



ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568
VOL.4 NO.1 JANUARY - JUNE 2025
ISSN 2821-9821 (Print)
ISSN 2821-9562 (Online)



Journal of Management Science and Communication

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่



วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร
Journal of Management Science and Communication
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 มกราคม - มิถุนายน 2568

พิมพ์ครั้งที่ 7 มิถุนายน พุทธศักราช 2568 จำนวน 120 เล่ม
ลิขสิทธิ์ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ ดร.ชาตรี มณีโกศล

อธิการบดี

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์ คณบดีคณะวิทยาการจัดการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินไชย

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์กิริณา ยี่สุนแซม

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

อาจารย์พลศรีณย์ ศันยทิพย์

รองคณบดีคณะวิทยาการจัดการ

คณะผู้จัดทำ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัญมณี รักดีมवलชน

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิษ จันทรสอง

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

นางสาวณฐกริษฐ์ พรหมราช

นักวิชาการศึกษา

นางสาวพิชญา ภูณฐภณ

นักวิชาการศึกษา

ศิลปกรรม ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศุภณิษ จันทรสอง

จัดพิมพ์โดย สำนักพิมพ์ไอรดาท็อบปีเทค

พิมพ์ที่ 1/17 หมู่ 14 ต.สุเทพ อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50200

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร
Journal of Management Science and Communication
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นแหล่งเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานวิชาการให้นักวิจัย ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย รวมทั้งพัฒนาคุณภาพของวารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร ให้เป็นไปตามเกณฑ์ของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai-Journal Citation Index Centre - TCI)

ขอบเขตเนื้อหา

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร (Journal of Management Science and Communication) มีนโยบายรับพิจารณาบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) ทางด้านสังคมศาสตร์และศาสตร์ที่เกี่ยวข้อง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

โดยขอบเขตเนื้อหาทางวิชาการครอบคลุมเนื้อหาทางด้านบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การตลาด การจัดการ บัญชีและการเงิน การจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม นิเทศศาสตร์ รวมถึงสาขาวิชาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวข้อง

พิมพ์เผยแพร่ปีละ 2 ฉบับ

ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน

ฉบับที่ 2 ประจำเดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม

กองบรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.เรียงชัย ต้นสุชาติ

รองศาสตราจารย์ ดร.ปจารีย์ ผลประเสริฐ

รองศาสตราจารย์ ดร.โยธิน แสงวงศ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ธร โตพันธ์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา เมฆสุวรรณ

อาจารย์ ดร.ณิพนธ์ ปิตินิยมโรจน์

อาจารย์ ดร.ฐานิญา อีสสระ

รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนสิมากุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรวิทย์ รักชาติ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรานิษฐ์ กิตติธินันท์

อาจารย์ ดร.สุภารัตน์ แสงแก้ว

อาจารย์ ดร.ทิพย์พุด ฤกษ์สุนทร

อาจารย์ ดร.ศิโรช แท่นรัตนกุล

คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

สถาบันวิจัยประชากรและสังคม

มหาวิทยาลัยมหิดล

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา

เชียงราย

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน่าน

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

คณะกรรมการสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

คณะวิทยาการจัดการ

มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.จักรกฤษณ์ ดวงพิสดรา	คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.ปิยนันท์ โชติวณิช	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญสุปานันท์ พันธเกษม	รองผู้อำนวยการศิลปะและวัฒนธรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.บุญทวรรณ วิงวอน	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
รองศาสตราจารย์ ดร.พิชาภพ พันธุ์แพ	คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
รองศาสตราจารย์ ดร.วาสิตา บุญสาร	คณะพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สถาบันพัฒนาบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์เอนก ชิตเกสร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ
อาจารย์ ดร.สุวรรณา พลอยศรี	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยพายัพ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิราวรรณ สมหวัง	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขจรศักดิ์ วงศ์วีราช	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
อาจารย์ ดร.ณิชาพัฒน์ ปิตินิยมโรจน์	คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
ศาสตราจารย์ ดร.เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์	สถาบันอนาคตศึกษาเพื่อการพัฒนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรพล ยะมะกะ	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พัฒน์ พิธิษฐเกษม	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์บางเขน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐเชษฐ์ พูลเจริญ	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชนิตา พันธุ์มณี	คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรินทร์ธร โตพันธ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธีรศิลป์ กันธา	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนิษฐา ศรีภิรมย์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร
รองศาสตราจารย์ ดร.อศวิน เนตรโพธิ์แก้ว	คณะนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการจัดการ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.คมสัน รัตนะสิมากุล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.เกศกนก ชุ่มประดิษฐ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประภาพรณ ไชยานนท์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
รองศาสตราจารย์ ดร.ติกาหลัง สุขกุล	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.สุปราณี ศิริสวัสดิ์ชัย	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
รองศาสตราจารย์สุรสิทธิ์ วิทยารัฐ	วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์ ดร.กฤษณะ เชื้อชัยนาท	แขนงวิชาภาพยนตร์และสื่อดิจิทัล วิทยาลัยนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.รุตินัน บุญภาพ คอมมอน	คณะนิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญฟ้า ศรีประพันธ์	คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรเวทย์ รักชาติ	คณะสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พรณัฐ ไคนุ่นภา	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ คำนันท์	คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เอกชัย แสงโสภา	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยเพชรบูรณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิไลวรรณ จงวิไลเกษม	คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรเดช ณ กรม	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกกาญจน์ เสาร์หันมะหุด	คณะบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และการสื่อสาร มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โอฬาร เขียวชาญ	สาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
ดร.มารุต บุณรัช	นักวิจัยอาวุโส ผู้อำนวยการฝ่ายกลุ่มวิจัย วิทยาการข้อมูล และการวิเคราะห์ ศูนย์เทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ และคอมพิวเตอร์แห่งชาติ
รองศาสตราจารย์สิริเกียรติ รัชขุสานติ	ภาควิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์สุวรรณา เลหาะวิสุทธิ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนชัย สุทธิพันธุ์	สาขาวิชาการบัญชี บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยยศ สัมฤทธิ์กุล	สาขาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วีระพงษ์ กิตติวงศ์	ภาควิชาการบัญชี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.นฤมล กิมภากรณ์	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปริดา ศรีนฤวรรณ	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิยะดา ชัยเวช	สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
อาจารย์ ดร.พนมพร เฉลิมวรรณ	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กุลยา อุพพงษ์	สาขาวิชาการตลาด คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์
อาจารย์ ดร.ฐานัญญา อีสระ	คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านน่าน
อาจารย์ ดร.พันทิพา ปัญสุวรรณ	คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา เชียงใหม่
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐวิภา สิ้นสุวรรณ	คณะเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พีรวิชญ์ คำเจริญ	สาขาวิชานาเทศศาสตร์ดิจิทัล มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศิริพร เลิศยิ่งยศ	สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
อาจารย์ ดร.จารุวรรณ พนมจีระสวัสดิ์	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ขวัญชีวา ไตรพิริยะ	คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ลินจง โพธิ์	คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ดร.กฤษณ พงษ์วิจิตร	นักวิชาการอิสระ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปาริชาติ เต็งสุวรรณ	คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา

ผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปรีชา สาคร	คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพรรธน์ พิเชฐศิริประภา	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชชนครินทร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณี ยศบุตร	คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยแม่โจ้
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชา หน่อทอง	คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
อาจารย์ ดร.วรรณสิริ จุระชน	สาขาวิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์และ เทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์หทัย อาษากิจ	คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ศิลปณรงค์ ฉวีพัฒน์	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เจิมขวัญ รัชขุสานติ	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชุติมันต์ สะสอง	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พนิดา สัตโยภาส	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วินยาภรณ์ พรหมณโชติ	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.ธัญญ์ฐิตา สติไชยวิทย์	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.ปรีวัตร ศิริเกียรติสกุล	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.ตรุชา รัตนดำรงอักษร	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.บังอร ฉัตรรุ่งเรือง	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.อาชวิน ใจแก้ว	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
อาจารย์ ดร.วรมรรณ นามวงศ์	สาขาวิชาการจัดการ/บริหารธุรกิจ
รองศาสตราจารย์ ดร.วิระศักดิ์ สมยานะ	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
รองศาสตราจารย์พิไล เลิศพงศ์พิรุฬห์	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มัทนา อินไชย	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ สิงฆราช	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
อาจารย์ ดร.พชรพร อากรสกุล	สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์
รองศาสตราจารย์ ดร.ธรรมกิตติ ธรรมโม	สาขาวิชานิติศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลณัฐ พลวัน	สาขาวิชานิติศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อุไร ไชยเสน	สาขาวิชานิติศาสตร์
อาจารย์ ดร.ศิโรช แทนรัตนกุล	สาขาวิชานิติศาสตร์
อาจารย์ ดร.ทิพย์พุก ฤกษ์สุนทร	สาขาวิชานิติศาสตร์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา ใจรักษ์	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ ดร.รัฐ ใจรักษ์	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ ดร.สุดารัตน์ แสงแก้ว	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
อาจารย์ ดร.ศุภชัย มุกดาสนิท	สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรวีร์ ชัยอมรไพศาล	สาขาวิชาบัญชี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กมลทิพย์ คำใจ	สาขาวิชาบัญชี
อาจารย์ ดร.วิภาวี ศรีคะ	สาขาวิชาบัญชี

ผู้ทรงคุณวุฒิภายใน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จินตภา ศรีสำราญ

สาขาวิชาการตลาด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นันทน์หทัย ต้นสุหัช

สาขาวิชาการตลาด

อาจารย์ ดร.ประาสี เอนก

สาขาวิชาการตลาด

บทบรรณาธิการ

“วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่” ปีที่ 4 ฉบับที่ 1 ประจำเดือนมกราคม - มิถุนายน 2568 มีบทความที่เกี่ยวข้องกับศาสตร์หลากหลายแขนง ทั้งศาสตร์ทางด้าน นิเทศศาสตร์ บริหารธุรกิจ และบัญชี โดยเริ่มต้นด้วยบทความวิจัยเรื่อง “แนวทางการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัด เชียงใหม่” ที่ได้พัฒนากิจกรรมเสริมสร้างเพื่อกระตุ้นพลังใจ ด้วยกิจกรรมต้นแบบ ที่สามารถพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี

บทความถัดมาเป็นเรื่อง “การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์ม ดิจิทัลเพื่อขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ: กรณีศึกษาศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพ และเทคโนโลยี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์” เป็นบทความที่นำเสนอ การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ แก่ผู้ประกอบการ SMEs ซึ่งผู้ใช้งานรับรู้ว่าจะระบบมีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ ช่วยลดระยะเวลาการขอคำปรึกษาและสามารถจัดเก็บประวัติการขอคำแนะนำ เพื่อนำมาใช้อ้างอิงในอนาคตได้

บทความต่อมาเป็นเรื่อง “พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการที่มีผลต่อ ความตั้งใจใช้บริการ สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA” ก็เป็นอีกหนึ่งบทความที่ น่าสนใจ ที่สามารถนำข้อมูลที่ได้ไปนำเสนอให้กับผู้บริหารพิจารณาปรับปรุง เพิ่มเติม การให้บริการของสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ให้มีประสิทธิภาพ และทำให้ ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

บทความถัดมาเป็นบทความกล่าวถึง “แนวทางการพัฒนาวิธีคิดแบบ ผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน” สะท้อน ให้เห็นถึงวิธีคิดแบบผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกระดับที่ ต้องการประสบความสำเร็จ สร้างความยืดหยุ่นและปรับตัวท่ามกลางสภาพแวดล้อม ที่เปลี่ยนแปลงไป ช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อองค์กร สร้างการตระหนักรู้ถึงตัวตน เกิดความตื่นตัว เรียนรู้ถึงแนวทางในการพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ในธุรกิจ จึงทำให้เกิด ความก้าวหน้าในองค์กร เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพที่ยั่งยืนของวิสาหกิจ ชุมชน

ปิดท้ายด้วยบทความสุดท้ายของวารสารฯ ฉบับนี้ เป็นบทความที่ให้ความสำคัญกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน กับงานวิจัยเรื่อง “ผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือน ชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสีร้อย ตำบลสะลวง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่” ซึ่งแสดงให้เห็นว่าการใช้บัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือในการวางแผนทางการเงินได้ตลอดจนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

ท้ายที่สุดยังขอเน้นย้ำและเชิญชวนส่งบทความตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ และขอขอบคุณทุกท่านที่ให้ความอนุเคราะห์วารสารฯ การส่งบทความเข้าร่วมตีพิมพ์เผยแพร่ การค้นพบข้อค้นพบการวิจัยใหม่ ๆ ที่นำไปสู่การพัฒนาทางด้านวิชาการในอนาคตอย่างต่อเนื่อง

อัญมณี ภักดีมवलชน
บรรณาธิการ

สารบัญ

	หน้า
แนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่	1
The Development Guidelines of Media Information and Digital Literacy (MIDL) of Undergraduate Students, Chiangmai Province	
> กิรติ ไพบูลย์ จิรภัทร กิตติวรากุล และวรินทร์รภัฏ รักธรรม์	
การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ: กรณีศึกษาศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพและเทคโนโลยีคณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์	45
Development of an Information System on a Digital Platform for Business Consultation: A Case Study of the Center of Excellence, Faculty of Business Administration and Liberal Art	
> เตชิช สันสี และณัฐพงศ์ นิลคำ	
พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA	71
The Customer Behaviors and Customer Needs Affect on The Service Intention of PEA VOLTA EV Charging Station	
> ปิยะวัฒน์ มณีเพชร อีราวัฒน์ ขมระกา และภาศิริ เขตปิยรัตน์	

สารบัญ

หน้า

แนวทางการพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้าง ความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน Development Guidelines on Entrepreneurial Mindset of Community Enterprise for Sustainable Strength > ภิรมภณ มณีธร ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ พัทรินทร์ อุดมจรัสเดช วรรณรณ นามวงศ์ รัชนี เสาร์แก้ว ภูริวัจรัฐ ชีคำ และครองจิต วรรณวงศ์	95
ผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย ตำบลสะลวง อำเภอแมริม จังหวัดเชียงใหม่ Outcomes of Household Accounting in the Ban Phra Phutthabat Si Roi Community, Saluang Subdistrict, Mae Rim District, Chiang Mai Province > พุทธรณ สุวรรณอาสน์ กิรณา ยี่สุนแซม รัชนิกร ปัญญา และพิชญานันท์ อมรพิชญ์ ⁴	123

ขั้นตอนการส่งบทความเข้าร่วมตีพิมพ์ วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร

1. จัดเตรียมไฟล์เอกสาร 3 ฉบับ ได้แก่
 - ไฟล์บทความรูปแบบ Word (สกุล .doc หรือ .docx)
 - ไฟล์บทความรูปแบบ PDF (สกุล .pdf)
 - แบบฟอร์มนำส่งบทความเข้าร่วมตีพิมพ์ วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร
2. ส่งไฟล์เอกสารทั้ง 3 ฉบับ ผ่านระบบ TCI Thaijo เข้ามาที่วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร โดยกรอกรายละเอียดต่าง ๆ ตามขั้นตอนในเอกสารขั้นตอนการส่งบทความเข้าสู่ระบบ TCI
3. เมื่อกองบรรณาธิการวารสารฯ ได้รับไฟล์บทความเข้ามาในระบบแล้ว บรรณาธิการจะเป็นผู้ตรวจสอบในขั้นแรกว่าบทความดังกล่าวสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของวารสารฯ หรือไม่ และจะแจ้งให้ผู้เขียนบทความทราบ (หากไม่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของวารสารฯ จะต้องขอปฏิเสธการเข้าร่วมตีพิมพ์)
4. หากบทความเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของวารสารฯ บรรณาธิการจะเป็นผู้เลือกผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 ท่าน ที่มีความเชี่ยวชาญสำหรับบทความดังกล่าว และประสานให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณา โดยใช้ระยะเวลา 1 เดือน
5. เมื่อได้รับผลการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิแล้ว กองบรรณาธิการวารสารฯ จะแจ้งผลการพิจารณาและข้อเสนอแนะแก่ผู้เขียนบทความ โดยมีระยะเวลาให้ผู้เขียนบทความแก้ไขและส่งบทความกลับคืนมายังกองบรรณาธิการวารสารฯ ภายใน 1 สัปดาห์
6. กองบรรณาธิการวารสารฯ จะดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของบทความและการจัดหน้าบทความ
7. กองบรรณาธิการวารสารฯ อัปโหลดวารสารฉบับสมบูรณ์ในระบบ TCI Thaijo
 - เล่มที่ 1 (ฉบับเดือนมกราคม - มิถุนายน) อัปโหลดวารสารในเดือนมิถุนายน
 - เล่มที่ 2 (ฉบับเดือนกรกฎาคม - ธันวาคม) อัปโหลดวารสารในเดือนธันวาคม

ลิขสิทธิ์

ข้อคิดเห็นที่ปรากฏและแสดงในเนื้อหาบทความต่าง ๆ ในวารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร ถือเป็นความเห็นและความรับผิดชอบโดยตรงของผู้เขียนบทความนั้น ๆ มิใช่เป็นความเห็นและความรับผิดชอบใด ๆ ของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

บทความ เนื้อหา และข้อมูล ฯลฯ ในวารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร ถือเป็นลิขสิทธิ์เฉพาะของคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ หากบุคคลหรือหน่วยงานใดต้องการนำทั้งหมด หรือส่วนหนึ่งส่วนใดไปเผยแพร่ต่อหรือเพื่อกระทำการใด ๆ จะต้องได้รับอนุญาตเป็นลายลักษณ์อักษรจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ ก่อนเท่านั้น

ติดต่อสอบถามข้อมูลเพิ่มเติมได้ที่

กองบรรณาธิการ วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร (Journal of Management Science and Communication) คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ อาคาร 19 เลขที่ 202 ถ.ช้างเผือก ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300 โทร. 096-6973069 โทรสาร.053-885803

อีเมล jmsc_journal@cmru.ac.th

SCAN ME



แนวทางการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษา
ระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

The Development Guidelines of Media Information and
Digital Literacy (MIDL)
of Undergraduate Students, Chiangmai Province

กิริติ ไพบูลย์¹ จิรภัทร กิตติวรากุล^{2*} และวีรินทร์ภักฐ์ รักธรรม³

Gheerathi Phaiboon¹ Jirapat Kittiwarakul^{2*}

Weerinrathat Rucktham³

สาขาวิชาวิทยาศาสตร์ วิทยาลัยนานาชาติ มหาวิทยาลัยพายัพ จังหวัดเชียงใหม่ รหัสไปรษณีย์ 50000^{1, 2*, 3}

Department of Geography, International University, Paiyap University, Chiang Mai, 50000 Thailand^{1, 2*, 3}

*Corresponding Author E-mail: jirapat_k@payap.ac.th

(Received: January 20, 2025; Revised: April 03, 2025; Accepted: May 26, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่ และ (2) ศึกษาแนวทางการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่ ใช้แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของ Renee Hobbs และตัวชี้ของสถาบันสื่อเด็กและเยาวชนเป็นเกณฑ์การพิจารณา กลุ่มตัวอย่างแบ่งเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มนักศึกษาจำนวน 400 คน และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญจำนวน 7 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ (1) แบบวัดการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล และ (2) การสนทนากลุ่ม

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล โดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 มีรายละเอียดรายด้าน ดังนี้ ด้านที่ 1 การเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัยในระดับมาก

ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 ด้านที่ 2 การวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.97 ด้านที่ 3 การสร้างสรรค์ เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 และด้านที่ 4 การประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลงในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04

งานวิจัยนี้ได้พัฒนากิจกรรมที่เน้นการเสริมสร้างทักษะด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพราะเป็นด้านที่ กลุ่มตัวอย่างมีระดับความสามารถน้อยที่สุด ประกอบกับผลการสนทนากลุ่มกับ ผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ควรให้ความสำคัญในด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ ด้วยการเสริมมิติ ด้านการนับถือตนเอง การรู้จักปกป้องสิทธิตนเอง การเสริมสร้างเพื่อกระตุ้นพลังใจ การปรับบทบาทให้กับผู้เรียน ทำให้เกิดเป็นกิจกรรมต้นแบบ 4 กิจกรรม ได้แก่ (1) กิจกรรมข้อมูลคู่ขนาน (2) กิจกรรมบันไดงู (3) กิจกรรมเขาวงกต (4) กิจกรรมหลอก ที่สามารถพัฒนาทักษะ MIDL ได้ทั้ง 4 ด้านตามแนวคิดของ Renee Hobbs และ ตัวบ่งชี้ของสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน

คำสำคัญ: การรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสารสนเทศ การรู้เท่าทันดิจิทัล MIDL

Abstract

Research on the Development Guidelines for Media, Information, and Digital Literacy (MIDL) of Undergraduate Students in Chiang Mai Province has the objectives of this research to (1) study the level of media, information, and digital literacy among undergraduate students in Chiang Mai Province, and (2) explore ways to enhance media, information, and digital literacy among these students. The study utilized Renee Hobbs' concept of media, information, and digital literacy, along with the Child and Youth Media Institute's indicators as evaluation criteria. The sample consisted of 400 undergraduate students and seven experts. The research instruments included (1) a media, information, and digital literacy assessment and (2) focus group discussions.

The findings indicated that the overall MIDL level of the sample group was high, with an average score of 4.05. The detailed findings for each aspect were as follows: (1) accessing media, information, and digital technology safely had an average score of 4.12 (2) analyzing, critiquing, and evaluating media, information, and digital technology had an average score of 3.97 (3) creating content and information had an average score of 4.05 and (4) applying knowledge and generating change had an average score of 4.04.

The research, therefore, developed activities that focused on enhancing skills in analyzing, criticizing, and evaluating media, information, and digital technology because these were the areas in which the sample group had the lowest level of ability. In addition, the results of the group discussions with experts found that importance should be given to analyzing and criticizing by enhancing dimensions of self-esteem, knowing how to protect one's rights, building to stimulate morale, and adjusting roles for the learners. Consequently, this led to the creation of four prototype activities: 1. Parallel Information Activity, 2. Ladder Snake Activity, 3. Echo Chamber activity and 4. Deception Activity. These activities effectively develop MIDL skills in all four areas as conceptualized by Renee Hobbs and as indicated by the Child and Youth Media Institute.

Keywords: Media Literacy, Information Literacy, Digital Literacy, MIDL

บทนำ

ในโลกยุคดิจิทัลที่ข้อมูลสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาส่งผลให้พฤติกรรมทัศนคติ และวิถีชีวิตของผู้คนในทุกมิติถูกกำหนดโดยสื่อสารสนเทศอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ สังคม หรือวัฒนธรรม โดยเฉพาะการเข้าถึงข้อมูลข่าวสารที่เผยแพร่บนแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างรวดเร็วและไม่มีขอบเขต อย่างไรก็ตาม ข้อมูลเหล่านี้อาจมีทั้งข้อเท็จจริงและข้อบิดเบือน หากขาดทักษะในการประเมินและวิเคราะห์ อาจนำไปสู่การหลงเชื่อข้อมูลที่ผิดพลาด ทำให้เกิดค่านิยมและพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมหากขาดการกลั่นกรองและวิเคราะห์อย่างถูกต้อง (พรทิพย์ เย็นจะบก, ขวพร ธรรมนิยกุล และ ไพรินทร์ บุญสง, 2563) ความสามารถในการแยกแยะข้อมูลที่ต้องการจากข้อมูลที่ผิดจึงกลายเป็นทักษะที่สำคัญในการดำรงชีวิตในยุคดิจิทัล

MIDL ได้รับการพัฒนาเพื่อเป็นแนวทางในการสร้างภูมิคุ้มกันต่อภัยคุกคามทางไซเบอร์ เช่น ข่าวปลอม (Fake News) และการกลั่นแกล้งทางอินเทอร์เน็ต (Cyberbullying) โดยเน้นให้ประชาชนมีความสามารถในการเข้าถึง วิเคราะห์ และสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างมีวิจารณญาณ (อุษา บิ๊กกินส์, 2566) สอดคล้องกับแนวคิดของ UNESCO ที่นำเสนอ MIDL เป็นครั้งแรกในปี 2556 และได้รับการพัฒนาต่อเนื่องในหลายประเทศทั่วโลก (โสภิตา วีรกุลเทวัญ, 2562)

แนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) มีต้นกำเนิดจากประเทศเยอรมนี ในศตวรรษที่ 17 โดยมีเป้าหมายในการส่งเสริมความเข้าใจเกี่ยวกับสื่อมวลชนและการใช้งานสื่ออย่างมีประสิทธิภาพ การประชุมระดับโลกว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อของ UNESCO ที่กรุงกรุนวาลด์ (Grunewald) ประเทศเยอรมนี ได้วางรากฐานของการศึกษาเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อในระบบการศึกษาตั้งแต่ระดับอนุบาลจนถึงมหาวิทยาลัย (ปกรณัม ประจันบาน และอนุชา กอนพวง, 2558) โดยในปี พ.ศ. 2545 องค์การ P21 (The Partnership for 21st Century Learning) ได้ขยายแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อให้ครอบคลุมถึงทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 เพื่อให้เยาวชนสามารถดำรงชีวิตและทำงานในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเน้นทักษะด้านการคิดวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการใช้เทคโนโลยีอย่างปลอดภัย (ปวีณา มะแซ, 2561)

เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่พัฒนาแล้ว เช่น ฟินแลนด์ สวีเดน และ แคนาดา พบว่าประเทศเหล่านี้ได้บรรจุหลักสูตร MIDL เป็นส่วนหนึ่งของระบบการศึกษาอย่างต่อเนื่อง โดยฟินแลนด์ถือเป็นหนึ่งในประเทศที่มีการสอนเรื่องนี้ ตั้งแต่ในระดับชั้นประถมศึกษา นักเรียนจะได้รับการฝึกฝนให้มีทักษะการคิดวิเคราะห์และตรวจสอบข้อเท็จจริงผ่านการใช้งานสื่อหลากหลายประเภท (Finland Toolbox, n.d.) ขณะที่สวีเดนและแคนาดามุ่งเน้นการพัฒนาทักษะ MIDL ให้ครอบคลุมทุกระดับอายุ และเน้นการฝึกฝนทักษะในการสร้างและประเมินเนื้อหาออนไลน์อย่างมีความรับผิดชอบ ในสวีเดนการรู้เท่าทันสื่อถูกบรรจุในหลักสูตรการศึกษาภาคบังคับ โดยมีการปรับปรุงหลักสูตรในปี 2011 เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมปัจจุบัน (Sweden.se, n.d.) สำหรับแคนาดา องค์กร MediaSmarts ซึ่งเป็นศูนย์กลางด้านการรู้เท่าทันสื่อฯ ของแคนาดา และได้พัฒนาโครงสร้างการเรียนรู้ที่เรียกว่า "USE UNDERSTAND & ENGAGE: A Digital Media Literacy Framework for Canadian Schools" เพื่อเป็นแนวทางในการสอนทักษะเหล่านี้ในโรงเรียนทั่วประเทศ (MediaSmarts, n.d.) นอกจากนี้ ยังบรรจุทักษะการคิดวิเคราะห์และการประเมินข้อมูลจากสื่อต่าง ๆ เพื่อเตรียมความพร้อมให้นักเรียนในการเผชิญกับข้อมูลที่หลากหลายในยุคดิจิทัล (Association for Media Literacy [AML], n.d.) ในทุกหลักสูตรการศึกษาของแคนาดา

การศึกษา MIDL ในระดับสากล โดย Lee & Bauer (2015) ได้กล่าวถึงความสามารถในการผลิตสื่อและประเมินเนื้อหาต่าง ๆ ที่มาจากแหล่งข้อมูลหลากหลาย เช่น อินเทอร์เน็ต โซเชียลมีเดีย และห้องสมุด ว่าเป็นความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในศตวรรษที่ 21 โดยเน้นว่าความสามารถนี้ไม่เพียงครอบคลุมการรับรู้เนื้อหา แต่ยังรวมถึงการสร้างสรรค์และใช้งานสารสนเทศอย่างมีประสิทธิภาพในขณะเดียวกัน P21 หรือ The Partnership for 21st Century Learning ได้เน้นถึงความสำคัญของ MIDL ในฐานะทักษะที่จำเป็นสำหรับเยาวชนในการดำเนินชีวิตและทำงานในยุคปัจจุบัน (ปวีณา มะแซ, 2561)

ในประเทศไทยเริ่มขับเคลื่อนประเด็นเดียวกันนี้ ตั้งแต่ปี 2559 จากรายงานวิจัยของพีระ จิระโสภณ และคณะ (2559) ว่าด้วยความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัล กับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิรูปการสื่อสารในสังคมไทย ประกอบกับ

ทิศทางการพัฒนาสื่อ-สารสนเทศ เพื่อความมั่นคงของสังคม โดยพลเดช ปิ่นประทีป (2564) ที่ระบุว่า ประเทศไทยยังคงกระตุ้นและพัฒนาวิธีการพัฒนาทักษะ MIDL ในทุกกลุ่มอย่างต่อเนื่อง โดยผลสำรวจจากสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล (2565) พบว่า ภาพรวมระดับ MIDL ของประเทศไทยยังไม่เป็นที่น่าพอใจ

เข็มพร วิรุณราพันธ์ ผู้จัดการสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.) (2565) กล่าวว่า การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลไม่ใช่เรื่องในสถาบันการศึกษาเท่านั้น แต่เป็นวิถีชีวิตประจำวัน และเป็นทักษะที่เราทุกคนต้องมีติดตัวให้เกิดประโยชน์ในทางสร้างสรรค์เพื่อเอาตัวรอดจากสังคมข่าวสาร ซึ่งกระบวนการเท่าทันสื่อ MIDL ไม่ใช่เรื่องของการตรวจสอบข่าวลวง หรือการเช็กข้อมูลว่าจริง ไม่จริง แต่ยังรวมถึงการใช้ให้เกิดประโยชน์ การใช้เชิงสร้างสรรค์ด้วย อันสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 - 2570) (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2564) ทำให้การแข่งขันด้านเศรษฐกิจเข้มข้นยิ่งขึ้น เทคโนโลยีเติบโตและพัฒนา อย่างรวดเร็ว ทักษะ MIDL จึงถูกเชื่อมโยงเข้าด้วยกัน จากความสำคัญดังกล่าว การพัฒนา MIDL จึงถูกดำเนินการผ่าน สสย. ซึ่งเป็นผู้ริเริ่มโครงการและกำหนดมาตรฐาน MIDL ในประเทศไทย โดยให้นิยามว่าเป็นชุดสมรรถนะที่ครอบคลุม 3 ทักษะหลัก ได้แก่ การรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) การรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information Literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) (สสย., 2560) สมรรถนะดังกล่าวยังเกี่ยวข้องกับทักษะชีวิต เช่น การคิดวิเคราะห์ การจัดการตนเอง และการมีส่วนร่วมทางสังคม (นันทิยา ดวงกุ่มเมศ และนิติดา แสงสิงแก้ว, 2563) และกำหนดให้ MIDL เป็นส่วนสำคัญของทักษะแห่งศตวรรษที่ 21 และการเป็นพลเมืองดิจิทัล ดังนั้น การสร้างภูมิคุ้มกัน MIDL จึงจำเป็นและเร่งด่วน เปรียบเสมือนวัคซีนป้องกันภัยคุกคาม โดยทุกภาคส่วนในสังคมต้องร่วมมือกันพัฒนานคนให้ฉลาดรู้ เท่าทัน ด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันทางดิจิทัลที่ครอบคลุมทักษะต่าง ๆ การเข้าถึง การคิดวิเคราะห์ การตรวจสอบข้อมูล การประเมิน การสร้างสรรค์ และการใช้อินเทอร์เน็ตอย่างปลอดภัย (อุษา ปีกินส์, 2566)

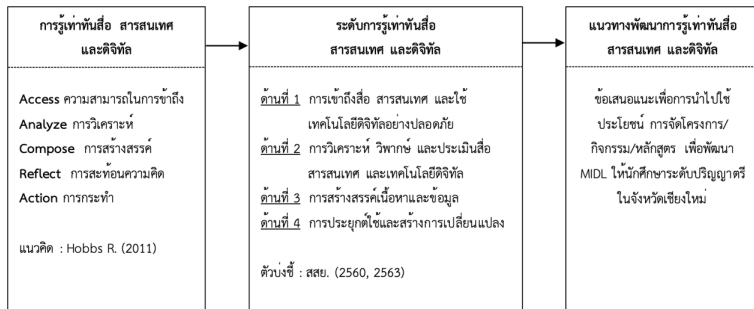
สสย. ได้สร้างตัวบ่งชี้ MIDL ที่เหมาะสมกับแต่ละช่วงวัย ตั้งแต่ระดับปฐมวัยไปจนถึงวัยทำงานและผู้สูงวัย เพื่อให้สามารถนำไปพัฒนาและเสริมสร้างความสามารถ MIDL (สสย., 2560 และ สสย., 2563) การศึกษาวิจัยในประเทศไทยยังสะท้อนให้เห็นว่าเยาวชนในกรุงเทพมหานครมีทักษะการรู้เท่าทันสื่อในระดับที่ยังไม่สามารถวิเคราะห์เชิงลึกได้ สามารถรับรู้และเข้าใจเพียงแค่เนื้อหาที่สื่อนำเสนอ แต่ขาดความสามารถในการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลอย่างลึกซึ้ง (วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด, 2551; กฤชณัท แสันทวี, 2553) เป็นข้อมูลเดียวกับการค้นพบของธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน (2562) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนา MIDL ในกลุ่มนักเรียนระดับปริญญาตรี โดยเฉพาะในจังหวัดเชียงใหม่ และธนพันธ์ ชัยเทพ และกิตติมา ขาววิชัย (2564) พบว่า นักศึกษาระดับอุดมเป็นกลุ่มที่มีความสามารถในการเข้าถึงสื่อแต่ยังขาดทักษะในการประเมินและวิเคราะห์เนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการสำรวจระดับ MIDL และแนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อสารสนเทศ และดิจิทัล ซึ่งผลการวิจัยจะเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนและแนวทางในการจัดกิจกรรม โครงการ หรือหลักสูตรที่จะช่วยพัฒนา MIDL และการเป็นพลเมืองดิจิทัลในยุคปัจจุบันให้กับนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ได้ โดยใช้ตัวบ่งชี้ที่พัฒนาโดย สสย. และเครือข่ายวิชาการเป็นเครื่องมือในการวิจัย

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL)

เป็นแนวคิดที่มีความสำคัญมากในยุคดิจิทัล และถูกนิยามโดยนักวิชาการหลายคนตามบริบทที่แตกต่างกัน Hobbs (2011) นักวิชาการด้านการเรียนการสอนจากสหรัฐอเมริกา ได้ให้นิยามว่า “Digital and Media Literacy” คือ ความสามารถในการเลือกใช้ข้อมูลข่าวสาร โดยสามารถคิด วิเคราะห์ และประเมินคุณภาพของเนื้อหาด้วยตนเอง รวมถึงการใช้สื่อเพื่อสร้างสรรค์ แสดงความคิดเห็น และมีส่วนร่วมในสังคมอย่างมีความรับผิดชอบต่อสังคม ต่อมา Lee & Bauer (2015) ได้อธิบายเพิ่มเติมว่าการรู้เท่าทันสื่อ (MIL) ว่าเป็นความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ประเมินผล ใช้ และสร้างสรรค์สารในสื่อที่หลากหลาย ขณะที่การรู้เท่าทันสารสนเทศ (IL) หมายถึง ชุดของความสามารถที่บุคคลต้องมีเพื่อเข้าถึงและประเมินสารสนเทศจากแหล่งที่มาหลากหลาย รวมถึงการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการแก้ไขปัญหาสารสนเทศในสังคมสารสนเทศปัจจุบัน ซึ่งรวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ด้วย ในปีเดียวกัน Silver (2015, อ้างถึงใน อุษา บีกินส์, 2566) จากคณะกรรมการการยุโรป ได้กล่าวถึง MIDL ว่าเป็นสมรรถนะสำคัญในการสร้างเสริมพลเมืองที่มีความกระตือรือร้น สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร

ได้เพียงพอและป้องกันภัยจากเนื้อหาที่เป็นอันตราย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Westheimer (2015, อ้างถึงใน อุษา บิ๊กกินส์, 2566) ที่แบ่งพลเมืองออกเป็นสามประเภท คือ พลเมืองที่มีความรับผิดชอบ พลเมืองที่มีส่วนร่วม และพลเมืองที่มุ่งเน้นความเป็นธรรมในสังคม

ในยุคดิจิทัล ซึ่งทักษะการรู้เท่าทันสื่อเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพออีกต่อไป MIDL เป็นแนวคิดที่ UNESCO นำเสนอครั้งแรกในปี 2556 โดยเน้นความเชื่อมโยงระหว่างการรู้เท่าทันสื่อ ข้อมูลข่าวสาร และเทคโนโลยีดิจิทัล ต่อมาในปี 2559 MIDL ในประเทศไทยได้ถูกพัฒนาขึ้นอย่างต่อเนื่อง อาทิ พนม คลีฉายา (2559) ได้นิยามการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลว่าเป็นความสามารถในการรับและประเมินข่าวสารจากสื่อดิจิทัลเพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของข้อมูลที่ไม่น่าเชื่อถือ ในขณะเดียวกันสถาบันสื่อเด็กและเยาวชน ได้ร่วมกับเครือข่ายพัฒนาและนิยามความหมายของ MIDL ให้สอดคล้องกับบริบทของสังคมไทย โดยเน้นบทบาทของการเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล (โสภิตา วิรุทธเทวัญ, 2562) และในประเทศไทยนิยาม MIDL ว่าเป็นกระบวนการสร้างสรรค์สังคมเพื่อให้พลเมืองมีทักษะในการตั้งคำถาม วิพากษ์วิจารณ์ และสื่อสารอย่างสร้างสรรค์ (ณัฐกานต์ ศุภรัตน์เมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์, 2563) โดยทักษะ MIDL ประกอบด้วยความสามารถในการคิด วิเคราะห์ ประเมินคุณภาพ และใช้ข้อมูลข่าวสารเพื่อการดำเนินชีวิต การสร้างสรรค์ การแสดงความคิดเห็น และการมีส่วนร่วมในสังคมอย่างมีความรับผิดชอบ พัฒนาทักษะ MIDL นี้ ผ่านการรวมแนวคิดการรู้เท่าทันสื่อ (Media Literacy) และการรู้เท่าทันสารสนเทศ (Information Literacy) และการรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) เพื่อให้เหมาะสมกับสังคมดิจิทัล (นันทิยา ดวงภูมิเมศ และ นิธิดา แสงสิงแก้ว, 2563)

ทักษะและตัวบ่งชี้สมรรถนะของ MIDL ระดับปัจเจกของนักศึกษา

Hobbs (2011) ระบุว่าทักษะ MIDL มี 5 องค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การเข้าถึง (Access) การวิเคราะห์ (Analyze) การสร้างสรรค์ (Create) การสะท้อน (Reflect) และการลงมือทำ (Act) ซึ่งเป็นองค์ประกอบที่มีทิศทางเดียวกับที่ UNESCO (สิริกานต์ เทพสอน, 2564) กำหนดใช้ คือ การเข้าถึงสื่อ การวิเคราะห์สื่อ การตีความเนื้อหาของสื่อ การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ ซึ่ง Lee & Bauer (2015) ได้กล่าวถึงความสามารถอันเป็นสมรรถนะใน

การเข้าถึง เข้าใจ ประเมิน และสร้างสรรค์ในสื่อต่าง ๆ ในขณะที่การรู้เท่าทันสารสนเทศ คือ ความสามารถในการตระหนักถึงความจำเป็นในการใช้และการประเมินข้อมูล จากแหล่งต่าง ๆ นอกจากนี้ยังพบว่า สสย. (2560; 2563) ได้นำสมรรถนะของ MIDL มาจัดแบ่งเป็น 4 ระดับ เพื่อให้เข้ากับบริบทของประเทศไทยและช่วงวัยที่เป็น กลุ่มตัวอย่างในครั้งนี ได้แก่ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการ ประยุกต์ใช้ ซึ่งมีรายละเอียดจำนวน 53 ตัวบ่งชี้ อันเป็นพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ตลอดเส้นทางของการมุ่งเน้นพัฒนา MIDL จึงเกิดแนวทางพัฒนาอย่างรอบด้านและ ในทุกระดับ

แนวทางพัฒนา MIDL

Hobbs & Moore (2013) การเรียนรู้แบบบูรณาการในโรงเรียนระดับ ประถมศึกษา โดยเน้นการคิดวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการประเมินเนื้อหาสื่อ โดย Learning (2019) ได้พัฒนาและการบูรณาการ MIDL ในการเรียนการสอนเพื่อ กระตุ้นการตระหนักรู้ การคิด วิเคราะห์ และการสร้างสรรค์เนื้อหา เช่นเดียวกับที่ ประเทศไทยมุ่งพัฒนา MIDL ด้วยการฝึกคิด เน้นการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อ ของเยาวชนด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันและวิจารณ์ญาณ (อุลิสซา ครุฑะเสน, 2556) การฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเพื่อการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา (กวิสรา ทองดี, 2557) การพัฒนาโปรแกรมการรู้เท่าทันดิจิทัลสำหรับนักศึกษาวิชาชีพระดับปริญญาตรี (พิศุทธิภา เหมธิกุล, 2561) การพัฒนาสมรรถนะ MIDL ในบริบทเทคโนโลยีดิจิทัล (เรวณี ชัยเขาวรัตน์, 2564) และคู่มือการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างพลเมืองรู้เท่าทัน สื่อของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส., 2563)

แนวคิดด้านจิตวิทยา

การศึกษาครั้งนี้เน้นกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี ซึ่งเกี่ยวข้องกับแนวคิด ด้านจิตวิทยาของ Erikson (1950) ที่กล่าวถึงพัฒนาการทางจิตสังคม (Psychosocial Development) โดยเฉพาะในวัยรุ่นช่วงอายุ 18-24 ปี ที่อยู่ในขั้นพัฒนาความ เป็นตัวตน โดยแนวคิดนี้เน้นว่าการใช้สื่อช่วยให้สำรวจ กำหนดบทบาทของตนเอง ในสังคม รู้เท่าทันสื่อ และช่วยพัฒนาทักษะการวิเคราะห์อิทธิพลของสื่อที่มีต่อการ สร้างตัวตนและการตัดสินใจอย่างมีจริยธรรม พร้อมทั้งเสริมสร้างการตระหนักรู้ใน ตนเองและการปรับตัวในสังคมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว เมื่อเชื่อมโยงกับทฤษฎี

วัยเปลี่ยนผ่านไปสู่ผู้ใหญ่ (Emerging Adulthood) ของ Arnett (2000) เน้นการสำรวจตัวตนและการเปลี่ยนแปลงในมุมมองเชิงบวก จะเห็นว่าการพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของบุคคลในวัยนี้ Leaning (2019) ยังได้เสนอแนวทางการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลผ่านการบูรณาการการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ ซึ่งเกี่ยวข้องกับกระบวนการรับรู้ การประมวลผลข้อมูล และพฤติกรรมการใช้สื่อ แนวทางนี้ช่วยพัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การจัดการข้อมูล และการตัดสินใจอย่างมีวิจารณญาณในบริบทโลกดิจิทัล นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับจิตวิทยาสังคมที่พิจารณาอิทธิพลของสื่อและการมีปฏิสัมพันธ์กับข้อมูลในชุมชนออนไลน์ Buckingham (2003) เน้นว่าการรู้เท่าทันสื่อไม่ได้จำกัดอยู่ที่การศึกษาเชิงสื่อสารเท่านั้น แต่ยังเชื่อมโยงกับจิตวิทยาด้านการรับรู้ การเรียนรู้ และการวิเคราะห์พฤติกรรมเพื่อพัฒนาความสามารถในการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่ออย่างสร้างสรรค์ แนวคิดเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อในการสนับสนุนการเติบโตและการพัฒนาการในมิติที่รอบด้านสำหรับกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยนี้

ระเบียบวิธีวิจัย

แนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน และมีรายละเอียดด้านระเบียบวิธีวิจัย ดังนี้

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร 2 กลุ่ม ได้แก่ (1) กลุ่มนักศึกษา คือ นักศึกษาอายุระหว่าง 18–24 ปี ที่กำลังศึกษาระดับปริญญาตรีของมหาวิทยาลัย ในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 70,801 คน (สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2564) (2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ คือ กลุ่มผู้ที่มีความชำนาญ และมีประสบการณ์การทำงานด้านสื่อ วิชาการ จิตวิทยา การวิจัย การจัดการกิจกรรม/โครงการ/หลักสูตร เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล โดยมีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง (1) กลุ่มนักศึกษา ทำการสุ่มตัวอย่างมาจากนักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษาในภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2565 โดยวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีคำนวณตามสูตร Taro Yamane

