเนินงานมากพอต้องมีวัสดุสิ่งของตามความต้องการของโครงการและแผนงาน และจะต้องมีระบบบริหารจัดการที่ดีมีประสิทธิภาพ

จากแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2566 - 2570 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 ได้กล่าวถึงการขาดแคลน ทรัพยากรไว้ดังนี้ 1) จำนวนโรงเรียนขนาดเล็ก ส่วนใหญ่ขาดแคลนทรัพยากรที่จะสนับสนุนการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ 2) การนำหลักสูตรสถานศึกษาไปใช้ของโรงเรียนบางส่วนยังขาดประสิทธิภาพ 3) จำนวนผู้เรียนลดลงอย่างต่อเนื่อง 4) คุณภาพของผู้เรียนยังไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่หลักสูตรกำหนด 5) ผู้เรียนบางส่วนยังเข้าไม่ถึงโอกาสทางการศึกษาอย่างมีคุณภาพ 6) ระบบการติดตาม ขาดการต่อเนื่องและยังไม่นำผลมาใช้ประกอบการวางแผนขับเคลื่อนงานและจากแผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2566 - 2570 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 2 ได้กล่าวถึงการขาดแคลน ทรัพยากรไว้ดังนี้ 1) ขาดแคลนตำแหน่ง นักการภารโรงโดยเฉพาะโรงเรียนขนาดเล็ก 2) งบประมาณสำหรับการบริหารจัดการในด้านความปลอดภัยภายในสถานศึกษาไม่เพียงพอ 3) สภาพอาคาร ประกอบด้วย โต๊ะเก้าอี้ เครื่องเล่นสนาม ภายในโรงเรียนบางแห่งยังชำรุดทรุดโทรม 4) สถานศึกษาบางแห่งมีสภาพแวดล้อมที่ยังไม่ผ่านเกณฑ์มาตรฐานในด้านปลอดภัย 5) บุคลากรและนักเรียนยังขาดความรู้เกี่ยวกับความปลอดภัยทางไซเบอร์ (Cyber Security) และการรู้เท่าทันสื่อ (Medias Literacy) ดังนั้นการระดมทรัพยากรเพื่อการศึกษา เป็นการดำเนินงานให้ได้มาซึ่งทรัพยากรทั้งที่เป็นตัวเงิน และไม่ใช่ตัวเงิน อันได้แก่บุคคล และสิ่งของ เช่น ภูมิปัญญา องค์ความรู้วิชาการ แรงงาน การบริหารจัดการ วัสดุครุภัณฑ์สิ่งก่อสร้าง ฯลฯ ที่สนับสนุนการจัดการศึกษาให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่เกิดกับผู้เรียนอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลทั้งระดับนโยบาย และระดับสถานศึกษา ซึ่งสถานศึกษาขาดเล็กมีข้อจำกัดและอุปสรรคในการระดมทรัพยากร จึงนำมาสู่ความจำเป็นที่ต้องวิจัยเพื่อสร้างแนวทางใหม่ในครั้งนี้

จากสภาพและปัญหาในการจัดการศึกษาตาม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562ข) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 พุทธศักราช 2562 โรงเรียนขนาดเล็ก ขนาดกลาง ขนาดใหญ่ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร แสดงให้เห็นว่าปัญหาในการระดมทรัพยากรเพื่อการจัดการศึกษานั้น เป็นปัญหาที่สำคัญและควรที่ได้รับการศึกษาหาแนวทางเพื่อแก้ไขอย่างเร่งด่วน หากไม่ได้รับการแก้ไขอาจเป็นผลกระทบต่อการจัดการศึกษาเป็นอย่างยิ่ง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรเพื่อจัดการศึกษาตาม (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562ข) พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 พุทธศักราช 2562 โรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เป็นอย่างไร ตามความคิดเห็นของผู้บริหารและครูผู้ปฏิบัติการสอนและในโรงเรียนที่มีขนาดเล็กเพื่อเป็นข้อมูลสนเทศสำหรับผู้บริหารโรงเรียนและผู้ที่มี

บทบาท หน้าที่เกี่ยวข้องในการระดมทรัพยากร มาเพื่อใช้และเพื่อปรับปรุงพัฒนาในการจัดการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร

วิธีดำเนินการวิจัย

แผนการวิจัย ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจาก การศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นในการบริหารจัดการสำหรับระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร ที่เรียบร้อยแล้วนำข้อค้นพบที่ได้จากการศึกษา โดยนำผลการศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์ และความต้องการจำเป็นมากำหนดเป็นข้อคำถามในการสัมภาษณ์โดยใช้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) (รัตนะ บัวสนธ์, 2556)

กลุ่มผู้เชี่ยวชาญกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 9 คน มาจากการที่ผู้วิจัยกำหนดคุณลักษณะแบบเจาะจง (Purposive Selection) (บุญชม ศรีสะอาด, 2556) เพื่อให้เกิดความหลากหลายตามบริบทในการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร โดยผู้วิจัยกำหนดคุณสมบัติของผู้เชี่ยวชาญ ดังนี้

1. กลุ่มผู้บริหารการศึกษา จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้

1.1 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการบริหารหน่วยงานทางการศึกษาไม่น้อยกว่า 10 ปี

1.2 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก

1.3 มีความยินดีเข้าร่วมการวิจัยขณะดำเนินการวิจัย

2 กลุ่มผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้

2.1 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการบริหารสถานศึกษาไม่น้อยกว่า 10 ปี และมีวิทยฐานะชำนาญการพิเศษขึ้นไป

2.2 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก

2.3 มีความยินดีเข้าร่วมการวิจัยขณะดำเนินการวิจัย

3 กลุ่มครูผู้สอน จำนวน 3 คน ซึ่งมีคุณสมบัติ ดังนี้

3.1 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญในการสอนไม่น้อยกว่า 10 ปีและมีวิทยฐานะชำนาญการขึ้นไป

3.2 เป็นผู้มีประสบการณ์ มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ ในการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก

3.3 มีความยินดีเข้าร่วมการวิจัยขณะดำเนินการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นคำถามในการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) (รัตนะ บัวสนธ์, 2556) ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากผลการศึกษาแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร ในระยะที่ 1 มาใช้ในการสัมภาษณ์

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ตามกรอบแนวคิดทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ทรัพยากรเงินทุนหรืองบประมาณ 2) ทรัพยากรวัสดุอุปกรณ์ 3) ทรัพยากรบุคคล (Williams, A., 1998) เพื่อหาแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร

2. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) (รัตนะ บัวสนธ์, 2556) ดังนี้

2.1 ผู้วิจัยติดต่อนัดหมายวันเวลาประเด็นที่จะสัมภาษณ์ล่วงหน้าทางโทรศัพท์

2.2 เมื่อได้เวลานัดหมายผู้วิจัยแนะนำตนเอง

2.3 ทักทายพูดคุยเรื่องอื่นเป็นการอุ่นเครื่องและสร้างบรรยากาศความเป็นกันเอง เพื่อผ่อนคลายความเกร็งหรือความวิตกกังวล

2.4 ผู้วิจัยแจ้งวัตถุประสงค์การสัมภาษณ์ และเวลาที่ใช้โดยประมาณ

2.5 ขออนุญาตบันทึกการสัมภาษณ์

2.6 เริ่มต้นการสัมภาษณ์

2.7 ขอบคุณผู้ให้การสัมภาษณ์ เกี่ยวกับการเสียสละเวลา

2.8 ในกรณีจำเป็นที่อาจต้องทำการติดต่อขอสัมภาษณ์เพิ่มเติม ผู้วิจัยได้กล่าวเป็นทางเลือกเพื่อขออนุญาตให้สัมภาษณ์ไว้ล่วงหน้า

2.9 จัดเก็บสิ่งของเอกสารบันทึกประกอบการสัมภาษณ์ ประเด็นการสัมภาษณ์ เครื่องบันทึกเสียงไว้ด้วยกัน

2.10 จากนั้นจึงนำมาถอดความจากเครื่องบันทึกเสียงชนิดคำต่อคำเพื่อดำเนิน การวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ข้อมูลเชิงคุณภาพที่ได้ นำไปจำแนกจัดข้อมูลให้เป็นหมวดหมู่ตามประเด็นและตีความตามกรอบแนวคิด เอกสารที่เกี่ยวข้อง วิธีการศึกษา ขอบเขตการวิจัย วัตถุประสงค์และข้อค้นพบที่สำคัญเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร แล้วนำเสนอผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อประเมินแนวทางต่อไป และส่งแนวทางที่ได้วิเคราะห์ สังเคราะห์ กลับคืนให้ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ ทั้ง 9 ท่าน เพื่อยืนยันผลแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร

การยืนยันข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการ ดังนี้

1. ผู้วิจัยแจ้งผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการตรวจสอบคุณภาพข้อมูล และแก้ไขเพิ่มเติมข้อมูลการสัมภาษณ์ต่อผู้ให้ข้อมูลการสัมภาษณ์ ด้วยวิธีการทางโทรคมนาคม วิธีการทางเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อการสื่อสาร และวิธีการทางเทคโนโลยีดิจิทัล

2. ผู้วิจัยจัดส่งเอกสารให้แก่ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 9 คน พิจารณายืนยันเพื่อรับรองแนวทาง

3. ผู้วิจัยกำหนดเกณฑ์การประเมินการยืนยันของผู้ให้ข้อมูลดังนี้ 1) กรณีเห็นด้วยจำนวนมากกว่าหรือเท่ากับร้อยละ 80.00 ให้ถือว่าแนวทางสามารถนำไปใช้ได้ และ 2) กรณีเห็นด้วยจำนวนน้อยกว่าร้อยละ 80.00 ให้กลับไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลใหม่

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยแนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

1. ด้านทรัพยากรวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี

1.1 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันสำรวจความต้องการวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยีที่จำเป็นของโรงเรียนอย่างรอบด้าน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ วางแผนการใช้งบประมาณที่มีอยู่ให้สอดคล้องกับความต้องการ กำหนดเป้าหมายการระดมทุนที่ชัดเจน

1.2 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันแสวงหาแหล่งทรัพยากร สื่อสารและขอความร่วมมือจากภาครัฐ เอกชน และชุมชน มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน สร้างเครือข่ายกับโรงเรียนขนาดใหญ่เพื่อรับบริจาคอุปกรณ์ที่ไม่ได้ใช้แล้ว จัดกิจกรรมระดมทุน เช่น ผ้าป่าการศึกษาติดต่อภาคเอกชนและองค์กรอื่นๆ เพื่อขอรับการสนับสนุนทรัพยากรในรูปแบบต่างๆ เช่น งบประมาณ วัสดุอุปกรณ์ หรือความร่วมมือในการประชาสัมพันธ์ ขอรับการสนับสนุนจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา เช่น งบประมาณซ่อมแซมอุปกรณ์ หรือสนับสนุนอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงรับบริจาคจากศิษย์เก่า ธนาคาร และแหล่งอื่นๆ

1.3 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ จัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละห้องเรียน มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ จัดหาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีที่จำเป็นผลิตสื่อการสอนเองเพื่อลดค่าใช้จ่ายใช้ DLTV เป็นเทคโนโลยีพื้นฐานยืมสื่อจากโรงเรียนอื่นในศูนย์เครือข่ายเดียวกัน

1.4 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันประเมินความคุ้มค่า ร่วมกันสร้างความร่วมมือและพัฒนาอย่างยั่งยืน ขอรับการสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายภายนอก มีส่วนร่วมในการประเมินผล หาแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืนของโรงเรียน

2. ด้านทรัพยากรบุคคล

2.1 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาบุคลากรไม่เพียงพอ โรงเรียนควรพัฒนาบุคลากรที่มีอยู่ให้มีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการหาบุคลากรเพิ่มจากภายนอก ควรพิจารณาใช้ครูร่วมกันระหว่างโรงเรียน หรือจ้างครูอัตราจ้างจากเงินบริจาค และขอความร่วมมือจากปราชญ์ชาวบ้านเพื่อเสริมการเรียนรู้

2.2 การเชิญวิทยากรผู้รู้เฉพาะด้าน ใช้สื่อเทคโนโลยี เช่น DLTV และ YouTube เชิญวิทยากรภายนอก รวมถึงเชิญผู้มีประสบการณ์มาเสริมทักษะที่จำเป็น จัดศึกษาดูงาน เชิญศึกษานิเทศก์มาบรรยายแก่ครูและผู้บริหารโรงเรียนขนาดเล็กเป็นประจำ การขอความร่วมมือจากศิษย์เก่าและผู้นำชุมชนเป็นสิ่งสำคัญมีส่วนร่วมในการดำเนินการ ในการพัฒนาโรงเรียน โดยการสร้างเครือข่ายศิษย์เก่า นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับคณะกรรมการสถานศึกษา และเชิญผู้นำชุมชนมาเป็นที่ปรึกษาในการวางแผนกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อให้เกิดการจัดการเรียนรู้ที่สอดคล้องกับความต้องการของชุมชน

2.3 การบริหารจัดการบุคลากรที่มีอยู่ จัดสรรครูให้ครบทุกระดับชั้นและตรงตามเอกวิชา จัดสรรหรือหมุนเวียนครูที่มีอยู่เพื่อแก้ไขปัญหาขาดแคลนนักการภารโรงและธุรการ สร้างแรงจูงใจและพัฒนาศักยภาพบุคลากรให้มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์อย่างต่อเนื่อง

2.4 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันประเมินการบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างมีประสิทธิภาพเริ่มต้นด้วยการมีโครงสร้างบริหารที่ชัดเจนและกระจายงานอย่างทั่วถึง การใช้ระบบ HRMS ช่วยในการจัดการข้อมูลบุคลากร การกำหนดเป้าหมายการระดมทรัพยากรบุคคล การสร้างเครือข่ายและการประสานงานกับบุคคลหรือกลุ่มเป้าหมายที่เกี่ยวข้องให้มีส่วนร่วมในการประเมินผล รวมถึงการประชุมเพื่อกำหนดบทบาทหน้าที่ และการติดตามประเมินผลอย่างสม่ำเสมอ

3. ด้านทรัพยากรเงินทุนหรืองบประมาณ

3.1 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันวิเคราะห์ความจำเป็นและวางแผนการระดมทุน วิเคราะห์ความจำเป็นด้านงบประมาณของโรงเรียนอย่างละเอียด สื่อสารความต้องการและจูงใจภาคีเครือข่ายทั้งภาครัฐและเอกชนให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ร่วมพัฒนาจัดสรรงบประมาณที่มีอยู่อย่างเหมาะสมและตัดทอนรายจ่ายที่ไม่จำเป็น

3.2 ทุกภาคส่วนร่วมกันการแสวงหาแหล่งเงินทุน ทำผ้าป่าการศึกษา โดยอาศัยความร่วมมือจากบ้าน วัด โรงเรียน (บวร) และชุมชน ดึงศิษย์เก่าให้มีส่วนร่วมในการดำเนินงาน สนับสนุนโรงเรียน ขอการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัด เช่น ประธานศูนย์เครือข่าย และสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สพฐ.) รวมกลุ่มโรงเรียนขนาดเล็กเพื่อประสานความร่วมมือและระดมทุนจากชุมชนในรูปแบบต่างๆ เช่น ผ้าป่าสามัคคี

3.3 การสร้างความร่วมมือและพัฒนาอย่างยั่งยืนสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงความต้องการพัฒนาเพื่อให้ได้รับการสนับสนุนจากภายนอกให้มีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ แสดงความจำเป็นและความต้องการที่ชัดเจน พร้อมทั้งเป้าหมาย เพื่อให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียเห็นความสำคัญและร่วมมือในการระดมทรัพยากรให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้

3.4 ผู้บริหาร ครู และชุมชนร่วมกันประเมินการบริหารจัดการงบประมาณอย่างโปร่งใสและตรวจสอบได้เป็นสิ่งสำคัญ โรงเรียนต้องจัดทำรายงานเงินคงเหลือและรายงานการใช้จ่ายทุกเดือน ส่งให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา โดยเงินทุกประเภทต้องเข้าระบบการเงินและใช้จ่ายตามระเบียบ นอกจากนี้ ควรตั้งคณะกรรมการให้มีส่วนร่วมในการประเมินผล การดูแลเงินจากการระดมทุนและรายงานผลต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอย่างชัดเจน

อภิปรายผล

แนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร พบว่า สถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร ควรสำรวจความต้องการ ด้านวัสดุอุปกรณ์ เทคโนโลยี และบุคลากรอย่างรอบด้าน มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ วางแผนการใช้งบประมาณที่มีอยู่ และกำหนด เป้าหมายการระดมทุน ที่ชัดเจน ร่วมกันแสวงหาแหล่งทรัพยากร จากภาครัฐ เอกชน และชุมชน ผ่านการจัดกิจกรรมระดมทรัพยากร การขอรับบริจาคจากศิษย์เก่าและภาคเอกชน รวมถึงการสนับสนุนจากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มีการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่ อย่างมีประสิทธิภาพ จัดสรรงบประมาณตามความจำเป็น จัดหาเทคโนโลยี ลดค่าใช้จ่ายด้วยการผลิตสื่อเอง ใช้ DLTV และขอความอนุเคราะห์สื่อจากศูนย์เครือข่าย พัฒนาบุคลากร ที่มีอยู่ และสรรหาบุคลากรเพิ่ม พิจารณาการใช้ครูร่วมกันระหว่างโรงเรียน จ้างครูอัตราจ้างจากเงินบริจาค ขอความร่วมมือจากปราชญ์ชาวบ้าน และเชิญวิทยากรผู้รู้มาเสริมทักษะ สร้างเครือข่ายศิษย์เก่า คณะกรรมการสถานศึกษา และผู้นำชุมชน เพื่อขอคำปรึกษาและสนับสนุนในการวางแผนกิจกรรมการเรียนรู้ และสร้างความเข้าใจร่วมกันถึงความต้องการพัฒนาของโรงเรียน ประเมินความคุ้มค่า และการบริหารจัดการทรัพยากร งบประมาณ และบุคลากรอย่างโปร่งใส ตรวจสอบได้ และหาแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืนของสถานศึกษา สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนขนาดเล็กมีโครงสร้างปัญหาที่เหมือนกับ งานวิจัยของ (เบญจาภา เบญจธรรมธร, 2562) ได้ ศึกษาการบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 พบว่า ด้านการบริหารทรัพยากร งบประมาณควรมีการกำหนดแนวทางในการใช้งบประมาณ โดยยึดระเบียบกฎหมายควบคู่กับระบบ การบริหารการเงิน การบัญชีและมีการตรวจสอบติดตามการใช้งบประมาณอย่างเป็นระบบ สอดคล้อง บริบทของโรงเรียนขนาดเล็กมีโครงสร้างปัญหาที่เหมือนกับ งานวิจัยของ (ณรงค์ฤทธิ์ ประทุมชัย, 2565) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนาการระดมทรัพยากรเพื่อการบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษาสารคามเขต 3 บุคลากรทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคามเขต 3 ควรสำรวจความเร่งด่วนของโครงการหรือกิจกรรมที่จำเป็นต้องใช้เงินหรืองบประมาณแหล่งรายได้อื่นและที่มาขอเงินอย่างชัดเจนเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการใช้เงินให้ตรงกับวัตถุประสงค์และสอดคล้องกับนโยบายเป้าหมายภารกิจของสถานศึกษา ควรดำเนินจัดหาเงินหรืองบประมาณโดยการเสนอขอเงินงบประมาณการขอรับสนับสนุนจากการบริจาคจัดผ้าป่าเพื่อการศึกษาจำหน่ายของที่ระลึกจัดกีฬาการกุศลเพื่อช่วยพัฒนาสถานศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับการระดมทรัพยากรในงานวิจัยของ (ทิพมณฑา ทนุการ, 2558) ได้ศึกษาการจัดการเชิงกลยุทธ์ในการระดมทรัพยากรทางการศึกษาของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9 พบว่า ทรัพยากรด้านเงินทุนสถานศึกษาควรดำเนินการสำรวจความขาดแคลนและความด้อยโอกาสของนักเรียนเพื่อนำข้อมูลเสนอต่อผู้บริจาคที่มีวัตถุประสงค์ให้จัดตั้งกองทุนเขียนโครงการสนับสนุนและแต่งตั้งคณะกรรมการบริหารจัดการเงินกองทุนรวมประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับการจัดตั้งกองทุนเพื่อการศึกษาจากเงินที่ผู้บริจาคมีวัตถุประสงค์ให้จัดตั้ง และสอดคล้องกับทรัพยากรในงานวิจัยของ (Ekere, S. C. & Oduntan, A. B., 2018) ได้ศึกษาการระดมทรัพยากรของหัวหน้าครูและสาธารณะการบรรลุเป้าหมายระดับ ประถมศึกษาใน Oduntani พื้นที่การปกครองท้องถิ่นของ รัฐครอสริเวอร์ไนจีเรีย พบว่า การระดมทุน ด้านการเงิน ทางกายภาพ และทรัพยากรมนุษย์เกี่ยวข้องกับเป้าหมายของโรงเรียน การศึกษาวิจัยในครั้งนี้มีจุดเด่นในการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็ก ซึ่งได้เรียงลำดับความสำคัญและความต้องการของทรัพยากรที่ขาดแคลนของสถานศึกษาขนาดเล็กในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป แนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรสถานศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร ทั้ง 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านทรัพยากรวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี 2) ด้านทรัพยากรบุคคลและ 3) ด้านทรัพยากรด้านทรัพยากรเงินทุนหรืองบประมาณ ได้รับการยืนยันว่าใช้ได้ทุกแนวทางข้อเสนอแนะ ซึ่งพบว่ามีแนวทางดังกล่าว ทั้งหมด 3 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี 2) ด้านบุคคลและ 3) ด้านเงินทุนหรืองบประมาณ ซึ่งผู้บริหารสถานศึกษาสามารถนำแนวทางดังกล่าวไปปรับใช้ในการบริหารสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องให้ความสำคัญกับการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากร ด้านวัสดุอุปกรณ์และเทคโนโลยี โดยการสร้างความร่วมมือและพัฒนาอย่างยั่งยืน ขอรับการสนับสนุนและส่งเสริมความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่ายภายนอก หาแนวทางการพัฒนาอย่างต่อเนื่องเพื่อความยั่งยืนของโรงเรียน ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป จากการศึกษาวิจัยที่ได้ทำการวิจัย เห็นควรให้เจาะจงในการบริหารจัดการงานวิชาในสถานศึกษา จึงเสนอให้ศึกษาวิจัย เรื่อง แนวทางการบริหารจัดการสำหรับการระดมทรัพยากรที่ใช้ในการบริหารงานวิชาการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2562). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม 2562. กรุงเทพมหานคร: กระทรวง.

ณรงค์ฤทธิ์ ประทุมชัย. (2565). แนวทางการพัฒนาการระดมทรัพยากรเพื่อการบริหารจัดการศึกษาในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษามหาสารคาม เขต 3. ใน วิทยานิพนธ์คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

ทิพมณฑา ทนุการ. (2558). การจัดการเชิงกลยุทธ์ในการระดมทรัพยากรทางการศึกษาของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. วารสารสังคมศาสตร์วิจัย, 6(2), 27-47.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.

เบญจาภา เบญจธรรมธร. (2562). การบริหารจัดการทรัพยากรทางการศึกษาของโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3. วารสารราชภัฏ สุราษฎร์ธานี, 6(1), 47-66.

รัตนะ บัวสนธ์. (2556). วิธีการเชิงผสมผสานสำหรับการวิจัยและประเมิน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ราชกิจจานุเบกษา. (2560). รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก หน้า14-15 (6 เมษายน 2560)

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562ก). พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2553. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่ง ประเทศไทย.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562ข). พระราชบัญญัติระเบียบบริหารราชการกระทรวงศึกษาธิการ พ.ศ. 2546 และที่แก้ไขเพิ่มเติมจนถึง (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2562. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

Ekere, S. C. & Oduntan, A. B. (2018). Head teachers' resource mobilization and public primary school goals attainment in Odukpani Local Government Area of Cross River State, Nigeria. International Journal of Science and Research (IJSR), 6(8), 1018-1023.

Williams, A. (1998). Therapeutic landscapes in holistic medicine. Social Science & Medicine, 46(9), 1193-1203.

บทความวิจัย

การศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*

A STUDY OF COMPETENCY IN RESEARCH FOR LEARNING DEVELOPMENT SKILL OF STUDENTS IN THE GRADUATE DIPLOMA PROGRAM IN TEACHING PROFESSION AT NAKHON SI THAMMARAT RAJABHAT UNIVERSITY

กุสุมา ใจสบาย*, ธนเทพ นำพรวัฒนากุล
Kusuma Jaisabuy*, Thanatep Namponwatthanakul
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช นครศรีธรรมราช ประเทศไทย
Faculty of Education, at Nakhon Si Thammarat Rajabhat University, Nakhon Si Thammarat, Thailand
*Corresponding author E-mail: kusuma_jai@nstru.ac.th
*Tel: 065-848-3977

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ 2) ศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และ 3) วิเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ การศึกษาวิจัยนี้ใช้การวิจัยแบบผสานวิธี กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 121 คน โดยวิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบวัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย เป็นแบบตรวจผลงานเกณฑ์การให้คะแนนแบบรูบริกส์ 4 ระดับ มีค่า IOC ตั้งแต่ .80 - 1.00 ค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ .916 เก็บข้อมูลโดยการอ่านตรวจรายงานการวิจัย สถิติที่ใช้ คือ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัย พบว่า 1) ตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ คือ 1.1) การกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ 1.2) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 1.3) วิธีดำเนินการวิจัย 1.4) การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย 1.5) การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ และ 1.6) การเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย รวม 26 ตัวชี้วัด 2) นักศึกษามีคะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้เฉลี่ยร้อยละ 73.17 โดยนักศึกษาส่วนใหญ่ร้อยละ 33.88 มีสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในระดับดี 3) ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่พบมากที่สุด 3 อันดับ คือ 3.1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการทบทวนวรรณกรรมไม่ครบถ้วน การอ้างอิงไม่ทันสมัย ขาดการสังเคราะห์และสรุปองค์ความรู้ 3.2) การเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย มีรายการเอกสารไม่ครบถ้วน และ 3.3) การสรุปและอภิปรายผล การอภิปรายผลไม่มีความลุ่มลึก ขาดการอ้างอิงผลการวิจัยที่สอดคล้องกัน

คำสำคัญ: สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้, ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้, หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู

* Received 11 April 2026; Revised 28 April 2026; Accepted 30 April 2026

Abstract

This research article aimed to: 1) Develop indicators of competency in research for learning development skill; 2) Investigate the competency in research for learning development skill; and 3) Analyze common errors of research for learning development skill. Using Mixed Methods research, among students in the Graduate Diploma Program in Teaching Profession at Nakhon Si Thammarat Rajabhat University. The sample group consisted of 121 students enrolled in the Graduate Diploma Program in Teaching Profession during the first semester of the 2025 academic year, selected through stratified random sampling. The research instrument was a four-performance-level assessment rubric for competency in research skill with IOC values ranging from .80 to 1.00 and an overall reliability coefficient of .916. Data were collected through document analysis of students' research reports. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation and content analysis. The findings revealed that: 1) The indicators of competency in research skill for learning development comprised six components were 1.1) Problem definition, title naming, and introduction 1.2) Literature review and related research 1.3) Research methodology 1.4) Data analysis and results 1.5) Conclusion, discussion, and recommendations and 1.6) Writing front and back matter sections with a total of 26 indicators. 2) The overall competency in research skill for student learning was an average score of 73.17 % and 33.88 % of students showed mostly at a good score level. 3) The three most common research skill errors were: 3.1) Literature review and related research outdated references, and lack of knowledge synthesis and conceptualization. 3.2) Writing front and back matter sections included incomplete lists. 3.3) Conclusion, discussion, and recommendations included lack of in-depth discussions and lack of citing relevant research findings.

Keywords: Competency in Research Skill for Learning Development, Research Skill Errors for Learning Development, Graduate Diploma Program in Teaching Profession

บทนำ

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2562 มาตรา 22 ได้กำหนดหลักการสำคัญว่า "ผู้เรียนทุกคนมีความสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ และต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนพัฒนาเต็มตามศักยภาพ" (กระทรวงศึกษาธิการ, 2542) ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญของแนวคิดการจัดการศึกษาในรูปแบบฐานสมรรถนะ (Competency-Based Education: CBE) ดังนั้นกระบวนการจัดการศึกษาควรส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพของตนเอง ในระยะสองศตวรรษที่ผ่านมา ประเทศไทยได้ดำเนินการปฏิรูปการศึกษาเพื่อพัฒนาการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพและคุณภาพสูง เพื่อให้สามารถผลิตกำลังคนที่มีคุณภาพสู่ยุคสังคมแห่งการเรียนรู้ ในกระบวนการนี้ ครูเป็นบุคคลสำคัญในการพัฒนาผู้เรียน เพราะครูเป็นกลไกสำคัญในการจัดการเรียนการสอนเพื่อพัฒนาความรู้ความสามารถของผู้เรียน ซึ่งต้องวิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการของผู้เรียน สังเคราะห์องค์ความรู้ด้านศาสตร์การสอน และพัฒนาวิธีการสอนที่เหมาะสมส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเอง (life-long learning) โดยมีการบูรณาการการเรียนการสอนกับกระบวนการวิจัย (สุพรรณิการ์ สุทธหลวง และมนสิช สิทธิสมบูรณ์, 2565)

คณะกรรมการคุรุสภาได้ออกประกาศเกี่ยวกับมาตรฐานความรู้วิชาชีพครู กำหนดให้ ครูผู้สอนต้องมีทักษะในการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ สามารถใช้การวิจัยในการปรับปรุงและพัฒนาการเรียนการสอนอย่างมี

ประสิทธิภาพ และช่วยพัฒนาผู้เรียนอย่างต่อเนื่อง ทำการวิจัยที่เหมาะสมกับผู้เรียนในแต่ละระดับการศึกษา (คุรุสภา, 2562) เสริมสร้างความเป็นครูชั้นวิชาชีพ เป็นครูที่ดีมีจิตวิญญาณความเป็นครู ร่วมกันแก้ปัญหาและพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนด้วยกระบวนการวิจัยอย่างต่อเนื่อง สมรรถนะการวิจัย เป็นความสามารถของบุคคลในการดำเนินการวิจัยให้ประสบความสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วยความรู้ ทักษะ เจตคติ และคุณลักษณะส่วนบุคคลที่เอื้อต่อการวิจัย (บุณฑริก ศรีบุญเรือง และคณะ, 2568) นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู เป็นนักศึกษาที่เข้าเรียนหลังระดับปริญญาตรี ในรายวิชาชีพครู ตามข้อกำหนดของคุรุสภา และใช้เป็นการรับรองในการขอใบประกอบวิชาชีพครู มีการเรียนรายวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และฝึกประสบการณ์วิชาชีพในสถานศึกษา ซึ่งมีกรอบภาระงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ในการจัดกระบวนการสอนในรายวิชานี้ จุดมุ่งหมายของรายวิชา คือ นักศึกษาสามารถวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ได้ ดังงานวิจัยของ อพันตรี พูลพุทธา ได้ระบุว่าให้นักศึกษาใช้กรณีศึกษาสถานการณ์ปัญหาจริงในโรงเรียนที่ปฏิบัติการสอนของนักศึกษา ทดลองใช้นวัตกรรมแก้ปัญหาการเรียนการสอนในชั้นเรียน ออกแบบการวิจัย การสร้างเครื่องมือวิจัย การวิเคราะห์ข้อมูล และการเขียนรายงานวิจัย (อพันตรี พูลพุทธา, 2561)

จากประสบการณ์การสอนนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครูในรายวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ นิเทศการปฏิบัติการสอนของนักศึกษา สอบถามอาจารย์ที่ปฏิบัติการนิเทศ และวิเคราะห์จากผลการเรียน พบว่ามีนักศึกษาจำนวนร้อยละ 30 ทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ได้ผลที่น่าพอใจ และนักศึกษาประมาณร้อยละ 25 ควรได้รับการพัฒนาทักษะด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และผลจากการทบทวนเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาสมรรถนะการวิจัย ส่วนใหญ่เป็นการนำนวัตกรรมไปใช้ในการพัฒนาแล้วศึกษาผลที่เกิดขึ้น มีงานวิจัยเพื่อวิเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดในเชิงลึกจากรายงานวิจัยของนักศึกษาน้อย การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดช่วยให้ผู้สอนได้ข้อมูลกระบวนการคิดและความเข้าใจที่แท้จริงของผู้เรียน ซึ่งได้รับข้อมูลสารสนเทศมากกว่าการประเมินผลด้วยคะแนนเพียงอย่างเดียว และเป็นฐานสำคัญของการพัฒนาสมรรถนะการวิจัยอย่างมีประสิทธิภาพ การให้ข้อมูลย้อนกลับที่เจาะจงต่อข้อผิดพลาดของผู้เรียนมีผลต่อการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในระดับสูงมาก เมื่อเทียบกับการให้คะแนนเพียงอย่างเดียว เนื่องจากข้อมูลย้อนกลับช่วยให้ผู้เรียนทราบข้อบกพร่องของตนเอง (Hattie, J., 2009) ดังนั้น การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัย ทำให้ได้ข้อมูลเชิงลึก เช่น ความเข้าใจคลาดเคลื่อนในแนวคิดการวิจัย ความผิดพลาดในกระบวนการออกแบบวิจัย การตีความข้อมูลที่ไม่ถูกต้อง หรือการเขียนรายงานวิจัยที่ขาดความเชื่อมโยงเชิงเหตุผล

การศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครูในครั้งนี้ มุ่งศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ เนื่องจากสมรรถนะด้านความรู้และเจตคติในการทำวิจัยนั้น นักศึกษาสามารถแสดงให้เห็นเชิงประจักษ์และตรวจสอบได้จากการเขียนรายงานการวิจัย ผลที่ได้จากการวิจัยจะเป็นข้อมูลสารสนเทศที่นำมาใช้ประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ โดยทำให้ทราบระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ สามารถระบุจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาได้อย่างชัดเจน อีกทั้งผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดจากการปฏิบัติการวิจัย จะเป็นข้อมูลสำคัญในการสะท้อนปัญหาการเรียนรู้ของผู้เรียน เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้อง เช่น การวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และการฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการนิเทศนักศึกษาและครูพี่เลี้ยง โดยเน้นการให้ข้อมูลย้อนกลับเชิงพัฒนา (Constructive Feedback) และเป็นฐานข้อมูลสำคัญสำหรับการวิจัยและพัฒนาการผลิตครูในอนาคตให้มีคุณภาพและสอดคล้องกับความต้องการของวิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู

2. เพื่อศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู

3. เพื่อวิเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสานวิธี (Mixed Methods Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย 3 ขั้นตอน คือ

ขั้นตอนที่ 1 การพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู โดยการศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย กำหนดองค์ประกอบของสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย นิยามเชิงปฏิบัติการ และกำหนดตัวชี้วัดสมรรถนะ ให้ผู้เชี่ยวชาญสาขาวิธีวิทยาการวิจัยการศึกษา สถิติ และการวัดประเมินผล ตรวจสอบความตรงโดยการประเมินสอดคล้องของตัวชี้วัดสมรรถนะกับองค์ประกอบ ได้ค่า IOC เท่ากับ 1.00 ทุกตัวชี้วัด

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย โดยการอ่านตรวจรายงานการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ให้คะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยตามเกณฑ์รูบิก 4 ระดับ ตั้งแต่ 0 - 3 คะแนน

ขั้นตอนที่ 3 การศึกษาลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัย จากการอ่านตรวจรายงานการวิจัย โดยวิเคราะห์เนื้อหาลักษณะข้อผิดพลาดในการวิจัยปฏิบัติการเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ และสังเคราะห์รวมในรายองค์ประกอบ

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 6 กลุ่มเรียน รวม 173 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เนื่องจากนักศึกษาในแต่ละกลุ่มเรียนมีวิชาเอกที่แตกต่างกัน จึงใช้วิธีสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้กลุ่มเรียนเป็นชั้นภูมิ เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่ครอบคลุม กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามเกณฑ์ขั้นต่ำของ Yamane, T. ระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ประมาณร้อยละ 0.05 (Yamane, T., 1970) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างรวม 121 คน คำนวนสัดส่วนจำนวนนักศึกษาที่เป็นกลุ่มตัวอย่างในแต่ละกลุ่มเรียน แล้วจับฉลากรายชื่อนักศึกษาจนครบตามจำนวน

การสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

แบบวัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ผู้วิจัยศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ ร่างเกณฑ์การให้คะแนนทักษะการวิจัยแบบรูบริกส์ 4 ระดับ นำองค์ประกอบ ตัวชี้วัดสมรรถนะ และแบบวัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน เพื่อตรวจความตรง (Validity หาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence : IOC) มีค่าความสอดคล้องระหว่าง .80 - 1.00 นำแบบวัดไปทดลองใช้ (try out) กับนักศึกษา จำนวน 30 คน โดยอ่านตรวจรายงานการวิจัย จำนวน 30 เล่ม ให้คะแนนตามเกณฑ์ของเครื่องมือแบบวัดทักษะการวิจัย ตรวจสอบคุณภาพโดยการวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบวัด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (α-coefficient) ซึ่งแบบวัดทั้งฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.916

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ขั้นก่อนการดำเนินการ ผู้วิจัยทำหนังสือขออนุญาตดำเนินการวิจัยต่อบัณฑิตวิทยาลัย ประชุมชี้แจงจุดประสงค์ในการทำการวิจัยให้กลุ่มตัวอย่างได้ทราบ และขอความร่วมมือลงนามในเอกสารยินยอมเป็นกลุ่ม

ตัวอย่างในการวิจัยตามหลักจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ขอให้นักศึกษาส่งรายงานการวิจัยเพื่อนำมาศึกษาระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้

ขั้นดำเนินการวิจัย ผู้วิจัยกำหนดรหัสรายงานการวิจัย อ่านตรวจรายงานการวิจัย เพื่อวัดสมรรถนะด้านทักษะการทำวิจัย ตามรายการตัวชี้วัดสมรรถนะทั้ง 6 องค์ประกอบ บันทึกผลคะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยและลักษณะข้อผิดพลาดในการทำวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ในแบบบันทึก ทั้งนี้ ผู้วิจัยเป็นผู้อ่านตรวจให้คะแนนด้วยตนเองคนเดียวและทำการตรวจซ้ำ เพื่อให้คะแนนมีความเที่ยงตรง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา โดยดำเนินการ ดังนี้

1. คำนวณค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาแต่ละตัวชี้วัดและรายองค์ประกอบ

2. คำนวณคะแนนสมรรถนะและคะแนนเฉลี่ยร้อยละของสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาจากการอ่านตรวจรายงาน โดยในแต่ละตัวชี้วัดมีคะแนนเต็มเท่ากับ 3 รวมคะแนนของนักเรียนแต่ละคน เพื่อนำไปจัดระดับคุณภาพในขั้นที่ 3

3. คำนวณค่าความถี่และร้อยละของจำนวนนักศึกษาในแต่ละระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ โดยรวมคะแนนที่ได้จากการอ่านตรวจรายงานการวิจัย

4. วิเคราะห์เนื้อหาลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ สังเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดรวมตามองค์ประกอบ

ผลการวิจัย

การศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มีผลการวิจัย ดังนี้

1. ผลการพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู พบว่า สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ 26 ตัวชี้วัด คือ

1.1 องค์ประกอบด้านการกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ มี 9 ตัวชี้วัด

1.2 องค์ประกอบด้านการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มี 2 ตัวชี้วัด

1.3 องค์ประกอบด้านวิธีดำเนินการวิจัย มี 6 ตัวชี้วัด

1.4 องค์ประกอบด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย มี 2 ตัวชี้วัด

1.5 องค์ประกอบด้านการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ มี 3 ตัวชี้วัด

1.6 องค์ประกอบด้านการเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย มี 4 ตัวชี้วัด

2. ผลการศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษา หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู

ตารางที่ 1 คะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู จำแนกตามองค์ประกอบและตัวชี้วัด

ข้อที่	สมรรถนะด้านทักษะการวิจัย	คะแนนทักษะการวิจัยเต็ม (3 คะแนน)			การแปลความหมาย
		คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	
องค์ประกอบที่ 1 การกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ					
1	การตั้งชื่อเรื่องการวิจัย	2.59	.53	86.33	ดีมาก
2	การเขียนปัญหาการวิจัย	2.41	.70	80.33	ดีมาก
3	การเขียนความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา	2.12	.54	70.67	ดี
4	การกำหนดวัตถุประสงค์ของการวิจัย	2.37	58	79.00	ดี
5	การกำหนดสมมติฐานการวิจัย	2.10	1.19	70.00	ดี
6	การกำหนดขอบเขตการวิจัย	2.73	.58	91.00	ดีมาก
7	การกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัย	1.55	1.04	51.67	พอใช้
8	การเขียนนิยามศัพท์เฉพาะ	2.50	.82	83.33	ดีมาก
9	การเขียนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ	2.13	.87	71.00	ดี
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.28**	**.36**	**75.93**	**ดี**
องค์ประกอบที่ 2 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง					
1	การศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง	1.96	.58	65.33	ปานกลาง
2	การศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	1.80	.63	60.00	ปานกลาง
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**1.88**	**.55**	**62.67**	**ปานกลาง**
องค์ประกอบที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย					
1	การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างหรือกลุ่มเป้าหมาย	2.66	.56	88.67	ดีมาก
2	การพัฒนานวัตกรรม	2.71	.63	90.33	ดีมาก
3	การสร้างเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล	2.74	.64	91.33	ดีมาก
4	การหาคุณภาพของนวัตกรรม	1.87	1.26	62.33	ปานกลาง
5	การหาคุณภาพของเครื่องมือเก็บรวบรวมข้อมูล	2.02	1.26	67.33	ปานกลาง
6	การเก็บรวบรวมข้อมูล	2.22	.58	74.00	ดี
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.37**	**.57**	**79.00**	**ดี**
องค์ประกอบที่ 4 การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย					
1	การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้	2.02	.63	67.33	ปานกลาง
2	การนำเสนอผลการวิจัย	2.43	.60	81.00	ดีมาก
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.23**	**.52**	**74.17**	**ดี**
องค์ประกอบที่ 5 การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ					
1	การสรุปผลการวิจัย	2.45	.60	81.67	ดีมาก
2	การอภิปรายผลการวิจัย	1.72	.80	57.33	พอใช้
3	การเขียนข้อเสนอแนะ	2.26	.82	75.33	ดี
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**2.14**	**.53**	**71.33**	**ดี**

ตารางที่ 1 คะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู จำแนกตามองค์ประกอบและตัวชี้วัด (ต่อ)

ข้อที่	สมรรถนะด้านทักษะการวิจัย	คะแนนทักษะการวิจัยเต็ม (3 คะแนน)			การแปลความหมาย
		คะแนนเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	
องค์ประกอบที่ 6 การเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย					
1	การเขียนบทคัดย่อ	2.14	.85	71.33	ดี
2	รายการส่วนประกอบของรายงาน	2.02	.46	67.33	ปานกลาง
3	การเขียนบรรณานุกรม	1.64	.74	54.67	พอใช้
4	รายการเอกสารในภาคผนวก	1.90	.79	63.33	ปานกลาง
	เฉลี่ยรวมรายด้าน	**1.93**	**.48**	**64.33**	**ปานกลาง**
	เฉลี่ยรวมทุกด้าน	**2.19**	**.36**	**73.17**	**ดี**

จากตารางที่ 1 คะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู ตามองค์ประกอบและตัวชี้วัด ในภาพรวมอยู่ในระดับดี คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 73.17 ($\bar{X}$ = 2.19, S.D. = .36) โดยองค์ประกอบที่มีระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้สูงที่สุด คือ องค์ประกอบที่ 3 วิธีดำเนินการวิจัย คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 79.00 ($\bar{X}$ = 2.37, S.D. = .57) รองลงมา คือ องค์ประกอบที่ 1 การกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 75.93 ($\bar{X}$ = 2.28, S.D. = .36) ส่วนองค์ประกอบที่มีระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ต่ำที่สุด คือ องค์ประกอบที่ 2 การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 62.67 ($\bar{X}$ = 1.88, S.D. = .55)

ตารางที่ 2 คะแนนเฉลี่ยและคะแนนเฉลี่ยร้อยละของสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู จำแนกตามองค์ประกอบ

ข้อที่	องค์ประกอบสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย	คะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย			การแปลความหมาย
		คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	
1	การกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ	27	20.50	75.93	ดี
2	การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง	6	3.76	62.67	ปานกลาง
3	วิธีดำเนินการวิจัย	18	14.22	79.00	ดี
4	การวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย	6	4.45	74.17	ดี
5	การสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ	9	6.42	71.33	ดี
6	การเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย	12	7.72	64.33	ปานกลาง
	คะแนนเฉลี่ยร้อยละ	**78**	57.07	**73.17**	**ดี**

จากตารางที่ 2 คะแนนเฉลี่ยและคะแนนเฉลี่ยร้อยละของสมรรถนะด้านทักษะการวิจัย เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู จำแนกตามองค์ประกอบ ในภาพรวมอยู่ในระดับดี ($\bar{X}$ = 73.17) โดยองค์ประกอบที่มีคะแนนสมรรถนะมากที่สุด คือ วิธีดำเนินการวิจัย ($\bar{X}$ = 79.00) รองลงมา คือ การกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ ($\bar{X}$ = 75.93) และองค์ประกอบที่มีคะแนนสมรรถนะน้อยที่สุด คือ การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ($\bar{X}$ = 62.67)

ตารางที่ 3 จำนวนและร้อยละของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครูจำแนกตามระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้

ระดับคุณภาพ	คะแนนเฉลี่ย	จำนวนคน	ร้อยละ
ทักษะการวิจัย ดีมาก	ร้อยละ 80 - 100	37	30.58
ทักษะการวิจัย ดี	ร้อยละ 70 - 79	41	33.88
ทักษะการวิจัย ปานกลาง	ร้อยละ 60 - 69	29	23.97
ทักษะการวิจัย พอใช้	ร้อยละ 50 - 59	10	8.26
ทักษะการวิจัยต้องปรับปรุง	ต่ำกว่า ร้อยละ 50	4	3.31
รวม		**121**	**100.00**

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู พบว่า สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาส่วนใหญ่มีผลการประเมินในระดับดี ร้อยละ 33.88 รองลงมามีทักษะการวิจัยระดับดีมาก ร้อยละ 30.58 ระดับปานกลาง ร้อยละ 23.97 ระดับพอใช้ ร้อยละ 8.26 และมีทักษะการวิจัยในระดับต้องปรับปรุงน้อยที่สุด ร้อยละ 3.31

3. ผลการวิเคราะห์ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้เรียงตามลำดับองค์ประกอบที่พบมากไปหาน้อย ดังนี้

3.1 ด้านการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า นักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู มีลักษณะการเขียนเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องผิดพลาดหรือบกพร่องใน 4 ลักษณะ คือ 1) ขาดความสมบูรณ์ คือการกำหนดหัวข้อที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรไม่ครบทุกตัว ค้นคว้างานวิจัยที่เกี่ยวข้องไม่สอดคล้องกับปัญหาและนวัตกรรมที่ใช้ในการวิจัยและเขียนรายละเอียดไม่ครบทุกหัวข้อ 2) ไม่ทันสมัย เป็นเอกสารหรือรายงานวิจัยที่ทำมาแล้วเกินกว่า 10 ปี 3) การอ้างอิงไม่ถูกต้อง ที่มาไม่ครบในทุกเนื้อหา และรูปแบบการอ้างอิงต่างกัน และ การเรียบเรียงไม่เป็นระบบ และ 4) ขาดการสังเคราะห์องค์ความรู้ ไม่แสดงแนวคิดเป็นของตนเองในส่วนท้ายของแต่ละหัวข้อ