(1973) จากประชากร 70,801 คน ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน ในกรณีนี้ได้รับการตอบรับจำนวน 6 สถาบัน จากจำนวน 7 สถาบัน ที่ได้ส่งจดหมาย เพื่อขอเก็บข้อมูล จากนั้นทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจากทั้ง 6 สถาบัน ๆ ละเท่ากัน (ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอัจฉรา ชำนิประศาสน์, 2547) จนครบตามจำนวนที่ต้องการ (2) กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ทำการกำหนดขนาดกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยวิธีการเจาะจง (บุญธรรม กิจปรีตาภิสิทธิ์, 2540) ให้ได้ผู้ที่มีคุณสมบัติตรงตามเงื่อนไข และเกณฑ์ การเก็บข้อมูล จำนวน 7 คน (เก็จกนก เอื้อวงศ์, 2562) ในการดำเนินการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ทั้งนี้ พิจารณาจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่มีองค์ความรู้ที่สอดคล้องกับการวิจัย ซึ่งกระบวนการการดำเนินงานเกี่ยวกับกลุ่มนักศึกษาและกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ได้ผ่านการรับรองตามเกณฑ์จริยธรรมในคน (IRB) เพื่อป้องกันความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น เมื่อเข้าร่วมการวิจัย โดยผู้เข้าร่วมการวิจัยมีสิทธิในการถอนตัวออกจากโครงการวิจัยได้ตลอดเวลา โดยไม่มีผลกระทบใด ๆ แต่อย่างใด

เครื่องมือในการวิจัย

คณะผู้วิจัยใช้เครื่องมือในการวิจัย 2 รูปแบบ คือ

1. แบบวัด MIDL ขออนุญาตใช้เครื่องมือของมนัสนันท์ น้ำสมบูรณ์ (2562: 978-997) ที่ได้พัฒนามาจากการศึกษาวิจัย เรื่อง “การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของนักศึกษาครู มหาวิทยาลัยศิลปากร” ซึ่งข้อคำถามในแบบวัด MIDL มีตัวบ่งชี้สมรรถนะของทักษะ MIDL ตามที่ สสย. (2560) ที่คณะผู้วิจัย ใช้เป็นกรอบในการศึกษา เป็นข้อคำถามชนิดปลายปิด ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ทำแบบวัด MIDL จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) แบ่งข้อคำถามเป็น 4 ด้าน (ด้านที่ 1 เข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย จำนวน 4 ข้อ ด้านที่ 2 วิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล จำนวน 3 ข้อ ด้านที่ 3 สร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ จำนวน 19 ข้อ และด้านที่ 4 ประยุกต์ใช้ และสร้างการเปลี่ยนแปลง จำนวน 11 ข้อ) รวมทั้งสิ้นจำนวน 106 ข้อ ด้วยมาตรวัด แบบประมาณค่า 5 ระดับ และเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ย ใช้ค่าเฉลี่ยที่มีค่า ตั้งแต่ 1.00–5.00 โดยพิจารณาตามเกณฑ์ของบุญชม ศรีสะอาด (2542) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล
4.21-5.00	นักศึกษา มีการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับมากที่สุด
3.41- 4.20	นักศึกษา มีการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับมาก
2.61- 3.40	นักศึกษา มีการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับปานกลาง
1.81- 2.60	นักศึกษา มีการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับน้อย
1.00 - 1.80	นักศึกษา มีการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับน้อยที่สุด

2. ประเด็นคำถามสำหรับการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยกำหนดประเด็นคำถามที่ได้จากผลวิเคราะห์จากแบบวัด MIDL ว่าอยู่ในระดับใด อย่างไร จากนั้นนำผลสถิติที่ได้มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เป็นประเด็นคำถามจำนวน 7 ข้อ โดยผ่านการรับรองตามเกณฑ์จริยธรรมการวิจัยในคน (IRB) เพื่อนำมาใช้ในการสนทนากลุ่มกับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ โดยมีเนื้อหาครอบคลุมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ทั้ง 4 ด้าน และคำถามที่ได้มาซึ่งข้อเสนอแนะ และมีการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

(1) แบบวัด MIDL เป็นการขออนุญาตใช้เครื่องมือของมนัสพันธ์ น้าสมบูรณ์ (2562) จึงผ่านการทดสอบด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา อำนาจจำแนก (Power of Discrimination) คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (Item Total Correlation) ด้วยการพิจารณาค่าสหสัมพันธ์ (r) มากกว่า 0.40 ทั้ง 106 ข้อ แบบวัด MIDL นี้ จึงมีอำนาจจำแนกที่สามารถนำมาใช้ได้ (บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร, 2555) ไม่ต้องมีข้อปรับปรุงใด ๆ ส่วนด้านค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบัค (Cronbach's alpha coefficient) ที่ 0.988 จึงยอมรับว่ามีความเชื่อมั่นและนำแบบวัด MIDL ไปใช้เก็บข้อมูลจริง (ยุทธ โกยวรรณ, 2550)

(2) ประเด็นคำถามในการสนทนากลุ่ม คณะผู้วิจัยจัดเตรียมประเด็นคำถามเพื่อใช้ในการสนทนากลุ่มจากผลทางสถิติแบบวัด MIDL และการทบทวนเอกสารแนวทางต่าง ๆ ที่เกี่ยวกับงานวิจัยครั้งนี้ มาสังเคราะห์เป็นประเด็นคำถาม เพื่อให้คำถามที่นำมาใช้ในการสนทนากลุ่มมีความชัดเจนมากขึ้น ประกอบกับการร่างกิจกรรมต้นแบบ ทั้งนี้ การตรวจสอบคุณภาพของคำถามผ่านผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา และความเหมาะสมของภาษา โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (Index of Item - Objective

Congruence: IOC) ซึ่งมีเกณฑ์การพิจารณาค่า IOC มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 (ประสพชัย พสุนนท์, 2558) ผลการพิจารณาค่า IOC รายข้ออยู่ระหว่าง 0.67-1.00 แสดงว่า คำถามสามารถนำมาใช้ได้ ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้นำคำแนะนำมาปรับปรุงคำถามให้มีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบวัด MIDL ของกลุ่มนักศึกษาตามตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา คือ ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล โดยใช้สถิติพรรณนา (Descriptive Statistics) ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) จากนั้น นำสถิติที่ได้มาทำการแปลผลด้วยเกณฑ์การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในส่วนของข้อมูลจากการสนทนากลุ่มกับผู้เชี่ยวชาญ คณะผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ จำแนก และแยกองค์ประกอบนำสู่ผลสรุปที่สามารถนำไปใช้พัฒนา MIDL ให้กับนักศึกษาได้ต่อไปในอนาคต

ผลการศึกษา

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มนักศึกษาที่ตอบแบบวัด MIDL นั้น ใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์การสื่อสารมากที่สุด และใช้สื่อสังคมออนไลน์มากเป็นอันดับ 1 มีรายละเอียดดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 จำนวนและร้อยละของกลุ่มนักศึกษาจำแนกตามอุปกรณ์และช่องทางการสื่อสารที่ใช้ (n=400)

อุปกรณ์	จำนวน	ร้อยละ
สมาร์ทโฟน	381	95.25
ไอแพด/แท็บเล็ต	174	43.50
คอมพิวเตอร์ (Laptop และ PC)	156	39.00
สื่อ/ช่องทาง		
สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook, X, Instagram, YouTube, TikTok, Pinterest, LinkedIn)	339	84.75
เว็บไซต์	214	53.50
โปรแกรมเฉพาะกลุ่ม (Zoom, Discord, Microsoft Teams, Slack)	106	26.50
แอปพลิเคชันต่าง ๆ (Facebook Messenger, Line, WhatsApp, Viber, Skype)	325	81.25

* เลือกตอบได้มากกว่า 1 ข้อ

ในส่วนของคุณ้ข้อมูลระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ของกลุ่มนักศึกษาโดยรวมในระดับมาก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 (S.D.=0.870) มีรายละเอียดรายด้าน ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและการแปลค่าภาพรวมการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล

การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล	ระดับ MIDL		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
ด้านที่ 1 เข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย	4.12	0.852	มาก
ด้านที่ 2 วิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล	3.97	0.889	มาก
ด้านที่ 3 สร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ	4.05	0.869	มาก
ด้านที่ 4 ประยุกต์ใช้และสร้างการเปลี่ยนแปลง	4.04	0.857	มาก
รวม	4.05	0.870	มาก

จากผลการวิจัย พบว่า ด้านที่ 2 การวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล ได้รับค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดจาก MIDL ทั้ง 4 ด้าน โดยมีรายละเอียดขององค์ประกอบย่อย ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและการแปลค่า MIDL ด้านที่ 2 วิเคราะห์ วิชาภักซ์ และประเมิน
สื่อสารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล

การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล	ระดับ MIDL		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	แปลค่า
1. รู้และเข้าใจโครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อ	3.94	0.913	มาก
2. วิเคราะห์เงื่อนไขการทำหน้าที่ของสื่อ	4.02	0.895	มาก
3. กลไกการกำกับติดตามสื่อในสังคมประชาธิปไตย	3.86	0.994	มาก
4. วิเคราะห์ความแตกต่างของสื่อ และเนื้อหาแต่ละประเภทตามที่มาและวัตถุประสงค์ของการสื่อสารและเปรียบเทียบความแตกต่างของการใช้ประโยชน์จากสื่อสารสนเทศ และดิจิทัลได้	3.88	0.935	มาก
5. วิเคราะห์การประกอบสร้างของสื่อ และความหมายแฝงที่อยู่ในเนื้อหาสื่อได้	3.94	0.878	มาก
6. ประเมินคุณค่าและความน่าเชื่อถือของสื่อ มีวิจารณญาณในการรับสื่อ สารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัล	4.00	0.856	มาก
7. ตระหนักถึงผลกระทบของการเผยแพร่สื่อสารสนเทศและเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อตนเอง ผู้อื่นและสังคม	4.07	0.854	มาก
รวม	3.97	0.889	มาก

2. แนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

แนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล พบว่า การพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ควรให้ความสำคัญในด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ เสริมมิติด้านการนับถือตนเอง การรู้จักปกป้องสิทธิตนเอง การเสริมสร้างเพื่อกระตุ้นพลังใจ การปรับบทบาท ให้กับผู้เรียน คณะผู้วิจัยได้สรุปเป็นประเด็น ดังนี้

2.1 จากผลการศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ พบว่า (1) ควรเน้นด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ โดยเฉพาะในมิติที่เสริมสร้าง Self-Esteem และ Self-Advocacy เพื่อลดปัญหาโรคซึมเศร้าหรือโรคทางจิตใจและพฤติกรรมในวัยรุ่นนักศึกษา ประกอบกับ (2) การสร้างพลัง (Empowerment) ให้ผู้เรียนเนื่องจากปัจจุบันไม่ค่อยมีกิจกรรมนักศึกษาที่เชื่อมโยงกับสังคมหรือชุมชนให้เข้าไปมีส่วนร่วม จึงควรให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการ MIDL และนำ MIDL ไปสร้างสิ่งแวดล้อมรอบตัวให้ดีขึ้น (3) คือ การปรับเปลี่ยนการเรียนการสอน โดยใช้ MIDL เป็นเครื่องมือให้ผู้เรียนเกิดความรู้เท่าทันตนเอง เท่าทันสังคม และเท่าทันสื่อ ควบคู่กับ (4) การปรับบทบาทเป็น “ผู้เรียน” กับ “ผู้เรียนรู้ร่วม” “อาจารย์” ควรปรับบทบาทจากการเป็น “ผู้สอน” ไปเป็น “ผู้เรียนรู้ร่วม” ซึ่งอาจารย์ต้องมีความทุ่มเทสูงเพื่อดึงพลังของนักศึกษาออกมาด้วยกระบวนการ MIDL รวมถึงปรับการประเมินผลแบบ “อาจารย์ให้คะแนน” ไปเป็น “การให้คะแนนแบบมีส่วนร่วม” ทั้งนี้ (5) ควรมีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนทางสังคมต้องชัดเจนว่าจะเปลี่ยนแปลงสังคมไปในทิศทางใด เพื่อให้สามารถวางแผนกิจกรรมในกระบวนการ MIDL ได้ชัดเจนและบรรลุเป้าหมาย และ (6) เพื่อการพัฒนาทักษะ MIDL ที่สมบูรณ์ควรทำให้อัฒิขึ้นเกิดการเปลี่ยนแปลง สมรรถนะด้านที่ 4 ของ MIDL คือการประยุกต์ใช้ และสร้างการเปลี่ยนแปลงนั้น หมายถึง กระบวนการที่ส่งเสริมให้ผู้เรียนได้มีส่วนร่วมกับชุมชน สังคม หรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสียอื่น ๆ ในการขับเคลื่อนให้สังคมเกิดการเปลี่ยนแปลงด้านใดด้านหนึ่งไปในทิศทางที่ดีขึ้น

2.2 ข้อดี ข้อเสียของการพัฒนา MIDL แต่ละรูปแบบจากประสบการณ์ของกลุ่มผู้เชี่ยวชาญที่ได้ทำกิจกรรมทำให้ทราบว่า นักเรียนระดับมัธยม ยังไม่มีทักษะ

MIDL มากหรือลืบท่ำกับระดับอุดมศึกษา เนื่องจากยังไม่มีการเรียนการสอนที่ชัดเจนในเรื่องนี้อาจมีการสอดแทรกไว้ในกิจกรรมหรือบางรายวิชา แต่ก็ได้ลงลึกและนักเรียนมักจะผลิตสื่อ/ผลงานตามแบบหรือดัดแปลงจากที่ตนเองเคยพบเห็นในโลกออนไลน์ ส่งผลให้ไม่เกิดการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์วิพากษ์ รวมถึงไม่เกิดการตระหนักถึงประโยชน์ของสื่อที่ตนเองผลิตขึ้น อาจเป็นเพราะทักษะการวิพากษ์สังคมเชิงโครงสร้าง อำนาจ ค่านิยม วัฒนธรรมที่ครอบงำอยู่เพื่อผลประโยชน์ เป็นหนึ่งในทักษะสำคัญของ MIDL โดยการให้ผู้สอนตั้งคำถามชวนคิดเป็นวิธีที่สามารถเสริมสร้างทักษะนี้ได้ดี และควรเป็นกิจกรรมขั้นตอนแรก ๆ ของกระบวนการ

ดังนั้น กิจกรรมที่ผู้เรียนได้ปฏิบัติการ (Action) จะทำให้เกิดความภาคภูมิใจในตนเอง และทักษะ MIDL จะฝังรากลึก อันจะเกยโยงสู่มิติอื่น ๆ ในชีวิตได้ และควรฉายภาพให้เห็นตรงกันชัดเจนก่อนลงมือทำกิจกรรม เป็นสิ่งสำคัญสำหรับการทำกิจกรรมกับผู้เรียนวัยรุ่นในปัจจุบันเป็นอย่างยิ่ง เพื่อให้ได้รับคำตอบและความร่วมมืออย่างเต็มที่

ทักษะ MIDL ประกอบด้วยองค์ความรู้ที่เป็นแกนกลาง ความรู้ทางด้านเทคโนโลยี และความรู้เชิงบริบทแวดล้อม ทั้งนี้จากประสบการณ์การทำงานพบว่เด็ก ๆ จะสามารถ Empower ตัวเองได้ค่อนข้างดีหากสร้างกิจกรรมจากบริบทแวดล้อมที่มีอยู่ อีกประการ คือ ด้านกระบวนการ MIDL ประกอบด้วย Access, Analysis, Create และ Action แต่ตัวชี้วัดในแบบวัดทักษะ MIDL ส่วนใหญ่อยู่ที่การอธิบายกับจำแนก ซึ่งเป็นการวัดทักษะขั้นพื้นฐานในส่วนอง Access กับ Analysis เท่านั้น ควรเพิ่มการประเมินไปทักษะการคิดระดับสูง ถึงขั้น Create กับ Action นอกจากนี้ การให้นักศึกษาเป็นผู้สร้างสรรค์เกมหรือกิจกรรมด้าน MIDL ด้วยตนเอง โดยอบรมให้ความรู้ ความเข้าใจก่อน เนื่องจากนักเรียน นักศึกษาในปัจจุบันมีความสามารถสูง และอาจจะขยายผลไปถึงการเปลี่ยนแปลงระดับโครงสร้างได้

2.3 ลักษณะและรูปแบบกิจกรรมเพื่อการพัฒนา MIDL มีการออกแบบกิจกรรม 4 รูปแบบ โดยแต่ละกิจกรรมมีผลลัพธ์ที่คาดหวัง ข้อควรระวัง และทักษะ MIDL ที่ต้องนำไปปรับใช้เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์สูงสุด ดังนี้

ตารางที่ 4 ลักษณะและรูปแบบกิจกรรมเพื่อการพัฒนา MIDL

กิจกรรม	ลักษณะกิจกรรม	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อควรระวัง	ทักษะ MIDL
ข้อมูลคู่ขนาน	นักศึกษาผลิตและเผยแพร่สื่อเพื่อพัฒนาทักษะการเข้าถึง วิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์ข้อมูล	นักศึกษาสามารถผลิตสื่อที่มีคุณภาพ วิเคราะห์ผลตอบรับจากกลุ่มเป้าหมาย และเข้าใจผลกระทบของสื่อที่ตนเองผลิตต่อสังคม	นักศึกษาอาจมุ่งเน้นเพียงแค่การทำงานเพื่อรับคะแนน ควรเพิ่มขั้นตอนการวิเคราะห์ผลตอบรับ (Feedback) จากกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ตระหนักถึงผลกระทบของสื่อที่ตนเองผลิตและเกิดการเรียนรู้เชิงลึก	ด้านที่ 1, 2, 3, 4
บันไดงู	เป็นเกมที่ส่งเสริมการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วม และกระตุ้นการแสดงความคิดเห็น	นักศึกษามีทักษะในการวิเคราะห์ วิพากษ์ และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นในประเด็นที่หลากหลาย และสามารถสร้างข้อสรุปที่สร้างสรรค์ร่วมกับผู้อื่นได้	ไม่ควรให้ผู้สอนเป็นผู้ตัดสินแต่เพียงผู้เดียว คำถามควรเปิดกว้างให้วิเคราะห์และวิพากษ์ในมุมมองที่หลากหลาย พร้อมกับการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น เพื่อนำไปสู่ข้อสรุปที่สร้างสรรค์	ด้านที่ 2, 3

ตารางที่ 4 (ต่อ)

กิจกรรม	ลักษณะกิจกรรม	ผลลัพธ์ที่คาดหวัง	ข้อควรระวัง	ทักษะ MIDL
เขาวงกต	มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจ Echo Chamber และ Information Operation ที่เกี่ยวข้องกับการประกอบสร้างความจริงด้านเดียว	นักศึกษาสามารถระบุและวิเคราะห์ผลกระทบของ Echo Chamber และ Information Operation ได้ พร้อมทั้งสามารถพัฒนาวิธีการรับมือกับข้อมูลด้านเดียวอย่างมีวิจารณญาณ	ควรเพิ่มขั้นตอนการตั้งคำถามเพื่อกระตุ้นให้นักศึกษาวิเคราะห์และวิพากษ์ผลกระทบของข้อมูลด้านเดียว นอกจากนี้ควรจัดให้มีกิจกรรมปฏิบัติการที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้นำความรู้ไปประยุกต์ใช้จริง	ด้านที่ 2, 4
หลอก	มุ่งเน้นการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับอิทธิพลของสื่อและสภาพแวดล้อมที่ส่งผลต่อความเชื่อของบุคคล	นักศึกษาสามารถตระหนักถึงอิทธิพลของสื่อและสิ่งแวดล้อมที่ส่งผลต่อการรับรู้ของตนเองและผู้อื่น อีกทั้งสามารถสร้างสรรค์กิจกรรมเพื่อแก้ปัญหาการหลอกหลวงในสังคมได้	ควรระวังผลกระทบทางอารมณ์ของนักศึกษาที่อาจมีประสบการณ์ที่ไม่ดีจากการถูกหลอกมาก่อน ควรมีการดูแลด้านจิตใจและสร้างบรรยากาศที่ปลอดภัยในการแลกเปลี่ยนประสบการณ์	ด้านที่ 1, 2, 3, 4

2.4 รูปแบบและเกณฑ์การประเมินในกิจกรรมเพื่อการพัฒนา MILD กลุ่มผู้เชี่ยวชาญวิเคราะห์ตรงกัน ดังนี้

(1) การประเมินด้วยเกณฑ์/ใบคะแนน การประเมินผลลัพธ์ที่เกิดขึ้นจากการทำกิจกรรมควรคำนึงถึงเกณฑ์ที่เหมาะสม ในภาพรวมการประเมินการรู้เท่าทันสื่อ สามารถสร้างโอกาส “การถกเถียงและตีความ” เน้นการรับรู้ความหลากหลายของความคิดจากกันและกัน ทั้งนี้ คณะผู้วิจัยได้เพิ่มไว้ในกระบวนการชวนคิดระหว่างการทำกิจกรรม

(2) การกำหนดให้นักศึกษาได้เป็น “ผู้ถ่ายทอด/ผู้ส่งต่อความรู้” หรือกำหนดกิจกรรมรูปแบบ “บทบาทสมมติ” เป็นวิธีการประเมินทักษะระดับสูงและเป็นการประเมินที่เสริมพลัง (Empowerment) ให้กับนักศึกษาได้ดีกว่ารูปแบบเก่า ซึ่งบางรูปแบบอาจเป็นการบั่นทอนกำลังใจได้

(3) การประเมินผลด้านผลลัพธ์ (Outcome) ที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายหรือผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย คือ กิจกรรมควรผลักดันให้กลุ่มเป้าหมายมี MIDL อย่างยั่งยืน ทักษะนี้ควรติดตัวไปใช้ในชีวิตประจำวัน

(4) ควรให้ความสำคัญกับการถกเถียง (Discussion) การตีความ (Interpretation) และการยอมรับความหลากหลายทางความคิด เนื่องจากทุกคนล้วนผ่านการเลี้ยงดู/ประสบการณ์ที่แตกต่างกัน ดังนั้น การประเมินใช้มาตรวัดแบบถูก - ผิด - ใช่ - ไม่ใช่ - รู้ - ไม่รู้ (Binary) จึงไม่สอดคล้องกับสถานการณ์จริง

2.5 เนื้อหาและรูปแบบในกิจกรรมเพื่อการพัฒนา MILD ควรเพิ่มรูปแบบกิจกรรมที่มี “ตัวแบบ” ให้นักศึกษาได้เห็นและซึมซับแบบอย่างที่ดี วิเคราะห์และเกิดการถอดบทเรียนอันเป็นสิ่งสำคัญในการเรียนรู้ เพื่อเป็นการต่อขยายกิจกรรมไปถึงผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อให้เกิดสัมฤทธิ์ผลในระดับ Action ให้กระบวนการ MIDL ครอบคลุมสมบูรณ์ตามหลักการของ สสย. ที่งานวิจัยได้ใช้เป็นแนวทางในการดำเนินงาน โดยกระตุ้นให้ศาสตร์การรู้เท่าทันสื่อเป็นความรู้ที่มีพลวัตรตลอดเวลา จึงควรฝึกฝนอย่างสม่ำเสมอ และควรมีการเรียนรู้ผนวกเข้ากับแนวคิดอื่นตามบริบททางสังคมของกลุ่มเป้าหมายด้วย

ในบางกิจกรรมมีรูปแบบดำเนินการเป็นกลุ่ม ทั้ง ๆ ที่ แบบวัดระดับ MIDL ที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็นการวัดทักษะในระดับปัจเจก ทำให้ไม่สอดคล้องกันเท่าที่ควร ดังนั้น กิจกรรมถูกออกแบบมาให้ดำเนินการในชั้นเรียน ในห้องสัมมนา หรือในสถานที่จัดกิจกรรม ซึ่งมีผู้สอน หรือผู้คุมกิจกรรม หรือวิทยากรกระบวนการ (Instructor/Facilitator) แต่ในชีวิตจริงของผู้ใช้สื่อ ไม่มีคนมาคอยสอน ดังนั้น จึงนับว่ากิจกรรมยังมีรูปแบบแตกต่างจากสถานการณ์ในชีวิตจริง

นอกจากนี้ ควรคำนึงถึง Persona-Preference อันเป็นข้อมูลส่วนตัวหรือข้อมูลด้านจิตวิทยาของกลุ่มเป้าหมาย และ Preference คือบริบทของกลุ่มเป้าหมาย ซึ่งทั้ง 2 ปัจจัย เป็นส่วนสำคัญในการตีความข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ

แตกต่างกัน อันส่งผลกระทบต่อทักษะ MIDL และควรออกแบบกิจกรรมด้วยกระบวนการ Design Thinking ด้วยการมอบเครื่องมือในการรู้เท่าทันสื่อให้นักศึกษา โดยไม่ต้องกำหนดภารกิจ และให้นักศึกษาคิด วิเคราะห์ รวมถึงวางแผนเองว่าจะสามารถใช้เครื่องมือได้อย่างไร ในสถานการณ์ใดบ้าง เครื่องมือนั้นมีประโยชน์ต่อการนำไปใช้ในวิถีชีวิตจริงหรือไม่ ผู้สอนทำหน้าที่เพียงสอนการใช้เครื่องมือเท่านั้น เพื่อให้นักศึกษาเกิด MIDL ที่ปฏิบัติได้จริง นำไปใช้ได้ในชีวิตประจำวันต่อไป

2.6 ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรม MIDL ในปัจจุบัน กลุ่มผู้เชี่ยวชาญแสดงความคิดเห็นว่า การคัดเลือกหรือคัดกรองผู้เข้าร่วมกิจกรรม เป็นขั้นตอนสำคัญที่ส่งผลต่อการเก็บรวบรวมข้อมูล หากผู้เข้าร่วมกิจกรรมสมัครใจหรืออาสาเข้าร่วมด้วยความเต็มใจ ก็มีความเป็นไปได้สูงที่จะแสดงความคิดเห็นหรือให้ความร่วมมือกับกิจกรรมอย่างเต็มที่ รวมถึงความหลากหลายของนักศึกษา และการนิยามความหมายของคำว่า “รู้เท่าทันสื่อ” ด้วยแนวคิดที่ต่างกัน ก็จะส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์กิจกรรมที่แตกต่างกันตามไปด้วย ดังนั้น การออกแบบกิจกรรม รวมถึงการกำหนดกลุ่มเป้าหมายของกิจกรรม ควรกำหนดให้สอดคล้องกัน บางกิจกรรมอาจต้องการนักศึกษาที่มีความหลากหลาย และบางกิจกรรมอาจต้องการนักศึกษาที่มีมุมมองในมิติเดียวกัน และนิยามความหมายของคำว่า “รู้เท่าทันสื่อ” ด้วยแนวคิดที่ต่างกัน ก็จะส่งผลให้เกิดการสร้างสรรค์กิจกรรมที่แตกต่างกันตามไปด้วย

2.7 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

(1) การคัดเลือกหรือคัดกรองผู้เข้าร่วมกิจกรรม หากผู้เข้าร่วมกิจกรรมสมัครใจหรืออาสาเข้าร่วมด้วยความเต็มใจ ก็มีความเป็นไปได้สูงที่จะแสดงความคิดเห็นหรือให้ความร่วมมือ และถ่ายทอดข้อมูลกับกิจกรรมอย่างเต็มที่

(2) การดำเนินการในขั้นตอน “Create” คือ การออกแบบกระบวนการสื่อสาร ไม่ใช่เพียงการออกแบบตัวสื่อหรือกระบวนการผลิตเท่านั้น ซึ่งหมายรวมถึง จะสื่อสารไปถึงใคร กลุ่มเป้าหมายเป็นใคร เลือกใช้สื่อใดที่จะเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายให้มากที่สุด ซึ่งสามารถเลือกหลายสื่อ และเลือกใช้สื่อได้ทุกประเภท เพื่อให้การเปลี่ยนแปลงที่กำหนดไว้เกิดผลเป็นรูปธรรมมากที่สุด

(3) การต่อยอดโครงการไปยังกลุ่มเป้าหมายอื่น นอกเหนือจากนักศึกษา โดยการนำ MIDL ไปเชื่อมโยงกับมิติอื่น เนื่องจากมนุษย์เราอยู่ร่วมกันเป็น

สังคม ซึ่งจำเป็นต้องมีปฏิสัมพันธ์กับส่วนอื่น ๆ ในสังคมอยู่ตลอดเวลา และลดช่องว่างระหว่าง K-A-P เนื่องด้วยการมองการเท่ากันสื่อเป็นเพียง “ความรู้” ทำให้การศึกษาวิจัย หรือกิจกรรมการขับเคลื่อน MIDL ส่วนใหญ่ในสังคมไปเน้นเรื่อง “ความรู้” มากเกินไป ทั้ง ๆ ที่ ยังมีส่วนของทัศนคติ และพฤติกรรมที่สำคัญมาก

(4) มิติการมองเรื่องการรู้เท่าทันสื่อว่าเป็นทักษะส่วนบุคคลนั้น เป็นแนวคิดการพัฒนาแบบดั้งเดิม ซึ่งในปัจจุบันควรขยายเชื่อมโยงความรู้เรื่องนี้ไป กับเรื่อง Digital Inclusive Society ที่คนมีความสัมพันธ์กับกลุ่ม เนื่องจากเรื่อง MIDL มีความเกี่ยวข้องกับนิเวศสื่อ (Media Ecology) อย่างแยกไม่ได้ เช่น ประเทศสิงคโปร์มีระบบนิเวศสื่อที่ดี ทำให้คนในประเทศเค้าก็มี MIDL ค่อนข้างดี สภาพสังคม ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองเอื้อต่อการส่งเสริมทักษะ MIDL นั้นเอง เป็นต้น

3. กิจกรรมต้นแบบ เพื่อพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และ ดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

คณะผู้วิจัยได้ร่างกิจกรรมที่มีลักษณะ รูปแบบ และเนื้อหาเกี่ยวกับ MIDL เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในแนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้เป็นกิจกรรมที่สามารถ ร่วมสร้างทักษะ MIDL อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณค่า และได้รับความสนุกสนานในขณะเดียวกัน มีจำนวน 4 กิจกรรม โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ให้ความสนใจตามลำดับ ดังนี้

3.1 กิจกรรมคูชนาน เป็นการจับคู่และค้นหาข้อมูลในการตอบคำถาม หรือการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเนื้อหาสื่อ ทั้ง 2 ด้าน โดยมีวัตถุประสงค์การ สร้างประสบการณ์การเรียนรู้และการทำงานร่วมกัน และมีที่มาจากรายวิชาความ เป็นพลเมืองดิจิทัล ที่เปิดสอนเมื่อภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2565 โดยสาขาวิชา นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ซึ่งผู้สอนได้ให้นักศึกษาในรายวิชา ออกแบบ กิจกรรมเพื่อนำไปใช้ในโครงการบริการวิชาการด้านการรู้เท่าทันสื่อให้กับเยาวชน ในจังหวัดเชียงใหม่

3.2 กิจกรรมบันไดงู เป็นการเล่นเกมที่ผู้เล่นต้องเดินบันไดงู และ ตอบคำถามที่เกี่ยวข้องกับความน่าเชื่อถือของแหล่งสารในสื่อและโฆษณาบนสื่อ

สังคมออนไลน์ โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าร่วมได้รับความเข้าใจและความตั้งใจในการพิจารณาแหล่งสารในสื่อออนไลน์ ซึ่งถูกพัฒนามาจากกลุ่มเยาวชนระดับอุดมศึกษาในโครงการรู้เท่าทันสื่อที่ดำเนินการโดยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย ที่ได้รับการสนับสนุนจากกองทุนวิจัยและพัฒนาโครงการกระจายเสียง กิจกรรมโทรทัศน์ และกิจกรรมโทรคมนาคม เพื่อประโยชน์สาธารณะ (กทปส.) ในปี 2564-2565

3.3 กิจกรรมเขาวงกต เป็นการเล่นเกมที่เกี่ยวกับการจัดการข้อมูลและการตอบคำถามเกี่ยวกับอินเทอร์เน็ตและความเข้าใจในเรื่องของ Echo Chamber และปฏิบัติการข่าวสาร IO โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าร่วมได้รับความรู้และเพิ่มความเข้าใจในเรื่องดังกล่าว นับเป็นอีกกิจกรรมที่ถูกพัฒนามาพร้อมกับกิจกรรมบันไดงู

3.4 กิจกรรมหลอก เป็นการสร้างสถานการณ์การหลอกโดยใช้ตัวละครหรือสถานการณ์ที่เกี่ยวข้องกับการหลอกในชีวิตประจำวัน โดยมีวัตถุประสงค์ให้ผู้เข้าร่วมรู้จักและเข้าใจถึงวิธีการหลอกและวิธีการป้องกันตัว ซึ่งพัฒนามาจากการอบรมเตือนภัยออนไลน์และอาชญากรรมทางไซเบอร์ของกองบัญชาการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี สำนักงานตำรวจแห่งชาติ โดยอาจารย์ผู้สอนรายวิชา GE1406 สาขาวิชานิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยพายัพ ที่ได้นำมาปรับใช้ในการเรียนการสอน

1. เพื่อศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

จากผลการศึกษาระดับ MIDL ของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ที่อยู่ในระดับ “มาก” ทั้ง 4 ด้าน สะท้อนให้เห็นว่านักศึกษาระดับปริญญาตรี ในจังหวัดเชียงใหม่ มีสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ในระดับที่ดี มี “ภูมิคุ้มกัน” ในการปกป้องตนเองจากภัยร้ายที่แฝงมากับสื่อและเทคโนโลยีการสื่อสารรูปแบบใหม่ ๆ ได้

แนวคิดด้านพัฒนาการทางจิตสังคมของ Erikson (1950) ระบุว่าในช่วงวัย 18-24 ปี นักศึกษามีความต้องการสร้างความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดและความหมาย (Intimacy) หากไม่สามารถทำได้ อาจนำไปสู่ความรู้สึกโดดเดี่ยว (Isolation) การใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมสูงสุดในกลุ่มนักศึกษาเป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคมและการสื่อสาร ซึ่งสอดคล้องกับการวิจัยที่แสดงว่านักศึกษาใช้สมาร์ทโฟนเป็นอุปกรณ์การสื่อสารหลัก ช่วยให้การติดต่อสื่อสารเป็นไปอย่างสะดวกและรวดเร็ว

ทฤษฎีวัยเปลี่ยนผ่านไปสู่ผู้ใหญ่ของ Arnett (2000) ชี้ให้เห็นว่าช่วงวัยนี้เป็นช่วงของการสำรวจและค้นหาตัวตน (Identity Exploration) และมีความไม่แน่นอนในด้านต่าง ๆ (Instability) การสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศที่สะท้อนถึงความสามารถในการทดลองและสำรวจตนเอง นักศึกษายังเน้นการพัฒนาตนเอง (Self-Focus) ซึ่งสะท้อนในค่าเฉลี่ยการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัยที่ให้ความรู้สึกราวอยู่ระหว่างวัยรุ่นและผู้ใหญ่ (Feeling In-Between) ทำให้นักศึกษาใช้สื่อดิจิทัลเพื่อการเปลี่ยนแปลงและการพัฒนาตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ และการมองโลกในแง่ดีและการมีโอกาสด (Possibilities/Optimism) ในการสร้างสรรค์เนื้อหาและการเปลี่ยนแปลงในสังคมดิจิทัล

Livingstone (2004) และ Buckingham (2003) ได้เน้นความสำคัญของการรู้เท่าทันสื่อและการศึกษาสื่อ ในการพัฒนาทักษะการประเมิน การวิเคราะห์ และการสร้างสรรค์สื่อ นักศึกษามีทักษะในการเข้าถึงและใช้สื่อดิจิทัลอย่างปลอดภัย

ซึ่งสะท้อนในค่าเฉลี่ยการเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย
อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อได้คะแนนเฉลี่ยน้อยที่สุด
ซึ่งแสดงถึงจุดที่ยังสามารถพัฒนาได้ การสร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศที่
สะท้อนถึงความสามารถในการสร้างสรรค์เนื้อหาที่มีคุณภาพในสื่อดิจิทัล

ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์และเทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้นักศึกษา
สามารถเชื่อมต่อและสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม สำรวจและพัฒนาตนเอง แต่ยังมี
ความจำเป็นในการพัฒนาทักษะการวิเคราะห์และประเมินข้อมูลให้มากขึ้น เพื่อป้องกันการ
หลงเชื่อข่าวลวงและการใช้สื่ออย่างมีความรับผิดชอบ

ตามแนวคิด MIDL ของ Hobbs R. (2011) มีความสอดคล้องกับ
ผลการวิจัย และหลักการของ UNESCO (อ้างถึงใน สิริกานต์ เทพสอน, 2564) ที่มุ่งเน้น
ไปที่ 5 องค์ประกอบหลัก คือ การเข้าถึงสื่อ (Access to Media) การวิเคราะห์สื่อ
(Media Analysis) การตีความเนื้อหาของสื่อ (Media Interpretation)
การประเมินค่าและเข้าใจผลกระทบของสื่อ (Media Evaluation and Impact)
และการใช้สื่อให้เกิดประโยชน์ (Media Production and Use) พบความสอดคล้อง
ระหว่างผลการวิจัยที่ได้กับการรู้เท่าทันสื่อของ UNESCO คือ ผู้เข้ารับการพัฒนาทักษะ
MIDL อยู่ในระดับสูง ซึ่งผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานวิจัยอื่น ๆ ข้างต้นเช่นกัน ที่พบว่า
ทักษะการวิเคราะห์เป็นทักษะที่ทำนายและต้องการการพัฒนาเพิ่มเติม ผ่านการฝึกฝน
การคิดวิเคราะห์ การวิพากษ์วิจารณ์ และการตีความเนื้อหาสื่อ ส่งเสริมการเรียนรู้
เกี่ยวกับกลไกการกำกับติดตามสื่อ โครงสร้างอุตสาหกรรมสื่อ และอคติในสื่อ พัฒนา
กิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการคิดวิเคราะห์ การวิพากษ์วิจารณ์ และการตีความเนื้อหาสื่อ
รณรงค์ให้ใช้สื่ออย่างสร้างสรรค์และรับผิดชอบ ทั้งนี้ เพื่อสะท้อนให้เห็นว่า ผู้เข้ารับ
การพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อที่พัฒนาได้อย่างต่อเนื่อง

จากคะแนนเฉลี่ยรวมที่ได้จากแบบวัด MIDL แม้จะอยู่ในระดับมาก แต่
คะแนนใน “การวิเคราะห์” อยู่ในระดับที่ต่ำที่สุด สิ่งนี้บ่งชี้ว่า ผู้เข้ารับการพัฒนา
มีทักษะการเข้าถึง การสร้างสรรค์ และการประยุกต์ใช้ที่ดี แต่ยังมีทักษะการวิเคราะห์
ที่ยังต้องพัฒนา นอกจากนี้ยังพบว่า ทักษะการวิเคราะห์เป็นทักษะ MIDL ที่มีความ
ท้าทาย ควรเน้นการส่งเสริมทักษะการวิเคราะห์ ควบคู่ไปกับทักษะ MIDL ด้าน
อื่น ๆ เช่น ฝึกฝนการคิดวิเคราะห์ การเรียนรู้วิธีการวิพากษ์วิจารณ์สื่อ และฝึกฝน

ทักษะการตีความเนื้อหาที่มีความซับซ้อน และส่งเสริมทักษะ MIDL อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะทักษะการวิเคราะห์ เพื่อให้ผู้ใช้สื่อมีวิจารณญาณ คติวิเคราะห์ ตัดสินใจ และสร้างสรรค์เนื้อหาได้อย่างเหมาะสม ดังที่พนม คล้ายยา (2559) กำหนดไว้ ได้แก่ (1) ความสามารถในการเข้าถึง (Access) แสดงว่า ผู้เข้ารับการพัฒนาทักษะ ในการค้นหา คัดกรอง และเข้าถึงสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล สอดคล้อง กับแนวคิดของ สสย. (2560)

อย่างไรก็ตาม คณะณคณนี้ไม่ได้สะท้อนให้เห็นถึงทักษะย่อยอื่น ๆ เพิ่มเติม เช่น การคัดกรองข้อมูลเท็จ การประเมินความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูล และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างปลอดภัย (2) ความสามารถในการเข้าใจเนื้อหา (Comprehension) ผลการวิจัยไม่ได้วัดผลด้านนี้โดยตรง อย่างไรก็ตาม ทักษะการ เข้าใจเนื้อหาเป็นส่วนหนึ่งของ “ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมิน” (3) ความสามารถในการวิเคราะห์และประเมิน (Analysis and Evaluation) ผลการ วิจัยได้ “วิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัล” กับ “สร้างสรรค์เนื้อหาและข้อมูลสารสนเทศ” เข้าด้วยกัน ซึ่งคณะณคณอยู่ในระดับมาก แสดงว่า ผู้เข้ารับการพัฒนาทักษะในการวิเคราะห์ ประเมิน และสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อ สารสนเทศ (4) การมีปฏิสัมพันธ์อย่างปลอดภัยต่อเนื้อหา (Safe Interaction) ผู้เข้ารับการพัฒนาทักษะมีความตระหนักถึงความปลอดภัยในการใช้สื่อ สารสนเทศ และ เทคโนโลยีดิจิทัล อย่างไรก็ตาม ยังมีช่องว่างให้พัฒนาในบางด้าน เช่น ทักษะการ เข้าใจเนื้อหา ทักษะการคิดวิเคราะห์เชิงลึก ทักษะการวิพากษ์วิจารณ์สื่อ และทักษะ การตีความเนื้อหาที่มีความซับซ้อน

คณะผู้วิจัยเล็งเห็นว่า ควรให้ความสำคัญ เพิ่มความรู้ และขีดความสามารถ เพื่อพัฒนาทักษะด้านการวิเคราะห์ การวิพากษ์ และการประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลให้กับกลุ่มนักศึกษา ซึ่งเป็นทักษะความสามารถของแต่ละบุคคล ที่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการเข้าใจและใช้ความรู้เชิงความคิดอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะด้านนี้ต้องอาศัยประสบการณ์และเวลาในการพัฒนาและฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการสอนให้คิดวิเคราะห์ ตีความเนื้อหา ประเมินอคติ และการเข้าใจบริบท ของสื่อ เน้นส่งเสริมการเรียนรู้วิธีการวิพากษ์วิจารณ์สื่อ ฝึกฝนทักษะการตีความ เนื้อหาที่มีความซับซ้อน และสนับสนุนกิจกรรมที่ส่งเสริมการลงมือทำ ซึ่งผลการวิจัยนี้

สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาหลักสูตร การสอน และกิจกรรมต่าง ๆ เกี่ยวกับ MIDL ตามบริบทของสังคมไทย และสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในการพัฒนาในการสนทนากลุ่ม เพื่อหาแนวทาง ดังกล่าว ดังจะอภิปรายผลต่อจากนี้

2. แนวทางพัฒนาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของ นักศึกษาระดับปริญญาตรี จังหวัดเชียงใหม่

งานวิจัยนี้ได้แนวทางพัฒนา MIDL และกิจกรรมต้นแบบที่จะเสริมสร้างทักษะ MIDL ด้านที่อ่อนที่สุด รวมถึงมีการกระตุ้นเตือนในทักษะด้านต่าง ๆ อย่างครอบคลุมไปด้วยกัน ดังนี้

2.1 จากผลการศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ชี้ให้เห็นว่าทักษะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยี ดิจิทัล เป็นจุดอ่อนที่สำคัญในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่ แม้ว่าผู้เรียนจะมีความสามารถในด้านอื่น ๆ ของ MIDL อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ การพัฒนาทักษะด้านนี้จึงถูกเน้นให้เป็นเป้าหมายสำคัญของการจัดกิจกรรมต้นแบบ และกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งสร้างสมรรถนะเชิงลึก โดยกิจกรรมที่ออกแบบถูกพัฒนา เพื่อเสริมสร้างความตระหนักรู้ ความสามารถในการคิดวิเคราะห์ และการสะท้อน ผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นจากการบริโภคและการใช้สื่อ โดยกลุ่มผู้เชี่ยวชาญได้เสนอ แนวทางการพัฒนา MIDL ได้ 5 ประการ ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ความเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎีเพื่อใช้ศึกษาแนวทางพัฒนา MIDL

แนวทางพัฒนา MIDL	รายละเอียด	ความสอดคล้องกับแนวคิด
1. การเสริมสร้าง Self-Esteem และ Self-Advocacy	การพัฒนาจิตด้านการนับถือตนเองและการปกป้องสิทธิส่วนบุคคลมีบทบาทในการลดความเปราะบางของนักศึกษาต่อภัยร้ายในสื่อและเทคโนโลยีดิจิทัล การส่งเสริม ความเชื่อมั่นในตนเองผ่านกิจกรรมที่สร้างแรงบันดาลใจจะช่วยให้ นักศึกษามีความสามารถในการเผชิญหน้ากับปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ	Leaning, 2019; Hobbs & Moore, 2013
2. การสร้างพลัง (Empowerment)	การบูรณาการการเรียนรู้ผ่านสื่อเข้ากับบทเรียนและ กิจกรรม เพื่อกระตุ้นการตระหนักรู้ การคิด วิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการประเมินตามองค์ประกอบ การรู้เท่าทันสื่อ การสร้างทักษะ การวิพากษ์สังคมเชิงโครงสร้างผ่านการตั้งคำถาม	Leaning, 2019; Hobbs & Moore, 2013; Hobbs, 2011
3. การปรับเปลี่ยน บทบาทของผู้สอน เป็น "ผู้เรียนรู้ร่วม"	การเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติช่วยพัฒนาทักษะ MIDL และเสริมสร้างความภาคภูมิใจ และความเข้าใจในตนเองของผู้เรียน การประเมินผลแบบมีส่วนร่วมช่วยเพิ่มความโปร่งใส	UNESCO, สิริกานต์ เทพสอน, 2564; Hobbs, 2011; Thoman & Jolls, 2003
4. ความสำคัญของการ ตั้งเป้าหมาย ที่ชัดเจนทางสังคม	การตั้งเป้าหมายทางสังคมสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงที่พึงประสงค์ในสังคม โดยการสร้างกิจกรรมจากบริบทจริง เพื่อเสริมสร้างการมีส่วนร่วมและการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง	UNESCO, สิริกานต์ เทพสอน, 2564; Hobbs, 2011
5. การสร้าง กระบวนการเรียนรู้ ที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วม กับชุมชน	การสร้างกระบวนการเรียนรู้ที่เชื่อมโยงกับชุมชนและสังคม ส่งเสริมการลงมือทำและการสะท้อนเพื่อสร้าง การเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคลและสังคม	พนม คลีฉายา, 2559; Thoman & Jolls, 2003

ดังนั้น ทักษะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ จึงเป็นจุดอ่อนสำคัญในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรี แม้จะมีความสามารถในด้านอื่น ๆ อยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ กลุ่มผู้เชี่ยวชาญจึงเสนอแนวทางพัฒนาที่เน้นการเสริมสร้างความเชื่อมั่นในตนเอง (Self-Esteem) และพลังใจ (Empowerment) ผ่านกิจกรรมที่ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ การสะท้อน และการลงมือทำ การปรับบทบาทของผู้สอนให้เป็น "ผู้เรียนรู้ร่วม" ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและการเรียนรู้เชิงปฏิบัติของผู้เรียน นอกจากนี้

การตั้งเป้าหมายทางสังคมอย่างชัดเจนและการเชื่อมโยงกิจกรรมกับบริบทจริง เช่น การมีส่วนร่วมกับชุมชนและการแก้ไขปัญหาสังคม ช่วยพัฒนาทักษะเชิงโครงสร้างที่ยั่งยืน ทั้งนี้ กระบวนการเรียนรู้ที่สนับสนุนการมีส่วนร่วมและการเชื่อมโยงกับสังคม ช่วยสร้างสมรรถนะในการใช้ MIDL เพื่อขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล และสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กลุ่มสนทนา, เมษายน 2566)

2.2 ผลการศึกษาจากกิจกรรมต้นแบบ ชี้ให้เห็นว่าทักษะการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินสื่อ สารสนเทศ และเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นจุดอ่อนที่สำคัญของกลุ่มตัวอย่าง การพัฒนากิจกรรมต้นแบบ 4 รูปแบบ ได้แก่ กิจกรรมข้อมูลคู่ขนาน กิจกรรมบันไดงู กิจกรรมเขาวงกต และกิจกรรมหลอก ได้รับการออกแบบเพื่อเสริมสร้างทักษะ MIDL ครบคลุมทั้ง 4 ด้าน คือ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ และการสะท้อน โดยอิงจากแนวคิดของ Hobbs & Moore (2013) และ Leaning (2019) ซึ่งเน้นการตระหนักรู้ การคิดเชิงวิพากษ์ และการวิเคราะห์โครงสร้างเชิงลึก กิจกรรมเหล่านี้ไม่เพียงตอบสนองต่อปัญหาที่พบในกลุ่มตัวอย่าง แต่ยังพัฒนาความสามารถในการรับมือกับข้อมูลในโลกดิจิทัล ผ่านการเรียนรู้จากสถานการณ์จริงที่กระตุ้นการมีส่วนร่วมและการสร้างสรรค์เนื้อหาอย่างสร้างสรรค์

ด้านการออกแบบกิจกรรมได้รับการยืนยันว่าสามารถตอบสนองต่อบริบทของผู้เรียน เช่น ช่วงวัย ระดับการศึกษา และสภาพแวดล้อม มีส่วนสำคัญในการเสริมสร้างภูมิคุ้มกันทางความคิดและการวิเคราะห์อย่างมีระบบ กิจกรรมข้อมูลคู่ขนานเป็นตัวอย่างที่ชัดเจนของการเชื่อมโยงการเรียนรู้กับสถานการณ์จริง ช่วยให้ผู้เรียนสามารถสืบค้นและประเมินข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษายังชี้ให้เห็นว่า แนวทางการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) มีความหลากหลายและสามารถปรับใช้ได้ตามบริบทและเป้าหมายที่ต้องการ งานวิจัยหลายชิ้นสนับสนุนการพัฒนาทักษะ MIDL ในมิติที่แตกต่างกัน เช่น การคิด วิจัย ญาณ การสร้างภูมิคุ้มกันต่ออิทธิพลของสื่อ การฝึกการสร้างสื่อ และการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสม ตัวอย่างเช่น อุลิสซา ครุฑะเสน (2556) เน้นการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนด้วยการสร้างภูมิคุ้มกันและ วิจัย ญาณ ด้านของกวีสุรา ทองดี (2557) ใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมผสานความจริงเพื่อ เน้นการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา ในขณะที่พิศุทธิภา เมธิกุล (2561) และเรวณี ชัยเชาวรัตน์

(2564) เป็นการพัฒนาโปรแกรมและกิจกรรมที่มุ่งเน้นสมรรถนะ MIDL ภายใต้สภาพแวดล้อมเทคโนโลยีดิจิทัล

นอกจากนี้ การสร้างสรรค์เนื้อหาและการฝึกสติผ่านกระบวนการผลิตสื่อ เช่น ในกรณีศึกษาของจิราพร เณรธรณี (2565) ที่เน้นให้ผู้เรียนเป็นผู้ผลิตเนื้อหา (User Generated Content) และการนำเสนอหลักสูตรหรือหนังสือที่มุ่งพัฒนาทักษะ MIDL ในลักษณะองค์รวม เช่น งานของอุษา บิ๊กกินส์ (2566) สะท้อนถึงความสำคัญของการพัฒนาทักษะในทุกมิติ ได้แก่ การเข้าถึง การวิเคราะห์ การสร้างสรรค์/ผลิต การสะท้อน และการประยุกต์ใช้เพื่อการเปลี่ยนแปลง ดังตารางที่ 6

ตารางที่ 6 กิจกรรมเพื่อใช้เป็นแนวทางพัฒนา MIDL

กิจกรรม	รายละเอียด	ทักษะที่ส่งเสริม
ข้อมูลคู่ขนาน	การสร้างสรรค์และแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ เพื่อส่งเสริมการสร้างสื่อ หรือผลงานที่สื่อถึงปัญหาและแนวทางการแก้ไขในสังคม	Create/Communicate, Reflect
บันไดงู	สร้างสถานการณ์ให้ผู้เรียนมีโอกาสดแสดงความคิดเห็น และวิเคราะห์มุมมองต่าง ๆ ในสังคม เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการสร้างและแสดงความคิดเห็น	Create/Communicate, Act
เขาวงกต	การสะท้อน (Echo Chamber) และการรับและจัดการข้อมูลข่าวสาร (Information Operation) เพื่อพัฒนาทักษะการวิเคราะห์และเข้าใจปัญหาสังคมออนไลน์	Analyze, Reflect
หลอก	ให้นักศึกษาวิเคราะห์และวิพากษ์คำนิยามที่มีตนเองเพื่อเข้าใจแหล่งกำเนิดและผลกระทบจากความเชื่อดังกล่าว	Analyze

หากผู้เรียนผ่านกิจกรรมทั้งหมดนี้ ผู้เรียนจะได้รับโอกาสพัฒนาทักษะต่าง ๆ ตามแนวคิดของ Hobbs (2011) และตัวบ่งชี้สมรรถนะทักษะ MIDL (สสย. 2560 และ สสย., 2563) อย่างครอบคลุมและมีการเชื่อมโยงกับสังคมและสื่อในรูปแบบต่าง ๆ อย่างเป็นรูปธรรม โดยการใช้กิจกรรมเหล่านี้เป็นเครื่องมือในการส่งเสริมการเรียนรู้และการพัฒนาสมรรถนะของนักศึกษาในจังหวัดเชียงใหม่อย่างมีประสิทธิภาพและเชื่อมโยงกับแนวคิด MIDL

การปรับปรุงทำให้กิจกรรม MIDL มีมาตรฐานและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ในการส่งเสริมทักษะและการเรียนรู้ของนักเรียนในระดับปริญญาตรี ดังเช่น การใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมความจริง เน้นการเรียนรู้ผ่านสื่อโฆษณา (กวิสรา ทองดี, 2557) การสร้างโปรแกรมสำหรับนักศึกษาวิชาชีพครู (พิศุทธิภา เมธิกุล, 2561) Workshop ด้าน MIDL ในชั้นเรียนออนไลน์หรือหน้าเพจ เช่น www.educathai.com (เรวณิ ชัยเชาวรัตน์, 2564; จิราพร เณรธรณี, 2565) การจัดทำเป็นคู่มือหรือหนังสือ (สสย., 2563; อุษา บิ๊กกินส์, 2566) ทั้งหมดนี้ล้วนเป็นแนวทางที่สามารถเลือกใช้ให้เหมาะสมกับผู้เรียนได้ตามสถานการณ์และเทคโนโลยีที่มี

2.3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมการพัฒนา MIDL สามารถอภิปรายผลได้ 3 ประการ ดังนี้

THREE FACTORS INFLUENCING MIDL DEVELOPMENT ACTIVITIES



ภาพที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อรูปแบบกิจกรรมการพัฒนา MIDL ที่ได้มาจากการสนทนากลุ่ม

ที่มา: กิรติ ไพบูลย์ จิรภัทร กิตติวรากุล และวิรินทร์รภัฏ รักธรรม (2566)

1. การคัดเลือกผู้เข้าร่วมกิจกรรม ควรมาจากความสนใจและความสมัครใจ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการแสดงความคิดเห็นอย่างเต็มที่หรือการมีส่วนร่วมในกิจกรรม ได้อย่างสมบูรณ์ (กลุ่มสนทนา, เมษายน 2566) ตามที่ Hobbs & Moore (2013) ระบุถึงการมีส่วนร่วมในกิจกรรมยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยต่าง ๆ เช่น รูปแบบการเรียนรู้ พฤติกรรมการอ่าน และสถานะเศรษฐกิจและสังคมของผู้เรียน (กฤชณัท

แสนทวี, 2553; อุลิษา ครุฑแสน, 2556) นอกจากนี้ ปัจจัยช่องว่างระหว่างความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Attitude) และการปฏิบัติ (Practice): K-A-P รวมถึงปัจจัยด้านสุขภาพกายและจิต (กลุ่มสนทนา, เมษายน 2566) ก็มีผลต่อการพัฒนาทักษะ MIDL ด้วย

2. ความหลากหลายในกลุ่มผู้เรียนมีผลต่อการตีความสื่อต่าง ๆ ดังนั้น การออกแบบกิจกรรมและการกำหนดกลุ่มเป้าหมายควรตั้งอยู่บนพื้นฐานของวัตถุประสงค์ของกิจกรรม และเน้นการปฏิบัติจริงเพื่อพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในระดับสูงสุด (Hobbs & Moore, 2013) ความหลากหลายนี้ยังต้องรวมถึงการผสมผสานองค์ประกอบที่หลากหลายเพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้เรียนพัฒนาทักษะ MIDL และลดปัญหาการขาดความตระหนักในเรื่องสำคัญ (Leaning, 2019)

3. การนิยามคำว่า "การรู้เท่าทันสื่อ" ให้ชัดเจน เนื่องจากเป็นแนวคิดเชิงนามธรรม ทำให้มีความหมายหลากหลายตามมุมมองของแต่ละบุคคล ซึ่งความหมายที่แตกต่างกันนี้นำไปสู่การพัฒนากิจกรรมที่หลากหลาย (กลุ่มสนทนา, เมษายน 2566) Hobbs (2011) และนักวิจัยอื่น ๆ เน้นย้ำถึงความสำคัญของการทำความเข้าใจและการประยุกต์ใช้ความหลากหลายของกลุ่มเป้าหมาย การนำเสนอในรูปแบบที่เหมาะสมกับบริบททางสังคมแต่ละประเภท รวมถึงการกระตุ้นความเข้าใจและการคิดเชิงวิเคราะห์ให้นักศึกษาและผู้เข้าร่วม เพื่อให้สามารถตีความสื่อและรับรู้ข้อมูลที่มีคุณค่าในชีวิตประจำวัน

จากแนวคิด MIDL ของ Hobbs (2011) ตัวชี้วัดสมรรถนะ MIDL (สสย. 2560 และ สสย., 2563) และกลุ่มสนทนา (เมษายน, 2566) ช่วยกำหนดเกณฑ์และกลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาทักษะในด้านการเข้าถึง การวิเคราะห์ การสร้างสรรค์ การสะท้อน และการปฏิบัติให้กับผู้เรียน การพัฒนาทักษะ MIDL ควรส่งเสริมให้ผู้เรียนฝึกฝนในบริบทจริงและใช้กิจกรรมเป็นเครื่องมือเสริมสร้างทักษะเหล่านี้ ด้วยการพัฒนารูปแบบกิจกรรมและการประเมินผลที่เหมาะสม กิจกรรม MIDL จะสามารถดำเนินการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาทักษะอย่างยั่งยืนในระดับปริญญาตรี

บทสรุป

แนวทางพัฒนาทักษะด้านการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) ในกลุ่มนักศึกษาระดับปริญญาตรีในจังหวัดเชียงใหม่มีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในด้านการวิเคราะห์ วิพากษ์ และประเมินผล ซึ่งเป็นจุดอ่อนหลัก แม้ว่าทักษะในด้านอื่น ๆ เช่น การเข้าถึงข้อมูลและความคิดสร้างสรรค์ จะอยู่ในระดับที่น่าพึงพอใจ

กิจกรรมต้นแบบที่ออกแบบเพื่อพัฒนาทักษะ MIDL ประกอบด้วยกิจกรรมข้อมูลคู่ขนาน กิจกรรมบันไดงู กิจกรรมเขาวงกต และกิจกรรมจำลอง เพื่อมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะในทุกมิติ ด้วยการเชื่อมโยงข้อมูลกับบริบทจริง และกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน

ผลการศึกษานี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ที่เน้นการมีส่วนร่วม เชื่อมโยงกับปัญหาสังคม และการสร้างเนื้อหาที่มีคุณค่า พร้อมการปรับบทบาทของผู้สอนให้เป็น "ผู้เรียนร่วม" และกำหนดวัตถุประสงค์ทางสังคมที่ชัดเจน เพื่อส่งเสริมความสามารถที่ยั่งยืนในด้าน MIDL นอกจากนี้ ควรคำนึงถึงความหลากหลายในกลุ่มผู้เรียนและความเหมาะสมกับบริบทเฉพาะของแต่ละกลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ ควรมีแนวทางการพัฒนาที่ครอบคลุมการคิดเชิงสะท้อน การทบทวน และการปฏิบัติ ที่กระตุ้นให้ผู้เรียนสามารถปรับตัวและจัดการกับข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพในยุคดิจิทัล รวมถึงส่งเสริมการเปลี่ยนแปลงเชิงสร้างสรรค์ทั้งในระดับปัจเจกบุคคลและสังคม ซึ่งเป็นเป้าหมายสำคัญของการศึกษาในยุคดิจิทัลปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์

1. การพัฒนากิจกรรมด้านการรู้เท่าทันสื่อ ควรออกแบบให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของกลุ่มเป้าหมาย โดยใช้สื่อที่เป็นที่นิยมและเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน เช่น เกมการเรียนรู้หรือเนื้อหาบนโซเชียลมีเดีย กิจกรรมเหล่านี้ควรได้รับการปรับเปลี่ยนให้เหมาะสมกับเวลา สถานการณ์ และปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อการใช้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น สภาพแวดล้อมทางสังคมและลักษณะบุคลิกภาพ เพื่อให้กิจกรรมมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนได้อย่างแท้จริง

2. แนวทางการออกแบบ MIDL มุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมการคิดเชิงวิพากษ์ การตีความเนื้อหา การประเมินอคติ และการเชื่อมโยงสื่อกับบริบทที่เกี่ยวข้อง กิจกรรมนี้ช่วยพัฒนาทักษะการวิพากษ์สื่อ ผักผ่อนการตีความเนื้อหาที่ซับซ้อน และส่งเสริมการลงมือปฏิบัติ

3. MIDL เมื่อเชื่อมโยงกับมิติอื่น ๆ ของสังคม เช่น สังคมดิจิทัลที่เท่าเทียม (Digital Inclusive Society) หรือระบบนิเวศสื่อ (Media Ecology) จะช่วยให้เข้าใจบทบาทและอิทธิพลของเทคโนโลยีและสื่อที่มีต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคม สิ่งนี้จะเป็นประโยชน์ในการสร้างนโยบายหรือกิจกรรมที่ส่งเสริมความเท่าเทียมและการอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยสามารถนำเสนอเครื่องมือหรือแนวทางที่เชื่อมโยงเทคโนโลยีและสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การสร้างแพลตฟอร์มหรือโครงสร้างพื้นฐานที่สนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนในสังคม

4. ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการฝึกอบรมด้าน MIDL ในบริบทของสังคมไทย รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคมในการพัฒนา

ข้อเสนอแนะเพื่อการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การเลือกกลุ่มเป้าหมาย มีความสำคัญอย่างยิ่งที่จะส่งให้นักวิจัยมีความน่าสนใจ เนื่องจากกลุ่มเป้าหมายมีระดับการรู้เท่าทันในระดับมากถึง 4 ด้าน การพัฒนาทักษะที่เป็นจุดอ่อนที่อยู่ในระดับมากนั้น อาจทำให้เห็นผลของเครื่องมือไม่

ชัดเจน ดังนั้น อาจมีการเลือกแบบเจาะจงกลุ่มที่มีระดับการรู้เท่าทันในระดับน้อย หรือกลุ่มที่ได้รับผลกระทบโดยตรงมาศึกษา และหาแนวทาง อาจทำให้งานวิจัยมีความน่าสนใจมากขึ้น

2. ทำการวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อ (MIDL) และบทบาทของสื่อในการส่งเสริมทักษะการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มประชากรที่หลากหลายในชุมชน การระบุวิธีการใช้สื่อที่มีประสิทธิภาพถือเป็นสิ่งสำคัญ รวมถึงการเก็บรวบรวมข้อมูลที่ครอบคลุมเกี่ยวกับทักษะการรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มประชากรทั้งหมด นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาเพื่อพัฒนากระบวนการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ โดยมุ่งเน้นการตอบสนองความต้องการของผู้ใช้สื่อ และส่งเสริมการพัฒนา MIDL ในชุมชนให้เกิดผลลัพธ์ที่ดีขึ้นอย่างแท้จริง

3. งานวิจัยเพิ่มเติมควรมุ่งเน้นการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการสื่อสารเพื่อเพิ่มความเข้าใจและความร่วมมือในกลุ่มเป้าหมายที่อาสาเข้าร่วมดำเนินนี้ จำเป็นต้องพัฒนาเครื่องมือที่สามารถเชื่อมโยงกับกลุ่มเป้าหมาย และศึกษาช่องว่างระหว่าง K-A-P (Knowledge, Attitude, Practice) เพื่อส่งเสริมการพัฒนาหลักสูตรและกิจกรรม MIDL ให้เหมาะสมกับบริบทของประเทศไทย

4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม เพื่อสนับสนุนการพัฒนาที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย และสร้างประสิทธิภาพในการส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในสังคมไทย

รายการอ้างอิง

- กฤษณ์ท แสนทวิ. (2553). พฤติกรรมการเปิดรับและระดับการรู้เท่าทันสื่อของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์สาขาเทคโนโลยีสื่อสารมวลชน, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร].
- กวิสรา ทองดี. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมความจริง เรื่องการรู้เท่าทันสื่อโฆษณา สำหรับเด็กและเยาวชน [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี].
- เก็จกนก เอื้อวงศ์. (2562). การสนทนากลุ่ม : เทคนิคการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพที่มีประสิทธิภาพ. วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 12(1), 17-30.
- จิราพร เณรธรรณี. (2565, 23 กรกฎาคม). การรู้เท่าทันสื่อในยุคดราม่าล้นฟีด. <https://www.educathai.com/knowledge/articles/615>.
- ณัฐกานต์ ศุภรัตน์เมธี และนุชประภา โมกข์ศาสตร์. (2563). การรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ของเยาวชน เพื่อการเป็นพลเมืองในสังคมประชาธิปไตย. กรุงเทพฯ: เอ พี กราฟิค ดีไซน์และการพิมพ์.
- ธนาพันธ์ ชัยเทพ และกิตติมา ชาญวิชัย. (2564). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อของนักศึกษาระดับอุดมศึกษาในเขตภาคเหนือ. *Journal of Business, Economics and Communications*, 16(2), 97-106.
- ธีรพัฒน์ วงศ์คุ้มสิน. (2562). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ การรู้เท่าทันสื่อ และความฉลาดทางอารมณ์ของนิสิตมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์*, 45(2), 127-161.
- นันทิยา ดวงภูมิเมศ และนิธิดา แสงสิงแก้ว. (2563). การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศและดิจิทัล: หลักการและเครื่องมือเพื่อเสริมสร้างเด็กและเยาวชนพลเมืองรู้เท่าทันสื่อ. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(3), 54-67.

- บุญใจ ศรีสถิตยัณรากร. (2555). การพัฒนาและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัย: คุณสมบัติการวัดเชิงจิตวิทยา. กรุงเทพฯ: คณะพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- บุญชม ศรีสะอาด. (2542). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). สุวีริยาสาส์น.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2540). ระเบียบวิธีการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (พิมพ์ครั้งที่ 7). เจริญผล.
- ปกรณ์ ประจันบาน และอนุชา กองพวง. (2558). การวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนเรศวร [รายงานการวิจัย]. สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ (องค์การมหาชน).
- ประสพชัย พสุนนท์. (2558). ความเที่ยงตรงของแบบสอบถามสำหรับงานวิจัยทางสังคมศาสตร์. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 18(1), 375-396.
- ปวีณา มะแซ. (2561). การพัฒนาแบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อในศตวรรษที่ 21 ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนต้น โดยประยุกต์ใช้ทฤษฎีการตอบสนองข้อสอบแบบพหุภาค [วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วโรฒ].
- พนม คล้ายยา. (2559). การใช้งาน ความเสี่ยง การรู้เท่าทันสื่อดิจิทัลและแนวทางการสอนเพื่อการรู้เท่าทันสื่อดิจิทัล สำหรับนักเรียนมัธยมในประเทศไทย. สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัยและจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พลเดช ปิ่นประทีป. (2564). “ทิศทางการพัฒนาสื่อ-สารสนเทศ เพื่อความมั่นคงของสังคม”. *เจาะประเด็นร้อน คมชัดลึก*. <https://www.komchadluek.net/>
- พิศุทธิภา เมธิกุล. (2561). โปรแกรมพัฒนาการรู้เท่าทันดิจิทัลและพฤติกรรมการใช้ดิจิทัลในการเรียนรู้แก่ผู้เรียนของนักศึกษาวิชาชีพครูในศตวรรษที่ 21 [วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ประยุกต์, มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์วโรฒ].

พีระ จิระโสภณ, พัฒนาการ ดวงรัตน์, มนต์ ขจรเจริญ, ชนัญสร อรณพ ณ อยู่ธยา, อุษา รุ่งโรจน์การค้า, โสภัทร นาสวัสดิ์ และ ณัฏฐสิริ สิริปัญญาธนกิจ. (2559). *ความรู้เท่าทันการสื่อสารยุคดิจิทัล กับบทบาทในการกำหนดแนวทางการปฏิบัติการสื่อสารในสังคมไทย* [รายงานวิจัย]. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

พรทิพย์ เย็นจะบก, ขวพร ธรรมนิทยกุล และ ไพรินทร์ บุญสง. (2563). *โลกกลม ๆ ที่เรียกว่าดิจิทัล*. สำนักงานกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์.

มนัสนันท์ น้ำสมบูรณ์. (2562). การศึกษาการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ของนักศึกษาครู. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ*, 12(3), 978-997.

ยุทธ ไกยวรรณ. (2550). *การสร้างเครื่องมือวิจัย*. ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.

เรวณี ชัยเขารัตน์. (2564). *Online workshop พัฒนาสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล (MIDL) เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองผ่านชั้นเรียน*. <https://event.educathai.com/educa2021/onlineworkshop/2733>

วิสาลักษณ์ สิทธิขุนทด. (2551). *การพัฒนาโมเดลเชิงสาเหตุของการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิจัยการศึกษา, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]*.

ลัดดาวัลย์ เพชรโรจน์ และอจรา ชานีประศาสน์. (2547). *ระเบียบวิธีวิจัย*. พิมพ์ดีการพิมพ์.

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.). (2560). *ตัวบ่งชี้การรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลระดับบุคคล เพื่อส่งเสริมความเป็นพลเมืองประชาธิปไตย*. [รายงานการวิจัย]. ผู้แต่ง.

สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.). (2563). *คู่มือการพัฒนาสมรรถนะการรู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล เพื่อสร้างความเป็นพลเมืองของผู้เรียน*. มูลนิธิส่งเสริมสื่อเด็กและเยาวชน.

- สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน (สสย.). (2565, 28 เมษายน). สสย. ขับเคลื่อน "รู้เท่าทันสื่อ" ตั้งแต่เด็กปฐมวัยจนมหาวิทยาลัย. TNN Online. <https://www.tnnthailand.com/news/tnnexclusive/86532/>
- สิริกานต์ เทพสอน. (2564). การสร้างแบบวัดทักษะการรู้เท่าทันสื่อสำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษาสกลนคร. [วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการวัดผลและประกันคุณภาพการศึกษา]. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (2563). สสส.เปิดตัวคู่มือการจัดการเรียนรู้เพื่อสร้างพลเมืองรู้เท่าทันสื่อ. <https://www.isranews.org/article/isranews-pr-news/91539-studen.html>
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) และสาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการระบบสารสนเทศ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล. (2565). ผลสำรวจสถานการณ์รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัลของประชาชนไทย ประจำปี พ.ศ. 2565. <https://url.in.th/gXEQQ>
- สำนักงานคณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2564). รายงานสถิติการศึกษาระดับอุดมศึกษา พ.ศ. 2564. กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. <https://www.mhesi.go.th>.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2564). แผนด้านการอุดมศึกษา เพื่อผลิตและพัฒนาากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 [รายงานฉบับเสนอคณะรัฐมนตรี].
- โสภิตา วีรกุลเทวัญ. (2562). รายงานโครงการศึกษาและวิเคราะห์การดำเนินงานโครงการสัปดาห์ รู้เท่าทันสื่อ สารสนเทศ และดิจิทัล ปี 2561 MIDL for Inclusive Cities: การสร้างเมืองของทุกคน. สถาบันสื่อเด็กและเยาวชน.
- อุลิษา ครุฑเสน. (2556). การศึกษาแนวทางการพัฒนากระบวนการเรียนรู้เท่าทันสื่อของแกนนำเยาวชน. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, 6(3), 276-277.
- อุษา บิ๊กกินส์. (2566). พลเมืองฉลาดรู้เท่าทันดิจิทัล. สำนักพิมพ์สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

Arnett, J. J. (2000). Emerging Adulthood: A Theory of Development from the Late Teens through the Twenties. *American Psychologist*, 55(5), 469-480. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.5.469>

Association for Media Literacy (AML). (n.d.). *Media education in Canada*. Retrieved from https://aml.ca/media-education-in-canada/?utm_source=chatgpt.com.

Buckingham, D. (2003). *Media Education: Literacy, Learning and Contemporary Culture*. Polity Press.

Erikson, E. H. (1950). *Childhood and Society*. New York: W. W. Norton & Company.

Finland Toolbox. (n.d.). *Media literacy and education in Finland*. https://toolbox.finland.fi/life-society/media-literacy-and-education-in-finland/?utm_source=chatgpt.com.

Hobbs, R. (2011). *Digital and media literacy: Connecting culture and classroom*. Corwin Press.

Hobbs, R. & Moore, D. C., (2013). *Discovering Media Literacy: Teaching Digital Media and Popular Culture in Elementary School*. Corwin Press.

Leaning, M. (2019). An approach to digital literacy through the integration of media and information literacy. *Media and Communication*, 7(2), 4-13. DOI: 10.17645/MAC.V7I2.1931.

Lee, A. Y. L., & Bauer, T. (2015). *การทำความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศ*. รายงานสรุปการสัมมนาว่าด้วยการรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศในยุคดิจิทัล [บรรยาย]. สำนักงานคุ้มครองผู้บริโภคในกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์ (บส.) และสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ.

- Livingstone, S. (2004). Media Literacy and the Challenge of New Information and Communication Technologies. *The Communication Review*, 7(1), 3-14. <https://doi.org/10.1080/10714420490280152>
- MediaSmarts. (n.d.). *Use, understand & engage: A digital media literacy framework for Canadian schools*. https://mediasmarts.ca/teacher-resources/use-understand-engage-digital-media-literacy-framework-canadian-schools?utm_source=chatgpt.com.
- Sweden.se. (n.d.). *The Swedish school system*. https://sweden.se/life/society/the-swedish-school-system?utm_source=chatgpt.com.
- Thoman, E., & Jolls, T. (2003). *Literacy for the 21st Century: An Overview & Orientation Guide to Media Literacy Education Santa Monica*. Center for Media Literacy.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. Harper and Row.



การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อขอรับคำปรึกษา
ทางธุรกิจ: กรณีศึกษาศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพและ
เทคโนโลยี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์

Development of an Information System on a Digital
Platform for Business Consultation: A Case Study of the
Center of Excellence, Faculty of Business Administration
and Liberal Arts

เดชิต สันสี^{1*} และณัฐพงศ์ นิลคำ²
Taechit Sansi^{1*} Nuttapong Ninkham²

คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา จังหวัดเชียงใหม่ 50300^{1,2}
Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna,
Chiang Mai 50300 Thailand^{1,2}

*Corresponding Author E-mail: Taechit@rmulac.th

(Received: February 13, 2025; Revised: May 17, 2025; Accepted: May 26, 2025)

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจแก่ผู้ประกอบการ SMEs และประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งาน ระบบดังกล่าวได้รับการออกแบบให้สามารถลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ผ่านช่องทางออนไลน์ เช่น วิดีโอคอลและการสื่อสารอิเล็กทรอนิกส์ การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงประยุกต์ (Applied Research) โดยใช้กระบวนการวิจัยและพัฒนา (Research and Development) ร่วมกับการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วยผู้ประกอบการ SMEs ที่ใช้บริการระบบสารสนเทศดังกล่าว โดยใช้แบบสอบถามเชิงโครงสร้าง ซึ่งอ้างอิงจากแนวคิด Technology Acceptance Model (TAM) เพื่อประเมินการรับรู้ถึงประโยชน์

และความง่ายในการใช้งานของระบบ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ใช้งานรับรู้ว่ามีประโยชน์ต่อการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในด้านการลดระยะเวลาการขอคำปรึกษาและการจัดเก็บประวัติการขอคำแนะนำเพื่อนำมาใช้อ้างอิงในอนาคต โดยได้รับค่าเฉลี่ยความพึงพอใจอยู่ที่ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดบางประการ เช่น ความสะดวกในการนัดหมาย (ค่าเฉลี่ย 3.82) และความสามารถในการเข้าถึงระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.81) สำหรับผู้ใช้งานบางกลุ่ม โดยเฉพาะในด้านการลดระยะเวลาการขอคำปรึกษาและการจัดเก็บประวัติการขอคำแนะนำเพื่อนำมาใช้อ้างอิงในอนาคต อย่างไรก็ตาม ยังพบข้อจำกัดบางประการ เช่น ความสะดวกในการนัดหมาย และความสามารถในการเข้าถึงระบบสำหรับผู้ใช้งานบางกลุ่ม ดังนั้นจึงเสนอให้พัฒนาระบบเพิ่มเติมเพื่อปรับปรุงส่วนติดต่อผู้ใช้และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงที่เสถียรขึ้น ระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งยังช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในภาคธุรกิจ อย่างไรก็ตาม ควรมีการพัฒนาเพิ่มเติมในด้านการลดขั้นตอนที่ซับซ้อน และเพิ่มฟังก์ชันการใช้งานที่สะดวกขึ้น เพื่อให้เกิดการใช้งานอย่างยั่งยืนในอนาคต

คำสำคัญ: การพัฒนาระบบ แพลตฟอร์มดิจิทัล ศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพและเทคโนโลยี

Abstract

This study aims to develop an information system on a digital platform to provide business consultation services to SMEs and assess user satisfaction. The system was designed to overcome constraints related to time and location through online channels such as video conferencing and electronic communication.

This research is applied in nature, employing both Research and Development (R&D) methodology and quantitative research.

The sample group consisted of SME entrepreneurs who utilized the information system. Data were collected using a structured questionnaire based on the Technology Acceptance Model (TAM) to evaluate users' perceptions of usefulness and ease of use. Data analysis was conducted using descriptive statistics, including means and standard deviations.

The findings reveal that users perceive the system as beneficial to their business operations, particularly in reducing consultation time and allowing for storing consultation history for future reference. The average satisfaction score was 3.96, with a standard deviation of 0.85. However, certain limitations were identified, such as the convenience of scheduling appointments (mean = 3.82) and system accessibility among specific user groups (mean = 3.81). Therefore, it is recommended that further system enhancements be made to improve the user interface and provide more stable access channels.

The developed system effectively addresses the needs of SME entrepreneurs and supports the digital transformation of business services. Nonetheless, additional improvements are suggested to reduce operational processes' complexity and enhance user-friendly functionalities, ensuring long-term and sustainable system adoption.

Keywords: Development of an Information System, Digital Platform, Center of Excellence

บทนำ

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium Enterprises: SMEs) เป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยมีสัดส่วนถึงร้อยละ 99 ของธุรกิจทั้งหมดในประเทศ และก่อให้เกิดการจ้างงานมากกว่าร้อยละ 70 ของกำลังแรงงานรวม (Office of Small and Medium Enterprises Promotion [OSMEP], 2022) อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผู้ประกอบการ SMEs จะมีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ แต่ยังประสบปัญหาหลายประการที่ส่งผลกระทบต่อศักยภาพในการเติบโตของธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการปรับตัวเข้าสู่ระบบเศรษฐกิจดิจิทัล ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในปัจจุบัน

ปัญหาที่สำคัญประการหนึ่งของผู้ประกอบการ SMEs ไทย คือ การขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการบริหารการเงิน การตลาด และการจัดการองค์กร จากการศึกษาของธนาคารแห่งประเทศไทย (Bank of Thailand [BOT], 2023) พบว่าผู้ประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่ยังขาดทักษะที่จำเป็นในการบริหารสภาพคล่องทางการเงิน การควบคุมต้นทุน และการบริหารภาษี ซึ่งส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพทางการเงินของกิจการ นอกจากนี้ การเข้าถึงแหล่งเงินทุนยังคงเป็นอุปสรรคที่สำคัญ โดยข้อมูลจากสมาคมธนาคารไทย (Money & Banking Online, 2023) ชี้ให้เห็นว่าผู้ประกอบการ SMEs มากกว่าร้อยละ 60 ประสบปัญหาในการขอสินเชื่อจากสถาบันการเงิน อันเนื่องมาจากข้อจำกัดด้านเอกสารทางบัญชีและประวัติการใช้สินเชื่อที่ไม่เพียงพอ

ในปัจจุบัน กระแสการเปลี่ยนผ่านจากกระบวนการทางธุรกิจที่พึ่งพาเอกสารกระดาษ (Paper - Based) ไปสู่ระบบอิเล็กทรอนิกส์ (Electronic - Based) และแพลตฟอร์มดิจิทัล (Digital Platform) มีความชัดเจนมากขึ้น ซึ่งการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวช่วยลดภาระในการจัดการเอกสาร เพิ่มประสิทธิภาพในการเข้าถึงข้อมูล และยกระดับประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจ โดยกระบวนการดังกล่าวเป็นส่วนหนึ่งของการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (Digital Transformation) ซึ่งหมายถึงการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกมิติของการดำเนินธุรกิจ เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัว อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงนี้ยังคงเป็นความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการ SMEs ไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มที่คุ้นเคยกับกระบวนการแบบ

ดั้งเดิม เช่น การปรึกษาธุรกิจผ่านการพบปะโดยตรงหรือการจัดการเอกสารในรูปแบบกระดาษ

จากการศึกษาแนวทางการให้คำปรึกษาทางธุรกิจของศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพและเทคโนโลยี พบว่าในอดีตการดำเนินงานพึ่งพาระบบออฟไลน์เป็นหลัก ซึ่งประกอบด้วยกรอกแบบฟอร์มเอกสาร การจัดส่งเอกสารทางไปรษณีย์ และการติดต่อด้วยตนเองที่ศูนย์ กระบวนการดังกล่าวก่อให้เกิดข้อจำกัดหลายประการ ได้แก่ ความล่าช้าในกระบวนการให้คำปรึกษา ข้อจำกัดด้านการเข้าถึงบริการ ความเสี่ยงในการสูญหายของเอกสาร และการขาดระบบการติดตามผลที่มีประสิทธิภาพ

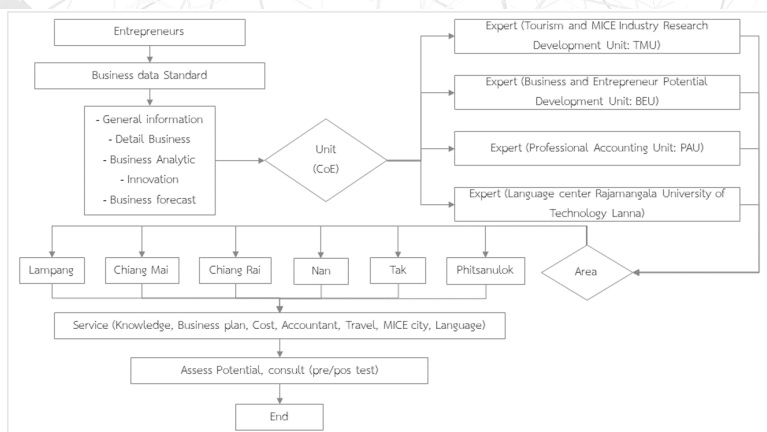
เพื่อแก้ไขข้อจำกัดดังกล่าว ศูนย์พัฒนาความเป็นเลิศทางวิชาชีพและเทคโนโลยี คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ จึงได้พัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัล (www.balabiz4u.com) ผ่านเว็บแอปพลิเคชัน (Web Application) ทำงานบนแพลตฟอร์มเว็บไซต์ที่สามารถใช้งานได้ผ่านเว็บเบราว์เซอร์ทั้งบนคอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต และสมาร์ทโฟน โดยใช้ ภาษา PHP และออกแบบด้วย Bootstrap Framework ที่รองรับการแสดงผลแบบ Responsive Web Design เพื่อให้เข้าถึงและใช้งานได้สะดวกจากอุปกรณ์ที่หลากหลาย รองรับทั้งระบบปฏิบัติการ Windows, Android และ iOS เพื่อปรับเปลี่ยนกระบวนการให้คำปรึกษาทางธุรกิจจากระบบเอกสารสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ ระบบดังกล่าวได้รับการออกแบบให้เชื่อมโยงการให้คำปรึกษาจาก 4 หน่วยงานหลัก ประกอบด้วย หน่วยพัฒนาศักยภาพด้านบริหารธุรกิจและการเป็นผู้ประกอบการหน่วยวิจัยและพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและไมซ์ หน่วยบริการวิชาชีพบัญชี และศูนย์ภาษา คณะบริหารธุรกิจ และศิลปศาสตร์ แพลตฟอร์มดังกล่าวช่วยลดข้อจำกัดด้านเวลาและสถานที่ โดยผู้ประกอบการสามารถขอรับคำปรึกษาผ่านช่องทางดิจิทัล เช่น การประชุมทางวิดีโอ การสนทนาออนไลน์ และการสื่อสารทางอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม ยังคงพบประเด็นท้าทายในการใช้งานระบบ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้ประกอบการสูงอายุหรือผู้ที่มีข้อจำกัดในการใช้เทคโนโลยี

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ และเพื่อประเมินความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการทำงานของระบบ การเข้าถึงของผู้ใช้งาน และแนวทางการพัฒนาแพลตฟอร์มให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ใช้ ทั้งนี้ เพื่อสนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัลในภาคธุรกิจอย่างมีประสิทธิภาพ

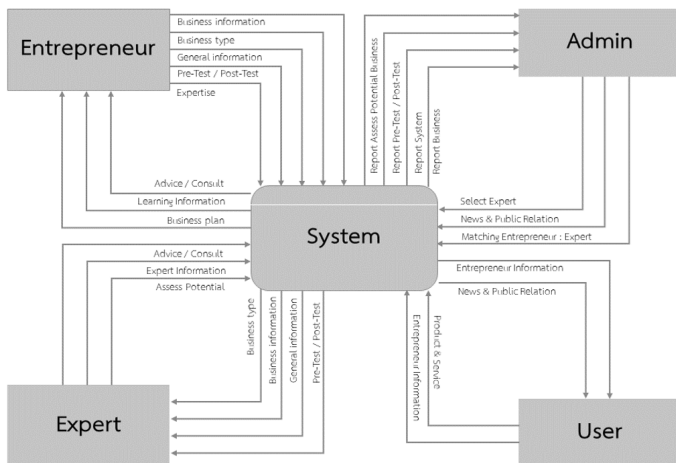
วัตถุประสงค์

1. เพื่อพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการพัฒนาระบบ



ภาพที่ 2 Context Diagram

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับฐานข้อมูล

1. ความหมายของระบบฐานข้อมูล

ระบบสารสนเทศ (Information System) มีหลากหลายประเภทแตกต่างกันไปตามวัตถุประสงค์ในการปฏิบัติงาน เช่น ระบบสารสนเทศเพื่อการจัดการ (Management Information System : MIS) ระบบสารสนเทศสำหรับผู้บริหาร (Executive Information System : EIS) ระบบภูมิสารสนเทศ (Geographic Information System : GIS) เป็นต้น โดยองค์ประกอบพื้นฐานของการพัฒนาระบบสารสนเทศทุกประเภท คือ การพัฒนาระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management System : DBMS) ซึ่งเป็นการจัดรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นระบบเก็บไว้ในรูปแบบที่สามารถเรียกใช้ได้ทันทีเมื่อต้องการ และในการเรียกนั้นอาจเรียกเพียงส่วนใดส่วนหนึ่งมาใช้ประโยชน์เป็นครั้งคราวก็ได้ ฐานข้อมูลที่ดีควรจะได้รับ การปรับปรุงข้อมูลในระบบฐานข้อมูล และปรับปรุงกระบวนการของระบบงานให้

ทันสมัยอยู่เสมอ ทั้งนี้ ต้องคำนึงถึงการรักษาความปลอดภัยของข้อมูลและการให้สิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล

ฐานข้อมูล (Database) หมายถึงกลุ่มของข้อมูลที่มีความสัมพันธ์กันมาเก็บรวบรวมเข้าไว้ด้วยกันอย่างมีระบบและข้อมูลที่ประกอบกันเป็นฐานข้อมูลนั้นต้องตรงตามวัตถุประสงค์ การใช้งานขององค์กรด้วยเช่นกัน เช่น ในสำนักงานก็รวบรวมข้อมูล ตั้งแต่หมายเลขโทรศัพท์ของผู้ที่มาติดต่อจนถึงการเก็บเอกสารทุกอย่างของสำนักงาน ซึ่งข้อมูลส่วนนี้จะมีส่วนที่สัมพันธ์กันและเป็นที่ต้องการนำออกมาใช้ประโยชน์ต่อไปภายหลังข้อมูลนั้นอาจจะเกี่ยวกับบุคคล สิ่งของสถานที่หรือเหตุการณ์ใด ๆ ก็ได้ก็ได้ที่เราสนใจศึกษา หรืออาจได้มาจากการสังเกต การนับหรือการวัดก็เป็นได้ รวมทั้งข้อมูลที่เป็นตัวเลขข้อความ และรูปภาพต่าง ๆ ก็สามารถนำมาจัดเก็บเป็นฐานข้อมูลได้ และที่สำคัญข้อมูลทุกอย่างต้องมีความสัมพันธ์กันเพราะเราต้องการนำมาใช้ประโยชน์ต่อไปในอนาคต

ระบบฐานข้อมูล (Database System) หมายถึงการรวมตัวกันของฐานข้อมูลตั้งแต่ 2 ฐานข้อมูลเป็นต้นไปที่มีความสัมพันธ์กัน โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นการลดความซ้ำซ้อนของข้อมูลและทำให้การบำรุงรักษาตัวโปรแกรมง่ายมากขึ้น โดยผ่านระบบการจัดการฐานข้อมูล หรือเรียกว่า DBMS

2. องค์ประกอบของระบบฐานข้อมูล

ระบบฐานข้อมูลเป็นเพียงวิธีคิดในการประมวลผลรูปแบบหนึ่งเท่านั้น แต่การใช้ฐานข้อมูลจะต้องประกอบไปด้วยองค์ประกอบหลัก 1) แอปพลิเคชันฐานข้อมูล (Database Application) 2) ระบบจัดการฐานข้อมูล (Database Management System หรือ DBMS) 3) ดาต้าเบสเซิร์ฟเวอร์ (Database Server) 4) ข้อมูล (Data) และ 5) ผู้บริหารฐานข้อมูล (Database Administrator หรือ DBA)