3.2 ด้านการเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า การเขียนผิดพลาดหรือบกพร่องใน 3 ลักษณะ คือ 1) การเขียนบทคัดย่อ นำเสนอองค์ประกอบไม่ครบถ้วน หรือผลไม่ตรงกับบทที่ 4 และ 5 2) การเขียนอ้างอิงไม่ถูกต้อง การเขียนบรรณานุกรมไม่สอดคล้องกับการอ้างอิงในเนื้อหา และเขียนไม่ถูกต้องตามหลักการเขียนบรรณานุกรม 3) รายการเอกสารในภาคผนวกไม่ครบถ้วน ไม่มีตัวอย่างเครื่องมือวิจัย หรือไม่รายงานคุณภาพเครื่องมือ หรือรายงานไม่ครบถ้วน ไม่มีภาพกิจกรรมการดำเนินการวิจัย และเขียนส่วนประกอบของรายงานส่วนต้นและส่วนท้ายไม่ครบถ้วน

3.3 ด้านการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า มีลักษณะการเขียนผิดพลาดหรือบกพร่อง ใน 3 ลักษณะ คือ 1) สรุปผลไม่ถูกต้องตามวัตถุประสงค์หรือไม่ครบถ้วน 2) การอภิปรายผลไม่สอดคล้องกับสรุปผล ไม่สมเหตุสมผล ขาดงานวิจัยสนับสนุนที่สอดคล้องกัน และ 3) การเขียนข้อเสนอแนะ ข้อเสนอแนะไม่ชัดเจน ไม่มีเหตุผลและไม่เป็นประโยชน์ หรือไม่ได้เขียนข้อเสนอแนะ

3.4 ด้านการวิเคราะห์ข้อมูลและนำเสนอผลการวิจัย จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า มีลักษณะการเขียนผิดพลาดหรือบกพร่อง ใน 3 ลักษณะ คือ 1) เลือกสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ถูกต้อง 2) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลไม่ครบถ้วนตามวัตถุประสงค์ และ 3) นำเสนอผลการวิจัยไม่ครบถ้วน

3.5 ด้านการกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่องและเขียนบทนำ จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า มีลักษณะการเขียนผิดพลาดหรือบกพร่อง ใน 7 ลักษณะ คือ 1) ตั้งชื่อเรื่องไม่ครบองค์ประกอบ 2) เขียนความ

เป็นมาและความสำคัญไม่สอดคล้องกัน ขาดข้อมูลอ้างอิง ระบุปัญหาไม่ชัดเจน 3) กำหนดวัตถุประสงค์ไม่ชัดเจน 4) เขียนกรอบแนวคิดการวิจัยผิด 5) ระบุขอบเขตการวิจัยไม่ครบถ้วน 6) เขียนนิยามศัพท์เฉพาะไม่ครบถ้วนหรือไม่ชัดเจน และ 7) เขียนประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับไม่ชัดเจน ไม่สมเหตุสมผล

3.6 ด้านวิธีดำเนินการวิจัย จากการตรวจรายงานการวิจัย พบว่า มีลักษณะการเขียนผิดพลาดหรือบกพร่อง ใน 4 ลักษณะ คือ 1) ไม่ระบุนวัตกรรมหรือเครื่องมือการวิจัย 2) อธิบายขั้นตอนการพัฒนานวัตกรรมหรือเครื่องมือการวิจัยไม่ชัดเจน 3) ไม่ระบุแบบแผนการวิจัย และ 4) ไม่ระบุวันเวลา หรือ สถานที่ดำเนินการวิจัย

อภิปรายผล

การศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครูครั้งนี้ ผู้วิจัยขออภิปรายผลเพื่อเชื่อมโยงแนวคิดทางทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเป็นการอธิบายปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างลุ่มลึกและรอบด้าน ดังนี้

1. การพัฒนาตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ 26 ตัวชี้วัด เป็นองค์ประกอบที่สำคัญ ในทุกขั้นตอนของการวิจัยตั้งแต่การกำหนดปัญหาจนถึงการเขียนรายงานการวิจัย โดยผลการประเมิน จากตัวชี้วัดช่วยให้สามารถประเมินทักษะที่สำคัญในการวิจัยได้อย่างครบถ้วน การใช้ตัวชี้วัดที่ชัดเจน และหลากหลายเหล่านี้ยังช่วยให้สามารถระบุจุดแข็งและจุดที่ต้องพัฒนาของนักศึกษาได้อย่าง มีประสิทธิภาพผลการวิจัยนี้ครอบครัวและสอดคล้องกับ พัชราภรณ์ พิลาสมบัติ และดวงกมล จงเจริญ ซึ่งได้ศึกษาทักษะการวิจัยของครูนักวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอน และได้สรุปทักษะด้านการวิจัยไว้ ประกอบด้วย 9 ทักษะที่สำคัญ คือ 1) ทักษะในการกำหนดและนิยามปัญหาให้สอดคล้องกับสิ่งที่ต้องการทำวิจัย 2) ทักษะในการศึกษาทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง 3) ทักษะในการกำหนดกรอบแนวคิด และสมมติฐานการวิจัย 4) ทักษะในการออกแบบการวิจัย 5) ทักษะในการกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่าง 6) ทักษะในการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย 7) ทักษะในการเก็บรวบรวมข้อมูล 8) ทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูล และ 9) ทักษะในการแปลผลและสรุปผลการวิจัย (พัชราภรณ์ พิลาสมบัติ และดวงกมล จงเจริญ, 2565) ทั้งนี้ งานวิจัยครั้งนี้ได้รวมทักษะด้านการวิจัยที่ 4, 5, 6 และ 7 เป็นองค์ประกอบเดียวกัน คือ องค์ประกอบด้านวิธีดำเนินการวิจัย และเพิ่มองค์ประกอบที่ 6 คือ การเขียนรายงานส่วนต้น และส่วนท้าย เนื่องจากเป็นข้อมูลที่ช่วยให้รายงานวิจัยมีความครบถ้วน สมบูรณ์และมีความน่าเชื่อถือยิ่งขึ้น และผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ งานวิจัยของ กุสุมา ใจสบาย ซึ่งทำการวิจัยเรื่องการประเมินความต้องการจำเป็นด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครู ด้วยดัชนี PNI $_{modified}$ โดยได้กำหนดองค์ประกอบของความต้องการจำเป็นในการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ไว้ 6 องค์ประกอบ คือ ด้านการกำหนดปัญหา ตั้งชื่อเรื่อง และเขียนบทนำ ด้านการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านวิธีดำเนินการวิจัย ด้านการเลือกใช้สถิติการวิเคราะห์ข้อมูลและการแปลผล ด้านการเขียนสรุปผล อภิปรายผล และข้อเสนอแนะการวิจัย และ ทักษะด้านการเขียนองค์ประกอบส่วนต้นและส่วนท้ายของงานวิจัย (กุสุมา ใจสบาย, 2569)

2. ผลการศึกษาสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู พบว่าสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาส่วนใหญ่มีผลการประเมินในระดับดี ร้อยละ 33.88 รองลงมามีสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยระดับดีมาก ร้อยละ 30.58 ระดับปานกลาง ร้อยละ 23.97 ระดับพอใช้ 8.26 และระดับควรปรับปรุงน้อยที่สุด ร้อยละ 3.31 โดยองค์ประกอบที่มีระดับสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยต่ำ 3 อันดับ คือ ด้านการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านการเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย และด้านการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ผลการวิจัยบ่งบอกถึงลักษณะการกระจายของคะแนนของนักศึกษาที่มีระดับความสามารถแตกต่างกัน สามารถเชื่อมโยงกับแนวคิด เรื่อง Multiple Intelligences ซึ่งอธิบายถึงความหลากหลายของทักษะการเรียนรู้และความสามารถของแต่ละบุคคล

(Gardner, H., 1983) และผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ (โรซวรรณา เซพโฆลาม และคณะ, 2565) ได้ทำวิจัยเรื่อง สมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียนของนักศึกษาครูเพื่อพัฒนาท้องถิ่น พบว่าสมรรถนะการวิจัยด้านทักษะของนักศึกษาครูเพื่อพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 3.78, S.D. = 0.66) (โรซวรรณา เซพโฆลาม และคณะ, 2565) ทั้งนี้ผลการวิจัยนี้ไม่สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Rujikittioangsuthon, S. ซึ่งทำวิจัยเรื่อง ความสามารถทักษะ และทัศนคติต่อการวิจัยทางการศึกษาของนักศึกษาสาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต ซึ่งผลการวิจัยพบว่า ทักษะด้านการวิจัยของนักศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง โดยทักษะที่นักศึกษามีระดับสูงกว่าด้านอื่น ได้แก่ การสืบค้นเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ส่วนทักษะที่มีระดับต่ำกว่า ได้แก่ การใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูลและการเขียนรายงานการวิจัยอย่างเป็นระบบ (Rujikittioangsuthon, S., 2023) ทั้งนี้อาจจะเนื่องจากนักศึกษาสาขาสังคมศึกษา คณะครุศาสตร์ เป็นนักศึกษาภาคปกติมีเวลาในการศึกษาค้นคว้ามากกว่านักศึกษาในหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิต สาขาวิชาชีพครู ซึ่งเรียนในวันเสาร์อาทิตย์และต้องปฏิบัติหน้าที่สอนเต็มเวลาในวันจันทร์ถึงวันศุกร์

3. ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ คือ ด้านการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ด้านการเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย และด้านการสรุปผลการวิจัย อภิปรายผลและข้อเสนอแนะ ซึ่งส่งผลต่อสมรรถนะในการเขียนข้อเสนอแนะ สอดคล้องกับแนวคิดของ Kuhn, T. ในทฤษฎีของ Paradigm Shift อธิบายว่าการศึกษางานวิจัยที่มีอยู่แล้วเป็นขั้นตอนสำคัญในการทำความเข้าใจแนวคิดหรือทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย หากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยไม่ครบถ้วนหรือไม่ทันสมัย อาจทำให้นักวิจัยขาดการสังเคราะห์และสรุปองค์ความรู้ใหม่ๆ เพื่อให้การวิจัยสามารถสร้างผลกระทบที่มีคุณค่า (Kuhn, T., 1962) นอกจากนี้ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับการวิจัยของ พิชิต ฤทธิ์จรูญ ทำการวิจัยเรื่อง มโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนและแนวทางที่ถูกต้องในการเขียนรายงานการวิจัย พบว่า การศึกษาวรรณกรรมไม่ครอบคลุมตัวแปรที่ศึกษา ใช้เอกสารอ้างอิงในเนื้อหาที่ล้าสมัย ทำให้องค์ความรู้ที่จะใช้เป็นฐานความคิดในการศึกษาวิจัยเรื่องนั้นๆ ไม่ทันสมัย ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพของงานวิจัยที่อาจไม่ได้รับการยอมรับหรือความเชื่อถือของผู้ใช้ผลงานวิจัย การอภิปรายผลขาดการอธิบายเหตุผล แนวคิด ทฤษฎีหรือผลงานวิจัยมาสนับสนุน และเขียนรายการอ้างอิง บรรณานุกรมไม่ครบถ้วนตามที่อ้างอิงไว้ไม่ถูกต้องตามรูปแบบ (พิชิต ฤทธิ์จรูญ, 2566)

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ ประกอบด้วย 6 องค์ประกอบ 26 ตัวชี้วัด นักศึกษามีคะแนนสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้เฉลี่ยร้อยละ 73.17 ส่วนใหญ่ร้อยละ 33.88 มีสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยในระดับดี ลักษณะข้อผิดพลาดด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่พบมากที่สุด 3 อันดับ คือ 1) การศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มีการทบทวนวรรณกรรมไม่ครบถ้วน การอ้างอิงไม่ทันสมัย ขาดการสังเคราะห์และสรุปองค์ความรู้ 2) การเขียนรายงานส่วนต้นและส่วนท้าย มีรายการเอกสารไม่ครบถ้วน และ 3) การอภิปรายผลไม่มีความลุ่มลึก ขาดการอ้างอิงผลการวิจัยที่สอดคล้องกัน จากผลการวิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้กล่าวคือ ตัวชี้วัดสมรรถนะด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ที่ได้สามารถใช้เป็นแนวทางการพัฒนาทักษะการวิจัยของนักศึกษา สมรรถนะด้านทักษะการวิจัยที่แตกต่างกันของนักศึกษา จะเป็นสารสนเทศไปใช้ในการวางแผนพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการนิเทศนักศึกษาอย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่ามีข้อผิดพลาดที่เกิดจากการขาดการสังเคราะห์เอกสารและการอ้างอิงไม่ทันสมัย ควรออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อฝึกการสังเคราะห์เอกสารวิจัย การฝึกทำแผนผังสังเคราะห์ (literature synthesis map) การบูรณาการการใช้ฐานข้อมูลวิชาการ เช่น Google Scholar, ThaiJO และฐานข้อมูลของสถาบัน เพื่อส่งเสริมการเข้าถึงฐานข้อมูลงานวิจัย จากการอ่านตรวจรายงานการวิจัยพบว่าการเขียนบรรณานุกรมไม่ถูกต้องตามหลักการเขียน และอ้างอิงไม่ครบถ้วน จึงควรพัฒนานักศึกษาให้

สามารถใช้โปรแกรมจัดการบรรณานุกรม เช่น EndNote, Mendeley หรือ Zotero เพื่อลดข้อผิดพลาดด้านการอ้างอิงและการเขียนรายงานส่วนท้าย นอกจากนี้ควรจัดกิจกรรมคลินิกวิจัยหรือการนิเทศรายบุคคลเพื่อให้คำปรึกษาเชิงลึก เสริมทักษะการฝึกปฏิบัติจริงผ่านการทำวิจัยย่อย (mini research) และควรทำการวิจัยเชิงผสานวิธีโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลและฐานข้อมูลออนไลน์ เพื่อเสริมสร้างทักษะการวิจัยที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรพัฒนารูปแบบการนิเทศเชิงคลินิกเพื่อแก้ไขข้อผิดพลาดเป็นรายบุคคล เพื่อส่งเสริมทักษะการวิจัยของนักศึกษาและพัฒนาการเรียนการสอนในรายวิชาการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ อันจะนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรการผลิตครูที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในอนาคต

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงศึกษาธิการ.

กุสุมา ใจสบาย. (2569). การประเมินความต้องการจำเป็นด้านทักษะการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนรู้ของนักศึกษาฝึกประสบการณ์วิชาชีพครูด้วยดัชนี PNI $_{modified.}$ วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 6(1), 296-310.

คุรุสภา. (2562). ข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา.

บุณฑริก ศรีบุญเรือง และคณะ. (2568). สมรรถนะการวิจัย: ตัวช่วยครูไทยพัฒนาผู้เรียน. วารสารเสียงธรรมจากมหายาน, 11(5). 366-381.

พัชราภรณ์ พิลาสมบัติ และดวงกมล จงเจริญ. (2565). ทักษะการวิจัยของครูนักวิจัยเพื่อพัฒนาการจัดการเรียนการสอน. วารสารนวัตกรรมและการจัดการ, 7(1), 166-178.

พิชิต ฤทธิ์จรูญ. (2566). มโนทัศน์ที่คลาดเคลื่อนและแนวทางที่ถูกต้องในการเขียนรายงานการวิจัย. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 16(1), 1-16.

โรซวรรณา เซฟโฆลาม และคณะ. (2565). สมรรถนะการวิจัยในชั้นเรียนของนักศึกษาครูเพื่อพัฒนาท้องถิ่น. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7(2), 275-293.

สุพรรณิการ์ สุทธหลวง และมนสิช สิทธิสมบูรณ์. (2565). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างสมรรถนะการจัดการเรียนรู้เชิงรุกโดยใช้กระบวนการชี้แนะและการเป็นพี่เลี้ยง สำหรับครูประถมศึกษา. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 7(6), 468-487.

อพันตรี พูลพุทธา. (2561). การพัฒนาสมรรถนะการวิจัยของนักศึกษาวิชาชีพครู มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคามโดยการจัดการเรียนรู้แบบสะเต็มศึกษา. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

Gardner, H. (1983). Frames of mind: The theory of multiple intelligences. New York: Basic Books.

Hattie, J. (2009). Visible learning: A synthesis of over 800 meta-analyses relating to achievement. New York: Routledge.

Kuhn, T. (1962). The structure of scientific revolutions. Chicago: University of Chicago Press.

Rujikittioangsuthon, S. (2023). Ability, skills and attitudes toward educational research of students in the Social Studies Program, Faculty of Education, Phuket Rajabhat University. ASEAN Journal of Education, 8(1), 22-32.

Yamane, T. (1970). Statistics: An introductory analysis. (2nd ed.). Tokyo: John Weatherhill.

บทความวิจัย

การพัฒนารูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนระดับประถมศึกษา*

DEVELOPMENT OF A LEARNING ECOSYSTEM MANAGEMENT MODEL BASED ON PARTICIPATORY MANAGEMENT TO ENHANCE THE DESIRABLE CHARACTERISTIC OF LIFELONG LEARNING AMONG STUDENTS AT PRIMARY SCHOOL STUDENTS

เอกรัฐ ทุ่งอ่วน
Ekarat Thoongourn
โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 แพร่ ประเทศไทย
Ban Mae Yang Rong School (Mae Yang Prachanukroh) Phrae Primary Educational Service Area Office 1, Phrae, Thailand
Corresponding author E-mail: ekaratthoongourn@gmail.com
Tel: 063-227-6077

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของรูปแบบ 2) สร้างรูปแบบ 3) ศึกษาผลการใช้รูปแบบ และ 4) ประเมินรูปแบบ โดยดำเนินการวิจัย 4 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาข้อมูลพื้นฐานของรูปแบบ ขั้นตอนที่ 2 สร้างและตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบ ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาผลการใช้รูปแบบขั้นตอนที่ 4 ประเมินรูปแบบ กลุ่มเป้าหมายในการวิจัย คือ นักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้องฯ ปีการศึกษา 2566 จำนวน 96 คน และ 2567 จำนวน 93 คน ผลการวิจัยพบว่า 1.การพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนควรกำหนดนโยบายการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ 2. รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ มี 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ จุดมุ่งหมาย กระบวนการ การวัดและประเมินผล และเงื่อนไขความสำเร็จ 3. ผลการใช้รูปแบบฯ พบว่า ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ในปีการศึกษา 2566 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.34, S.D.= 0.73) และในปีการศึกษา 2567 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.63, S.D.= 0.48) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วพบว่า ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น 4. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ ปีการศึกษา 2567 ประเด็นด้านความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.63) และในประเด็นด้านความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.50) ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ ปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.53)

คำสำคัญ: รูปแบบการบริหาร, ระบบนิเวศการเรียนรู้, การบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม, คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้, นักเรียนระดับประถมศึกษา

* Received 10 April 2026; Revised 29 April 2026; Accepted 30 April 2026

Abstract

This study aimed to: 1) investigate the fundamental information underlying the model, 2) develop the model, 3) examine the results of implementing the model, and 4) evaluate the model. The research was conducted in four phases: Phase 1 involved investigating the fundamental information of the model; Phase 2 focused on developing and validating the quality of the model; Phase 3 examined the results of implementing the model; and Phase 4 evaluated the model. The target groups consisted of students from Ban Mae Yang Rong School in the 2023 academic year (n = 96) and the 2024 academic year (n = 93). The findings revealed that: The development of students' desirable characteristics in terms of learning enthusiasm should involve the establishment of clear policies and the promotion of activities aimed at enhancing such characteristics. The learning ecosystem management model consisted of five components: principles, objectives, processes, measurement and evaluation, and success conditions. The results of the model implementation indicated that students' desirable characteristics in learning enthusiasm were at a high level in the 2023 academic year ($\bar{X}$ = 4.34, S.D. = 0.73) and at the highest level in the 2024 academic year ($\bar{X}$ = 4.63, S.D. = 0.48), showing an improvement over time. The evaluation of the learning ecosystem management model in the 2024 academic year showed that its overall feasibility was at a high level ($\bar{X}$ = 4.43, S.D. = 0.63), while its usefulness was at the highest level ($\bar{X}$ = 4.65, S.D. = 0.50). Additionally, stakeholders' satisfaction with the implementation of the model was at the highest level overall ($\bar{X}$ = 4.45, S.D. = 0.53).

Keywords: Administrative Model, Learning Ecosystem, Participatory Management, Desirable Characteristics of Learning Enthusiasm, Primary School Students

บทนำ

โลกศตวรรษที่ 21 เป็นโลกแห่งโลกาภิวัตน์เป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวด การดำรงชีวิตของคนอยู่ภายใต้กระแสแห่งโลกยุคใหม่ที่มีความผันผวน ความไม่แน่นอน ความซับซ้อน และความคลุมเครือคาดเดาได้ยาก (Radjou, N. et al., 2012) ผู้คนต้องเผชิญความกดดันหลายด้านในการดำเนินชีวิต ต้องก้าวให้ทันสถานการณ์ที่กำลังเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและพลิกผัน ต้องฝึกและเพิ่มพูนทักษะความเชี่ยวชาญที่จำเป็น มีความสามารถในการคิดและปฏิบัติอย่างยืดหยุ่น รวมถึงมีความสามารถในการร่วมมือและแข่งขันกับผู้อื่นใน การสร้างคุณค่าให้กับตนเองและสังคมอย่างสร้างสรรค์ภายใต้ด้วยบริบททางด้านเศรษฐกิจ การเมือง เทคโนโลยี และสิ่งแวดล้อมที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วอย่างไม่เคยปรากฏมาก่อน (Gütl, C. & Chang, V., 2008) แรงงานในอนาคตจะต้องมีทั้งความรู้ลึก รู้กว้าง มีความสามรถในการคิดวิเคราะห์ และเชื่อมโยงพบว่า นอกจากทักษะอาชีพแล้วนายจ้างยังต้องการทักษะภาษาอังกฤษ ทักษะดิจิทัล ทักษะการคิดเชิงวิพากษ์ รวมทั้งทักษะอื่นที่นอกเหนือจากทักษะการจัดการศึกษา จึงต้องพัฒนาผู้เรียนให้มีความสามรถในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงโลกอนาคต (ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร และนครินทร์ อมเรศ, 2566)

จากรายงานแผนการปฏิรูปประเทศด้านการศึกษา (คณะกรรมการการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา, 2563) พบว่า ปัญหาของระบบการศึกษาเป็นอุปสรรคอย่างยิ่งต่อการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ข้อจำกัดต่างๆในระบบการศึกษาไทยยังทำให้การจัดการศึกษาไม่สามารถปรับตัวและพัฒนาตาม

ความก้าวหน้าของความรู้และเทคโนโลยีใหม่ๆได้ทันไม่เอื้อต่อการพัฒนาผู้เรียนตามความถนัดและศักยภาพ ซึ่งในปัจจุบันบริบทของประเทศไทยกำลังจะเปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว ระบบการศึกษาไทยจึงต้องมุ่งพัฒนาสมรรถนะ และผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ของผู้เรียน ตลอดจนสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ด้วยการปรับหลักสูตรและกระบวนการจัดการเรียนรู้ การประเมินเพื่อพัฒนาผู้เรียนเพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ สอดคล้องกับกรอบการเรียนรู้ขององค์การเพื่อความร่วมมือทางเศรษฐกิจและการพัฒนา (The Organisation for Economic Co-operation and Development) กรอบการเรียนรู้นี้ถูกสร้างขึ้นโดยความร่วมมือของหลายภาคส่วนเพื่อโครงการการศึกษาในปี 2030 ของ OECD โดยมีเข็มทิศการเรียนรู้ (Learning Compass) ทำให้เห็นว่าคนวัยหนุ่มสาวสามารถนำทางชีวิตและโลกแบบใด แนวคิดของสมรรถนะ (Competency) บอกว่าการได้มาซึ่งความรู้ (Knowledge) และทักษะ(Skills) เกี่ยวกับการขับเคลื่อนความรู้ (Knowledge), ทักษะ(Skills), ทัศนคิ(Attitudes) และ ค่านิยม(Values) เพื่อตอบสนองความต้องการที่ซับซ้อน โครงการการศึกษาในปี 2030 ของ OECD ได้บ่งชี้ 3 ประเภทของสมรรถนะ (Transformative Competencies) ได้แก่ 1) การสร้างค่านิยมใหม่ (Creating New Value) 2) การจัดการความตึงเครียดและความขัดแย้ง (Reconciling Tensions and Dilemmas) และ 3) การรับผิดชอบให้ดำเนินการภายใต้ความถูกต้องดีงาม (Taking Responsibility) สมรรถนะเหล่านี้เป็นเรื่องซับซ้อน โดยแต่ละสมรรถนะเกี่ยวข้องซึ่งกันและกันอย่างซับซ้อนดังนั้นกรอบการเรียนรู้ของ OECD ในปี 2030 สรุปแนวคิดที่ซับซ้อน คือ การขับเคลื่อนความรู้ (Knowledge), ทักษะ(Skills), ทัศนคติ(Attitudes) และ ค่านิยม (Values) ผ่านกระบวนการของการสะท้อน (Reflection) , ความคาดหวัง(Anticipation) และ การลงมือปฏิบัติ (Action) เพื่อพัฒนาสมรรถนะที่จำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่ เมื่อพิจารณาความเชื่อมโยงกับข้อเสนอการเรียนรู้ที่ตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในอนาคตในปี 2040 (สำนักเลขาธิการสภาการศึกษา, 2564) ได้นำเสนอความคิดสร้างสรรค์ในการออกแบบการเรียนรู้ใหม่ ระบบการศึกษาไทยเป็นผู้นำในการเปลี่ยนแปลงผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์สังคม และเศรษฐกิจใหม่ที่พึงประสงค์ การสร้างระบบการเรียนรู้ที่พึงประสงค์ในการตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกอนาคตในปี 2040 เพื่อให้เกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์สำหรับผู้เรียนในการเป็นพลเมืองโลกที่ตอบโจทย์การเปลี่ยนแปลงของโลกยุคใหม่ แม้คำว่า “ระบบนิเวศการเรียนรู้” จะยังไม่เป็นที่รู้จักในวงกว้าง แต่หลักการและแนวคิดการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้ สอดแทรกอยู่ในระบบการศึกษาและมีการดำเนินการมาโดยตลอด เพียงแต่ไม่มีการใช้คำนี้โดยตรง รัฐบาลเองก็ตระหนักถึงความสำคัญในเรื่อง “ระบบนิเวศการเรียนรู้” เช่นกัน และได้กำหนดเรื่อขระบบนิเวศการเรียนรู้ไว้ในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) ซึ่งเป็นนโยบายระดับชาติที่กำหนดทิศทางการพัฒนาประเทศ โดยใช้ข้อความว่า “ระบบนิเวศที่เอื้อต่อการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ ในทุกมิติไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วที่ขับเคลื่อนโดยภูมิปัญญาและนวัตกรรมในอีก 20 ปีข้างหน้า

จากข้อมูลรายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษาปีการศึกษา 2565 โดยความเห็นชอบของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานได้กำหนดแนวทางการพัฒนาให้ได้มาตรฐานที่สูงขึ้น ได้แก่ 1) การบริหารจัดการโดยเน้นการมีส่วนร่วมกับทุกภาคส่วนในการพัฒนาโรงเรียนสู่โรงเรียน แห่งคุณภาพ 2) พัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามสมรรถนะของหลักสูตรเน้นงานอาชีพตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 3) นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ 4) จัดกิจกรรมเสริมหลักสูตรอย่างต่อเนื่องและหลากหลาย เพิ่มโอกาสและประสบการณ์การเรียนรู้ให้ผู้เรียน ได้ปฏิบัติจริง เรียนรู้จากสื่อและภูมิปัญญาท้องถิ่นตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง 5) จัดทำระบบสารสนเทศแหล่งเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นให้ครอบคลุมทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้เพื่อประโยชน์ต่อการนำมาใช้ในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน และ 6) ส่งเสริมให้ครูจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) เน้นกระบวนการคิด การลงมือปฏิบัติจริงและมีส่วนร่วมในการจัดบรรยากาศและสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้ (โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์), 2565)

ผู้วิจัยในฐานะผู้อำนวยการโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) จึงสนใจพัฒนารูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยดำเนินการวิจัยและพัฒนาในปีการศึกษา 2566 - 2567 เพื่อพัฒนากระบวนการบริหารแบบมีส่วนร่วมระหว่างสถานศึกษา ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งจะส่งผลให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้เพื่อเป็นพื้นฐานคุณลักษณะอันพึงประสงค์ที่จะติดตัวผู้เรียนไปในอนาคต อันจะส่งผลให้เกิดการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการศึกษาโดยภาพรวมของโรงเรียนให้สูงขึ้นและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาข้อมูลพื้นฐานของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
2. เพื่อสร้างรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
3. เพื่อศึกษาผลการใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
4. เพื่อประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้มีขั้นตอนการวิจัย 4 ขั้นตอน โดยกำหนดขอบเขตของการวิจัย ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาข้อมูลพื้นฐานของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) คณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ผู้ปกครองนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ผู้ทรงคุณวุฒิในการพัฒนารูปแบบ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง, แบบสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการแก้ไขปัญหาการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ในโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
2. ศึกษาการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1
3. ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์)

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยการศึกษาการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ในโรงเรียนของโรงเรียนต้นแบบ

4. ศึกษาองค์ประกอบของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ

ขั้นตอนที่ 2 สร้างรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจสอบรูปแบบฯ จำนวน 5 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินความเมหาะสมของรูปแบบและคู่มือการใช้รูปแบบฯ

การเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1. ยกร่างรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ผู้วิจัยนำข้อมูลจากการศึกษาในขั้นตอนที่ 1 มายกร่างรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการ
ใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 พร้อมจัดทำคู่มือการใช้รูปแบบฯ

2. ตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาผลการใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้าน แม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

1. ขอบเขตเนื้อหา คือ ศึกษาผลการใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 - 2567

2. ขอบเขตด้านแหล่งข้อมูล

กลุ่มผู้ให้ข้อมูล ได้มาโดยการคัดเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling) ประกอบด้วย
นักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ปีการศึกษา 2566 จำนวน 96 คน และ
ปีการศึกษา 2567 จำนวน 93 คน

3. ตัวแปรที่ศึกษา คือ

3.1 ผลการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน

3.1.1 ด้านการกล้าคิด ริเริ่มสร้างสรรค์ มีผลการประเมินระดับดีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 90

3.1.2 ด้านการแสวงหาความรู้ มีผลการประเมินระดับดีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 90

3.1.3 ด้านการตั้งใจเรียน มีผลการประเมินระดับดี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 90

3.1.4 ด้านมีความรับผิดชอบ มีผลการประเมินระดับดีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 90

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้

4. ขอบเขตด้านระยะเวลา ระยะเวลาที่ใช้ในการวิจัย คือ ปีการศึกษา 2566 – 2567

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้านใฝ่เรียนรู้

ขั้นตอนที่ 4 ประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

ประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยใช้รูปแบบการประเมิน ได้แก่

1. ประเมินความเป็นไปได้
2. ประเมินความเป็นประโยชน์
3. ประเมินความพึงพอใจ

แหล่งข้อมูล

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 – 6 โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ปีการศึกษา 2566 จำนวน 96 คน ปีการศึกษา 2567 จำนวน 93 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่ แบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. แบบประเมินคุฯลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้านใฝ่เรียนรู้

ตารางที่ 1 โครงสร้างแบบประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์)

เนื้อหาหลัก	เนื้อหาย่อย	ลักษณะเครื่องมือ	จำนวน (ข้อ)
ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป	เพศ /อายุ / ระดับชั้น	แบบปลายเปิด	3
ตอนที 2 แบบประเมิน คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน	คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน	แบบประเมินค่ามาตราส่วน(rating scale)	16
ตอนที่ 3 ประเด็นอื่นๆ		แบบสอบถามปลายเปิด	1

2. แบบประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ในประเด็นต่อไปนี้

2.1 ประเมินความเป็นไปได้

2.2 ประเมินความเป็นประโยชน์

2.3 ประเมินความพึงพอใจ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยนำรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ไปใช้จริงในปีการศึกษา 2566 - 2567 โดยมีขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. ผู้วิจัย ครู และผู้เกี่ยวข้องของโรงเรียนร่วมประชุมวางแผนพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโดยใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1

2. ชี้แจงและสร้างความเข้าใจร่วมกันในการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 และ วางแผนการดำเนินงานตามคู่มือการใช้รูปแบบฯ

3. ดำเนินการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้านใฝ่เรียนรู้ตามกระบวนการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม 5 ขั้นตอน ดังนี้

3.1 ขั้นวิเคราะห์ปัญหา (Analysis)

3.2 ขั้นวางแผน (Plan)

3.3 ขั้นดำเนินการ (Action)

3.4 ขั้นสังเกตผลและประเมินผล (Observe and Evaluation)

3.5 ขั้นชื่นชมและสะท้อนผล (Reflection)

4. เก็บรวบรวมข้อมูล และสรุปผลตามวัตถุประสงค์ของรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยผู้วิจัย เก็บรวบรวมข้อมูล 2 รอบปีการศึกษา ได้แก่ รอบที่ 1 ปีการศึกษา 2566 ดำเนินการช่วงเดือนมีนาคม 2566 และรอบที่ 2 ปีการศึกษา 2567 ดำเนินการช่วงเดือนมกราคม 2568

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้านใฝ่เรียนรู้ปีการศึกษา 2566 – 2567 วิเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหาและสรุปผลการดำเนินงาน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน สามารถสรุปผลการวิจัยได้ว่า

1.1 ผลการศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหาการบริหารจัดการระบบนิเวศการเรียนรู้ในโรงเรียน พบว่า การวางแผนเชิงระบบยังไม่ชัดเจน โดยปัญหานี้สะท้อนว่าผู้บริหารยังขาดการกำหนดทิศทางและเป้าหมายการพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม ส่งผลให้ครูไม่สามารถวางแผนการจัดการเรียนรู้สอดคล้องกับนโยบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดความไม่ต่อเนื่องในการดำเนินงานและขาดความเชื่อมโยงระหว่างโครงการต่าง ๆ ตลอดจน ทรัพยากรและสื่อการเรียนรู้ไม่เพียงพอ โดยการขาดแคลนสื่อ เทคโนโลยี และพื้นที่เรียนรู้นำไปสู่การจำกัดรูปแบบการจัดการเรียนรู้ ครูไม่สามารถเลือกใช้สื่อหรือวิธีการสอนที่หลากหลายได้ อีกทั้งยังเป็นอุปสรรคต่อการพัฒนาทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 ของผู้เรียน นอกจากนี้ยังพบว่า ภาระงานเอกสารและงานตามนโยบายจำนวนมากทำให้ครูมีเวลาน้อยในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่มีคุณภาพ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพการสอน

1.2 ผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโดยใช้หลักการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ การวิเคราะห์และวางแผน การปฏิบัติการติดตามและสังเกตผล และการสะท้อนผล และเงื่อนไขความสำเร็จ คือ การให้อิสระและความคล่องตัวในการบริหารจัดการของโรงเรียน กำหนดเป้าหมายและแนวทางไว้ชัดเจน การมีภาวะผู้นำที่มีความรู้ความสามารถและวิสัยทัศน์ของผู้บริหาร และการมีส่วนร่วม มีความรับผิดชอบ การเอาจริงเอาจัง ตั้งใจทำงานของครู คณะทำงาน และชุมชน

1.3 ผลการศึกษาการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของโรงเรียนต้นแบบ พบว่า การบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมทำให้ผู้เรียนได้รับความรู้ ฝึกปฏิบัติและสร้างความรู้ด้วยตนเอง โดยใช้การบริหารแบบมีส่วนร่วม ของโรงเรียน ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและกระบวนการบริหาร PDCA นำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาเป็นแหล่งเรียนรู้ในชุมชน และส่งเสริมการจัดการเรียนการสอนโดยใช้แหล่งเรียนรู้ในโรงเรียนและ การใช้เทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้นำการปฏิบัติและมีกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ชัดเจน ต่อเนื่องและไปในทิศทางเดียวกัน

1.4 ผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ พบว่า การพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของผู้เรียน โดยการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมต้องสร้างความสัมพันธ์กับเครือข่ายของกลุ่มผู้มีส่วนร่วมให้เห็นถึงความสำคัญและประโยชน์ของการมีส่วนร่วมตามบทบาทอย่างแท้จริง ดำเนินกิจกรรมควรระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ชัดเจน และผู้บริหารมีภาวะผู้นำสูง กล้าคิดกล้าตัดสินใจ

2. ผลการสร้างรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 สามารถสรุปผลการวิจัย ได้ดังนี้

2.1 รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 มีองค์ประกอบสำคัญ 5 องค์ประกอบ ได้แก่

2.1.1 หลักการ เป็นการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้โดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมของสถานศึกษา ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของผู้เรียน

2.1.2 จุดมุ่งหมาย ได้แก่ เพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน

2.1.3 กระบวนการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม ได้แก่ 1) ขั้นการกำหนดวิธีการจัดการเรียนรู้ 2) การออกแบบหลักสูตรและกิจกรรม 3) การบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ 4) การใช้เทคโนโลยีมาจัดการเรียนรู้ 5) การสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการเรียนรู้

2.1.4 การวัดและประเมินผล ได้แก่ ประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน

2.1.5 เงื่อนไขความสำเร็จ

2.1.5.1 ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำ มีความสามารถ มีวิสัยทัศน์ และมีการบริหารงานแบบมีส่วนร่วม

2.1.5.2 โรงเรียนใช้แนวทางการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วมมากำหนด วัตถุประสงค์ เป้าหมาย และวิธีการดำเนินงานที่ชัดเจน

2.1.5.3 โรงเรียนมีการสร้างความสัมพันธ์กับภาคเครือข่ายความร่วมมือ ชุมชน และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ

2.2 รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด และคู่มือการใช้รูปแบบฯ โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด

3. ผลการใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

3.1 ผลการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนด้านการใฝ่เรียนรู้ ปี 2566 และ 2567 พบว่า

3.1.1 ผลการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนปีการศึกษา 2566 พบว่า ผลการประเมินนักเรียนคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.34, S.D.= 0.73)

3.1.2 ผลการประเมินคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนปีการศึกษา 2567 พบว่า ผลการประเมินนักเรียนคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.63, S.D.= 0.48)

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ในโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ปีการศึกษา 2566 และปีการศึกษา 2567 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนต่อกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาคุณลักษณะ อันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ในโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ปีการศึกษา 2566 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.36, S.D. = 0.53) และปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = 0.51) โดยพบว่า ผลการประเมินโดยรวมปีการศึกษา 2567 สูงกว่าปีการศึกษา 2566

4. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 สามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

4.1 ประเด็นด้านความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = 0.63) และปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = 0.48) โดยพบว่า ผลการประเมินโดยรวมปีการศึกษา 2567 สูงกว่าปีการศึกษา 2566

4.2 ด้านความเป็นประโยชน์ ผลการประเมินพบว่า ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 ประเด็นด้านความเป็นประโยชน์ได้โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = 0.65) และปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.65, S.D. = 0.50) โดยพบว่า ผลการประเมินโดยรวมปีการศึกษา 2567 สูงกว่าปีการศึกษา 2566

4.3 ด้านความพึงพอใจ พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน ดังตาราง 1

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ

รายการ	ปีการศึกษา 2566			ปีการศึกษา 2567		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1.ด้านการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม						
1.1 ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ครู ผู้ปกครอง และชุมชนมีส่วนร่วมในการวางแผนกิจกรรมการเรียนรู้	4.53	0.52	มากที่สุด	4.64	0.49	มากที่สุด
1.2 การสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้ระหว่างโรงเรียนกับผู้เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างชัดเจนแลโปร่งใส	4.44	0.55	มากที่สุด	4.65	0.49	มากที่สุด
1.3 ผู้เกี่ยวข้องได้รับข้อมูลและสามารถเสนอความคิดเห็นในการพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้	4.36	0.57	มากที่สุด	4.58	0.55	มากที่สุด
1.4 มีการประชุม/ระดมความคิดเห็นอย่างต่อเนื่องเพื่อนำไปสู่การพัฒนาการเรียนรู้อย่างมีประสิทธิภาพ	4.39	0.55	มาก	4.56	0.50	มากที่สุด
1.5 การตัดสินใจเชิงนโยบายเกี่ยวกับการส่งเสริมการใฝ่เรียนรู้มีความเป็นประชาธิปไตยและเกิดจากการมีส่วนร่วม	4.43	0.54	มาก	4.60	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.42**	**0.55**	**มาก**	**4.61**	**0.51**	**มากที่สุด**
2. ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ และสื่อการเรียนรู้ (ระบบนิเวศการเรียนรู้)						
2.1 สภาพแวดล้อมในโรงเรียนเอื้อต่อการเรียนรู้อย่างสร้างสรรค์และกระตุ้นความใฝ่รู้ของนักเรียน	4.43	0.54	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
2.2 ห้องเรียนมีสื่อหรือแหล่งเรียนรู้ที่เพียงพอและเหมาะสมกับการเรียนรู้แบบกระตือรือร้น	4.53	0.52	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
2.3 โรงเรียนจัดให้มีพื้นที่หรือกิจกรรมที่นักเรียนสามารถเรียนรู้นอกห้องเรียนได้อย่างหลากหลาย	4.48	0.30	มาก	4.55	0.50	มาก
2.4 บรรยากาศการเรียนรู้โดยรวมส่งเสริมให้นักเรียนตั้งคำถามคิดวิเคราะห์ และค้นคว้าด้วยตนเอง	4.42	0.51	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
2.5 มีการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้สนับสนุนการเรียนรู้ของนักเรียนอย่างมีประสิทธิภาพ	4.51	0.51	มาก	4.63	0.48	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.47**	**0.48**	**มาก**	**4.57**	**0.50**	**มากที่สุด**
3. ด้านความร่วมมือระหว่างโรงเรียน–ครู–ผู้ปกครอง–ชุมชน						
3.1 โรงเรียนมีความร่วมมือกับผู้ปกครองในการติดตามและส่งเสริมความใฝ่เรียนรู้ของกเรียน	4.42	0.51	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
3.2 ชุมชนมีส่วนร่วมในการเป็นแหล่งเรียนรู้เพื่อพัฒนาประสบการณ์ของนักเรียน	4.51	0.51	มาก	4.63	0.48	มากที่สุด
3.3 ครูและผู้เกี่ยวข้องมีการแลกเปลี่ยนอมูลเกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพการเรียนรู้ของกเรียนอย่างสม่ำเสมอ	4.43	0.55	มาก	4.61	0.50	มากที่สุด
3.4 มีการร่วมกันจัดกิจกรรมส่งเสริมการรียนรู้ เช่น ค่ายวิชาการ กิจกรรมสร้างนวัตกรรม หรืองานชุมชน	4.42	0.51	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
3.5 ผู้ปกครองรู้สึกว่าตนเองมีส่วนสำคัญในการพัฒนาคุณลักษณะด้านการใฝ่รู้ของบุตรหลาน	4.39	0.55	มาก	4.58	0.55	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.43**	**0.53**	**มาก**	**4.58**	**0.51**	**มากที่สุด**

ตารางที่ 2 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ฯ (ต่อ)

รายการ	ปีการศึกษา 2566			ปีการศึกษา 2567		
	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
4. ด้านการจัดการเรียนรู้ของครู						
4.1 ครูออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่ลากหลายและเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติจริง	4.43	0.55	มาก	4.61	0.50	มากที่สุด
4.2 ครูส่งเสริมให้นักเรียนตั้งคำถาม ค้นคว้าและแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง	4.42	0.51	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
4.3 ครูใช้สื่อ เทคโนโลยี และนวัตกรรมการสอนที่ช่วยกระตุ้นความสนใจของผู้เรียน	4.43	0.54	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
4.4 ครูให้คำแนะนำและข้อเสนอแนะเพื่อให้นักเรียนพัฒนาตนเองต่อเนื่อง	4.44	0.55	มาก	4.60	0.50	มากที่สุด
4.5 การจัดการเรียนรู้มีความยืดหยุ่นและตอบสนองความแตกต่างระหว่างบุคคลของนักเรียน	4.62	0.51	มากที่สุด	4.71	0.45	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.46**	**0.54**	**มาก**	**4.60**	**0.49**	**มากที่สุด**
5. ด้านผลลัพธ์/คุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน						
5.1 นักเรียนมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และสนใจค้นคว้าหาความรู้เพิ่มเติม	4.44	0.55	มาก	4.71	0.45	มากที่สุด
5.2 นักเรียนสามารถตั้งเป้าหมายการเรียนรู้ของตนเองและติดตามผลการเรียนรู้ได้	4.43	0.54	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
5.3 นักเรียนแสดงพฤติกรรมการเรียนรู้อย่างต่อเนื่องทั้งในและนอกห้องเรียน	4.53	0.52	มากที่สุด	4.60	0.50	มากที่สุด
5.4 นักเรียนสามารถใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีในการแสวงหาความรู้ได้อย่างเหมาะสม	4.43	0.55	มาก	4.61	0.50	มากที่สุด
5.5 นักเรียนมีทักษะการคิดวิเคราะห์และแก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์จากการเรียนรู้อย่างใฝ่รู้	4.42	0.51	มาก	4.55	0.50	มากที่สุด
เฉลี่ย	**4.45**	**0.53**	**มาก**	**4.60**	**0.49**	**มากที่สุด**
รวมเฉลี่ย	**4.45**	**0.53**	**มาก**	**4.60**	**0.49**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.53) และปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.53) โดยพบว่า ผลการประเมินโดยรวมปีการศึกษา 2567 สูงกว่าปีการศึกษา 2566

อภิปรายผล

1. จากการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน พบว่า การพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนควรกำหนดนโยบายการพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ และส่งเสริมการจัดกิจกรรมที่มุ่งพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ โดยใช้การบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม

และกระบวนการวิจัยปฏิบัติการ กำหนดวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และกิจกรรมที่ชัดเจน มีกระบวนการบริหารจัดการอย่างเป็นระบบ ต่อเนื่อง และไปในทิศทางเดียวกัน ส่งเสริมการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) พัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทของโรงเรียนและชุมชน พัฒนาแหล่งเรียนรู้โดยนำภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ามาเป็นแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียน ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีมาจัดการเรียนการสอนและการประสานความร่วมมือของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และเครือข่ายการศึกษามาร่วมในการพัฒนาผู้เรียน โดยผู้บริหารต้องเป็นผู้นำการปฏิบัติ มีภาวะผู้นำสูง กล้าคิดกล้าตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ (สมศรี เณรจาที และวัชรี ชูชาติ, 2560) ที่กล่าวว่า รูปแบบการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้มีคุณลักษณะพึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21 ควรประกอบด้วย การวางระบบการบริหารและพัฒนาองค์กรอย่างมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน การพัฒนาหลักสูตรและกระบวนการเรียนรู้โดยมีวิจัยเป็นฐาน การบริหารจัดการทรัพยากรและงบประมาณอย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีสมรรถนะทางเทคโนโลยีและการสื่อสาร และการพัฒนาระบบข้อมูลและสารสนเทศเพื่อบริหารจัดการทรัพยากรและงบประมาณ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วุฒิชัย ไกรวิเศษที่สรุปได้ว่า การบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดนวัตกรพลิกผันเป็นมุมมองการบริหารโรงเรียนเชิงนิเวศวิทยาที่ผู้บริหารต้องความสำคัญกับ 1) การบริหารองค์ประกอบปรัชญาองค์กร ประกอบด้วย การสร้างวัฒนธรรมองค์กร การใช้ภาวะผู้นำร่วม และการสร้างความผูกพันต่อองค์กร 2) การบริหารองค์ประกอบสิ่งมีชีวิต ประกอบด้วย การจัดการผู้เรียนการพัฒนาครู และการพัฒนาผู้บริหารโรงเรียน และ 3) การบริหารองค์ประกอบสิ่งไม่มีชีวิตประกอบด้วย การพัฒนาหลักสูตร การสนับสนุนทรัพยากรการเรียนรู้ และการจัดวางโครงสร้างองค์กร ทั้งนี้เพื่อให้เกิดระบบนิเวศการเรียนรู้ที่เอื้อให้ต่อการบริหารโรงเรียนเพื่อผลลัพธ์ที่คาดหวังคือการสร้างผู้เรียนให้มีสมรรถนะนวัตกรพลิกผัน เป็นการสร้าง DNA ของโรงเรียนเชิงนิเวศวิทยาเพื่อตอบสนองนิเวศวิทยาการเรียนรู้ใหม่ (New learning Ecology) เพื่อเป็นพลังขับเคลื่อนแบบรวม (Collective power) สู่ความสามารถด้านนวัตกรรมของโรงเรียน (วุฒิชัย ไกรวิเศษ, 2566)

2. รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 มีองค์ประกอบสำคัญ 5 องค์ประกอบ ได้แก่ หลักการ จุดมุ่งหมายกระบวนการ การวัดและประเมินผล และเงื่อนไขความสำเร็จ โดยใช้แนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วม มี 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นกำหนดวิธีการจัดการเรียนรู้ ขั้นออกแบบหลักสูตรและกิจกรรม ขั้นบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ ขั้นการนำเทคโนโลยีมาใช้จัดการเรียนรู้ ขั้นสร้างความร่วมมือกับเครือข่ายการเรียนรู้ โดยรวมมีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะมีขั้นตอนการสร้างรูปแบบที่มีกระบวนการที่ชัดเจน มีการตรวจสอบคุณภาพของรูปแบบก่อนนำไปทดลองใช้จริงกับกลุ่มเป้าหมาย เช่นเดียวกับโสภนา สุดสมบูรณ์ ได้วิจัยและพัฒนาเรื่อง แนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ชายแดนทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ชายแดนทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ตามการรับรู้ของครูภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก 2) แนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ชายแดน พบว่า ควรดำเนินการดังนี้ 1) จัดทำหลักสูตรและกิจกรรมการเรียนรู้ที่หลากหลายและเท่าทันกับการเปลี่ยนแปลง 2) กำหนดเนื้อหาสาระและกิจกรรมการเรียนรู้ให้สอดคล้องกัน 3) กำหนดเป้าหมายและเลือกรูปแบบวิธีการเรียนรู้ที่เหมาะสม 4) สร้างแพลตฟอร์มโดยใช้เทคโนโลยีรูปแบบที่หลากหลาย 5) สนับสนุนทรัพยากรการศึกษาต่างๆ อย่างเพียงพอและเหมาะสม และ 6) กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายการดำเนินงานการจัดการเรียนรู้ให้ชัดเจนโดยเน้นการนำการบริหารแบบมีส่วนร่วม องค์ความรู้สามารถนำไปกำหนดเป็นแนวทางในการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้โดยเฉพาะอย่างอย่ิงการจัดทำหลักสูตร การกำหดเนื้อหา วิธีการเรียนรู้ การนำเทคโนโลยีมาใช้ และการสนับสนุนทรัพยากรทางการศึกษาที่เหมาะสมกับสถานศึกษาที่อยู่ห่างไกลเพื่อให้ผู้เรียน

ได้รับการพัฒนาคุณภาพอย่างเท่าเทียม (โสภนา สุดสมบูรณ์, 2565) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับกับผลการวิจัยของนุชา สระสม พบว่า กระบวนการบริหารแบบมีส่วนร่วมของโรงเรียนวัด สังกัดกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การศึกษาปัญหาและการตัดสินใจ การวางแผนการดำเนินงาน การปฏิบัติและดำเนินการ การได้รับประโยชน์ร่วมกันและการติดตามและประเมินผล (นุชา สระสม, 2560)

3. ผลการใช้รูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 พบว่า

3.1 ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ในปีการศึกษา 2566 อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.34, S.D.= 0.73) และในปีการศึกษา 2567 อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.63, S.D.= 0.48) ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบแล้วพบว่า ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ที่พัฒนาขึ้น ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะสถานศึกษาได้ศึกษาปัญหาและแนวทางแก้ไขปัญหา พร้อมทั้งพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้ในโรงเรียนให้มีความพร้อมทั้ง 5 ด้าน เพื่อเสริมสร้างให้ผู้เรียนมีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ โดยส่งเสริมให้ครูออกแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) มีการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาให้สอดคล้องกับบริบทของชุมชน พัฒนาแหล่งเรียนรู้ในโรงเรียนให้มีความพร้อมในการใช้งานสำหรับการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียน นำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และภาคีเครือข่าย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพรรัตน์ จันทร์คำ ได้วิจัยและพัฒนาเรื่อง การพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพการจัดระบบนิเวศการเรียนรู้และแนวทางการพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงสำรวจและการวิจัยเชิงคุณภาพ ประชากรคือ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน ปีการศึกษา 2565 จำนวน 63 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมี 2 ชนิด คือ 1) แบบสอบถาม 2) แบบสัมภาษณ์วิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า การจัดระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพของโรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน โดยรวม อยู่ในระดับมากแนวทางการพัฒนา คือ ด้านการจัดการเรียนรู้ควรพัฒนาครูและบุคลากรโดยศึกษาดูงานจากโรงเรียนหรือบุคคลที่มีผลงานเป็นที่ประจักษ์ (Best Practice) ด้านการจัดทำหลักสูตรควรปรับหลักสูตรสถานศึกษาโดยบูรณาการเนื้อหาสาระและการส่งเสริมทักษะอาชีพให้มีความยืดหยุ่นและตรงกับความสนใจของผู้เรียน ด้านทรัพยากรควรวางแผนด้านงบประมาณในการจัดซื้อ วัสดุ อุปกรณ์ ด้านยุทธศาสตร์การดำเนินงานควรดำเนินการด้วยกระบวนการ PDCA ด้านการใช้เทคโนโลยี ผู้บริหารควรมีนโยบายที่ชัดเจนในการนำ E - learning มาจัดทำบทเรียนสำเร็จรูป เพื่อนำมาใช้ในฐานการเรียนรู้ ด้านความร่วมมือของเครือข่าย คือ ควรขอความอนุเคราะห์ผู้มีความรู้ด้านทักษะอาชีพในท้องถิ่นเข้ามาจัดการเรียนการสอนในฐานการเรียนรู้ (พรรัตน์ จันทร์คำ, 2566)

3.2 ผลการประเมินความพึงพอใจของนักเรียนกิจกรรมการเรียนรู้ที่พัฒนาคุณลักษณะ อันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ในโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) ปีการศึกษา 2566 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.36, S.D. = 0.53) และในปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะโรงเรียนได้มีการจัดหาวิทยากรภูมิปัญญาท้องถิ่นมาให้ความรู้ มีการลงมือปฏิบัติจริงและเกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งเป็นไปตามแนวปฏิบัติในการใช้แหล่งการเรียนรู้ในการจัดการเรียนการสอนของสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา และ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้ให้แนวปฏิบัติคือ สถานศึกษากำหนดนโยบายและมาตรการให้ครูผู้สอนใช้สื่อและแหล่งเรียนรู้ในการสอน (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2546) โดยให้ครูผู้สอนวางแผนการสอน ออกแบบกิจกรรมการสอนให้ผู้เรียนได้ใช้แหล่งเรียนรู้กำหนดรายการสื่อแหล่งเรียนรู้ที่ใช้นำผู้เรียนไปใช้แหล่งเรียนรู้ ประเมินผลการใช้แหล่งเรียนรู้ และรายงานผลการใช้ (สำนักงานคณะกรรมการ

การศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2554) ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของนุชา สระสม ศึกษาพบว่าผลของการมีส่วนร่วมในการบริหารแบบ “บ้าน วัด โรงเรียน” ของโรงเรียนวัด สังกัดกรุงเทพมหานครทำให้นักเรียนมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์อยู่ในระดับดีมากและด้านการจัดการศึกษาและการพัฒนาบุคลากรอยู่ในระดับดีเยี่ยม (นุชา สระสม, 2560)

4. ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 พบว่า

4.1 ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 ประเด็นด้านความเป็นไปได้โดยรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของบุณยาพร สารมะโน ได้วิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประเมินตามสภาพจริงที่มีผลต่อความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 ผลการวิจัยพบว่า รูปแบบฯ พบว่า มีประสิทธิภาพอยู่ในระดับมาก (บุณยาพร สารมะโน, 2559)

4.2 ผลการประเมินรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 ประเด็นด้านความเป็นประโยชน์ได้โดยรวมอยู่ในระดับมากสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรัตน์ ทิพยจันทร์ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการประเมินผลการปฏิบัติงานของอาจารย์สถาบันราชภัฏพบว่า รูปแบบการปฏิบัติงาน 2 องค์ประกอบ คือ ผลสัมฤทธิ์ของงานและพฤติกรรมการปฏิบัติงานที่พัฒนาขึ้นมีความเป็นไปได้ที่จะนำไปใช้ในสถานการณ์จริง มีความถูกต้องกับความเป็นจริงและเหมาะสม (อมรัตน์ ทิพยจันทร์, 2547)สอดคล้องกับนโยบายด้านการประเมินของราชภัฏและมีความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมาก และยังสอดคล้องกับอนุวัฒน์ สุวรรณมาตย์ ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารงานวัดและประเมินผลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา ผลการวิจัยพบว่า การประเมินผลรูปแบบการบริหารงานวัดและประเมินผลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นไปได้ ความเหมาะสม และความเป็นประโยชน์ พบว่า โดยภาพรวมมีความเป็นไปได้อยู่ในระดับมาก และความเหมาะสม ความเป็นประโยชน์อยู่ในระดับมากที่สุด (อนุวัฒน์ สุวรรณมาต, 2559)

4.3 ผลการประเมินความพึงพอใจของผู้เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานตามรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมเพื่อพัฒนาคุณลักษณะอันพึงประสงค์ด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียนโรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์) สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่ เขต 1 ปีการศึกษา 2566 พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก และปีการศึกษา 2567 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับผลการวิจัยของวุฒิไกร คำแฝงศึกษาพบว่า หัวหน้าแหล่งเรียนรู้ ผู้บริหารสถานศึกษา ครูและตัวแทนนักเรียนของโรงเรียนมีความพึงพอใจต่อการดำเนินงานแบบมีส่วนร่วมอยู่ในระดับมากที่สุด (วุฒิไกร คำแฝง, 2557)

สรุปและข้อเสนอแนะ

การนำรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ตามแนวคิดการบริหารจัดการแบบมีส่วนร่วมไปใช้ให้เกิดประสิทธิผลนั้น ควรเริ่มจากการสร้างความเข้าใจร่วมกันในหมู่ครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา พร้อมทั้งส่งเสริมการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน ได้แก่ คณะกรรมการสถานศึกษา ชุมชน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ผู้ปกครอง และนักเรียน ในการวางแผน ออกแบบกิจกรรม และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ โรงเรียนควรพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลที่

ชัดเจน เพื่อนำข้อมูลมาปรับปรุงการดำเนินงานให้เหมาะสมกับสภาพจริง และผู้บริหารควรใช้ผลการวิจัยเป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายและแผนปฏิบัติการ โดยบูรณาการหลักการบริหารแบบมีส่วนร่วมในทุกกระบวนการ เพื่อสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้อย่างยั่งยืนสำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังโรงเรียนที่มีบริบทแตกต่างกัน เพื่อเปรียบเทียบประสิทธิผลของรูปแบบในสภาพแวดล้อมที่หลากหลาย รวมทั้งศึกษาผลในระยะยาวเพื่อประเมินความยั่งยืนของคุณลักษณะการใฝ่เรียนรู้และวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมในโรงเรียน ตลอดจนพิจารณาปัจจัยอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ภาวะผู้นำทางการศึกษา ทัศนคติของผู้ปกครอง วัฒนธรรมองค์กร และการใช้เทคโนโลยี เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ครอบคลุมและสามารถพัฒนารูปแบบได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น และข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ คือสถานศึกษาควรนำรูปแบบการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้ให้สอดคล้องกับบริบทของตนเองโดยปรับองค์ประกอบของรูปแบบให้เหมาะสมกับขนาดโรงเรียน ทรัพยากรที่มีอยู่ และลักษณะของผู้เรียน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการพัฒนาคุณลักษณะด้านการใฝ่เรียนรู้ของนักเรียน และสถานศึกษาควรกำหนดระบบการติดตามและประเมินผลอย่างต่อเนื่องเพื่อสะท้อนผลการดำเนินงาน ปรับปรุงและพัฒนารูปแบบการบริหารให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการศึกษา

เอกสารอ้างอิง

ณัฐนันท์ วิจิตรอักษร และนครินทร์ อมเรศ. (2566). รายงานโครงการ การจัดทำดัชนีชี้วัดภาวะตลาดแรงงานของประเทศไทย. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย.

นุชา สระสม. (2560). การมีส่วนร่วมในการบริหารแบบ “บ้าน วัด โรงเรียน” ของโรงเรียนวัด สังกัด กรุงเทพมหานคร. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

บุณยาพร สารมะโน. (2559). การพัฒนารูปแบบการประเมินตามสภาพจริงที่มีผลต่อความสามารถในการคิดวิเคราะห์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและประเมินผลการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

พรรัตน์ จันทร์คำ. (2566). การพัฒนาระบบนิเวศการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมทักษะอาชีพของ โรงเรียนราชประชานุเคราะห์ 22 จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารนวัตกรรมการจัดการศึกษาและการวิจัย, 5(4), 885-896.

โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์). (2565). รายงานการประเมินตนเองของสถานศึกษา โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์). แพร่: โรงเรียนบ้านแม่ยางร้อง (แม่ยางประชานุเคราะห์).

วุฒิชัย ไกรวิเศษ. (2566). นวัตกรรมการบริหารระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนมัธยมศึกษาตามแนวคิดนวัตกรพลิกผัน. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สมศรี เณรจาที และวัชรี ชูชาติ. (2560). รูปแบบการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้มีคุณลักษณะอันพึงประสงค์ในศตวรรษที่ 21. วารสารบริหารการศึกษา มศว, 14(27), 10-20.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2554). ระบบการกำกับ ติดตามและประเมินผลการดำเนินงานตามจุดเน้นการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการ ศึกษาขั้นพื้นฐาน.

โสภนา สุดสมบูรณ์. (2565). แนวทางการเสริมสร้างระบบนิเวศการเรียนรู้ของโรงเรียนระดับประถมศึกษาในพื้นที่ชายแดนทางภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย. วารสารการจัดการภาครัฐและ เอกชน, 6(2), 251-264.

อนุวัฒน์ สุวรรณมาต. (2559). รูปแบบการบริหารงานวัดและประเมินผลในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัด สำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษา. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยและพัฒนาทางการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

อมรัตน์ ทิพยจันทร์. (2547). ทางเลือกในการประเมิน. พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.

Gütl, C. & Chang, V. (2008). Ecosystem-based Theoretical Models for Learning in Environments of the 21st Century. International Journal of Emerging Technologies in Learning, 3(1), 50-60.

Radjou, N. et al. (2012). Jugaad Innovation: Think Frugal, Be Flexible, Generate Breakthrough Growth. San Francisco: Jossey-Bass.

บทความวิจัย

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ*

MARKETING MIX FACTORS AFFECTING THE DECISION TO USE ARIMASSAGE HEALTH MASSAGE SERVICES

เอริ คิชิ*, ชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, วัชระ ยี่สุ่นเทศ
Ari Kishi*, Chinnaso Visitnitikija, Watchara yeesoontes
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Master of Business Administration, Graduate School Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: g679901803004@kbu.ac.th
*Tel: 083-773-7359

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ 2) ศึกษาการตัดสินใจใช้บริการ 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล และ 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อายุ 31 - 40 ปี ระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท ใช้บริการนวดแผนไทย และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.73 และภาพรวมการตัดสินใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.85 ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ (Beta = 0.603, Sig. = 0.000) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Beta = 0.224, Sig. = 0.001) ด้านกระบวนการ (Beta = 0.216, Sig. = 0.000) และด้านราคา (Beta = 0.126, Sig. = 0.014) ตามลำดับ ผลการวิจัยสะท้อนว่า ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมของร้าน ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ กระบวนการให้บริการ และราคาที่เหมาะสม เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7P, การตัดสินใจใช้บริการ, ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพ, ร้านนวดแผนไทยเพื่อสุขภาพ

Abstract

This research aimed to 1) examine the marketing mix factors of Arimassage Health Massage Services, 2) examine customers' decision to use the services, 3) compare customers' decision to use the services classified by personal information, and 4) examine the marketing mix factors

* Received 14 April 2026; Revised 27 April 2026; Accepted 30 April 2026

affecting customers' decision to use the services. This quantitative research used a questionnaire to collect data from 400 customers of Arimassage Health Massage Services. The sample size was determined using Cochran's formula at a 95 percent confidence level because the exact population size was unknown. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, one - way analysis of variance, and multiple regression analysis. The results revealed that most respondents were male, aged 31–40 years, held a bachelor's degree, worked as private company employees, had an average monthly income of 30,001–40,000 baht, used Thai traditional massage services, and used the services for health promotion. Overall, the marketing mix factors were at a high level, with a mean of 3.73, and the overall decision to use the services was also at a high level, with a mean of 3.85. The hypothesis testing results showed that differences in personal information did not lead to statistically significant differences in customers' decision to use the services. The multiple regression analysis revealed that the factors affecting customers' decision to use the services at the .05 level of statistical significance were physical evidence (Beta = 0.603, Sig. = 0.000), place (Beta = 0.224, Sig. = 0.001), process (Beta = 0.216, Sig. = 0.000), and price (Beta = 0.126, Sig. = 0.014), respectively. The findings indicate that service providers should emphasize the service environment, convenience of access, service processes, and appropriate pricing to encourage customers' decision to use the services.

Keywords: 7P Marketing Mix, Service-Use Decision, Health Massage Business, Thai Traditional Massage Services, Consumer Behavior

บทนำ

การนวดแผนไทยเป็นการให้บริการตามภูมิปัญญาของท้องถิ่นที่มาจากวัฒนธรรมความรู้ ปรัชญาของแต่ละท้องถิ่นจนได้กลายมาเป็นที่นิยมของคน เพราะกระแสตื่นตัวต่อการดูแลรักษาสุขภาพมีความใส่ใจต่อสุขภาพมากขึ้น และได้เล็งเห็นถึงการบรรเทาความเครียดหรืออาการเจ็บปวดโดยที่ไม่ต้องพึ่งยา แต่ใช้วิธีธรรมชาติบำบัดและอบประคบด้วยสมุนไพร หลายคนจึงนิยมไปใช้บริการนวดเพื่อบรรเทาอาการเจ็บปวดหรือผ่อนคลายจากความเมื่อยล้า ซึ่งในการทำงานปัจจุบันมีการแข่งขันตลอดเวลา จึงทำให้คนเกิดความเครียดมากขึ้น ทำให้รูปแบบของการพักผ่อนด้วยการนอนหลับอย่างเดียวอาจไม่เพียงพอต่อการดำเนินชีวิต จึงต้องมีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่เอื้อต่อการดูแลสุขภาพ ดังนั้นการนวดแผนไทยจึงเป็นทางเลือกหนึ่งของการดูแลสุขภาพและการผ่อนคลายที่ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ

ปัจจุบันธุรกิจนวดไทยและธุรกิจบริการเพื่อสุขภาพยังคงมีความสำคัญต่อระบบสุขภาพ เศรษฐกิจบริการและการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย เนื่องจากการนวดไทยเกี่ยวข้องกับภูมิปัญญาท้องถิ่น การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และประสบการณ์ด้านสุขภาพของผู้ใช้บริการ รายงานการสาธารณสุขไทย ด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้าน และการแพทย์ทางเลือก พ.ศ. 2564 - 2567 ระบุประเด็นสำคัญเกี่ยวกับระบบบริการด้านการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก กำลังคนด้านการแพทย์แผนไทย และการพัฒนารูปแบบบริการที่เกี่ยวข้องกับการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก (กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก, 2568) ขณะเดียวกัน Global Wellness Institute รายงานว่า ในปี 2024 ตลาด wellness ของประเทศไทยมีมูลค่า 42.7 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจากปี 2023 และประเทศไทยอยู่ในอันดับที่ 15 ของโลกด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมูลค่าการใช้จ่ายด้าน wellness tourism เพิ่มขึ้นร้อยละ 36.4 ระหว่างปี 2023 - 2024 และมีมูลค่า

ประมาณ 14 พันล้านดอลลาร์สหรัฐ สะท้อนให้เห็นว่าธุรกิจบริการสุขภาพ สปา และการนวดไทยยังมีแนวโน้มเติบโตและมีการแข่งขันสูงอย่างต่อเนื่อง (Global Wellness Institute, 2026)

อย่างไรก็ตาม แม้ธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพจะมีแนวโน้มเติบโต แต่ผู้ใช้บริการในปัจจุบันไม่ได้พิจารณาเพียงคุณภาพของการนวดเท่านั้น หากยังให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านราคา ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร กระบวนการให้บริการ และลักษณะทางกายภาพของสถานบริการร่วมด้วย งานวิจัยที่ผ่านมาเกี่ยวกับธุรกิจนวดหรือสปาส่วนใหญ่มุ่งศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในภาพรวม หรือศึกษาในพื้นที่และกลุ่มผู้ใช้บริการที่แตกต่างกัน จึงยังมีช่องว่างในการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้าร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพโดยเฉพาะ

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P ประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด การพัฒนาคุณภาพบริการ และการเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดของร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยมีรายละเอียดดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 400 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 385 คน และเพิ่มจำนวนเป็น 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนหรือความไม่สมบูรณ์ของแบบสอบถาม (Cochran, W. G., 1977) การเก็บข้อมูลใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยเลือกตัวอย่างแบบสะดวกจากผู้ใช้บริการที่ยินดีตอบแบบสอบถาม

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยส่วนที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสร้างจากแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7P ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ (โสภิตา รัตนสมโชค, 2558)ส่วนที่เกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการสร้างจากแนวคิดกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค ประกอบด้วย การรับรู้ถึงความต้องการ การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจใช้บริการ และพฤติกรรมภายหลังการใช้บริการ (Kotler, P. & Keller, K. L., 2014) แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการนวด และวัตถุประสงค์ในการนวด

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 33 ข้อ และส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำนวน 21 ข้อ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแบบลิเคิร์ท (Likert Scale) แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน และวิเคราะห์ค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective Congruence: IOC) โดยเลือกใช้ข้อคำถามที่มีค่า IOC ตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป ผลการตรวจสอบพบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC ผ่านเกณฑ์ และมีค่า IOC เฉลี่ยเท่ากับ .939 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 คน และวิเคราะห์ค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค โดยใช้เกณฑ์ยอมรับที่ค่ามากกว่า 0.70 ซึ่งผลการทดสอบได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .966

วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ดำเนินการจากการรวบรวมจาก การศึกษาค้นคว้าจากแหล่งต่าง ๆ ทั้งตำรา เอกสาร และผลการศึกษาวิจัยอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการศึกษา เพื่อนำมาใช้เป็นกรอบแนวคิดและแนวทางในการดำเนินการวิจัย และข้อมูลที่ได้มาจากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นลูกค้าที่ใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพ เลือกตัวอย่างจำนวน 400 ราย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลระหว่างเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2568 - เดือนกันยายน พ.ศ. 2568 และการรับกลับคืนมาด้วยตนเอง ดำเนินการตรวจสอบความเรียบร้อย เพื่อให้แน่ใจว่าแบบสอบถามมีความสมบูรณ์ ครบถ้วน และสามารถนำไปวิเคราะห์ข้อมูลต่อได้

การประมวลผลและการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามถูกนำมาประมวลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์โดยการหาอัตราส่วนร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) โปรแกรม Microsoft Excel ซึ่งเป็นโปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับสร้างแผนภูมิวงกลม (Pie Chart) และแผนภูมิแท่ง (Bar Chart) พร้อมคำอธิบายผล และนำผลที่ได้จากแผนภูมิมานำเสนอเพื่อวิเคราะห์ตามลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ จากแบบสอบถาม

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ใช้ทั้งสถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยสถิติเชิงพรรณนาถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง รวมถึงระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและระรับการตัดสินใจใช้บริการของร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ซึ่งประกอบด้วยการคำนวณค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

สำหรับการทดสอบสมมติฐานการวิจัย ได้ใช้สถิติเชิงอนุมานเพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างและความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร โดยสถิติที่ใช้ประกอบด้วยการทดสอบค่าที (t - test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One - way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ทั้งนี้ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณถูกนำมาใช้เพื่ออธิบายอิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ อย่างเป็นระบบ

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลส่วนบุคคล

จากการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดจำนวน 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 31 - 40 ปี มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี มีอาชีพเป็น พนักงานบริษัทเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 30,001 - 40,000 บาท รูปแบบการนวด ใช้บริการนวดแผนไทย และมีวัตถุประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพ

2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 1 แสดงผลปัจจัยปัจจัยการส่วนประสมการตลาดในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านกระบวนการ	3.95	0.81	มาก	1
ด้านบุคคล	3.92	0.87	มาก	2
ด้านลักษณะทางกายภาพ	3.90	0.89	มาก	3
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.68	0.94	มาก	4
ด้านผลิตภัณฑ์	3.62	0.96	มาก	5
ด้านการจัดจำหน่าย	3.54	0.99	มาก	6
ด้านราคา	3.53	1.05	มาก	7
รวม	**3.73**	**0.93**	**มาก**	

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ ด้านกระบวนการ ($\overline{X}$ = 3.95) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\overline{X}$ = 3.92) ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\overline{X}$ = 3.90) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 3.68) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 3.62) ด้านการจัดจำหน่าย ($\overline{X}$ = 3.54) และด้านราคา ($\overline{X}$ = 3.53) ตามลำดับ

3. ข้อมูลเกี่ยวกับการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

ตารางที่ 2 แสดงผลการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ	ลำดับ
ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ	4.25	0.66	มาก	1
ด้านการประเมินทางเลือก	3.89	0.76	มาก	2
ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	3.84	0.79	มาก	3
ด้านการค้นหาข้อมูล	3.80	0.80	มาก	4
ด้านการตัดสินใจซื้อ	3.44	0.90	ปานกลาง	5
รวม	**3.85**	**0.78**	**มาก**	

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จากการศึกษาพบว่า ระดับความสำคัญปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ภาพรวมการตัดสินใจ โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ($\overline{X}$ = 3.85) และเมื่อพิจารณาถึงระดับความสำคัญอยู่ในระดับความสำคัญมาก 4 รายการ ประกอบด้วย ด้านพฤติกรรมภายหลังการซื้อ ($\overline{X}$ = 4.25) ด้านการประเมินทางเลือก ($\overline{X}$ = 3.89) ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ($\overline{X}$ = 3.84) ด้านการค้นหาข้อมูล ($\overline{X}$ = 3.80) อยู่ในระดับความสำคัญปานกลาง 1 รายการ คือ ด้านการตัดสินใจซื้อ ($\overline{X}$ = 3.44) ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 แสดงผลเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การตัดสินใจ		Sig	ผลการทดสอบ
	T	F		
เพศ	- 0.0596		0.953	ไม่แตกต่าง
อายุ		1.363	0.237	ไม่แตกต่าง
ระดับการศึกษา		1.469	0.211	ไม่แตกต่าง
อาชีพ		1.098	0.361	ไม่แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		2.25	0.063	ไม่แตกต่าง
รูปแบบการนวด		0.29	0.919	ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ในการนวด		1.089	0.338	ไม่แตกต่าง

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ผู้ใช้บริการที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการนวด และวัตถุประสงค์ในการนวดแตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เนื่องจากค่าระดับนัยสำคัญทางสถิติของทุกตัวแปรมีค่ามากกว่า .05 จึงยอมรับสมมติฐานหลัก และสรุปได้ว่าข้อมูลส่วนบุคคลที่แตกต่างกันไม่มีผลทำให้การตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพแตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
	B	Std. Error	Beta	t	Sig.
(Constant)	1.567	0.077		20.316	0
ด้านผลิตภัณฑ์	0.039	0.026	0.071	1.507	0.133
ด้านราคา	0.057	0.023	0.126	2.465	0.014*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.116	0.034	0.224	3.436	0.001*
ด้านส่งเสริมการตลาด	0.034	0.043	0.064	0.793	0.428
ด้านบุคลากร	0.043	0.031	0.068	1.401	0.162
ด้านกระบวนการ	0.149	0.042	0.216	3.566	0.000*
ด้านลักษณะทางกายภาพ	0.375	0.029	0.603	13.142	0.000*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .00

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ พบว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ

ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านบุคลากร ไม่พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับความเหมาะสมของราคา ความสะดวกในการเข้าถึงบริการ ความเป็นระบบของกระบวนการให้บริการ และสภาพแวดล้อมทางกายภาพของร้าน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยที่พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านราคามีความเกี่ยวข้องกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดหรือบริการเพื่อสุขภาพของผู้บริโภค (ภคมน ธนนอภิชาธร และฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์, 2567); (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566); (ลัญชนา ครุฑธะกระ, 2562)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านราคา อยู่ในระดับสำคัญมาก (ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ, 2562) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา พงศ์ภูริพจน ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านราคามีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (สุปรียา พงศ์ภูริพจน์ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2563) ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยด้านราคามีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ, 2562) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา พงศ์ภูริพจน ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (สุปรียา พงศ์ภูริพจน์ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2563) ผลการศึกษายังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภคมน ธนนอภิชาธร และฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ภคมน ธนนอภิชาธร และฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์, 2567)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีค่าคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ, 2562) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา พงศ์ภูริพจน ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (สุปรียา พงศ์ภูริพจน์ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2563) สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566)

ระดับความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคลากรในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับมาก (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ รุ่งรณิดา ถาวรสุข ที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดปทุมธานี ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมาก (รุ่งรณิดา ถาวรสุข, 2559) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ศมน พรหมหิตาทร ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day Spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านบุคลากรอยู่ในระดับมากเช่นกัน อย่างไรก็ตาม แม้ปัจจัยด้านบุคลากรจะมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก แต่ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณกลับไม่พบว่ามีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะผู้ใช้บริการมองว่าความสุภาพ ความชำนาญ และการให้บริการของพนักงานเป็นมาตรฐานพื้นฐานที่ร้านนวดเพื่อสุขภาพควรมีอยู่แล้ว จึงไม่ได้เป็นปัจจัยที่สร้างความแตกต่างในการตัดสินใจเมื่อพิจารณาร่วมกับปัจจัยด้านอื่น ๆ โดยเฉพาะด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านราคา ซึ่งเป็นปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (ศมน พรหมหิตาทร, 2560)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ อยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการมีระดับความสำคัญอยู่ในระดับสำคัญ (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัญชนา ครุฑธะกระ ที่ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปาง พบว่า ปัจจัยด้านกระบวนการให้บริการมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับสำคัญมาก (ลัญชนา ครุฑธะกระ, 2562)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ โดยภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับสำคัญมาก (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุปรียา พงศ์ภูริพจน ที่ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาเสริมความงามในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ที่ศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าต่อส่วนประสมการตลาดร้านบ่อสร้างนวดแผนไทย อำเภอสันกำแพง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพโดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก (สุปรียา พงศ์ภูริพจน์ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา, 2563)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการซื้อ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ ที่ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ซึ่งพบว่า กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการธุรกิจสปาในด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านพฤติกรรมหลังการใช้บริการ โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ, 2562) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ ที่ศึกษาปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี ซึ่งผลการศึกษาพบว่า

กระบวนการตัดสินใจใช้บริการในด้านการตระหนักถึงปัญหาหรือความต้องการ ด้านการแสวงหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจ และด้านทัศนคติหลังการใช้บริการ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก (ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ, 2566)

เปรียบเทียบการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ตามข้อมูลส่วนบุคคลที่จากการศึกษาพบว่าข้อมูลด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ลัญชนา ครุฑธะกระ ศึกษาส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการเลือกสถานบริการนวดแผนไทย จาการศึกษาพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือนและอาชีพมีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการเลือกสถานบริการนวดแผนไทย ที่ไม่แตกต่างกัน (ลัญชนา ครุฑธะกระ, 2562) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์ ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยทางด้านส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร จาการศึกษาพบว่า เพศ อายุ อาชีพ รายได้ และระดับการศึกษาที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร ที่ไม่แตกต่างกัน (จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์, 2564)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐกานต์ มีพัฒน์ ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์จังหวัดสุรินทร์ ได้แก่ ด้านการนำเสนอทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ณัฐกานต์ มีพัฒน์, 2565)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในโรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์) ได้แก่ ด้านผลิตภัฑณ์และบริการ ด้านราคา และด้านลักษณะทางกายภาพ (วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย, 2563)

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในการใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภคมน ธนนอภิชาธร,ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการ ได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ (ภคมน ธนนอภิชาธร และฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์, 2567)

อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดบางประการ เนื่องจากเป็นการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพเพียงแห่งเดียว และใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ผลการวิจัยจึงสะท้อนความคิดเห็นของผู้ใช้บริการในบริบทของร้านดังกล่าวเป็นหลัก ไม่ควรสรุปอ้างอิงไปยังธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพทั้งหมดในวงกว้างโดยตรง นอกจากนี้ การศึกษาครั้งนี้เป็นการเก็บข้อมูลในช่วงเวลาหนึ่งเท่านั้น พฤติกรรมการตัดสินใจของผู้ใช้บริการอาจเปลี่ยนแปลงได้ตามภาวะเศรษฐกิจ การแข่งขันทางการตลาด และแนวโน้มการดูแลสุขภาพในอนาคต

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ พบว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในแต่ละด้านมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการร้าน

Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงขอสรุปข้อเสนอแนะที่ได้จากผลการวิจัย เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและปรับปรุงร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพ ดังนี้ ประการแรก ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ที่ 1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้บริการร้าน Arimassage นวดเพื่อสุขภาพที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน รูปแบบการใช้บริการนวด และวัตถุประสงค์ในการนวดที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่าการตัดสินใจใช้บริการไม่ได้ขึ้นอยู่กับลักษณะส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการเป็นสำคัญ ดังนั้น ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพการบริการและประสบการณ์ของผู้ใช้บริการโดยรวม มากกว่าการแบ่งกลุ่มลูกค้าตามลักษณะประชากรศาสตร์ ประการที่สอง ข้อเสนอแนะเชิงการบริหารจัดการ ผู้ประกอบการควรมีความเข้าใจในลักษณะของธุรกิจนวดเพื่อสุขภาพและความต้องการของลูกค้าอย่างแท้จริง เพื่อนำไปสู่การวางแผนและพัฒนาระบบการบริหารจัดการต่าง ๆ ของธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างเหมาะสม ประการที่สาม ข้อเสนอแนะด้านกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาด ผู้ประกอบการควรเน้นการพัฒนาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกระบวนการ และด้านราคา โดยด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจัดสถานที่ให้บริการให้สะอาด เป็นระเบียบ ปลอดภัย มีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการนวดเพื่อสุขภาพ และมีสิ่งอำนวยความสะดวกที่เพียงพอ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เช่น การติดต่อจองคิวผ่านช่องทางออนไลน์ การให้ข้อมูลเวลาให้บริการและสถานที่ตั้งอย่างชัดเจน รวมถึงการเพิ่มช่องทางการติดต่อที่หลากหลาย ด้านกระบวนการ ควรจัดระบบการให้บริการให้มีขั้นตอนชัดเจน รวดเร็ว ได้มาตรฐาน มีการอธิบายขั้นตอนก่อนรับบริการ และมีการติดตามผลหลังการให้บริการ ส่วนด้านราคา ควรกำหนดราคาค่าบริการให้เหมาะสมกับคุณภาพ แสดงราคาชัดเจน และเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่สะดวก เพื่อส่งเสริมการตัดสินใจใช้บริการของลูกค้า ด้านการส่งเสริมการตลาดผู้ประกอบการควรจัดทำแพ็กเกจบริการที่น่าสนใจ เช่น การให้บริการแบบเหมาจ่ายเพื่อลดค่าใช้จ่ายต่อครั้ง รวมถึงการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าอย่างต่อเนื่อง เช่น การจดจำลูกค้า การมอบส่วนลดหรือสิทธิพิเศษในโอกาสสำคัญ และการประชาสัมพันธ์โปรโมชั่นผ่านสื่อที่หลากหลาย เช่น สื่อสังคมออนไลน์และป้ายประกาศ ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรจัดให้มีการฝึกอบรมพนักงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อพัฒนามนุษยสัมพันธ์ อัธยาศัย และทักษะในการให้บริการ โดยพนักงานควรแต่งกายสุภาพเรียบร้อย มีความรู้และความชำนาญในการนวดที่สามารถตอบสนองต่ออาการและความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างเหมาะสม ด้านลักษณะทางกายภาพ ผู้ประกอบการควรจัดสถานที่ให้บริการให้มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อย และมีบรรยากาศที่เหมาะสมกับการนวดเพื่อสุขภาพ โดยผู้ใช้บริการสามารถเลือกกลิ่นน้ำมันหรือกลิ่นอโรมาได้ตามความต้องการ รวมถึงควรจัดระบบสาธารณูปโภค เช่น อากาศ อุณหภูมิ และแสงสว่างให้เหมาะสมกับการให้บริการ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรเพิ่มความสะดวกในการเข้าถึงบริการ เช่น การให้บริการนวดแผนไทยนอกสถานที่ การเลือกทำเลที่ตั้งของร้านให้สะดวกต่อการเดินทาง และการเปิดโอกาสให้ผู้ใช้บริการสามารถติดต่อและจองคิวล่วงหน้าได้ผ่านหลายช่องทาง ด้านกระบวนการ ผู้ประกอบการควรจัดกระบวนการให้บริการให้เป็นไปตามมาตรฐานและขั้นตอนของการนวดแผนไทย โดยมีการอธิบายขั้นตอนการให้บริการอย่างชัดเจนก่อนเริ่มใช้บริการ รวมถึงกำหนดระยะเวลาในการให้บริการให้เหมาะสม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและความพึงพอใจแก่ผู้ใช้บริการ ประการสุดท้าย ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษากลุ่มตัวอย่างจากร้านนวดเพื่อสุขภาพหลายแห่ง หรือเปรียบเทียบระหว่างร้านนวดในพื้นที่ต่าง ๆ เพื่อให้เห็นความแตกต่างของพฤติกรรมผู้ใช้บริการและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการอย่างชัดเจนมากขึ้น นอกจากนี้ควรศึกษาตัวแปรอื่นที่เกี่ยวข้อง เช่น ความพึงพอใจ ความภักดีของลูกค้า การกลับมาใช้บริการซ้ำ การบอกต่อและรีวิวออนไลน์ รวมถึงอาจใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้เข้าใจเหตุผลและแรงจูงใจของผู้ใช้บริการได้ละเอียดมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมการแพทย์แผนไทยและการแพทย์ทางเลือก. (2568). รายงานการสาธารณสุขไทย ด้านการแพทย์แผนไทย การแพทย์พื้นบ้านและการแพทย์ทางเลือก พ.ศ. 2564-2567. เรียกใช้เมื่อ 27 เมษายน 2569 จาก https://www.dtam.moph.go.th/publications/32886/

จุฑารัตน์ พิริยะเบญจวัฒน์. (2564). ปัจจัยทางด้านส่วนผสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการใช้บริการสปาของผู้ใช้บริการสปาในกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการธุรกิจบริการ. วิทยาลัยดุสิตธานี.

ณัฐกานต์ มีพัฒน์. (2565). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการนวดแผนไทยของประชาชนในอำเภอเมืองสุรินทร์ จังหวัดสุรินทร์. เรียกใช้เมื่อ 27 เมษายน 2569 จาก https://cufst2025.rmutk.ac.th/wp-content/ =uploads/2026/01/Proceedings_All_v2-1.pdf

ภคมน ธนนอภิชาธร และฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านนวดเพื่อสุขภาพของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 18(3), 98-109.

ภัคนภัสส์ ภาเรือง และคณะ. (2566). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการนวดแผนไทย โรงพยาบาลพระศรีมหาโพธิ์ จังหวัดอุบลราชธานี. วารสารการจัดการและการพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, 10(1), 117-130.

รุ่งรณิดา ถาวรสุข. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการกับพฤติกรรมการเลือกใช้บริการนวดแผนไทยในจังหวัดปทุมธานี. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ลัญชนา ครุทธะกระ. (2562). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้บริโภคในอำเภอเมืองลำปางในการเลือกสถานบริการนวดแผนไทย. เรียกใช้เมื่อ 27 เมษายน 2569 จาก https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2562/mba90362lchktr_full.pdf

วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจรับบริการนวดแผนไทยของนักท่องเที่ยวในโรงเรียนแพทย์แผนโบราณวัดพระเชตุพนฯ (วัดโพธิ์). วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 17(1), 196-206.

ศมน พรหมหิตาทร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพประเภท Day Spa ของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศุภรางศุ์ จันทนวัลย์ และรัชฎา ฟองธนกิจ. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกใช้บริการธุรกิจสปาของผู้ใช้บริการในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร. วารสารสมาคมนักวิจัย, 24(3), 190-204.

สุปรียา พงศ์ภูริพจน์ และชิณโสณ์ วิสิฐนิธิกิจา. (2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการสปาเสริมความงาม เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ, 5(11), 334-347.

โสภิตา รัตนสมโชค. (2558). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการรถไฟฟ้าเฉลิมพระเกียรติ (บีทีเอส) ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

Cochran, W. G. (1977). Sampling techniques. (3rd ed.). New York: John Wiley & Sons.

Global Wellness Institute. (2026). GWI releases new data on Thailand's fast-growing $42.7 billion wellness market. Retrieved April 27, 2026, from https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/gwi-releases-new-data-on-thailands-fast-growing-wellness-market/

Kotler, P. & Keller, K. L. (2014). Marketing management. (15th ed.). Harlow: Pearson Education.

บทความวิจัย

การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง*

DEVELOPING SCIENTIFIC PROBLEM - SOLVING ABILITIES USING PROBLEM - BASED LEARNING COMBINED WITH VIDEO MEDIA FOR MATHAYOM SUKSA 3 STUDENTS AT SATREE THUNGSONG SCHOOL

นฤมล รัตนบุรี*, อัญชลี แสงอาวุธ, สิริสวัสช์ ทองก้านเหลือง
Narumon Rattanaburee*, Anchalee Saengawut, Sirisawat Thongkanluang
คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี สุราษฎร์ธานี ประเทศไทย
Faculty of Education, Suratthani Rajabhat University, Suratthani, Thailand
*Corresponding Author E-mail: fonnarumon99@gmail.com
*Tel: 097-946-5294

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) พัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ให้มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 และมีดัชนีประสิทธิผลตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป 2) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนของนักเรียน 3) เปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักเรียน โดยใช้รูปแบบการวิจัยเชิงทดลองโดยสุ่มกลุ่มเดียวที่มีการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย เป็นนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 โรงเรียนสตรีทุ่งสง จำนวน 30 คน ซึ่งได้จากการสุ่มเป็นกลุ่ม (cluster sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่อยสุ่ม เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้ 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3) แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ และ 4) แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ เครื่องมือมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 0.98 โดยใช้ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบ t-test for Dependent Samples ผลการวิจัยพบว่า 1) แผนการจัดการเรียนรู้มีประสิทธิภาพ 82.69/84.83 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80/80 และมีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.64 แสดงว่านักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนร้อยละ 64 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน ($\bar{X}$ = 33.93, S.D. = 2.30) สูงกว่าก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$ = 23.20, S.D.= 2.52) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .05 3) ความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์หลังเรียน ($\bar{X}$ = 66.60, S.D.= 4.51) สูงกว่าก่อนเรียน ($\bar{X}$ = 46.47, S.D.= 5.16) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์อยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ = 4.45, S.D.= 0.49)

คำสำคัญ: การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน, สื่อวีดิทัศน์, ความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์, ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์, ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน

* Received 16 March 2026; Revised 28 April 2026; Accepted 30 April 2026

Abstract

This research aimed to 1) develop a problem-based learning plan combined with a video media for the efficiency and effectiveness of the learning outcomes based on the criteria of 80/80 and 0.50 or higher; 2) Compare students' learning achievement before and after learning 3) compare the scientific problem-solving ability before and after learning and 4) study the satisfaction of Mathayom Suksa 3 students with the problem-based learning combined with video media on the topic of Chemical Reactions in Everyday Life. The research design used a single-group randomized experimental design with pre-test and post-test. The sample consisted of 30 students in Mathayom Suksa 3 from Satree Thungsong School in the first semester of the 2025 academic year, obtained through cluster sampling using the classroom as the sampling unit. The instruments used were 1) lesson plans 2) academic achievement tests 3) scientific problem-solving ability tests and 4) satisfaction questionnaires. These instruments were validated by experts with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) 0.98. The statistical methods used for data analysis were mean, percentage, standard deviation, and t-test for dependent samples. The research findings showed that: 1) The lesson plan was effective with scores of 82.69/84.83, exceeding the set criteria of 80/80, with an effectiveness index of 0.64, indicating that students' learning progress increased by 64%. 2) Post-test ($\bar{X}$ = 33.93, S.D. = 2.30) was significantly higher than pre-test scores ($\bar{X}$ = 23.20, S.D. = 2.52) at the .05 statistical significance level. 3) Post-test scientific problem-solving ability ($\bar{X}$ = 66.60, S.D.= 4.51) was significantly higher than pre-test scores ($\bar{X}$ = 46.47, S.D.= 5.16) at the .05 statistical significance level. 4) Satisfaction with the problem-based learning approach combined with video media was high ($\bar{X}$= 4.45, S.D.= 0.49).