3. การออกแบบฐานข้อมูล

การออกแบบฐานข้อมูล มีความสำคัญต่อการจัดการระบบฐานข้อมูล (DBMS) เนื่องจากข้อมูลที่อยู่ภายในฐานข้อมูลจะต้องศึกษาถึงความสัมพันธ์ของข้อมูล โครงสร้างของข้อมูล การเข้าถึงข้อมูลและกระบวนการที่โปรแกรมประยุกต์จะเรียกใช้ฐานข้อมูล รูปแบบโครงสร้างการจัดการฐานข้อมูลมีหลายรูปแบบด้วยกัน แต่ละรูปแบบต่างก็มีคุณสมบัติและโครงสร้างที่แตกต่างกัน สามารถแบ่งรูปแบบของ

แบบจำลองฐานข้อมูลเป็น 3 ประเภท ประกอบไปด้วยแบบจำลองฐานข้อมูลลำดับชั้น (Hierarchical Database model) แบบจำลองฐานข้อมูลเครือข่าย (Network Database Model) แบบจำลองฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relation Database Model) การออกแบบฐานข้อมูลโดยจัดข้อมูลให้อยู่ในรูปของตารางที่มีระบบคล้ายแฟ้ม โดยที่ข้อมูลแต่ละแถว (Row) ของตารางจะแทนเรคอร์ด (Record) ส่วนข้อมูลแนวดิ่งจะแทนคอลัมน์ (Column) เป็นขอบเขตของข้อมูล (Field) ซึ่งมีข้อดีคือ ความเป็นอิสระในโครงสร้าง หากมีการเปลี่ยนแปลงจะไม่ส่งผลกระทบต่อโปรแกรมที่ใช้งาน การเรียกดูข้อมูลสามารถเรียกใช้งานผ่านชุดคำสั่ง SQL ได้ง่าย และ DBMS ยุคใหม่ที่ใช้กันในปัจจุบัน ล้วนรองรับเทคโนโลยีฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ เฟรมเวิร์ค Bootstrap เป็นที่นิยมที่ช่วยให้การเขียนเว็บไซต์ด้วยภาษา PHP ทำได้ง่ายและรวดเร็ว โดยภายใน Bootstrap ได้เตรียมชุดของ CSS ที่ช่วยปรับแต่งหน้าเว็บเพจที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างง่าย เช่นปุ่ม ตาราง หน้าต่างโต้ตอบ นอกจากนั้นภายใน Bootstrap ยังมีไลบรารีต่าง ๆ ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาเว็บไซต์และ Bootstrap ยังถูกออกแบบมาให้รองรับการทำงานแบบ Responsive Web ทำให้การเขียนเว็บแค่ครั้งเดียวสามารถนำไปปรับเบราว์เซอร์ที่ทันสมัยได้ทั้งหมด อาทิ Chrome, Firefox, Internet Explorer 10+, Edge, Safari และ Opera สามารถแสดงผลได้ทั้งสมาร์ตโฟน แท็บเล็ต และพีซีทั่วไป โดยที่ไม่ต้องเขียนใหม่

แนวคิด วงจรการพัฒนากระบวน (System Development Life Cycle: SDLC)

เป็นกรอบแนวทางที่ใช้ในการพัฒนาและบริหารจัดการระบบสารสนเทศอย่างเป็นขั้นตอน โดยแบ่งออกเป็น 4 ระยะหลัก ได้แก่ (1) การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการ (2) การวิเคราะห์และออกแบบระบบ ซึ่งเป็นกระบวนการรวบรวมความต้องการของผู้ใช้และออกแบบโครงสร้างระบบ (3) การพัฒนาระบบ ซึ่งรวมถึงการเขียนโปรแกรม การทดสอบระบบ และการติดตั้งระบบ และ (4) การนำไปทดลองใช้และการประเมินผล ซึ่งเน้นการติดตามการใช้งานจริง แก้ไขข้อผิดพลาด และพัฒนาระบบให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น (George M. Marakas, 2001)

SDLC เป็นแนวทางสำคัญที่ช่วยให้การพัฒนาระบบมีโครงสร้างชัดเจน ลดความเสี่ยง และเพิ่มโอกาสในการประสบความสำเร็จของโครงการ โดยมุ่งเน้นให้ระบบสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้และสามารถปรับปรุงได้อย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้ SDLC ถือเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาซอฟต์แวร์และระบบสารสนเทศ ในองค์กรสมัยใหม่ที่ต้องการความแม่นยำและความน่าเชื่อถือสูง

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

เป็นแนวคิดทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการศึกษาพฤติกรรม การยอมรับและการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศของมนุษย์ โดย Davis (1989) ได้พัฒนาทฤษฎีขึ้นเพื่ออธิบายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีของผู้ใช้

โมเดล TAM ประกอบด้วยตัวแปรสำคัญ 2 ประการ ได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์ที่ได้รับจากเทคโนโลยี (Perceived Usefulness: PU) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน และการรับรู้ว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ซึ่งหมายถึงระดับความเชื่อของผู้ใช้ว่าเทคโนโลยีนั้นสามารถใช้งานได้โดยปราศจากความยุ่งยากซับซ้อน โดยตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กับทัศนคติและความตั้งใจในการใช้งานเทคโนโลยี (Behavioral Intention to Use: BI) ซึ่งนำไปสู่การใช้งานจริง (Actual System Use: AU)

การพัฒนาและขยายขอบเขตของทฤษฎี TAM มีการต่อยอดอย่างต่อเนื่อง โดย Venkatesh และ Davis (2000) ได้นำเสนอ TAM2 ซึ่งเพิ่มปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคม (Subjective Norms) และกระบวนการรับรู้ทางปัญญา (Cognitive Instrumental Processes) ต่อมา Venkatesh และคณะ (2003) ได้พัฒนาทฤษฎีรวมของการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) โดยผสมผสาน TAM กับปัจจัยด้านเงื่อนไขทางสังคมและองค์กร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำนายพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ทฤษฎี TAM ได้รับการนำไปประยุกต์ใช้อย่างแพร่หลายในการศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่หลากหลาย ทั้งในภาคธุรกิจและองค์กรสำหรับวิเคราะห์การ

ยอมรับระบบสารสนเทศ ภาคการศึกษาสำหรับศึกษาการใช้เทคโนโลยีการเรียนรู้แบบออนไลน์ และภาคบริการสุขภาพสำหรับวิเคราะห์การใช้ระบบบันทึกข้อมูลผู้ป่วยแบบอิเล็กทรอนิกส์ ความแพร่หลายในการนำทฤษฎีไปใช้สะท้อนให้เห็นถึงความน่าเชื่อถือและประสิทธิภาพของทฤษฎีในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทที่แตกต่างกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุกัญชลิกา บุญมาธรรม (2563) เรื่อง “การพัฒนาระบบฐานข้อมูลปัญหาและความต้องการของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษาอำเภอบ้านลาด” เป็นกรณีศึกษาที่ใช้แนวทางการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เชื่อมโยงข้อมูลจากชุมชนหลากหลายกลุ่ม และออกแบบระบบให้สามารถเข้าถึงและปรับปรุงข้อมูลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ระบบที่พัฒนาขึ้นเน้นความเรียบง่ายและความสะดวกในการใช้งาน ซึ่งผลการประเมินพบว่าผู้ใช้งานส่วนใหญ่มีความพึงพอใจในระดับสูง และระบบสามารถตอบสนองต่อปัญหาเฉพาะพื้นที่ได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาระบบของบทความนี้ ที่มุ่งเน้นการใช้งานจริงและความพึงพอใจของผู้ใช้เป็นสำคัญ

สกวิตรี วงษ์นุ่น (2558) ได้ทำการวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบฐานข้อมูลของที่ระลึก: กรณีศึกษาคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์” โดยมุ่งเน้นการลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล และออกแบบระบบให้มีความยืดหยุ่นต่อการสืบค้นข้อมูล ระบบที่พัฒนาใช้ฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ และรองรับการทำงานผ่านเว็บเบราว์เซอร์ ซึ่งช่วยให้เจ้าหน้าที่และผู้ใช้งานสามารถจัดการข้อมูลของที่ระลึกได้สะดวก รวดเร็ว และมีความถูกต้อง แม่นยำมากยิ่งขึ้น งานวิจัยนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของการออกแบบฐานข้อมูลที่มีประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลในระดับองค์กร

กฤษฎ์วัชร ประโยชน์พิบูลผล (2554) พัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ออนไลน์ของมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ โดยเน้นการสร้างเครือข่ายข้อมูลที่สามารถเผยแพร่กิจกรรม ข่าวสาร และข้อมูลที่เกี่ยวข้องได้อย่างรวดเร็ว การวิจัยนี้ใช้ SDLC เป็นแนวทางหลักในการพัฒนา และพิจารณาองค์ประกอบของระบบจากทั้งมุมมองผู้พัฒนาและผู้ใช้งานจริง ผลลัพธ์ของงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า ระบบที่พัฒนาอย่างมีแบบแผนตามกระบวนการ SDLC สามารถลดความซ้ำซ้อนของข้อมูล เพิ่มประสิทธิภาพในการ

เผยแพร่ข่าวสาร และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ใช้งานได้เป็นอย่างดี ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดในการพัฒนาระบบให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะขององค์กรต้นสังกัดได้อย่างตรงจุด

Venkatesh และ Davis (2000) ได้พัฒนาโมเดล TAM2 ซึ่งเป็นการขยายแนวคิดจาก TAM เดิม โดยเพิ่มปัจจัยด้านอิทธิพลทางสังคมและกระบวนการรับรู้ทางปัญญาเพื่ออธิบายพฤติกรรมการใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างครอบคลุมยิ่งขึ้น การศึกษาเหล่านี้ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการออกแบบระบบที่คำนึงถึงพฤติกรรมและความรู้สึกของผู้ใช้งานจริง ซึ่งมีผลโดยตรงต่อการยอมรับและการใช้งานระบบ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษา คือ ผู้ประกอบการ SMEs ที่เข้ามาใช้บริการผ่านระบบสารสนเทศของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ทั้ง 6 เขตพื้นที่ (เชียงใหม่ เชียงราย น่าน ตาก ลำปาง และพิษณุโลก)

เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามเชิงแบบสอบถามเชิงโครงสร้าง (Structured Questionnaire) ซึ่งออกแบบโดยอ้างอิงจาก Technology Acceptance Model (TAM) ของ Davis (1989) เพื่อประเมิน การยอมรับและการใช้งานระบบสารสนเทศ โดยแบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ 1) การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness - PU) 2) การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use - PEOU) 3) ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to Use - BI) และ 4) การใช้งานจริงของระบบ (Actual System Use - AU)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ใช้การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยคัดเลือกผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์ การใช้ระบบอย่างน้อย 1 ครั้ง

การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วยค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความถี่ และร้อยละ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ได้แก่ 1) การประเมินองค์ประกอบฯ ซึ่งเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scales) นำมาหาค่าพิสัย โดยใช้หลักเอาค่าสูงสุดลบค่าต่ำสุดและหารด้วยจำนวนช่วง (พิสัย = $5 - 1 = 4$, $4/5 = 0.80$) สำหรับการแปลผลการประเมินค่าเฉลี่ยในแบบสอบถาม ใช้เกณฑ์การแปลความหมายของคะแนนเฉลี่ย 5 ระดับ ดังนี้

ช่วงคะแนนเฉลี่ย	ความหมายของระดับความพึงพอใจ
4.21 – 5.00	มากที่สุด
3.41 – 4.20	มาก
2.61 – 3.40	ปานกลาง
1.81 – 2.60	น้อย
1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

การพัฒนาระบบ

ในการพัฒนาระบบ ผู้วิจัยได้นำแนวทาง System Development Life Cycle (SDLC) มาใช้เป็นกรอบดำเนินงาน โดยประกอบด้วยขั้นตอนสำคัญ ดังนี้

1. การศึกษาข้อมูลเบื้องต้น (Preliminary Investigation) ศึกษาปัญหาและความต้องการของผู้ใช้ผ่านการสัมภาษณ์และแบบสอบถามจากผู้ประกอบการ SMEs
2. การวิเคราะห์และออกแบบระบบ (System Analysis & Design) รวบรวมความต้องการของผู้ใช้และออกแบบระบบให้สามารถให้บริการคำปรึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงออกแบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Database)
3. การพัฒนาระบบ (System Development) เขียนโปรแกรมและพัฒนาเว็บไซต์ด้วยภาษา PHP และ Bootstrap Framework พร้อมทั้งทดสอบระบบในเบื้องต้นกับกลุ่มผู้ใช้
4. การนำไปทดลองใช้และประเมินผล (Implementation & Evaluation) ทดลองใช้ระบบกับกลุ่มเป้าหมาย SMEs และประเมินผลด้วยแบบสอบถามตามเพื่อวัดการรับรู้และความพึงพอใจในการใช้งาน

ผลการศึกษา

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์จำแนกตามการรับรู้ว่ารระบบมีประโยชน์

การรับรู้ว่ารระบบมีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. ระบบให้คำปรึกษาที่ได้รับมีประโยชน์ต่อการใช้งานของธุรกิจ	3.93	0.87	มาก
2. การขอรับคำปรึกษาผ่านระบบช่วยให้ผู้ใช้สามารถแก้ไขปัญหาทางธุรกิจของตนได้จริง	4.17	0.80	มาก
3. การใช้ระบบดังกล่าวช่วยลดระยะเวลาในการขอรับคำปรึกษา	4.06	0.81	มาก
4. สามารถเข้าถึงระบบได้สะดวกจากทุกที่ทุกเวลา	3.81	0.84	มาก
5. ระบบสามารถบันทึกประวัติการขอรับคำปรึกษาเพื่อใช้อ้างอิงในอนาคต	4.00	0.80	มาก
6. ท่านพึงพอใจกับความสะดวกในการนัดหมายกับที่ปรึกษา	3.82	0.97	มาก
รวม	3.96	0.85	มาก

จากตารางผลการวิเคราะห์การรับรู้ว่ารระบบมีประโยชน์ (Perceived Usefulness: PU) ซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละข้อโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ใช้มีมุมมองเชิงบวกต่อระบบโดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.85 แสดงให้เห็นว่ารระบบสามารถให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและช่วยแก้ไขปัญหาด้านธุรกิจได้จริง (ค่าเฉลี่ย 4.17, S.D.= 0.83) นอกจากนี้ผู้วิจัยเห็นว่า ระบบสามารถลดระยะเวลาในการนัดหมายในการขอรับคำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 4.06, S.D.= 0.81) และระบบสามารถบันทึกประวัติการขอรับคำปรึกษาเพื่อใช้อ้างอิงในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 4.00, S.D.= 0.80) ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม ประเด็นที่ยังต้องได้รับการพัฒนา ได้แก่ ความสะดวกในการนัดหมายกับที่ปรึกษา ซึ่งได้รับค่าเฉลี่ยต่ำสุด (3.82, S.D.= 0.97) บ่งชี้ว่าผู้ใช้งานบางกลุ่มยังพบความยุ่งยากในขั้นตอนการขอรับคำปรึกษา รวมถึงประเด็นด้านความสามารถเข้าถึงระบบได้สะดวกจากทุกที่ทุกเวลา (ค่าเฉลี่ย 3.81, S.D.= 0.84) ซึ่งอาจได้รับผลกระทบจากปัจจัยด้านอินเทอร์เน็ตหรือความคุ้นเคย

กับการใช้งานแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้น ควรมีการปรับปรุงในด้านการลดขั้นตอนการนัดหมายและเพิ่มช่องทางการเข้าถึงระบบให้มีความเสถียรและสะดวกมากยิ่งขึ้น เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในทุกกลุ่มธุรกิจได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์จำแนกตามการรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน

การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. ระบบมีการแสดงผลที่ใช้งานง่ายและเข้าใจได้ไม่ซับซ้อน	3.92	0.95	มาก
2. ขั้นตอนการลงทะเบียนและเข้าสู่ระบบมีความสะดวกและไม่ยุ่งยาก	3.97	0.91	มาก
3. ระบบมีการจัดวางเมนูและฟังก์ชันที่ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว	3.94	0.81	มาก
4. การกรอกข้อมูลและการส่งคำขอรับคำปรึกษาทำได้ง่ายและไม่ยุ่งยาก	3.97	0.91	มาก
5. ระบบสามารถใช้งานได้ดีบนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ	3.98	0.84	มาก
6. ระบบมีคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนการขอรับคำปรึกษา			
7. การเลือกประเภทของคำปรึกษาทำได้ง่ายและตรงกับความต้องการ	3.85	0.93	มาก
8. มีช่องทางให้ผู้สามารถติดตามผลหรือสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำปรึกษาที่ได้รับ	3.86	0.94	มาก
	4.02	0.84	มาก
รวม	3.96	0.89	มาก

จากตารางผลการวิเคราะห์การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) ซึ่งประเมินจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละข้อโดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ใช้มีระดับความพึงพอใจต่อความง่ายในการใช้งานของระบบอยู่ในระดับมาก โดยค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้ส่วนใหญ่มองว่าระบบสามารถใช้งานได้ง่ายและไม่ซับซ้อน โดยเฉพาะการแสดงผลที่เข้าใจง่าย (ค่าเฉลี่ย 3.92, S.D.= 0.95) และ

ความสะดวกของขั้นตอนการลงทะเบียนและเข้าสู่ระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.97, S.D.= 0.91) ซึ่งสะท้อนว่าระบบได้รับการออกแบบให้รองรับการใช้งานที่เป็นมิตรต่อผู้ใช้ นอกจากนี้ การรองรับการใช้งานได้สนับสนุนอุปกรณ์ที่แตกต่างกัน เช่น คอมพิวเตอร์ แท็บเล็ต โทรศัพท์มือถือ (ค่าเฉลี่ย 3.98, S.D.= 0.84) และช่องทางให้ผู้ใช้สามารถติดตามผลหรือสอบถามเพิ่มเติมเกี่ยวกับคำปรึกษาที่ได้รับ (ค่าเฉลี่ย 4.02, S.D.= 0.84) ได้รับคะแนนสูงสุด สะท้อนถึงศักยภาพของระบบในการให้บริการที่ต่อเนื่องและตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ยังต้องได้รับการพัฒนา ได้แก่ การจัดวางเมนูและฟังก์ชันที่ทำให้ผู้ใช้สามารถใช้งานได้อย่างรวดเร็ว (ค่าเฉลี่ย 3.94, S.D.= 0.81) และคำอธิบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนการขอรับคำปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.85, S.D.= 0.93) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้ใช้บางกลุ่มอาจต้องการให้มีการออกแบบอินเทอร์เฟซที่ใช้งานง่ายยิ่งขึ้น และลดความซับซ้อนของขั้นตอนการดำเนินงาน ดังนั้น การปรับปรุงการออกแบบระบบให้มีความชัดเจนและเข้าถึงได้ง่าย รวมถึงการเพิ่มเครื่องมือช่วยเหลือในการใช้งาน จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการใช้งานของผู้ใช้ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์จำแนกตามความตั้งใจในการใช้งาน

ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to Use: BI)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	แปลผล
1. มีแนวโน้มที่จะใช้ระบบต่อไปในอนาคตและแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน	3.93	0.95	มาก
2. ท่านพึงพอใจกับประสบการณ์ในการเข้าสู่ระบบและการใช้งานระบบ	3.94	0.94	มาก
3. ท่านพึงพอใจกับความสามารถของระบบในการรองรับความต้องการของผู้ใช้งานทุกประเภท	3.94	0.94	มาก
4. ท่านมีความตั้งใจที่จะใช้ระบบนี้อย่างต่อเนื่องในอนาคต	3.90	0.89	มาก
5. ท่านรู้สึกว่าการใช้ระบบนี้เป็นทางเลือกที่ดีสำหรับการขอรับคำปรึกษา	3.94	0.94	มาก
รวม	3.93	0.93	มาก

จากตารางผลการวิเคราะห์ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to Use: BI) ซึ่งพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละข้อ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ใช้มีแนวโน้มที่จะใช้งานระบบอย่างต่อเนื่องในอนาคตในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะ มีแนวโน้มที่จะใช้ระบบต่อไปในอนาคตและแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน (ค่าเฉลี่ย 3.93, S.D.= 0.95) และความพึงพอใจกับประสบการณ์ในการเข้าสู่ระบบและการใช้งานระบบ (ค่าเฉลี่ย 3.94, S.D.= 0.94) ซึ่งบ่งชี้ว่าผู้ใช้มีทัศนคติในเชิงบวกต่อการใช้งานระบบ นอกจากนี้ การรับรู้ว่าจะระบบสามารถของระบบในการรองรับความต้องการของผู้ใช้งานทุกประเภท (ค่าเฉลี่ย 3.94, S.D.= 0.94) ได้รับคะแนนสูงสะท้อนถึงความยืดหยุ่นของระบบในการให้บริการแก่ผู้ใช้ที่มีความต้องการที่แตกต่างกัน อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่ยังสามารถพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ ความตั้งใจของผู้ใช้ที่จะใช้ระบบนี้อย่างต่อเนื่องในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 3.90, S.D.= 0.89) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบางกลุ่มผู้ใช้นั้นมีข้อกังวลเกี่ยวกับความต่อเนื่องของการใช้บริการในระยะยาว ดังนั้นควรมีการส่งเสริมให้ผู้ใช้เกิดความเชื่อมั่นในระบบมากขึ้นผ่านการพัฒนาฟังก์ชันที่

ช่วยอำนวยความสะดวกและเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ เพื่อนำไปสู่การใช้งานที่ยั่งยืนและแพร่หลายมากขึ้นในอนาคต

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิเคราะห์จำแนกตามการใช้งานจริงของระบบ

การใช้งานจริงของระบบ (Actual System Use: AU)	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ระบบสามารถทำงานได้อย่างเสถียร ไม่เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง	4.12	0.79	มาก
2. ระบบสามารถแจ้งสถานะของคำขอรับคำปรึกษาได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที	3.80	0.99	มาก
3. การใช้ระบบดังกล่าวช่วยสนับสนุนการสื่อสารระหว่างที่ปรึกษาและผู้รับคำปรึกษามีความชัดเจนและเป็นมิตร	4.18	0.91	มาก
4. ระบบสามารถแจ้งเตือนหรืออัปเดตสถานะคำปรึกษาผ่านอีเมลหรือช่องทางอื่น ๆ	4.10	0.99	มาก
5. ท่านพึงพอใจกับความสะดวกในการนัดหมายกับที่ปรึกษา	3.82	0.97	มาก
รวม	4.00	0.93	มาก

จากตารางผลการวิเคราะห์การใช้งานจริงของระบบ (Actual System Use: AU) ซึ่งพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของแต่ละข้อ โดยรวมมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมาก พบว่าผู้ใช้สามารถใช้งานระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมอยู่ที่ 4.00 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 แสดงให้เห็นว่าระบบสามารถรองรับการใช้งานของผู้ใช้ได้เป็นอย่างดี โดยเฉพาะ ระบบสามารถทำงานได้อย่างเสถียร ไม่เกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้ง (ค่าเฉลี่ย 4.12, S.D.= 0.79) และระบบดังกล่าวช่วยสนับสนุนการสื่อสารระหว่างที่ปรึกษาและผู้รับคำปรึกษามีความชัดเจนและเป็นมิตร (ค่าเฉลี่ย 4.18, S.D.= 0.91) ซึ่งสะท้อนว่าผู้ใช้สามารถดำเนินงานผ่านระบบได้อย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม แจ้งสถานะของคำขอรับคำปรึกษาได้อย่างถูกต้องและทันท่วงที (ค่าเฉลี่ย 3.80, S.D.= 0.99) ได้รับคะแนนต่ำสุดในหมวดนี้ แสดงให้เห็นว่า ผู้ใช้บางกลุ่มอาจพบว่ายังมีความล่าช้าในการแจ้งเตือนสถานะของคำขอรับคำปรึกษา นอกจากนี้ ความพึงพอใจกับความสะดวกในการ

นัดหมายกับที่ปรึกษา (ค่าเฉลี่ย 3.82, S.D.= 0.97) ซึ่งบ่งชี้ถึงความจำเป็นในการปรับปรุงระบบนัดหมายให้มีความยืดหยุ่นและใช้งานได้ง่ายขึ้น ดังนั้น การพัฒนาระบบแจ้งเตือนสถานะคำขอให้มีความถูกต้องและทันท่วงที รวมถึงการเพิ่มความสะดวกในการนัดหมายคำปรึกษา จะช่วยให้การใช้งานระบบมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และส่งเสริมให้เกิดการใช้บริการอย่างต่อเนื่องในระยะยาว

ฐานข้อมูลธุรกิจ

Home > ฐานข้อมูลธุรกิจ

1. ข้อมูลพื้นฐานของผู้ประกอบการ

ชื่อบริษัท *

ประเภทของธุรกิจ *

รูปแบบการจดทะเบียน *

จำนวนหุ้น *

ผู้ถือหุ้น *

ปีงบประมาณ *

เลขที่บัตรประชาชน (ถ้ามี) *

เลขที่บัตรประชาชน (ถ้ามี) *

2. ข้อมูลการดำเนินงาน

ผลิตภัณฑ์หรือบริการ *

สถานที่ตั้งร้านค้า *

สถานะการดำเนินงาน *

ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share) *

การร่วมและลงทุนด้านการตลาด *

ตลาดเป้าหมาย (กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย) *

ห่วงโซ่อุปทาน (Supply Chain) *

การส่งเสริมการขาย *

3. ข้อมูลเกี่ยวกับพัฒนาและนวัตกรรม

การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ *

การมีสิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา *

4. ข้อมูลเชิงลึก (Detailed Data)

แหล่งข้อมูล *

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

5. ข้อมูลการสนับสนุนและความช่วยเหลือ

โครงการหรือแหล่งเงินทุนจากภายนอก *

การสนับสนุนจากรัฐบาล *

6. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่าย

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

7. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่าย

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

8. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่าย

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

9. ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับเครือข่าย

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

การเชื่อมโยงกับเครือข่าย *

ส่งข้อมูล

ภาพที่ 3 ภาพแสดงหน้าต่างการกรอกแบบฟอร์มข้อมูลธุรกิจ

ภาพที่ 4 ภาพแสดงหน้าต่างแบบคำขอรับบริการให้คำปรึกษาทางธุรกิจ

จากการศึกษาการพัฒนากระบวนการสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการ
การขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจและการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งาน สามารถ
สรุปผลการวิจัยให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ได้ ดังนี้

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการขอรับ คำปรึกษาทางธุรกิจ

ผลการศึกษาพบว่าระบบที่พัฒนาขึ้นสามารถรองรับการใช้งานของ
ผู้ประกอบการได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะในด้าน การรับรู้ว่ามีประโยชน์
(Perceived Usefulness: PU) ซึ่งได้รับค่าเฉลี่ย 3.96 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
0.85 แสดงให้เห็นว่าผู้รับรู้ว่าจะระบบสามารถให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ
และช่วยลดระยะเวลาในการดำเนินการได้จริง

อย่างไรก็ตาม ยังมีประเด็นที่ต้องได้รับการพัฒนา เช่น ความสะดวก
ในการนัดหมายและการเข้าถึงระบบ ซึ่งมีค่าเฉลี่ยต่ำกว่าหัวข้ออื่น ๆ (ค่าเฉลี่ย 3.92
และ 3.81 ตามลำดับ) แสดงให้เห็นว่าผู้ใช้งานกลุ่มยังพบข้อจำกัดในการใช้งาน โดยเฉพาะ
ด้านอินเทอร์เน็ตและความคุ้นเคยกับแพลตฟอร์มออนไลน์ ดังนั้น การพัฒนาอินเทอร์เน็ต
ให้ใช้งานง่ายขึ้น และเพิ่มช่องทางการเข้าถึงระบบที่มีความเสถียยิ่งขึ้น เป็นแนวทาง
ที่ควรดำเนินการต่อไป

2. การศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์ม ดิจิทัลสำหรับการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ

การวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้ใช้สะท้อนว่า โดยรวมผู้ใช้มีความ
พึงพอใจในระดับสูง โดยพิจารณาจากการรับรู้ว่าย่ต่อการใช้งาน (Perceived
Ease of Use: PEOU) ซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.94 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.89 แสดงว่า
ผู้ใช้งานใหญ่มองว่าจะระบบสามารถใช้งานได้ง่าย ไม่ซับซ้อน และรองรับการใช้งานผ่าน
อุปกรณ์ที่หลากหลาย นอกจากนี้ ความตั้งใจในการใช้งาน (Behavioral Intention to
Use: BI) มีค่าเฉลี่ย 3.93 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 0.93 สะท้อนว่า ผู้ใช้มีแนวโน้ม
จะใช้ระบบต่อไปในอนาคตและแนะนำให้ผู้อื่นใช้งาน อย่างไรก็ตาม พบว่า ผู้ใช้งาน
กลุ่มยังมีข้อกังวลเกี่ยวกับความต่อเนื่องของการใช้บริการในระยะยาว (ค่าเฉลี่ย
3.90 และ S.D.= 0.91) ดังนั้น ควรมีมาตรการเสริมสร้างความเชื่อมั่นผ่านการพัฒนา
ฟังก์ชันเพิ่มเติมที่ช่วยอำนวยความสะดวกให้แก่ผู้ใช้

อภิปรายผล

1. การพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ

ผลการพัฒนาระบบสารสนเทศบนแพลตฟอร์มดิจิทัลสำหรับการขอรับคำปรึกษาทางธุรกิจ พบว่าระบบสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้ใช้ได้ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการให้คำปรึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อธุรกิจและความสามารถในการบันทึกประวัติคำปรึกษาเพื่อการอ้างอิง สอดคล้องกับแนวคิดของ Davis (1989) เกี่ยวกับโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ที่ระบุว่า การรับรู้ประโยชน์ของระบบ (Perceived Usefulness) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยี นอกจากนี้ระบบยังมีเสถียรภาพสูง และสามารถรองรับการสื่อสารระหว่างผู้ใช้และที่ปรึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุกัญชลิกา บุญมาธรรม (2563) ที่พบว่าระบบฐานข้อมูลที่พัฒนาขึ้นได้รับการยอมรับในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านประสิทธิภาพการทำงานและความง่ายต่อการใช้งาน ซึ่งเป็นไปตามหลักการพัฒนาระบบสารสนเทศที่ดีที่ต้องคำนึงถึงความสะดวกและความน่าเชื่อถือของระบบ ในด้านการออกแบบและพัฒนาระบบ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดการออกแบบฐานข้อมูลเชิงสัมพันธ์ (Relational Database) มาประยุกต์ใช้ เพื่อให้ระบบมีความยืดหยุ่นในการจัดการข้อมูล ลดความซ้ำซ้อน และง่ายต่อการบำรุงรักษา ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีระบบฐานข้อมูลที่เน้นการจัดการข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ การพัฒนาระบบยังได้ใช้เทคโนโลยี Bootstrap Framework ที่รองรับการแสดงผลแบบ Responsive Web Design ทำให้ผู้ใช้สามารถเข้าถึงระบบได้จากหลากหลายอุปกรณ์

2. ความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ

ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้ใช้งานระบบ พบว่าผู้ใช้มีการรับรู้ประโยชน์ของระบบในระดับสูง และมีการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ซึ่งส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการใช้งานอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับทฤษฎี TAM ที่อธิบายว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและ

ใช้งานเทคโนโลยี ด้านการใช้งานจริง (Actual System Use) พบว่าอยู่ในระดับสูง สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จในการพัฒนาระบบที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ สอดคล้องกับงานวิจัยของกฤษฎิ์ ปรโยชน์พิบูลผล (2554) และสาวิตรี วงษ์นุ่น (2558) ที่พบว่าระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นตามหลักการออกแบบที่ดีจะได้รับการยอมรับและความพึงพอใจในระดับสูง อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังชี้ให้เห็นประเด็นที่ควรพัฒนาเพิ่มเติม ได้แก่ ระบบการแจ้งสถานะคำขอรับคำปรึกษา และความสะดวกในการนัดหมาย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาระบบแบบวงจร (System Development Life Cycle: SDLC) ที่เน้นการปรับปรุงระบบอย่างต่อเนื่องตามผลการประเมินและความต้องการของผู้ใช้ การพัฒนาในประเด็นดังกล่าวจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้บริการและส่งเสริมการใช้งานระบบอย่างต่อเนื่องในระยะยาว ทั้งนี้ ความสำเร็จในการพัฒนาระบบยังสอดคล้องกับแนวคิด Digital Transformation ที่มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาปรับใช้ในการดำเนินงานเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ในยุคดิจิทัล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้ประกอบการ SMEs ที่ต้องการการสนับสนุนด้านการให้คำปรึกษาทางธุรกิจผ่านช่องทางที่สะดวกและมีประสิทธิภาพ

ข้อค้นพบ / องค์ความรู้ใหม่

1. แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการให้คำปรึกษาธุรกิจ ระบบสารสนเทศที่พัฒนาขึ้นช่วย ลดระยะเวลาในการขอคำปรึกษา ทำให้ผู้ประกอบการ SMEs สามารถ เข้าถึงข้อมูลทางธุรกิจได้สะดวกขึ้นลดข้อจำกัด ด้านสถานที่และเวลา ผ่านช่องทางออนไลน์
2. การยอมรับเทคโนโลยีของ SMEs ขึ้นอยู่กับความสะดวกในการใช้งาน ปัจจัยที่ส่งผลต่อการใช้งานระบบ Perceived Usefulness (PU) ผู้ใช้รับรู้ว่าเป็นประโยชน์ต่อธุรกิจ Perceived Ease of Use (PEOU) ความง่าย ในการใช้งานช่วยเพิ่มอัตราการใช้ยอมรับ Behavioral Intention (BI) ความตั้งใจ ใช้งานต่อเนื่องขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของผู้ใช้
3. ปัญหาหลักที่พบในการใช้งานระบบ
 - 3.1 ผู้ใช้บางกลุ่ม (เช่น ผู้ประกอบการสูงอายุ เป็นต้น) ยังไม่คุ้นเคยกับ ระบบดิจิทัล
 - 3.2 การนัดหมายยังมีข้อจำกัด อาจต้องพัฒนาฟีเจอร์ช่วยเหลือ เช่น การแจ้งเตือนอัตโนมัติ เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยในครั้งนี้

1. ด้านการพัฒนาระบบ
ปรับปรุงระบบการแจ้งเตือนสถานะคำขอรับคำปรึกษาให้มีความรวดเร็ว และแม่นยำมากขึ้น ยังสามารถพัฒนาระบบการนัดหมายให้มีความยืดหยุ่นและ สะดวกต่อการใช้งานมากขึ้น เช่น การเพิ่มระบบเตือนความจำ หรือการยืนยันการ นัดหมายอัตโนมัติ และต่อ ยอดช่องทางการเข้าถึงระบบผ่านแอปพลิเคชันบนมือถือ
2. ด้านการให้บริการ
จัดทำคู่มือ และอบรมการใช้งานระบบ โดยใช้ภาพประกอบชัดเจนเพื่อ ง่ายต่อการใช้งาน และระบบช่วยเหลือออนไลน์ทันที (Live Chat) เพื่อช่วยแก้ปัญหา

เบื้องต้นสำหรับการใช้งานระบบ

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

1. ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการ SMEs ในแต่ละช่วงอายุ เพื่อนำมาพัฒนาระบบให้เหมาะสมกับผู้ใช้แต่ละกลุ่ม
2. ควรมีการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิภาพการให้คำปรึกษาหารหว่างรูปแบบออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อพัฒนาแนวทางการให้คำปรึกษาแบบผสมผสานที่เหมาะสม
3. ควรมีการวิจัยและพัฒนา ระบบปัญญาประดิษฐ์ (AI) สำหรับการให้คำปรึกษาเบื้องต้น เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ
4. ควรมีการศึกษาผลกระทบของการใช้ระบบที่มีต่อการพัฒนาธุรกิจของผู้ประกอบการในระยะยาว
5. ควรมีการศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบให้สามารถเชื่อมโยงกับฐานข้อมูลของหน่วยงานภาครัฐและเอกชนอื่น ๆ เพื่อการให้คำปรึกษาที่ครอบคลุมมากขึ้น

รายการอ้างอิง

- กฤษสุวัชร โประโยชน์พิบูลผล. (2554). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลสารสนเทศเพื่อการประชาสัมพันธ์บน เครือข่ายมหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. (สารนิพนธ์ ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- สาวิตรี วงษ์นุ่น. (2558). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลของที่ระลึก: กรณีศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตปัตตานี. วารสารคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, 11(2), 69.
- สุกัญชลิกา บุญมาธรรม. (2563). การพัฒนาระบบฐานข้อมูลปัญหาและความต้องการของชุมชนในจังหวัดเพชรบุรี กรณีศึกษาอำเภอบ้านลาด (บ้านลาดโมเดล). วารสารวิชาการนวัตกรรมการจัดการเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, 7(1), 51-62
- สุชาติ อรุณสวัสดิ์. (2561). ระบบฐานข้อมูลเบื้องต้น. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

Bank of Thailand. (2023). *SMEs and financial management challenges in Thailand*. <https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/seminars/economic-seminars/2548/22-apr-2548-paper-chaipat-smes-financial-access.pdf>

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, 13(3), 319-340.

Money & banking online. (2023). *Revealing the 3-year plan of the Thai Bankers Association Gears supporting sustainable economic growth*. <https://en.moneyandbanking.co.th/2023/73995/>

Office of Small and Medium Enterprises Promotion. (2022). *Annual report on SMEs in Thailand*. <https://www.sme.go.th/aboutus/AnnualReport>.

Quickerp Thailand. (2023). *The impact of digital platforms on business management in Thailand*. <https://quickerpthailand.com>

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, 46(2), 186-204.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly*, 27(3), 425-478.

พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ
สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

The Customer Behaviors and Customer Needs Affect on
The Service Intention of PEA VOLTA EV Charging Station

ปิยะวัฒน์ มณีเพชร¹ อีราวัฒน์ ชมระกา² และภาศิริ เขตปิยรัตน์³
Piyawat Maneephet¹ Irawat Chomraka² Pasiri Khetpiyarat³

สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ จังหวัดอุดรดิตถ์ 53000^{1,2,3}
Business Administration, Faculty of Management Science Uttaradit Rajabhat University,
Uttaradit 53000 Thailand^{1, 2, 3}

*Corresponding Author E-mail: piyawat.man@pea.co.th

(Received: March 24, 2025; Revised: April 16, 2025; Accepted: April 30, 2025)

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการและความตั้งใจใช้บริการ และศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการ ที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ประชากรคือ ผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย จำนวน 31,515 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตรคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง 395 ราย ได้มาโดยวิธีการสุ่มแบบ โควต้า เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 38 – 48 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,001 – 32,000 บาท และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ ส่วนใหญ่ชาร์จแบตเตอรี่เมื่อแบตเตอรี่ต่ำกว่า 25% ค่าใช้จ่ายในการชาร์จ 1,001-3,000 บาทต่อเดือน ใช้บริการสถานี

อัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เนื่องจากชาร์จเต็มเร็ว โดยหาข้อมูลจาก Google Search ประทับใจสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มากที่สุด ดัดสินใจใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้าด้วยตนเอง ใช้บริการเดือนละ 3-4 ครั้ง เนื่องจากราคาถูก ระดับความสำคัญของความต้องการและความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก พฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA คือ การชาร์จแบตเตอรี่ ค่าใช้จ่ายในการชาร์จ ช่องทางการหาข้อมูล สถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ประทับใจ และความถี่ในการใช้บริการ ที่ระดับนัยสำคัญ .05 ผลการวิเคราะห์ความต้องการที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA พบว่า ตัวแปรความต้องการสามารถพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการ ได้ร้อยละ 29.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70.30 เกิดจากปัจจัยอื่น และมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ในระดับปานกลางเท่ากับร้อยละ 54.50

คำสำคัญ: พฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ ความตั้งใจใช้บริการ สถานีอัดประจุไฟฟ้า

Abstract

This research aimed to study consumer behavior, needs, and intention to use, as well as the needs that affect the intention to use the PEA VOLTA charging station. The population is 31,515 electric car users in Thailand. The sample group was 395 people, selected by quota sampling. The statistics used to analyze this experiment were frequency, percentage, mean, standard deviation, one-way analysis of variance, and multiple regression analysis.

The results showed that the majority of respondents were male, aged between 38 and 48 years, held a bachelor's degree, had an average monthly income of 22,001–32,000 baht, and were employed as government officials or state enterprise employee, charged when the battery level was below 25%, with a monthly charging fee of 1001-3000

Thai baht. They used PEA VOLTA charging stations because they were fully charged within a short time. With researched data from Google Search, people are most satisfied with PEA VOLTA charging stations. They decided to go to the charging station by themselves. They used the service 3-4 times per month since it was cheap. The importance of needs and intention to use the PEA VOLTA charging station was high. The results of the hypothesis testing at the 0.05 significance level found that consumer behaviors that affected the intention to use PEA VOLTA charging stations were battery charging, charging cost, information search channels, and impressive charging stations; furthermore, the frequency of using the service. The results of the multiple regression analysis at the 0.05 significance level found that demand can predict the intention to use the service by 29.7 percent.

Keywords: Consumer Behavior, Customer Need, Intention, Charging Stations

บทนำ

ปัจจุบันภาวะโลกร้อนมีสาเหตุหลักมาจากปัญหาการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก เช่น ก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ ขณะเดียวกันปัญหามลภาวะทางอากาศของฝุ่น PM 2.5 ในเมืองใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิตของผู้คน ปัญหาเหล่านี้จำเป็นต้องเร่งดำเนินการแก้ไข หลายประเทศทั่วโลก รวมถึงประเทศไทย ได้ให้ความสำคัญกับการลดก๊าซเรือนกระจก โดยส่วนหนึ่งคือ ส่งเสริมการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (Electric Vehicle; EV) ประเทศไทยมีแผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2558-2579 คาดการณ์ว่าในปี 2579 จำนวนยานยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทยจะมีถึง 1.2 ล้านคัน (Green Network, ออนไลน์, 2018)

ยานยนต์ไฟฟ้าในยุคปัจจุบันมีสมรรถนะนำใช้งานกว่ายานยนต์เครื่องยนต์สันดาปในทุกมิติ และยังมีราคาที่ถูกลงและตัวเลือกที่หลากหลายมากขึ้น แต่ปัญหา

อย่างเดียวที่ทำให้ผู้ใช้งานขาดความมั่นใจ คือถ้าต้องใช้งานจริงเดินทางในประเทศไทย จะเติมพลังงานได้ที่ไหน PEA VOLTA คือคำตอบสำหรับผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้าแบบครบวงจร โดยมีฟังก์ชันเพื่ออำนวยความสะดวก เช่น ระบบแผนที่นำทางไปยังสถานีอัดประจุไฟฟ้าในโครงข่ายของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) ผู้ใช้สามารถบริหารจัดการการอัดประจุไฟฟ้า ทั้งการเติมเงิน สั่งงานเครื่องอัดประจุ และการชำระค่าบริการได้อย่างรวดเร็ว ซึ่ง PEA จะพัฒนาฟังก์ชันต่าง ๆ ให้ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้าให้มากขึ้นต่อไป (ลิขมา พุ่มอิม, ออนไลน์, 2564)

เกรท วอลล์ มอเตอร์ ร่วมกับศูนย์สำรวจความคิดเห็น “นิต้าโพล” สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์ (นิด้า) สำรวจความคิดเห็นและพฤติกรรมผู้ใช้รถยนต์ของคนไทย 1,000 คน จากทั่วประเทศในเดือนธันวาคม 2564 พบว่าคนไทยให้ความสนใจเลือกซื้อรถยนต์พลังงานทางเลือกใหม่มากขึ้นกว่าปีก่อนอย่างมีนัยสำคัญ โดยในปี 2566 แนวโน้มการใช้รถยนต์ไฟฟ้า หรือรถยนต์อีวี เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (MReport, ออนไลน์, 2565) โดยนายสุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์ รองประธานและโฆษกกลุ่มอุตสาหกรรมยานยนต์ สภาอุตสาหกรรมแห่งประเทศไทย (ส.อ.ท.) ได้ออกมาเปิดเผยยอดจดทะเบียนยานยนต์ไฟฟ้าป้ายแดงประเภท BEV ในเดือน พ.ค. 2566 มีการจดทะเบียนใหม่จำนวน 7,132 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 355.14% ซึ่งเป็นการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และในช่วง 5 เดือน (ม.ค.-พ.ค.) ของปี 2566 มียานยนต์ประเภท BEV จดทะเบียนใหม่สะสมมีจำนวน 33,365 คัน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 485.15% โดยยอดจดทะเบียนสะสมในรถยนต์ประเภทนี้ ณ วันที่ 31 พ.ค.66 มีจำนวนทั้งสิ้น 65,333 คัน เพิ่มขึ้นจากปีที่แล้ว 283.72% สะท้อนให้เห็นว่าความต้องการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้า โดยเฉพาะ BEV หรือที่เป็น EV 100% นั้นเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (ไทยโพสต์, ออนไลน์, 2566)

จากสถิติการใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทย พบว่า มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกปี ด้วยเหตุนี้ทางหน่วยงานต่าง ๆ จึงได้มีการเร่งติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้าตามที่สาธารณะ เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งานยานยนต์ไฟฟ้าอย่างไรก็ดี จากลักษณะของการติดตั้งสถานีอัดประจุไฟฟ้าตามสถานที่สาธารณะพบว่า มีการกระจุกตัวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล จากนั้นจึงมีการกระจายออกไปตามเมืองใหญ่ที่มีกำลังซื้อและขยายไปสู่เส้นทางหลักเพื่อรองรับการเดินทางระยะไกล แต่ก็ยังไม่เพียงพอ และ

เมื่อมีการติดตั้งสถานีอัดประจุเพิ่มมากขึ้น ก็จะส่งผลกระทบต่อระบบโครงข่ายไฟฟ้าของประเทศ ทำให้การไฟฟ้าส่วนภูมิภาคต้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการเกี่ยวกับสถานีอัดประจุไฟฟ้า

ในปี 2566 ผู้ว่าการการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค เปิดบริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ด้วยเครื่องอัดประจุไฟฟ้ากระแสตรงขนาด 25 kW ที่ PEA คิดค้นพัฒนาในชื่อ VOLTA DC25 ซึ่งในปี 2565 เปิดให้บริการแล้วจำนวน 29 สถานี และจะทยอยเปิดให้บริการครบจำนวน 50 สถานี ภายในปี 2566 นอกจากนี้ PEA มีแผนเปิดให้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพิ่มอีกจำนวน 190 สถานี จะทำให้มีสถานีอัดประจุไฟฟ้าของ PEA บนเส้นทางหลักและเส้นทางรอง รวมถึงแหล่งท่องเที่ยวสำคัญ จำนวน 313 สถานี ครอบคลุมพื้นที่ 75 จังหวัดทั่วประเทศ

สำหรับสถานีอัดประจุไฟฟ้าในปัจจุบันมีหลายองค์กรภาครัฐที่ดำเนินการแข่งขันกัน เช่น สถานีอัดประจุไฟฟ้า การไฟฟ้านครหลวง MEA สถานีอัดประจุไฟฟ้า EV Station ปตท. (PTT) สถานีอัดประจุไฟฟ้า การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (PEA) สถานีอัดประจุไฟฟ้า การไฟฟ้าฝ่ายผลิต (EGAT) สถานีอัดประจุไฟฟ้า EA Anywhere หรือ บ.พลังงานบริสุทธิ์ เป็นต้น อย่างไรก็ตามการขยายตัวของสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ตามสถานที่ต่าง ๆ นั้น ต้องการตอบสนองความต้องการของลูกค้าทั้งกลุ่มครอบครัว นักธุรกิจ และนักท่องเที่ยวให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ด้วยสถานการณ์การแข่งขันดังกล่าว ทำให้จำนวนผู้ใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มีความผันผวน อาจเนื่องจากผู้ใช้บริการเกิดความลังเล หรือไปทดลองใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้าจากผู้ประกอบการรายใหม่ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษา พฤติกรรมผู้บริโภคและความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์ และนำข้อมูลที่ได้ไปนำเสนอให้กับผู้บริหารพิจารณาปรับปรุง เพิ่มเติม การให้บริการของสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ให้มีประสิทธิภาพ และทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความพึงพอใจสูงสุด

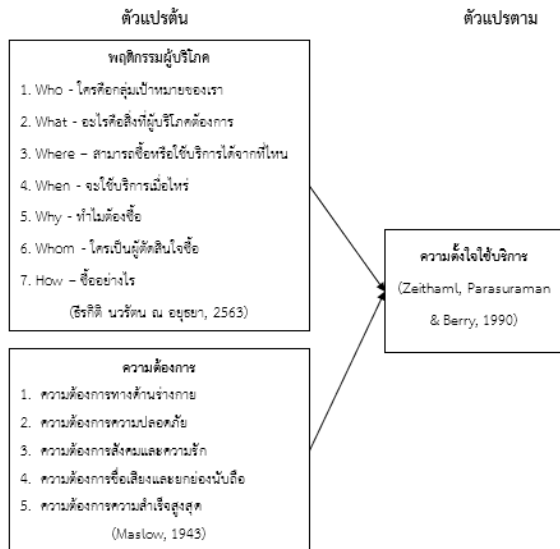
วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ และความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA
2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA
3. เพื่อศึกษาความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

สมมติฐาน

1. พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA แตกต่างกัน
2. ความต้องการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค

ธีรนิติ นวรัตน์ ณ อยุธยา (2563) กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยการค้นหาหรือวิจัย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรมการซื้อ/การใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ดังนี้ 1. ใครบ้างอยู่ในตลาดเป้าหมาย (Who is in the market?) คำถามเพื่อให้ทราบถึงลักษณะของกลุ่มเป้าหมาย 2. ผู้บริโภคต้องการซื้ออะไร (What does the customer buy?) คำถามเพื่อให้ทราบถึงสิ่งที่ผู้บริโภคต้องการซื้อ 3. ทำไมผู้บริโภคจึงได้ตัดสินใจซื้อ

(Why does the customer buy?) คำถามที่ต้องการทราบวัตถุประสงค์ในการซื้อ
4. ใครบ้างมีส่วนร่วมในการตัดสินใจซื้อ (Who participate in the buying?)
คำถามเพื่อต้องการทราบถึงบทบาทของกลุ่มต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
ของผู้บริโภค 5. ผู้บริโภคซื้อเมื่อใด (When does the customer buy?) คำถาม
เพื่อต้องการทราบถึงโอกาสในการซื้อ 6. ผู้บริโภคซื้อที่ไหน (Where does the
customer buy?) คำถามเพื่อต้องการทราบถึงช่องทางหรือแหล่งที่ผู้บริโภคซื้อ
7. ผู้บริโภคซื้ออย่างไร (How does the customer buy?) คำถามเพื่อต้องการทราบถึง
ขั้นตอนในการตัดสินใจซื้อ

ทฤษฎีความต้องการ

Maslow (1943) ได้จำแนกความต้องการของมนุษย์เป็น 5 ชั้น ดังนี้

1. ความต้องการด้านสรีระ (Physiological Needs) เป็นความต้องการทางด้านร่างกายของมนุษย์ซึ่งจำเป็นสำหรับการดำรงชีวิต ความต้องการเหล่านี้ได้แก่ อากาศ น้ำ เครื่องนุ่งห่ม ยารักษาโรค และที่อยู่อาศัย มนุษย์จะมีความต้องการในลำดับถัดไปเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว
2. ความต้องการความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความปลอดภัยเกิดขึ้นเมื่อความต้องการด้านสรีระได้รับการตอบสนองแล้ว ความปลอดภัยดังกล่าวมี 2 รูปแบบคือ ความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกาย และความมั่นคงด้านเศรษฐกิจ ซึ่งความต้องการความปลอดภัยด้านร่างกายได้แก่ การมีความปลอดภัยในชีวิต การมีสุขภาพดี ส่วนความมั่นคงทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ การมีอาชีพการงานที่มั่นคง
3. ความต้องการทางสังคม (Social Needs) หมายถึง ความต้องการที่เกี่ยวข้องกับการมีปฏิสัมพันธ์และเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มหรือสังคม เช่น มิตรภาพ การมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และความรักจากผู้อื่น
4. ความต้องการการยกย่องนับถือ (Esteem Needs) หมายถึงความต้องการที่จะได้รับความยอมรับนับถือจากผู้อื่น การมีตำแหน่งและเกียรติยศ และการมีสถานภาพทางสังคม
5. ความต้องการบรรลุถึงความสำเร็จแห่งตน (Self-Actualization Needs) หมายถึงความต้องการที่พัฒนาศักยภาพของตนไปสู่จุดสูงสุด การได้ทำงานที่ท้าทาย และการประสบความสำเร็จในสิ่งที่ทำให้ตนเองรู้สึกว่าได้บรรลุถึงจุดสูงสุดของชีวิต

แนวคิดความตั้งใจใช้บริการ

Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึงการใช้บริการดังกล่าวเป็นลำดับแรก และกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อเป็นสิ่งที่ทำให้เห็นถึงความจงรักภักดี และความจงรักภักดี มีองค์ประกอบ 4 มิติ คือ 1. ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการนั้น ๆ ในลำดับแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ 2. พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) คือ สิ่งที่ผู้บริโภคกล่าวแต่เรื่องดีเกี่ยวกับการบริการ รวมถึงทำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ ซึ่งนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้บริโภคได้ 3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ ผู้บริโภคไม่มีปัญหาในขณะที่ผู้ให้บริการขึ้นราคา ซึ่งผู้บริโภคสามารถยอมรับในราคาที่อาจจะมากกว่าธุรกิจอื่น หากการให้บริการนั้นสามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ 4. พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) คือ ผู้บริโภคร้องเรียนในกรณีที่มีปัญหา ซึ่งอาจร้องเรียนโดยตรงกับผู้ให้บริการ หรือร้องเรียนไปยังส่วนอื่น ๆ ซึ่งเป็นการวัดปัญหาที่เกิดขึ้น

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยใช้แนวคิดพฤติกรรมผู้บริโภค ของธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ ออยุธยา (2563) แนวคิดความต้องการของ Maslow (1943) และแนวคิดความตั้งใจใช้บริการของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ดังแสดงในกรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ผู้ที่ใช้รถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย จำนวน 31,515 คน (กรมการขนส่งทางบก, 2566) โดยกำหนดขนาดตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ Taro Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง 395 คน สุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบโควตา คือการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากภาคต่าง ๆ ของประเทศ จากกลุ่มตัวอย่างทั้งหมดที่คำนวณได้คือ 395 ราย และเมื่อพิจารณาตามสัดส่วนของยอดจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้าใหม่ครึ่งปีแรกของปี 2566 โดยแบ่งพื้นที่

แต่ละภาค และแยกกรุงเทพมหานครออกจากภาคกลาง เนื่องจากเป็นจังหวัดที่มีการจดทะเบียนสูงสุด และนำมาคำนวณสัดส่วนในการเก็บตัวอย่าง (ตารางที่ 1) และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูลในแต่ละภาค

ตารางที่ 1 แสดงการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ภาค	จำนวนการจดทะเบียน (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (ราย)
กรุงเทพมหานคร	23,419	293
ภาคเหนือ	2,217	28
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	1,982	25
ภาคใต้	1,792	22
ภาคตะวันออก	1,499	19
ภาคตะวันตก	404	5
ภาคกลาง	202	3
รวม	31,515	395

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยและคุณภาพของเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และอาชีพ เป็นคำถามปลายปิด ซึ่งเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 พฤติกรรมผู้บริโภค โดยประยุกต์ใช้จากแนวคำถาม 6W1H ได้แก่ Who What Why When Where Whom และ How ซึ่งเป็นข้อคำถามปลายปิด และเป็นข้อคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 3 ความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ประกอบด้วย ความต้องการทางด้านร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการสังคมและความรัก ความต้องการชื่อเสียงและยกย่องนับถือ และความต้องการความสำเร็จสูงสุด ส่วนที่ 4 ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ประกอบด้วย ความตั้งใจซื้อ พฤติกรรมการบอกต่อ ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา และพฤติกรรมการร้องเรียน ซึ่งส่วนที่ 3 และ 4 เป็นข้อคำถามแบบมาตรวัด

แบบลิเคิร์ต (Likert Scale) 5 ระดับ จัดเป็นการวัดข้อมูลประเภทอันดับ (Interval Scale) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่านตรวจสอบความเที่ยงตรงในเชิงเนื้อหา โดยคำถามแต่ละข้อจะต้องมีค่า IOC เท่ากับหรือมากกว่า 0.67 จึงจะถือว่าข้อคำถามนั้นใช้ได้ (วุฒิ สุขเจริญ, 2562) ซึ่งได้คะแนนค่าความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 และนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบคุณภาพแบบสอบถามโดยการวิเคราะห์ค่าความเที่ยง (Reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) โดยจะต้องมีค่าตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป จึงถือว่ามีความเชื่อมั่นในการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล (ธานินทร์ ศิลป์จารุ, 2563) และพบว่าแบบสอบถามครั้งนี้ มีค่าเท่ากับ 0.942

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม และแบบสอบถามออนไลน์ โดยผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับผู้ใช้รถในประเทศไทยในช่วงเดือนมกราคม และกุมภาพันธ์ 2567 และส่ง link ของแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ผ่านทางช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ ประกอบด้วย Line และ Facebook ของลูกค้า โดยอาศัยเครือข่ายความร่วมมือจากพันธมิตรในการไฟฟ้าส่วนภูมิภาคทุกภาค เพื่อให้เกิดการกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างทั่วประเทศให้ได้มากที่สุด

การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยมีกระบวนการดังนี้

1. การตรวจสอบข้อมูล (Editing) ผู้วิจัยตรวจสอบความสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามและทำการแยกแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์ออก
2. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์มาลงรหัสเพื่อประมวลผลด้วยโปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์เพื่อหาค่าต่าง ๆ ดังนี้ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยการหาค่าความถี่ ร้อยละ คะแนนเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย และวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อทดสอบสมมติฐานโดยใช้สถิติ One - Way ANOVA เพื่อวิเคราะห์ความแตกต่างของพฤติกรรมกับความต้องการใช้บริการ และวิเคราะห์ความต้องการที่มีผลต่อความ

ตั้งใจใช้บริการ โดยการใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยใช้วิธีการวิเคราะห์แบบ Simple Regression Analysis

ผลการวิจัย

ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุ 38 – 48 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 22,001 – 32,000 บาท และประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ

พฤติกรรมผู้บริโภค ในการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชาร์จแบตเตอรี่เมื่อแบตเตอรี่เหลือต่ำกว่า 25% มีค่าใช้จ่ายในการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าต่อเดือน 1,001-3,000 บาท หาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าจากช่องทาง Google Search เคยใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เนื่องจากชาร์จเต็มเร็ว ประทับใจสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มากที่สุด เลือกใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เนื่องจากราคาถูก ตัดสินใจเลือกใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ด้วยตนเอง และใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เดือนละ 3-4 ครั้ง

ความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

ตารางที่ 2 ความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

ความต้องการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะต้องการชาร์จรถไฟฟ้าให้สามารถใช้การได้	4.47	0.63	มาก
เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ	4.43	0.63	มาก
เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ใช้บริการ	4.00	1.00	มาก
เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกว่าเป็นสถานที่ได้รับการยอมรับว่าดี	4.32	0.71	มาก
เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะเป็นสถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ดีที่สุด	4.38	0.70	มาก
รวม	4.32	0.54	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่าการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นว่าความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA อยู่ในระดับมากทุก ๆ เรื่อง คือ เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะต้องการชาร์จรถไฟฟ้าให้สามารถใช้การได้ เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะเป็นสถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ดีที่สุด เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกว่าเป็นสถานที่ได้รับการยอมรับว่าดี และเลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ใช้บริการ ตามลำดับ

ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

ตารางที่ 3 ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

ความตั้งใจใช้บริการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
ด้านความตั้งใจ	4.26	0.64	มาก
ด้านพฤติกรรมการบอกต่อ	4.26	0.64	มาก
ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา	4.06	0.68	มาก
ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน	3.84	0.86	มาก
รวม	4.32	0.54	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ด้านความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ของผู้ตอบแบบสอบถามในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความตั้งใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกด้าน คือ ด้านความตั้งใจ และด้านพฤติกรรมการบอกต่อ ด้านความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคา และด้านพฤติกรรมการร้องเรียน ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA แตกต่างกัน

ตารางที่ 4 แสดงการทดสอบสมมติฐานที่ 1

พฤติกรรมผู้บริโภค	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig
การชาร์จแบตเตอรี่					
ระหว่างกลุ่ม	82.852	64	1.295	2.842	.000
ภายในกลุ่ม	150.322	330	.456		
รวม	233.175	394			
ค่าใช้จ่ายในการชาร์จต่อเดือน					
ระหว่างกลุ่ม	65.454	64	1.023	2.486	.000
ภายในกลุ่ม	135.746	330	.411		
รวม	201.200	394			
ช่องทางในการหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	49.270	64	.770	2.366	.000
ภายในกลุ่ม	107.398	330	.325		
รวม	156.668	394			
สถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ประทับใจ					
ระหว่างกลุ่ม	338.485	64	5.289	3.218	.000
ภายในกลุ่ม	542.310	330	1.643		
รวม	880.795	394			
ความถี่ในการใช้บริการ					
ระหว่างกลุ่ม	100.723	67	1.574	5.154	.000
ภายในกลุ่ม	100.761	330	.305		
รวม	201.484	394			มาก

ระดับนัยสำคัญที่ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์โดย One-Way ANOVA พบว่า การชาร์จแบตเตอรี่ ค่าใช้จ่ายในการชาร์จต่อเดือน ช่องทางในการหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ประทับใจ และความถี่ในการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มีค่า $p\text{-value} = .000$ ทุกตัว ซึ่งน้อยกว่า .05 หมายความว่าพฤติกรรมผู้บริโภคที่แตกต่างกันทำให้ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA แตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ความต้องการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Simple Regression Analysis) ของความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มีเกณฑ์ในการตรวจสอบก่อนการวิเคราะห์ Regression ดังนี้

การแจกแจงของค่าคลาดเคลื่อนมีการกระจายตัวแบบปกติ การทดสอบความแปรปรวนของค่าคลาดเคลื่อนมีลักษณะแบบสุ่มและมีความสมดุล การทดสอบความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน เท่ากับ 1.749 (Durbin Watson ต้องมีค่าอยู่ระหว่าง 1.5 - 2.5)

การทดสอบตัวแปรต้นมีความสัมพันธ์กันเองโดยพิจารณาจากค่า Tolerance ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.10 ค่า VIF ของตัวแปร มีค่าเท่ากับ 1.000 ซึ่งมีค่าน้อยกว่า 10 แสดงว่า ตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน แต่ไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้นของการใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยที่กำหนดค่า Tolerance ต้องมีค่ามากกว่า 0.10 สำหรับค่า VIF ต้องน้อยกว่า 10 (Vanichbuncha, 2007, p.84) ค่า R มีค่า 0.545 แปลว่าตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ตัวแปรทุกตัวเป็นตัวแปรที่มีระดับการวัดเป็นแบบช่วง (Interval) และมีการแจกแจงแบบปกติจึงทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณตามขั้นตอนต่อไป

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุของความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

ตัวแปรอิสระ (ความต้องการ)	ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA					
	B	SE	Beta	t	p-value	Collinearity Statistics
						Tolerance VIF
ค่าคงที่ (Constant)	2.057	.160		12.859	.000*	
ความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA (X)	.474	.037	.545	12.893	.000*	1000 1.000
SE = 0.39544, F = 166.228, Adj R ² = 0.295, R ² = 0.297, R = 0.545						

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุพบว่า ตัวแปรความต้องการสามารถพยากรณ์ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ได้ร้อยละ 29.7 ($R^2 = 0.297$) ส่วนที่เหลืออีกร้อยละ 70.30 เกิดจากปัจจัยอื่น อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีระดับค่าความสัมพันธ์ในระดับปานกลางเท่ากับร้อยละ 54.50 ($R = .545$) โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ .395 ค่า Tolerance เท่ากับ 1.000 และ ค่า VIF เท่ากับ 1.000

จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคุณพบว่า สามารถเขียนเป็นสมการการถดถอยจากคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$Y = 2.057 + .545(X)$$

เมื่อ Y หมายถึง ความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

X หมายถึง ความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความต้องการ และความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA

การศึกษากฎพฤติกรรมผู้บริโภค พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ชาร์จแบตเตอรี่เมื่อแบตเตอรี่เหลือต่ำกว่า 25% มีค่าใช้จ่ายในการชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าต่อเดือน 1,001-3,000 บาท หาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าจากช่องทาง Google Search เคยใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เนื่องจากชาร์จเต็มเร็ว ประทับใจสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA มากที่สุด เลือกใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เนื่องจากราคาถูก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นัดหมื่นธวัชเรืองสกุล (2566) พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าที่อยู่ในสถานีบริการน้ำมัน ลำดับแรกคือ ราคาชาร์จรถยนต์ไฟฟ้า และการวิจัยยังพบว่าตัดสินใจเลือกใช้สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ด้วยตนเอง และใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เดือนละ 3 - 4 ครั้ง ซึ่งพฤติกรรมผู้บริโภคนี้เป็นไปตามแนวคิดของธีรกิติ นวรรัตน์ ณ อยุธยา (2563) ที่กล่าวว่า การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคด้วยการค้นหาหรือวิจัย เพื่อให้ทราบถึงลักษณะความต้องการและพฤติกรรม การซื้อ/การใช้ของผู้บริโภค คำตอบที่ได้จะช่วยให้สามารถจัดกลยุทธ์การตลาดที่สามารถตอบสนองความพึงพอใจของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ซึ่งประกอบด้วย Who What Why Whom When Where How

ระดับความต้องการ ผู้ตอบแบบสอบถามมีความต้องการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA อยู่ในระดับมากทุก ๆ เรื่อง โดยความต้องการมากที่สุดคือ เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะต้องการชาร์จรถไฟฟ้าให้สามารถใช้การได้ รองลงมาคือ เลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ ซึ่งสองลำดับแรกสอดคล้องกับทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นของ Maslow (1943) โดยมนุษย์จะมีความต้องการขั้นพื้นฐานหรือสิ่งที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตเป็นลำดับแรก ถัดมาคือ ความต้องการความปลอดภัยเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

ความตั้งใจใช้บริการของผู้ตอบแบบสอบถามอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเฉพาะด้านความตั้งใจ รองลงมาคือ ด้านพฤติกรรมกรรมการบอกต่อ ด้านความอ่อนไหว ต่อปัจจัยราคา และด้านพฤติกรรมกรรมการร้องเรียน ซึ่งเป็นไปตามแนวคิดของ Zeithaml, Parasuraman & Berry (1990) ที่ได้อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อเป็นการแสดงถึง การใช้บริการดังกล่าวเป็นลำดับแรก และกล่าวได้ว่าความตั้งใจซื้อเป็นสิ่งที่ทำให้ เห็นถึงความจงรักภักดี และความจงรักภักดี มีองค์ประกอบ 4 มิติ คือ ความตั้งใจซื้อ (Purchase Intention) คือ การที่ผู้บริโภคเลือกใช้บริการนั้น ๆ ในลำดับแรก ซึ่งสิ่งนี้สามารถสะท้อนถึงพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคได้ 2. พฤติกรรมการบอกต่อ (Word of Mouth Communications) คือ สิ่งที่ผู้บริโภคกล่าวแต่เรื่องดีเกี่ยวกับการ บริการ รวมถึงทำให้บุคคลอื่นมาใช้บริการ ซึ่งนำมาวิเคราะห์ความจงรักภักดีของ ผู้บริโภคได้ 3. ความอ่อนไหวต่อปัจจัยด้านราคา (Price Sensitivity) คือ ผู้บริโภค ไม่มีปัญหาในขณะให้ผู้ให้บริการขึ้นราคา ซึ่งผู้บริโภคสามารถยอมรับในราคาที่อาจ จะมากกว่าธุรกิจอื่น หากการให้บริการนั้นสามารถทำให้ผู้บริโภครู้สึกพึงพอใจ และ 4. พฤติกรรมการร้องเรียน (Complaining Behavior) คือ ผู้บริโภคร้องเรียนใน กรณีที่มีปัญหา ซึ่งอาจร้องเรียนโดยตรงกับผู้ให้บริการ หรือร้องเรียนไปยังส่วนอื่น ๆ ซึ่งเป็นการวัดปัญหาที่เกิดขึ้น

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ สถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความ แปรปรวนทางเดียวที่ระดับนัยสำคัญ .05 พบว่า พฤติกรรมผู้บริโภคที่ทำให้ความตั้งใจ ใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA แตกต่างกัน คือ 1. การชาร์จแบตเตอรี่ ซึ่งรถไฟฟ้าที่ชาร์จแบตเตอรี่จะไม่สร้างมลพิษให้กับอากาศ เป็นหนึ่งในตัวช่วยที่ทำให้ อากาศสะอาดขึ้น ช่วยลดภาวะโลกร้อน ประหยัดค่าใช้จ่าย 2. ค่าใช้จ่ายในการชาร์จ รถยนต์ไฟฟ้าต่อเดือน 3. ช่องทางในการหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการ 4. สถานีอัด ประจุไฟฟ้าที่ประทับใจ และ 5. ความถี่ในการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุนิรัตน์ ปิ่นตุรงค์ (2563) ที่พบว่าความตั้งใจซื้อ ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 นั้นหมายความว่าพฤติกรรมการซื้อที่แตกต่างกันทำให้ความตั้งใจซื้อแตกต่างกันด้วย

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานียัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุพบว่า มีตัวแปรความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานียัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของอารียา ชินวงศ์ (2565) เรื่อง การศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการ แพลตฟอร์ม PEA VOLTA ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) ที่พบว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการใช้บริการ ได้แก่ การยอมรับทางด้านราคา ด้านประโยชน์ที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยี และบรรทัดฐานทางสังคม ซึ่งบรรทัดฐานทางสังคม มีความเกี่ยวเนื่องกับตัวแปรความต้องการของการวิจัยคือ ความต้องการได้รับการยอมรับ คือ การเลือกใช้บริการสถานียัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะเพื่อนร่วมงานส่วนใหญ่ใช้บริการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร และสิงหะ ฉวีสุข (2566) เรื่องความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ที่ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติของผู้ใช้รถยนต์ที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้แก่ ด้านความรู้สึกละด้านพฤติกรรม ซึ่งสอดคล้องกับตัวแปรความต้องการของการวิจัยคือ ความต้องการความปลอดภัย โดยเลือกใช้บริการสถานียัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกปลอดภัยในการใช้บริการ ส่วนปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย ได้แก่ ด้านนโยบายรัฐบาล ด้านอิทธิพลทางสังคม ด้านความคุ้มค่าในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ด้านระยะทางในการเดินทางและด้านเทคโนโลยีรถยนต์ ซึ่งตัวแปรความต้องการที่เกี่ยวเนื่องกับอิทธิพลทางสังคมคือ การเลือกใช้บริการสถานียัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะรู้สึกว่าเป็นสถานที่ได้รับการยอมรับจากสังคมว่าดี

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

1. ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าจากช่องทาง Google Search และช่องทางในการหาข้อมูลเพื่อตัดสินใจใช้บริการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ดังนั้นผู้บริหารสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA จึงควรประชาสัมพันธ์ให้ความรู้ นำเสนอเทคโนโลยีใหม่ ๆ ให้ข้อมูลการเปิดสถานีอัดประจุไฟฟ้าแห่งใหม่ หรือแม้แต่โปรโมชั่นต่าง ๆ ผ่านทางระบบออนไลน์ เช่น Web Page และใช้ SEO หรือ Search Engine Optimization เพื่อพัฒนาและปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับการค้นหาบนหน้าแรกของ Google

2. การวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA เพราะชาร์จเต็มเร็ว ราคาถูก และที่จอดรถสะดวก ซึ่งเป็นจุดเด่นของสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ดังนั้นจึงควรรักษามาตรฐานในเรื่องดังกล่าวไว้แต่อย่างใดก็ตามควรพัฒนาแอปพลิเคชันและการชำระเงินให้มีความสะดวก ใช้งาน และเพิ่มสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น ร้านอาหาร ร้านกาแฟ ห้องน้ำ เพื่อให้ผู้ใช้บริการมีความสะดวกในการใช้บริการ ทำให้รู้สึกว่าการชาร์จนั้นใช้เวลาไม่นาน

3. นอกจากนี้ยังพบว่าเมื่อประสบปัญหาในการใช้บริการ การแก้ไขปัญหา และการร้องเรียนอาจยังไม่สะดวกเท่าที่ควร จึงอาจมีการแนะนำวิธีการแก้ไข หรือสายด่วนสำหรับการร้องเรียนหรือแก้ไขปัญหาให้กับผู้ใช้บริการ หรืออาจมีการสำรวจความพึงพอใจของผู้ใช้บริการโดยใช้แบบสอบถามสั้น ๆ หรือเปิดช่องทางให้กับผู้ใช้บริการให้สามารถติชมการให้บริการได้โดยตรง เพื่อนำข้อมูลมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการต่อไป

4. ผลการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุพบว่า ตัวแปรความต้องการมีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ ดังนั้นผู้บริหารสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ควรเน้นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลของประสิทธิภาพ มาตรฐาน และความปลอดภัยของสถานีอัดประจุไฟฟ้า เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดการรับรู้ว่าเป็นสถานีอัดประจุไฟฟ้าที่ดีที่สุด มีความปลอดภัย และเป็นที่ยอมรับมากที่สุด เพราะปัจจัยดังกล่าวมีผลต่อความตั้งใจในการใช้

บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า

ข้อเสนอแนะสำหรับการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการ และเพื่อศึกษาความต้องการที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA โดยทำการศึกษาในมุมกว้าง การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเฉพาะเจาะจงถึง ความไว้วางใจในการใช้บริการ รวมถึงปัญหาในการใช้บริการ ซึ่งจะทำให้ได้ความชัดเจนของข้อมูล และนำมาใช้ในการปรับปรุงกลยุทธ์ทางการตลาดของสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA โดยเป็นการศึกษาเฉพาะเจาะจง เนื่องจากผู้วิจัยทำงานเกี่ยวข้องกับสถานีอัดประจุไฟฟ้า PEA VOLTA การวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาในภาพรวมของการใช้บริการสถานีอัดประจุไฟฟ้าอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันเพื่อทำการเปรียบเทียบหาความแตกต่างในการใช้บริการ หรือศึกษากลยุทธ์การสร้างรายได้เปรียบของสถานีอัดประจุไฟฟ้าเพื่อนำมาพัฒนาปรับปรุงการให้บริการให้เกิดประสิทธิภาพที่สูงขึ้น

รายการอ้างอิง

- กรมการขนส่งทางบก. (2566, 20 เมษายน). ยอดถอยรถ EV ป้ายแดงแยกตามภาค ครึ่งปีแรก. <https://shorturl.asia/9gYIJ>
- คณะกรรมการร่วมการไฟฟ้าฝ่ายผลิตแห่งประเทศไทย การไฟฟ้านครหลวง การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค. (2559). รายงานแผนพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านไฟฟ้าเพื่อรองรับยานยนต์ไฟฟ้าของประเทศไทย. <https://shorturl.asia/LRJnv>
- ไทยโพสต์. (2566, 26 มิถุนายน). ส่องเทรนด์รถยนต์ไฟฟ้า โชว์แผนพัฒนาอีโคซิสเต็มอีวีไทย. <https://www.thaipost.net/economy-news/403859/>
- ไทยรัฐออนไลน์. (2566, 4 กุมภาพันธ์). เทรนด์มาแรง... รถยนต์ EV & รถพลังงานทางเลือก. <https://www.thairath.co.th/news/auto/evcar/2620426>
- ธีรภักดิ์ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2563). การตลาดบริการ (พิมพ์ครั้งที่ 6). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- ธานินทร์ ศิลปจารุ. (2563). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วย SPSS และ AMOS (พิมพ์ครั้งที่ 18). เอส.อาร์.พรินติ้ง แมสโปรดักส์.
- นิตพนม ธวัชเรืองสกุล. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้สถานีชาร์จรถยนต์ไฟฟ้าที่อยู่ในสถานบริการน้ำมัน [การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ลักขมา พุ่มอ้อม. (2564, 22 ตุลาคม). รู้จัก PEA VOLTA ครอบคลุมทั่วไทย ชาร์จที่ไหนสะดวกเส้นทาง. <https://thestandard.co/pea-volta/>
- วุฒิ สุขเจริญ. (2562). วิจัยการตลาด (พิมพ์ครั้งที่ 2). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศศิธร สุ่มหลิม, วอนชนก ไชยสุนทร, และสิงหะ ฉวีสุข. (2566). ความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าในประเทศไทย. วารสารบริหารธุรกิจ, 3(1), 93-104.
- สุนิรัตน์ ปิ่นตุรงค์. (2563). ทักษะและพฤติกรรมต่อการตลาดเพื่อสิ่งแวดล้อมของผู้บริโภคในประเทศไทย [สารนิพนธ์ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยมหิดล].
- อารียา ชินวงศ์. (2565). การศึกษาพฤติกรรมของผู้ให้บริการและผู้ใช้บริการแพลตฟอร์ม PEA VOLTA ของการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค (กฟภ.) [การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- Green Network. (2018, March 2). แผนอนุรักษ์พลังงาน พ.ศ. 2558–2579. <https://www.greennetworkthailand.com/eep-action-plan-2015/>
- Maslow, A. M. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(15), 370-96.
- MarketThink. (2564, 7 เมษายน). การไฟฟ้าส่วนภูมิภาค จับมือ บางจากฯ เปิดให้บริการสถานี ชาร์จรถไฟฟ้า ครอบคลุม 75 จังหวัด ภายในปี 2566. <https://www.marketthink.co/%2014656>.
- MReport. (2565, 6 มกราคม). ผลสำรวจชี้ คนไทยเปิดรับรถยนต์ xEV มากขึ้น พร้อมก้าวสู่ยุคพลังงานทางเลือกใหม่. <https://www.mreport.co.th/news/statistic-and-ranking/309-Poll-shows-Thai-people-have-more-interest-on-xEV-cars>

Vanichbuncha, K. (2007). *Statistical analysis: Statistics for management and research*. Chulalongkorn University Press.

Zeithaml, V. A, Berry, L. L, & Parasuraman, A. (1990). *Delivering quality service : balancing customers perceptions and expectations*. Free press.

แนวทางการพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน

Development Guidelines on Entrepreneurial Mindset of Community Enterprise for Sustainable Strength

กัมภณ มณีธร¹ ศิริจันทร์ เชื้อสุวรรณ² พชรินทร์ อุดมจรัสเดช³
วรมรรณ นามวงศ์⁴ รัชณี เสารแก้ว⁵ ภูริวัจฐ์ ชีคำ⁶ และครองจิต วรณวงศ์⁷
Peemaphon Maneethon¹ Sirijan Chuasuwan²
Phatcharin Udomjaratdet³ Waraman Namwong⁴
Ratchanee Soukaew⁵ Phuriwat cheekham⁶ Krongjit Wannawong⁷

ภาควิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300^{1, 2, 3, 4, 5}
ภาควิชาคหกรรมศาสตร์ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300^{6, 7}
Department of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University,
Chiang Mai 50300 Thailand^{1, 2, 3, 4, 5}
Department of Home Economics, Faculty of Science and Technology, Chiang Mai Rajabhat University,
Chiang Mai 50300 Thailand^{6, 7}

*Corresponding Author E-mail: peemaphon_man@cmru.ac.th

(Received: December 8, 2023; Revised: March 14, 2024; Accepted: September 20, 2024)

บทคัดย่อ

การประกอบการในลักษณะวิสาหกิจชุมชน เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะแวดล้อมภายนอกทางเศรษฐกิจ สังคม เทคโนโลยี คู่แข่งขัน และพฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปกติใหม่ อีกทั้งเป็นกลุ่มธุรกิจที่มีทรัพยากรและเงินทุนน้อย จึงเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องคิดหาวิธีการในการอยู่รอดพร้อมรับมือกับสถานการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและกระทบกับการดำเนินธุรกิจ การพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน จึงมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน โดยต้องมีความสามารถในการคิด

วิเคราะห์และประมวลผลจนเกิดเป็นข้อมูลที่จำเป็นต่อการจัดการองค์กร สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างรอบด้าน แสวงหาโอกาสที่อยู่รอบตัว กล้าเผชิญและพร้อมรับมือกับอุปสรรคที่อาจกระทบต่อธุรกิจ มีเป้าหมายชัดเจน เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ สามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงพร้อมวางแผนรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ซึ่งจะช่วยให้เห็นถึงเห็นศักยภาพ จัดความสามารถ และข้อจำกัดที่แท้จริงของตนเอง สู่แนวทางการพัฒนาสู่ความสำเร็จได้ โดยไม่นำเอาปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นมาบั่นทอนความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน วิถีคิดแบบผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกระดับที่ต้องการประสบความสำเร็จ สร้างความยืดหยุ่นและปรับตัวท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อองค์กร สร้างการตระหนักรู้ถึงตัวตนเกิดความตื่นตัว เรียนรู้ถึงแนวทางในการพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ในธุรกิจ จึงทำให้เกิดความก้าวหน้าในองค์กร เป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพที่ยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน การพัฒนา ความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน วิถีคิดแบบผู้ประกอบการ

Abstract

A community enterprise operation is one of the businesses encountering the risks from changes in the external environment regarding the economy, society, technology, competitors, and new normal consumer behaviors. It is also a business group with limited resources and financial capital. It pushes entrepreneurs to find survival methods and cope with the risks that may be incurred and impact business operations. The development of entrepreneurial mindset for the community enterprises is therefore necessary for modern business operations, requiring an ability of thinking, analyzing and processing to obtain the data essential for the organizational management, realizing the overview of businesses, seeking the possible opportunities, having

encouragement and readiness to cope with the obstacles that may affect the business, setting a clear goal with its practicality, and possessing an analytical skill for all the risks to determine the contingency plans. All of these help realize one's real potential, capabilities, and limitations towards accomplishment without being discouraged by the obstacles or hindrances that may hinder the growth of community enterprises. Accordingly, an entrepreneurial mindset is deemed important for business operations at all levels towards the accomplishment. It builds more flexibility and adjustment among the changing environment, shapes the attitude towards the organization, promotes self-awareness and attentiveness, and helps learn the development guidelines to create new things in business in order to promote the advancement in the organization and serve as the development guidelines for sustainable potentials of the community enterprises.

Keywords: Community Enterprise, Development, Sustainable Strength, Entrepreneurial Mindset

บทนำ

การพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศเพื่อให้เกิดความมั่นคง มั่งคั่งและยั่งยืนให้สอดคล้องกับวิสัยทัศน์ของประเทศได้นั้น ย่อมมาจากความเข้มแข็ง มุ่งมั่นปรับตัว พัฒนารูปแบบการดำเนินงานทางธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ มีนวัตกรรมเพื่อการแข่งขันได้ของผู้ประกอบการธุรกิจในทุกระดับ โดยเฉพาะธุรกิจขนาดย่อมซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของการเติบโต ความอยู่ดีกินดี ของผู้คนในระดับฐานรากของระบบเศรษฐกิจไทย โดยอ้างอิงจากฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พบว่าในปี 2565 จำนวนผู้ประกอบการขนาดย่อมหรือ SME ในฐานข้อมูลมีจำนวนถึง 3,178 ราย คิดเป็นร้อยละ 99.57 ของจำนวนวิสาหกิจรวมทั้งหมด ก่อให้เกิดการจ้างงานกว่า 12.6 ล้านคน หรือ คิดเป็นร้อยละ 71.86 ของการจ้างงานรวมทั้งประเทศ มีมูลค่าทางเศรษฐกิจรวม 4.54 ล้านล้านบาท คิดเป็น

สัดส่วนร้อยละ 35.2 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมทั้งประเทศ การพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับธุรกิจขนาดย่อม จะช่วยให้เกิดทักษะแนวคิดที่ส่งผลต่อพัฒนาการ การจัดการ การปรับตัวเพื่อความอยู่รอดให้เกิดขึ้นกับการดำเนินงานทางธุรกิจ ซึ่งต้องเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรงทางเศรษฐกิจในปัจจุบัน และการเข้ามาของสินค้าจากกลุ่มทุนข้ามชาติที่อาจส่งผลให้ธุรกิจขนาดย่อม โดยเฉพาะวิสาหกิจชุมชนที่มีทรัพยากร ชีตความสามารถ และเงินทุนที่มีอย่างจำกัด ไม่สามารถแข่งขันและอยู่รอดได้อย่างยั่งยืนจนอาจเป็นจุดเริ่มต้นของการชะงักงันพังทลายของรากฐานระบบเศรษฐกิจที่สำคัญของประเทศได้ในอนาคต

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) เป็นหน่วยธุรกิจขนาดย่อมในระดับรากฐานที่มีบทบาทอย่างยิ่งต่อเศรษฐกิจชุมชน เนื่องจากมีส่วนสำคัญในการสร้างงาน สร้างรายได้ให้กับชุมชน อันนำมาสู่การมีชีวิตความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนในท้องถิ่น แต่ท่ามกลางกระแสความไม่แน่นอนของปัจจัยแวดล้อมภายนอกที่เข้ามาส่งผลกระทบต่อการดำเนินงานของกลุ่ม ซึ่งยากที่จะหลีกเลี่ยงได้ บางสถานการณ์ก็เกิดเป็นภัยคุกคามร้ายแรงถึงขั้นวิกฤติ หากกลุ่มวิสาหกิจชุมชนไม่มีความเข้มแข็งและความยืดหยุ่นมากพอในการปรับตัว ก็จะไม่สามารถดำเนินงานต่อไปให้ประสบความสำเร็จ หรือไม่อาจพึ่งตนเองให้ยืนหยัดได้

จากวิกฤติเศรษฐกิจที่เป็นผลมาจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้ธุรกิจที่เกี่ยวข้องด้านอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว โดยเฉพาะในภาคส่วนที่พึ่งพารายได้จากนักท่องเที่ยวต่างชาติเป็นหลัก ต้องพบเจอกับวิกฤติอย่างรุนแรงเนื่องจากไม่สามารถประกอบธุรกิจได้ตามปกติ อีกทั้งวิกฤติดังกล่าวยังเป็นไปอย่างยาวนานกว่า 2 ปี จึงทำให้สังคมไทยต้องทบทวนแผนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมที่ผ่านมาว่าการพึ่งพารายได้จากภาคการท่องเที่ยวเป็นหลัก จะมีความมั่นคงยั่งยืนอย่างแท้จริงหรือไม่ และหากวิกฤติการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ที่เกิดขึ้นอีกในอนาคต จะมีความรุนแรงและมีช่วงเวลาของวิกฤติที่ยาวนานกว่าวิกฤติที่ผ่านมาหรือไม่ หรือการกลับไปหารากฐานเดิม คือ การเกษตรและการดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิถีชุมชนที่เป็นทางออกของคนส่วนหนึ่งที่ได้รับผลกระทบจากวิกฤติที่ผ่านมา โดยมีคนจำนวนไม่น้อยที่สามารถเปลี่ยนวิกฤติที่เกิดขึ้นให้กลายเป็นโอกาสในการสร้างและพัฒนาธุรกิจ หรือการมุ่งสร้างความเข้มแข็งในรูปแบบธุรกิจชุมชนจะกลายเป็นทางออกในการพัฒนาระบบเศรษฐกิจให้เกิดความเข้มแข็งในระดับฐานรากและกลายเป็นฐานที่มั่นของระบบเศรษฐกิจของชาติได้อย่างแท้จริง

การสนับสนุนให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งโดยการปรับแนวคิดจากการมุ่งเน้นการผลิตในระดับเกษตรต้นน้ำ หรือผลิตภัณฑ์ในระดับเริ่มต้นราคาต่ำ ให้สามารถยกระดับสู่การพัฒนาการบริหารจัดการให้เกิดการช่วยเหลือตนเอง รู้จักพึ่งพาตนเอง เรียนรู้ เข้าใจ และแสวงหาวิธีการ เทคโนโลยี และนวัตกรรมในปัจจุบัน มาปรับใช้เพื่อเพิ่มศักยภาพตนเอง จนเกิดการพึ่งพาตนเองด้านเศรษฐกิจโดยใช้ทุนที่มีอยู่ในชุมชนเป็นฐานสำคัญในการขับเคลื่อนการผลิตและการบริการ คือ การสร้างให้เกิดเป็นวิสาหกิจชุมชน แต่การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะสามารถดำรงอยู่ได้ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ระบบเศรษฐกิจ และการแข่งขันทางการตลาดที่มีความรุนแรงในปัจจุบันได้นั้น จำต้องมีการพัฒนาโดยการสร้างแนวคิดในการประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน เพื่อให้สามารถปรับตัวเข้ากับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเหมาะสม ทั้งด้านการจัดการการผลิต การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และสร้างมาตรฐานสินค้าหรือบริการ การแสวงหาช่องทางการตลาดที่สามารถจำหน่ายสินค้าได้จริง การบริหารทรัพยากรและทุนต่าง ๆ มีองค์ความรู้และทักษะที่จะสามารถนำไปใช้ต่อยอด จะช่วยยกระดับรายได้ของผู้คนในชุมชนให้สูงขึ้นได้

กระบวนการส่งเสริมและยกระดับศักยภาพเพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้มีแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการ จึงต้องเริ่มจากการสร้างการเรียนรู้ตั้งแต่กระบวนการค้นหาและวิเคราะห์ศักยภาพของตนเอง การค้นหาแนวทางในการพัฒนาโดยการให้หน่วยงานภายนอกทั้งภาครัฐและเอกชนเข้ามาให้การสนับสนุน เพื่อช่วยให้ชุมชนเกิดความเข้มแข็งและสามารถพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนการยกระดับศักยภาพการเป็นผู้ประกอบการธุรกิจภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ โดยการสร้างองค์ความรู้และทักษะที่จำเป็นของผู้ประกอบการ เริ่มต้นจากการมุ่งเน้นไปที่กลุ่มผู้มีรายได้น้อย ซึ่งเป็นกลุ่มที่ขาดโอกาสทางเศรษฐกิจ อีกทั้งต้องเผชิญกับปัญหาความยากจนและความเหลื่อมล้ำ โดยเฉพาะการรวมกลุ่มเป็นวิสาหกิจชุมชน ซึ่งส่วนมากเป็นไปเพื่อการรวมกลุ่มของคนในชุมชนโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการผลิตสินค้าหรือบริการขั้นพื้นฐานอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อให้คนในชุมชนมีงานทำ มีรายได้เลี้ยงชีพเพิ่มขึ้น แต่เมื่อวิเคราะห์ถึงความเข้มแข็งและศักยภาพที่แท้จริงแล้ว กลับพบว่าวิสาหกิจชุมชนยังไม่สามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันได้ ผลตอบแทนที่ได้รับกลับไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ อีกทั้งผลประโยชน์โดยส่วนใหญ่ไม่สามารถสร้างรายได้ สร้างงาน เพื่อบรรเทาความยากจนของคนในชุมชนนั้น ๆ ได้อย่างแท้จริง

บทความนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาวิธิตดแบบผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน ซึ่งจะเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นที่จะทำความเข้าใจปรากฏการณ์ของกระบวนการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน และการที่จะพัฒนากลุ่มวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็ง ด้วยการสร้างแนวคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับผู้นำและสมาชิกของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ด้วยกระบวนการที่เหมาะสมควรทำอย่างไร ซึ่งจะทำให้ต้องค้ความรู้ที่สำคัญต่อการทำความเข้าใจถึงแนวทางการส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนให้มีคุณลักษณะของการเป็นผู้ประกอบการ ที่สามารถนำไปใช้เป็นข้อเสนอแนะแนวทางในการพัฒนาและส่งเสริมวิสาหกิจชุมชนได้ต่อไป จึงได้กำหนดกรอบเนื้อหาที่เป็นประเด็นหลักในการค้นคว้าและนำเสนอ ดังนี้ 1) วิสาหกิจชุมชน 2) วิธิตดแบบผู้ประกอบการ 3) ความสำคัญของวิธิตดแบบผู้ประกอบการ 4) การสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน 5) การพัฒนาทักษะวิธิตดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน โดยมีรายละเอียดดังนี้

วิสาหกิจชุมชน

วิสาหกิจชุมชน (Community Enterprise) หากพิจารณาความหมายตามพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน พ.ศ.2548 ได้กล่าวถึง วิสาหกิจชุมชนไว้ว่าเป็นกิจการของชุมชนที่เกี่ยวกับการผลิตสินค้าหรือบริการ หรือกิจกรรมอื่น ๆ ที่ดำเนินโดยคณะบุคคลที่มีความผูกพัน มีวิถีชีวิต ขนบธรรมเนียม ประเพณี ร่วมกัน มีการร่วมกลุ่มเพื่อประกอบกิจการดังกล่าวไม่ว่าจะอยู่ในรูปของนิติบุคคลหรือรูปแบบใด มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างรายได้ เกิดการพึ่งพาตนเองของครอบครัวสมาชิกชุมชน ตามหลักเกณฑ์ที่คณะกรรมการประกาศกำหนด (อุทัย ปริญาสุทธิพันธ์, 2561)

ในปี พ.ศ. 2558 พรชัย พันธุ์ธาดาพร ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชน หมายถึง การรวมตัวกันของคนในชุมชนเดียวกัน ในลักษณะของกลุ่ม ไม่ว่าจะเป็นกลุ่มเกษตรกร กลุ่มสตรีแม่บ้าน หรือสหกรณ์ในรูปแบบต่าง ๆ เพื่อดำเนินกิจกรรมร่วมกัน ได้แก่ การผลิต การแปรรูป การจำหน่ายวัตถุดิบและผลผลิตที่ได้เป็นผลิตภัณฑ์ต่าง ๆ ในชุมชน

ในปี พ.ศ. 2563 จริธรณ์ มีศรี ได้ให้ความหมายของวิสาหกิจชุมชนไว้ว่า

เป็นกระบวนการสร้างสรรค์ทางเศรษฐกิจและสังคมของชุมชน เป็นการประกอบการที่อยู่บนพื้นฐานของความรู้ ภูมิปัญญา วัฒนธรรม และการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่น ชุมชนอย่างรู้คุณค่า สามารถพึ่งพาตนเองทั้งในระดับครอบครัว ชุมชน ระหว่างชุมชน ท้องถิ่น ให้เกิดประโยชน์แก่สังคมชุมชนมากกว่าการแสวงหาผลกำไรสูงสุด เพื่อการอยู่ร่วมกันอย่างสงบ เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีและการรักษาระบบนิเวศทางสังคมโดยรวม

จึงสรุปได้ว่า วิสาหกิจชุมชน เป็นการรวมกลุ่มของผู้คนในชุมชนที่มีวิถีชีวิต วัฒนธรรม ประเพณี ร่วมกัน ทั้งที่อยู่ในรูปแบบนิติบุคคลหรือรูปแบบอื่น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อดำเนินการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อสร้างรายได้ให้กับครอบครัวหรือสมาชิกในชุมชน ด้วยการใช้ทรัพยากรที่มีในท้องถิ่นอย่างรู้คุณค่า เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดี

วิสาหกิจชุมชนโดยทั่วไปจัดแบ่งได้เป็น 2 ประเภท คือ วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานและวิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า (จินตนา กาญจนวิสุทธิ์, 2563) วิสาหกิจชุมชนพื้นฐานจะมีผลิตภัณฑ์ซึ่งมาจากภูมิปัญญา เป็นการผลิตเพื่อการบริโภคและจำหน่ายในท้องถิ่นที่สนองตอบความจำเป็นขั้นพื้นฐาน เพื่อผลประโยชน์ในการสร้างรายได้และสวัสดิการให้ชุมชน และอีกประเภทคือ วิสาหกิจชุมชนก้าวหน้า ซึ่งมีผลิตภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน มีรูปแบบใหม่ที่เป็นเอกลักษณ์สามารถแข่งขันกับสินค้าอื่นได้ เป็นการผลิตและจำหน่ายในวงกว้าง มีการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ โดยใช้เทคโนโลยีมาสนับสนุนการทำงาน

จากข้อมูลและบทวิเคราะห์ของสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า พบว่า โครงสร้างของประเภทกิจการวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นกิจการในภาคการผลิตสินค้า รองลงมาคือภาคการผลิตปศุสัตว์ การแปรรูปผลิตภัณฑ์อาหาร การผลิตปัจจัยการผลิต ผลิตภัณฑ์สิ่งทอ ผลิตภัณฑ์จักสานและเฟอร์นิเจอร์ การประมง และเครื่องดื่ม โดยพบว่าศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนเกิดจากรวมตัวกันเป็นกลุ่มเพื่อริเริ่มสร้างสรรค์เพื่อคิดค้นและพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อทำธุรกิจร่วมกัน แต่วิสาหกิจชุมชนไทยยังมีจุดอ่อนที่สำคัญ ใน 4 ประเด็นดังนี้

ด้านการตลาด พบว่า วิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่จะทำการผลิตสินค้าเพื่อจำหน่ายเฉพาะในพื้นที่ของตน ไม่มีการศึกษาพฤติกรรมความต้องการของผู้บริโภค ความต้องการของตลาด รวมถึงมาตรฐานต่าง ๆ ที่ต้องมีเพื่อการส่งออก ทำให้ไม่สามารถจำหน่ายผลิตภัณฑ์ไปสู่ตลาดอื่นที่มีศักยภาพได้

ความยั่งยืนของกลุ่ม การดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย

โดยมากจะอยู่ในรูปแบบของการจัดตั้งเป็นการเฉพาะกิจ เป็นอาชีพเสริม หรือ ดำเนินการในช่วงเวลาที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐหรือเอกชนในช่วงเวลาสั้น ๆ เท่านั้น ทำให้สุดท้ายเมื่อเสร็จสิ้นโครงการหรือเมื่อหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนถอนตัวออกไป ก็เป็นเหตุแห่งการล้มเลิกหรือยุติกิจการ

องค์ความรู้ด้านการเงินและบัญชี วิชาทฤษฎีชุมชนหลายแห่งยังขาดองค์ความรู้ด้านการบริหารการเงินและการจัดทำบัญชี จึงทำให้ไม่สามารถบริหารค่าใช้จ่ายเงินทุน และผลกำไร เพื่อให้กิจการอยู่รอดได้

ความสามารถในการบริหารจัดการข้อมูล การบริหารจัดการฐานข้อมูลของวิชาทฤษฎีชุมชนยังไม่สะท้อนให้เห็นถึงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นอย่างแท้จริงได้อีกทั้งไม่มีการจัดทำผังข้อมูลที่เป็นระบบจึงทำให้การดำเนินงานขาดความต่อเนื่อง ไม่อาจนำข้อมูลที่มีในอดีตใช้เพื่อการบริหารจัดการในอนาคตได้

จากจุดอ่อนสำคัญทั้ง 4 ประการของวิชาทฤษฎีชุมชนไทย สู่ข้อเสนอแนะแนวทางการพัฒนาศักยภาพวิชาทฤษฎีชุมชนไทย โดยสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า ดังนี้

1. การพัฒนาวิชาทฤษฎีชุมชนต้องสอดคล้องกับแผนงาน โครงการที่สนองต่อยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทเพื่อโอกาสในการรับการส่งเสริมและสนับสนุนเพื่อเติบโตในอนาคต

2. มุ่งขับเคลื่อนวิชาทฤษฎีชุมชนให้มีบทบาทสำคัญต่อการพัฒนาระบบเศรษฐกิจด้วยนวัตกรรม ทั้งการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภคหรือมีส่วนช่วยให้คุณภาพชีวิตของผู้คนในสังคมดีขึ้น

3. ส่งเสริมการนำภูมิปัญญาและวัฒนธรรมท้องถิ่นสู่การสร้างสรรคการสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มให้เกิดเป็นผลงานเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อให้เกิดอิทธิพลทางวัฒนธรรมผ่านสื่อเพื่อสร้างการรับรู้และติดตาม

4. สร้างการเชื่อมโยงตลาดสู่แหล่งผลิตที่มีศักยภาพ ตามนโยบายเกษตรผลิตพาณิชย์ตลาด เพื่อรวบรวมผลผลิตทางการเกษตรหรือหัตถกรรมเชื่อมโยงสู่ตลาดค้าส่งค้าปลีก รวมถึงการทำเกษตรพันธสัญญาเพื่อเพิ่มโอกาสการขายและสร้างความมั่นใจให้กับเกษตรกรว่ามีตลาดรองรับผลผลิตที่แน่นอน

5. ทำการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารด้านการตลาดเพื่อสร้างการรับรู้และเป็นข้อมูลให้กับผู้ผลิตในท้องถิ่นทราบถึงโอกาสและศักยภาพของตลาดในการจำหน่าย

สินค้า เพื่อส่งเสริมและผลักดันให้เกิดการยกระดับผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นให้เป็นที่ยอมรับในระดับสากล

6. บูรณาการร่วมกับหน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนในพื้นที่ให้มากขึ้น เพื่อรับความช่วยเหลือ ทั้งเทคโนโลยี องค์ความรู้ การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ และการแสวงหาตลาดเพื่อสร้างความเข้มแข็งและต่อยอดในเชิงพาณิชย์

7. ดำเนินการแบ่งกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตามศักยภาพเพื่อสามารถส่งเสริม บ่มเพาะ ตั้งแต่การพัฒนาคุณภาพกระบวนการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างเรื่องราว การจัดการระบบสินค้าคงคลัง การบริการการเงินและบัญชี การจัดทำนาย เพื่อสามารถให้ความช่วยเหลือในข้อจำกัดที่เป็นประเด็นสำคัญได้อย่างตรงจุด

8. ทำการศึกษาข้อมูลที่เกี่ยวข้องต่อการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน ตั้งแต่ข้อกำหนดการจัดตั้ง สิทธิประโยชน์ การขอจดสิทธิบัตรหรือทรัพย์สินทางปัญญา สิทธิประโยชน์ในกรอบข้อตกลงทางการค้า ระเบียบการนำเข้า ส่งออก และมาตรฐานที่ต้องมีหากต้องการส่งสินค้าไปจำหน่ายยังประเทศปลายทาง เพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการเติบโตและการอยู่รอดทางธุรกิจ

จากการรวมกลุ่มของสมาชิกในชุมชนเป็นวิสาหกิจชุมชนเพื่อการผลิต สินค้าหรือบริการและดำเนินการในรูปแบบคณะบุคคลที่มีวิถีชีวิตร่วมกัน รวมตัวกัน เพื่อประกอบกิจการสร้างรายได้ให้เกิดขึ้นกับสมาชิก โดยมุ่งเน้นการใช้ทรัพยากรและทุนที่มีอยู่ในชุมชน ไม่ว่าจะเป็นทุนทางสังคมและวัฒนธรรม ธรรมชาติ ภูมิปัญญา ของชุมชนที่มีอยู่เดิม การเกิดขึ้นของวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นการบริหารจัดการระบบ เศรษฐกิจของชุมชน โดยผู้นำและสมาชิกภายในชุมชนเอง ดังนั้น เพื่อให้การรวมกลุ่ม ดังกล่าว สามารถก้าวทันการเปลี่ยนแปลงของยุคปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงและ ทำลายล้างทางธุรกิจอย่างรุนแรงได้นั้น จึงจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านการประกอบ ธุรกิจอย่างรอบด้าน ทั้งด้านการบริหารจัดการธุรกิจในภาพรวม การตลาด การเงิน และบัญชี การสร้างองค์ความรู้ที่จำเป็นต่อการขับเคลื่อนและการอยู่รอดทางธุรกิจ อีกทั้งต้องให้ความสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นตั้งแต่หน่วยธุรกิจย่อย ในระดับท้องถิ่น การสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างกัน เพื่อให้เกิดการรวม กลุ่มของชุมชนที่มีศักยภาพ และการนำวิถีคิดแบบผู้ประกอบการมาใช้จะช่วยให้ กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดแนวคิดในการบริหารจัดการธุรกิจอย่างรอบคอบ รอบด้าน ด้วยแนวคิดอย่างผู้ประกอบการ

วิธีคิดแบบผู้ประกอบการ

วิธีคิด หรือกรอบแนวคิด (Mindset) จากแนวคิดของ Cherry ในปี 2018 ได้ให้ความหมายว่า เป็นชุดของความเชื่อ ทศนคติเกี่ยวกับตนเอง ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดวิธีการตีความและการโต้ตอบกับสิ่งรอบตัว ซึ่งระบบความเชื่อเหล่านี้จะส่งผลต่อพฤติกรรมและความสามารถในการบรรลุเป้าหมาย ผู้ที่เป็นผู้ประกอบการจะมีกรอบแนวคิดหรือวิธีคิดที่มีลักษณะเฉพาะที่แสดงถึงความเป็นผู้ประกอบการ ซึ่งรัชพล จอมไตรคุป และวัชรพงษ์ อินทรวงศ์ (2558) กล่าวว่า ผู้ประกอบการ (Entrepreneur) หมายถึง บุคคลที่ก่อตั้งองค์การ เป็นเจ้าของหรือหุ้นส่วนที่เข้ามาดำเนินธุรกิจ โดยยอมรับความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการดำเนินธุรกิจ ทั้งนี้เพื่อผลกำไรและความพอใจ ซึ่งผู้ประกอบการจะนำพาธุรกิจให้ประสบผลสำเร็จได้หากมีกระบวนการคิดที่เรียกว่า วิธีคิดแบบผู้ประกอบการ ซึ่ง กฤตินี พงษ์ธนเลิศ และณัฐพล อัสสระรัตน์ (2565) กล่าวว่า วิธีคิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneur Mindset) เป็นบ่อเกิดของนวัตกรรมและพลวัตที่ช่วยให้การดำเนินธุรกิจรอดพ้นจากวิกฤติ เกิดการปรับตัวและยืดหยุ่นไปตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปทั้งด้านดีและเลวร้าย ช่วยให้เกิดการดำเนินกิจกรรมและการวางแผนจัดการทรัพยากรที่มีให้เกิดประโยชน์อย่างคุ้มค่า ดังนั้นเมื่อวิเคราะห์ถึงความหมายของผู้ประกอบการ และวิธีคิดแบบผู้ประกอบการมารวมกัน การประกอบการธุรกิจโดยมีวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ จึงหมายถึง การดำเนินธุรกิจด้วยกลุ่มบุคคลหรือคณะบุคคลทั้งที่เป็นนิติบุคคล หรือไม่ได้เป็นองค์กรนิติบุคคล ที่มีรูปแบบแนวคิดในการดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจ โดยมีวิธีคิดเพื่อแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากองค์ความรู้และทรัพยากรพื้นฐานที่มีในชุมชน ได้อย่างสร้างสรรค์ มีความเป็นไปได้ มีโอกาสสำเร็จ มีการแสวงหาความรู้เพิ่มเติมอยู่เสมอ มีความสามารถในการวิเคราะห์ธุรกิจ กล้าเสี่ยงในการลงทุนทางธุรกิจ และมีแผนในการดำเนินธุรกิจ พร้อมปรับตัวเพื่อป้องกันความเสี่ยงทางธุรกิจอย่างรอบด้าน การสร้างวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นได้นั้น จึงต้องเริ่มจากการสร้างและปลูกฝังกระบวนการทางความคิด ผ่านกระบวนการคิด เพื่อให้เกิดเป็นมุมมองของตน หรือกลุ่มเพื่อให้เกิดการเรียนรู้และเป็นประสบการณ์ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับทั้งด้านความรู้พื้นฐานทางธุรกิจ การใช้เครื่องมือวิเคราะห์ทางธุรกิจ สู่การปรับใช้ในการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้

การคิดแบบผู้ประกอบการ จะมีความแตกต่างจากการคิดของผู้ปฏิบัติงาน ในภาคธุรกิจ ได้แก่ พนักงาน หรือลูกจ้าง กล่าวคือ ผู้ประกอบการจะต้องสามารถ วิเคราะห์และมองภาพรวมของธุรกิจ แสวงหาความรู้และโอกาสในการพัฒนาธุรกิจ อีกทั้งต้องวางแผนป้องกันความเสี่ยงและแก้ไขปัญหาที่อาจเกิดขึ้นกับธุรกิจอยู่ตลอดเวลา ซึ่งจะเน้นไปที่การมองธุรกิจในภาพรวม แตกต่างกับมุมมองของพนักงาน หรือลูกจ้างที่จะมองเห็นเฉพาะหน้าที่ความรับผิดชอบตามคำสั่งที่ได้รับมอบหมาย ตามโครงสร้างบังคับบัญชาเท่านั้น โดยไม่สนใจถึงสภาพแวดล้อมภายนอก ความเสี่ยง ความคุ้มค่าของการทำงานและต้นทุนทางธุรกิจ และมุ่งเน้นความสนใจไปที่ ค่าตอบแทนของการปฏิบัติงานเพื่อเลี้ยงชีพเพียงเท่านั้น

วิธีคิดในการดำเนินธุรกิจของแต่ละคน สามารถเปลี่ยนแปลงได้ หากได้รับ องค์ความรู้และการพัฒนาวิธีคิด จากการนำวิธีคิดแบบผู้ประกอบการมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจ กล่าวคือ เมื่อต้องพบเจอกับสถานการณ์กระทบกับธุรกิจไม่ว่าจะเป็นสถานการณ์เชิงบวก หรือสถานการณ์เชิงลบ ที่อาจส่งผลต่อรายได้และความยั่งยืนของธุรกิจ จะสามารถประเมินถึงผลกระทบและความเสี่ยงที่จะได้รับจากสถานการณ์นั้น คิดหาทางแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น หรือปรับรูปแบบธุรกิจเพื่อแสวงหา โอกาสทางธุรกิจภายใต้สถานการณ์นั้น ๆ โดยไม่ยึดติดกับกรอบความคิดทางธุรกิจ รูปแบบเดิม ด้วยความมุ่งมั่น ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ซึ่งการทำเช่นนี้จะเป็นการพัฒนา ศักยภาพของตนเองและองค์กรให้ประสบความสำเร็จในงานที่ดำเนินอยู่ได้ อีกทั้งยังสามารถนำแนวคิดดังกล่าวไปปรับใช้กับการดำเนินชีวิตและการบริหารจัดการระบบ เพื่อสร้างภูมิคุ้มกันทางเศรษฐกิจภายในครัวเรือนหรือชุมชนของตนได้อีกทางหนึ่ง จากแนวคิดดังกล่าวจึงสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนัญญ์ชนกข์ ไทยเจริญ (2566) ที่ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเพื่อสร้างความเข้มแข็งของวิสาหกิจ ชุมชน คือ การขาดความรู้ความเข้าใจในการบริหารงานวิสาหกิจชุมชนในภาพรวม ทั้งการจัดการภายในองค์กร การตลาด การผลิต เทคโนโลยีและศักยภาพของผู้นำ ซึ่งเป็นองค์ความรู้พื้นฐานที่ผู้ประกอบการต้องมี ดังนั้นการพัฒนาแนวคิดแบบ ผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนเพื่อการปรับรูปแบบแนวคิดดำเนินธุรกิจ แบบเดิมซึ่งมีการดำเนินธุรกิจโดยขาดแผนงานที่ชัดเจน เป็นไปเพื่อการดำเนินกิจกรรม เป็นการเฉพาะกิจ ขาดการจัดการที่เป็นระบบอย่างรอบด้าน สู่การพัฒนาแนวคิด แบบผู้ประกอบการที่ต้องเรียนรู้ ปรับตัว เพิ่มพูนความรู้ด้านการจัดการและสามารถ มองภาพรวมทางธุรกิจได้อย่างรอบด้าน จะมีส่วนสำคัญที่ส่งเสริมให้บริหารงานใน

วิสาหกิจชุมชนเกิดความเข้มแข็ง ยั่งยืน จากการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพด้วย มุมมองแห่งการเป็นผู้ประกอบการ

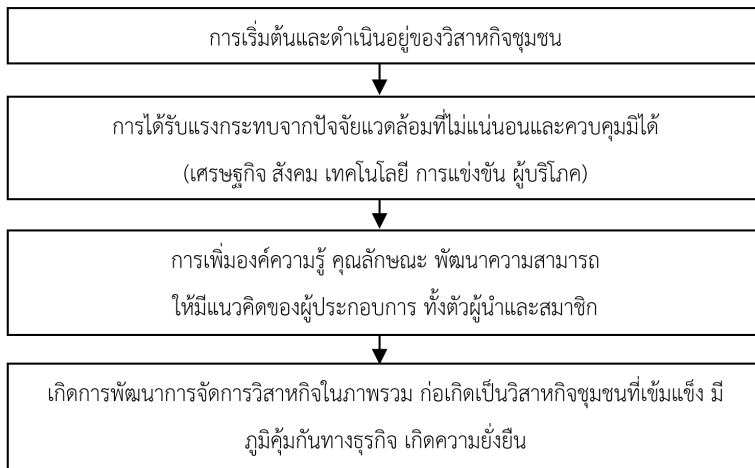
ความสำคัญของวิถีคิดแบบผู้ประกอบการ

การดำเนินกิจกรรมทางธุรกิจในปัจจุบันที่อยู่ในยุคพลวัตแห่งการเปลี่ยนแปลง ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม เทคโนโลยี การแข่งขัน รวมทั้งพฤติกรรมของ ลูกค้า อีกทั้งอาจมีความเสี่ยงที่ต้องพบกับวิกฤติจากการแพร่ระบาดของโรคอุบัติใหม่ ที่อาจทวีความรุนแรงมากขึ้นจนส่งผลให้รูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้คนในสังคม เปลี่ยนแปลงไปจนกลายเป็นยุคปกติใหม่ การยึดติดกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม เช่นในอดีต หรือการดำเนินธุรกิจโดยผู้คนในชุมชนท้องถิ่นที่มีองค์ความรู้ทางธุรกิจ และเทคโนโลยีน้อย อาจไม่เพียงพอที่จะทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดและแข่งขันกับ คู่แข่งทางธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีความพร้อมด้านทรัพยากรเข้ามาทำตลาด โดยเฉพาะ หากธุรกิจขนาดใหญ่เหล่านี้เห็นถึงโอกาสทางธุรกิจและการเติบโตของตลาดผลิตภัณฑ์ ที่วิสาหกิจชุมชนดำเนินธุรกิจอยู่ด้วยแล้ว ก็สามารถสร้างและพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีประสิทธิภาพ คุณภาพ คุณประโยชน์ และความคุ้มค่าที่มากกว่าเข้าสู่ตลาดจน วิสาหกิจชุมชนไม่สามารถแข่งขันได้ เนื่องจากการดำเนินธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจ ชุมชนส่วนใหญ่มักเป็นไปอย่างเชื่องช้า ขาดความกระตือรือร้นเพื่อพัฒนาธุรกิจ ให้เติบโต เพราะคิดเพียงว่าการดำเนินธุรกิจของตนอยู่ในภาวะมั่นคงแล้ว อีกทั้ง เคยชินกับการดำเนินธุรกิจในรูปแบบเดิม ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ ธนัญฐ์ ชนกข์ ไทยเจริญ (2566) ที่ได้กล่าวถึงปัญหาและอุปสรรคในการพัฒนาเพื่อสร้าง ความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดฉะเชิงเทราให้ ยั่งยืน และ ผลการวิจัย ของ สนิทเดช จินตนา และธีระพงษ์ ภูริปานิิก (2563) ที่ได้ศึกษาเรื่อง ปัญหา ข้อจำกัด และแนวทางในการสร้างความเข้มแข็ง ให้กับวิสาหกิจชุมชนในประเทศไทย โดยพบว่า ปัญหาและอุปสรรคสำคัญต่อการพัฒนาและการสร้างความเข้มแข็งของ วิสาหกิจชุมชนหรือในธุรกิจขนาดย่อม คือ ตัวผู้ปฏิบัติงานในธุรกิจทั้งตัวผู้นำและ สมาชิก ยังขาดทักษะความรู้ด้านการบริหารจัดการธุรกิจ ทั้งด้านการจัดการภายใน การจัดการความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่น การจัดการการเงินและบัญชี การจัดการ การผลิตและมาตรฐานสินค้าที่ผลิตได้ อีกทั้งยังขาดทักษะด้านการปรับตัวให้เข้า

กับสถานการณ์การเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและการเข้ามาของคู่แข่งที่มีศักยภาพจากต่างประเทศ ซึ่งเป็นทักษะสำคัญที่ผู้ประกอบการต้องมีการดำเนินธุรกิจจึงอาจเป็นความผิดพลาดที่ส่งผลร้ายต่อความยั่งยืนทางธุรกิจในที่สุด

เมื่อทุกองค์กรไม่ว่าธุรกิจขนาดใหญ่หรือเล็ก ไม่สามารถหนีพ้นกับผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงและความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมภายนอก การคิดแบบผู้ประกอบการที่มีองค์ความรู้เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ จึงจะทำให้ธุรกิจปรับตัวอยู่รอดได้ และไม่เฉพาะกับการนำมาปรับใช้กับการดำเนินธุรกิจเท่านั้น แม้กระทั่งการทำงานในอาชีพต่าง ๆ ก็สามารถใช้วิธีคิดนี้เพื่อเพิ่มความยืดหยุ่นในการปรับตัวให้รับกับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ รวมทั้งไม่เฉพาะผู้ที่เป็นายจ้างหรือผู้ประกอบการที่จะใช้กรอบแนวคิดได้เท่านั้น ทั้งผู้ปฏิบัติงาน ลูกจ้าง หรือสมาชิกในองค์กร ก็สามารถนำทักษะการคิดดังกล่าวไปปรับใช้เพื่อให้รู้สึกเหมือนตนเองเป็นเจ้าของกิจการนั้น ๆ สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างรอบด้าน มองเห็นโอกาสที่อยู่รอบตัว มีเป้าหมายที่ชัดเจน กล้าเผชิญกับอุปสรรค เพราะสามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยง พร้อมวางแผนรองรับกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบคอบ (Katalyst, 2021)

จากความสำคัญที่องค์กรต่าง ๆ ควรสร้างกระบวนการคิดหรือวิธีคิดของการเป็นผู้ประกอบการให้กับคนในองค์กร รวมทั้งวิสาหกิจชุมชนเช่นกัน สามารถพัฒนาศักยภาพของกลุ่มเกิดความเข้มแข็งได้ หากผู้นำและสามารถมีวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ ทั้งนี้เนื่องจากกระบวนการทางความคิดของผู้นำและสมาชิกทุกคนในกลุ่มจะส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงานร่วมกัน ในการผลักดันให้กลุ่มเป็นไปตามวิธีคิด ซึ่งดังแสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนด้วยวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ
ที่มา : ภิรมณ์ มณีธร (ผู้เขียนบทความ)

จากภาพที่ 1 แสดงให้เห็นถึงการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับอิทธิพลจากความไม่แน่นอนของปัจจัยสภาพแวดล้อมภายนอกต่าง ๆ ที่ไม่สามารถควบคุมได้ ทั้งนี้เพื่อให้วิสาหกิจชุมชนสามารถปรับตัวยืนหยัดอยู่ได้อย่างยั่งยืน จึงต้องการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนด้วยการพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ

การสร้างความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน

การที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจะทำการกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น จำเป็นต้องมีความเป็นผู้ประกอบการ (Entrepreneurship) ซึ่งจะแสดงออกมาผ่านกระบวนการคิดและการกระทำ คนที่มีความเป็นผู้ประกอบการ จะมีแนวคิดแบบผู้ประกอบการอยู่ภายใน (Katalyst, 2021) ดังนั้น การสร้างความเป็นผู้ประกอบการ จะส่งผลต่อทำให้กลุ่มมีศักยภาพในการแข่งขันและประสบความสำเร็จได้ โดยผ่านการพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้กับผู้นำและสมาชิกในกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งในที่นี่ได้นำมา

ปรับประยุกต์มาใช้ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชนให้เกิดความเข้มแข็งได้ดังนี้

ประการแรก สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างรอบด้าน ก่อนที่จะเริ่มต้นธุรกิจหรือการกำหนดทิศทางของการดำเนินธุรกิจ สิ่งสำคัญคือผู้ประกอบการต้องสามารถวิเคราะห์และทราบถึงทรัพยากร ความสามารถ ข้อจำกัดที่มีของตนเอง ให้ครบถ้วนทุกด้าน เพื่อทราบถึงจุดแข็งและจุดอ่อนที่มาจากปัจจัยภายในของธุรกิจ วางแผนจัดจุดอ่อนที่มีภายในธุรกิจให้น้อยที่สุด หรือกำหนดแผนในการเตรียมความพร้อมสำหรับปัญหาและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน แสวงหาทรัพยากรที่องค์กรยังขาดแคลนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพและขีดความสามารถในการดำเนินธุรกิจให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็ปัจจัยสู่ความสำเร็จในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น เมื่อผู้นำและสมาชิกภายในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนทราบถึงปัญหาที่เกิดขึ้นจากการขาดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ก็สามารถประสานงานไปยังหน่วยงานที่ให้การสนับสนุนและส่งเสริมองค์ความรู้ที่ต้องการทั้งจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน เพื่อขอรับการสนับสนุน ส่งเสริมเพื่อให้เกิดผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้มาตรฐาน สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายได้ ก่อให้เกิดการแก้ไขปัญหาด้วยองค์ความรู้และวิธีการใหม่จากองค์ความรู้ใหม่ที่ได้รับ ส่งผลต่อความก้าวหน้าในการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการแก้ไขปัญหาเพื่อสร้างความเข้มแข็งด้านการจัดการในธุรกิจชุมชนในจังหวัดสิงห์บุรี โดยจิราวรรณ สมหวัง สุกัญญา พยุงสิน และกิตติวิทย์ ทองอร่าม ที่พบว่า หากธุรกิจชุมชนต้องการสร้างความเข้มแข็งให้เกิดขึ้นต้องพยายามแสวงหาการเชื่อมโยงเครือข่ายในทุกภาคส่วนเพื่อสร้างองค์ความรู้ ทั้งด้านการตลาด การขาย การกระจายสินค้าทางการเกษตร การพัฒนาศักยภาพผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ ซึ่งจะเป็แนวทางในการส่งเสริม สนับสนุนการพัฒนาธุรกิจชุมชนให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน

ประการที่สอง มองเห็นโอกาสที่อยู่รอบตัว ความเป็นผู้ประกอบการจะให้ความสำคัญกับการแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากสิ่งรอบตัว ซึ่งอาจเป็นสิ่งที่ทุกคนมองข้าม แต่สามารถแสวงหาวิธีการในการพัฒนาทั้งรูปแบบผลิตภัณฑ์ หรือ ขั้นตอนการให้บริการจนสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่กำลังเป็น ผู้ประสบกับปัญหาได้ ดังนั้นการพัฒนาในรูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงไม่ควรยึดติดกับกรอบแนวคิดในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในรูปแบบเดิมที่มี

การส่งต่อภูมิปัญญาจากฐานสู่ฐานมาสู่ผลิตภัณฑ์ชุมชนที่มีรูปแบบผลิตภัณฑ์ที่ใกล้เคียงกัน
ก่อให้เกิดปัญหาผลิตภัณฑ์ขาดจุดเด่นและเอกลักษณ์สำคัญ จนไม่สามารถต่อยอด
ผลิตภัณฑ์เพื่อจำหน่ายไปยังกลุ่มตลาดที่สามารถสร้างรายได้และผลตอบแทนได้ให้
เกิดขึ้นกับการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ การพัฒนารอบแนวคิดด้านการ
ประกอบการให้เกิดขึ้น จึงควรเริ่มต้นที่การสร้างกรอบแนวคิดที่มีความแตกต่างอย่าง
สร้างสรรค์ ด้วยการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการให้บริการรูปแบบใหม่จากช่องว่าง
และโอกาสทางการตลาดที่มีอยู่ การพัฒนาผลิตภัณฑ์จากวัสดุในชุมชนโดยยึดเอา
ความต้องการของผู้บริโภคเฉพาะกลุ่มที่มีโอกาสเติบโตสูง การปรับปรุงรูปแบบ
การให้บริการแก่นักท่องเที่ยวที่เข้ามาในชุมชนให้มีความสะดวกและรวดเร็วยิ่งขึ้น
การพัฒนาการท่องเที่ยววิถีธรรมชาติโดยพยายามสร้างความแตกต่างที่ทำให้
กลุ่มนักท่องเที่ยววิถีธรรมชาติเข้าถึงและรับรู้ได้ อันจะเป็นการสร้างโอกาสทางธุรกิจ
ในตลาดใหม่ให้กับกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ในอนาคต ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ
ทรงยุทธ ต้นวัน และ รัชตพร บุญกอง ที่ได้ศึกษาถึงการพัฒนาผลิตภัณฑ์
เชิงสร้างสรรค์ด้านการแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพ จากภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่ม
วิสาหกิจชุมชนในกลุ่มจังหวัดสนุก (สกลนคร นครพนม มุกดาหาร) ผลการวิจัยพบว่า
การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเชิงสร้างสรรค์ให้เกิดขึ้นได้ ต้องอาศัยอัตลักษณ์และ
ภูมิปัญญาของชุมชนเป็นหลักในการออกแบบ โดยต้องมุ่งเน้นให้ผลิตภัณฑ์มีความ
โดดเด่น แปลกใหม่ มีความน่าสนใจ โดยต้องคำนึงถึงความต้องการของตลาด
รูปแบบการใช้งาน มีราคาและต้นทุนการผลิตที่ไม่แพง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงาน
วิจัยของพระมหาสุริยัน อุตตโร และคณะ ในปี 2562 ที่ได้ศึกษาถึงการพัฒนาเทคนิค
และกระบวนการถนอมอาหารตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้าน
โนนกาหลง อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี ผลการวิจัยพบว่า การสร้างให้เกิด
ผลิตภัณฑ์ชุมชนตามภูมิปัญญาท้องถิ่นเชิงสร้างสรรค์ได้นั้น ต้องมาจากความมีจุดเด่น
มีเอกลักษณ์หรือความเฉพาะตัวของความคิดนั้น ๆ มีความแตกต่างที่ไม่เหมือนใคร
มีความเป็นสิ่งแรกจากสิ่งที่ยังไม่มีผู้ใดสร้างขึ้นมา และการมีความหมาย มีความ
สร้างสรรค์ สามารถสื่อความหมายที่ชัดเจนไปยังผู้ใช้ผลิตภัณฑ์ได้

ประการที่สาม กล้าเผชิญกับอุปสรรค การดำเนินธุรกิจมักมาพร้อมทั้ง
อุปสรรคเสมอ การสร้างแนวคิดการเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับผู้นำและสมาชิกใน

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงเป็นสิ่งจำเป็น เพราะเมื่อการดำเนินธุรกิจถึงจุดวิกฤติ หรือ พบกับ
ปัญหาร้ายแรงที่เกิดขึ้น ผู้นำและสมาชิกกลุ่มต้องร่วมใจกันต่อสู้ แสวงหาแนวทาง
ในการรับมือและแก้ไขปัญหาก็เพื่อให้การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนสามารถ
ข้ามผ่านปัญหาและอุปสรรคนั้นไปได้ การเผชิญกับอุปสรรคและปัญหาซ้ำ ๆ บ่อยครั้ง
จะช่วยให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดความคิดสร้างสรรค์ อีกทั้งเป็นการฝึกทักษะใน
การแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นไปพร้อมกัน ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของกิมภณ มณีธ
(2566) ที่ได้ศึกษาปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่
ต่อการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดสู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และสาธารณะภายใต้
ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน ที่ได้กล่าวว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ทางการเกษตรและ
การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการภายในของวิสาหกิจชุมชน จะสำเร็จได้ต้องมา
จากความร่วมมือร่วมใจของเกษตรกรในการแสวงหาแนวทางเพื่อขจัดปัญหาและ
อุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนามาตรฐานผลิตภัณฑ์ การสร้างมูลค่าเพิ่ม การสร้าง
เครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอกเพื่อได้รับการสนับสนุน ส่งเสริม เป็นการ
ลดข้อจำกัดด้านทรัพยากรและการจัดการ เพื่อพัฒนาศักยภาพ การแข่งขันได้ และ
ความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน

ประการที่สี่ มีเป้าหมายที่ชัดเจน การตั้งเป้าหมายทางธุรกิจเป็นไปเพื่อให้
สามารถสำรวจผลการดำเนินงานทางธุรกิจเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ว่ามี
การพัฒนาหรือมีความก้าวหน้ามากน้อยขนาดไหน การมีเป้าหมายทางธุรกิจที่ชัดเจน
ทั้งแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การเพิ่มจำนวนฐานลูกค้าและยอดขาย การพัฒนา
องค์ความรู้และรูปแบบการจัดการในกลุ่มให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น จะช่วยให้การ
ดำเนินธุรกิจมีความชัดเจน อีกทั้งเป็นเครื่องมือที่ชี้วัดได้ถึงเป้าหมายและความสำเร็จ
การดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจึงจำเป็นต้องมีการกำหนดเป้าหมายที่กิจการ
ต้องการมุ่งไปที่สามารถวัดผลการปฏิบัติได้ อีกทั้งมีความเป็นไปได้ สอดคล้องกับ
ศักยภาพ ความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน เช่น เป้าหมายการพัฒนา รูปแบบ
ผลิตภัณฑ์หรือการบริการให้มีความหลากหลาย มีเอกลักษณ์ และมีมาตรฐานมาก
ยิ่งขึ้น การพัฒนาแบบบริการที่แพคเกจโฮมสเตย์ให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน
ทั้งชุมชน เป็นต้น

ประการที่ห้า สามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงพร้อมวางแผนรองรับกับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ลักษณะของความเป็นผู้ประกอบการที่สำคัญอีกอย่างหนึ่งคือ ต้องสามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงในระยะยาวที่อาจเกิดขึ้นกับการดำเนินงานทางธุรกิจ โดยต้องมีการประเมินถึงความเสี่ยงหรือแรงกระทบที่อาจส่งผลทั้งในด้านดีและด้านร้ายให้ครอบคลุมทุกด้านเป็นระยะ ๆ พร้อมกำหนดแนวทางในการแก้ไขสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นไว้รองรับ โดยเฉพาะการดำเนินงานธุรกิจในรูปแบบวิสาหกิจชุมชนที่มีทรัพยากรและเงินทุนทางธุรกิจน้อย หากไม่มีกรวางแผนเพื่อรองรับถึงความเสี่ยงไว้ดีพอ ย่อมส่งผลต่ออนาคตและความยั่งยืนของการดำเนินธุรกิจของกลุ่มได้ในที่สุด เช่น ความเสี่ยงทางธุรกิจที่อาจเกิดขึ้นจากโรคระบาดภัยทางธรรมชาติ เศรษฐกิจ กระแสนิยมในการบริโภคของผู้คนที่เปลี่ยนแปลงไป การปรับเปลี่ยนรูปแบบการใช้ชีวิตของผู้คนในยุคปกติใหม่ เป็นต้น ความเสี่ยงที่กล่าวมานี้จึงเป็นได้ทั้งความเสี่ยงที่เป็นโอกาสและความเสี่ยงที่เป็นอุปสรรค ที่ส่งกระทบต่อการดำเนินธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนได้ทั้งสิ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของ จูมามาต มามกมล และคณะ (2566) ที่ได้ศึกษาการวิเคราะห์ความเสี่ยงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนตระกร้าหวาย บ้านหนองแรด อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย ที่กล่าวว่าการวิเคราะห์และบริหารความเสี่ยงด้วยการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจะช่วยลดความสูญเสียที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งมีส่วนช่วยเพิ่มโอกาสความสำเร็จให้เกิดขึ้นกับการบริหารวิสาหกิจชุมชน โดยเฉพาะด้านกลยุทธ์ การปฏิบัติการ การจัดการการเงิน และ ข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เป็นปัจจัยภายในที่สามารถควบคุม ปรับแก้ให้สอดคล้องกับสถานการณ์และเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นในแต่ละช่วงเวลาของการดำเนินธุรกิจ

การพัฒนาทักษะวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน

การสร้างลักษณะความเป็นผู้ประกอบการให้เกิดขึ้น โดยการฝึกคิดแบบผู้ประกอบการ ซึ่งวิธีคิดแบบผู้ประกอบการใช้ได้กับผู้นำและสมาชิกในองค์กรทุกคน ไม่เฉพาะกับผู้ประกอบการ หรือธุรกิจใดธุรกิจหนึ่งเท่านั้น ซึ่ง Pandey (2023) ได้กล่าวถึงวิธีการพัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ ทำได้โดยการฝึกคิดสร้างสรรค์

ฝึกประเมินความเสี่ยง มองความล้มเหลวเป็นโอกาสที่จะเติบโต แสวงหาการเรียนรู้จากผู้อื่น และการมีเครือข่าย ฉะนั้น ในการดำเนินงานของวิสาหกิจชุมชน จึงจะนำวิธีคิดแบบผู้ประกอบการ มาปรับใช้กับให้วิสาหกิจชุมชนมีความเข้มแข็ง เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันให้สูงขึ้น โดยการฝึกปฏิบัติดังนี้

1. ฝึกคิดสร้างสรรค์ เพื่อจะได้เห็นทางเลือกที่มากขึ้น เป็นการคิดนอกกรอบ โดยไม่ยึดติดกับรูปแบบหรือวิธีการเดิม ๆ ที่เป็นการจำกัดศักยภาพของตนเอง ซึ่งการคิดสร้างสรรค์และการคิดนอกกรอบจะทำให้เกิดนวัตกรรม สร้างสรรค์สินค้าและบริการในรูปแบบใหม่ ๆ ได้ ทั้งนี้ กลุ่มอาจมีการประชุม ระดมความคิดเห็นกัน นำข้อมูลคำติชมจากลูกค้า หรือปัญหาที่พบมาพูดคุย แลกเปลี่ยนความคิดเห็นกัน โดยไม่มุ่งเน้นที่จะตอบโต้ว่าไม่มีทางทำได้ หรือคงทำได้เพียงแค่นี้

2. ฝึกประเมินความเสี่ยง เพื่อการตัดสินใจที่ดี การประเมินโอกาสที่จะเกิดเหตุการณ์ต่าง ๆ เพื่อจะได้วางแผนควบคุมและรับมือกับความไม่แน่นอนที่อาจเกิดขึ้น ทำให้มีความพร้อมในการได้ปรับตัวได้อย่างรวดเร็วขึ้น และมีความกล้าในตัดสินใจเลือกทางเลือกได้เหมาะสม สามารถตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน คว้าโอกาสได้ไว วางแผนการรับมือกับปัญหาและผลเสียในระดับที่ยอมรับได้ ทั้งนี้ กลุ่มอาจมีการประชุมเกี่ยวกับการประเมินความเสี่ยงในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ และฝึกการจัดทำแผนรองรับ รวมทั้งมีการทบทวนเป็นระยะ ๆ

3. ฝึกมองความล้มเหลวเป็นโอกาสที่จะเรียนรู้และเติบโต ความล้มเหลวเป็นกระบวนการหนึ่งของความเป็นผู้ประกอบการ ในการทำงานคงต้องพบกับความผิดพลาดซึ่งเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นได้ ความล้มเหลวจะทำให้มีประสบการณ์ ได้เรียนรู้ถึงวิธีการที่ทำให้ไม่ประสบความสำเร็จและสิ่งที่ต้องใส่ใจระมัดระวังไม่ควรทำอีก การคิดแบบนี้จะสร้างความรู้สึกไม่ท้อแท้จนไม่ยอมทำต่อ ขณะเดียวกันทำให้เกิดความรอบคอบมากขึ้น การคิดแบบนี้เป็นการให้นิยามความล้มเหลวใหม่ ว่าเป็นหนทางที่นำไปสู่ความสำเร็จได้ โดยมองว่าเป็นโอกาสที่จะทำให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเองให้ก้าวหน้าเติบโตต่อไป