Keywords: Problem-Based Learning, Video Media, Scientific Problem-Solving Ability, Science Learning Achievement, Chemical Reactions in Daily Life

บทนำ

การพัฒนาประเทศไทยมุ่งสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน ตามยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561 - 2580) รัฐบาลได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนา "ทุนมนุษย์" เป็นลำดับแรก เพื่อเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจดิจิทัล สอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 - 2579 ที่มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ สติปัญญา และคุณธรรม โดยปรับเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้ (Passive Learner) สู่การเป็น ผู้สร้างสรรค์นวัตกรรม ที่มีทักษะการเรียนรู้และนวัตกรรม (Learning and Innovation Skills) หรือ 3Rs8Cs โดยเฉพาะทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในศตวรรษที่ 21 (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

กระทรวงศึกษาธิการได้ประกาศใช้มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาให้ทัดเทียมสากล ซึ่งถือเป็นรากฐานสำคัญในการสร้างกระบวนการคิดที่เป็นเหตุเป็นผลและการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) อย่างไรก็ตาม รายงานการประเมินจากหลายสถาบันรวมถึงผลการทดสอบระดับชาติ ชี้ให้เห็นว่าระบบการศึกษาไทยยังประสบปัญหาด้านคุณภาพผู้เรียน รูปแบบการเรียนการสอนส่วนใหญ่ยังไม่สามารถกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะการคิดขั้นสูง (Higher Order Thinking) และการสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองได้อย่างเต็มที่ จึงมีความจำเป็นเร่งด่วนที่ต้องปฏิรูปจากรูปแบบการ

สอนแบบเดิมไปสู่การจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning) (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2561)

จากการวิเคราะห์ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวันของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2668 โรงเรียนสตรีทุ่งสง ในรายงานการประเมินตนเองของโรงเรียนสตรีทุ่งสง ปีการศึกษา 2566 พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยร้อยละ 77 ซึ่งยังต่ำกว่าเกณฑ์เป้าหมายที่สถานศึกษากำหนดไว้ที่ร้อยละ 80 และเมื่อพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ทักษะการคิดขั้นสูงและการแก้ปัญหามีค่าคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ร้อยละ 60 (โรงเรียนสตรีทุ่งสง, 2566) ปัญหาดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Johnstone ที่ระบุว่า ความยากในการเรียนวิชาเคมีเกิดจากการที่ผู้เรียนไม่สามารถเชื่อมโยงความรู้ทั้ง 3 ระดับเข้าด้วยกันได้แก่ ระดับมหภาค (ปรากฏการณ์ที่มองเห็น), ระดับจุลภาค (การจัดเรียงอนุภาค) และ ระดับสัญลักษณ์ (สูตรและสมการเคมี) เนื่องจากเนื้อหามีความเป็นนามธรรมสูงและการจัดการเรียนรู้แบบบรรยายไม่ส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างจินตนาการเชิงอนุภาคและเกิดทักษะการแก้ปัญหาได้ (Johnstone, A. H., 1991) ผู้วิจัยมีแนวคิดในการนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้ร่วมกับการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดในการนำ “สื่อวีดิทัศน์” มาใช้ร่วมกับ “การจัดการเรียนรู้แบบใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem-Based Learning: PBL)” สื่อวีดิทัศน์จะช่วยแก้ข้อจำกัดด้านเวลาในขั้นนำเข้าสู่บทเรียน ทำให้นักเรียนได้เห็นภาพจำลองที่เป็นรูปธรรม กระชับ และน่าสนใจ ช่วยจัดระบบความคิด ให้นักเรียนได้สังเกตและวิเคราะห์รายละเอียดที่สำคัญ ก่อนที่จะนำไปสู่การตั้งสมมติฐาน และมีเวลาเพียงพอสำหรับการอภิปรายกลุ่มเพื่อออกแบบวิธีการแก้ปัญหาในขั้นต่อไป

จากสภาพดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดดำเนินการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง” ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 เพื่อช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ทางวิทยาศาสตร์ จนทำให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเป็นไปตามเป้าหมาย และช่วยให้ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงความรู้วิทยาศาสตร์เข้ากับวิถีชีวิตจริง อันจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาศักยภาพของทรัพยากรมนุษย์ให้พร้อมรับมือกับความท้าทายในอนาคตอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้ตามรูปแบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาทางเคมีในชีวิตประจำวัน ให้มีประสิทธิภาพ ตามเกณฑ์ 80/80 และมีค่าดัชนีประสิทธิผลที่ระดับ 0.50 ขึ้นไป

2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ก่อนและหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่องปฏิกิริยาทางเคมีในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง

3. เพื่อเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาทางเคมีในชีวิตประจำวันชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาทางเคมีในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (Experimental Research) ซึ่งผู้วิจัยได้ดำเนินการทดลองตามแบบแผนแบบหนึ่งกลุ่มทดลอง ทดสอบก่อนและหลังเรียน มีรายละเอียดดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 11 ห้องเรียน รวม 360 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3/2 โรงเรียนสตรีทุ่งสง สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครศรีธรรมราช ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 30 คน ซึ่งได้จากการสุ่มเป็นกลุ่ม (Cluster sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยสุ่ม โดยทางโรงเรียนจัดห้องเรียนคละความสามารถนักเรียน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้มีการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ได้ดังนี้

2.1 แผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน จำนวน 12 แผน ใช้เวลา 14 ชั่วโมง มีขั้นตอนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นกำหนดปัญหา 2) ขั้นทำความเข้าใจปัญหา 3) ขั้นดำเนินการศึกษาค้นคว้า 4) ขั้นสังเคราะห์ความรู้ 5) ขั้นสรุปและประเมินค่า 6) ขั้นนำเสนอและประเมินผลงาน และจัดหาสื่อวีดิทัศน์ที่จะนำมาใช้ประกอบในแผนการจัดการเรียนรู้ โดยคำนึงถึงความน่าสนใจ ความชัดเจนของสิ่งที่จะนำเสนอ และครอบคลุมเนื้อหา โดยครูผู้สอนนำเสนอสถานการณ์ปัญหา ช่วยกระตุ้นนักเรียนให้เกิดความสนใจและมองเห็นปัญหา สามารถระบุสิ่งที่เป็นปัญหา นักเรียนอยากค้นหาคำตอบในการจัดการเรียนรู้ในขั้นที่ 1 ขั้นกำหนดปัญหา ทำให้ได้ขั้นการจัดการเรียนรู้โดยใช้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ มีขั้นตอนการสร้างและการตรวจสอบคุณภาพแผนการจัดการเรียนรู้ ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักสูตรสถานศึกษา วิเคราะห์เนื้อหากลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี แนวคิด ทฤษฎี และการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เพื่อเป็นกรอบในการสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ และได้สร้างแผนการจัดการเรียนรู้ขึ้นมา และนำเสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ 5 ท่าน ประเมินความสอดคล้องและเหมาะสมขององค์ประกอบต่าง ๆ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.98 (IOC = 0.98) แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข ต่อมานำแผนการจัดการเรียนรู้ไปทดลองใช้ (Try out) กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 โรงเรียนสตรีทุ่งสง ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน จากนั้นปรับปรุงให้สมบูรณ์ก่อนนำไปใช้กับกลุ่มเป้าหมายจริง

2.2 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน เป็นแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ โดยเริ่มจากการศึกษาหลักสูตรกลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 วิเคราะห์มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด พร้อมวิเคราะห์ระดับการเรียนรู้ตามแนวคิดบลูม แล้วสร้างแบบทดสอบเบื้องต้น 45 ข้อจากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญชุดเดิม ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้ เลือกข้อสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป และปรับปรุงตามข้อเสนอแนะก่อนนำไปทดลองใช้กับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 (ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน แล้วคัดเลือกข้อสอบที่มีค่าความยากง่าย (p) ระหว่าง 0.53 – 0.73 และค่าอำนาจจำแนก (r) ตั้งแต่ 0.33 - 0.60 พร้อมหาค่าความเชื่อมั่นด้วยสูตร KR-20 ของคูเดอร์-ริชาร์ดสัน (Kuder and Richardson) ผลการคำนวณพบว่า มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.94

2.3 แบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน เป็นแบบอัตนัย จำนวน 5 ข้อ สร้างจากศึกษาเอกสารเกี่ยวกับการสร้างแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ ผู้วิจัยศึกษาเอกสาร ตำรา และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ แนวคิดเกี่ยวกับกระบวนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ การสร้างแบบทดสอบอัตนัย และการให้คะแนนด้วยเกณฑ์การประเมินแบบรูบริก (Rubric Score) และวิเคราะห์โครงสร้างของแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ วิเคราะห์ให้ครอบคลุมกับสาระการเรียนรู้ มาตรฐานการเรียนรู้ ตัวชี้วัด เรื่อง

ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน และพฤติกรรมการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ทั้ง 4 ขั้นตอนตามแนวคิดของเวียร์ ได้แก่ 1) ขั้นระบุปัญหา 2) ขั้นวิเคราะห์ปัญหา 3) ขั้นเสนอวิธีการแก้ปัญหา และ 4) ขั้นตรวจสอบผลลัพธ์ ตามแนวคิดของเวียร์ (Weir, J. J. , 1974) ผู้วิจัยสร้างเป็นทดสอบแบบอัตนัย โดยมีสถานการณ์ให้นักเรียนอ่านแล้วตอบคำถาม ซึ่งมีการกำหนดสถานการณ์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน จำนวน 6 ข้อ ได้คัดเลือกมาใช้จริง จำนวน 5 ข้อ ซึ่งในแต่ข้อประกอบด้วย 4 ข้อย่อย แต่ละข้อย่อยมีคะแนนเต็ม 4 คะแนน โดยกำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบ Rubric Score (0-4 คะแนน) รวมเป็นข้อละ 16 คะแนน โดยใช้จริงจำนวน 5 ข้อ แต่ละข้อประกอบไปด้วย 4 ข้อย่อยตามขั้นตอนการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ รวมทั้งหมดเป็น 20 ข้อ จำนวนคะแนนรวม 80 คะแนน จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับจุดประสงค์ แล้วเลือกข้อสอบที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป พร้อมปรับปรุงตามคำแนะนำ ก่อนนำไปทดลองใช้กับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 การเก็บรวบรวมข้อมูลผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลใน ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ระหว่างเดือนพฤษภาคม 2568 ถึง มิถุนายน 2568 ของโรงเรียนสตรีทุ่งสง (ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง) จำนวน 30 คน เนื่องจากแบบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาเป็นแบบอัตนัย ประเมินตามเกณฑ์ Rubric Score จึงตรวจสอบคุณภาพด้วยค่า IOC และค่าความเชื่อมั่น (Reliability) แล้วคัดเลือกแบบทดสอบ จำนวน 20 ข้อ ที่มีค่าความยากง่าย 0.42 - 0.80 และค่าอำนาจจำแนก 0.47 - 0.67 เป็นรายข้อโดยพิจารณาจากสัดส่วนของคะแนนในกลุ่มสูงและกลุ่มต่ำ และนำแบบทดสอบจำนวน 20 ข้อ หาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบทดสอบทั้งฉบับ โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่ามีค่าเท่ากับ 0.90 ถือว่าอยู่ในเกณฑ์ค่าความเชื่อมั่นที่ยอมรับได้

2.4 แบบสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เป็นแบบมาตราประมาณค่า (Rating Scale) ตามวิธีของลิเคิร์ท (Likert) มี 5 ระดับ จำนวน 30 ข้อ ครอบคลุม 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ 2) ด้านบรรยากาศ 3) ด้านสื่อการจัดการเรียนรู้ 4) ด้านบทบาทผู้เรียน 5) ด้านบทบาทครูผู้สอน และ 6) ด้านประโยชน์ที่ได้รับ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบและหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับความตรงเชิงเนื้อหา แล้วเลือกข้อที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5 ขึ้นไป พร้อมปรับปรุงตามข้อเสนอแนะ ได้แบบสอบถามวัดความพึงพอใจ จำนวน 20 ข้อ ก่อนนำไปทดลองใช้กับนักเรียนนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง จำนวน 30 คน ผลพบว่าแบบสอบถามมีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ (α-Coefficient) เท่ากับ 0.91

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการทดลองการวิจัยในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 โรงเรียนสตรีทุ่งสง ทำการทดลองเป็นเวลา 4 สัปดาห์ โดยสัปดาห์ละ 4 ชั่งโมง จำนวน 2 แผน และ สัปดาห์ละ 3 ชั่งโมง จำนวน 10 แผน ระหว่าง เดือนพฤษภาคม 2568 ถึง เดือนมิถุนายน 2568

3.2 ผู้วิจัยทดสอบผู้เรียนก่อนเรียนด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน จำนวน 40 ข้อ และแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ จำนวน 20 ข้อ

3.3 ดำเนินการสอนด้วยการใช้แผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจนครบ จำนวน 12 แผน เวลา 14 ชั่วโมง

3.4 หลังสิ้นสุดกิจกรรมการเรียนรู้ ผู้วิจัยให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบทดสอบวัดความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ พร้อมทั้งตอบแบบสอบถามความพึงพอใจต่อกิจกรรมการเรียนรู้

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการศึกษาค้นคว้าดังนี้

4.1 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพของเครื่องมือ

4.1.1 การวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของแผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เพื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 โดยหาค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และใช้สูตร E_1/ E_2

4.1.2 การวิเคราะห์ค่าดัชนีประสิทธิผลการเรียนรู้ของแผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ โดยใช้สูตรการหาค่าดัชนีประสิทธิผล (Effectiveness Index : E.I)

4.1.3 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ การทดสอบค่า t แบบไม่อิสระ (t-test for dependent samples)

4.1.4 การเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ ก่อนและหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ การทดสอบค่า t แบบไม่อิสระ (t-test for dependent samples)

4.1.5 หาค่าระดับความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ โดยหาค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แปลคะแนนตามเกณฑ์แปลผล

4.2 สถิติพื้นฐานสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ (percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. (standard deviation)

4.3 หาสถิติทดสอบสมมุติฐานโดยใช้สถิติ t-test แบบไม่อิสระ (Dependent Samples)

ผลการวิจัย

การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง พบว่า

1. ผลการสร้างและหาประสิทธิภาพและค่าดัชนีประสิทธิผลของแผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 วิเคราะห์หาประสิทธิภาพและดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์

กลุ่มตัวอย่าง (30 คน)	คะแนนก่อนเรียน (คะแนนเต็ม 40 คะแนน)	คะแนนระหว่างเรียน (คะแนนเต็ม 100 คะแนน)												ร้อยละ	คะแนนหลังเรียน (40 คะแนน)
		แผนการจัดการเรียนรู้ (คะแนนเต็ม 20 คะแนน)													
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12		
รวม	696	465	506	489	507	493	481	502	493	506	505	501	506	2487.50	1018
เฉลี่ย ($\bar{X}$)	23.2	80.17	84.33	81.50	84.50	82.17	80.17	83.67	82.17	84.33	84.17	83.50	84.33	82.92	84.83
ร้อยละ	58.00	80.17	84.33	81.50	84.50	82.17	80.17	83.67	82.17	84.33	84.17	83.50	84.33	E_1 = 82.92	E_2 = 84.83
															E.I. = 0.6388

จากตารางที่ 1 พบว่า ประสิทธิภาพของการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน มีคะแนนประสิทธิภาพกระบวนการ (E_1) ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 82.92 และมีคะแนนประสิทธิภาพผลลัพธ์ (E_2) ค่าเฉลี่ยจากแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน ได้คะแนนเฉลี่ยร้อยละ 84.83 ดังนั้น การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน มีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.92 /84.83 สูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ที่กำหนดไว้ และดัชนีประสิทธิผลของการจัดการ

เรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน มีค่าเท่ากับ 0.6388 หมายความว่า นักเรียนมีความก้าวหน้าทางการเรียนรู้เพิ่มขึ้น คิดเป็นร้อยละ 63.88

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนและหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์

การทดสอบ	**N**	$\bar{x}$ **(40 คะแนน)**	**S.D.**	**t**
ก่อนเรียน	30	23.20	2.52	46.75**
หลังเรียน	30	33.93	2.30	

t .01 (df = 29) = 2.76 ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ มีค่าสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ก่อนและหลังเรียนโดยการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์

การทดสอบ	N	$\bar{x}$ (80 คะแนน)	S.D.	t
ก่อนเรียน	30	46.47	5.16	40.09**
หลังเรียน	30	66.60	4.51	

t .01 (df = 29) = 2.76. ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ความสามารถในการคิดวิเคราะห์หลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ของกลุ่มตัวอย่างมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดระดับนัยสำคัญไว้ที่ .05 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนหลังการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ มีค่าสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ผลการศึกษาความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลของความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์

ข้อความ	$\bar{x}$	**S.D.**	**ระดับความพึงพอใจ**
ด้านกิจกรรมการเรียนรู้	4.71	0.47	มากที่สุด
ด้านบรรยากาศ	4.12	0.49	มาก
ด้านสื่อการจัดการเรียนรู้	4.22	0.47	มาก

ตารางที่ 4 ผลของความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ (ต่อ)

ข้อความ	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
ด้านบทบาทนักเรียน	4.58	0.47	มาก
ด้านบทบาทครูผู้สอน	4.43	0.50	มาก
ด้านประโยชน์ที่ได้รับ	4.50	0.54	มาก
เฉลี่ย	**4.45**	**0.49**	**มาก**

จากตารางที่ 4 พบว่า ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมีในชีวิตประจำวัน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}$ = 4.45, S.D. = 0.49) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ระดับความพึงพอใจ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกิจกรรมการเรียนรู้ ($\bar{x}$ = 4.71, S.D. = 0.47) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือด้านบทบาทนักเรียน ($\bar{x}$ = 4.58, S.D. = 0.47) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านบรรยากาศ ($\bar{x}$ = 4.12, S.D. = 0.49) ซึ่งยังคงอยู่ในระดับความพึงพอใจมาก

อภิปรายผล

จากผลการวิจัย เรื่อง การพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ โดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 โรงเรียนสตรีทุ่งสง มีผลที่น่าสนใจซึ่งสามารถนำมาอภิปราย ได้ดังนี้

1. ประสิทธิภาพและดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ แผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ (E_1/E_2) เท่ากับ 82.92/84.83 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 และมีค่าดัชนีประสิทธิผลการเรียนรู้ (E.I.) เท่ากับ 0.6388 ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ที่ 0.50 ขึ้นไป พบว่ามีค่าสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานอย่างชัดเจน แสดงให้เห็นว่าแผนการจัดการเรียนรู้นี้ช่วยให้นักเรียนมีความก้าวหน้าทางความรู้เพิ่มขึ้นร้อยละ 63.88 สะท้อนว่าแผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ พบว่า ทุกแผนการจัดการเรียนรู้มีความเหมาะสมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ผู้วิจัยได้สร้างและพัฒนาแผนการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับขั้นตอน มีการนำสถานการณ์หรือปัญหาเป็นจุดเริ่มต้นในการเรียนรู้เพื่อนำไปสู่การค้นคว้าหาคำตอบของนักเรียน สอดคล้องกับทฤษฎีการเรียนรู้แบบสร้างสรรค์นิยม ไพศาล สุวรรณน้อย ได้กล่าวไว้ว่า นักเรียนสามารถสร้างความรู้ได้ด้วยตนเองจากประสบการณ์เดิมร่วมกับการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม เมื่อนักเรียนเผชิญกับปัญหาหรือสถานการณ์ใหม่จะเกิดความขัดแย้งทางปัญญา ซึ่งนำไปสู่การปรับโครงสร้างความคิดและให้นักเรียนได้ฝึกทักษะในการคิดหลายรูป (ไพศาล สุวรรณน้อย, 2563) อีกทั้งได้ศึกษาหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) เอกสารทางวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของสุกัญญา จันทกุล ศักรินทร์ หงส์รัตนาวรกิจ ขจรอิศราสุชีพ และสมปรารถนา สุขสละ กล่าวถึงการนำหลักสูตรฯ นำไปใช้ในการออกแบบการจัดการเรียนรู้ให้เหมาะสมกับศักยภาพและบริบทของนักเรียนด้วยการให้นักเรียนได้เผชิญกับปัญหาหรือสถานการณ์จากสื่อวีดิทัศน์ในขั้นกำหนดปัญหาเพื่อกระตุ้นความสนใจและเอื้อต่อการทำความเข้าใจปัญหาผ่านการรับรู้ด้วยภาพและเสียง ส่งผลให้เกิดการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ) (สุกัญญา จันทกุล และคณะ, 2566) นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จุฑามาศ บัวมุลย์ พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาแบบร่วมมือของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 เรื่อง สารละลาย มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 79.41/77.98 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (จุฑามาศ บัวมุลย์, 2566) เช่นเดียวกับ งานวิจัยของ หนึ่งฤทัย เฮ้าประมงค์ พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้แบบ

ปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 73.26/71.31 เท่ากับ 89.07/83.33 สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 75/75 (หนึ่งฤทัย เฮ้าประมงค์, 2566) และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พงศ์ธร จารุตัน ที่พบว่า แผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ มีประสิทธิภาพ เท่ากับ 78.57/78.84 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 75/75 ที่ตั้งไว้ (พงศ์ธร จารุตัน และพรชัย ผาดไธสง, 2567) อีกทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของทิศนา แขมมณี ที่กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ใช้ปัญหาที่เป็นสถานการณ์จริงหรือใกล้เคียงกับชีวิตจริงของนักเรียนเป็นจุดเริ่มต้นของการเรียนรู้ โดยมุ่งเน้นให้นักเรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองผ่านกระบวนการคิดวิเคราะห์ ศึกษาค้นคว้า และแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ นักเรียนได้เรียนรู้ร่วมกัน แลกเปลี่ยนความคิดเห็น และร่วมกันสรุปแนวทางแก้ไขปัญหา ครูผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ ช่วยส่งเสริมนักเรียนให้เกิดทักษะกระบวนการคิด การสื่อสาร ความสามารถในการแก้ปัญหา และการเรียนรู้ด้วยตนเอง อันเป็นทักษะสำคัญที่สอดคล้องกับการพัฒนานักเรียนในศตวรรษที่ 21 (ทิศนา แขมมณี, 2563) ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ วิโรจน์ ว่องไวไพโรจน์ ที่อธิบายว่า วีดิทัศน์เป็นสื่อการเรียนที่นำเสนอเนื้อหาผ่านภาพและเสียง สามารถถ่ายทอดเนื้อหาและอารมณ์ได้ตรงตามวัตถุประสงค์ ช่วยดึงดูดความสนใจ สร้างความเข้าใจให้แก่นักเรียนได้อย่างรวดเร็ว รวมทั้งนำกลับมาใช้ซ้ำได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิโรจน์ ว่องไวไพโรจน์, 2564) ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ พัชรี นาคผง ที่พบว่าผลการเรียนรู้ เรื่อง พลังงานความร้อน ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับเทคนิค STAD หลังเรียนเพิ่มขึ้นมีค่าเท่ากับ .80 คิดเป็นร้อยละ 80 (พัชรี นาคผง, 2562) เช่นเดียวกับผลการวิจัยของ มีนตรา พรหมรักษา ที่พบว่าดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ช่วยสอน นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนเพิ่มสูงขึ้นมีค่าเท่ากับ .70 คิดเป็นร้อยละ 70 (มีนตรา พรหมรักษา, 2563) และยังสอดคล้องกับผลการวิจัย ขวัญสุดา คำควร พบว่าดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับบทเรียนออนไลน์ที่ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนเพิ่มขึ้นมีค่าเท่ากับ .7025 คิดเป็นร้อยละ 70.25 (ขวัญสุดา คำควร, 2567) แม้ว่างานวิจัยแต่ละเรื่องจะใช้เกณฑ์การประเมินที่แตกต่างกันตามบริบทของสถานศึกษาและลักษณะของนักเรียน แต่ผลการวิจัยทั้งหมดมีแนวโน้มไปในทิศทางเดียวกัน คือ แผนการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์และดัชนีประสิทธิผลของการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ทำหน้าที่เป็นกลไกกระตุ้นให้นักเรียนเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับความรู้มาเป็นผู้สร้างองค์ความรู้นำไปสู่ความเข้าใจที่คงทนและผลสัมฤทธิ์ที่เป็นไปตามเกณฑ์

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนโดยใช้การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์นี้สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (แม้ผลการวิเคราะห์พบค่าที่ระดับ .01 ก็ตาม) ทั้งนี้เนื่องจากแผนการจัดการเรียนรู้เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้สถานการณ์ปัญหาในชีวิตประจำวันเชื่อมโยงสู่บทเรียน ให้นักเรียนได้ร่วมกันแก้ปัญหาและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง โดยมีครูเป็นผู้ให้คำปรึกษา นอกจากนี้ การใช้สื่อวีดิทัศน์ในขั้นการกำหนดปัญหาช่วยกระตุ้นความสนใจและแรงจูงใจได้เป็นอย่างดี เพราะสามารถนำเสนอภาพที่หลากหลายและเหตุการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิยาภรณ์ หงษ์เวียงจันทร์ และไกยสิทธิ์ อภิระติง ที่รายงานว่าการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานช่วยให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างชัดเจน ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ สุกานดา สีทา พบว่านักเรียนที่เรียนด้วยวิธีปัญหาเป็นฐานมีผลสัมฤทธิ์สูงกว่า (สุกานดา สีทา, 2563) การเรียนแบบปกติอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (นันทิยาภรณ์ หงษ์เวียงจันทร์ และไกยสิทธิ์ อภิระติง, 2560) และสอดคล้องกับ มีนตรา พรหมรักษา ที่ยืนยันว่าการใช้สื่อวีดิทัศน์ร่วมกับปัญหาเป็นฐาน ช่วยให้นักเรียนเข้าใจเนื้อหาได้ง่าย จดจำได้ดี และสร้างองค์ความรู้ได้ด้วยตนเอง ส่งผลให้คะแนนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (มีนตรา พรหมรักษา, 2563)

3. ความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 หลังเรียนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ สูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบกิจกรรมที่ใช้สถานการณ์จริงและสื่อวีดิทัศน์เป็นตัวกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสนใจ เชื่อมโยงเนื้อหากับชีวิตประจำวัน โดยมีครูเป็นผู้อำนวยความสะดวกในการชี้แนะ ส่งผลให้นักเรียนเข้าใจหลักการและทฤษฎีได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับทฤษฎีพัฒนาการทางสติปัญญาของ บรูเนอร์ ซึ่ง มารุต พัฒผล ที่ระบุว่าการคิดแก้ปัญหาขึ้นอยู่กับประสบการณ์ ปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และแรงจูงใจจากสิ่งแวดล้อมภายนอก เช่น สื่อและเทคโนโลยี กระบวนการนี้ช่วยให้นักเรียนเกิดความเข้าใจปัญหาอย่างเป็นระบบ (มารุต พัฒผล, 2561) ตามแนวคิดของ สุคนธ์ สินธพานนท์ มองว่าการแก้ปัญหาเป็นกระบวนการบูรณาการสติปัญญาหลายด้าน ตั้งแต่การระบุปัญหา วิเคราะห์ปัญหา เสนอวิธีแก้ และตรวจสอบผลลัพธ์ ทำให้นักเรียนสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ใหม่ได้อย่างมีเหตุผล (สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ, 2562) ผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Sulastri, S. & Pertiwi, F. N. ที่พบว่า PBL ช่วยพัฒนาความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ได้อย่างมีนัยสำคัญ (Sulastri, S. & Pertiwi, F. N., 2020) เช่นเดียวกับ ปฏิวัติ จันทนุกูล ที่ยืนยันว่าการเรียนแบบปัญหาเป็นฐานส่งผลให้ผู้เรียนมีความสามารถในการแก้ปัญหาสูงกว่าการเรียนปกติและสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .05 (ปฏิวัติ จันทนุกูล, 2560) สรุปได้ว่าการนำสื่อวีดิทัศน์มาใช้ร่วมกับ PBL ช่วยให้นักเรียนกำหนดปัญหาได้ตรงประเด็น มองเห็นสาเหตุและผลกระทบชัดเจน นำไปสู่การแก้ปัญหาอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นระบบมากขึ้น

4. ความพึงพอใจของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ที่มีต่อการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ กลุ่มสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 เรื่อง ปฏิกิริยาเคมี อยู่ในระดับมากขึ้นไป มีค่าเฉลี่ย 4.45 ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์นั้น เปิดโอกาสให้นักเรียนแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระ ฝึกการคิดอย่างมีเหตุผลและแสวงหาความรู้ด้วยตนเองและใช้สื่อวีดิทัศน์ที่เป็นสถานการณ์ปัญหาใกล้เคียงหรือเกิดขึ้นจริงในชีวิตประจำวันใช้ในขั้นกำหนดปัญหา เมื่อนักเรียนได้เห็นภาพและได้ยินเสียงไปพร้อม ๆ กัน เป็นการสื่อสารที่ผสมผสานทั้งภาพและเสียงย่อมช่วยให้นักเรียนเกิดการรับรู้เข้าใจเนื้อหาได้ดีกว่าและสามารถเข้าใจกระบวนการที่ซับซ้อนได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมนัส สายแก้ว ที่ได้สรุปไว้ว่าเมื่อนักเรียนได้รับการยอมรับและยกย่อง จะเกิดแรงจูงใจภายในที่นำไปสู่ความกระตือรือร้นในการเรียน ยึดหลักความสำเร็จของแต่ละบุคคลเป็นความสำเร็จของกลุ่ม เปิดโอกาสให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการสร้างผลสำเร็จร่วมกัน(มนัส สายแก้ว, 2562) สอดคล้องกับผลการวิจัยของ พัชรี นาคผง ที่รายงานว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับเทคนิค STAD อยู่ในระดับมาก (พัชรี นาคผง, 2562) และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ จุฑามาศ บัวมุลย์ ที่พบว่า นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 มีความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้พัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาแบบร่วมมือในระดับมากเช่นกัน (จุฑามาศ บัวมุลย์, 2566) ทั้งนี้เนื่องจากการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์เน้นกระบวนการสร้างองค์ความรู้ผ่านการกระทำ อันเป็นรากฐานที่นำไปสู่ความเข้าใจที่ลึกซึ้งและความพึงพอใจในการเรียนรู้ของนักเรียน แสดงให้เห็นว่า แผนการจัดการเรียนรู้ที่ผู้วิจัยสร้าง ขึ้นมีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพของนักเรียนได้อย่างเหมาะสม

สรุปและข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัยครั้งนี้สามารถนำไปใช้ สำหรับครูผู้สอนควรออกแบบกิจกรรมให้มีความหลากหลาย โดยเน้นกระตุ้นให้นักเรียนเกิดความสามารถในการแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และให้ความสำคัญกับการอภิปรายเพื่อเชื่อมโยงความรู้ที่เรียนไปสู่การประยุกต์ใช้แก้ปัญหาในชีวิตประจำวันอย่างเป็นรูปธรรม ครูผู้สอนควรสร้างหรือตัดต่อสื่อวีดิทัศน์ประกอบการสอนด้วยตนเอง เพื่อให้ได้สื่อที่มีความยาวเหมาะสม ตรงประเด็น สอดคล้องกับเนื้อหาที่จัดการเรียนรู้ และตอบสนองต่อความสนใจและบริบทของนักเรียนในชั้นเรียนของตนเองอย่างแท้จริง และการวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาผลของการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อวีดิทัศน์ใน กลุ่มสาระการ

เรียนรู้อื่น ๆ เช่น กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ หรือ สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม รวมถึงทดลองในระดับชั้นที่แตกต่างออกไป เช่น ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นชั้นปีอื่น หรือระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย เพื่อตรวจสอบว่ารูปแบบการสอนนี้มีประสิทธิผลครอบคลุมในเนื้อหาและช่วงวัยที่แตกต่างกันหรือไม่ การประยุกต์ใช้สื่อเทคโนโลยีรูปแบบใหม่ ควรมีการพัฒนาการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานโดยบูรณาการร่วมกับสื่อและเทคโนโลยีประเภทอื่นที่เฉพาะเจาะจงมากขึ้น เช่น แอปพลิเคชันการเรียนรู้แบบโต้ตอบ (Interactive Applications), เทคโนโลยีความจริงเสริม/ความจริงเสมือน (AR/VR) หรือ การจัดการเรียนรู้ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media Based Learning) เพื่อศึกษาเปรียบเทียบว่าสื่อประเภทใดสามารถส่งเสริมความสามารถในการแก้ปัญหาและการมีส่วนร่วมของผู้เรียนได้ดีที่สุดในยุคดิจิทัล อีกทั้งการวัจัยนี้ยังมีข้อจำกัดของการวิจัย อย่างไรก็ตาม การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดในด้านการสรุปอ้างอิงผลการวิจัยในวงกว้าง (Generalization) เนื่องจากดำเนินการทดลองกับกลุ่มตัวอย่างที่มาจากโรงเรียนสตรีทุ่งสงเพียงแห่งเดียว ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้อาจจำกัดอยู่ภายใต้บริบท ความพร้อมของสถานศึกษา และพื้นฐานของผู้เรียนในพื้นที่นั้น การนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้กับโรงเรียนอื่นที่มีบริบทแตกต่างกันจึงควรพิจารณาปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับสภาพจริง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และสาระภูมิศาสตร์ในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. กรุงเทพมหานคร: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

ขวัญสุดา คำควร. (2567). การจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับเทคโนโลยีเสมือนจริงเพื่อพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์และความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. ในรายงานการวิจัย. โรงเรียนเมรี่อิมมาคุเลตคอนแวนต์.

จุฑามาศ บัวมุลย์. (2566). การพัฒนากิจกรรมการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมสมรรถนะการแก้ปัญหาแบบร่วมมือและผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เรื่อง สารละลาย ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตรศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ทิศนา แขมมณี. (2563). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพมหานคร: ด่านสุทธาการพิมพ์.

นันทิยาภรณ์ หงษ์เวียงจันทร์ และไกยสิทธิ์ อภิระติง. (2560). การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ด้วยเทคนิคการจัดการเรียนรู้แบบ KWDL โดยการใช้สื่อบทเรียนวีดิทัศน์ เรื่อง การแก้โจทย์ปัญหาโดยการใช้บัญญัติไตรยางศ์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. วารสารวิชาการการจัดการ เทคโนโลยีสารสนเทศและนวัตกรรมคณะเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 4(1), 52-58.

ปฏิวัติ จันทนุกูล. (2560). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ ความสามารถในการแก้ปัญหาและจิตวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ระหว่างการจัดการเรียนรู้แบบปัญหาเป็นฐาน และการจัดการเรียนรู้แบบปกติ. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.

พงศ์ธร จารุตัน และพรชัย ผาดไธสง. (2567). การพัฒนากิจกรรมการจัดการเรียนรู้วิทยาศาสตร์แบบปัญหาเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความสามารถในการคิดอย่างมีวิจารณญาณ สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3. วารสารพุทธศาสตร์ มจร อุบลราชธานี, 6(2), 1577-1588.

พัชรี นาคผง. (2562). การพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่จัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับเทคนิค STAD. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรและการนิเทศ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ไพศาล สุวรรณน้อย. (2563). การเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐาน (Problem–based Learning: PBL). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

มนัส สายแก้ว. (2562). รู้จักกับสื่อวีดีทัศน์เบื้องต้น. เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2568 จาก http://kruthinkandan.net/home/images/dataktd/article/software/video/vedio-11.pdf

มารุต พัฒผล. (2561). เอกสารประกอบการเรียนรู้ รายวิชา การโค้ชเพื่อการรู้คิด Module 4 ทฤษฎีการเรียนรู้ กลุ่มการรู้คิด. เรียกใช้เมื่อ 29 เมษายน 2568 จาก http://www.curriculumandlearning.com/upload/ModuleCognitiveCoaching/Module%204%20Cognitive%20Ccoaching_1608431604.pdf

มีนตรา พรหมรักษา. (2563). การจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบปัญหาเป็นฐานร่วมกับวีดิโอช่วยสอนเพื่อพัฒนาความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาทางฟิสิกส์ และเจตคติต่อวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4. ใน วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตรศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

โรงเรียนสตรีทุ่งสง. (2566). รายงานการประเมินตนเองของโรงเรียนสตรีทุ่งสง ปีการศึกษา 2566. นครศรีธรรมราช: จิตรอักษรการพิมพ์.

วิโรจน์ ว่องไวไพโรจน์. (2564). คู่มือการปฏิบัติงานหลักการผลิตสื่อวีดิทัศน์. เพชรบุรี: ศูนย์นวัตกรรมการเรียนรู้ สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2561). แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุก (Active Learning). กรุงเทพมหานคร: หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ. กรุงเทพมหานคร: พริกหวาน กราฟฟิค.

สุกัญญา จันทกุล และคณะ. (2566). การพัฒนาสื่อวีดิทัศน์ประกอบการสอนปฏิบัติวิชาแกะสลักผักผลไม้ และงานใบตอง. วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา, 35(127), 57-65.

สุกานดา สีทา. (2563). ผลการจัดการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานที่มีต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิชาวิทยาศาสตร์ เรื่อง โลกและการเปลี่ยนแปลง และความสามารถในการแก้ปัญหาทางวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 2 โรงเรียนปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. ใน วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุคนธ์ สินธพานนท์ และคณะ. (2562). หลากหลายวิธีสอนเพื่อพัฒนาคุณภาพเยาวชนไทย. กรุงเทพมหานคร: 9119 เทคนิคพริ้นติ้ง.

หนึ่งฤทัย เฮ้าประมงค์. (2566). การพัฒนากิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับสื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งเสริมความสามารถในการให้เหตุผลเชิงวิทยาศาสตร์ เรื่อง กรด-เบส ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6. ใน วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการสอนวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Johnstone, A. H. (1991). Why is science difficult to learn? Things are seldom what they seem. Journal of Computer Assisted Learning, 7(2), 75-83.

Sulastri, S. & Pertiwi, F. N. (2020). Problem Based Learning Model Through Contextual Approach Related With Science Problem Solving Ability Of Junior High School Students. INSECTA: Integrative Science Education and Teaching Activity Journal, 1(1), 50-58.

Weir, J. J. (1974). Problem Solving is Everybody's Problem. The Science Teacher, 41(4), 16-18.

บทความวิจัย

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้*

ONLINE MARKETING COMMUNICATION STRATEGIES OF COFFEE SHOP ENTERPRENEURS IN SHANGHAI

หม่า หยีเน่อ*, ภูริพัฒน์ แก้วตาธนวัฒนา, จำเริญ คังคะศรี, ดนัย โชติแสง, นิสากร ยินดีจันทร์
Ma Yinuer*, Puripat Keawtathanawatthana, Chamroen kungkasri, Danai Chotsaeng, Nisakorn Yindeechan
คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จันทบุรี ประเทศไทย
Faculty of Communication Arts, Rambhai Barni Rajabhat university, Chanthaburi, Thailand
*Corresponding author E-mail: puripat.k@rbru.ac.th
*Tel: 081-398-4054

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ และเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ ใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ โดยการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling) ใช้สูตรของทาโร่ยามาเน่ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยสถิติ T-test และ ANOVA เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ และการวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ การส่งเสริมการขาย การขายโดยบุคคล และการตลาดทางตรง โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.26 และพบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้มีความสัมพันธ์กับการโฆษณาออนไลน์ การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ การส่งเสริมการขายออนไลน์ การขายโดยบุคคลออนไลน์ และการตลาดทางตรงออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ดังนั้น การสื่อสารการตลาดออนไลน์เป็นกลยุทธ์สำคัญของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ในการสื่อสารข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับคุณภาพและบริการต่าง ๆ ไปสู่ผู้บริโภคกาแฟเพื่อสร้างความเข้าใจ สร้างการยอมรับระหว่างธุรกิจร้านกาแฟกับผู้บริโภค เพื่อมุ่งหวังให้เกิดพฤติกรรม การซื้อกาแฟและการบอกต่อคุณภาพและบริการจากผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ไปสู่ผู้บริโภค

คำสำคัญ: การสื่อสารการตลาด, สื่อออนไลน์, ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ

Abstract

This research aimed to study the online marketing communication of coffee shop entrepreneurs in Shanghai and to examine the relationship between the personal characteristics of coffee shop entrepreneurs in Shanghai and online marketing communication. A quantitative research method was used, collecting data from a group of coffee shop entrepreneurs in Shanghai

* Received 9 April 2026; Revised 29 April 2026; Accepted 30 April 2026

through quota sampling. Using Yamane's formula, a sample of 400 people was obtained. The statistics used to analyze the data were percentages, mean, and standard deviation. Hypothesis testing was conducted using T-test and ANOVA was performed. Compare pairwise differences using the Scheffé method and Pearson correlation analysis Research findings reveal that the online marketing communication of coffee shop entrepreneurs in Shanghai, including advertising, public relations, sales promotion, personal selling, and direct marketing, is generally at the highest level, with an average score of 4.26, the personal characteristics of coffee shop entrepreneurs in Shanghai, specifically gender, age, education attained, monthly income, exhibited a statistically significant relationship with their to online advertising, online public relations, online sales promotion, online personal selling, and online direct marketing at the 0.05 level of significance. Therefore Online marketing communication is a key strategy for coffee shop entrepreneurs in Shanghai to communicate information about quality and various services to coffee consumers in order to build understanding and acceptance between coffee businesses and consumers, with the aim of encouraging coffee purchasing behavior and word-of-mouth about the quality and services from coffee shop entrepreneurs in Shanghai to consumers.
Keywords: Marketing Communication, Online Media, Coffee Shop Entrepreneurs

บทนำ

กาแฟเป็นหนึ่งในเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมสูงสุดในโลก (Samper, L. F. & Quiones-Ruiz, X. F., 2017) และถือเป็นสินค้าโภคภัณฑ์ (Commodity) ที่มีมูลค่าการค้าระหว่างประเทศสูงเป็นอันดับสองรองจากน้ำมันปิโตรเลียมเท่านั้น (Ponte, S., 2002) อุตสาหกรรมกาแฟมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจโลก โดยเฉพาะในประเทศกำลังพัฒนาที่เป็นแหล่งผลิตกาแฟหลักของโลก (Pendergrast, M., 2010); (Talbot, J. M., 2004)ตลาดกาแฟโลกจึงมีความสำคัญทั้งในมิติเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม ดังนั้นกาแฟถือได้ว่าเป็นวัตถุดิบในการผลิตเครื่องดื่มที่ประชาชนทั่วโลกนิยมบริโภคในชีวิตประจำวันจึงได้รับความนิยมแพร่หลายไปทั่วโลก (ปวีณา พานิชชัยกุล, 2562) และในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาปริมาณการบริโภคกาแฟของประชาชนจีนพุ่งสูงขึ้นเกือบ 150% แม้ว่าชาจะยังคงเป็นเครื่องดื่มหลักของคนจีน แต่การบริโภคกาแฟกำลังได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ทำงานในเขตเมือง ซึ่งมีแนวโน้มที่จะซื้อกาแฟนอกบ้านมากขึ้น ร้านค้าปลีกกาแฟกระจุกตัวอยู่ในปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ กวางโจว และเซินเจิ้น แต่ก็เริ่มเพิ่มขึ้นในเมืองหลักอื่น ๆ เช่น เฉิงตู หางโจว ซูโจว และฉงชิ่ง ปริมาณการบริโภคกาแฟโดยเฉลี่ยต่อคนในจีนเพิ่มขึ้น 167% ในช่วงสิบปีที่ผ่านมา แต่ยังคงเป็นเพียง 1 ใน 3 ของปริมาณการบริโภคกาแฟในญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ แสดงให้เห็นว่าตลาดกาแฟจีนยังมีศักยภาพในการเติบโตอีกมากในอนาคต นอกจากนี้การเติบโตของตลาดกาแฟในเมืองรอง สัดส่วนร้านกาแฟที่เปิดใหม่ในเมืองระดับอำเภอสูงถึง 34% และเมืองระดับ Third Tier City ลงไป มีอัตราการเติบโตมากกว่า 35% โดยกาแฟบดสดครองตลาดจีน ขนาดตลาดกาแฟบดสดมีมูลค่ากว่า 1.2 แสนล้านหยวน และคาดว่าในอนาคตสัดส่วนจะเพิ่มขึ้นจาก 40% เป็น 80% จากข้อมูลแสดงให้เห็นว่า ในปี 2023 เซี่ยงไฮ้มีจำนวนร้านกาแฟรวมทั้งสิ้น 9,553 แห่ง เพิ่มขึ้น 1,023 แห่งจากปีที่แล้ว และยังคงเป็นผู้นำด้านจำนวนร้านกาแฟทั่วประเทศอย่างต่อเนื่อง ณ เดือนมีนาคม 2020 (สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศเมืองเซี่ยเหมิน, 2567)

ความต้องการบริโภคกาแฟของคนจีนที่เติบโตอย่างรวดเร็ว ช่วยผลักดันอุตสาหกรรมกาแฟของจีนให้ขยายตัว ข้อมูลล่าสุดระบุว่า ชาวจีนบริโภคกาแฟเฉลี่ยอยู่ที่ 22.24 แก้วต่อคนต่อปี ขณะที่ชาวจีนในนครเซี่ยงไฮ้เมืองที่บริโภคกาแฟมากที่สุดของจีน บริโภคกาแฟคนละประมาณ 50 แก้วต่อคนต่อปี เซี่ยงไฮ้ยังเป็นที่ตั้งของร้าน

กาแฟกว่า 9,000 แห่ง และห่วงโซ่อุตสาหกรรมกาแฟแบบครบวงจรจากเมล็ดสู่แก้ว ที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว จากความเป็นมาดั้งเดิม ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนถูกมองว่าเป็น “ประเทศแห่งชา” มาหลายทศวรรษ ภาพจำของจีนในด้านกาแฟจึงไม่โดดเด่นมากนัก อย่างไรก็ตาม ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมานี้ ประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนได้สร้างปรากฏการณ์ที่น่าสนใจในโลกของกาแฟ ด้วยอัตราการบริโภคกาแฟภายในประเทศที่เติบโตแบบก้าวกระโดด เฉลี่ยปีละประมาณ 15% โดยเฉพาะเมืองใหญ่อย่าง ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ หรือฉงชิ่ง เป็นต้น ซึ่งตัวเลขการบริโภคกาแฟของชาวจีนนี้ถือเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก ด้วยเหตุนี้เองประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีนจึงกลายมาเป็นผู้เล่นหน้าใหม่ของวงการกาแฟที่น่าจับตามองในวงการกาแฟทั่วโลก แม้ว่าพื้นที่เพาะปลูกกาแฟจะอยู่ที่ประมาณ 5.38% จากพื้นที่ทั้งหมด เมื่อเทียบปริมาณพื้นปลูกกาแฟในระดับโลกจะอยู่ที่ประมาณ 1% เท่านั้น แต่กระนั้นกาแฟของประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน กลับสามารถสร้างอาชีพและรายได้ให้กับเกษตรกรในพื้นที่ได้อย่างมีนัยสำคัญ (ศูนย์เอเชียแอฟริกาสถานีวิทยุและโทรทัศน์ส่วนกลางแห่งประเทศจีน, 2025)

การสื่อสารนั้นมีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจ โดยเป็นสื่อกลางช่วยให้เกิดการขยายตัวของเศรษฐกิจ การสื่อสารการตลาดในรูปแบบของโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ช่วยให้เกิดการขยายตัวทางธุรกิจ ปัจจุบันภาพลักษณ์ของสินค้า บริการ และตราสินค้าซึ่งเกิดจากการสื่อสารเพื่อประชาสัมพันธ์มีส่วนสำคัญในการตัดสินใจของผู้ร่วมลงทุนและผู้บริโภค ควบคู่ไปกับกลยุทธ์ในการโฆษณาและการส่งเสริมการขายรูปแบบต่างๆ เพื่อเพิ่มยอดขายและส่วนแบ่งทางการตลาด นอกจากนั้นการสื่อสารยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการส่งเสริม และสนองเรื่องคุณภาพและความพึงพอใจของลูกค้าได้เช่นกัน (ธนกฤต วันต๊ะเมล์, 2557) ในปัจจุบันข่าวสารมีการแพร่กระจายอย่างรวดเร็ว โดยมีตัวกลางคือ สื่อออนไลน์ ที่ประชาชนมากกว่าสามในสี่ของโลกสามารถรับรู้ข้อมูล ข่าวสารจากสื่อออนไลน์ ซึ่งสามารถรับรู้ข้อมูล ข่าวสารได้อย่างรวดเร็วทำให้ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน แค่มีอินเตอร์เน็ตกับโทรศัพท์สมาร์ทโฟน ก็สามารถรับรู้ข้อมูลข่าวสารได้สะดวกและรวดเร็ว การสื่อสารออนไลน์จึงกลายเป็นสิ่งที่เข้ามามีบทบาทกับการใช้ชีวิตของคนเรามากขึ้น ดังจะเห็นได้จากกิจกรรมในชีวิตประจำวัน ทุก ๆ วันเราจำเป็นต้องมีการสื่อสารผ่านระบบออนไลน์ทั้งในฐานะผู้รับหรือผู้ส่งข้อมูลข่าวสาร ซึ่งข้อมูลข่าวสารทุกอย่างนั้นต้องรวดเร็วและสามารถเข้าถึงได้ง่าย การใช้สื่อออนไลน์จึงเป็นจุดแข็งของการเป็นเครื่องมือการสื่อสารสมัยใหม่ทำให้ผู้รับสารหรือผู้ส่งสารสามารถตามโลกได้อย่างทันเหตุการณ์ การสื่อสารออนไลน์นี้จึงมีประโยชน์ ทำให้ทุกคนสามารถรับรู้ข่าวสาร ความเคลื่อนไหว หรือการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วมากขึ้น เข้าถึงได้ทุกกลุ่มเป้าหมาย เพราะว่าการสื่อสารในโลกออนไลน์ทุกคนสามารถรับรู้และสัมผัสเหมือนกันได้หมด สะดวก รวดเร็วต่อการติดต่อสื่อสารในเรื่องต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการพูดคุยเรื่องงาน ส่งไฟล์งาน รูปภาพ วีดีโอ สื่อต่างๆ ถึงกันได้ง่าย ติดต่อหากันได้รวดเร็วไม่ต้องใช้เวลานานที่สำคัญยังสามารถติดต่อสื่อสารถึงกันได้จากระยะไกลโดยไม่จำเป็นต้องเดินทางไปพบกันสื่อออนไลน์ยังช่วยสร้างรายได้หรือสร้างอาชีพให้กับบุคคลองค์กรต่างๆ ได้ เช่น การขายของออนไลน์การไลฟ์สด และอื่นๆ เป็นช่องทางที่ช่วยเพิ่มเงินรายได้ของหลายๆ คนได้เป็นอย่างดี (Vithayathil, J. et al., 2020) หากว่าเลือกใช้การสื่อสารออนไลน์ได้อย่างถูกวิธี จะช่วยสร้างข้อมูลเพื่อการตัดสินใจด้านต่างๆ ได้มากขึ้น เพราะการสื่อสารออนไลน์เราสามารถรับรู้เรื่องราวต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นข่าวสาร การวิเคราะห์ ความน่าเชื่อถือข้อเท็จจริง และอื่นๆ หมายถึงว่าหากผู้รับสารหรือบริโภค กำลังคิดตัดสินใจจะซื้อ ผู้บริโภคสามารถสอบถามผู้รู้หรือผู้ที่เคยใช้สินค้าหรือบริการนั้นมาก่อนได้ ผ่านการสื่อสารออนไลน์พร้อมกับหาข้อมูลใหม่ๆ ด้วยนั่นเองการสื่อสารออนไลน์ประหยัดค่าใช้จ่ายได้เป็นอย่างมาก ซึ่งหากเปรียบเทียบการติดต่อสื่อสารในอดีต ผู้บริโภคต้องเสียเงินเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายในการติดต่อ เช่น ค่าโทรศัพท์ ค่าแสตมป์เพื่อส่งจดหมาย ค่าโทรเลข ฯลฯเป็นต้น แต่การติดต่อสื่อสารผ่านสื่อออนไลน์นั้นผู้บริโภคไม่จำเป็นต้องเสียค่าใช้จ่ายแค่มีแอพพลิเคชั่น หรือโปรแกรมติดต่อกันจากนั้นก็ทำการเชื่อมต่อ Wi-Fi เท่านี้ก็สามารถติดต่อสื่อสารกันได้

เซี่ยงไฮ้ไม่ได้เป็นเพียงเมืองที่มีร้านกาแฟมากที่สุดในโลก แต่เป็นเมืองที่กำลังพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว และกลายเป็นศูนย์กลางกาแฟของสาธารณรัฐประชาชนจีนที่มีทั้งเรื่องของวัฒนธรรม นวัตกรรม และธุรกิจ ที่ได้มีการ

ผสมผสานเข้าไว้ด้วยกันอย่างลงตัว ด้วยจำนวนผู้บริโภคกาแฟชาวจีนที่เพิ่มขึ้นมากกว่าหลายเท่าตัวในรอบหนึ่งทศวรรษที่ผ่านมา ได้กลายเป็นแรงผลักดันให้ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้และเมืองต่าง ๆ ในประเทศจีนมีการการเติบโตในลักษณะก้าวกระโดด และความแพร่หลายของกาแฟคุณภาพสูงในสังคมเมือง สิ่งเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า ในอนาคตของกาแฟโลกกำลังขยับจากประเทศตะวันตกมาสู่ประเทศเอเชียอย่างชัดเจน และในปัจจุบันเมืองเซี่ยงไฮ้เป็นศูนย์กลางสำคัญที่ผู้ประกอบธุรกิจกาแฟทั่วโลกรวมถึงผู้ประกอบการในประเทศสาธารณรัฐประชาชนจีน ให้ความสำคัญและจับตามองอย่างใกล้ชิด จากความสำคัญดังกล่าว กลยุทธ์การสื่อสารได้เข้ามาเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางการสื่อสาร หน้าที่ทางการตลาด รวมถึงการสื่อสารการตลาด และมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ประกอบกับการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศขึ้น การสื่อสารออนไลน์จึงมีความสำคัญในยุคปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการใช้สื่อออนไลน์ที่แสดงเป็นตัวเลขที่เพิ่มมากขึ้นทุกปี ธุรกิจร้านกาแฟมีการใช้สื่อออนไลน์เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการตลาดเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมของผู้บริโภคให้มีการซื้อสินค้า บริการของธุรกิจร้านกาแฟมากขึ้น (สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศเมืองเซี่ยเหมิน, 2567) ทำให้ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้” ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ ผู้ประกอบการในพื้นที่อื่นๆ ที่สนใจในธุรกิจร้านกาแฟหรือธุรกิจธุรกิจอื่นๆ ที่จะนำไปประยุกต์ใช้อันเป็นการนำไปสู่การพัฒนาที่เกิดจากความคิดของทุกภาคส่วนที่มีส่วนได้ส่วนเสีย ส่งผลให้เกิดประโยชน์กับผู้ประกอบการ ผู้บริโภค และประเทศชาติโดยรวมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้” เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัย

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ 7 เขต ประกอบด้วย 1) เขตซูโจ 2) เขตอู๋ซี 3) เขตหนานทง 4) เขตหนิงปัว 5) เขตโจซาน 6) เขตเจียซิง 7) เขตหูโจ มีจำนวน 9,553 คน จึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากสูตรของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับ 0.05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 400 คน ซึ่งในแต่ละเขตมีผู้ประกอบการธุรกิจร้ากาแฟไม่เท่ากัน เพื่อให้มั่นใจว่าสัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามทั้ง 7 เขตมีความสมดุล จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบโควตา (Quota Sampling)

ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ในครั้งนี้ ดำเนินการศึกษาลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ด้านเพศ ด้านอายุ ด้านรายได้ต่อเดือน ด้านระดับศึกษา รวมถึงศึกษาเครื่องมือสื่อสารการตลาด 5 ด้าน ที่ส่งผลต่อการตัดสินซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการจากธุรกิจร้านกาแฟของผู้บริโภค คือ ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์

ขอบเขตด้านเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ใช้เวลาศึกษาทั้งสิ้น 1 ปี (มกราคม 2568 - ธันวาคม 2568)

ขอบเขตด้านสถานที่ การศึกษาวิจัยครั้งนี้ คือ ธุรกิจร้านการแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ทั้ง 7 เขต คือ 1) เขตซูโจ 2) เขตอู๋ซี 3) เขตหนานทง 4) เขตหนิงปัว 5) เขตโจซาน 6) เขตเจียซิง 7) เขตหูโจ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยสร้างแบบสอบถามตามแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องเพื่อความถูกต้องและครอบคลุมประเด็นที่ศึกษา ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ เป็นลักษณะตรวจสอบรายการ (Check list) ส่วนที่ 3 ข้อมูลเกี่ยวกับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ เป็นชุดคำถามแบบมาตรวัดประเมินค่า 5 ระดับ (Ranting Scale) ตามแบบของลิเคร์ท (Likert's) ของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะงานวิจัย แบบสอบถามได้ผ่านการตรวจความตรงของเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน และมีค่าสัมประสิทธิ์ความสอดคล้อง (Index of Item- Objective Congruence : IOC) (Tirakanon, S., 2014) ได้ค่า IOC มีค่าเท่ากับ 0.91 ซึ่งมีค่า IOC สูงกว่า 0.50 ถือว่ามีความเที่ยงตรงสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลได้

3. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นการนำข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาตรวจความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูลและนำไปวิเคราะห์โดยใช้คอมพิวเตอร์เพื่อประมวลผลข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป โดยลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ และลักษณะของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ส่วนการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ ด้วยสถิติ T-test และ F-test วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) เปรียบเทียบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีเชฟเฟ (Scheffe) และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Correlation) เพื่อทดสอบสมมติฐาน ตามวัตถุประสงค์ และนำเสนอข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา

ผลการวิจัย

การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้

1. การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ พบว่า ผู้ประกอบการใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดออนไลน์ ด้านการโฆษณาออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.26 ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.32 ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.25 ด้านการขายโดยบุคคลออไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.23 และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด 4.22

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับความคิดเห็นการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ (N=400)

	การสื่อสารการตลาดออนไลน์	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1	ด้านการโฆษณาออนไลน์	4.26	0.75	มากที่สุด
2	ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์	4.32	0.72	มากที่สุด
3	ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์	4.25	0.76	มากที่สุด
4	ด้านการขายโดยบุคคลออไลน์	4.23	0.69	มากที่สุด
5	ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์	4.22	0.74	มากที่สุด
	รวม	**4.26**	**0.74**	**มากที่สุด**

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการสื่อสารการตลาดออนไลน์ โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

พบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน

2. ปัจจัยที่มีผลต่อการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาด ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์ ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่างลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์

ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้	การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้									
	ด้านการโฆษณาออนไลน์		ด้านการประชาสัมพันธ์ออนไลน์		ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์		ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์		ด้านการตลาดทางตรงออนไลน์	
	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.	r	Sig.
เพศ	.426	.055	-.575	.056	.132	.000*	.166	.044	.323	.187
อายุ	.130	.000*	.232	.080	.177	.209	.353	.000*	.914	.000*
ระดับการศึกษา	.063	.000*	.170	.000*	.158	.000*	-.053	.000*	.109	.000*
รายได้ต่อเดือน	.285	.003*	.381	.022*	.129	.040*	.310	.036*	.228	.036*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 2 แสดงผลการทดสอบค่าความสัมพันธ์ระหว่าง พบว่า ลักษณะส่วนบุคคลของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้

1. เพศของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการส่งเสริมการขายออนไลน์

2. อายุของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ด้านการโฆษณาออนไลน์ ด้านการขายโดยบุคคลออนไลน์ และด้านการตลาดทางตรงออนไลน์

3. ระดับการศึกษาของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ทุกด้าน

4. รายได้ต่อเดือนของผู้ประกอบธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความสัมพันธ์กับการสื่อสารการตลาดออนไลน์ทุกด้าน

อภิปรายผล

1. ผลศึกษาการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้มีประเด็นสำคัญนำมาอภิปราย ดังนี้

1.1 การโฆษณาออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ใช้ในการสื่อสารข้อมูลสินค้าและบริการที่มีคุณภาพของธุรกิจร้านกาแฟธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ไปยังกลุ่มผู้บริโภคกาแฟยุคใหม่ที่ใช้สื่อออนไลน์ในการค้นหาข้อมูลสินค้าและบริการเกี่ยวกับธุรกิจร้านกาแฟเพื่อใช้ในการตัดสินใจเข้าไปซื้อกาแฟ และใช้บริการของธุรกิจร้านกาแฟ และพบว่า การโฆษณาออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้มีบทบาทสำคัญต่อการประสบความสำเร็จในการสร้างความน่าสนใจจนสามารถดึงดูดให้ผู้บริโภคกาแฟ เดินทางเข้ามาซื้อกาแฟหรือสินค้าเสริมหรือบริการอื่น ๆ ที่มีจำหน่ายที่ธุรกิจร้านกาแฟใน

เมืองเชี่ยงไฮ้ และพบอีกว่า การโฆษณาออนไลน์ช่วยเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงผู้บริโภคกาแฟกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างการรับรู้แบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ส่งผลให้สามารถกระตุ้นยอดขายผลิตภัณฑ์กาแฟ และยังสามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้บริโภคกาแฟในระยะยาวทั้งนี้เนื่องมาจากสื่อออนไลน์ที่ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ใช้ในการโฆษณาออนไลน์มีความยืดหยุ่นสูงสามารถสร้างการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ประกอบการร้านกาแฟกับผู้บริโภคได้อย่างรวดเร็วทันที และผู้ประกอบการสามารถปรับเปลี่ยนรูปแบบหรือเนื้อหาของการโฆษณาออนไลน์ตามผลการตอบรับที่ผู้บริโภคกาแฟสะท้อนกลับทำให้ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้สามารถปรับกลยุทธ์การโฆษณาได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพสอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคกาแฟยุคดิจิทัล สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ทักษภร อภิลักษ์นุกูล, 2565) ที่ได้ศึกษาเรื่องอิทธิพลของสื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อโฆษณาออนไลน์ที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคเจเนอเรชันแซดในประเทศไทย ผลการวิจัยพบว่า สื่อโฆษณาที่ส่งผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคในขั้นของความเข้าใจได้ดีที่สุดคือสื่อโฆษณาสังคมออนไลน์ และพบว่า ปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคตอบสนองในขั้นของความเข้าใจต่อโฆษณาออนไลน์มากกว่าโฆษณานอกบ้านเพราะว่าเจเนอเรชัน แซด (Generation Z) นั้นเติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของชีวิตประจำวัน ดังนั้นการพบเห็นโฆษณา ทางช่องทางออนไลน์จะสร้างความเข้าใจในรายละเอียดของสินค้ารวมถึงให้ความรู้เกี่ยวกับสินค้า ได้มากกว่าสื่อโฆษณานอกบ้าน และสอดคล้องกับผลการศึกษาของ (Poornima et al. , 2019) ที่พบว่าผู้คนส่วนใหญ่ในสังคมได้รับอิทธิพลมาจากสื่อโฆษณาออนไลน์ การโฆษณาบนช่องทางออนไลน์เป็นวิธีที่ดีกว่าการใช้สื่อโฆษณานอกบ้าน เพราะการใช้สื่อ โฆษณาออนไลน์นั้นสามารถที่จะกำหนดกลุ่มเป้าหมายได้ค่อนข้างชัดเจน จึงสามารถที่จะทำการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอเพื่อให้เข้ากับกลุ่มลูกค้าแต่ละประเภทได้ ซึ่งจะสร้างความตื่นเต้นและทำให้ผู้บริโภคที่พบเห็นเกิดความสนใจในสินค้า ซึ่งเรียกได้ว่าเป็น การตอบสนองของผู้บริโภคในขั้นของความรู้สึก ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (กมล ชัยวัฒน์, 2561) การโฆษณาเป็นเครื่องมือการส่งเสริมการตลาดอย่างหนึ่งที่เป็นการสื่อสารผ่านสื่อเดิมหรือสื่อออนไลน์ที่ไม่ใช้ตัวบุคคล มีการจัดประเภทการโฆษณาได้หลายรูปแบบตามกลุ่มผู้รับข่าวสาร กลุ่มผู้ทำโฆษณา สื่อโฆษณา การโฆษณามีบทบาทสำคัญทั้งต่อตัวธุรกิจ เศรษฐกิจ และสังคม ดังนั้นการสร้างสรรค์งานโฆษณาจึงมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จหรือความล้มเหลวของสินค้าหรือบริการ ดังนั้นการสร้างสรรค์งานโฆษณาต้องสามารถสร้างแนวความคิดที่แปลกใหม่ โดดเด่นและเหมาะสมโดยต้องมีสิ่งจูงใจในการชักจูงหรือดึงดูดความสนใจ

1.2 การประชาสัมพันธ์ออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ภาพลักษณ์ของแบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ถูกสร้างขึ้นมา เพื่อให้ลูกค้าที่ซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟหรือบริการเสริมอื่น ๆ ของธุรกิจร้านกาแฟเกิดความประทับใจ และมีความรู้ที่ดีต่อธุรกิจร้านกาแฟจนกลายเป็นความภักดีที่ส่งผลดีต่อแบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในระยะยาว อาทิ คุณภาพของผลิตภัณฑ์กาแฟ, คุณค่าของแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟ, จุดยืนของแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟ, การให้บริการของธุรกิจร้านกาแฟ, ประสบการณ์ของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟได้รับ เพื่อให้แบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความโดดเด่นและมีความแข็งแกร่งมากกว่าแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟคู่แข่งที่อยู่ในท้องตลาด จนทำให้แบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้มีความน่าเชื่อถือและส่งผลให้การดำเนินกิจการร้านกาแฟเติบโตมากขึ้นทางด้านชื่อเสียง ยอดขาย และส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) เนื่องจากภาพลักษณ์ของแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟนั้นส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟเป็นอย่างมาก และพบว่า ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟจะเลือกซื้อสินค้าจากแบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ที่มีภาพลักษณ์ที่ดีและน่าเชื่อถือ มากกว่าผลิตภัณฑ์กาแฟหรือบริการเสริมอื่น ๆ จากแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ที่ไม่เคยได้ยินชื่อและไม่มีใครเคยเป็นลูกค้าหรือผู้บริโภคกาแฟมาก่อน ภาพลักษณ์ของแบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ในสื่อออนไลน์จึงเป็นช่องทางการสื่อสารที่มีบทบาทสำคัญมากที่สุดในยุคปัจจุบัน การทำให้แบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ให้เป็นที่รู้จักในวงกว้างโดยใช้สื่อออนไลน์ จึงทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟรู้ว่ามีแบรนด์ของธุรกิจร้านกาแฟต่าง ๆ ในเมืองเชี่ยงไฮ้ขายผลิตภัณฑ์กาแฟที่มีคุณภาพ หรือการให้บริการที่มีคุณภาพสูง ซึ่งจะเป็น

การประชาสัมพันธ์ที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการเป็นหนึ่งในตัวเลือกประกอบการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟหรือบริการของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (จิณห์นิภา แสงสุข, 2567) ศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า บริบทการประชาสัมพันธ์ต้องมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบการประชาสัมพันธ์จากเดิม ใช้เอกสารแผ่นพับ แผ่นป้าย โปสเตอร์ สติ๊กเกอร์ ป้ายโฆษณาประชาสัมพันธ์ขนาดใหญ่ ในยุคปัจจุบันการประชาสัมพันธ์เปลี่ยน รูปแบบไปอยู่ใน แพลตฟอร์ม (platform) ต่าง ๆ ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) โดยมีการนำเอาเทคโนโลยีสารสนเทศ (information technology) สมัยใหม่มาใช้ทำให้วงการของนักประชาสัมพันธ์ตื่นตัวและมีการยกระดับการประชาสัมพันธ์สู่รูปแบบการใช้สื่อใหม่ (new media) นำมาประยุกต์ใช้เป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เป็นการเพิ่มช่องทางในการติดต่อ สื่อสารจากแหล่งข้อมูลข่าวสารที่หลากหลาย เพื่อเป็นทางเลือกในการตัดสินใจดำเนินงานด้านการประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในทุกสาขาอาชีพ ทั้งองค์กรภาครัฐ ภาคเอกชน การศึกษา ด้านการแพทย์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้ประกอบธุรกิจการค้า ได้ใช้เทคนิคและกลยุทธ์การแข่งขันให้มีการพัฒนาโดยใช้สื่อสังคมออนไลน์ (social media) ด้านการประสัมพันธ์เชิงรุกเพื่อเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายเดียวกัน ซึ่งก็ส่งผลดีต่อผู้บริโภคได้ใช้การบริการและได้บริโภคสินค้าราคาย่อมเยา

ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (วิเชียร เลิศโภคานนท์ และคณะ, 2561) ที่กล่าวว่ากิจกรรมการตลาดที่ดีจึงเป็นทั้งศาสตร์และศิลป์ กิจกรรมที่ต้องจัดต้องมีการปรับเปลี่ยนวิธีการนำเสนอที่แปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา แต่ต้องคงเอกลักษณ์ของแบรนด์ให้ลูกค้าจดจำ และสิ่งที่สำคัญคือสร้างรายได้ให้กิจการอย่างต่อเนื่อง ดังนั้นการจัดกิจกรรมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์ของแบรนด์ จึงเป็นการประชาสัมพันธ์กิจกรรมการตลาดให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยหลายด้านเป็นการใช้ระบบบริหารจัดการเป็นการสร้างภาพลักษณ์ช่วยให้แบรนด์สามารถรักษาฐานลูกค้าเก่าและสร้างยอดขายซื้อได้อย่างต่อเนื่อง

1.3 การส่งเสริมการขายออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชียงไฮ้ให้ความสำคัญกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและข้อมูลข่าวสารสารสนเทศเข้ามามีบทบาทสำคัญในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ ส่งผลให้การส่งเสริมการขายของธุรกิจร้านกาแฟต้องมีการพัฒนาวิธีการส่งเสริมการขายจากวิธีการปกติที่ปฏิบัติมาอย่างยาวนานมาสู่การส่งเสริมการขายออนไลน์ที่กำลังได้รับความนิยมมากที่สุดจากลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ และพบว่า การส่งเสริมการขายออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟ เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยให้ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชียงไฮ้มีความแตกต่างและมีลักษณะโดดเด่น สร้างยอดขาย และสร้างความพึงพอใจต่อลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟได้เป็นอย่างดีในยุคสื่อออนไลน์ และพบว่า การส่งเสริมการขายออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชียงไฮ้เป็นวิธีการที่มุ่งเน้นการตลาดเฉพาะบุคคลที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้ธุรกิจร้านกาแฟเข้าใจความต้องการเชิงลึกของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ ที่ธุรกิจร้านกาแฟเก็บรวบรวมข้อมูลได้จากพฤติกรรมการซื้อ ประวัติการเข้าชมสื่อออนไลน์ รวมไปถึงข้อมูลในโซเชียลมีเดียต่าง ๆ ของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมการขายที่สำคัญ แล้วนำข้อมูลเหล่านั้นมาวิเคราะห์และสร้างโปรโมชั่นเพื่อเพิ่มยอดขายหรือปรับข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายให้ตรงกับความต้องการและความพึงพอใจของลูกค้าแต่ละคนที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ (Personalized Offers) ไม่ว่าจะเป็นคูปองส่วนลดเฉพาะ หรือการแนะนำสินค้าที่สอดคล้องกับความสนใจของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ และพบว่า การส่งเสริมการขายออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟช่วยเพิ่มอัตราการคลิก (CTR) เพื่อเข้าไปดูการส่งเสริมการขาย และยังช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวก (Positive Customer Experience) เกิดการกระตุ้นความต้องการบริโภคกาแฟมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังพบว่า การส่งเสริมการขายออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟยังมีการเปิดโอกาสให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟเข้ามามีส่วนร่วมในการส่งเสริมการขายในสื่อออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟได้หลายรูปแบบ อาทิ การให้ข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์กาแฟและบริการเสริมอื่น ๆ หรือแม้แต่การร่วมสร้างหรือร่วมออกแบบการส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์กาแฟหรือบริการกับธุรกิจร้านกาแฟ การส่งเสริมการ

ขายเป็นการสร้างความรู้สึกของลูกค้าว่าลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งต่อการเพิ่มยอดขายและมีความสำคัญที่ส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าของธุรกิจร้านกาแฟในอนาคต เพราะตนเองเป็นผู้สนับสนุนธุรกิจร้านกาแฟซึ่งเป็นวิสาหกิจที่ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของเกษรตกรผู้ปลูกกาแฟ และการสร้างงานในชุมชนและเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากตามนโยบายของรัฐบาลจีน สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (จเร เถื่อนพวงแก้ว, 2563) ได้ศึกษาเรื่อง การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี พบว่า ธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวใช้สื่อออนไลน์ เพื่อให้ผู้บริโภคได้รับข่าวสารเกี่ยวกับการส่งเสริมการขายของธุรกิจได้อย่างสะดวก ทำให้เกิดการรับรู้ข้อมูลการให้บริการของธุรกิจอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และการมีของแถมเมื่อลูกค้าใช้บริการต่าง ๆ ตามที่ธุรกิจกำหนด ผ่านเว็บไซต์ของธุรกิจ ซึ่งการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมสำคัญที่จะติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่คาดหวังเพื่อแจ้งข่าวสาร เพื่อจูงใจให้เกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติและภาพพจน์ที่ดีให้เกิดขึ้นกับธุรกิจและบริการของธุรกิจ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Victor T.C. Middleton., 1994) ที่อธิบายว่า การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมหรือเครื่องมือทางการตลาดอย่างหนึ่งที่กระตุ้นให้ร้านค้าและผู้ประกอบการสนใจซื้อขาย สินค้ามากขึ้น เป็นการผลักดันให้สินค้าที่ขายอยู่สามารถทำยอดขายได้สูงกว่าคู่แข่ง และการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อเร็วขึ้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ (ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ และกมล ชัยรัตน์, 2561) การส่งเสริมการขายเป็นกิจกรรมทางการตลาดที่ช่วยเพิ่มมูลค่าของสินค้าเพื่อเพิ่มยอดขาย โดยสามารถเกิดขึ้นได้ทั้งกับผู้บริโภคและผู้ค้าคนกลาง เช่น การลดราคา คูปองส่วนลด การแจกสินค้าตัวอย่าง ของแถม การชิงโชค ชิงรางวัล เป็นต้น และสอดคล้องกับแนวคิดของ (ชูสิทธิ์ ชูชาติ, 2554) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการขาย (Sales Promotion) มักใช้ร่วมกับการโฆษณาและการขายโดยใช้พนักงานกระทำควบคู่กันไป การส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภค ประกอบด้วยกิจกรรมต่าง ๆ ได้แก่ การใช้ตัวอย่างสินค้า (Sample) การให้บัตรส่งเสริมการขายหรือคูปอง (Coupons) การเสนอเงินคืน (Money Refund Offer) การเสนอส่วนลด (Price Packs) การเสนอของแถม (Premium) การให้แสตมป์เก็บไว้แลกสินค้า (Trading Stamp) การแข่งขัน (Contest) และการส่งสลากชิงโชค (Sweepstake) นอกจากการส่งเสริมการขายไปยังผู้บริโภคแล้ว อาจส่งเสริมการขายไปยังคนกลางหรือพนักงานขาย โดยวิธีการให้ส่วนลดพิเศษหรือแจกสินค้าให้เปล่าแก่คนกลาง ให้เงินรางวัล (Bonus) จัดการแข่งขันการขายระหว่างพนักงาน เป็นต้น

1.4 การขายโดยบุคคลออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ใช้บุคคลหรือพนักงานขาย เป็นตัวแทนในการติดต่อสื่อสารระหว่างธุรกิจร้านกาแฟแบบตัวต่อตัวกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งเป็นการสื่อสารในลักษณะของการให้ข้อมูลรายละเอียดเกี่ยวกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์กาแฟ และการให้บริการเสริมอื่นๆ ของธุรกิจร้านกาแฟ การขายโดยบุคคลออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ มีความแตกต่างจากการติดต่อสื่อสารแบบตัวต่อตัวแบบเห็นหน้าตามปกติ แต่เป็นการขายโดยบุคคลหรือพนักงานขาย ซึ่งมีลักษณะเป็นกระบวนการขายที่มีการวิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ ที่มีความต้องการและความคาดหวังว่าธุรกิจร้ากาแฟจะสร้างกิจกรรมเสริมต่างๆ ที่จะทำให้ลูกค้าตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟ สินค้าเสริมและบริการโดยพนักงานขายต้องใช้ทักษะด้านการสื่อสารและมีความรู้เรื่องของผลิตภัณฑ์กาแฟและการบริการที่ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้าของธุรกิจร้านกาแฟ คือ พนักงานขายให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรโมชั่น เช่น การลดราคา การแจกคูปองเพื่อสะสม หรือการแลกคูปองที่สะสมไว้และนำมารับของแถมหรือส่วนลดเมื่อซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการของธุรกิจร้ากาแฟ และพบว่า การขายโดยบุคคลออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟสามารถดึงดูดความสนใจของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟเกิดความเชื่อมั่นต่อคุณภาพของผลิตภัณฑ์กาแฟ เนื่องจากการขายโดยบุคคลออนไลน์สามารถให้บริการตอบข้อซักถาม ข้อสงสัย ความไม่เข้าใจเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือแม้แต่การสอบถามที่ตั้งธุรกิจร้านกาแฟ สิ่งอำนวยความสะดวก สถานที่จอดรถ ฯลฯ และพบว่าพนักงานขายมีบุคลิกภาพที่ดี มีความรู้ ความสามารถในการนำเสนอขายสินค้าและบริการแก่ลูกค้าผ่านสื่อออนไลน์ได้ดีมากกว่าการขายโดยบุคคลตามปกติ ทั้งนี้เนื่องมาจากการขายโดยบุคคลออนไลน์ทำให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภค

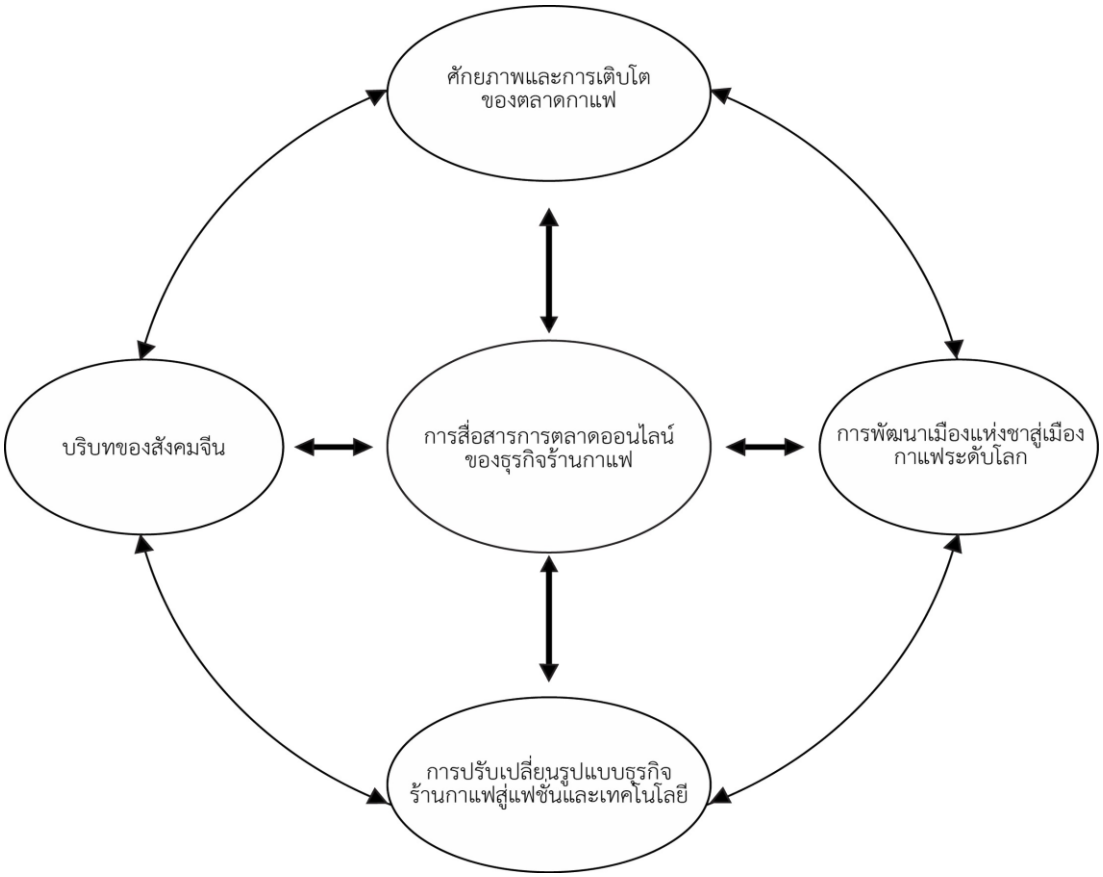
กาแฟกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นสอบถามประเด็นข้อสงสัยต่าง ๆ เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าหรือบริการของธุรกิจร้านกาแฟได้อย่างเต็มที่ การขายโดยบุคคลออนไลน์ส่งผลทำให้ทั้งลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ และพนักงานขายไม่มีข้อจำกัดเรื่องของการเดินทาง เวลา และสถานที่ การขายโดยบุคคลออนไลน์ทำให้เกิดความสะดวกรวดเร็วในการสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ และพบว่า การขายโดยบุคคลออนไลน์สามารถสื่อสารเพื่อจูงใจลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟที่ธุรกิจร้านกาแฟจะมุ่งหวังได้ดี และช่วยเพิ่มยอดขายให้ดีขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ธมลวรรณ สมพงศ์, 2564) ศึกษาเรื่อง การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม พบว่า ด้านการติดต่อสื่อสาร (Communication) ร้านค้าออนไลน์จะต้องให้ข้อมูลสินค้าออนไลน์ที่ชัดเจน มีระบบที่ผู้บริโภคสามารถทำการการติดตามข้อมูลการซื้อสินค้าและตรวจสอบการสั่งสินค้าได้ การมีช่องทางที่สะดวกในการติดต่อเพื่อขอความช่วยเหลือ สอบถามรายละเอียดของสินค้าเพิ่มเติม หรือสอบถามข้อมูลที่สงสัย ในการบริการนั้นจะต้องมีความรวดเร็วในการตอบปัญหาของลูกค้า สามารถให้คำแนะนำหรือข้อเสนอแนะที่เป็นประโยชน์ การเอาใจใส่ต่อลูกค้า แสดงความจริงใจและพร้อมให้ความช่วยเหลือลูกค้า ความกระตือรือร้นในการแก้ไขปัญหาของลูกค้าที่ได้รับสินค้าผิดพลาด อันจะทำให้ผู้บริโภครู้สึกสะดวกสบาย อบอุ่นใจในการใช้บริการ ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (สุวีณา ดั่งโพธิสุวรรณ, 2561) ที่กล่าวว่าการขายโดยบุคคลเป็นส่วนประกอบหนึ่งของส่วนผสมการส่งเสริมการตลาด หมายถึง การสาธิตด้วยวาจา โดยการสนทนากับลูกค้ามุ่งหวังหนึ่งหรือหลายคน มีจุดมุ่งหมายเพื่อทำการขายเป็นกระบวนการชี้แจง แจ้งให้ลูกค้ามุ่งหวังทราบและชักชวนให้ลูกค้ามุ่งหวังซื้อผลิตภัณฑ์ของบริษัท ผ่านการติดต่อสื่อสารทางบุคคลในสถานการณ์ซื้อขายแลกเปลี่ยน เพื่อสนทนาชักชวนให้ผู้บริโภคซื้อผลิตภัณฑ์จากบริษัท เป็นการติดต่อสื่อสารทางตรงแบบเผชิญหน้าระหว่างผู้ขายและลูกค้าที่คาดหวังเพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์ ตอบคำถาม ให้ลูกค้าเกิดความต้องการและตัดสินใจซื้อ การขายโดยบุคคลเป็นการสื่อสารโดยอาศัยบุคคลหรือพนักงานโดยจะมีลักษณะ คือ พนักงานจะค่อย ๆ เข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายหรือลูกค้าอย่างช้า ๆ การรับรู้ของลูกค้าจึงไม่เกิดผลรวดเร็วแต่เมื่อใดก็ตามที่พนักงานขายคุ้นเคยกับลูกค้าจนได้มีโอกาสเข้าไปปรากฏเป็นภาพความทรงจำและประทับใจผู้บริโภคแล้ว ก็ต้องยอมรับว่าการขายโดยบุคคลจะมีประสิทธิภาพมากกว่าการโฆษณา โดยมีการพัฒนาความชอบพอต่าง ๆ ต่อตัวผลิตภัณฑ์ผ่านทางพนักงานขายและก่อให้เกิดการยอมรับมากกว่าโฆษณา

1.5 การตลาดทางตรงออนไลน์ จากการศึกษาพบว่า ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ใช้การตลาดทางตรงออนไลน์เพื่อทำความเข้าใจกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟกลุ่มเป้าหมาย โดยการคำนึงถึงการทำให้ธุรกิจร้านกาแฟประสบความสำเร็จและเติบโตได้ในอนาคต ต้องเริ่มต้นจากการทำความเข้าใจกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียดลึกซึ้ง ด้วยการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรม ความสนใจ ความต้องการ และปัญหาของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ เนื่องจากข้อมูลเหล่านี้ช่วยให้ธุรกิจร้านกาแฟสามารถออกแบบข้อความและนำเสนอการขายที่ตรงใจลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ การตลาดทางตรงออนไลน์ของธุรกิจร้ากาแฟมีการใช้ข้อความหรือถ้อยคำในการสื่อสารที่ชัดเจนและน่าสนใจ การใช้ถ้อยคำที่เกี่ยวกับคุณภาพสินค้าหรือบริการของธุรกิจร้านกาแฟที่ชัดเจนและน่าสนใจเป็นหัวใจสำคัญของการทำ Direct Marketing Online ที่ช่วยดึงดูดความสนใจ โน้มน้าวใจ และกระตุ้นให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟตัดสินใจซื้อ และพบว่า การตลาดทางตรงออนไลน์สามารถอธิบายรายละเอียดสินค้าหรือบริการ ได้อย่างชัดเจน กระชับ เข้าใจง่าย มีการใช้คำที่มีความหมายเชิงบวก ไม่ใช้คำศัพท์เฉพาะทาง เน้นย้ำให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟทราบว่าจะได้รับสินค้าหรือบริการที่มีคุณภาพสูง รวมไปถึงการใช้ถ้อยคำกระตุ้นเพื่อสร้างความรู้สึกให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟอยากเดินทางมาที่ร้านกาแฟ อยากลองดื่ม อยากใช้บริการเสริม อยากซื้อกลับบ้าน อาทิ “การดื่มกาแฟเพียงหนึ่งแก้ว จะเป็นจุดเริ่มต้นวันดี ๆ ซื้อวันนี้มีส่วนลด 30 %” การทำการตลาดทางตรงออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟเป็นการเลือกช่องทางการสื่อสารที่เหมาะสม ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจร้านกาแฟช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าหรือบริการของธุรกิจร้านกาแฟ ด้วยคุณสมบัติของสื่อออนไลน์ที่ช่วยในการมีปฏิสัมพันธ์ในลักษณะโต้ตอบระหว่างกันแบบเรียลไทม์ สามารถช่วยสร้างความสัมพันธ์

ระหว่างธุรกิจร้านกาแฟกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟอย่างได้มีประสิทธิภาพ การเข้าใจลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟและการใช้กลยุทธ์การตลาดทางตรงที่เหมาะสมในการติดต่อสื่อสารกับลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟผ่านสื่อออนไลน์สามารถทำให้ธุรกิจร้านกาแฟมีความโดดเด่นจากคู่แข่งและเพิ่มยอดขายได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพิ่มความต้องการในการเดินทางมาที่สถานที่ตั้งของธุรกิจร้านกาแฟเพื่อทดลองสินค้าและบริการซึ่งเป็นการโอกาสในการปิดการขาย สอดคล้องกับผลการศึกษาของ (ภาคภูมิ ศรีศักดานุวัตร และคณะ, 2565) ได้ศึกษาเรื่อง การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล พบว่า การสื่อสารการตลาดทางตรงออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์ Facebook มีการให้ข้อมูลแนะนำสินค้าใหม่ ๆ ที่จำหน่ายในแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล อีกทั้งยังส่งข่าวสารแคมเปญต่าง ๆ ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook จึงทำให้ลูกค้าเกิดการรับรู้ผ่านทางสื่อสังคมออนไลน์ Facebook และร่วมกิจกรรมต่าง ๆ ทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อสินค้า ผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล ทั้งยังสอดคล้องกับแนวคิดการตลาดดิจิทัลของ (Ryan, D., 2017) ที่กล่าวว่าการตลาดดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์ได้ตลอดเวลาตามข้อมูลจริงที่ได้รับ หากแคมเปญใดไม่เป็นไปตามเป้าหมาย หรือพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลง ธุรกิจสามารถปรับปรุงเนื้อหา งบประมาณ หรือช่องทางการสื่อสารได้ทันที ความยืดหยุ่นนี้ช่วยให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ตลาดที่ผันผวนได้อย่างทันท่วงที และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Chaffey, D. & Ellis, C. F., 2019) รูปแบบและเครื่องมือของการตลาดดิจิทัลมีความหลากหลายและครอบคลุมในหลายมิติ ได้แก่ การตลาดเชิงเนื้อหาที่เน้นการสร้างคุณค่าผ่านข้อมูลข่าวสารไปสู่ผู้บริโภคโดยตรง การตลาดผ่านอีเมลเพื่อรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า และการโฆษณาแบบจ่ายต่อคลิก ซึ่งเครื่องมือเหล่านี้สามารถเลือกใช้ผสมผสานกันเพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ทางธุรกิจและกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ (Smith, P. R., 2017) กระบวนการวางแผนการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพจึงต้องเริ่มต้นจากการกำหนดวัตถุประสงค์ทางธุรกิจที่ชัดเจน การวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมายอย่างละเอียด การเลือกช่องทางและเครื่องมือที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย รวมถึงการตั้งค่าตัวชี้วัดประสิทธิภาพเพื่อใช้ในการติดตามและประเมินผล ซึ่งขั้นตอนเหล่านี้เป็นรากฐานสำคัญที่จะช่วยให้การดำเนินงานประสบความสำเร็จและสามารถปรับปรุงแผนการตลาดได้อย่างต่อเนื่อง

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้จากผลการวิจัยเรื่อง การสื่อสารการตลาดออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ นำไปสู่การสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ที่สะท้อนความสัมพันธ์เชิงระบบของการประยุกต์ใช้สื่อออนไลน์ในการส่งเสริมการตลาด โดยมีโครงสร้างการบูรณาการ 4 ส่วนที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นเหตุเป็นผล ได้แก่ 1) ศักยภาพและการเติบโตที่ก้าวกระโดดของตลาดกาแฟในสาธารณรัฐประชาชนจีน 2) บริบทของสังคมจีน 3) การพัฒนาเมืองแห่งชาสู่เมืองแห่งกาแฟระดับโลก 4) การปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจร้านกาแฟสู่แฟชั่นและเทคโนโลยี องค์ความรู้ใหม่นี้แสดงให้เห็นว่า การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ มีความสอดคล้องตั้งแต่บริบทของสังคม วิถีชีวิต วัฒนธรรมของชาวจีน การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อการสื่อสารการตลาด ที่มุ่งใช้การผสมผสานระหว่างทุนทางวัฒนธรรมกับคุณสมบัติที่ดีของสื่อออนไลน์ ไปจนถึงการกำหนดกลยุทธ์บริหารจัดการที่มุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพและบริการของผลิตภัณฑ์กาแฟของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเชี่ยงไฮ้ ให้สามารถแข่งขันในตลาดได้ อันส่งผลต่อการเพิ่มจำนวนของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟให้ต้องการสินค้าหรือบริการจากธุรกิจร้านกาแฟมากยิ่งขึ้น สามารถสรุปเป็นโมเดล ได้ดังนี้



ภาพที่ 1 โมเดลการบูรณาการการสื่อสารการตลาดออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟ

จากโมเดลนี้สามารถอธิบายแสดงให้เห็นถึงโครงสร้าง 4 ระดับที่สัมพันธ์กันอย่างเป็นเหตุเป็นผล ในยุคดิจิทัล การสื่อสารเพื่อส่งเสริมการตลาดที่มีบทบาทสำคัญมากขึ้น โดยคำนึงถึงสถานการณ์แวดล้อมทางการตลาดในปัจจุบัน ซึ่งเป็นการสื่อสารจากธุรกิจร้านกาแฟไปยังผู้บริโภคกาแฟที่มีประสิทธิภาพสูง โดยมีการบูรณาการเครื่องมือสื่อสารต่าง ๆ ให้สอดคล้องกันเป็นการยกระดับการสื่อสาร เพื่อให้ลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟสามารถเข้าถึงคุณภาพและบริการของธุรกิจร้านกาแฟ และมีพฤติกรรมตอบสนองตามวัตถุประสงค์ของการสื่อสารการตลาดออนไลน์ เพื่อเพิ่มยอดขายผลิตภัณฑ์กาแฟ ซึ่งจะนำธุรกิจร้านกาแฟไปสู่ความเข็มแข็งและมีความสามารถทางการแข่งขันในตลาด คือ

1. ศักยภาพ และการเติบโตของตลาดกาแฟ (Potential and growth) ปัจจุบันประชาชนจีนมีการบริโภคกาแฟพุ่งสูงขึ้นเกือบ 150% โดยมีเมืองเซี่ยงไฮ้เป็นศูนย์กลาง ปัจจุบันเมืองเซี่ยงไฮ้มีจำนวนร้านกาแฟมากที่สุดในโลก คือ มีจำนวนมากถึง 9,553 แห่ง และประชากรในเมืองเซี่ยงไฮ้ มีการบริโภคกาแฟเฉลี่ยมากถึง 50 แก้วต่อคนต่อปี ซึ่งสูงกว่าค่าเฉลี่ยของประชากรจีนทั้งประเทศที่อยู่เพียง 22.24 แก้วต่อคนต่อปี แสดงให้เห็นว่าตลาดกาแฟยังไม่อิ่มตัวและมีโอกาสขยายตัวได้อีกมาก

2. บริบทของสังคมจีน (Social context) เป็นสภาพแวดล้อมทางสังคมและวัฒนธรรมที่ได้รวบรวมเอาปัจจัยทางเศรษฐกิจและการเมืองเข้าไว้ด้วยกัน เนื่องจากเป็นสิ่งที่ธุรกิจร้านกาแฟไม่สามารถกหลีกเลี่ยงได้ บริบททางสังคมของจีน เป็นการนำคุณค่าของสังคมที่มีผลต่อการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟมาเป็นปัจจัยที่จูงใจผู้บริโภคกาแฟ ให้เกิดพฤติกรรมการซื้อ

3. การพัฒนาเมืองแห่งชาสู่เมืองกาแฟระดับโลก (Development of a tea city into a world-class coffee city) จากประเทศแห่งชาสู่ผู้เล่นกาแฟหน้าใหม่: เดิมทีประเทศจีนถูกมองว่าเป็นประเทศแห่งการผลิตชามาหลายศตวรรษ แต่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ประเทศจีนได้สร้างปรากฏการณ์ใหม่ในวงการกาแฟโลกด้วยอัตราการ

ผลิตกาแฟ การบริโภคกาแฟที่เติบโตแบบก้าวกระโดด และได้รับความสนใจจากแบรนด์ธุรกิจกาแฟระดับเข้ามาลงทุนเฉลี่ยปีละ 15%

4. การปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจกาแฟสู่แฟชั่นและเทคโนโลยี การยกระดับคุณภาพ: รัฐบาลจีนสนับสนุนการตั้งคลัสเตอร์วิจัยและหน่วยงานพัฒนาอุตสาหกรรมกาแฟตั้งแต่ต้นน้ำจนถึงปลายน้ำ มีการพัฒนาสายพันธุ์ใหม่ ๆ และใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น หุ่นยนต์เก็บเกี่ยว และระบบแปรรูปที่แม่นยำ เพื่อยกระดับกาแฟให้เทียบเคียงมาตรฐานสากล และมีมาตรการผลักดันการบริโภคกาแฟให้กลายเป็นเครื่องดื่มสำหรับคนรุ่นใหม่

5. การสื่อสารการตลาดออนไลน์ ไม่ได้เป็นเพียงทางเลือกของธุรกิจร้านกาแฟ แต่เป็น "กลยุทธ์หลัก" ที่ขับเคลื่อนธุรกิจร้านกาแฟในเมืองที่มีการแข่งขันสูงที่สุดอย่างเซี่ยงไฮ้ โดยเน้นการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่รวดเร็ว การให้ข้อมูลที่มีคุณภาพ และการเข้าถึงลูกค้าแบบเฉพาะรายบุคคล เพื่อเปลี่ยนพฤติกรรมจากการรับรู้สู่การซื้อซ้ำและการบอกต่อ

สรุปและข้อเสนอแนะ

ปัจจุบันสื่อออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาศักยภาพของการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ การส่งเสริมการตลาดไม่ได้ถูกจำกัดอยู่กับสื่อหลักอีกต่อไป สื่อออนไลน์ได้กลายเป็นสื่อหลักที่สำคัญสำหรับการสร้างโอกาสในการเข้าถึงผลิตภัณฑ์กาแฟและบริการของธุรกิจร้านกาแฟต่อผู้บริโภคที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค จากการรับรู้เป็นการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กาแฟหรือบริการจากธุรกิจร้านกาแฟ นั่นคือความสามารถที่ธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ มีการเลือกใช้สื่อที่เหมาะสมและมีความความสอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อยุคใหม่ของประชาชนที่เป็นผู้บริโภค และการใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟ ที่นำเสนอผลิตภัณฑ์กาแฟและบริการที่มีคุณภาพอย่างมีความรับผิดชอบต่อผู้บริโภคภายใต้บริบททางสังคมของจีนจากเมืองแห่งชาสู่เมืองกาแฟระดับโลกด้วยการปรับเปลี่ยนรูปแบบธุรกิจร้านกาแฟให้มีความทันสมัยที่ผสมกลมกลืนระหว่างวัฒนธรรมและเทคโนโลยี ซึ่งเป็นการใช้สื่อออนไลน์อย่างสร้างสรรค์ที่ส่งผลโดยตรงต่อศักยภาพและการเติบโตของตลาดกาแฟที่พร้อมจะแข่งขันและผลักดันธุรกิจกาแฟของจีนในระดับโลก ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ 1) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ สามารถนำผลการศึกษาที่ได้ไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาการสื่อสารข้อมูลข่าวสารของธุรกิจร้านกาแฟผ่านสื่อออนไลน์ให้ผู้บริโภคได้รับรู้ด้านกิจกรรมการตลาดบนสื่อออนไลน์ ด้านการมีส่วนร่วมของลูกค้าในสื่อออนไลน์ ด้านภาพลักษณ์แบรนด์ธุรกิจร้านกาแฟในสื่อออนไลน์ ด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านประสิทธิผลทางการตลาดในสื่อออนไลน์ สิ่งอำนวยความสะดวก และความสำเร็จด้านต่าง ๆ ของธุรกิจร้านกาแฟ 2) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ควรกำหนดให้การใช้สื่อออนไลน์เป็นกลยุทธ์ในการส่งเสริมการตลาด การเรียนรู้ตลาด และการพัฒนาการตลาดของธุรกิจร้านกาแฟ 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ ควรเก็บข้อมูลความคิดเห็น ข้อเสนอแนะ และความต้องการต่าง ๆ ของลูกค้าที่เป็นผู้บริโภคกาแฟ หรือประชาชนที่ปรากฏอยู่ในสื่อออนไลน์เพื่อใช้ปรับปรุง พัฒนาการบริหารงานของธุรกิจร้านกาแฟ ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ โดยมุ่งศึกษาการใช้สื่อออนไลน์ของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ ซึ่งในงานวิจัยนี้เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างเจาะจงเฉพาะประเด็นการส่งเสริมการตลาดผ่านสื่อออนไลน์ของธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ โดยใช้แนวคิดการสื่อสารการตลาดเท่านั้น ดังนั้นผู้สนใจควรที่จะศึกษาการส่งเสริมการตลาดด้วยแนวคิดอื่น ๆ ที่เหมาะสมกับสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ ที่สามารถสร้างการรับรู้ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภค เพื่อจะได้มองเห็นภาพรวมของการใช้สื่อออนไลน์ทั้งหมด ได้อย่างชัดเจนยิ่งขึ้น งานวิจัยครั้งนี้ใช้การเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้ เท่านั้น ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไป 1) ผู้สนใจควรที่จะใช้การวิจัยโดยเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างที่เป็นผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่อื่น ๆ 2) ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับตัวแปรอื่นๆ ในการวิจัย เช่น ประสิทธิผลของสื่อออนไลน์ต่อการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภค,

ประสิทธิผลของสื่อออนไลน์ต่อการพัฒนาศักยภาพผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ หรือผู้ประกอบการธุรกิจอื่น ๆ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟที่ อาจส่งผลต่อการวิจัยที่ชัดเจนขึ้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนขึ้น และสามารถนำมาพัฒนาปรับปรุง แก้ไข ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น 3) ผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟ เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะแวดล้อมภายนอกทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี คู่แข่งขัน และพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคใหม่ ควรทำการศึกษา เพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีบทบาทและมีผลกระทบต่อความสำเร็จของธุรกิจร้านกาแฟในพื้นที่ และในพื้นที่อื่น ๆ เช่น การพัฒนาศักยภาพด้านการสื่อสารการตลาดของผู้ประกอบการธุรกิจที่มีประสิทธิภาพ ซึ่งมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

กมล ชัยวัฒน์. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด.(พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

จเร เถื่อนพวงแก้ว. (2563). การใช้สื่อออนไลน์เพื่อส่งเสริมการตลาดของธุรกิจอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในจังหวัดจันทบุรี. ใน วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการการสื่อสาร. คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

จิณห์นิภา แสงสุข. (2567). กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านสื่อสังคมออนไลน์. วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา, 8(2), 12-26.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ. (2554). อุตสาหกรรมท่องเที่ยว. ในโครงการตำราวิชาการเฉลิมพระเกียรติ เนื่องในวโรกาสพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัวทรงเจริญพระชนมพรรษา 6 รอบ พุทธศักราช 2542. เชียงใหม่: ล้านนาการพิมพ์.

ทักษภร อภิลักษ์นุกูล. (2565). การศึกษาอิทธิพลของสื่อโฆษณานอกบ้านและสื่อโฆษณาออนไลน์ ที่มีผลต่อการตอบสนองของผู้บริโภคเจเนอเรชันแซดในประเทศไทย. ใน สารนิพนธ์การบริหารการตลาดมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการตลาด. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนกฤต วันต๊ะเมล์. (2557). การสื่อสารการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธมลวรรณ สมพงศ์. (2564). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดนครปฐม. ใน วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม. ภาควิชาวิศวกรรมอุตสาหการและการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ปรีชา ศรีศักดิ์หิรัญ และกมล ชัยรัตน์. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปวีณา พานิชชัยกุล. (2562). รูปแบบการพัฒนาคุณภาพการให้บริการของเครื่องดื่มชานมไข่มุกกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพมหานคร. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ.

ภาคภูมิ ศรีศักดานุวัตร และคณะ. (2565). การสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน เจดี เซ็นทรัล. วารสารเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มทร.พระนคร, 7(1), 79-88.

วิเชียร เลิศโภคานนท์ และคณะ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศูนย์เอเชียแอฟริกาสถานีวิทยุและโทรทัศน์ส่วนกลางแห่งประเทศจีน. (2025). ความต้องการบริโภคกาแฟของคนจีน ช่วยผลักดันอุตสาหกรรมกาแฟของจีนให้ขยายตัว. (ออนไลน์). เรียกใช้เมื่อ 18 ธันวาคม 2567 จาก https://www.jeenthainews.com/china-news/economy/160035_20251213

สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศเมืองเซี่ยเหมิน. (2567). งานทะเบียนผู้ประกอบการธุรกิจร้านกาแฟในเมืองเซี่ยงไฮ้. ใน รายงานประจำปี. สำนักงานส่งเสริมการค้าต่างประเทศเมืองเซี่ยเหมิน.

สุวีณา ดั่งโพธิสุวรรณ. (2561). การสื่อสารและการส่งเสริมการตลาด. (พิมพ์ครั้งที่ 4). นนทบุรี: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Chaffey, D. & Ellis, C. F. (2019). Digital marketing: Strategy, implementation, and practice. London: Pearson Education.

Pendergrast, M. (2010). Uncommon grounds: The history of coffee and how it transformed our world. New York City: Basic Books.

Ponte, S. (2002). The 'Latte Revolution'? Regulation, markets and consumption in the global coffee chain. World Development, 30(7), 1099-1122.

Poornima et al. . (2019). Impact of Online Advertising Consumers Buying Behavior: A study with Reference to Karkala Taluk. International Journal of Advance and Innovative Research, 2(11), 74-86.

Ryan, D. (2017). Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation. Amsterdam: Kogan Page Publishers.

Samper, L. F. & Quiones-Ruiz, X. F. (2017). Towards a balanced sustainability vision for the coffee industry. Resources, 6(2), 17. https://doi.org/10.3390/resources6020017.

Smith, P. R. (2017). Digital marketing excellence Planning, optimizing and integrating online marketing. London: eBook Published.

Talbot, J. M. (2004). Grounds for agreement: The political economy of the coffee commodity chain. USA: Rowman & Littlefield Publishers.

Tirakanon, S. (2014). Social science research methods. (4ed.). Bangkok: Chulalongkorn Press.

Vithayathil, J. et al. (2020). Social media use and consumer shopping preferences. International Journal of Information Management, 54(2020), 1-13.

บทความวิจัย

ความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนกับกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีน สำหรับสาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง*

THE SYMMETRY OF CHINESE CHARACTER STRUCTURES AND STRATEGIES FOR DEVELOPING CHINESE CHARACTER TEACHING AND LEARNING FOR THE CHINESE LANGUAGE PROGRAM, FACULTY OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES, MUBAN CHOMBUENG RAJABHAT UNIVERSITY

ภานุกรณ์ จันทร์สว่าง
Panukorn Jansawang
คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ราชบุรี ประเทศไทย
Faculty of Humanities and Social Sciences, Muban Chombueng Rajabhat University, Ratchaburi, Thailand
Corresponding author E-mail: panukornkpj@gmail.com
Tel: 0849529925

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาความสมมาตรในโครงสร้างอักษรจีนที่ถือเป็นฐานในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนอักษรจีน เพื่อเสริมสร้างทักษะการเขียนอักษรจีนให้กับผู้เรียน วิธีดำเนินการวิจัยแบ่งออกเป็น 4 ระยะ ได้แก่ 1) การประเมินข้อผิดพลาดการเขียนก่อนจัดการเรียนการสอน 2) การจำแนกและวิเคราะห์ประเภทอักษรจีนจากตารางอักษรจีนระดับต้น (《初等手写汉字表》) จำนวน 300 ตัว 3) การทดลองการสอน โดยผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 และ4) การประเมินผลหลังการสอน ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์ ผลการวิเคราะห์ก่อนการสอนพบว่า ปัญหาข้อผิดพลาดในการเขียนได้แก่ การวางตำแหน่งเส้นขีดคลาดเคลื่อน องค์ประกอบไม่สมดุล และโครงสร้างบิดเบือน ดังนั้นการออกแบบการสอนได้จำแนกอักษรจำนวน 41 ตัว แบ่งเป็น 7 ประเภทความสมมาตร นำมาใช้เป็นเนื้อหาหลักในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ผลการวิจัยหลังการสอนแสดงให้เห็นถึงพัฒนาการด้านการเขียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าเฉลี่ยคะแนนเพิ่มขึ้นจาก 1.93 (S.D. = 0.74) ก่อนการสอน เป็น 6.43 (S.D. = 1.14) หลังการสอน ($t = -25.31$, $df = 29$, $p<.001$) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า การจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐานช่วยพัฒนาความสามารถในการจดจำและการเขียนของอักษรจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งยังส่งเสริมความเข้าใจเชิงวัฒนธรรมด้านความกลมกลืนและความสมดุล อย่างไรก็ตาม งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างมีเพียง 30 คน และไม่มีกลุ่มควบคุม จึงควรมีการศึกษาวิจัยทดลองในวงกว้างมากยิ่งขึ้น เพื่อศึกษาประสิทธิผลของการสอนในอีกระดับต่อไป

คำสำคัญ: ความสมมาตร, โครงสร้างอักษรจีน, การเขียน, นักศึกษาไทย, การสอนโดยใช้โครงสร้างเป็นฐาน

* Received 12 April 2026; Revised 29 April 2026; Accepted 30 April 2026

Abstract

This study aimed to investigate structural symmetry in Chinese characters as a foundation for developing Chinese character instruction in order to enhance learners' Chinese character writing skills. The research procedure was divided into four phases: 1) assessing writing errors before instruction, 2) classifying and analyzing 300 characters selected from the Elementary Handwritten Chinese Character List (《初等手写汉字表》), 3) conducting the teaching experiment using lesson plans validated by three experts, with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from 0.67 to 1.00, and 4) evaluating learning outcomes after instruction. Quantitative data were analyzed using mean ($\bar{x}$), standard deviation (S.D.), and paired-samples t-tests. The pre-instruction analysis revealed three major writing problems: incorrect stroke positioning, unbalanced components, and distorted character structures. Based on these findings, 41 Chinese characters were selected and classified into seven types of symmetry to serve as the core instructional content for classroom activities. The post-instruction results showed statistically significant improvement in writing performance, with the mean score increasing from 1.93 (SD = 0.74) before instruction to 6.43 (S.D. = 1.14) after instruction ($t = -25.31$, $df = 29$, $p < .001$). The findings indicated that instruction based on structural symmetry effectively improved learners' ability to remember and write Chinese characters. It also promoted cultural understanding related to harmony and balance. However, this study involved only 30 participants and did not include a control group. Therefore, further large-scale experimental studies are recommended to examine the effectiveness of this instructional approach at a broader level.

Keywords: Symmetry, Chinese Character Structure, Writing, Thai Learners, Structure-Based Instruction

บทนำ

ความสัมพันธ์อันดีระหว่างประเทศไทยและสาธารณรัฐประชาชนจีนได้พัฒนาและหยั่งรากลึกลงในหลากหลายมิติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในวาระการเฉลิมฉลองครบรอบ 50 ปีแห่งการสถาปนาความสัมพันธ์ทางการทูตในพ.ศ. 2568 ที่ผ่านมา ถือเป็นการเน้นย้ำสายสัมพันธ์อันแน่นแฟ้นดั่งวลีที่ว่า “จีน - ไทย พี่น้องกัน (中泰一家亲)”ภายใต้บริบทของเศรษฐกิจโลกยุคใหม่ที่ขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยีและการเชื่อมโยงข้ามพรมแดน รัฐบาลของทั้งสองประเทศได้ตระหนักถึงความสำคัญของการศึกษา โดยเฉพาะการศึกษาภาษาจีน ซึ่งไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือในการสื่อสาร แต่เป็นทักษะยุทธศาสตร์และ “สะพานแห่งมิตรภาพ” ที่เชื่อมโยงโอกาสทางด้านการค้า การท่องเที่ยว การลงทุน และวิทยาการสมัยใหม่

ในกระบวนการศึกษาภาษาจีน การเขียนอักษรจีนถือเป็นทักษะพื้นฐานที่มีบทบาทสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาความสามารถทางภาษาโดยรวม อักษรจีนมิใช่เพียงสัญลักษณ์แทนเสียงและความหมายเท่านั้น หากแต่เป็นระบบอักษรที่สะท้อนโครงสร้างทางความคิด วัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ของภาษาจีน ซึ่งผู้เรียนภาษาจีนจะต้องสามารถแยกแยะเสียงอ่าน (音) รูป (形) และความหมาย (义) ของตัวอักษรจีน อีกทั้งยังต้องรู้เส้นขีดและลำดับขีดของตัวอักษรจีน รู้เส้นขีดพื้นฐานและเส้นขีดพิเศษที่ใช้บ่อยของตัวอักษรจีน เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างตัวอักษรกับคำศัพท์ รู้ตัวอักษรเดี่ยวและอักษรประสม รู้หมวดคำและส่วนประกอบของตัวอักษรจีน รู้วิธีประกอบตัวอักษรและโครงสร้างของตัวอักษร (กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2556)

อย่างไรก็ตาม ปัจจุบันการเรียนการสอนภาษาจีนในประเทศไทย ยังคงมีอุปสรรคอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการเรียนการสอนด้านอักษรจีน เนื่องจากนักศึกษาไทยซึ่งคุ้นชินกับการเขียนระบบอักษรสะกดมักประสบกับปัญหาในด้านการจำและการเขียนอักษรจีนอย่างยิ่ง โดยเฉพาะปัญหาทางด้านการแยกแยะเส้นขีด ปัญหาส่วนประกอบ และการจัดวางส่วนประกอบไม่สมดุล (คีฏวรลักษณ์ พรหมประสิทธิ์ และอภิรักษ์ นุสิทธิ์ชัยการ, 2568); (นารีรัตน์ วัฒนเวหฺ, 2561); (อมรา อภัยพงศ์, 2568) ปัญหาเหล่านี้สะท้อนให้เห็นว่า สาเหตุที่ก่อให้เกิดอุปสรรคในการเขียนอักษรจีนมาจากข้อจำกัดด้านความเข้าใจเชิงโครงสร้างของอักษรจีนในระดับลึกที่จำเป็นต้องฝึกฝนผ่านการจัดการเรียนการสอนอย่างมีระบบแบบแผน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การเสริมสร้างทักษะความเข้าใจในองค์ประกอบและโครงสร้างอักษรจีน สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ได้เปิดการเรียนการสอนหลักสูตรภาษาจีนเป็นวิชาเอกตั้งแต่ปีการศึกษา 2557 จากการสังเกตและประสบการณ์การสอนของผู้วิจัยพบว่า ปัญหาการเขียนและการจดจำอักษรจีนเป็นปัญหาสำคัญที่พบในนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของปีการศึกษา 2568 อาจสืบเนื่องมาจากการขาดความเข้าใจเชิงโครงสร้างและขาดเทคนิคหรือกลยุทธ์ในการเขียนอักษรจีนอย่างเป็นระบบ ทั้งที่อักษรจีนเป็นพื้นฐานสำคัญของการพัฒนาทักษะทางการฟัง การอ่าน จนกระทั่งทักษะการใช้ภาษาหนังสือ นอกจากนี้ กระแสนิยมการเรียนอักษรจีนผ่านสื่อดิจิทัลหรือการพิมพ์อักษรจีน (electronic writing 电写) ยังส่งผลให้ผู้เรียนจำนวนมากลดความสำคัญของการฝึกเขียนด้วยมือ ซึ่งนักวิชาการมองว่าเป็นแนวโน้มที่ไม่สอดคล้องกับธรรมชาติของการเรียนรู้อักษรจีน เนื่องจากกระบวนการพิมพ์อักษรจีนโดยอาศัยการป้อนตัวอักษรพินอินและการเลือกตัวอักษรจากหน้าจอ ส่งผลให้ความสัมพันธ์ระหว่างการรับรู้โครงสร้างอักษรเชิงสายตากับการเคลื่อนไหวเชิงกลในการเขียนแยกออกจากกัน (Chen, J. et al., 2016) หากให้ความสำคัญกับการพิมพ์อักษรจีนมากเกินไป อาจส่งผลให้โอกาสในการใช้มือเขียนลดน้อยลง

หนึ่งในคุณลักษณะสำคัญของโครงสร้างอักษรจีนคือความสมมาตรซึ่งปรากฏทั้งในอักษรโครงสร้างเดี่ยวและอักษรโครงสร้างประสม ความสมมาตรทำหน้าที่เป็นหลักการจัดระเบียบเชิงพื้นที่ที่ช่วยให้อักษรมีความสมดุลและเป็นระเบียบ (Chen, C. & Dong, X., 2003); (Huang, X. et al., 2002) ซึ่งในเชิงการรับรู้ ความสมมาตรอาจช่วยให้นักศึกษาไทยสามารถจัดวางส่วนประกอบของอักษรได้อย่างถูกต้องมากขึ้น เหตุนี้ งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการจัดการเรียนการสอนอักษรจีนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐาน ซึ่งหมายถึงการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการวิเคราะห์แกนสมมาตร การจัดวางส่วนประกอบ และความสมดุลของสัดส่วนของอักษรจีนอย่างเป็นระบบ การสอนลักษณะดังกล่าวมีเป้าหมายเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจเชิงโครงสร้างของนักศึกษาไทย และช่วยให้นักศึกษาไทยสามารถใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นความรู้พื้นฐานในการทำความเข้าใจกฎเกณฑ์การเขียนอักษรจีน อีกทั้งช่วยเสริมสร้างกรอบแนวคิดเชิงโครงสร้างในการเรียนอักษรจีน และเป็นแนวทางให้ครูผู้สอนสามารถนำความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนไปใช้เป็นฐานในการออกแบบกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีประสิทธิภาพ ทั้งในด้านทักษะการเขียนและการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางภาษาและวัฒนธรรมจีนได้อย่างลึกซึ้ง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. พัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีนเพื่อนำไปใช้เป็นสื่อการเรียนการสอนสำหรับรายวิชาวิวัฒนาการอักษรจีน นักศึกษาสาขาวิชาภาษาจีน มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง

2. พัฒนาทักษะการเขียนของนักศึกษาไทยเพื่อให้เกิดความแม่นยำในการจัดวางเส้นและส่วนประกอบต่าง ๆ พร้อมทั้งเข้าใจความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนช่วยให้นักศึกษาเข้าใจถึงลำดับการเขียน และการวางตำแหน่งของเส้นขีดแต่ละส่วนอย่างถูกต้อง

3. เสริมสร้างความเข้าใจวัฒนธรรมจีนผ่านโครงสร้างอักษรจีน การสอนให้นักเรียนแยกแยะอักษรจีนประเภทโครงสร้างสมมาตร สามารถสอดแทรกความหมายทางวัฒนธรรม เชื่อมโยงภาษากับแนวคิดเชิงปรัชญาและวัฒนธรรมจีน

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขั้นตอนการวิจัย งานวิจัยนี้ใช้รูปแบบการวิจัยแบบกึ่งทดลองแบบกลุ่มเดียววัดก่อน-หลัง (One-group Pretest-Posttest Design) โดยดำเนินการวิจัยตามลำดับ 4 ระยะ ได้แก่ 1) การสำรวจปัญหาการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน 2) การออกแบบการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐาน 3) การทดลองใช้การสอน และ 4) การวิเคราะห์และสรุปผล

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 ปีการศึกษา 2568 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง ได้มาจากวิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (purposive sampling) จำนวน 30 คน โดยกำหนดเงื่อนไขว่าเป็นนักศึกษาไทยที่มีภาษาแม่เป็นภาษาไทย และมีพื้นฐานภาษาจีนมาอย่างน้อย 6 เดือนขึ้นไป เพื่อสอดคล้องกับการเรียนภาษาจีนในระดับต้น

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1 แบบทดสอบก่อนเรียน ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนเรียนซึ่งผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ รหัส RSUERB2025-254 แบบทดสอบแบ่งออกเป็นสองส่วน ได้แก่ การทดสอบการเขียนอักษรจีนที่มีลักษณะเส้นขีดและโครงสร้างใกล้เคียงกัน และการคัดลอกบทความสั้นเพื่อประเมินทักษะในบริบทจริง

3.2 แบบการสอน ผู้วิจัยวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากตารางอักษรจีนระดับต้น《初等手写汉字表》จำนวน 300 ตัว และจำแนกอักษรที่มีโครงสร้างสมมาตรตามกรอบของ Chen, C. & Dong, X ได้ทั้งสิ้น 41 ตัว แบ่งเป็น 7 ประเภท ได้แก่

ความสมมาตรแนวดิ่ง 干山出个大天关肉

ความสมมาตรแนวนอน 一二三十工

ความสมมาตรแบบแกนกลาง 半小米来本中重里回

ความสมมาตรในเส้นขีด 口人文两雨非

ความสมมาตรแบบซ้าย-ขวา 比从明朋

ความสมมาตรแบบซ้าย-กลาง-ขวา 班

และความสมมาตรแบบบน-ล่าง 多高哥果喜南商早 (Chen, C. & Dong, X., 2003)

จากนั้นจึงออกแบบแผนการสอนโดยอิงกรอบแนวคิดการสอนที่เน้นโครงสร้าง (Structure-based Approach) ของ Tse, S.K. et al โดยจัดลำดับเนื้อหาจากง่ายไปยากตามประเภทสมมาตร (Tse, S. K. et al., 2007) การจัดการเรียนรู้ดำเนินการเป็นระยะเวลา 8 สัปดาห์ สัปดาห์ละ 120 นาที โดยใช้อักษรจีนที่มีโครงสร้างสมมาตรทั้ง 41 ตัวเป็นสื่อหลักในการเรียนรู้ ทั้งในด้านการฝึกเขียนและการวิเคราะห์โครงสร้างอักษร กระบวนการจัดการเรียนรู้ประกอบด้วยกิจกรรมที่หลากหลาย ได้แก่ การบรรยายเพื่อสร้างความรู้พื้นฐาน การอภิปรายเพื่อส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ กิจกรรมจับคู่เพื่อเชื่อมโยงโครงสร้าง

เพื่อตรวจสอบคุณภาพและความตรงเชิงเนื้อหาของแผนการสอน ผู้วิจัยได้นำแผนการจัดการเรียนรู้ดังกล่าวไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยใช้วิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Index of Item-Objective Congruence) โดยเชิญผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ซึ่งมีความเชี่ยวชาญด้านการสอนภาษาจีนและการออกแบบหลักสูตรการสอน ทำการประเมินความสอดคล้องขององค์ประกอบในแผนการสอน ได้แก่ วัตถุประสงค์ เนื้อหา กิจกรรมการเรียนรู้ และการประเมินผล ก่อนนำไปใช้จริงในขั้นตอนการทดลองสอน ผลการตรวจสอบพบว่า ค่าดัชนี IOC ของแผนการจัดการเรียนรู้อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 แสดงให้เห็นถึงความเหมาะสมของคุณภาพและความตรงเชิงเนื้อหาของแผนการสอนอักษรจีนที่ใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐาน และสามารถนำไปใช้ในการทดลองสอนได้อย่างเหมาะสม

3.3 แบบทดสอบหลังเรียน สัปดาห์ที่ 8 ดำเนินการทดสอบหลังเรียนด้วยแบบทดสอบการเขียนอักษรสมมาตร 41 ตัว กำหนดเวลา 60 นาที โดยใช้อักษรคนละชุดกับแบบทดสอบก่อนเรียน เพื่อวัดการถ่ายโอนกลยุทธ์ความสมมาตรไปสู่อักษรที่ไม่เคยฝึกเขียนมาก่อน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยนำคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียนมาวิเคราะห์ด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอนุมาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) และการทดสอบค่าทีแบบกลุ่มตัวอย่างสัมพันธ์ (Paired-samples t-test) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของคะแนนก่อน–หลัง จากนั้นจึงสรุปผลการวิจัยอภิปรายผล และนำเสนอข้อเสนอแนะ

5. เกณฑ์การวัดคะแนน เกณฑ์การให้คะแนนแบบทดสอบพิจารณาจาก 3 ด้านด้วยกัน ได้แก่ ความถูกต้องของเส้นขีดพื้นฐาน ความถูกต้องของโครงสร้าง และความถูกต้ององค์ประกอบรวม แต่ละด้านให้คะแนน 0 - 3 คะแนน รวมคะแนนเต็ม 9 คะแนน

0 - 3 คะแนนถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ต่ำ

4 - 6 คะแนนจัดอยู่ในเกณฑ์ปานกลาง

7 - 9 คะแนนถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี

ตารางที่ 1 เกณฑ์การวัดคะแนนสำหรับแบบทดสอบหลังเรียน

ตัวชี้วัด	3 คะแนน	2 คะแนน	1 คะแนน	0 คะแนน
1.ความถูกต้องของเส้นขีดพื้นฐาน (基本笔画)	เส้นขีดทุกเส้นถูกต้องตามแบบมาตรฐานเส้นขีดพื้นฐาน	เส้นขีดส่วนใหญ่ถูกต้อง มีข้อผิดพลาดเล็กน้อย	เส้นขีดส่วนใหญ่ลดหรือเพิ่มเกินอย่างเห็นได้ชัด	เส้นขีดไม่สอดคล้องกับรูปแบบมาตรฐาน
2.ความถูกต้องของโครงสร้าง (部件结构)	ส่วนประกอบถูกต้องตามโครงสร้างซ้าย-ขวา บน-ล่าง แกนกลาง เป็นต้น	โครงสร้างโดยรวมถูกต้องแต่สัดส่วนหรือระยะบางส่วนคลาดเคลื่อนเล็กน้อย	วางส่วนประกอบผิดตำแหน่งหรือเสียสมดุลอย่างเห็นได้ชัด	โครงสร้างผิดทั้งหมด ส่วนประกอบขาดหายจนไม่สามารถจำแนกได้
3.ความถูกต้ององค์ประกอบรวม (整字)	อักษรมีความสมดุลในการวางตำแหน่งและความสมมาตรตามมาตรฐานอักษร	อักษรโดยรวมคลาดเคลื่อนเล็กน้อย แต่ยังคงสื่อความหมายและอ่านได้	อักษรมีรูปทรงผิดเพี้ยนแต่ยังสามารถสื่อความหมายและอ่านได้	เส้นขีด โครงสร้างหรือส่วนประกอบขาดสมดุลหรือคลาดเคลื่อนจนทำให้ไม่สามารถเป็นอักษรที่สมบูรณ์ได้

ผลการวิจัย

จากการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบทดสอบการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนการสอน ตลอดจนข้อมูลเชิงพรรณนาที่ได้จากการสังเกตข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน เพื่อนำมาประเมินผลของการจัดการเรียนการสอนที่ใช้แนวคิดความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนเป็นฐานในการพัฒนาทักษะการเขียน ผลการวิจัยถูกนำเสนอเป็นลำดับตามประเด็นสำคัญที่เกี่ยวข้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย ประกอบด้วย 1) การวิเคราะห์ปัญหาการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาก่อนการจัดการเรียนการสอน 2) ผลคะแนนจากแบบทดสอบการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนการสอน และ 3) การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ด้านการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาหลังจากได้รับการจัดการเรียนการสอนดังกล่าว ผลการวิจัยในแต่ละประเด็นมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ปัญหาการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาก่อนการจัดการเรียนการสอน จากผลการทำแบบทดสอบพบว่า นักศึกษาส่วนใหญ่ยังคงประสบปัญหาในการเขียนอักษรจีนอย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะในด้านพื้นฐานสำคัญของการเขียน ได้แก่ เส้นขีด (笔画) โครงสร้างอักษร (结构) และการวางส่วนประกอบ (部件) ความ

ผิดพลาดที่พบได้แก่ การเขียนเส้นขีดผิดตำแหน่ง (76.67%) องค์ประกอบไม่สมดุล (66.67%) และโครงสร้างบิดเบือน (36.67%) ตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับมาตรฐานการเขียนอักษรจีนตามที่กำหนดไว้ในแนวทางของมาตรฐานระดับความสามารถภาษาจีนสำหรับการศึกษาภาษาจีนระหว่างประเทศ

ตารางที่ 2 ผลสถิติการเขียนตัวอักษรจีนผิดพลาดของนักศึกษาชั้นปีที่ 1

ข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีน	จำนวน (คน)	ร้อยละ
ปัญหาการใช้ตำแหน่งเส้นขีด (笔形偏误)	23	76.67%
ปัญหาโครงสร้างบิดเบือน (部件变换)	11	36.67%
ปัญหาองค์ประกอบไม่สมดุล (结构失衡)	20	66.67%

1.1 ปัญหาการใช้ตำแหน่งเส้นขีดผิด (笔形偏误) ปัญหาการเขียนเส้นขีดผิดพบมากที่สุดในกลุ่มตัวอย่าง คิดเป็นร้อยละ 76.67 (n=23) ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาชั้นปีที่ 1 ยังขาดความเข้าใจพื้นฐานเกี่ยวกับระบบเส้นขีดในอักษรจีน ข้อผิดพลาดในกลุ่มนี้สามารถแบ่งได้เป็น 2 ลักษณะหลัก ได้แก่

1.1.1 การเพิ่มหรือลดเส้นขีด นักศึกษาบางส่วนเพิ่มเส้นขีดที่ไม่จำเป็นหรือตัดทอนเส้นขีดที่ควรมีออกไป ส่งผลให้อักษรที่เขียนมีรูปร่างผิดเพี้ยนไปจากมาตรฐาน ข้อผิดพลาดลักษณะนี้มักเกิดจากการที่นักศึกษาจดจำรูปอักษรโดยรวมแต่ไม่ได้วิเคราะห์โครงสร้างเส้นขีดอย่างละเอียด เช่น อักษร  (的) หรือ อักษร  (出) ที่เดิมเป็นเส้นขีดแนวตรงเพียงเส้นเดียว แต่นักศึกษากลับเขียนผิดทำให้กลายเป็นการเพิ่มเส้นขีดแนวตรงสองเส้น

1.1.2 การเขียนเส้นขีดผิดประเภท เช่น การเขียนเส้นหักมุม (横折) ไม่ถูกต้องตามมาตรฐาน เช่น อักษร  (母) และอักษร (是) ข้อผิดพลาดประเภทนี้แสดงให้เห็นว่านักศึกษายังไม่สามารถแยกแยะประเภทของเส้นขีดพื้นฐาน 8 ประเภทได้อย่างชัดเจน

1.2 ปัญหาองค์ประกอบไม่สมดุล (结构失衡) ข้อผิดพลาดประเภทที่สองที่พบมากในกลุ่มตัวอย่าง คือ ปัญหาด้านความสมดุลขององค์ประกอบอักษร คิดเป็นร้อยละ 66.67 (n=20) ข้อผิดพลาดประเภทนี้เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบภายในอักษรจีนในแง่ของสัดส่วน ขนาด และตำแหน่งการวาง

ปัญหาองค์ประกอบไม่สมดุลเกิดจากนักศึกษาอาจไม่ได้ใส่ใจในเรื่องของการวางตำแหน่งองค์ประกอบของอักษร อักษรจีนหลายตัวประกอบด้วยส่วนซ้ายและส่วนขวา (左右结构) หรือส่วนบนและส่วนล่าง (上下结构) ซึ่งมีสัดส่วนที่กำหนดไว้ตามมาตรฐาน นักศึกษาจำนวนมากเขียนองค์ประกอบทั้งสองส่วนในสัดส่วนที่เท่ากันทุกตัว โดยไม่คำนึงถึงว่าอักษรบางตัวมีสัดส่วนซ้าย-ขวานักศึกษาวางส่วนประกอบย่อยของอักษรในตำแหน่งที่ไม่ถูกต้อง เช่น การเขียนอักษร  (骂) ตำแหน่งของอักษร 口 ห่างกันเกินไป ทำให้โครงสร้างโดยรวมของอักษรขาดความสมดุลและไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน

1.3 ปัญหาโครงสร้างบิดเบือน (部件变换) ข้อผิดพลาดประเภทที่สาม ได้แก่ ปัญหาโครงสร้างบิดเบือนหรือการสับเปลี่ยนส่วนประกอบ พบในนักศึกษาร้อยละ 36.67 (n = 11) แม้จะมีสัดส่วนน้อยกว่าข้อผิดพลาดสองประเภทแรก แต่ถือเป็นข้อผิดพลาดที่ส่งผลต่อความหมายของอักษรโดยตรง เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงส่วนประกอบอาจทำให้อักษรเปลี่ยนเป็นอักษรอื่นที่มีความหมายหรือเสียงอ่านต่างกันโดยสิ้นเชิง

การสับเปลี่ยนส่วนประกอบที่มีรูปร่างใกล้เคียงกัน นักศึกษาบางส่วนสับสนระหว่างส่วนประกอบที่มีรูปร่างคล้ายกัน เช่น การสับสนระหว่าง  กับ  ที่นักศึกษาบางคนเขียนส่วนประกอบด้านซ้ายผิดพลาด หรือ การเขียนอักษร  (果) ส่วนประกอบ 木 เขียนผิดเป็น 工 หรือการลืมเขียนเส้นแนวตั้ง  จึงทำให้ส่วนประกอบด้านบน 田 สลับเป็น 曰

ข้อผิดพลาดเหล่านี้สะท้อนให้เห็นถึงกลุ่มนักศึกษาชั้นปีที่ 1 ของการวิจัยนี้มักประสบปัญหาด้านการเขียนอักษรจีน เนื่องจากระบบการเขียนของภาษาไทยและภาษาจีนมีลักษณะโครงสร้างที่แตกต่างกันอย่างสิ้นเชิง โดย

ภาษาไทยเป็นระบบการเขียนแบบภาษาสะกด ในขณะที่ภาษาจีนเป็นระบบการเขียนแบบอักษรภาพ-อักษรความหมาย ความแตกต่างของระบบการเขียนดังกล่าวก่อให้เกิดอุปสรรคในกระบวนการเรียนรู้

ตารางที่ 3 ตัวอย่างข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาชั้นปีที่ 1

ประเภทข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีน	ตัวอย่างที่ 1	ตัวอย่างที่ 2
ปัญหาการใช้ตำแหน่งเส้นขีด (笔形偏误)	比 (比)	气 (气)
ปัญหาโครงสร้างบิดเบือน (部件变换)	处 (外)	狗 (狗)
ปัญหาองค์ประกอบไม่สมดุล (结构失衡)	骂 (骂)	搬 (搬)

ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนถึงความจำเป็นในการพัฒนาแนวทางการสอนอักษรจีนที่เน้นความเข้าใจโครงสร้างและระบบการเขียนอย่างลึกซึ้ง ข้อมูลเชิงประจักษ์ของปัญหาการเขียนอักษรจีนของนักศึกษา นำไปสู่การพัฒนาทักษะการเขียนของนักศึกษาไทยเพื่อให้เกิดความแม่นยำในการจัดวางเส้นและส่วนประกอบต่าง ๆ พร้อมทั้งเข้าใจความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนช่วยให้นักศึกษาเข้าใจถึงลำดับการเขียน และการวางตำแหน่งของเส้นขีดแต่ละส่วนอย่างถูกต้องอันจะช่วยให้ผู้เรียนสามารถเขียนอักษรจีนได้อย่างถูกต้อง แม่นยำ และมีความเข้าใจในระดับโครงสร้างอย่างแท้จริง

2. ผลคะแนนจากแบบทดสอบการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนการสอน จากผลการคำนวณแบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่า ค่าเฉลี่ยคะแนนการเขียนอักษรจีนหลังการจัดการเรียนการสอน (Mean = 6.43, SD = 1.14) สูงกว่าค่าเฉลี่ยก่อนการจัดการเรียนการสอน (Mean = 1.93, SD = 0.74) อย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนให้เห็นถึงประสิทธิภาพของการนำความสมมาตรจากโครงสร้างอักษรจีนมาเป็นฐานในการจัดการเรียนการสอน

ตารางที่ 4 คะแนนการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังจากจัดการเรียนการสอน

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	ต่ำสุด	สูงสุด	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD)
ก่อนเรียน	9	1.00	4.00	1.93	0.74
หลังเรียน	9	3.00	8.00	6.43	1.14

เมื่อพิจารณาผลคะแนนในภาพรวม พบว่าก่อนการจัดการเรียนการสอน นักศึกษามีคะแนนเฉลี่ยเพียง 1.93 คะแนน จากคะแนนเต็ม 9 คะแนน โดยคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 1.00 และคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 4.00 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาส่วนใหญ่ยังขาดทักษะพื้นฐานในการเขียนอักษรจีนที่ถูกต้องตามมาตรฐาน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานที่อยู่ในระดับต่ำ (SD = 0.74) ซึ่งอาจเป็นการบ่งชี้ว่านักศึกษาในกลุ่มมีระดับความสามารถที่ใกล้เคียงกัน กล่าวคือ นักศึกษาส่วนใหญ่เริ่มต้นจากจุดที่ยังไม่มีพื้นฐานการเขียนอักษรจีนที่เป็นระบบมาก่อน ซึ่งถือเป็นลักษณะที่พบได้ทั่วไปในกลุ่มผู้เรียนภาษาจีนในระดับเริ่มต้น

หลังการจัดการเรียนการสอน คะแนนเฉลี่ยของนักศึกษาเพิ่มขึ้นเป็น 6.43 คะแนน โดยมีคะแนนต่ำสุดอยู่ที่ 3.00 และคะแนนสูงสุดอยู่ที่ 8.00 สิ่งที่น่าสังเกตคือคะแนนต่ำสุดหลังเรียน (3.00) สูงกว่าคะแนนสูงสุดก่อนเรียน (4.00) ไม่มากนัก แต่เมื่อพิจารณาจากค่าเฉลี่ยโดยรวมแล้ว นักศึกษาทุกคนล้วนมีพัฒนาการในทิศทางบวก จากค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ที่เพิ่มขึ้นเป็น 1.14 หลังการจัดการเรียนการสอนสะท้อนให้เห็นว่านักศึกษามีพัฒนาการในอัตราที่แตกต่างกันบ้าง ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างระหว่างบุคคลในด้านความจำเชิงภาพ และความสามารถในการรับรู้รูปทรงเชิงพื้นที่ ส่งผลต่ออัตราการพัฒนาทักษะการเขียนอักษรจีนในแต่ละบุคคลไม่เท่ากัน

3. ผลการเปรียบเทียบวิเคราะห์คะแนนการเขียนอักษรจีนของนักศึกษา เพื่อสำรวจความแตกต่างของคะแนนก่อนและหลังจากการจัดการเรียนการสอนว่ามีนัยสำคัญทางสถิติหรือไม่ ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานเพื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างผลคะแนนก่อนเรียนและหลังเรียน ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบคะแนนการเขียนอักษรจีนก่อนและหลังการจัดการเรียนการสอน

การเปรียบเทียบ	ค่าเฉลี่ยผลต่าง	SD	t	df	Sig. (2-tailed)	Cohen's d
ก่อนเรียน – หลังเรียน	-4.50	0.97	-25.31	29	.000	4.62

ผลการวิเคราะห์พบว่า คะแนนการเขียนอักษรจีนหลังการจัดการเรียนการสอนสูงกว่าก่อนการจัดการเรียนการสอนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ($t = -25.31$, $p < .001$) แสดงให้เห็นว่า หลังจากการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐาน นักศึกษามีแนวโน้มการเขียนอักษรจีนที่ดีขึ้นอย่างชัดเจน นอกจากนี้ หากพิจารณาขนาดอิทธิพลของการทดลอง พบว่ามีค่า Cohen's d อยู่ที่ 4.62 ซึ่งจัดอยู่ในระดับสูงมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการเรียนการสอนครั้งนี้มิได้เพียงก่อให้เกิดความแตกต่างเชิงสถิติเท่านั้น แต่ยังส่งผลเชิงปฏิบัติอย่างเด่นชัดต่อการพัฒนาทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน

ค่าเฉลี่ยผลต่างระหว่างคะแนนก่อนและหลังเรียนเท่ากับ -4.50 คะแนน (SD = 0.97) หมายความว่าโดยเฉลี่ยแล้วนักศึกษาแต่ละคนมีคะแนนเพิ่มขึ้นประมาณ 4.50 คะแนน จากคะแนนเต็ม 9 คะแนน คิดเป็นพัฒนาการเฉลี่ยร้อยละ 45 ซึ่งถือว่ามีนัยสำคัญเมื่อพิจารณาในบริบทของระยะเวลาการจัดการเรียนการสอน ค่า SD ของผลต่างที่อยู่ในระดับ 0.97 แสดงให้เห็นว่าพัฒนาการของนักศึกษาในกลุ่มมีความสม่ำเสมอในระดับหนึ่ง กล่าวคือ นักศึกษาส่วนใหญ่ได้รับประโยชน์จากการจัดการเรียนการสอนในทิศทางเดียวกัน

ค่า $t = -25.31$ อาจบ่งชี้ว่าความแตกต่างของคะแนนก่อนและหลังเรียนนั้นชัดเจนและไม่ได้เกิดจากความคลาดเคลื่อนทางสถิติ เนื่องจากการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนรับรู้โครงสร้างภายในของอักษรจีนอย่างมีระบบโดยเน้นย้ำการจดจำโครงสร้างที่มีความสมดุล มีแนวโน้มส่งเสริมทักษะการเขียนของผู้เรียนพัฒนาขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในระยะเวลาอันสั้น เมื่อเทียบกับการจัดการเรียนการสอนแบบท่องจำหรือคัดลอกอย่างไร้กฎเกณฑ์ตามแบบดั้งเดิม

โดยสรุป ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แนวทางการจัดการเรียนการสอนอักษรจีนที่พัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ปัญหาการเขียนของนักศึกษาไทย และใช้โครงสร้างสมมาตรของอักษรจีนเป็นฐาน สามารถช่วยส่งเสริมทักษะการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาไทย โดยเฉพาะในด้านการจัดวางเส้นและส่วนประกอบของอักษรจีนอย่างถูกต้อง ซึ่งสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยที่มุ่งพัฒนาการเรียนการสอนและทักษะการเขียนของนักศึกษาไทย

อภิปรายผล

1. ปัญหาการเขียนอักษรจีนผิดพลาดกับการรับรู้ทางโครงสร้างของอักษรจีน ปัญหาการเขียนอักษรจีนผิดพลาดถือเป็นประเด็นสำคัญที่พบได้อย่างแพร่หลายในการเรียนภาษาจีนระดับต้น โดยเฉพาะในกลุ่มผู้เรียนที่ใช้ภาษาไทยเป็นภาษาแม่ ซึ่งคุ้นเคยกับระบบการเขียนแบบพยัญชนะที่มีความสัมพันธ์ระหว่างเสียงและตัวอักษรค่อนข้างชัดเจน (Chen, Q. et al., 2009) แตกต่างจากระบบการเขียนอักษรจีนที่มีลักษณะเป็นระบบอักขรวิธีเชิงรูป ที่เน้นโครงสร้างของตัวอักษรและความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ของส่วนประกอบภายในอักษรเป็นสำคัญ งานวิจัยจำนวนมากชี้ให้เห็นว่า ความซับซ้อนของโครงสร้างอักษรจีนและจำนวนเส้นขีดที่หลากหลาย ทำให้ผู้เรียนภาษาจีนเป็นภาษาที่สองต้องอาศัยการพัฒนาความสามารถในการรับรู้เชิงโครงสร้างของตัวอักษรอย่างเป็นระบบ (Sun, H. et al., 2024)

ผลการวิเคราะห์ข้อผิดพลาดจากแบบทดสอบก่อนเรียนของนักศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนประสบปัญหาในการเขียนอักษรจีนทั้งในระดับเส้นขีดและระดับโครงสร้างของตัวอักษร ความผิดพลาดที่พบ

ได้แก่ การวางตำแหน่งเส้นขีดคลาดเคลื่อน การจัดสัดส่วนของส่วนประกอบภายในตัวอักษรไม่สมดุล และการจัดวางองค์ประกอบของตัวอักษรไม่สอดคล้องกับรูปแบบมาตรฐานของอักษรจีน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของ Kuan, W. L. พบว่าข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนภาษาจีนเป็นภาษาต่างประเทศมักเกิดจากความไม่เข้าใจในลักษณะของเส้นขีดพื้นฐาน และความสัมพันธ์ระหว่างเส้นขีดภายในโครงสร้างของตัวอักษร (Kuan, W. L., 2021) ซึ่งหากมองจากอักขรวิธี (正字法) การจำและการเขียนอักษรจีนจำเป็นต้องอาศัยความสามารถในการสร้างภาพตัวแทนเชิงโครงสร้างของตัวอักษร ซึ่งเกี่ยวข้องกับการรับรู้รูปแบบของเส้นขีด การจัดวางตำแหน่งของส่วนประกอบ และความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในตัวอักษร ซึ่งแตกต่างจากภาษาสะกดโดยสิ้นเชิง (Liu, H. et al., 2013) อีกทั้ง อักษรจีนยังเกี่ยวข้องกับความสามารถในการรับรู้เชิงพื้นที่ เนื่องจากการเขียนอักษรจีนต้องอาศัยการประสานกันระหว่างการรับรู้ทางสายตาและการควบคุมการเคลื่อนไหวของมือในการจัดวางเส้นขีดและองค์ประกอบต่าง ๆ ภายในพื้นที่สี่เหลี่ยมของตัวอักษร (Krafnick, A. J. et al., 2016) หากผู้เรียนยังไม่สามารถสร้างความตระหนักรู้เชิงโครงสร้างดังกล่าวได้ ย่อมส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ งานวิจัยที่เกี่ยวกับการประมวลผลอักษรจีนยังชี้ให้เห็นว่า การรับรู้รูปแบบอักขรวิธีของอักษรจีนมีความสัมพันธ์กับกระบวนการทำงานของสมองซีกซ้ายโดยตรง (Left Ventral Occipitotemporal cortex) ซึ่งเกี่ยวข้องกับการประมวลผลรูปแบบตัวอักษรและการจดจำรูปคำ (Cao, F. et al., 2013)

จากการอภิปรายผลการวิจัย ความผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนจึงมิได้เกิดขึ้นเพียงจากการขาดทักษะการเขียนเท่านั้น แต่ยังสะท้อนถึงกระบวนการรับรู้เชิงโครงสร้างของผู้เรียนที่ยังไม่พัฒนาอย่างเพียงพอ การสอนอักษรจีนควรบูรณาการความรู้เรื่องของโครงสร้างอักษรจีน และส่วนประกอบเข้ากับการฝึกเขียน เพื่อช่วยให้ผู้เรียนสามารถจดจำและแยกแยะอักษรได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะการจัดการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างภายในของตัวอักษร เช่น การวิเคราะห์ส่วนประกอบ การจำแนกประเภทโครงสร้าง และการสังเกตความสมดุลขององค์ประกอบ มีบทบาทสำคัญในการช่วยพัฒนาความสามารถในการรับรู้เชิงโครงสร้างของผู้เรียน ซึ่งจะนำไปสู่ความแม่นยำในการเขียนอักษรจีนมากยิ่งขึ้นในระยะยาว

2. ความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนกับกลยุทธ์การพัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีน จุดประสงค์หลักของการเรียนการสอนอักษรจีน คือการมุ่งเน้นให้ผู้เรียนสามารถอ่านออกและเขียนอักษรจีนได้ แต่เนื่องจากอักษรจีนมีโครงสร้างซับซ้อนและความสัมพันธ์ระหว่างเสียง รูป และความหมายที่ไม่ชัดเจน ทำให้เกิดอุปสรรคในการจดจำ ส่งผลให้เกิดข้อผิดพลาดทางด้านการอ่านและเขียน โดยเฉพาะสำหรับผู้เรียนที่ใช้ระบบสัทอักษรอย่างนักศึกษาไทย การนำอักษรจีนที่มีโครงสร้างสมมาตรมาใช้เป็นฐานในการจัดการเรียนการสอนมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาทักษะการเขียนอักษรจีนของผู้เรียน โครงสร้างสมมาตรช่วยให้ผู้เรียนสามารถรับรู้แกนกลางของอักษรและความสมดุลของส่วนประกอบได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้การกำหนดตำแหน่งของเส้นขีดและส่วนประกอบเป็นไปอย่างมีทิศทางและสอดคล้องกัน ซึ่งแนวคิดการทำความเข้าใจอักษรจีนผ่านโครงสร้างอักษรสอดคล้องกับงานวิจัยของ วศิน พรหมสุรินทร์ ที่พบว่าการจดจำและแยกแยะโครงสร้างแบบซ้ายขวาง่ายกว่าโครงสร้างอื่นๆ รองลงมาคือโครงสร้างบนล่าง (วศิน พรหมสุรินทร์, 2562) นอกจากนี้ Deng, S. & Hu, W. พบว่าผู้เรียนภาษาจีนในฐานะภาษาต่างประเทศมีแนวโน้มที่ข้อผิดพลาดด้านการเขียนจะลดลงอย่างมีนัยสำคัญเมื่อผ่านช่วงต้นถึงกลางของการเรียน ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการปูพื้นฐานด้านโครงสร้างอักษรอย่างเป็นระบบในระยะแรก (Deng, S. & Hu, W., 2022)

การนำอักษรที่ความสมมาตรจำนวน 41 ตัว มาเป็นอักษรพื้นฐานในการจัดการเรียนการสอนด้านการจำอักษรจีนแบบเชื่อมโยง เนื่องจากความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนเป็นลักษณะเฉพาะที่ช่วยในการจดจำการเข้าใจรูปแบบความสมมาตรต่าง ๆ มีแนวโน้มที่จะช่วยพัฒนาการเรียนการสอนอักษรจีนให้มีประสิทธิภาพ ทำให้ผู้เรียนสามารถวิเคราะห์ จดจำ และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างรูปร่างและความหมายของอักษรจีนได้

อย่างเป็นระบบ (Huang, X. et al., 2002) ในเชิงอักขรวิทยา อักษรจีนจำนวนมากมีการจัดวางส่วนประกอบที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงพื้นที่ (Wang, N., 2021) การทำความเข้าใจโครงสร้างสมมาตรจึงเป็นตัวแปรสำคัญที่จะช่วยให้ผู้เรียนเห็นตรรกะภายในของการประกอบของอักษรจีน มากกว่าการมองอักษรแบบไร้กฎเกณฑ์ เช่นเดียวกับงานวิจัยของ Loh E. K. Y. et al ที่ระบุว่าอักษรที่มีโครงสร้างสมมาตรจะมีแนวโน้มการจดจำได้ง่ายกว่า ซึ่งผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า เมื่อนักศึกษาสามารถรับรู้และใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นกรอบในการเขียน การเขียนอักษรจีนจะมีความถูกต้องและเป็นระบบมากขึ้น (Loh, E. K. Y. et al., 2017)

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า คะแนนการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาหลังการจัดการเรียนการสอนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐานมีแนวโน้มสูงกว่าก่อนการเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าความสมมาตรที่ถือเป็นคุณลักษณะพิเศษเชิงโครงสร้างของอักษรจีน ที่สามารถนำมาพัฒนากับกลยุทธ์การเรียนการสอนอักษรจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างภายในของอักษรจีน อาจช่วยลดภาระทางด้านการจดจำรูปอักษรเป็นรายตัวหรือคัดลอกเพื่อจำ และส่งเสริมให้ผู้เรียนใช้หลักการเชิงโครงสร้างในการควบคุมการเขียนอักษร ผลคะแนนที่เพิ่มขึ้นอย่างชัดเจนดังกล่าวสนับสนุนแนวคิดของ Chen, C. & Dong, X และ Li, Y. & McBride, C ที่เสนอว่าการสอนอักษรจีนโดยเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างภายในและหลักสมมาตรของอักษร จะช่วยให้ผู้เรียนสามารถถ่ายโอนความเข้าใจดังกล่าวไปสู่ทักษะปฏิบัติในการเขียนได้อย่างเป็นรูปธรรมและวัดผลได้ (Chen, C. & Dong, X., 2003); (Li, Y. & McBride, C., 2023)

หากพิจารณาจากผลคะแนนก่อนการจัดการเรียนการสอน ผู้เรียนมีแนวโน้มเขียนอักษรจีนโดยอาศัยการคัดลอกแบบไร้กฎเกณฑ์หรือการจดจำรูปทรงโดยรวม ส่งผลให้เกิดความผิดพลาดด้านการจัดวางเส้นขีดและส่วนประกอบภายในอักษร ซึ่งปัญหาการเขียนอักษรจีนผิดพลาดยังคงเป็นปัญหาทั่วไปของนักศึกษาไทย (คีฎวรลักษณ์ พรหมประสิทธิ์ และอภิรักษ์ นุสิทธิ์ชัยการ, 2568); (อมรา อภัยพงศ์, 2568) อย่างไรก็ตาม หลังจากได้รับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นการวิเคราะห์โครงสร้างสมมาตร ผู้เรียนสามารถใช้โครงสร้างอักษรเป็นกรอบอ้างอิงในการเขียน ทำให้การจัดวางตำแหน่งของเส้นขีดและส่วนประกอบมีความเป็นระบบและแม่นยำมากขึ้น เพราะเหตุนี้ การนำความสมมาตรของอักษรจีน มาช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนจดจำ แยกแยะ และเขียนอักษรจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ ถือเป็นทางออกอย่างหนึ่งที่การศึกษาด้านภาษาจีนในประเทศไทยควรให้ความสำคัญ

3. ในกระบวนการเรียนการสอนจำเป็นต้องคำนึงถึงความสนุกสนานของเนื้อหาสาระการเรียนรู้ และเชื่อมโยงไปสู่ความรู้ทางวัฒนธรรม การวิวัฒนาการของโครงสร้างอักษรจีนเป็นกระบวนการที่มีเหตุผล และในขณะเดียวกันก็สัมพันธ์กับแนวคิดทางวัฒนธรรมและความงามของสังคมจีนโดยรวม การศึกษาความสมมาตรของอักษรจีนจึงต้องพิจารณาทั้งมิติทางโครงสร้างและมิติทางวัฒนธรรมควบคู่กันไป

จากการสังเกตพฤติกรรมการเรียนรู้และการสะท้อนความคิดเห็นของนักศึกษา พบว่า ผู้เรียนมีแนวโน้มในการทำความเข้าใจโครงสร้างอักษรจีนโดยผ่านการอธิบายความหมายเชิงวัฒนธรรมของอักษรบางกลุ่มได้ลึกซึ้งขึ้น โดยเฉพาะอักษรที่มีโครงสร้างสมมาตรซึ่งสัมพันธ์กับแนวคิดเรื่องความสมดุล ความกลมกลืน และความเป็นระเบียบในวัฒนธรรมจีน กล่าวคือ ผู้เรียนสามารถเชื่อมโยงโครงสร้างอักษรกับแนวคิดเชิงปรัชญา เช่น แนวคิดเรื่องความสมดุลขององค์ประกอบ และสามารถวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปทรงกับความหมายได้มากกว่าระดับการจดจำ แนวคิดความกลมกลืนและสมดุลที่ฝังรากลึกในวัฒนธรรมจีนมาอย่างยาวนาน นำมาซึ่งการปฏิรูปอักษรเชิงโครงสร้างให้มีความสมดุลทางสายตา และง่ายต่อการจดจำมากยิ่งขึ้น อักษรจีนที่มีความสมมาตรในแนวตั้ง เช่น 中 重 里 果 木 本 来 米 ไม่เพียงแต่มีโครงสร้างที่สมดุลในเชิงรูปทรงเท่านั้น แต่ยังสื่อความหมายเชิงปรัชญาว่าด้วยทางสายกลาง หรือ “中” (ความพอดี-ความสมดุล) ซึ่งถือเป็นหัวใจของการดำรงชีวิตอย่างกลมกลืนภายใต้กฎของธรรมชาติ ความสมมาตรจึงมิใช่เพียงรูปแบบเชิงกายภาพของตัวอักษร แต่เป็นการแสดงออกของ “ความกลมกลืน” (和) ซึ่งเป็นอุดมคติทางสังคมและจริยธรรมในวัฒนธรรมจีน (อู้จื้อปิน และคณะ, 2563) ผลดังกล่าวสะท้อนว่า การสอนให้นักศึกษาแยกแยะอักษรจีนประเภทโครงสร้างสมมาตรสามารถทำหน้าที่เป็น

กลไกในการสอดแทรกความหมายทางวัฒนธรรม และเชื่อมโยงภาษาเข้ากับแนวคิดทางปรัชญาและวัฒนธรรมจีนได้อย่างมีนัยสำคัญ

กระบวนการจัดการเรียนการสอนเช่นนี้ สอดคล้องกับนโยบาย “การสร้างความมั่นใจในวัฒนธรรม 文化自信建设” ผ่านการเรียนการสอนอักษรจีน (Zhang, Z. & Qi, X., 2025) จะเห็นได้ว่าแนวคิด ความสมมาตรได้แทรกซึมเข้าไปในรากฐานของสถาปัตยกรรมจีน ทิศทางซ้ายขวา บนล่าง และแกนกลาง ความสมมาตรเหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนให้เห็นจากโครงสร้างอักษรจีนเท่านั้น แต่ยังแสดงออกถึงความงดงามทางสัญลักษณ์ของอำนาจและลำดับชั้นทางการปกครอง ยิ่งไปกว่านั้น ความสมมาตรยังได้แทรกซึมไปสู่แนวคิดการวางแผนผังสร้างเมือง หลวงหรือพระราชวัง ถือเป็นสื่อคุณค่าทางวัฒนธรรมที่ถ่ายทอดผ่านแนวคิดความสมมาตรในโลกทัศน์ของจีน

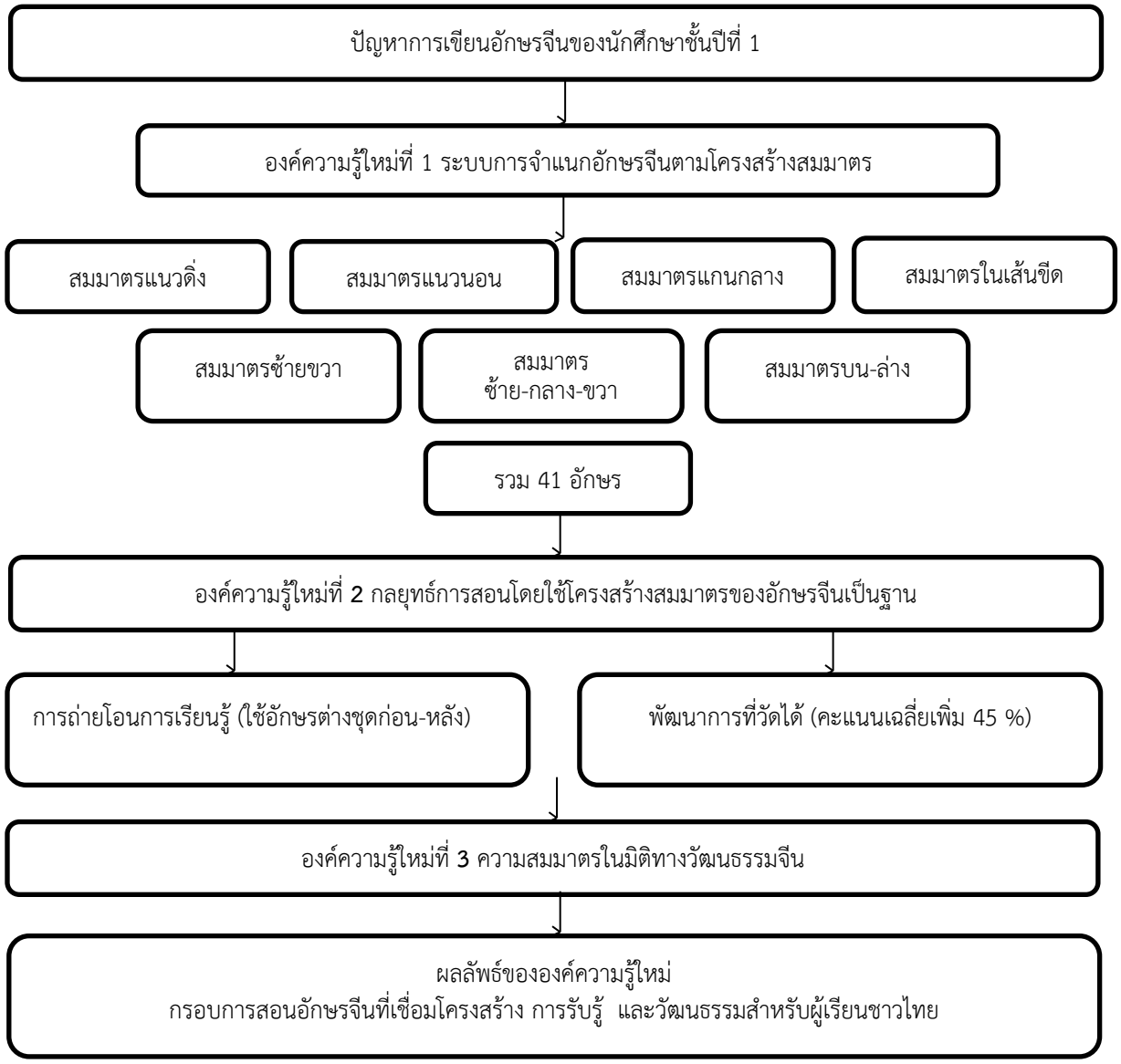
กล่าวได้ว่า แนวคิดเรื่องความสมมาตรในวัฒนธรรมจีนไม่ใช่เพียงแค่ลักษณะภายนอกของอักษรเท่านั้น แต่เป็นหลักปรัชญาแนวคิดพื้นฐานที่หล่อหลอมวิธีคิด วิถีดำเนินชีวิต และมุมมองต่อโลกของชาวจีนมาอย่างยาวนาน ความสมมาตรสะท้อนถึงความพยายามในการแสวงหาความสมดุลระหว่างปัจจัยที่แตกต่างกัน เพื่อสร้างความกลมกลืนและความยั่งยืนในทุกด้านของชีวิต หากผู้สอนจัดการเรียนการสอน จะทำให้ผู้เรียนก้าวเข้าสู่โลกแห่งอารยธรรมจีนเต็มรูปแบบ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ที่หนึ่ง ระบบการจำแนกอักษรจีนตามโครงสร้างสมมาตร 7 ประเภทสำหรับผู้เรียนชาวไทย ซึ่งพัฒนาขึ้นจากการวิเคราะห์ตารางอักษรจีนระดับต้น 300 ตัวตามมาตรฐานระดับความรู้ภาษาจีนสำหรับการศึกษาภาษาจีนระดับนานาชาติ (《国际中文教育中文水平等级标准》) ผลการจำแนกพบอักษรที่มีโครงสร้างสมมาตรชัดเจน 41 ตัว แบ่งออกเป็น 7 ประเภทความสมมาตร ได้แก่ สมมาตรแนวดิ่ง สมมาตรแนวนอน สมมาตรแบบแกนกลาง สมมาตรในเส้นขีด สมมาตรแบบซ้าย-ขวา สมมาตรแบบซ้าย-กลาง-ขวา และสมมาตรแบบบน-ล่าง ซึ่งถือเป็นการนำกรอบการจำแนกมาประยุกต์ใช้กับชุดอักษรระดับต้นในบริบทการเรียนการสอนภาษาจีนสำหรับผู้เรียนชาวไทย

องค์ความรู้ที่สอง กลยุทธ์การสอนอักษรจีนโดยใช้โครงสร้างสมมาตรเป็นฐาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการจัดการเรียนการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนเข้าใจโครงสร้างภายในของอักษรแทนการท่องจำหรือคัดลอกอย่างไร้หลักเกณฑ์ สามารถส่งผลให้คะแนนการเขียนเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภายในระยะเวลา 8 สัปดาห์ ผลดังกล่าวยืนยันว่าโครงสร้างสมมาตรของอักษรจีนสามารถทำหน้าที่เป็นกรอบการรับรู้ที่ช่วยให้ผู้เรียนถ่ายโอนความเข้าใจจากอักษรที่เคยฝึกไปสู่อักษรใหม่ได้ ซึ่งต่างจากการเรียนรู้แบบท่องจำที่จำกัดอยู่เพียงอักษรที่เคยพบมาก่อน

องค์ความรู้ที่สาม คือการเชื่อมโยงโครงสร้างอักษรจีนกับมิติทางวัฒนธรรม งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าความสมมาตรในอักษรจีนมิได้เป็นเพียงคุณลักษณะเชิงรูปแบบ แต่สะท้อนแนวคิดเรื่องความกลมกลืน (和) และความสมดุล (中) ที่ฝังรากลึกในวัฒนธรรมจีน การสอนโดยบูรณาการมิติดังกล่าวเข้ากับการฝึกเขียนจึงช่วยให้ผู้เรียนพัฒนาทั้งทักษะการเขียนและความเข้าใจทางวัฒนธรรมไปพร้อมกัน



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดองค์ความรู้จากการวิจัยเกี่ยวกับการสอนการเขียนอักษรจีนโดยใช้โครงสร้างสมมาตร

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาประสิทธิผลของการนำความสมมาตรของโครงสร้างอักษรจีนมาพัฒนาการจัดการเรียนการสอนอักษรจีน สามารถสรุปได้ว่า โครงสร้างสมมาตรของอักษรจีนสามารถบูรณาการเข้ากับการจัดการเรียนการสอนอักษรจีนได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีแนวโน้มในการส่งเสริมทักษะการจดจำและการเขียนอักษรจีนของนักศึกษาไทยได้ในระดับที่ดี ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าผู้เรียนสามารถเข้าใจกลไกของระบบโครงสร้างอักษรจีนได้ลึกซึ้งยิ่งขึ้น มิใช่อาศัยเพียงการคัดลอก การจดจำ หรือการสังเกตด้วยตาเปล่าอย่างไร้หลักเกณฑ์ แต่สามารถมองเห็นความสัมพันธ์ของเส้นขีด ส่วนประกอบ และโครงสร้างภายในตัวอักษรอย่างเป็นระบบ นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับครูผู้สอนภาษาจีนในระดับอื่นได้ เช่น โรงเรียนประถมศึกษา มัธยมศึกษา สถาบันอาชีวศึกษา หรือศูนย์ภาษาจีนทั่วไป โดยผู้สอนสามารถนำแนวคิดความสมมาตรมาใช้ในการอธิบายโครงสร้างอักษรจีนพื้นฐานที่จะช่วยให้ผู้เรียนเข้าใจรูปอักษรได้ง่ายขึ้น ลดความสับสนในการเขียน และเพิ่มความแม่นยำในการจดจำ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าขนาดอิทธิพลของการทดลองมีค่าอยู่ในระดับสูงมาก แต่งานวิจัยนี้มีข้อจำกัดบางประการ ได้แก่ การใช้กลุ่มตัวอย่างขนาดเล็กซึ่งเป็นนักศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏจอมบึง จำนวน

30 คน ทำให้การอ้างอิงผลไปยังประชากรกลุ่มอื่นยังมีขอบเขตจำกัด อีกทั้งงานวิจัยไม่ได้มีกลุ่มควบคุม จึงอาจยังไม่สามารถเปรียบเทียบประสิทธิผลกับรูปแบบการสอนอื่นได้อย่างชัดเจน ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรขยายการวิเคราะห์ความสมมาตรไปสู่มิติที่ลึกและซับซ้อนยิ่งขึ้น เช่น ความสมมาตรแบบสามส่วน ได้แก่ 品 翁 淼 森 ความสมมาตรแบบสี่ส่วน ได้แก่ 琵 器 器 喆 หรือความสมมาตรบางส่วน เช่น 丽 从 ตลอดจนความสมมาตรเชิงความหมาย โดยพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบบ่งบอกความหมาย (义符) และส่วนประกอบบ่งบอกเสียง (声符) เช่น อักษร 明 ที่สะท้อนความหมายจาก “ดวงอาทิตย์” และ “ดวงจันทร์” หรืออักษร 清 ที่เชื่อมโยงความหมายของ “น้ำ” กับ “ความใสสะอาด” การศึกษาประเด็นดังกล่าวจะช่วยต่อยอดองค์ความรู้ด้านการสอนอักษรจีนให้มีความลุ่มลึกและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และนำไปซึ่งการพัฒนาทักษะทางด้านการเขียนอักษรจีนอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ สำนักงานวิชาการและมาตรฐานการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2556). ตัวชี้วัดและสาระการเรียนรู้ภาษาจีน ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์ สกสค.

คีฏวรลักษณ์ พรหมประสิทธิ์ และอภิรักษ์ นุสิทธิ์ชัยการ. (2568). ข้อผิดพลาดในการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทย: กรณีศึกษาผู้เรียนในรายวิชาภาษาจีนเร่งรัด. Journal of Arts and Thai Studies, 47(03), 1-14.

นารีรัตน์ วัฒนเวหุ. (2561). การศึกษาข้อผิดพลาดการเขียนอักษรจีนของผู้เรียนชาวไทย : กรณีศึกษานักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารจีนศึกษามหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 11(1), 283-314.

วศิน พรหมสุรินทร์. (2562). ศึกษาความสามารถในการจดจำและแยกแยะโครงสร้างตัวอักษรได้อย่างถูกต้อง. วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต, 15(1), 4-6.

อมรา อภัยพงศ์. (2568). การวิเคราะห์ข้อผิดพลาดการเขียนอักษรจีน: กรณีศึกษานักศึกษาสาขาภาษาจีน คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. อินทนิลทักษิณสาร, 20(02), 71-96.

อู้จื้อปิน และคณะ. (2563). พัฒนาการของแนวคิด “เหอ (和)” (ความกลมกลืน) ในประเทศจีน. วารสารจีนศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, 13(1), 228-271.

Cao, F. et al. (2013). Writing Affects the Brain Network of Reading in Chinese: A functional Magnetic Resonance Imaging Study. Human Brain Mapping, 34(7), 1670-1684.

Chen, C. & Dong, X. (2003). The Structural symmetry characteristics of Chinese characters and Its Processing System of Recognition（汉字的结构对称特点及其识别加工机制）. Language Teaching and Linguistic Studies (语言教学与研究), (04), 58-63.

Chen, J. et al. (2016). Chinese character practice: Comparison between children using handwriting and Pinyin keyboarding. Acta Psychological Sinica, 48(10), 1258-1269.

Chen, Q. et al. (2009). An Analysis of Chinese Character Writing Committed by Thai Students（泰国学生汉字书写偏误分析）. Journal of Yunnan Normal University (云南师范大学学报（对外汉语教学与研究版）(Teaching and Research on Chinese as a Foreign Language Edition), (2), 76-82.

Deng, S. & Hu, W.（2022）. An examination of Chinese character writing errors: Developmental differences among Chinese as a foreign language learner. Journal of Chinese Writing Systems, 6(1), 39-51.

Huang, X. et al. (2002). The Processing of structurally symmetrical Chinese character recognition (I): An Experimental research on Character-level Process (结构对称汉字识别的加工机制（I）—整字识别的实验研究). Psychological Science (心理科学), 25(1), 4-6.

Krafnick, A. J. et al. (2016). Chinese Character and English Word processing in children's ventral occipitotemporal cortex: fMRI evidence for script invariance. Neuroimage, 133(2016), 302-312.

Kuan, W. L. (2021). An Error Analysis of Orthographic Representation in Written Chinese Characters. Journal of Cognitive Sciences and Human Development, 7(2), 1-10.

Li, Y. & McBride, C. (2023). A longitudinal study on sensitivity to symmetry in writing and associations with early literacy abilities. Frontiers in Education, 2023(8), 1-8.

Liu, H. et al. (2013). The orthographic sensitivity to written Chinese in the occipital-temporal cortex. Experimental Brain Research, 227(2013), 387-396.

Loh, E. K. Y. et al. (2017). How ethnic minority students perceive patterns in Chinese characters: Knowledge of character components and structures. Chinese as a second language assessment. Singapore: Springer.

Sun, H. et al. (2024). Influence of stroke-order learning on Chinse character recognition among Chinese as second language learners. System, 122(2024), 103295.

Tse, S. K. et al. (2007). An Integrative Perceptual Approach for Teaching Chinese Characters. Instructional Science, 35(5), 375-406.

Wang, N. (2021). Introduction to Chinese character morphology. Beijing: The Commercial Press.

Zhang, Z. & Qi, X. (2025). A Study on College students' Inheritance of Chinese Character Culture from the Perspective of Cultural Confidence (文化自信视域下大学生汉字文化传承研究). Journal of Handan Polytechnic College, 38(2), 71-75.

บทความวิจัย

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด*

FACTORS AFFECTING THE DECISION TO TRAVEL TO CHACHOENGSAO PROVINCE AFTER THE COVID-19 PANDEMIC

อังคณา วิสิฐนิธิกิจา*, สุธรรม พงศ์สำราญ, สุทธิกร กิ่งแก้ว
Angkana Visitnitikija*, Sutham Pongsomlarn, Suthikorn Kingkaew
หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต กรุงเทพมหานคร ประเทศไทย
Master of Business Administration, Graduate School, Kasem Bundit University, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: angkana.ploykam@gmail.com
*Tel: 085-921-0953

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 2) การตัดสินใจท่องเที่ยว 3) เปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล 4) ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด แบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ W.G. Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% เลือกกลุ่มตัวอย่าง 400 ราย โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานแบบ t-test ,F-test (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี อาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 - 20,000 บาท มาเพื่อมาทำบุญไหว้พระ และมาวัดหลวงพ่อโสธร ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว อยู่ในระดับสำคัญมาก ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.486) การตัดสินใจท่องเที่ยว ภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.580) เพศ อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยวที่มา มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด ที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านการบริการหรือที่พักมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 ข้อเสนอแนะคือ ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด สวยงาม และเข้าถึงสะดวก พร้อมสิ่งอำนวยความสะดวกที่เหมาะสม โดยให้ชุมชนมีส่วนร่วมในการดูแลและส่งเสริมอัตลักษณ์ท้องถิ่น ขณะที่ภาครัฐสนับสนุนนโยบาย การจัดกิจกรรม และการตลาดดิจิทัล รวมถึงควรศึกษาความพึงพอใจเชิงลึกและเปรียบเทียบพื้นที่อื่นเพื่อพัฒนาอย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว, การตัดสินใจท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา, หลังสถานการณ์โควิด

Abstract

The objectives of the research were to study 1) Tourism component factors 2) Travel decision-making 3) To compare travel decision-making in Chachoengsao Province after the COVID-19 situation categorized by personal data 4) Tourism component factors Influencing travel decision-making in Chachoengsao Province after the COVID-19 Pandemic. For an unknown

* Received 10 April 2026; Revised 29 April 2026; Accepted 30 April 2026

population size, the sample size was determined using the formula of W. G. Cochran at a 95% confidence level, resulting in a sample of 400 respondents. Data were collected using questionnaires. The statistical methods employed in this study included frequency, percentage, mean, and standard deviation, t-test, F-test (One-way ANOVA) and Multiple Regression Analysis. The findings indicated that, of the 400 respondents, the majority were female and aged between 31 - 40 years. Most were employees in the private sector, held a bachelor's degree, and earned an average monthly income of 15,001–20,000 baht. Their purpose for visiting Chachoengsao Province was to make merit and pay respect at Wat Sothon Wararam Worawihan. Overall, tourism component factors were rated at a high level of importance ($\bar{X}$ = 4.21, S.D. = 0.486), while travel decision-making was rated at a high level of agreement ($\bar{X}$ = 4.29, S.D. = 0.580). Gender, age, occupation, and visited attractions significantly differed in their influence on travel decision-making in Chachoengsao Province after the COVID-1 9 pandemic. Furthermore, tourism component factors in terms of attractions, accessibility, and accommodation significantly influenced travel decision-making in Chachoengsao Province after the COVID-19 pandemic at the 0.05 level of significance. Recommendations include improving tourist attractions to be clean, attractive, and accessible with adequate facilities. Communities should help maintain areas and promote local identity, while the government supports policies, activities, and digital marketing. Future research should examine tourist satisfaction in depth and compare areas with other areas to guide development.

Keywords: Tourism component factors, Travel decision-making, Tourism in Chachoengsao Province, After the COVID-19 Pandemic

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ สามารถสร้างรายได้และทำให้เกิดการพัฒนาตามห่วงโซ่อุปทานทางการท่องเที่ยวทั่วประเทศ การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่ทำให้เศรษฐกิจเติบโตขึ้นเท่านั้น แต่ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ส่งเสริมความเข้าใจและวัฒนธรรมอันดีระหว่างประเทศ ด้วยอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทำให้คนนับล้านคนมีงานทำและมีส่วนสำคัญโดยตรงในการทำให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาอย่างยั่งยืน (อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ, 2568) Dickman, S. ได้กล่าวถึงองค์ประกอบของการท่องเที่ยวประกอบด้วย 1) สิ่งดึงดูดใจ(Attractions) จัดเป็นองค์ประกอบที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะเป็นสิ่งที่จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้นซึ่งสามารถแบ่งแยกเป็นสถานที่สำคัญทางศาสนา หาดทราย ชายหาด ภูเขา อุทยานแห่งชาติเทศกาลต่างๆหรือสถานที่ที่มีความสวยงาม เป็นเอกลักษณ์และเป็นที่โด่งดังและโดยทั่วไป 2) กิจกรรม (Activities) สถานที่ท่องเที่ยวควรจัดให้มีกิจกรรมต่างๆ (Activities) ที่นักท่องเที่ยว สามารถทำในช่วงเวลาที่พักและท่องเที่ยว ณ สถานที่นั้น เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจในการ ท่องเที่ยว และรวมถึงระยะเวลาท่องเที่ยวสถานที่ควรมีการจัดกิจกรรมต่างๆ ที่หลากหลายและเพื่อความน่าดึงดูดใจในการท่องเที่ยว อาทิ กิจกรรมซื้อสินค้า กิจกรรมทางทะเล เช่น ดำน้ำ ว่ายน้ำ เป็นต้น 3) การเข้าถึง (Access) สภาพการเข้าถึง (เส้นทางคมนาคม) หมายถึง การเดินทางเข้าไปสู่แหล่งท่องเที่ยวมีหลากหลายช่องทางในการเดินทาง และแต่ในละช่องทางมีความสะดวกสบาย เหมาะต่อการเดินทางท่องเที่ยวมากน้อยเพียงใดโดยจะดูจากศูนย์การในการคมนาคมไปยังแหล่งท่องเที่ยว ปลายทางโดยพิจารณาจากระยะทางท่องเที่ยว พิจารณาจากลักษณะการเดินทางว่าเป็นอย่างไร สภาพทางเดินดีหรือไม่ ระยะทางเดินเหมาะกับนักท่องเที่ยวเพียงใด การจัดหาพาหนะสะดวกหรือยาก

และค่าว่าจ้างแพงหรือถูก การคมนาคมขนส่งและความสะดวกในการเดินทางทางมายังแหล่งท่องเที่ยว 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) หมายถึง สิ่งบริการขั้นพื้นฐานต่าง ๆ ที่จำเป็นต่อการท่องเที่ยวและระบบสาธารณูปการ ซึ่งมีอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถจะใช้ได้อย่างสะดวกสบายมากน้อยเพียงใด เช่น ที่พักแรม ร้านอาหารและเครื่องดื่ม สถานเริงรมย์ สถาน บริการอื่น ๆ ระบบไฟฟ้า ประปา โทรศัพท์ สถานรักษาพยาบาล สถานีตำรวจ หรือระบบรักษาความปลอดภัย 5) ที่พัก (Accommodation) สถานที่ท่องเที่ยวควรมีจำนวนที่พักที่เพียงพอ และราคาการบริการต้องมาพร้อมกับความพร้อมของสถานที่และที่พักควรต้องตั้งอยู่ละแวกสถานที่ท่องเที่ยว เดินทางไปมา สะดวกและมีความปลอดภัยที่พักในแหล่งท่องเที่ยว (Accommodation) (Dickman, S., 1996)

การตัดสินใจท่องเที่ยวจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล ได้ศึกษาผลการวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาการเปรียบเทียบการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในกรุงเทพมหานคร ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศไทยแตกต่างกัน พบว่าเพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยที่แตกต่างกัน (พศวีร์ โกตาเมย์, 2566)

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของประเทศไทย ประกอบด้วยสิ่งดึงดูดใจ (Attraction) การเข้าถึง (Accessibility) สิ่งอำนวยความสะดวก(Amenities) ที่พัก (Accommodation)และกิจกรรม (Activity) ซึ่งทั้งหมดนี้อยู่ภายใต้กรอบแนวคิด 5A’s ที่เสนอโดย Dickman, S. เพื่อใช้ในการประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวโดยแต่ละองค์ประกอบสะท้อนถึงปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยเฉพาะในแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ต้องอาศัยความลงตัวระหว่างธรรมชาติ (Dickman, S., 1996) และการเข้าถึงที่เหมาะสมโดยสิ่งดึงดูดใจ เช่น ความงดงามของธรรมชาติ ความหลากหลายทางชีวภาพ และกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นมีบทบาทสำคัญในการสร้างแรงจูงใจให้นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Wang T. et al., 2019) การเข้าถึงที่สะดวก เช่น โครงสร้างพื้นฐานทางการคมนาคมและข้อมูลที่ชัดเจน ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจและสะดวกสบายสำหรับนักท่องเที่ยวอีกด้วย นอกจากนี้ในยุคดิจิทัลที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว การสื่อสารแบบปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์จึงกลายเป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่ไม่อาจมองข้ามได้ ความคิดเห็นและบทวิจารณ์ออนไลน์ที่ผู้ใช้บริการแบ่งปันเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและบริการด้านท่องเที่ยวได้กลายเป็นข้อมูลสำคัญสำหรับนักท่องเที่ยวโดยมีรายงานระบุว่าทุกปีมีนักท่องเที่ยวหลายร้อยล้านคนที่ค้นหาและอ่านบทวิจารณ์ออนไลน์ก่อนตัดสินใจวางแผนเดินทาง (Jalilvand M. R. et al., 2012)

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้นทำให้ผู้วิจัยสนใจศึกษา ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวเพื่อสร้างรายได้ให้กับจังหวัดฉะเชิงเทรา

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด
2. เพื่อศึกษาการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด
3. เพื่อเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล
4. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ขอบเขตของการศึกษา

1.1. ด้านเนื้อหา การศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดโดยอาศัย ทฤษฎีปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวของ Dickman, S. ประกอบด้วย สิ่งดึงดูดใจ (Attractions) กิจกรรม (Activities) การเข้าถึง (Access) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) และที่พัก (Accommodation) (Dickman, S., 1996) และทฤษฎีการตัดสินใจ ประกอบด้วย รับรู้ถึงความต้องการหรือความจำเป็น การรวบรวมข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ พฤติกรรมหลังการตัดสินใจซื้อ

1.2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษา คือ ผู้ที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราแบบไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ของ W.G.Cochran ที่ระดับความเชื่อมั่น 95%จำนวน 400 คน (Cochran, W. G., 1953)

1.3. ระยะเวลาในศึกษาข้อมูลระหว่างเดือน มิถุนายน 2568 – กันยายน พ.ศ. 2568

2. เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ แบบสอบถามของผู้ที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราสร้างขึ้นมาเองจากแนวคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทรา และแหล่งท่องเที่ยวที่มา

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความสำคัญออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคอร์ด (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้ 5 = สำคัญมากที่สุด, 4 = สำคัญมาก, 3 = สำคัญปานกลาง, 2 = สำคัญน้อย, 1 = สำคัญน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยเป็นลักษณะคำถามแบบค่าคะแนน แบ่งค่าคะแนนระดับความคิดเห็นออกเป็น 5 ระดับ ตามแบบลิเคอร์ด (Likert) แบบสอบถามที่สร้างขึ้นเป็นข้อคำถามชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้ 5 = พึงพอใจมากที่สุด, 4 = พึงพอใจมาก, 3 = พึงพอใจปานกลาง, 2 = พึงพอใจน้อย, 1 = พึงพอใจน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้ศึกษาเลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 มาใช้เป็นข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ซึ่งได้ตรวจสอบแบบสอบถามแล้วเห็นว่าแบบสอบถามทุกข้อที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นมีความเที่ยงตรงของเนื้อหา ครอบคลุมในแต่ละด้าน และครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการศึกษา ซึ่งแบบสอบถามมีค่าความเที่ยงตรง IOC เท่ากับ .823 และการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง (Try Out) จำนวน 40 คน ด้วยวิธีของ Cronbach, L. J. แบบสอบถามทั้งฉบับมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .851 (Cronbach, L. J., 1984)

3. วิธีดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มเป้าหมาย คือ ผู้ที่เคยท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามในรูปแบบกระดาษตามสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ แก่กลุ่มเป้าหมาย เมื่อได้รับแบบสอบถามกลับคืน ผู้วิจัยได้นำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้องของข้อมูล ก่อนนำข้อมูลที่ได้ไปประมวลผลและวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล ประมวลผลข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์ โดยใช้สถิติที่ประกอบด้วย

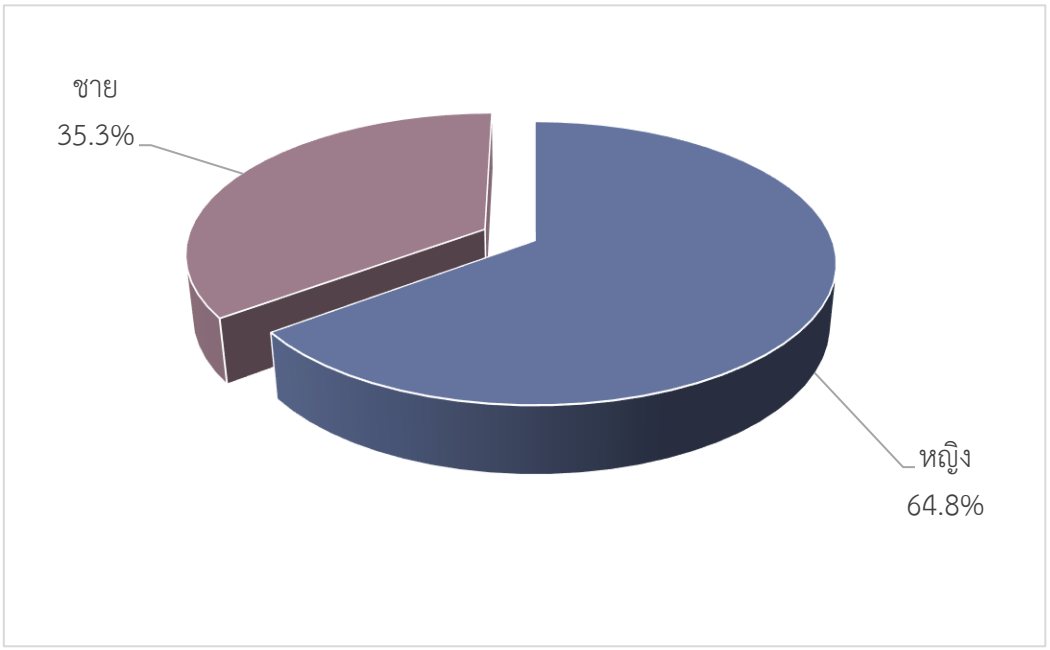
4.1 สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) สถิติที่ใช้ คือ ค่าร้อยละ (Percentage) และค่าเฉลี่ย (Mean) ได้แก่ ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว และระดับความพึงพอใจ

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) ใช้สำหรับทดสอบสมมติฐาน สถิติที่ใช้ คือ t-test การวิเคราะห์แบบ ANOVA ใช้ F-test (One-way ANOVA) และ Multiple Regression Analysis

ผลการวิจัย

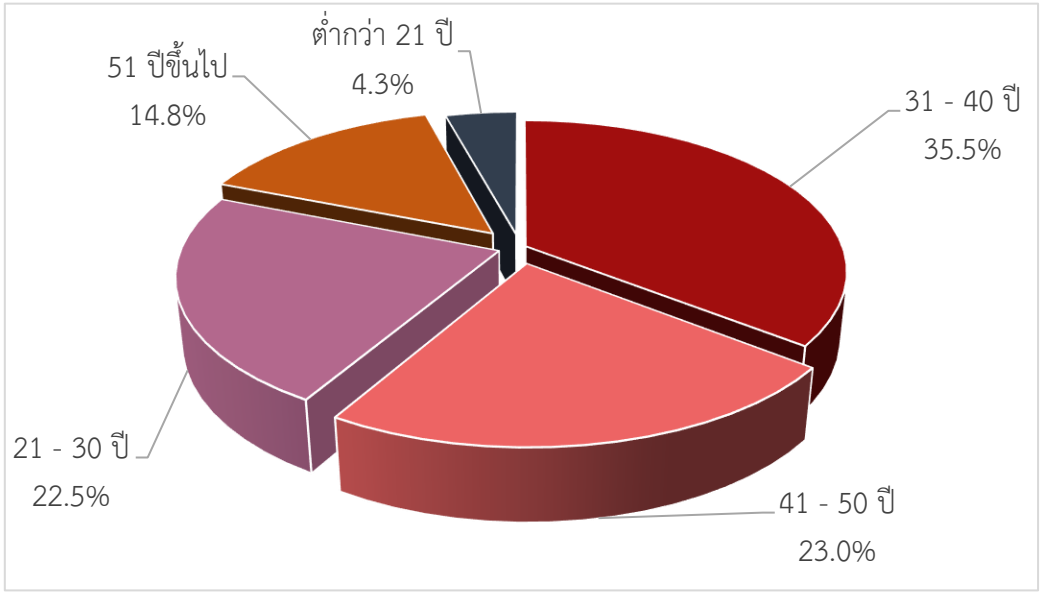
1.ข้อมูลส่วนบุคคล

1.1 เพศ



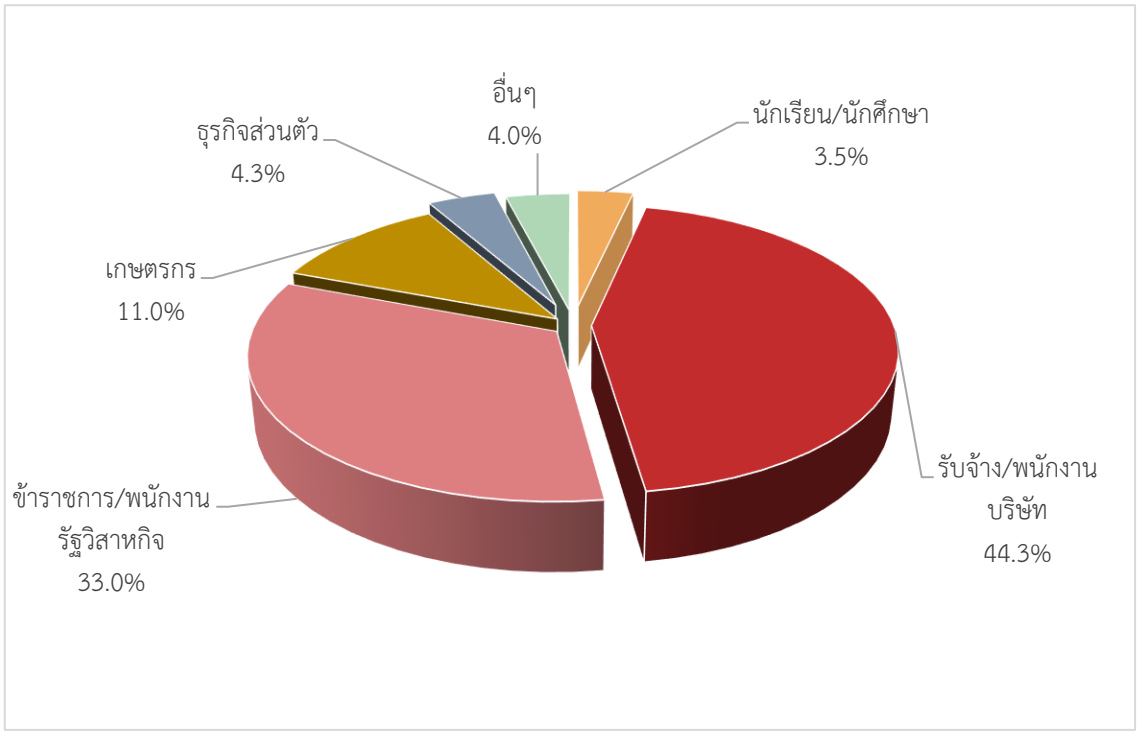
ภาพที่ 1 เพศ

1.2 อายุ



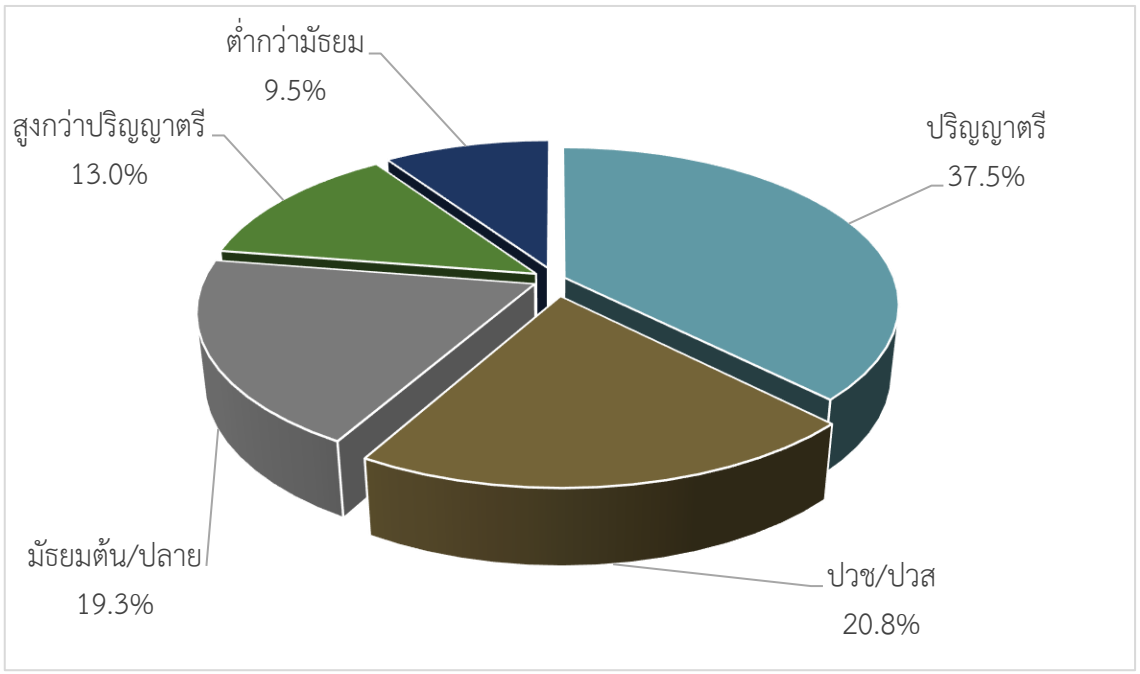
ภาพที่ 2 อายุ

1.3 อาชีพ



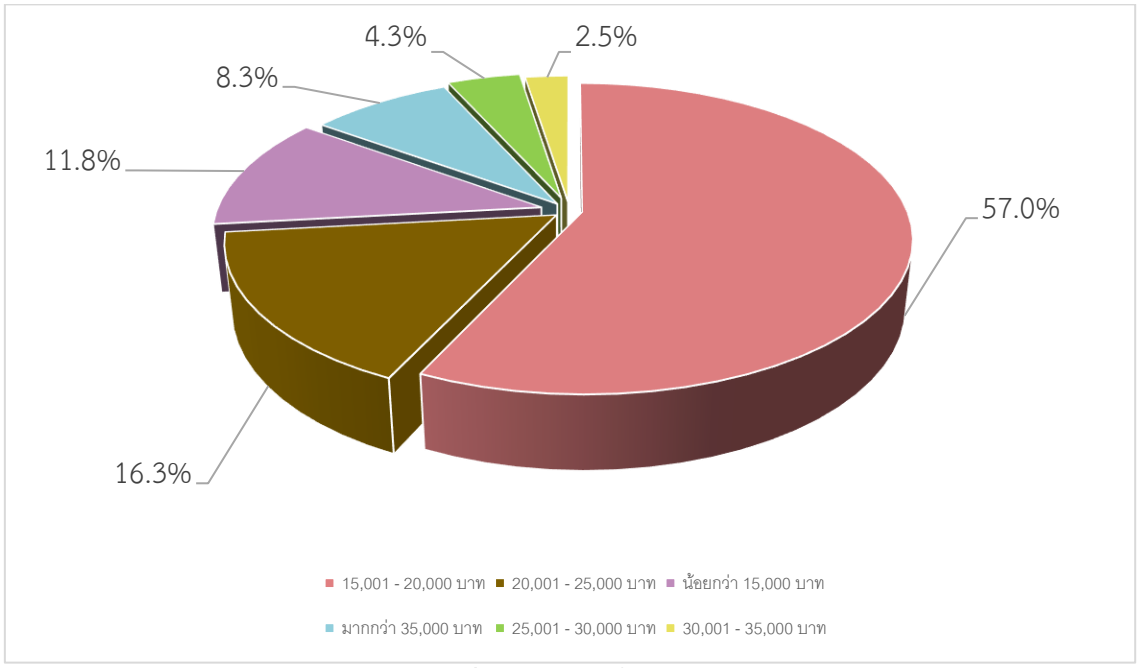
ภาพที่ 3 อาชีพ

1.4 ระดับการศึกษา



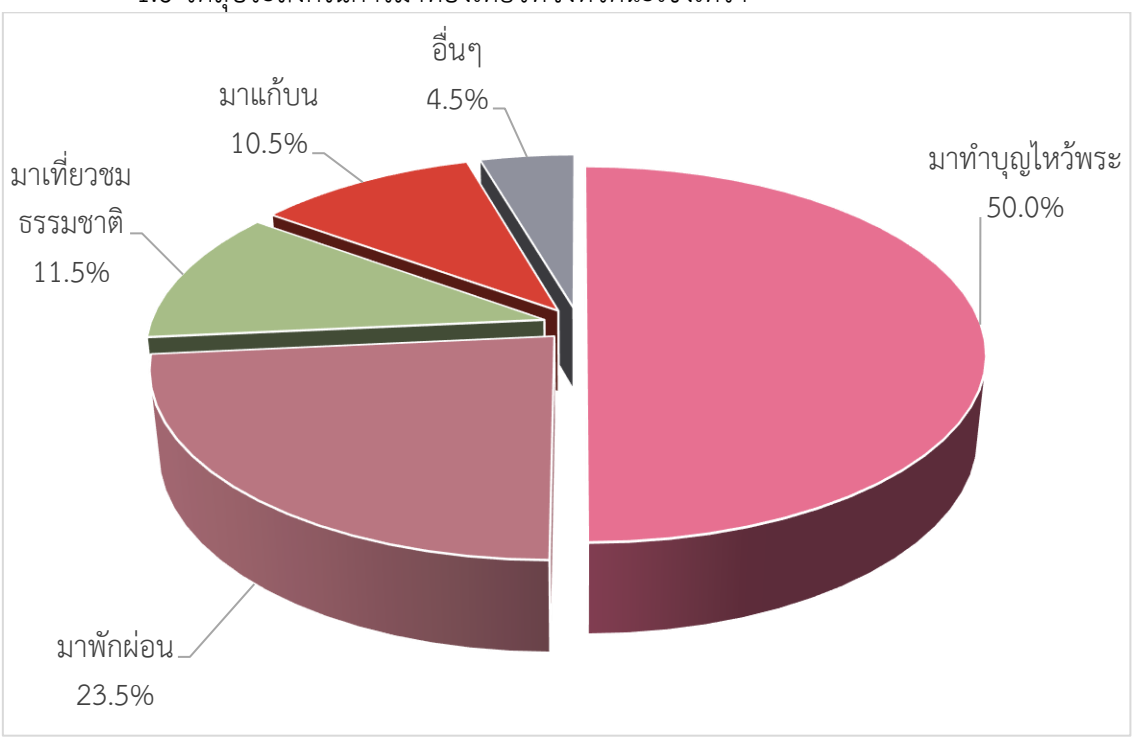
ภาพที่ 4 ระดับการศึกษา

1.5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน



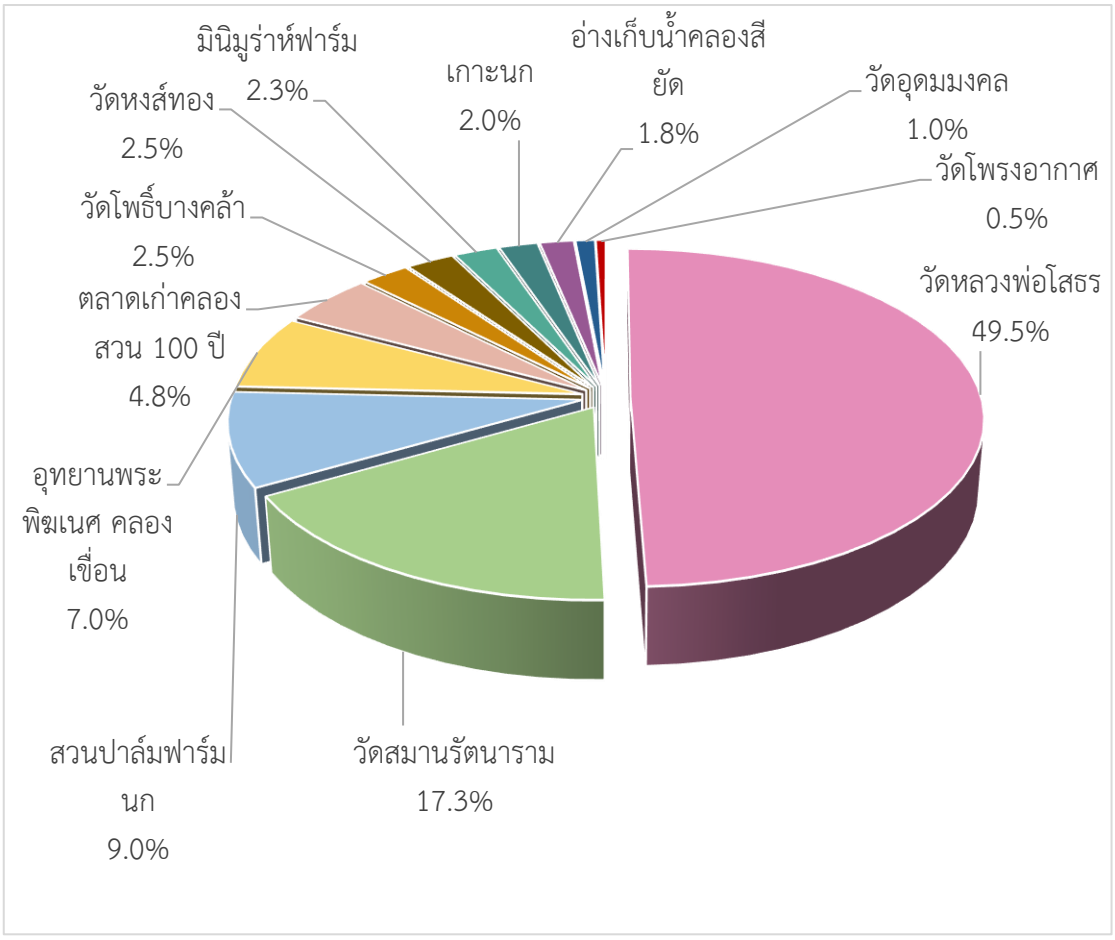
ภาพที่ 5 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน

1.6 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทรา



ภาพที่ 6 วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทรา

1.7 แหล่งท่องเที่ยวที่มา



ภาพที่ 7 แหล่งท่องเที่ยวที่มา

จากแผนภูมิ พบว่า สัดส่วนของผู้ตอบแบบสอบถามจำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคลส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี มีอาชีพรับจ้าง/พนักงานบริษัท จบการศึกษาในระดับปริญญาตรี มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาท มาท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อมาทำบุญไหว้พระ และมาวัดหลวงพ่อโสธร

2. ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

ตารางที่ 1 แสดงระดับความสำคัญปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	4.24	.550	มาก
ด้านกิจกรรม	4.19	.642	มาก
ด้านการเข้าถึง	4.09	.664	มาก
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	4.15	.568	มาก
ด้านการบริการหรือที่พัก	4.36	.597	มาก
รวม	4.21	.486	**มาก**

จากตารางที่ 1 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก โดยมีค่าเฉลี่ย ($\bar{x}$ = 4.21) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน

อยู่ในระดับความสำคัญมากทุกด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านการบริการหรือที่พัก ($\bar{x}$ = 4.36) ด้านสิ่งดึงดูดใจ ($\bar{X}$ = 4.24) ด้านกิจกรรม ($\bar{X}$ = 4.19) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ($\bar{X}$ = 4.15) ด้านการเข้าถึง ($\bar{X}$ = 4.09) ตามลำดับ

3. การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

ตารางที่ 2 แสดงการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)	แปลผล
ชอบท่องเที่ยวต่างจังหวัด	4.41	.713	มาก
ตัดสินใจท่องเที่ยวต่างจังหวัดโดยหาข้อมูลในโซเชียล	4.23	.735	มาก
เลือกท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามต้องการ	4.27	.757	มาก
ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราจากสื่อสังคมออนไลน์	4.17	.793	มาก
ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและทำบุญที่จังหวัดฉะเชิงเทรา	4.47	.704	มาก
รีวิวการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อบอกต่อเพื่อน	4.16	.902	มาก
รวม	4.29	.580	**มาก**

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาพบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ($\bar{X}$ = 4.29) และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านอยู่ในระดับเห็นด้วยมากทุกด้านเรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย ดังนี้ ตัดสินใจมาท่องเที่ยวและทำบุญที่จังหวัดฉะเชิงเทรา ($\bar{X}$ = 4.47) ชอบท่องเที่ยวต่างจังหวัด ($\bar{X}$ = 4.41) เลือกท่องเที่ยวจังหวัดฉะเชิงเทราเนื่องจากมีสถานที่ท่องเที่ยวตรงตามต้องการ ($\bar{X}$ = 4.27) ตัดสินใจท่องเที่ยวต่างจังหวัดโดยหาข้อมูลในโซเชียล ($\bar{X}$ = 4.23) ตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราจากสื่อสังคมออนไลน์ ($\bar{X}$ = 4.17) รีวิวการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราเพื่อบอกต่อเพื่อน ($\bar{X}$ = 4.16) ตามลำดับ

4. เปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ตารางที่ 3 แสดงการเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล

ข้อมูลส่วนบุคคล	การตัดสินใจ		Sig	ผลการทดสอบสมมติฐาน
	t	F		
เพศ	-2.352		0.021	แตกต่าง
อายุ		8.470	0.000	แตกต่าง
อาชีพ		3.802	0.002	แตกต่าง
ระดับการศึกษา		1.312	0.265	ไม่แตกต่าง
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน		0.507	0.771	ไม่แตกต่าง
วัตถุประสงค์ในการมาท่องเที่ยวที่จังหวัดฉะเชิงเทรา		2.000	0.094	ไม่แตกต่าง
แหล่งท่องเที่ยวที่มา		3.284	0.000	แตกต่าง

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาพบว่า การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล เพศ อายุ อาชีพ และแหล่งท่องเที่ยวที่มา แตกต่างกันมีการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

5. ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

ตารางที่ 4 แสดงปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว	B	Std. Error	Beta	t	Sig.	ผลการทดสอบ
Constant	.814	.191		4.271	.000	
ด้านสิ่งดึงดูดใจ	.373	.054	.354	6.907	.000*	มี
ด้านกิจกรรม	.061	.048	.067	1.253	.211	ไม่มี
ด้านการเข้าถึง	.181	.044	.207	4.141	.000*	มี
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	.104	.059	.102	1.748	.081	ไม่มี
ด้านการบริการหรือที่พัก	.107	.048	.110	2.225	.027*	มี

จากตารางที่ 4 ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านการบริการหรือที่พัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

ผลจากการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด ผู้ศึกษามีประเด็นที่จะอภิปราย ดังนี้

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการหรือที่พัก ในภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญฐนา อุปริพุทธางกูร และโชคชัย สุเวชวัฒนกูล ศึกษาเรื่องปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวกับบุคคลแปลกหน้า กรณีศึกษากลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปินเกาหลี พบว่า ระดับองค์ประกอบกอบทางการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวกับบุคคลแปลกหน้าของกลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปินเกาหลี ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านความสามารถในการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านสถานที่พัก และด้านกิจกรรมในภาพรวมอยู่ในระดับมากทุกด้าน (กัญฐนา อุปริพุทธางกูร และโชคชัย สุเวชวัฒนกูล, 2566) และสอดคล้องกับงานวิจัยของชิตวร ประดิษฐ์รอด ศึกษาเรื่องปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามนั้นให้ความคิดเห็นเกี่ยวกับเรื่องขององค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยวด้านความดึงดูดใจอยู่ในระดับมาก (ชิตวร ประดิษฐ์รอด, 2557) และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิรินลักษ์ โรจน์วรรณะวิช ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19 พบว่า ผู้ที่ทำแบบสอบถามมีความคิดเห็นองค์ประกอบด้านการท่องเที่ยว (5A’s): ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว (Activities) โดยรวมอยู่ในระดับมาก (นิรินลักษ์ โรจน์วรรณะวิช, 2565)

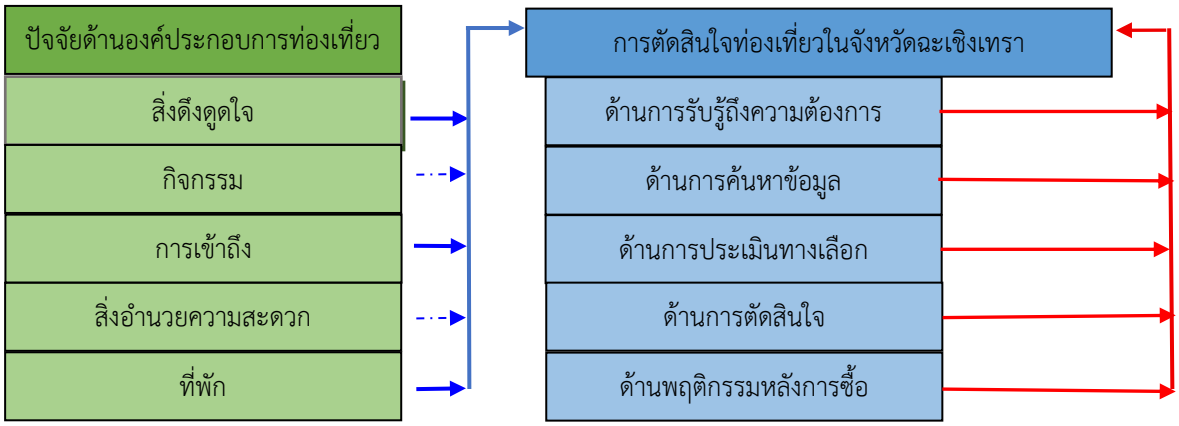
การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด พบว่า ระดับความคิดเห็นกับการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรีที่พบว่าการตัดสินใจมาท่องเที่ยวในภาพรวมและรายข้ออยู่ในระดับมากด้วยเช่นกัน

(ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล และคณะ, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของธนกร สิริสุคันธา ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดลำปาง ภายใต้สถานการณ์โควิด-19 พบว่าระดับการตัดสินใจและระดับปัจจัยด้านภาพลักษณ์แหล่งท่องเที่ยว มีผลรวมค่าเฉลี่ย เท่ากับ 3.86 และ 3.80 ตามลำดับ อยู่ในระดับมาก (ธนกร สิริสุคันธา, 2566) และสอดคล้องกับงานวิจัยของชัยนันท์ธรณ์ ขาวงาม ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกจังหวัดสิบสองปันนา มณฑลยูนนานประเทศจีน เป็นแหล่งท่องเที่ยว พบว่า การตัดสินใจเลือกของนักท่องเที่ยวชาวไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก (X=3.51) (ชัยนันท์ธรณ์ ขาวงาม, 2568)

การเปรียบเทียบการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล พบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน พบว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขนที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 (สุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของเปมิกา ศรีสุกใส และสุเมธ ธุวดาราตระกูล ศึกษาเรื่องการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพต่างกัน มีการตัดสินใจในการใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (เปมิกา ศรีสุกใส และสุเมธ ธุวดาราตระกูล, 2565) และสอดคล้องกับงานวิจัยของพรทิพย์ ศิริเจริญธรรม ศึกษาเรื่องความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวสวนภูทิพย์ธารา อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ส่วนนักท่องเที่ยวที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้และภูมิลำเนาต่างกัน มีความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวสวน ภูทิพย์ธารา อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี แตกต่างกัน (พรทิพย์ ศิริเจริญธรรม, 2559)

ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านการบริการหรือที่พัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด สอดคล้องกับงานวิจัยของวรรณพร วจะสุวรรณ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย พบว่า ปัจจัยด้านศักยภาพการท่องเที่ยว พบว่า สิ่งดึงดูดใจ การเข้าถึง ความปลอดภัย และการบริการ/การรองรับ ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย (วรรณพร วจะสุวรรณ, 2564) และสอดคล้องกับงานวิจัยของชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแคว จังหวัดกาญจนบุรี คือ ด้านการดึงดูดใจ (X1) ด้านที่พัก (X4) การเข้าถึง (X2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก (X3) และด้านกิจกรรม (X5) (ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล และคณะ, 2564) สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน พบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบ ด้านการท่องเที่ยว 5As ได้แก่ ด้านสถานที่ดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการตระหนักรับรู้ และ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเชิงสร้างสรรค์ บ้านบางเขน (สุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ, 2564)

องค์ความรู้ใหม่



ภาพที่ 8 องค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัย

สิ่งที่ค้นพบจากงานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด สามารถอธิบายได้ว่าปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยว 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านการเข้าถึง 3) ด้านที่พัก มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทรา แนวทางในการวางแผนเพื่อเพิ่มยอดจำนวนผู้มาท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราต่อไป

สรุปและข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาข้อมูลระดับความสำคัญด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก 5 รายการประกอบด้วย ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านกิจกรรม ด้านการเข้าถึง ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการบริการหรือที่พัก โดยมีรายละเอียดดังนี้ ด้านสิ่งดึงดูดใจ ผลจากการศึกษาอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านกิจกรรม ผลจากการศึกษาอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านการเข้าถึง ผลจากการศึกษาอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ผลจากการศึกษารวมอยู่ในระดับความสำคัญมาก ด้านการบริการหรือที่พัก ผลจากการศึกษาอยู่ในระดับความสำคัญมาก ระดับความคิดเห็นของการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิดด้านภาพรวม โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก การตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จำแนกตามข้อมูลส่วนบุคคล จากการศึกษาพบว่า ข้อมูลส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ แหล่งท่องเที่ยวที่มา มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด ที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด ด้านสิ่งดึงดูดใจ ด้านการเข้าถึง และด้านการบริการหรือที่พักตามลำดับ อย่างมีระดับนัยสำคัญ 0.05 จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านองค์ประกอบการท่องเที่ยวไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในจังหวัดฉะเชิงเทราหลังสถานการณ์โควิด ด้านกิจกรรม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ข้อเสนอแนะสำหรับวิจัยครั้งต่อไปผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะจากการศึกษาแบ่งเป็น 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ต่อหน่วยงาน ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้สะอาด สวยงาม เหมาะแก่การถ่ายภาพ เช่น ซุ้มไม้ดอก ป้ายชื่อจังหวัด มุมชมวิวแม่น้ำบางปะกง พร้อมปรับปรุงการเข้าถึงทั้งถนน ป้ายบอกทางสองภาษา ระบบขนส่งสาธารณะ การใช้ QR Code และสิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้สูงอายุและผู้พิการ 2) ต่อชุมชน/สังคม ควรมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาพื้นที่และนำเสนอเอกลักษณ์ท้องถิ่นผ่านกิจกรรม เช่น เทศกาลอาหารพื้นบ้าน และการประกวดภาพถ่ายเพื่อส่งเสริมการประชาสัมพันธ์ 3) เชิงนโยบาย ภาครัฐควรสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างเป็น

ระบบ ส่งเสริมกิจกรรมและการตลาดดิจิทัลเพื่อเพิ่มการรับรู้ รวมถึงกำหนดมาตรฐานด้านบริการและที่พัก และ 4) การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาความพึงพอใจเชิงลึก เปรียบเทียบกับจังหวัดอื่นที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน เพื่อวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อย และแนวทางพัฒนา

เอกสารอ้างอิง

กัญฐนา อุปริพุทธางกูร และโชคชัย สุเวชวัฒนกูล. (2566). ปัจจัยองค์ประกอบการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวกับบุคคลแปลกหน้า กรณีศึกษากลุ่มผู้ชื่นชอบศิลปินเกาหลี. วารสารวิชาการการท่องเที่ยวไทยนานาชาติ, 19(2), 93-116.

ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล และคณะ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวสะพานข้ามแม่น้ำแควจังหวัดกาญจนบุรี. วารสารสหวิทยาการวิจัย, 9(2), 42-48.

ชัยนันท์ธรณ์ ขาวงาม. (2568). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเลือกจังหวัดสิบสองปันนามณฑลยูนนานประเทศจีน เป็นแหล่งท่องเที่ยว. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา, 19(1), 14-32.

ชิตวร ประดิษฐ์รอด. (2557). ปัจจัยองค์ประกอบของแหล่งท่องเที่ยว และปัจจัยแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกท่องเที่ยวปริมณฑลของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2568 จาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/1969

ธนกร สิริสุคันธา. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวจังหวัดลำปางภายใต้สถานการณ์โควิด-19. วารสารมจร อุบลปริทรรศน์, 8(1), 603-614.

นิรินลักษ์ โรจน์วรรณะวิช. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางมาท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติในจังหวัดภูเก็ตของนักท่องเที่ยวชาวไทย หลังการแพร่ระบาดโควิด-19. เรียกใช้เมื่อ 5 กรกฎาคม 2568 จาก http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/5377

เปมิกา ศรีสุกใส และสุเมธ ธุวดาราตระกูล. (2565). การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการใช้บริการที่พักประเภทพูลวิลล่าในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวฝั่งทะเลตะวันตกของประเทศไทย. วารสารรัชต์ภาคย์, 17(51), 66-78.

พรทิพย์ ศิริเจริญธรรม. (2559). ความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวที่มีต่อปัจจัยในการตัดสินใจเที่ยวสวนภูทิพย์ธารา อำเภอขลุง จังหวัดจันทบุรี. ใน วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. มหาวิทยาลัยบูรพา.

พศวีร์ โกตาเมย์. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกสถานที่ท่องเที่ยวในกรุงเทพมหานครของคนไทย. ใน สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการศึกษาอิสระ. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วรรณพร วจะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยอง ของนักท่องเที่ยวเจเนอเรชั่นวาย. ใน วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการและการท่องเที่ยว. มหาวิทยาลัยบูรพา.

สุดาพิมพ์ สรสุชาติ และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์บ้านบางเขน. วารสารสุทธิปริทัศน์, 35(2), 164-178.

อภิวัฒน์ โลกนุเคราะห์ และโชติ บดีรัฐ. (2568). การจัดการการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอย่างสร้างสรรค์และยั่งยืน. วารสาร มจร เพชรบุรีปริทรรศน์, 8(2), 353-365.

Cochran, W. G. (1953). Sampling Techniques. New York: John Wiley & Sons. Inc.

Cronbach, L. J. (1984). Essentials of psychological testing. (4th ed.). New York ,NY: Harper & Row: Harper & Row.

Dickman, S. (1996). Tourism: An introductory text. (2nd ed.). Sydney: Hodder Education.

Jalilvand M. R. et al. (2012). Examining the structural relationships of electronic word of mouth, destination image, tourist attitude toward destination and travel intention: An integrated approach. Journal of Destination Marketing & Management, 1(1-2), 134-143.

Wang T. et al. (2019). Factors influencing ecotourism destination choice: An empirical study. Journal of Ecotourism Studies, 14(2), 123-135.

คำแนะนำสำหรับผู้เขียน

รูปแบบของการจัดเตรียมต้นฉบับ

1) ต้นฉบับบทความต้องมีความยาว ไม่น้อยกว่า 8 หน้ากระดาษ A4 หรือจำนวนคำ ไม่เกิน 8,000 คำ (ไม่รวมเอกสารอ้างอิง) พิมพ์บนกระดาษหน้าเดียว ใช้ตัวอักษรแบบ TH SarabunPSK ตั้งค่าหน้ากระดาษโดยเว้นขอบบน ขอบซ้าย 1 นิ้ว และขอบขวา ขอบล่าง 1 นิ้ว กำหนดระยะห่างระหว่างบรรทัดเท่ากับ 1 และเว้นบรรทัดระหว่างแต่ละย่อหน้า การนำเสนอรูปภาพและตาราง ต้องนำเสนอรูปภาพและตารางที่มีความคมชัดพร้อมระบุหมายเลขกำกับรูปภาพไว้ด้านล่าง พิมพ์เป็นตัวหนา เช่น ตารางที่ 1 หรือ Table 1 และ ภาพที่ 1 หรือ Figure 1 รูปภาพที่นำเสนอต้องมีรายละเอียดของข้อมูลครบถ้วนและเข้าใจได้โดยไม่จำเป็นต้องกลับไปอ่านที่เนื้อความอีก ระบุลำดับของรูปภาพทุกรูปให้สอดคล้องกับเนื้อหาที่อยู่ในต้นฉบับ โดยคำอธิบายต้องกระชับและสอดคล้องกับรูปภาพที่นำเสนอ

2) ชื่อเรื่องต้องมีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พิมพ์ไว้ตรงกลางหน้าแรก

3) ชื่อผู้เขียน ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ พร้อมระบุชื่อสังกัดหรือหน่วยงาน

4) มีบทคัดย่อ (Abstract) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ จำนวนคำอยู่ที่ 300 คำ

5) กำหนดคำสำคัญ (Keywords) 3 - 5 คำ ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

6) การเรียงหัวข้อ หัวข้อใหญ่สุด ให้พิมพ์ชิดขอบด้านซ้าย หัวข้อย่อยเว้นห่างจาก หัวข้อใหญ่ 3 - 5 ตัวอักษร และหัวข้อย่อยขนาดเดียวกัน ต้องพิมพ์ให้ตรงกัน เมื่อขึ้นหัวข้อใหญ่ ให้เว้นระยะห่าง 1 บรรทัด

7) การใช้ตัวเลข คำย่อ และวงเล็บ ควรใช้ตัวเลขอารบิกทั้งหมด ใช้คำย่อที่เป็น สากลเท่านั้น (ระบุคำเต็มไว้ในครั้งแรก) การวงเล็บภาษาอังกฤษ ควรใช้ ดังนี้ (Student Centred Learning)

บทความวิจัย ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) บทคัดย่อ (Abstract) เสนอวัตถุประสงค์ของการวิจัย วิธีการวิจัยและผลการวิจัยโดยสรุปสั้นกะทัดรัดได้ใจความ

2) บทนำ (Introduction) ระบุความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาในการวิจัยและระบุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3) วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methodology) ระบุแบบแผนการวิจัยการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่างและการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล

4) ผลการวิจัย (Results) เสนอผลที่พบตามวัตถุประสงค์การวิจัยตามลำดับอย่างชัดเจน ควรเสนอในรูปตารางหรือแผนภูมิ

5) อภิปรายผล (Discussion) เสนอเป็นความเรียง ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของผลการวิจัยกับกรอบแนวคิด และงานวิจัยที่ผ่านมา ไม่ควรอภิปรายเป็นข้อ ๆ แต่ชี้ให้เห็นถึงความเชื่อมโยงของตัวแปรที่ศึกษาทั้งหมด

6) องค์ความรู้ใหม่ (ถ้ามี) (Originality and Body of Knowledge) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย สังเคราะห์ออกมาในรูปแบบโมเดล พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ เข้าใจง่าย

7) สรุปและข้อเสนอแนะ (Conclusion and Recommendation) ระบุข้อสรุปที่สำคัญและข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ และประเด็นสำหรับการวิจัยต่อไป

8) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (Acknowledgement) ระบุเฉพาะกรณีที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย หรือกรณีชื่อบทความมีชื่อเรื่องไม่ตรงกับงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์

9) เอกสารอ้างอิง (References) ต้องเป็นรายการอ้างอิงที่มีปรากฏในบทความเท่านั้น

บทความวิชาการ ให้เรียงลำดับสาระ ดังนี้

1) บทคัดย่อ (Abstract)

2) บทนำ (Introduction)

3) เนื้อเรื่อง (Content) แสดงสาระสำคัญที่ต้องการนำเสนอตามลำดับ

4) สรุป (Conclusion)

5) เอกสารอ้างอิง (Reference)

ระบบการอ้างอิงและเอกสารอ้างอิงทางวิชาการ

เอกสารที่นำมาใช้ในการอ้างอิงบทความ ควรมีที่มาจากแหล่งตีพิมพ์ที่ชัดเจน และมีความน่าเชื่อถือ สามารถสืบค้นได้ เช่น หนังสือ วารสาร หรืองานวิจัย เป็นต้น ผู้เขียนบทความจะต้องตรวจสอบความถูกต้องของรายการอ้างอิง เพื่อป้องกันความล่าช้าในการตีพิมพ์บทความ เนื่องจากบทความที่มีการอ้างอิงไม่ถูกต้อง จะไม่ได้รับการส่งต่อให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา จนกว่าการอ้างอิงเอกสารจะได้รับการแก้ไขให้สมบูรณ์

การอ้างอิงในเนื้อหาบทความ

รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อเรื่องและท้ายเล่มใช้**วิธีการอ้างอิงระบบนาม - ปี ตามรูปแบบของ American Psychological Association (APA)** ให้ใช้ระบบตัวอักษรโดยใช้วงเล็บ เปิด - ปิด แล้วระบุชื่อ - นามสกุล ของผู้เขียนและปีที่ตีพิมพ์ กำกับท้ายเนื้อความที่ได้อ้างอิง ตัวอย่างเช่น *การปฏิวัติทางอุตสาหกรรมครั้งที่ 4 (Industry 4.0) ภาครัฐและภาคอุตสาหกรรมจะต้องเตรียมพร้อมในหลาย ๆ ด้านและสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือ การเตรียมพร้อมด้านทรัพยากรมนุษย์ เพื่อรองรับอุตสาหกรรมใหม่และเศรษฐกิจยุคใหม่ เป็นการพัฒนาคนสู่อุตสาหกรรมอนาคต เชื่อมโยงทรัพยากรบุคคล ความรอบรู้ นวัตกรรมทางความคิด และเทคโนโลยีดิจิทัล เป็นหนึ่งเดียวกับการขับเคลื่อนอุตสาหกรรม (ธนิต โสรัตน์, 2559)* โดยเอกสารอ้างอิงที่ใช้ในการอ้างอิงในบทความ จะต้องปรากฏในเอกสารอ้างอิงท้ายบทความทุกรายการ โดยรูปแบบของเอกสารอ้างอิง มีดังนี้

อ้างอิงจากเอกสารภาษาไทย

1) พระไตรปิฎกและอรรถกถาให้อ้างชื่อคัมภีร์/เล่มที่/ข้อที่/เลขหน้า แล้วตามด้วยชื่อหน่วยงานผู้จัดทำ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) พร้อมปีที่พิมพ์ ตัวอย่างเช่น “ภิกษุทั้งหลายรูปเวทนา สัญญา สังขาร และวิญญาณเป็นอนัตตา ภิกษุทั้งหลาย ถ้ารูปเวทนา สัญญา สังขาร วิญญาณนี้จักเป็นอัตตาแล้วไซร้รูปเวทนา สัญญา สังขาร วิญญาณนี้ไม่พึงเป็นไปเพื่ออาพาธ” (วิ.ม. 4/20/27) (มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, 2539)

2) ผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างชื่อ - นามสกุลผู้แต่ง แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (เกสาวดี เชี่ยวชาญ, 2557)

3) ผู้แต่งสองราย ให้อ้างชื่อ - นามสกุลของผู้แต่งทั้งสองรายโดยใช้คำว่า “และ” ในการเชื่อมผู้เขียนทั้งสองแล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (นิรมัย คุ้มรักษา และอัจจิมา ศิริพิบูลย์ผล, 2560)

4) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างชื่อ - นามสกุลของผู้แต่งรายแรก แล้วเพิ่มคำว่า “และคณะ” แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น (ทศพร คำผลศิริ และคณะ, 2560)

5) กรณีที่เนื้อความเป็นเรื่องเดียวกัน หรือผลการวิจัยเหมือนกัน แต่มีผู้อ้างอิงหลายคนให้ใช้รายการอ้างอิงที่ใกล้เคียงกับปีปัจจุบันมากที่สุด (ค้นพบล่าสุด) หรือหากเป็นแนวคิดทฤษฎีก็ควรอ้างอิงเจ้าของแนวคิดทฤษฎี หรือบุคคลผู้เป็นที่ยอมรับของวงการวิชาการส่วนใหญ่เป็นสำคัญ

อ้างอิงจากเอกสารภาษาอังกฤษ

1) ถ้ามีผู้แต่งหนึ่งราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่ง ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Kiarash, A., 2007)

2) ถ้ามีผู้แต่งสองราย ให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วยเครื่องหมายแอนด์ (&) คั่นกลาง ตามด้วยนามสกุลของผู้แต่งรายที่สองและตามด้วยอักษรย่อของชื่อภาษาอังกฤษ แล้วตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Werker, J. F. & Desjardins, R. N., 2004)

3) ถ้ามีผู้แต่งมากกว่า 2 รายให้อ้างนามสกุลของผู้แต่งรายแรก ตามด้วยอักษรตัวย่อของชื่อภาษาอังกฤษ ตามด้วย et al. ตามด้วยเครื่องหมายจุลภาค (,) และปีที่พิมพ์ เช่น (Bloom, B. S. et al., 2005)

เอกสารอ้างอิงท้ายเล่ม

(1) พระไตรปิฎก อรรถกถา

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อพระไตรปิฎกอรรถกถา.//สถานที่พิมพ์://สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2539). พระไตรปิฎกฉบับภาษาไทย ฉบับมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(2) หนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อหนังสือ.//(ครั้งที่พิมพ์).//สถานที่พิมพ์://สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

หนังสือ

พระมหาสุทิตย์ อาภากโร. (2548). เครือข่าย: ธรรมชาติ ความรู้ และการจัดการ. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: พิสิษฐ์ ไทย ออฟเซต.

หนังสือ ที่มี DOI

Ewert, A. W. at el. (2014). Outcomes and benefits. England: CAB International. https://doi.org/10.1079/9781845939199.0140.

(3) บทความในหนังสือ

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อบทความ.//ใน/ชื่อบรรณาธิการ (บรรณาธิการ).//ชื่อเรื่อง/(เลขหน้าที่อ้าง).//สถานที่พิมพ์://สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

บทความในหนังสือ

ชลิตา บัณฑุวงศ์. (2556). ข้าวและชาวนาไทยในกระแสการเปลี่ยนแปลง ใน พจนก กาญจนจันทร (บรรณาธิการ), คน ข้าว นา ควาย ในวัฒนธรรมเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (หน้า 39-68). กรุงเทพมหานคร: อัมรินทร์.

บทความในหนังสือ ที่มี DOI

Sparks, D. L. (2003). Inorganic Soil Components. In Sparks, D. L. (Ed.), Environmental Soil Chemistry. (2nd ed.). (pp. 47-73). England: Academic Press. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-656446-4.X5000-2.

(4) บทความจากวารสาร

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อบทความ.//ชื่อวารสาร.//ปีที่/(ฉบับที่),//เลขหน้าแรกที่ตีพิมพ์-เลขหน้าสุดท้ายที่ตีพิมพ์.

ตัวอย่าง :

บทความจากวารสาร

พระสถาพร ปุณฺณนนฺโท (รำจวนจร) และคณะ. (2562). การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการทำงานจิตอาสา ของชุมชนวัดสระเกษ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 3(2), 16-31.

บทความจากวารสาร ที่มี DOI

Baker, D. (2006). The Political Economy of Fascism: Myth or Reality, or Myth and Reality?. New Political Economy, 11(2), 227-250. https://doi.org/10.1080/13563460600655581.

(5) บทความในสารานุกรม

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อบทความ.//ใน/ชื่อสารานุกรม,//(เล่มที่อ้าง, เลขหน้าที่อ้าง).//สถานที่พิมพ์://สำนักพิมพ์หรือโรงพิมพ์.

ตัวอย่าง :

สนิทอาจพันธ์. (2537). หม้อคอควาย. ใน สารานุกรมของใช้พื้นบ้านไทยในอดีตเขต หัวเมืองฝ่ายเหนือ, (หน้า 274-275). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้น.

(6) หนังสือพิมพ์

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(วันที่ เดือน ปีที่พิมพ์).//ชื่อบทความ.//ชื่อหนังสือพิมพ์,//เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

สุชาติ เผือกสกนธ์. (9 มิถุนายน 2549). ปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง. ผู้จัดการรายวัน, น.13.

(7) สารนิพนธ์, วิทยานิพนธ์, ดุษฎีนิพนธ์, รายงานการวิจัย

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อวิทยานิพนธ์.//ใน/ระดับวิทยานิพนธ์/สาขา.//ชื่อมหาวิทยาลัยที่พิมพ์.

ตัวอย่าง :

พรไทย ศิริสาธิตกิจ. (2558). การพัฒนารูปแบบการปรับตัวของชาวนาอย่างยั่งยืนในพื้นที่ลุ่มน้ำทะเลสาบสงขลา. ใน ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา. มหาวิทยาลัยศิลปากร.

นายมนัส ภาคภูมิ. (2540). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเจ้าอาวาสในการพัฒนาวัดให้เป็นศูนย์กลางชุมชน. ในรายงานการวิจัย. มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

(8) สัมภาษณ์

รูปแบบ:

ชื่อผู้ที่ได้รับการสัมภาษณ์.//(วัน เดือน ปี ที่สัมภาษณ์).//ชื่อเรื่องที่สัมภาษณ์.//(ชื่อผู้สัมภาษณ์)

ตัวอย่าง :

ไชยศิริ ลีศิริกุล. (5 พ.ย. 2562). วิถีการพัฒนาห่วงโซ่อุปทานข้าว. (พระมหาปรัชญ์ อัตถาพร, สัมภาษณ์)

(9) สื่อออนไลน์ (ไม่อนุญาตให้ใช้แหล่งข้อมูลที่มาจาก Facebook)

รูปแบบ :

ผู้แต่ง.//(ปีที่เผยแพร่).//ชื่อเรื่อง.//เรียกใช้เมื่อ/จาก แหล่งที่มาของข้อมูล (URL)

ตัวอย่าง :

ฤทัยชนก จริงจิตร. (2555). กลยุทธ์ข้าวไทยบนฐาน AEC เพื่อก้าวสู่การเป็น Trading Nation เรียกใช้เมื่อ 1 สิงหาคม 2563 จาก http://www.tpso.moc.go.th/sites/default/files/862-img.pdf

สำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ. (2561). เลื่อนข้าราชการให้ดำรงตำแหน่งประเภททั่วไป ระดับชำนาญงาน คำสั่งสำนักงานพระพุทธศาสนาแห่งชาติ ที่ 593/2562. เรียกใช้เมื่อ 15 มกราคม 2562 จาก http://www.onab.go.th/category/news/คำสั่ง-ประกาศ/

(10) ราชกิจจานุเบกษา

รูปแบบ:

ชื่อกฎหมาย.//(ปีที่พิมพ์).//ชื่อเรื่อง (ถ้ามี).//ราชกิจจานุเบกษา/เล่มที่/ตอนที่/หน้า/(วันเดือนปี).

ตัวอย่าง:

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49 (1 พฤษภาคม 2562).

ประกาศกระทรวงทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2562). เรื่อง กำหนดประเภทและขนาดของโครงการหรือกิจการซึ่งต้องจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระทบสิ่งแวดล้อม และหลักเกณฑ์ วิธีการ ระเบียบปฏิบัติและแนวทางการจัดทำรายงานการวิเคราะห์ผลกระบทสิ่งแวดล้อม. ราชกิจจนุเบกษา เล่ม 129 ตอนพิเศษ 97 ง หน้า 1 (20 มิถุนายน 2555).

ตัวอย่างเอกสารอ้างอิง

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงสาธารณสุข. (2558). คู่มือเฝ้าระวังและส่งเสริมพัฒนาการเด็กปฐมวัย Developmental Surveillance and Promotion Manual (DSPM) Promotion Manual (DSPM). เชียงใหม่: สยามพิมพ์นานา.

ประภัสสร ปรี่เอี่ยม และธรรมนูญ รวีผ่อง. (2554). ผลการส่งเสริมพัฒนาการ กล้ามเนื้อมัดเล็กสำหรับเด็กพัฒนาการช้าโดยพ่อแม่ของเด็กที่มีความต้องการพิเศษใน จังหวัดมหาสารคาม. ใน รายงานการวิจัย. สถาบันราชภัฏมหาสารคาม.

พระสุดรักษ์ วิสุทโธ และเดชชาติ ตรีทรัพย์. (2561). บทบาทของผู้สูงอายุในการพัฒนาชุมชนในตำบลทรายขาว อำเภอหัวไทร จังหวัดนครศรีธรรมราช. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 2(2), 8-13

พระสถาพร ปุณฺณนนฺโท (รำจวนจร) และคณะ. (2562). การวิเคราะห์การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการทำงานจิตอาสา ของชุมชนวัดสระเกษ อำเภอเมือง จังหวัดสงขลา. วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม, 3(2), 16-31.

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 4). (2562). ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 136 ตอนที่ 57 ก หน้า 49 (1 พฤษภาคม 2562).

มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย. (2535). พระไตรปิฎกฉบับภาษาบาลี ฉบับมหาจุฬาเตปิฎกำ 2500. กรุงเทพมหานคร: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

สำนักงานสาธารณสุขอ่างทอง. (2560). รายงานทารกน้ำหนักน้อยกว่า 2,500 กรัม ได้รับการคัดกรองพัฒนาการ DSPM ปีงบประมาณ 2560 (อินเตอร์เน็ต). เรียกใช้เมื่อ 15 มิถุนายน 2562 จาก http://atg.hdc.moph.go.th

สำนักงานวัฒนธรรมจังหวัดพัทลุง. (2563). ศิลปะการแห่งโนราห์. เรียกใช้เมื่อ 9 กุมภาพันธ์ 2563 จาก https://www.m-culture.go.th/phatthalung/ewt_news.php?nid=508&filename=index.

Anderson, R. M. & Funnell, M. M. (2005). Patient empowerment: reflections on the challenge of fostering the adoption of a new paradigm, 57(2), 153-157. https://doi.org/10.1016/j.pec.2004.05.008.

Collinge, W. (1997). The American Holistic Health Association Complete Guide to Alternative Medicine. New York: Warner Books.

Dunst, C. J. & Triette, C. M. (1996). Empowerment, effective helpgiving practices and family-Centered care. Pediatr Nurs, 22(2), 334-337.

Winzer, L. & Gray, R. S. (2019). The Role of Buddhist Practices in Happiness and Health in Thailand: A Structural Equation Model. Journal of Happiness Studies, 20, 411-425. https://doi.org/10.1007/s10902-017-9953-z.

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิจัย

บทความวิจัย (12 pt)

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)
ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[1], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[1], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[2], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[3], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[3] (ภาษาไทย) (14 pt)
Author's name-surname[1], Author's name-surname[1], Author's name-surname[2], Author's name-surname[3], Author's name-surname[3], (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[1]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[1]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[2]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[2]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[3]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[3]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[*]Corresponding author E-mail: (12 pt)
[*]Tel: XX-XXXX-XXXX (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (300 คำ)

(16 pt) วัตถุประสงค์ของการวิจัย ระบุประเภทของวิจัย ประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผลการวิจัยที่พบ (เลือกนำเสนอเฉพาะผลการวิจัยที่มีความน่าสนใจมากที่สุด)

คำสำคัญ: 3 - 5 คำ

Abstract (18 pt)

(16 pt) ให้ตรงตามบทคัดย่อภาษาไทย

Keywords: 3-5 words

บทนำ (18 pt) (ไม่เกิน 4 ย่อหน้า)

(16 pt) 1. กล่าวถึงความเป็นมาแล้วความสำคัญของปัญหา โดยกว้าง ๆ (อ้างนโยบาย กฎหมาย หรือแนวคิดทฤษฎีมารองรับ)

2. กล่าวถึงสภาพปัญหาปัจจุบันที่เกิดขึ้น (อ้างงานวิจัยหรือทฤษฎีมารองรับ)

3. กล่าวถึงสภาพปัญหาของประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษา

4. สรุปความเป็นมาทั้งหมดชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการวิจัยและประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (16 pt)

1. (16 pt)
2. (16 pt)
3. (16 pt)

วิธีดำเนินการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ระบุรูปแบบของการวิจัย, ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง, วิธีการได้มาซึ่งกลุ่มตัวอย่าง, การสร้างเครื่องมือและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ, การเก็บรวบรวมข้อมูลการวิเคราะห์ข้อมูล

ผลการวิจัย (18 pt)

(16 pt) ผลการวิจัยต้องตอบวัตถุประสงค์ทุกข้อ



ภาพที่ 1 (ถ้ามี) .....ชื่อภาพ..... (16 pt)

ตารางที่ 1 (ถ้ามี) .....ชื่อตาราง..... (16 pt)

อภิปรายผล (18 pt)

(16 pt) อภิปรายผลการวิจัยที่พบตามวัตถุประสงค์ ผลการวิจัยสอดคล้องหรือไม่สอดคล้องกันผลการวิจัยของใคร สามารถนำมาอภิปรายได้ทั้งหมด

องค์ความรู้ใหม่ (18 pt) (ถ้ามี)

(16 pt) ระบุองค์ความรู้อันเป็นผลสัมฤทธิ์ที่ได้จากการวิจัย สังเคราะห์ออกมาในรูปแบบโมเดล พร้อมคำอธิบายรูปแบบ/โครงสร้างของโมเดลอย่างกระชับ เข้าใจง่าย

สรุปและข้อเสนอแนะ (18 pt)

(16 pt) สรุปผลการวิจัยทั้งหมด สั้น ๆ กะทัดรัดได้ใจความ พร้อมข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยและการนำผลการวิจัยไปใช้ ร่วมถึงเสนอแนะแนวทางในการวิจัยครั้งต่อไป

กิตติกรรมประกาศ (18 pt) (ถ้ามี) (ระบุเฉพาะกรณีที่ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย หรือกรณีชื่อบทความมีชื่อเรื่องไม่ตรงกับงานวิจัยหรือวิทยานิพนธ์)

(16 pt)

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16 pt)

ตัวอย่างการเตรียมต้นฉบับบทความวิชาการ

บทความวิชาการ (12 pt)

ชื่อบทความ (ไทย) (20 pt)
ชื่อบทความ (อังกฤษ) (18 pt)

ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[1], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[1], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[2], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[3], ชื่อ-นามสกุลผู้เขียน[3] (ภาษาไทย) (14 pt)
Author's name-surname[1], Author's name-surname[1], Author's name-surname[2], Author's name-surname[3], Author's name-surname[3], (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[1]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[1]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[2]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[2]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[3]หน่วยงานต้นสังกัด จังหวัด ประเทศ (ภาษาไทย) (14 pt)
[3]Affiliation, Province and Country (ภาษาอังกฤษ) (12 pt)
[*]Corresponding author E-mail: (12 pt)
[*]Tel: XX-XXXX-XXXX (12 pt)

บทคัดย่อ (18 pt) (300 คำ)

(16 pt) ----------

คำสำคัญ: 3 - 5 คำ

Abstract (18 pt)

(16 pt) ----------

Keywords: 3-5 words

บทนำ (18 pt)

(16 pt)

เนื้อหา (18 pt)

(16 pt)

สรุป (18 pt)

(16 pt)

เอกสารอ้างอิง (18 pt)

(16 pt)