4. แสวงหาการเรียนรู้จากผู้อื่น ความรู้ ไอเดียใหม่ ๆ โดยการอ่าน การฟัง การทำกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการ จากที่ปรึกษา ผู้เชี่ยวชาญ ผู้ที่เป็นแบบอย่างของผู้มีแนวคิดแบบผู้ประกอบการ มาช่วยเหลือให้คำแนะนำ

จะทำให้เกิดการเรียนรู้การรับมือในสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีขึ้น ซึ่งสมาชิกกลุ่มชักชวนกันเข้าร่วมกิจกรรม ศึกษาดูงาน เข้ารับการอบรมฝึกปฏิบัติการ แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับผู้เชี่ยวชาญและหน่วยงานต่าง ๆ ที่เข้ามาให้การสนับสนุน ก่อให้เกิดบรรยากาศความกระตือรือร้นต่อการเรียนรู้

5. มีเครือข่าย เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมของเครือข่ายกลุ่มผู้ประกอบการ ทั้งนี้ การอยู่ใกล้และแวดล้อมด้วยบุคคลที่มีกรอบแนวคิดแบบผู้ประกอบการ จะช่วยซึมซับ วิถีคิด เพิ่มพูนประสบการณ์เพื่อนำไปปรับใช้กับการดำเนินงาน ทั้งนี้กลุ่มอาจต้องมีเครือข่าย เพื่อจะได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ขยายความคิดให้กับสมาชิกในกลุ่มให้มีวิสัยทัศน์ที่กว้างขึ้น และการประสานความร่วมมือกัน ช่วยให้การพัฒนากลุ่มเป็นไปได้ไวและต่อเนื่องมากยิ่งขึ้น

การพัฒนาทักษะวิถีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับการดำเนินงานทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน โดยนำวิธีการพัฒนาวิถีคิดแบบผู้ประกอบการข้างต้น ผสมกับการพัฒนารูปแบบจากวัฏจักรการพัฒนาวิสาหกิจชุมชน ซึ่งอ้างอิงของ สัจจา บรรจงศิริ และคณะ (2554) และสมยศ ปัญญา (2559) ได้แบ่งแนวทางการพัฒนาออกเป็น 2 แนวทาง ดังนี้

แนวทางที่ 1 คือ แนวทางการพัฒนาทักษะวิถีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนในระดับพื้นฐาน (เริ่มต้น) กล่าวคือ เป็นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เพิ่งเริ่มดำเนินงาน ยังไม่มีความแข็งแกร่งด้านการจัดการ ด้านผลิตภัณฑ์ ผลประกอบการ และยอดขาย โดยมีแนวทางการพัฒนาดังนี้

1) ดำเนินการศึกษาศักยภาพและขีดความสามารถของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พร้อมกำหนดแนวทางในการพัฒนาทักษะการคิด ทักษะการวิเคราะห์ตนเอง ชุมชน ความเป็นไปได้ในการกำหนดแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือรูปแบบการบริการ

2) ดำเนินการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการจัดการและการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรภายนอก โดยองค์กรชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่าย องค์กรชุมชนจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่มีความสำคัญ และเกี่ยวข้องต่อองค์ความรู้และทรัพยากรที่ขาดแคลนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น

3) ดำเนินการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน พร้อมพัฒนาทักษะและกระบวนการคิดในรูปแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้น ทั้งการวิเคราะห์ศักยภาพและทรัพยากรทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เห็นภาพรวมทางธุรกิจโดยต้องสามารถเห็นถึงทุนหลักที่สามารถใช้ในการดำเนินงานจากชุมชน นำมาสู่การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากสิ่งที่มีภายในชุมชน โดยต้องไม่ยึดติดกับรูปแบบการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดิม แต่ควรแสวงหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีโอกาสขายสินค้าหรือบริการได้จริงในตลาดที่มีศักยภาพ ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การสร้างมาตรฐานผลิตภัณฑ์ การวิจัยตลาด ซึ่งจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์หรือการบริการที่พัฒนาขึ้นสามารถจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้และมีความคุ้มค่าในการลงทุน

4) เมื่อได้แนวทางในการพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์หรือบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายได้แล้ว จึงนำมาสู่ขั้นตอนการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อจำหน่ายไปยังตลาดได้จริง โดยเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ที่มีความสำคัญ เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่เพิ่งเริ่มต้นดำเนินงานนี้ มีทรัพยากรเงินทุนที่ใช้ในการขับเคลื่อนธุรกิจน้อย การตัดสินใจลงทุนจึงต้องมีความละเอียด รอบคอบ ถี่ถ้วน โดยทำการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงในแต่ละเหตุการณ์ ทั้งในด้านบวกและด้านลบไว้รองรับ เพื่อให้การตัดสินใจแต่ละครั้งเป็นไปอย่างถูกต้องมากที่สุด หากการตัดสินใจนั้นเป็นสิ่งที่ผิดพลาด กลุ่มวิสาหกิจชุมชนก็จะมีแผนการรองรับกับสถานการณ์หรือปัญหาที่เกิดขึ้นนั้นไว้แล้ว

5) ดำเนินการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน ทั้งเป้าหมายทางธุรกิจที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องการเติบโต เป้าหมายของยอดขายผลิตภัณฑ์หรือบริการซึ่งจะนำมาสู่รายได้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนให้อยู่ดีมีสุขยิ่งขึ้น เป้าหมายของการสร้างความพึงพอใจให้เกิดขึ้นกับผู้ใช้ผลิตภัณฑ์หรือบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะทำให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องต่อไปในอนาคต

แนวทางที่ 2 คือ แนวทางการพัฒนาทักษะวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชนในระดับก้าวหน้า กล่าวคือ เป็นการพัฒนาทักษะวิธีคิดแบบผู้ประกอบการในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีการดำเนินกิจการมาในระยะหนึ่ง มีความเข้มแข็งด้านการประกอบธุรกิจในระดับปานกลาง มีผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นและจำหน่ายเพื่อสร้างรายได้ให้กับกลุ่มอย่างต่อเนื่อง แต่เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีความแตกต่างหลากหลายน้อย แต่มีระดับของการพัฒนาที่ดีกว่ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายชุมชนที่เพิ่งเริ่มก่อตั้ง โดยมีแนวทางการพัฒนา ดังนี้

1) เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้มีรูปแบบการดำเนินงานและมีโครงสร้างการจัดการบ้างแล้ว แต่ยังขาดการรับรู้ถึงศักยภาพ ความสามารถ ข้อจำกัด และทรัพยากรที่มีในองค์กร จึงทำให้การพัฒนาเป็นไปด้วยความล่าช้าและขาดทิศทางและเป้าหมายที่มีความชัดเจน จึงต้องได้รับความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการเป็นผู้ประกอบการพร้อมกับการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจอย่างรอบด้าน ทั้งด้านการจัดการ การพัฒนาผลิตภัณฑ์หรือบริการ มาตรฐานการผลิต การตลาด และช่องทางการขาย เพื่อให้ทราบถึงจุดเด่นสำคัญที่ส่งเสริมให้ธุรกิจมีความเข้มแข็ง และ จุดอ่อนสำคัญและทรัพยากรองค์ความรู้ที่ขาดซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

2) ดำเนินการพัฒนาทักษะความรู้ด้านการจัดการและการวิเคราะห์ศักยภาพของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนร่วมกัน ซึ่งในขั้นตอนนี้ต้องอาศัยความร่วมมือจากองค์กรภายนอก ซึ่งจะมีการดำเนินงานที่ใกล้เคียงกับแนวทางการพัฒนาที่ 1 กล่าวคือ องค์กรชุมชนซึ่งเป็นเจ้าของวิสาหกิจชุมชนหรือเครือข่ายองค์กรชุมชนจะเป็นผู้ตัดสินใจเลือกองค์กรหรือหน่วยงานภายนอกที่มีความสำคัญและเกี่ยวข้องต่อองค์ความรู้และทรัพยากรที่ขาดแคลนเพื่อสร้างกระบวนการเรียนรู้ให้เกิดขึ้น แต่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนกลุ่มนี้ จะสามารถตัดสินใจเลือกหน่วยงานหรือองค์กรที่มีความเชี่ยวชาญในจุดอ่อนที่ตัวเองกำลังประสบกับปัญหาได้ดีกว่าเนื่องจากได้ดำเนินกิจการมาในระยะหนึ่งแล้ว

3) ดำเนินการวิเคราะห์ศักยภาพไปพร้อมกับการพัฒนาทักษะและกระบวนการคิดในรูปแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้น ทั้งการวิเคราะห์ศักยภาพและทรัพยากรทางธุรกิจของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเพื่อให้เห็นภาพรวมทางธุรกิจโดยคำนึงถึง

ทุนหลักที่เป็นเอกลักษณ์ หรืออัตลักษณ์ของชุมชนเดิมที่สามารถใช้ในการดำเนินงานสู่การแสวงหาโอกาสทางธุรกิจจากสิ่งที่มีภายในชุมชน โดยต้องไม่ยึดติดกับรูปแบบการผลิตสินค้าหรือบริการในรูปแบบเดิม แสวงหาแนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ความต้องการของกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่มีโอกาสขายสินค้าหรือบริการได้จริงในตลาดที่มีศักยภาพ โดยความร่วมมือจากองค์กรภายนอกที่มีความเชี่ยวชาญด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อการสร้างมาตรฐานและผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้นกว่าผลิตภัณฑ์รูปแบบเดิม เพื่อให้เกิดความคุ้มค่าในการลงทุน

4) ดำเนินการวิเคราะห์ถึงความคุ้มค่าในการผลิตสินค้าหรือบริการเพื่อจำหน่ายไปยังตลาดได้จริง โดยเป็นขั้นตอนการวิเคราะห์ที่มีความสำคัญ เนื่องจากการดำเนินงานของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนมีทรัพยากรในการขับเคลื่อนธุรกิจน้อย ทุกการตัดสินใจจึงต้องมีความคุ้มค่าสูงสุด โดยต้องทำการวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงในทุกเหตุการณ์ ทั้งในด้านดีและเลวร้าย อีกทั้งต้องมีแผนการรองรับกับสถานการณ์หรือปัญหาที่อาจเกิดขึ้นได้ตลอดเวลา

5) ดำเนินการกำหนดเป้าหมายในการพัฒนาธุรกิจร่วมกัน เพื่อให้เป็นแนวทางการปฏิบัติที่เป็นมาตรฐานและจุดมุ่งหมายที่ทุกคนในกลุ่มวิสาหกิจชุมชนต้องมุ่งไป ทั้งเป้าหมายเติบโตทางธุรกิจ ยอดขายผลิตภัณฑ์ การเพิ่มส่วนตลาด หรือการมุ่งนำผลิตภัณฑ์ใหม่ไปสู่ตลาดใหม่ที่มีศักยภาพ มาสู่รายได้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในชุมชนให้อยู่ดีมีสุขยิ่งขึ้น

ทั้งนี้ แนวทางการพัฒนาวิธีการคิดแบบผู้ประกอบการ ต้องค่อย ๆ ฝึกฝนอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ผู้นำและสมาชิกในกลุ่มได้ซึมซับ ยกระดับวิธีคิดให้เป็นแบบผู้ประกอบการ อันเป็นหนทางที่สร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างยั่งยืนได้

บทสรุป

เนื่องจากการประกอบการในลักษณะวิสาหกิจชุมชน เป็นหนึ่งในธุรกิจที่ต้องเผชิญกับความไม่แน่นอน ซึ่งเกิดจากการเปลี่ยนแปลงจากสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม พฤติกรรมของผู้บริโภคในยุคปกติใหม่ คู่แข่งขัน และเทคโนโลยี จึงเป็นแรงผลักดันให้ผู้ประกอบการต้องคิดหาวิธีการในการเอาตัวรอดพร้อมรับมือกับสถานการณ์ความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นและกระทบกับการดำเนินธุรกิจเหล่านี้ อีกทั้งวิสาหกิจชุมชนเป็นกลุ่มธุรกิจขนาดย่อมในระดับชุมชนท้องถิ่นที่มีผลกระทบกับวิถีชีวิต วัฒนธรรม ความเป็นอยู่ของผู้คนท้องถิ่น หากไม่สามารถรับมือและแสวงหาโอกาสจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ย่อมส่งผลกระทบต่อความมั่นคงด้านการประกอบการ พัฒนาวิธีคิดแบบผู้ประกอบการให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน จึงมีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบัน

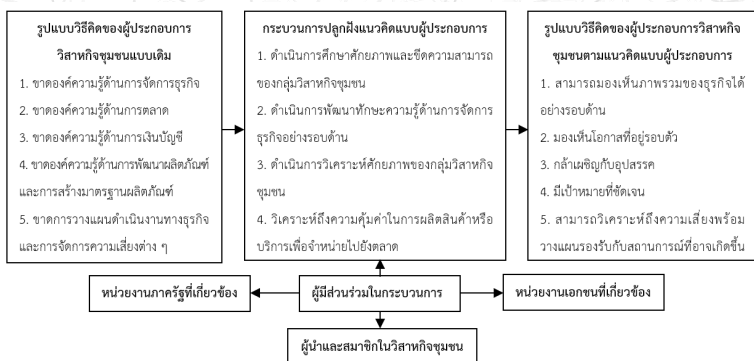
วิธีคิดแบบผู้ประกอบการ จึงแตกต่างจากการคิดในรูปพ่อค้าแม่ค้าทั่วไป กล่าวคือ จะคิดเพียงแค่ซื้อสินค้ามาและขายสินค้าไป โดยเป็นไปเพื่อให้เกิดความอยู่รอดเลี้ยงปากท้องรายวันเท่านั้น แต่ต้องสามารถคิด วิเคราะห์ และประมวลผลจนเกิดเป็นข้อมูลที่เป็นต่อการจัดการองค์กร สามารถมองเห็นภาพรวมของธุรกิจได้อย่างรอบด้าน แสวงหาโอกาสที่อยู่รอบตัว ถ้าเผชิญและพร้อมรับกับอุปสรรคที่อาจกระทบต่อธุรกิจ มีเป้าหมายชัดเจน เป็นไปได้ในทางปฏิบัติ สามารถวิเคราะห์ถึงความเสี่ยงพร้อมวางแผนรองรับสถานการณ์ที่อาจเกิดขึ้นอย่างรอบด้าน ซึ่งจะทำให้วิสาหกิจชุมชนสามารถมองเห็นศักยภาพ ชีตความสามารถ และข้อจำกัดของตนเอง เพื่อกำหนดแนวทางในการพัฒนาเพื่อข้ามผ่านอุปสรรคมาพบกับความสำเร็จได้ โดยไม่มาเอาปัญหาที่เกิดขึ้นมาบั่นทอนความมุ่งมั่นในการสร้างความเติบโตให้เกิดขึ้นกับวิสาหกิจชุมชน

วิธีคิดแบบผู้ประกอบการจึงมีความสำคัญไม่เฉพาะแต่กับธุรกิจขนาดใหญ่ที่ประสบความสำเร็จเท่านั้น แต่มีความสำคัญต่อการดำเนินธุรกิจในทุกระดับที่ต้องการประสบความสำเร็จในธุรกิจของตน เนื่องจากวิธีคิดแบบผู้ประกอบการจะช่วยให้ผู้ประกอบการวิสาหกิจชุมชนมีภูมิคุ้มกันทางธุรกิจ เนื่องจากสามารถทบทวน วิเคราะห์ และแยกแยะปัญหา ผลกระทบและพร้อมแสวงหาแนวทางในการแก้ไข

ปัญหาที่กระทบกับธุรกิจได้อย่างรวดเร็ว สร้างความยืดหยุ่นและปรับตัวท่ามกลางสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ช่วยปรับทัศนคติที่มีต่อองค์กร สร้างการตระหนักรู้ถึงตัวตน เกิดความตื่นตัว เรียนรู้ถึงแนวทางในการพัฒนาให้เกิดสิ่งใหม่ในธุรกิจ จึงทำให้เกิดความก้าวหน้าในองค์กร วิถีคิดแบบผู้ประกอบการจึงเป็นแนวทางในการพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชน

ข้อค้นพบ / องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาถึงแนวทางการพัฒนาวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชน เพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน พบองค์ความรู้สำคัญที่สามารถสรุปเป็นแผนภาพได้ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงผลกระทบของแนวคิดแบบผู้ประกอบการที่ส่งผลต่อความเข้มแข็งอย่างยั่งยืนของวิสาหกิจชุมชน

จากภาพที่ 2 แสดงให้เห็นถึงการจุดเริ่มต้นของกระบวนการพัฒนาวิถีคิดแบบผู้ประกอบการของวิสาหกิจชุมชนเพื่อสร้างความเข้มแข็งอย่างยั่งยืน โดยต้องเริ่มจากกระบวนการศึกษาศักยภาพและขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากผู้นำและสมาชิกที่มีส่วนสำคัญในการบริหารจัดการกลุ่ม

ทำการแสวงหาองค์ความรู้เพื่อการพัฒนาจากกิจกรรมหรือโครงการที่จัดขึ้นจากหน่วยงานภาครัฐและเอกชน ด้วยการสร้างเครือข่ายความร่วมมือในการแสวงหา การส่งเสริม สนับสนุน เพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ด้านการจัดการธุรกิจในภาพรวม ที่มีประสิทธิภาพ นำมาสู่การปลูกฝังแนวคิดในการจัดการธุรกิจแบบผู้ประกอบการ ให้เกิดขึ้นเพื่อสามารถสร้างความยั่งยืนให้เกิดขึ้นกับการดำเนินงานของวิสาหกิจ ชุมชนในประเทศได้ต่อไป

รายการอ้างอิง

- กฤตินี พงษ์ธนเลิศ และ ณัฐพล อัสสะรัตน์. (2565). คิดแบบผู้ประกอบการ (Entrepreneur Mindset). *วารสารเอ็มดีพีโอ*, 1(1), 1-18.
- จิจริภรณ์ มีศรี. (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของวิสาหกิจชุมชนกลุ่มชาลี-วรรณ ชุมชนพัฒนาตำบลบางปลา อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ. [เอกสาร วิชาการ]. สำนักงานประมงจังหวัดฉะเชิงเทรา. https://hectortarr.arda.or.th/api/uploaded_file/Smf7SYtpUONPRtakVcklo
- จินตนา กาญจนวิสุทธิ์. (2563). ธุรกิจชุมชน: เส้นทางพัฒนาอาชีพและการวิจัย ในชุมชน. มิน เซอร์วิส ซัพพลาย.
- จิราวรรณ สมหัง, สุกัญญา พยุงสิน, และ กิตติวัลย์ ทองอร่าม. (2566). การพัฒนา ความเข้มแข็งของชุมชนหมู่บ้านต้นแบบ 9 เพ(ราะ)สุข จังหวัดสิงห์บุรี. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา*, 18(2), 92-100.
- จุฑามาศ มามงคล, ดาราทิพย์ สุขสำราญ, อรรวรรณ เชื้อเมืองพาน, และ วรลักษณ์ วรรณโล. (2566). การวิเคราะห์ความเสี่ยงของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ตระก้าห้วย บ้านหนองแรด อำเภอเทิง จังหวัดเชียงราย. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 8(1), 85-99.
- ทรงยุทธ ต้นวัน และ รัชดาพร บุญกอง. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงสร้างสรรค์ ด้านการแปรรูปอาหารเพื่อสุขภาพจากภูมิปัญญา ท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจ ชุมชนในกลุ่มจังหวัดสนุก (สกลนคร นครพนม มุกดาหาร). *วารสาร สังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, 7(1), 112-126.

- ธนัญชนก หัยเจริญ. (2566). การพัฒนาความเข้มแข็งของวิสาหกิจชุมชนใน
จังหวัดฉะเชิงเทราให้ยั่งยืน. *วารสารมหาจุฬานาครทรรศน์*, 10(1), 276-
292.
- พระมหาสุริยัน อุตโตร และคณะ. (2562). การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการถนอม
อาหารตามภูมิปัญญาท้องถิ่นของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนกาหลง
อ.พิบูลมังสาหาร จ.อุบลราชธานี. [รายงานการวิจัย]. มหาวิทยาลัยมหาจุฬ
าลงกรณราชวิทยาลัย.
- พรชัย พันธุ์ชาดาพร. (2558). รายงานวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการดำเนินงาน
วิสาหกิจชุมชนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล
สุวรรณภูมิ. [https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2558/255824
0240335.pdf](https://research.rmutsb.ac.th/fullpaper/2558/2558240240335.pdf)
- กัมภณ มณีธรร. (2566). ปัญหาและอุปสรรคของกลุ่มเกษตรกรท้องถิ่นในจังหวัด
เชียงใหม่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อต่อยอดสู่ประโยชน์เชิงพาณิชย์และ
สาธารณะภายใต้ประชาคมเศรษฐกิจอาเซียน. *วารสารปัญญาวิวัฒน์*,
15(1), 61-75.
- รัชพล จอมไตรคุป และ วัชรพงษ์ อินทรวงศ์. (2558). ความหมายและแนวคิดเกี่ยว
กับภาวะผู้ประกอบการ. *วารสารศิลปะศาสตร์และวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 2(1), 249-290.
- สนิตเดช จินตนา และ ชีระพงษ์ ภูริปาณิก. (2563). ปัญหา ข้อจำกัด และ แนวทาง
ในการสร้างความเข้มแข็งให้กับวิสาหกิจ ชุมชนใน ประเทศไทย. *วารสาร
การเมือง การบริหาร และกฎหมาย*, 12(3), 179-194.
- สัจจา บรรจงศิริ และคณะ. (2554). การพัฒนาวิสาหกิจชุมชนตามหลักปรัชญา
เศรษฐกิจพอเพียง. *วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม*,
1(15), 178-197.
- สมยศ ปัญญามาก และคณะ. (2559). วิสาหกิจชุมชนกับแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืน.
วารสารบัณฑิตแสงไคมคำ, 1(1), 73-88.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2565). *ข้อมูลและความรู้
เกี่ยวกับ SME*. <https://www.sme.go.th/knowledge/>

อุทัย ปริญาสุทธินันท์. (2561). *การจัดการชุมชน*. โรงพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Katalyst. (2021, March 17). *Entrepreneurship พัฒนาแนวคิดแบบผู้ประกอบการ ฉบับ Startup*. <https://katalyst.kasikornbank.com/th/blog/Pages/entrepreneurship-develops-entrepreneurial-concept-for-startup.html>

Cherry, K. (2018, January 1). *What does Mindset Mean?*. <https://www.explorepsychology.com/what-is-a-mindset/>

Pandey, Y. (2023, March 17). *Developing an Entrepreneurial Mindset: Tips and Strategies*. <https://www.linkedin.com/pulse/developing-entrepreneurial-mindset-tips-strategies-yash-pandey>

ผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย
ตำบลสะलग อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่

Outcomes of Household Accounting in the Ban Phra
Phutthabat Si Roi Community, Saluang Subdistrict,
Mae Rim District, Chiang Mai Province

พุทธมน สุวรรณอาสน์¹ กิรณา ยี่สุนแซม² รัชนิกร ปัญญา³
และพิชญานันท์ อมรพิชญ์⁴

Puttamon Suwunna-ard¹ Kirana Yeesoonsam²
Ratchaneekorn Panya³ Pichayanun Amornpich⁴

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่ 50300^{1, 2, 3, 4}
Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University, Chiang Mai 50300 Thailand^{1, 2, 3, 4}

*Corresponding Author E-mail: puttamon_suw@cmru.ac.th

(Received: May 1, 2024; Revised: September 9, 2024; Accepted: September 20, 2024)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย ตำบลสะलग อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ โดยประชากรในการวิจัยครั้งนี้คือ สมาชิกชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย ผู้เข้าร่วมอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน จำนวน 120 คน และกลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้คือผู้ทำบัญชีครัวเรือนจำนวน 52 คน ใช้แบบสัมภาษณ์และแบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ทำการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ โดยการตรวจสอบความครบถ้วนของข้อมูลที่ได้ตามขอบเขตเนื้อหาและวัตถุประสงค์ รวมทั้งวิเคราะห์เชิงปริมาณด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า การจัดทำบัญชีครัวเรือนส่งผลให้ครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย ตำบลสะलग อำเภอมะริม จังหวัดเชียงใหม่ เกิดกระบวนการรับรู้รายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน ส่งผลให้เกิดความตระหนักและ

ความรอบคอบในการจ่ายเงิน คิดก่อนใช้มากขึ้น โดยมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.79 ระดับมากที่สุด จากนั้นจึงหาแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ทำให้มีแนวทางเพิ่มเงินออมให้มากขึ้นและภาระหนี้สินที่ลดลง โดยการมีแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ซึ่งมีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.41 ระดับมาก เป็น 4.57 ระดับมากที่สุด และการมีแนวทางเพิ่มออมเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.68 ระดับมากที่สุด อีกทั้งมีการใช้บัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือในการวางแผนทางการเงินได้ ตลอดจนเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเองที่ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

คำสำคัญ: ผลลัพธ์ บัญชีครัวเรือน ชุมชน

Abstract

This research aimed to examine the outcomes of household accounting in the Ban Phra Phutthabat Si Roi community, Saluang Sub-district, Mae Rim District, Chiang Mai Province. The research population comprised 120 community members who participated in household accounting training. The sample group comprised 52 household accountants. Data collection was conducted using interviews and questionnaires. Qualitative analysis involved verifying the completeness of the data based on the content scope and objectives, while quantitative analysis employed means and standard deviations. The results revealed that household accounting enabled households in the Ban Phra Phutthabat Si Roi community to recognize their income and expenses better. This increased their awareness and caution regarding spending, encouraging them to think before purchasing, with the average increasing from 4.59 at the highest to 4.79 at the lowest level. Consequently, households sought to reduce unnecessary expenditures, improve savings, and reduce debt. There are guidelines to reduce unnecessary costs. The average

increased from 4.41 to a very high level; it was 4.57, the highest level. Furthermore, having ways to increase savings, the average increased from 4.59 at the highest level to 4.68 at the lowest level. Moreover, household accounting served as a tool for financial planning and facilitated a self-learning process, which fostered a positive attitude towards financial management.

Keywords: Outcome, Household Accounts, Community

บทนำ

รายงานสำนักงานสถิติแห่งชาติ สังกัดกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ได้เปิดเผย ผลสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2566 (6 เดือนแรก) พบว่า ครัวเรือนทั่วประเทศมีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยและหนี้สินเฉลี่ยต่อครัวเรือนมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น (สำนักสถิติแห่งชาติ, 2566) องค์กรภาครัฐหลายองค์กรก็มีส่วนร่วมในการหาแนวทางลดค่าใช้จ่าย ส่งเสริมการออม ลดภาระหนี้ โดยการขับเคลื่อนการจัดทำบัญชีครัวเรือนและการออมเงินของประชาชน ดังเช่น 1) กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ มีโครงการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายบุคคล และมีการจัดทำสื่อวิธีการจัดทำบัญชีครัวเรือนเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ YouTube ช่องกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566ก) 2) กองทุนการออมแห่งชาติ นำเสนอบทความให้ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดการออมเงิน และการวางแผนการเงิน (กองทุนการออมแห่งชาติ, 2563ก) 3) ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ส่งเสริมการเรียนรู้ทางการเงินผ่าน LIVE Platform (ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, 2566) และ 4) ธนาคารแห่งประเทศไทย ให้ข้อมูลเกี่ยวกับการจัดทำบัญชีครัวเรือน เป็นเครื่องมือในการวางแผนทางการเงิน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2566) วัฏจักรการทำบัญชีครัวเรือนมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างความมั่นคงทางการเงินให้กับครัวเรือนในทุกๆระดับ โดยเฉพาะในชุมชนชนบทซึ่งมักมีรายได้ไม่แน่นอนและความเสี่ยงทางเศรษฐกิจสูง การทำบัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ครัวเรือนสามารถรับรู้และจัดการรายได้และค่าใช้จ่ายของตนเองอย่างเป็นระบบ ซึ่งส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยน

พฤติกรรมการใช้จ่ายให้มีความรัดกุมและมีสติมากขึ้น โดยการจดบันทึกรายการรายรับ และรายจ่ายทำให้ครัวเรือนสามารถมองเห็นภาพรวมทางการเงินของตนเองได้ชัดเจนยิ่งขึ้น ทั้งในเรื่องของแหล่งที่มาของรายได้ ค่าใช้จ่ายที่เกิดขึ้นเป็นประจำ และค่าใช้จ่ายที่สามารถลดหรือหลีกเลี่ยงได้ การทำบัญชีครัวเรือนยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยส่งเสริมให้เกิดการวางแผนทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งในระยะสั้นและระยะยาว ซึ่งส่งผลให้ครอบครัวสามารถสร้างความมั่นคงทางการเงินในอนาคต ลดภาระหนี้สิน และเพิ่มโอกาสในการออมเพื่อการลงทุนหรือใช้จ่ายในสิ่งที่จำเป็นมากขึ้นโดยการทำบัญชีครัวเรือน อีกทั้งยังเป็นการส่งเสริมกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง ช่วยให้สมาชิกครัวเรือนสามารถประเมินพฤติกรรมการใช้จ่ายของตนเอง และหาวิธีปรับปรุงพฤติกรรมดังกล่าว เพื่อให้มีการบริหารจัดการการเงินที่ดีขึ้น การบันทึกข้อมูลทางการเงินนี้ยังช่วยให้ครัวเรือนสามารถวางแผนและเตรียมตัวรับมือกับเหตุการณ์ฉุกเฉินที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต เช่น การเจ็บป่วย ภัยพิบัติทางธรรมชาติ หรือปัญหาทางเศรษฐกิจ ซึ่งทั้งหมดนี้สามารถส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางการเงินของครัวเรือน ซึ่งในชุมชนชนบทที่มักพึ่งพาเศรษฐกิจจากการเกษตรและการทำงานที่ไม่ประจำ การมีระบบการจัดการทางการเงินที่ดีเป็นสิ่งสำคัญ เพราะรายได้จากภาคการเกษตรนั้นมักมีความไม่แน่นอนขึ้นอยู่กับสภาพอากาศและปัจจัยทางธรรมชาติ การทำบัญชีครัวเรือนจึงเป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยให้ครัวเรือนสามารถควบคุมการใช้จ่ายและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการเงินให้สอดคล้องกับสภาพเศรษฐกิจของครอบครัว (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566ข)

ชุมชนบ้านพระพุทธรูปหล่อ ตั้งอยู่ในตำบลสะเลียง อำเภอแม่ริม จังหวัดเชียงใหม่ เป็นชุมชนชนบทที่ประชากรส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม ซึ่งเป็นอาชีพที่รายได้ไม่แน่นอนและมีความเสี่ยงสูง การเข้าถึงข้อมูลและความรู้เกี่ยวกับการจัดการทางการเงินในชุมชนนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง เพื่อช่วยให้ครัวเรือนสามารถรับมือกับความไม่แน่นอนทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในอดีตชุมชนนี้ขาดการวางแผนทางการเงินที่เป็นระบบ ครัวเรือนหลายแห่งพบปัญหาหนี้สินและขาดการออม ซึ่งส่งผลกระทบต่อความเป็นอยู่ของคนในชุมชน เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว หน่วยงานภาครัฐและเอกชนได้เข้ามามีบทบาทในการส่งเสริมการทำบัญชีครัวเรือนในชุมชนบ้านพระพุทธรูปหล่อ โดยมีการจัดการ

ฝึกอบรมและให้ความรู้เกี่ยวกับการทำบัญชีครัวเรือนแก่สมาชิกในชุมชน โดยเน้นการฝึกฝนให้ครัวเรือนสามารถจดบันทึกรายรับและรายจ่ายได้อย่างถูกต้อง และใช้ข้อมูลเหล่านี้ในการวางแผนการเงิน การฝึกอบรมนี้ยังครอบคลุมถึงการใช้บัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือในการวางแผนการใช้จ่ายในอนาคต เช่น การเก็บออมเพื่อการศึกษา การรักษาพยาบาล และการลงทุนในกิจกรรมที่สามารถสร้างรายได้เพิ่มเติม การมีระบบบัญชีครัวเรือนที่ชัดเจนยังช่วยให้ครัวเรือนสามารถตรวจสอบและปรับปรุงการใช้จ่ายของตนเองอย่างต่อเนื่อง ลดการใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่มโอกาสในการสะสมเงินออมเพื่อเตรียมตัวสำหรับความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจ การส่งเสริมการทำบัญชีครัวเรือนในชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสีร่อนนั้นยังเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับชุมชน การทำบัญชีครัวเรือนช่วยให้สมาชิกในชุมชนมีความรู้และทักษะในการจัดการทางการเงิน ซึ่งไม่เพียงแต่ช่วยให้ครอบครัวมีความมั่นคงทางการเงิน แต่ยังช่วยส่งเสริมการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนอีกด้วย การที่ครัวเรือนในชุมชนมีการจัดการการเงินที่ดี จะส่งผลให้การใช้จ่ายในชุมชนเกิดความหมุนเวียน และสร้างความเข้มแข็งให้กับเศรษฐกิจท้องถิ่น (นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ, 2559)

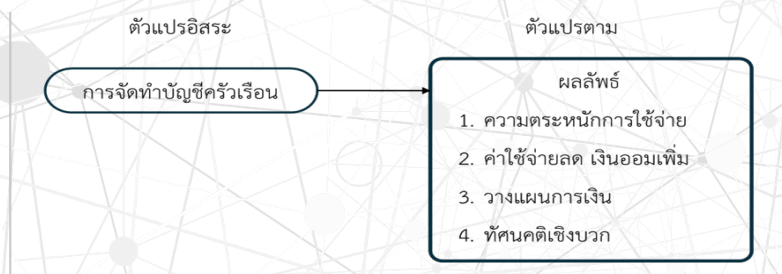
จากบริบทข้างต้น ทำให้คณะผู้วิจัยได้เห็นความสำคัญและผลประโยชน์ในการใช้บัญชีครัวเรือนทำให้เกิดปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือน ผ่านการรับรู้ข้อมูลสรุปรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน ส่งผลทำให้เกิดความตระหนักในการใช้จ่ายอย่างรอบคอบ เกิดแนวทางการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ส่งผลให้เกิดเงินออมที่เพิ่มขึ้น นำไปสู่การวางแผนการเงิน และมีทัศนคติที่ดีต่อการจัดทำบัญชีที่เป็นกระจกสะท้อนพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือน

วัตถุประสงค์

เพื่อศึกษาผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสีร่อน ตำบลสะลวง อำเภอมะเริม จังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิด

การจัดทำบัญชีครัวเรือนจะเกิดการเรียนรู้ในพฤติกรรมการใช้จ่ายย้อนหลัง ทำให้เกิดการเรียนรู้ ส่งผลต่อความตระหนักการใช้จ่ายด้วยความระมัดระวังมากขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายลดลงเงินออมเพิ่มขึ้น รวมทั้งสามารถวางแผนทางการเงินได้โดยใช้ข้อมูลในอดีต ตลอดจนการมีทัศนคติเชิงบวกในการทำบัญชี ซึ่งจะเกิดความยั่งยืนในการจัดทำบัญชี



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การทำบัญชีครัวเรือน

ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล และชนัญชิตา อรุณแซ (2566) ได้ศึกษาเรื่องการทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมในยุคโควิด-19 เพื่อวางแผนจัดการทางการเงิน กรณีศึกษา: ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าหลังทำบัญชีครัวเรือนมีเงินเหลือเก็บมากขึ้น 6.2% ดังนั้น จึงมีเงินออมเพิ่มขึ้นสามารถชำระหนี้สินเดิมได้มากขึ้น หนี้สินลดลง และเป็นแนวทางการวางแผนจัดการทางการเงินได้ อีกทั้งมีเงินออมที่เหมาะสมและนำส่วนที่เหลือไปลงทุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอนาคต โดยธนาคารแห่งประเทศไทย (2566) ได้นำเสนอบทความเกี่ยวกับการวางแผนทางการเงิน หัวข้อเรื่อง “การวางแผนการเงิน เป็นเครื่องมือ

ที่ช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน” สรุปได้ว่าการวางแผนทางการเงินมีความสำคัญมาก หากเกษียณอายุเป็นวัยที่มีรายได้ลดลง แต่ค่าใช้จ่ายส่วนใหญ่ยังคงอยู่ หรืออาจสูงขึ้นในบางหมวด เช่น การรักษาพยาบาล ซึ่งหากไม่มีการวางแผนที่ดีก็อาจเกิดปัญหาได้ ดังนั้นจึงต้องมีการวางแผนทางการเงินตาม 5 ขั้นตอน ดังนี้ 1) ประเมินฐานะการเงิน โดยประเมินจาก สินทรัพย์ - หนี้สิน = ความมั่งคั่งสุทธิ และควรจัดบันทึกรายรับรายจ่ายประจำวัน เพื่อจะได้รู้พฤติกรรมการใช้จ่ายของตนเอง โดยประเมินจากรายรับ - เงินออม - รายจ่าย = เงินเหลือใช้/เงินขาดมือ 2) ตั้งเป้าหมายให้ชัดเจน โดยสอดคล้องกับความสามารถทางการเงินในช่วงเวลานั้น ๆ 3) จัดทำแผนการเงิน ใช้จ่ายเงินอย่างไร หารายได้เพิ่มเติมจากแหล่งไหน หรือนำไปลงทุนอย่างไร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่วางไว้ 4) ดำเนินการอย่างมีวินัย คือการทำตามแผนอย่างเคร่งครัด มุ่งมั่น มีวินัย เพื่อบรรลุเป้าหมาย และ 5) ปรับแผนตามสถานการณ์ ติดตามตรวจสอบแผนอย่างสม่ำเสมออย่างน้อยทุก 6 เดือนว่าทุกอย่างเป็นไปตามแผนที่วางไว้หรือไม่ อีกทั้ง ผกามาศ บุตรสาตี และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการเสริมสร้างองค์ความรู้ อย่างยั่งยืนของชุมชนสายยาว ตำบลลุ่มเหล็ก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์ พบว่า นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือน มี 6 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) การสร้างความเข้าใจ 2) การจัดอบรม 3) การสอบบัญชีครัวเรือน 4) การกำกับติดตาม 5) การสร้างเครือข่ายการทำงาน และ 6) การวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งได้สร้างความตระหนักและการยอมรับถึงประโยชน์ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน ทำให้ชุมชนมองเห็นถึงความสำคัญของการบันทึกบัญชีครัวเรือนและประโยชน์ที่จะได้รับการบันทึกบัญชี ส่งผลให้ชุมชนรับรู้กำไรและการใช้จ่ายที่ชัดเจน สามารถลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและมีเงินออมเพิ่มมากขึ้น อนงค์รักษ์ ชนะภัย (2564) ศึกษาเรื่อง การจัดการองค์ความรู้เพื่อยกระดับการทำบัญชีครัวเรือน ชุมชนบ้านปรือรุ่ง ตำบลเชื้อเพลิง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์ พบว่า สมาชิกชุมชนมีการจัดบันทึกบัญชีครัวเรือนได้ถูกต้องสมบูรณ์มากขึ้น และพฤติกรรมของผู้ทำบัญชีมีการเปลี่ยนแปลงไปในทิศทางที่ดีขึ้น การใช้จ่ายมากขึ้นมีวินัยมากขึ้น ก่อนใช้จ่ายนึกถึงความเป็นจำเป็น ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ การซื้อของฟุ่มเฟือยลดลง วางแผนการเงินได้ ระดับเงินออมเพิ่มขึ้น

และหนี้สินลดลง ส่วนกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566ข) สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ เป็นหน่วยงานรัฐที่ขับเคลื่อนในการส่งเสริมและพัฒนาการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยในเว็บไซต์ของหน่วยงาน มีการเผยแพร่แบบฟอร์มสมุดบัญชี - รับจ่ายในครัวเรือน (หน้าหลัก > บริการ > สมุดบัญชี - รับจ่ายในครัวเรือน) และมีการจัดทำสื่อวิธีการจัดทำบัญชีครัวเรือนเผยแพร่ทางสื่อออนไลน์ YouTube ในช่องกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ และกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2566ก) สังกัดกระทรวงเกษตรและสหกรณ์ มีการเผยแพร่ข้อมูลแผนปฏิบัติการปีงบประมาณ 2567 ได้จัดโครงการเสริมสร้างการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อการจัดการเศรษฐกิจระดับครัวเรือน ภายใต้โครงการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายบุคคล มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาศักยภาพการจัดทำบัญชีเพื่อจัดการเศรษฐกิจระดับครัวเรือนและการประกอบอาชีพ 2) เพื่อให้มีความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีรับจ่ายในครัวเรือน และ 3) เพื่อสร้างเครือข่ายผู้จัดทำบัญชีและชุมชนแห่งการออมอย่างยั่งยืน โดยมีประชาชนกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 22,400 ราย ในพื้นที่สำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์ที่ 1 - 10 และสำนักงานตรวจบัญชีสหกรณ์จังหวัด โดยมี 6 ดัชนีชี้วัดความสำเร็จของโครงการ KPI (Key Performance Indicator: KPI) ดังนี้ 1) กลุ่มเป้าหมายได้รับการอบรมการจัดทำบัญชีรับจ่ายในครัวเรือน จำนวน 22,400 ราย 2) ร้อยละ 70 ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการพัฒนามีความรู้ความเข้าใจในการจัดทำบัญชี 3) ร้อยละ 26 ของกลุ่มเป้าหมายที่ได้รับการฝึกอบรมสามารถจัดทำบัญชีได้ 4) ร้อยละ 50 ของกลุ่มเป้าหมายที่ทำบัญชีได้สามารถจัดการการเงินในครัวเรือนได้ 5) ร้อยละ 47 ของกลุ่มเป้าหมายสามารถนำข้อมูลทางบัญชีไปใช้ประโยชน์ในการสร้างวินัยทางการเงินภาคครัวเรือน และ 6) ร้อยละ 10 ของกลุ่มเป้าหมายที่วินัยทางการเงินภาคครัวเรือน มีการรวมกลุ่มเป็น "ชุมชนคนทำบัญชี" นำร่อง อีกทั้ง กรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2567) ได้พัฒนาแอปพลิเคชัน เรียกว่า "SmartMe" ซึ่งเป็นโปรแกรมบัญชีรายบุคคล สำหรับส่งเสริมให้เกษตรกรและบุคคลทั่วไป ใช้ในการบันทึกบัญชีครัวเรือน (รายรับ-รายจ่าย) และบัญชีต้นทุนอาชีพ (รายได้และต้นทุน/ค่าใช้จ่าย) เพื่อการวางแผนการใช้จ่ายและการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่ง "SmartMe" เป็นแอปพลิเคชันที่ใช้งานได้ง่าย สามารถบันทึกข้อมูลได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์ Smart Phone พร้อมทั้งมีการแสดงรายงานใน

รูปแบบกราฟที่ทันสมัย สวยงาม และเข้าใจง่ายเหมาะกับการใช้ชีวิตประจำวันในยุคดิจิทัล

สรุปการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยส่งเสริมความยั่งยืนทางการเงินในระดับครัวเรือน โดยมีความสำคัญดังนี้ 1) การบริหารจัดการทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพการบันทึกบัญชีครัวเรือนช่วยให้สามารถติดตามรายรับและรายจ่ายได้อย่างชัดเจน ทำให้การจัดสรรทรัพยากรมีความแม่นยำและเหมาะสมกับความต้องการของครัวเรือน 2) การส่งเสริมการออม การบันทึกบัญชีช่วยให้สามารถมองเห็นภาพรวมการใช้จ่ายและเงินออมได้ชัดเจน ส่งผลให้สามารถวางแผนการออมอย่างเป็นระบบ และเพิ่มโอกาสในการสะสมเงินสำรองเพื่อเตรียมพร้อมสำหรับเหตุการณ์ฉุกเฉิน 3) การควบคุมค่าใช้จ่าย การจัดทำบัญชีครัวเรือนช่วยให้สามารถติดตามและควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ลดการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย และปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายให้มีความเป็นระเบียบ 4) การวางแผนการเงินอย่างยั่งยืน การจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงสนับสนุนการวางแผนทางการเงินอย่างยั่งยืน โดยการใช้ข้อมูลทางการเงินในการวางแผนเพื่อการลงทุนและการพัฒนาตนเอง 5) การส่งเสริมความรู้ทางการเงิน การบันทึกบัญชีช่วยเสริมสร้างความรู้ทางการเงินให้กับสมาชิกในครัวเรือน สามารถถ่ายทอดทักษะนี้ให้กับคนรุ่นหลัง และสร้างวินัยทางการเงินที่ดีในสังคม ดังนั้นการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงจึงเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยให้ครัวเรือนสามารถบริหารจัดการทางการเงินได้อย่างมีประสิทธิภาพ สร้างความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และเสริมสร้างคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นในระยะยาว

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม (Participatory Action Research: PAR) ในการจัดการความรู้ด้านบัญชีตามวิถีเศรษฐกิจพอเพียง มีรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิจัยเชิงปริมาณ ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้คณะผู้วิจัยออกแบบเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

ลักษณะการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งการวิจัยเชิงพรรณนา โดยคณะผู้วิจัย ได้สังเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการที่เกี่ยวข้องกับการทำบัญชีครัวเรือน การจัดทำบัญชีครัวเรือน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง ความรู้ทางการเงินและพฤติกรรม การออมและซึ่งการวิเคราะห์แนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้องสามารถที่จะทำให้บรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1. ประชากรในการศึกษาครั้งนี้ คือ ชาวชุมชนหมู่บ้านพระพุทธบาทสี่รอย ตำบลสะลวง อำเภอดำรงวิทยารัษฎา จังหวัดยะลา จำนวน 120 คน
2. กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ครัวเรือนชุมชนหมู่บ้านพระพุทธบาทสี่รอย จำนวน 52 ครัวเรือน สมาชิกชุมชนบ้านพระพุทธบาทสี่รอย ตำบลสะลวง อำเภอดำรงวิทยารัษฎา จังหวัดยะลา ผู้เข้าร่วมอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน จำนวน 120 คน ในการศึกษาแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงพื้นที่หมู่บ้านชุมชนบ้านพระพุทธบาทสี่รอยและแบบโควตา (Quota Sampling Technique) ของผู้เข้าร่วมอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยได้กำหนดจำนวน 52 คน เนื่องจากข้อมูลกลุ่มตัวอย่างเป็นผู้ให้ข้อมูลการตอบที่มีความสำคัญและต้องให้ผู้ตอบสมัครใจในการให้ข้อมูลแบบสอบถามการสมัครใจในการให้ข้อมูลของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แบบสอบถาม (Questionnaire) ประกอบด้วยข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. อภิปรายกลุ่ม (Group discussion) เป็นการรับฟังแนวคิดของผู้เข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งใช้ในกิจกรรมการจัดเวทีศึกษาบริบท การจัดเวทีติดตามผล
3. แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) ในการจัดเก็บข้อมูลเชิงลึก

การวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล

ส่วนที่ 1 รวบรวมข้อมูลจาก 1) ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม การอภิปรายกลุ่ม และแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับกลุ่มเป้าหมายจากการดำเนินการลงพื้นที่ โดยผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย 2) ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) คือ เป็นการ

รวบรวมข้อมูลเอกสารต่าง ๆ ได้แก่ หนังสือ ตำรา งานวิจัย และเอกสารวิชาการในรูปแบบสื่ออิเล็กทรอนิกส์ที่เกี่ยวข้อง

ส่วนที่ 2 ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์คือ สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำเสนอในรูปแบบตารางประกอบความเรียง โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เรียบเรียง จำแนก ตีความ แปรผล และเชื่อมโยงความสัมพันธ์ จนถึงสร้างข้อสรุปจากข้อมูลต่าง ๆ การแปรผลใช้เกณฑ์มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ตามแบบของลิเคิร์ต (Likert, 1932) โดยมีช่วงคะแนนเฉลี่ยและแปลความหมายหรือระดับ (Level) เรียงลำดับจากมากไปน้อย ดังนี้ 4.51–5.00 มากที่สุด 3.51–4.50 มาก 2.51–3.50 ปานกลาง 1.51–2.50 น้อย 1.00–1.50 น้อยที่สุด โดยเกณฑ์สัมประสิทธิ์แอลฟา มีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 ขึ้นไป ซึ่งการทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (Validity) และการทดสอบหาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ผลของค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาที่ได้มีค่าเท่ากับ 0.86 ถือว่ายอมรับได้ สามารถเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างได้ (ขจรอรุณพน พงศ์วิริทธิ์ธร และคณะ, 2563)

ผลการวิจัย

1. ผลการประเมินผู้เข้าร่วมอบรมก่อนและหลังการอบรมบัญชีครัวเรือน

ผู้วิจัยได้ดำเนินการจัดเก็บข้อมูล จากกิจกรรมการจัดเวที โดยการศึกษาบริบท อภิปรายกลุ่ม ซึ่งเป็นการรับฟังแนวคิดของผู้เข้าร่วมกิจกรรม รวมทั้งมีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept interview) จึงได้นำข้อมูลมาประมวลผลเพื่อออกแบบกระบวนการสร้างเครื่องมือการจัดทำบัญชีครัวเรือน ซึ่งนำไปสู่การอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนได้ใช้รูปแบบสมุดบัญชีรับ-จ่ายในครัวเรือน สมุดต้นทุนประกอบอาชีพของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (กรมตรวจบัญชีสหกรณ์, 2566) โดยมีผลการประเมินผู้เข้าร่วมอบรมก่อนและหลังการอบรมบัญชีครัวเรือน จำนวน 120 คน ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลเปรียบเทียบระดับการประเมินตนเองก่อน-หลังอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน

ประเด็น	ก่อนการอบรม			หลังการอบรม		
	μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
1) ระดับความรู้การจัดทำบัญชีครัวเรือน	2.74	0.82	ปานกลาง	3.45	0.75	ปานกลาง
2) ความสามารถจัดทำบัญชีครัวเรือน	2.38	0.81	น้อย	3.48	0.69	ปานกลาง
3) การรับรู้พฤติกรรมการใช้จ่าย	1.68	0.79	น้อย	4.65	0.53	มากที่สุด
4) การจัดหมวดหมู่ได้	2.33	0.74	น้อย	4.46	0.67	มาก
5) สามารถจัดลำดับของรายจ่าย	2.19	0.55	น้อย	4.29	0.79	มาก
6) มีแนวทางลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น	2.29	0.57	น้อย	3.52	0.93	มาก
7) มีแนวทางเพิ่มเงินออม	2.22	0.49	น้อย	3.20	0.44	ปานกลาง
8) สามารถวางแผนการเงินครัวเรือนได้	2.14	0.64	น้อย	4.25	0.43	มาก
9) ระดับความระมัดระวังการใช้จ่าย	1.68	0.82	น้อย	4.11	0.31	มาก

หมายเหตุ μ : ค่าเฉลี่ยประชากร σ : ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

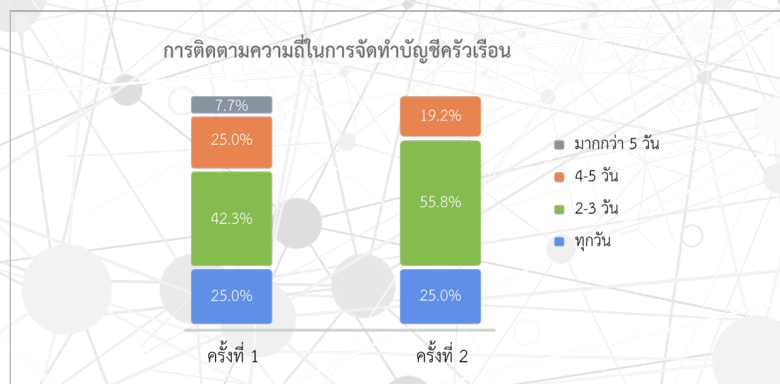
จากตารางที่ 1 พบว่ามีค่าเฉลี่ยและระดับในประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) ระดับความรู้การจัดทำบัญชีครัวเรือน จาก 2.74 ระดับปานกลาง เป็น 3.45 ระดับปานกลาง 2) ความสามารถจัดทำบัญชีครัวเรือน จาก 2.38 ระดับน้อย เป็น 3.48 ระดับปานกลาง 3) การรับรู้พฤติกรรมการใช้จ่าย จาก 1.68 ระดับน้อย เป็น 4.65 ระดับมากที่สุด 4) การจัดหมวดหมู่ได้ จาก 2.33 ระดับน้อย เป็น 4.46 ระดับมาก 5) สามารถจัดลำดับของรายจ่าย จาก 2.19 ระดับน้อย เป็น 4.29 ระดับมาก 6) มีแนวทางลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น จาก 2.29 ระดับน้อย เป็น 3.52 ระดับมาก 7) มีแนวทางเพิ่มเงินออม จาก 2.22 ระดับน้อย เป็น 3.2 ระดับปานกลาง 8) ความสามารถวางแผนการเงินครัวเรือนได้ จาก 2.14 ระดับน้อย เป็น 4.25 ระดับมาก และ 9) ระดับความระมัดระวังการใช้จ่าย จาก 1.68 ระดับน้อย เป็น 4.11 ระดับมาก

2. ความถี่การจัดทำบัญชีครัวเรือน

จากการติดตามผลภายหลังการอบรมการจัดทำบัญชีครัวเรือน โดยระยะห่างการติดตามผล 1 เดือน ผู้จัดทำบัญชีได้ให้ข้อมูลเกี่ยวกับความถี่การจัดทำบัญชีครัวเรือน ดังนี้

ตารางที่ 2 ข้อมูลติดตามความถี่การจัดทำบัญชีครัวเรือน

ความถี่	การทำบัญชี (ครัวเรือน)		เปอร์เซ็นต์ (%)	
	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2	ครั้งที่ 1	ครั้งที่ 2
ทุกวัน	13	13	25.0%	25.0%
2-3 วันต่อครั้ง	22	29	42.3%	55.8%
4-5 วันต่อครั้ง	13	10	25.0%	19.2%
มากกว่า 5 วันต่อครั้ง	4	0	7.7%	0.0%
รวม	52	52	100.0%	100.0%



ภาพที่ 2 การติดตามความถี่ในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

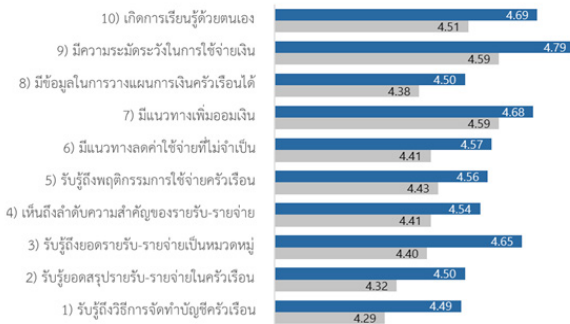
จากตารางที่ 2 และภาพที่ 2 ข้างต้น สามารถแบ่งกลุ่มได้ 3 กลุ่มดังนี้
 1) กลุ่มอัตราส่วนเพิ่มขึ้น กลุ่มผู้จัดทำบัญชีครัวเรือน 2-3 วันต่อครั้ง (กลุ่มใหญ่ที่สุด)
 จากอัตรา 42.3% เพิ่มขึ้นเป็น 55.8% 2) กลุ่มอัตราส่วนคงที่ กลุ่มผู้จัดทำบัญชีครัวเรือน
 ทุกวัน คิดเป็น 25.0% และ 3) กลุ่มอัตราส่วนลดลง กลุ่มผู้ทำบัญชีครัวเรือน 4-5
 วันต่อครั้ง จากอัตรา 25.0% ลดลงเป็น 19.2% กลุ่มผู้ทำบัญชีครัวเรือนมากกว่า
 5 วันต่อครั้ง จากอัตรา 7.7% ลดลงเป็น 0.0%

ตารางที่ 3 การติดตามผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือน

ประเด็น	ก่อนการอบรม			หลังการอบรม		
	μ	σ	ระดับ	μ	σ	ระดับ
1) รับรู้ถึงวิธีการจัดทำบัญชีครัวเรือน	4.29	0.67	มาก	4.49	0.61	มาก
2) รับรู้ยอดสรปรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน	4.32	0.70	มาก	4.50	0.61	มาก
3) รับรู้ถึงรายรับ-รายจ่ายเป็นหมวดหมู่	4.40	0.60	มาก	4.65	0.54	มากที่สุด
4) เห็นถึงลำดับความสำคัญของรายรับ-รายจ่าย	4.41	0.50	มาก	4.54	0.50	มากที่สุด
5) รับรู้ถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายครัวเรือน	4.43	0.50	มาก	4.56	0.50	มากที่สุด
6) มีแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น	4.41	0.72	มาก	4.57	0.61	มากที่สุด
7) มีแนวทางเพิ่มออมเงิน	4.59	0.50	มากที่สุด	4.68	0.47	มากที่สุด
8) มีข้อมูลวางแผนการเงินครัวเรือนได้	4.38	0.71	มาก	4.50	0.66	มาก
9) มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน	4.59	0.50	มากที่สุด	4.79	0.41	มากที่สุด
10) เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง	4.51	0.50	มากที่สุด	4.69	0.47	มากที่สุด

หมายเหตุ μ : ค่าเฉลี่ยประชากร σ : ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการติดตามการจัดทำบัญชีครัวเรือน



ภาพที่ 3 ผลการติดตามการจัดทำบัญชีครัวเรือน

จากตารางที่ 3 และภาพที่ 3 สรุปประเด็นติดตาม พบว่า 1) รับรู้ถึงวิธีการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.29 ระดับมาก เป็น 4.49 ระดับมาก 2) รับรู้ยอดสรุปรายรับ - รายจ่ายในครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.32 ระดับมาก เป็น 4.50 ระดับมาก 3) รับรู้ถึงยอดรายรับ-รายจ่ายเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.40 ระดับมาก เป็น 4.65 ระดับมากที่สุด 4) เห็นถึงลำดับความสำคัญของรายรับ - รายจ่าย มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.41 ระดับมาก เป็น 4.54 ระดับมากที่สุด 5) รับรู้ถึงพฤติกรรมค่าใช้จ่ายครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.43 ระดับมาก เป็น 4.56 ระดับมากที่สุด 6) มีแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.41 ระดับมาก เป็น 4.57 ระดับมากที่สุด 7) มีแนวทางเพิ่มออมเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.68 ระดับมากที่สุด 8) มีข้อมูลในการวางแผนการเงินครัวเรือนได้ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.38 ระดับมาก เป็น 4.50 ระดับมาก 9) มีความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.79 ระดับมากที่สุด และ 10) เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.51 ระดับมากที่สุด เป็น 4.69 ระดับมากที่สุด

อภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง ผลลัพธ์จากการทำบัญชีครัวเรือนชุมชนบ้านพระพุทธรบาทสี่รอย ตำบลสะลวง อำเภอมะแมริม จังหวัดเชียงใหม่ พบประเด็น ดังนี้

1. เกิดความตระหนักในการจ่ายเงิน

การจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือสะท้อนพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือน ผ่านกระบวนการรับรู้รายรับ - รายจ่ายในครัวเรือน ทำให้เกิดความตระหนักและความรอบคอบในการจ่ายเงิน “คิดก่อนใช้” มากขึ้น ซึ่งเกิดการเปลี่ยนแปลงในพฤติกรรมการใช้จ่ายครัวเรือน

จากผลการวิจัยตารางที่ 1 ผลการประเมินผู้เข้าร่วมอบรมก่อนและหลังการอบรมบัญชีครัวเรือน ที่พบว่า การรับรู้พฤติกรรมการใช้จ่าย จาก 1.68 ระดับน้อย เป็น 4.65 ระดับมากที่สุด การจัดหมวดหมู่ได้ จาก 2.33 ระดับน้อย เป็น 4.46 ระดับมาก ระดับความระมัดระวังการใช้จ่าย จาก 1.68 ระดับน้อย เป็น 4.11 ระดับมาก และผลการติดตามการจัดทำบัญชีครัวเรือน ตารางที่ 3 และภาพที่ 3 ที่พบว่า การรับรู้ถึงยอดรายรับ - รายจ่ายเป็นหมวดหมู่ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.40 ระดับมาก เป็น 4.65 ระดับมากที่สุด การรับรู้ถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.43 ระดับมาก เป็น 4.56 ระดับมากที่สุด และความระมัดระวังในการใช้จ่ายเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.79 ระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับนิพนธ์ เท็นโชคชัยชนะ (2559) ที่กล่าวว่า การบัญชีครัวเรือนมาเป็นเครื่องมือสะท้อนพฤติกรรมการใช้จ่ายของตนเอง ทำให้ทราบและเกิดความตระหนักส่งผลให้เกิดการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมใช้จ่าย สอดคล้องกับ ผกามาต บุตระสาลี และคณะ (2565) ที่พบว่า นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือน มีองค์ประกอบต่าง ๆ เช่น การสร้างความเข้าใจ การจัดอบรม การกำกับติดตาม ส่งผลให้รับรู้การใช้จ่ายที่ชัดเจน ทำให้เกิดแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นและมีเงินออมเพิ่มมากขึ้น สอดคล้องกับ อนงค์รักษ์ ชนะภัย (2564) ที่พบว่า การจดบันทึกบัญชีครัวเรือนทำให้พฤติกรรมของผู้ทำบัญชีเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น ก่อนใช้จ่ายนึกถึงความเป็นจำเป็น ควบคุมค่าใช้จ่ายได้ การซื้อของฟุ่มเฟือยลด วางแผนการเงินได้ เงินออมเพิ่ม และหนี้สินลดลง ซึ่งสอดคล้องกับ ญัตติณันย ประเทืองบริบูรณ์

และคณะ (2566) ที่พบว่า ประชาชนสามารถเรียนรู้ผ่านการจัดทำบัญชีครัวเรือน ส่งผลให้มีการออมเงินเพิ่มขึ้น ปัญหาหนี้สินลดลง จากการรับรู้ถึงระดับรายได้และรายจ่ายของตนเอง และสอดคล้องกับ กฤตติกา แสนโภชน (2566ก) ที่พบว่า การทำบัญชีครัวเรือนทำให้ใช้จ่ายเงินรอบคอบมากขึ้น เป็นผลจากปัจจัยที่มีผลกระทบต่อกิจกรรมในการจัดทำบัญชีครัวเรือน

2. เป็นแนวทางการลดค่าใช้จ่าย เงินออมเพิ่มขึ้น ลดหนี้สิน

เมื่อมีการจดบันทึกรายรับรายจ่ายในการทำบัญชีครัวเรือน บัญชีครัวเรือนจึงเป็นภาพสะท้อนถึงพฤติกรรมค่าใช้จ่ายของเราเอง ดังนั้น การจัดทำบัญชีครัวเรือนจึงเป็นเครื่องมือในการสร้างการรับรู้ยอดรายรับ - รายจ่ายภายในครัวเรือน จึงทำให้เกิดความตระหนัก รอบคอบ และเกิดการจดลำดับความสำคัญในการใช้จ่าย ส่งผลให้เกิดแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ตลอดจนมีแนวทางการเพิ่มเงินออมและช่วยภาระหนี้สินให้ลดน้อยลง

จากผลการวิจัยตารางที่ 1 ผลการประเมินผู้เข้าร่วมอบรมก่อนและหลังการอบรมบัญชีครัวเรือน ที่พบว่า ระดับความรู้การจัดการทำบัญชีครัวเรือน จาก 2.74 ระดับปานกลาง เป็น 3.45 ระดับปานกลาง สามารถจัดลำดับของรายจ่าย จาก 2.19 ระดับน้อย เป็น 4.29 ระดับมาก มีแนวทางลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น จาก 2.29 ระดับน้อย เป็น 3.52 ระดับมาก มีแนวทางเพิ่มเงินออม จาก 2.22 ระดับน้อย เป็น 3.2 ระดับปานกลาง และผลการติดตามการจัดการทำบัญชีครัวเรือน ตารางที่ 3 และภาพที่ 1 ที่พบว่า การรับรู้ยอดสรุปรายรับ-รายจ่ายในครัวเรือน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.32 ระดับมาก เป็น 4.50 ระดับมาก การเห็นถึงลำดับความสำคัญของรายรับ - รายจ่าย มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.41 ระดับมาก เป็น 4.54 ระดับมากที่สุด การมีแนวทางลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.41 ระดับมาก เป็น 4.57 ระดับมากที่สุด และการมีแนวทางเพิ่มออมเงิน มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.59 ระดับมากที่สุด เป็น 4.68 ระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล และชนัญชิตา อรุณแข (2566) ที่พบว่า การทำบัญชีครัวเรือนส่งผลให้มีเงินเหลือเก็บเงินออมมากขึ้นและหนี้สินลดลง สอดคล้องกับ นิคมน เงินมัน และคณะ (2560) ที่พบว่า การทำบัญชีครัวเรือนสามารถลดรายจ่ายที่ไม่จำเป็น สอดคล้องกับ นิศรา จันทรเจริญสุข (2557) ที่พบว่า สามารถใช้บัญชีครัวเรือนแก้ไขปัญหาหนี้จนกระบบได้ อีกทั้งสอดคล้องกับ สวัสดิ์

หากิน และเศรษฐสุตา ปรีชานนท์ (2564) ที่พบว่า การวางแผนในการชำระหนี้ โดยการเพิ่มรายได้ ลดค่าใช้จ่าย มีเงินออม ตามการบริหารจัดการเงิน โดยบรรลุเป้าหมายทางการเงินที่กำหนดขึ้นคือสามารถลดหนี้สินได้

3. เป็นเครื่องมือในการวางแผนการเงิน

เมื่อมีการจัดบันทึกข้อมูลรายรับรายจ่ายในสมุดบัญชีครัวเรือน สมุดบัญชีครัวเรือนจึงเป็นแหล่งข้อมูลในอดีตที่สามารถใช้ในการวางแผนการเงินในอนาคตได้ ดังนั้น บัญชีครัวเรือนเป็นเครื่องมือในการวางแผนการเงินโดยสามารถนำข้อมูลจากการจัดบันทึกในบัญชีครัวเรือนมาใช้ในวางแผนและตัดสินใจทางการเงินได้

จากผลการวิจัยตารางที่ 1 ผลการประเมินผู้เข้าร่วมอบรมก่อนและหลังการอบรมบัญชีครัวเรือน ที่พบว่า ความสามารถวางแผนการเงินครัวเรือนได้ จาก 2.14 ระดับน้อย เป็น 4.25 ระดับมาก และผลการติดตามการจัดทำบัญชีครัวเรือน ตารางที่ 3 และภาพที่ 3 ที่พบว่า มีข้อมูลในการวางแผนการเงินครัวเรือนได้ มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.38 ระดับมาก เป็น 4.50 ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล และชนัญชิตา อรุณแซ (2566) ที่พบว่า การจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นแนวทางการวางแผนจัดการทางการเงินได้ มีเงินออมซึ่งสามารถนำไปลงทุนให้เกิดมูลค่าเพิ่มในอนาคต สอดคล้องกับ นิศรา จันทรเจริญสุข (2557) ที่พบว่า การใช้บัญชีครัวเรือนมาเป็นเครื่องมือสำหรับการวางแผนการเงินส่วนบุคคล ซึ่งจะเป็นการเสริมสร้างความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจแก่ครัวเรือน สอดคล้องกับนันทมน เงินมัน และคณะ (2560) ที่พบว่า การทำบัญชีครัวเรือนส่งผลต่อการตัดสินใจในการขยายธุรกิจของผู้ทำบัญชีและสร้างความมั่นใจในการดำเนินธุรกิจ อีกทั้งสอดคล้องกับชลธิชา วิริยะจงเจริญ (2563) ที่พบว่า การทำบัญชีครัวเรือนทำให้เกิดประโยชน์ในการควบคุมรายจ่ายต่าง ๆ รับรู้ยอดรายรับ ประเมินแนวทางการออมเงิน และสามารถใช้จ่ายแผนการเงินในอนาคต

4. ส่งเสริมทัศนคติเชิงบวก

เมื่อมีการจัดทำบัญชีครัวเรือนจะเกิดกระบวนการเรียนรู้ด้วยตนเอง เรียนรู้ในการใช้จ่ายของตนเอง ประเมินตนเอง ส่งผลต่อทัศนคติเชิงบวกในการปรับพฤติกรรมการใช้จ่ายในครัวเรือน โดยเป็นการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมการใช้จ่ายจากการประเมินตนเองผ่านการจัดบันทึกบัญชีครัวเรือนและการรับรู้การใช้จ่ายใน

แต่ละเดือน ตามผลการวิจัยตารางที่ 3 และภาพที่ 3 ที่พบว่า เกิดการเรียนรู้ด้วยตนเอง มีค่าเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจาก 4.51 ระดับมากที่สุด เป็น 4.69 ระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับ Deenang & Sanubon (2020) ที่พบว่า ผู้จัดทำบัญชีเชื่อว่าการจัดทำบัญชีครัวเรือนจะสามารถเป็นแนวทางพัฒนาการดำรงชีวิตได้ สอดคล้องกับ กฤตติกา แสนโชน (2566) ที่พบว่า การสร้างทัศนคติของภายในครัวเรือน คือ สร้างการรับรู้รายรับรายจ่ายภายในครอบครัว สร้างการมีส่วนร่วม และสร้างแรงจูงใจในการวางแผนทางการเงินผ่านการจัดทำบัญชีครัวเรือน สอดคล้องกับภาวนีย์ ธนาอนวัช (2566) ที่พบว่า ผู้ทำบัญชีครัวเรือนมีทัศนคติที่ดีกว่าผู้ไม่เคยทำบัญชีครัวเรือน และผู้เคยเข้าอบรมการทำบัญชีครัวเรือน ได้มีการจัดทำบัญชีมากกว่า และมีทัศนคติที่ดีกว่ากลุ่มผู้ไม่เคยรับการอบรมฯ รวมทั้งสอดคล้องกับ ชลธิชา วิริยะจงเจริญ (2563) ที่พบว่า พฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับทัศนคติต่อการส่งเสริมการจัดทำบัญชีรายรับรายจ่าย

ข้อเสนอแนะ

การจัดทำบัญชีครัวเรือนในปัจจุบันประสบปัญหาความยุ่งยากและการขาดความรู้ความเข้าใจในกระบวนการ ซึ่งส่งผลให้พฤติกรรมการจัดทำบัญชีครัวเรือนยังคงอยู่ในระดับต่ำ ตามที่ทศพร แก้วขวัญไกร และคณะ (2563) ระบุว่า การขาดแรงจูงใจมีผลต่อการจัดทำบัญชีครัวเรือน ในขณะที่ธีรวัรา สุทัศน์วิบูลย์ และคณะ (2562) พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ขาดการบันทึกบัญชีอย่างสม่ำเสมอ เนื่องจากขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดทำบัญชี ดังนี้

1. การพัฒนาเทคโนโลยี: ควรพัฒนารูปแบบการบันทึกบัญชีครัวเรือนจากการใช้สมุดบัญชีแบบเดิมมาเป็นระบบดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันบนโทรศัพท์มือถือ (เช่น “SmartMe” และ “Happy Money”) ซึ่งจะลดความยุ่งยากในการคำนวณและเพิ่มความสะดวกในการใช้งาน การใช้เทคโนโลยีจะช่วยให้เพิ่มแรงจูงใจและความสะดวกในการบันทึกบัญชี (นิศรา จันทรเจริญสุข, 2557; ลภัสรดา พิษญาธิธรรมา และคณะ, 2566)

2. การสร้างแรงจูงใจและการศึกษา: หน่วยงานรัฐควรจัดทำโครงการส่งเสริมความรู้และความเข้าใจในการจัดทำบัญชีครัวเรือน พร้อมทั้งการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจให้แก่ประชาชน (นัคมน์ เงินมัน และคณะ, 2560; กฤตติกา แสนโกษฐ์ (2566ก)

3. ระบบติดตามผลและฐานข้อมูล: หน่วยงานรัฐควรจัดทำระบบติดตามผลการจัดทำบัญชีครัวเรือนอย่างต่อเนื่อง และสร้างฐานข้อมูลบัญชีครัวเรือนในรูปแบบ Big Data เพื่อใช้ในการกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศอย่างมีประสิทธิภาพจากอุปสรรคข้างต้น จึงมีข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไปดังนี้

การจัดทำบัญชีครัวเรือนที่มีประสิทธิภาพสามารถได้รับประโยชน์จากการพัฒนารูปแบบการบันทึกบัญชีจากระบบดั้งเดิมที่ใช้สมุดบัญชีเป็นหลักไปสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน เช่น “SmartMe” ของกรมตรวจบัญชีสหกรณ์ (2024ข) หรือ “Happy Money” ของตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (2023) การเปลี่ยนแปลงนี้ช่วยลดความยุ่งยากในการคำนวณและสรุปตัวเลข ทำให้การจัดทำบัญชีครัวเรือนเป็นเรื่องที่สะดวกและง่ายตายขึ้น ซึ่งสามารถเพิ่มแรงจูงใจในการจัดทำบัญชีได้ดีขึ้น โดยสอดคล้องกับการศึกษาในอดีต เช่น นิศรา จันทรเจริญสุข (2557) และนัคมน์ เงินมัน และคณะ (2560) ที่พบว่ารูปแบบการทำบัญชีที่ใช้ง่ายมีผลดีต่อการดำเนินงานด้านบัญชีครัวเรือน นอกจากนี้ ลภัสรา พิษญาธิรณาด และคณะ (2566) พบว่าการพัฒนาแอปพลิเคชันที่สะดวกและมีประสิทธิภาพช่วยเพิ่มการใช้บัญชีครัวเรือนอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนกฤตติกา แสนโกษฐ์ (2566ก) เน้นความสำคัญของการใช้เทคโนโลยีในการจัดทำบัญชีครัวเรือนเพื่อให้เหมาะสมกับความต้องการของผู้ใช้ นอกจากนี้ หน่วยงานรัฐควรจัดทำระบบการติดตามผลและฐานข้อมูลบัญชีครัวเรือนในรูปแบบ Big Data ซึ่งจะช่วยในการกำหนดยุทธศาสตร์ประเทศและสนับสนุนการวางแผนทางการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ

รายการอ้างอิง

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2566). *Smart 4M with Moral*. <https://smart4m.cad.go.th/>

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2566ก). *โครงการสำคัญ, โครงการและหลักสูตร*. https://www.cad.go.th/more_news.php?cid=5223&filename=index

กรมตรวจบัญชีสหกรณ์. (2566ข). *สมุดบัญชีรับ - จ่ายในครัวเรือน. บัญชีกลุ่มต้นทุน อาชีพ*. <https://www.cad.go.th/main.php?filename=account>

กฤตติกา แสนโภชน. (2566ก). กลยุทธ์ในการเสริมสร้างความเข้าใจและความตระหนักในการบันทึกบัญชีครัวเรือนของประชาชนในตำบลกุดจับ อำเภอมือง จังหวัดอุดรธานี. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 12(2), 53–66.

กองทุนการออมแห่งชาติ. (2563ก). *4 วิธีออมเงิน ใช้ชีวิตแบบพอเพียง ตามแนวพระราชดำริ ในหลวง รัชกาลที่ 9*. กองทุนการออมแห่งชาติ. <https://www.nsf.or.th/node/958>

กองทุนการออมแห่งชาติ. (2563ข). *7 แนวคิดเรื่องการออมของในหลวง รัชกาลที่ 9 ต้นแบบพระมหากษัตริย์นักออม*. กองทุนการออมแห่งชาติ. <https://www.nsf.or.th/node/960>

ขจรอรุณ พงศ์วิริทธิ์ธร, สาลินี ชัยวัฒน์พร, ศิกาญจน์มณี ไชเออร์ส, ภาคภูมิ ภัควิภาสม, และสุธิมนต์ ทรงศิริโรจน์. (2563). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา โรงเรียนเขตพัฒนาเศรษฐกิจพิเศษ: เชียงราย. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 6(6), 1–15.

ชลธิชา วิริยะจงเจริญ. (2563). พฤติกรรมการทำบัญชีรายรับรายจ่ายเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของประชาชนในเขตฝั่งธนบุรี. *วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา*, 3(1), 9–20.

ณัฐดนัย ประเทืองปริบูรณ์, ปิยพัชร ศรีวงษ์วิศาล, และโสภณ ตูจันทา. (2566). เศรษฐกิจพอเพียงและบัญชีครัวเรือน: แนวคิดการดำรงชีวิตอย่างยั่งยืน/ผ่านศูนย์ศึกษาการพัฒนาอันเนื่องมาจากพระราชดำริ. *วารสารวิทยาการจัดการและการบัญชี*, 2(2), 1-18.

ณัฐพัชร อภิวัฒน์ไพศาล และชนัญชิตา อรุณแห. (2566). การทำบัญชีครัวเรือนแบบมีส่วนร่วมในยุคโควิด-19 เพื่อวางแผนจัดการทางการเงิน กรณีศึกษา: ตำบลไผ่พระ อำเภอบางไทร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์*, 12(1), 78-93.

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2566). *การดูแลสังคมและสิ่งแวดล้อมเพื่อประเทศชาติ ในรายงานประจำปี 2565 (หน้า 12)*. https://media.set.or.th/set/Documents/2023/Apr/SET_Annual_Report_2022_TH.pdf
ทศพร แก้วขวัญไกร, จิตติพร วรฤทธิ์, บุญญฤทธิ์ เทียนวรรณ, จินตนา น้อยโพนทัน, และวัลลิภา ขาดิขานา. (2563). พฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกรบ้านหินลาดหมู่ 4, หมู่ 5, หมู่ 6 และหมู่ 9 ตำบลหินลาด อำเภอบ้านกรวด จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารสหวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 4(2), 63-81.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2566). *การวางแผนการเงิน เป็นเครื่องมือที่ช่วยเตรียมความพร้อมและนำชีวิตไปสู่ความมั่นคงทางการเงิน*. <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/planning-steps.html>

ธีรวัรา สุดถิ่นทวีบูลย์, นัยนา แคล้วเครือ, พรสิริ สุขผ่อง, ยุพา สระอุณ, และลำไย มีเสน่ห์. (2562). การศึกษาพฤติกรรมและสภาพปัญหาการจัดทำบัญชีครัวเรือน ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อลดปัญหาหนี้สินของเกษตรกรจังหวัดราชบุรี. *วารสารบัญชีปริทัศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, 4(2), 58-71.

นัคมณ เงินมัน, พรสวรรค์ ศิริกัญจนารณ, และจุลดิษฐ์ อุปฮาด. (2560). รูปแบบการทำบัญชีครัวเรือนเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจครอบครัว. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 12(41), 59-70.

- นิพนธ์ เห็นโชคชัยชนะ. (2559). บัญชีพอเพียง: แก่ความยากจน. *วารสารวิชาชีพบัญชี*, 12(36), 76–84.
- นิศรา จันทร์เจริญสุข. (2557). การพัฒนาบัญชีครัวเรือนเพื่อการวางแผนการเงินส่วนบุคคลของชุมชนบ้านสันลมจอย ตำบลสุเทพ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน*, 6(2), 63–74.
- ผกามาศ บุตรสาดี, สุพัตรา รักการศิลป์, และแก้วมณี อุทิมย์. (2565). นวัตกรรมการจัดการความรู้ด้านการจัดทำบัญชีครัวเรือนตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงเพื่อการเสริมสร้างองค์ความรู้ที่ยั่งยืนของชุมชนสายยาว ตำบลลุงเหล็ก อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารชุมชนวิจัยและพัฒนาสังคม*, 16(1), 92–103. <https://doi.org/10.14456/nrru-rdi.2022.8>
- พรเพ็ญ สดศรีชัย. (2567). การแก้หนี้ที่ยั่งยืนนั้น ... สำคัญไฉน (ตอนที่ 1). ธนาคารแห่งประเทศไทย. <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/articles/article-2024Jan25.html>
- พีพีทีวี ออนไลน์ (PPTV Online). (2567). เปิด 7 อันดับหนี้ของคนไทย พร้อมแผนรับมือที่ทำได้จริง. pptvhd36.com. <https://www.pptvhd36.com/wealth/stock-investment/219899>
- ภาวินัย ธนาอนวัช. (2566). การจัดทำบัญชีครัวเรือน ตามหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง เพื่อการจัดการเศรษฐกิจระดับครัวเรือน. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น*, 5(1), 310–321.
- ลักสรดา พิษณุธีรนาถ, สาธิตา กลิ่นสุคนธ์, ขนิษฐา หาระคุณ, สุไพลิน พิชัย, และกานต์ธีรา พละบุตร. (2566). การพัฒนาเว็บแอปพลิเคชันบัญชีรับ - จ่ายครัวเรือนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดเลย. *วารสารบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ ราชชมคล้านนา*, 11(1), 69–84.
- สวัสดี หากิน และเสฐธสุดา ปรีชานนท์. (2564). บัญชีครัวเรือน: เครื่องมือในการวางแผนการเงินส่วนบุคคลเพื่อจัดการหนี้สิน กรณีศึกษาชุมชนบ้านแม่ขี้มูก อำเภอแม่แจ่ม จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย*, 16(56), 43–53.

สำนักสถิติแห่งชาติ. (2566). *สำรวจ - สํารวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน*.

https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/qC?set_lang=th

อนงค์รักษ์ ชนะภย์. (2564). การจัดการองค์ความรู้เพื่อยกระดับการทำบัญชีครัวเรือน
ชุมชนบ้านปรือรุ่ง ตำบลเชื้อเพลิง อำเภอปราสาท จังหวัดสุรินทร์. *วารสาร
การพัฒนาชุมชนและคุณภาพชีวิต*, 9(1), 51–62.

Deenang, E. & Sanubon, p. (2020). Financial Knowledge and Saving
Behaviors in Rural Areas of Thailand: A Descriptive Survey. *Proceedings
of International Conference on Multidiciplinary Research*, 3,
1–4. <https://ojs.serambimekkah.ac.id/ICMR/article/view/2703>

Likert, R. (1932). A technique for measurement of attitudes. *Archives
of Psychology*, 22(140), 5–55.

หลักเกณฑ์การจัดทำต้นฉบับบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์
ในวารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร คณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร มีกำหนดออกปีละ 2 ฉบับ ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม - มิถุนายน และฉบับที่ 2 เดือน กรกฎาคม - ธันวาคม มีระบบการพิจารณา กลั่นกรองบทความโดยผู้ประเมิน ซึ่งเป็นผู้ทรงคุณวุฒิในสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 3 คน โดยผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาประเมิน 3 ท่าน

1. การพิจารณารับบทความและขอบเขตเนื้อหาของบทความที่รับตีพิมพ์

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร มีนโยบายพิจารณาบทความ หรือ ข้อเขียนของนักวิชาการบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ การตลาด การจัดการ บัญชีและการเงิน นิเทศศาสตร์ การจัดการเทคโนโลยี และนวัตกรรมหรือสาขาอื่น ๆ ที่มีผลงานเกี่ยวเนื่องกับศาสตร์ทางด้านนี้ โดยผลงานนั้นจะต้องได้รับมาตรฐานตาม ที่วารสารวิทยาการจัดการได้กำหนดไว้ ทั้งนี้ การพิจารณาจะไม่คำนึงถึงสถานที่ ทำงาน สถาบันการศึกษา หรือศาสนาของผู้เขียน

วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร เปิดรับบทความวิจัย (Research Article) และบทความวิชาการ (Academic Article) ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ประเภทต่าง ๆ โดยสามารถดาวน์โหลดตัวอย่างการจัดพิมพ์ได้ที่ www.tci-thaijo.org/index.php/jmsc_journal/about

2. รายละเอียดการส่งบทความเพื่อขอรับพิจารณาตีพิมพ์

2.1 การส่งบทความใช้โปรแกรม Microsoft Word ให้พิมพ์ลงกระดาษ ขนาด A4 ควรมีความยาวประมาณ 10 - 20 หน้า ระยะห่างจากขอบกระดาษทั้งหน้า ได้แก่ ด้านบน ด้านล่าง ด้านซ้าย และด้านขวา มีระยะห่าง 2.54 เซนติเมตร ใช้อักษร TH Sarabun New ขนาด 14 Point และระยะห่างระหว่างบรรทัดของบทความ เท่ากับ 1 (Single space)

2.2 การอ้างอิงให้ใช้รูปแบบ APA 7th Edition (American Psychological Association, 7th Edition)

2.3 ผู้เขียนนำเสนอเอกสารบทความ โดยรับรองว่าบทความที่นำเสนอ เป็นผลงานของผู้เขียนเองไม่เคยตีพิมพ์ที่ไหนมาก่อน และไม่อยู่ในระหว่างเสนอให้

วารสารอื่นพิจารณา จำนวน 1 ฉบับ ตามลิงค์ <https://shorturl.asia/5hWx2> และ
จัดรูปแบบบทความ ตามลิงค์ <https://shorturl.asia/Wl75e>

2.4 ผู้เขียนนำส่งไฟล์ดิจิทัล มีนามสกุล .pdf และนามสกุล .doc หรือ
.docx ตามรูปแบบรายละเอียดที่วารสารกำหนด

2.5 รูปภาพที่ใช้ประกอบในบทความ นามสกุล .jpg โดยมีความละเอียด 300
Pixel / Fligh resolution ขนาดไฟล์ไม่ต่ำกว่า 500 KB

ส่งมาที่ กองบรรณาธิการ โดยผ่านระบบ TCI - ThaiJo ของวารสารวิทยาการ
จัดการและการสื่อสาร ที่เว็บไซต์ [https://so07.tci-thaijo.org/index.php/jmsc_](https://so07.tci-thaijo.org/index.php/jmsc_journal)
[journal](https://so07.tci-thaijo.org/index.php/jmsc_journal)

ทั้งนี้ การส่งบทความเพื่อขอรับการพิจารณาตีพิมพ์บทความกับวารสาร
ไม่มีค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์บทความ (Free of Charge)

3. การจัดเตรียมต้นฉบับบทความ

3.1 รูปแบบของตัวอักษร ขอให้ผู้เขียนใช้ตัวอักษรที่มีขนาด ชนิด และ
การจัดรูปแบบ ตามรายละเอียด ดังนี้

3.1.1 ชื่อเรื่อง/Title ภาษาไทยและภาษาอังกฤษมีขนาด 16 Point
ตัวหนา จัดเรียงตรงกลาง

3.1.2 ชื่อผู้เขียน/Author(s) ทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษมีขนาด
14 Point ตัวหนา จัดเรียงตรงกลาง

3.1.3 สังกัดผู้แต่ง/Affiliation(s) มีขนาด 12 Point ตัวหนา
จัดเรียงตรงกลาง

3.1.4 หัวข้อบทคัดย่อ/Abstract Title หัวข้อเรื่อง/Heading
หัวข้อย่อย/Sub Headings หัวตารางและชื่อรูปภาพ/Table or Figure Title (อยู่
ข้างบนตาราง หรือรูปภาพ) หัวข้อเอกสารอ้างอิง/References Title และเอกสาร
อ้างอิง/References ขนาด 14 Point ตัวหนา จัดเรียงชิดซ้าย เว้นบรรทัด บน-ล่าง

3.1.5 เนื้อหาบทคัดย่อ/Abstract และ เนื้อหา/Article มีขนาด 14
Point ตัวธรรมดา จัดเรียงกระจายแบบไทย

3.1.6 ข้อความในตารางหรือภาพ/Text In The Table or Figure
มีขนาด 14 Point ตัวธรรมดา จัดเรียงชิดซ้ายหรือขวา

3.1.7 เชิงอรรถ/Footnote มีขนาด 12 Point ตัวธรรมดา
จัดเรียงกระจายแบบไทย

3.2 องค์ประกอบของบทความ

3.2.1 ชื่อเรื่อง/Title ระบุชื่อเรื่องทั้งภาษาไทย และภาษาอังกฤษ ชื่อเรื่องไม่ควรยาวเกินไป และครอบคลุมสาระของบทความ และมีความสอดคล้องกันระหว่างภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

3.2.2 ระบุชื่อผู้แต่ง ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษไม่ควรระบุตำแหน่งทางวิชาการ ยศ/ตำแหน่งทางทหาร คำนำหน้าชื่อ รวมทั้ง สถานภาพ (อาทิ นักศึกษาปริญญาเอก อาจารย์ที่ปรึกษา คณบดี) ทั้งที่ด้านหน้า และท้ายชื่อผู้แต่ง

4) อีเมลของผู้แต่ง Corresponding Author E-mail ที่ระบุต่อจากชื่อหน่วยงานที่ผู้แต่งสังกัดระบุเฉพาะอีเมลที่ใช้ส่งบทความผ่านระบบ TCI ThaiJO
Corresponding Author E-mail:@..... .com

5) บทคัดย่อ/Abstract ทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีความสอดคล้องกัน และแต่ละส่วนควรมีความยาวไม่เกิน 1 หน้ากระดาษ A4

6) คำสำคัญ/Keywords ระบุคำสำคัญจำนวนไม่เกิน 3 คำ โดยคำสำคัญแต่ละคำ ให้แสดงทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษซึ่งมีความหมายที่ตรงกันให้ค้นด้วยเครื่องหมาย ,
คำสำคัญ: / /

7) เนื้อหา/Article

7.1) บทความวิจัยหรือบทความวิชาการควรประกอบด้วยส่วนต่างๆ สามารถศึกษาได้จากตัวอย่างในแบบฟอร์มบทความวิจัย

7.2) การใช้คำศัพท์เฉพาะทางวิชาการ

7.2.1) กรณีคำภาษาอังกฤษที่มีการใช้ทับศัพท์ภาษาไทยอย่างแพร่หลายให้เขียนเป็นภาษาไทยตามที่มีการบัญญัติศัพท์ในพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน โดยไม่ต้องแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษประกอบ อาทิ อินเทอร์เน็ต อิเล็กทรอนิกส์

7.2.2) กรณีคำภาษาอังกฤษที่ยังไม่มีการใช้แพร่หลายให้

เขียนคำแปลภาษาไทยหรือคำทับศัพท์ โดยแสดงคำศัพท์ภาษาอังกฤษ และอักษรย่อ (ถ้ามี) ประกอบในวงเล็บ ทั้งนี้ การเขียนคำศัพท์ภาษาอังกฤษในวงเล็บให้ใช้ตัวอักษรพิมพ์เล็กทั้งหมด ยกเว้นคำที่มีอักษรย่อหรือคำเฉพาะ ซึ่งจะขึ้นต้นคำด้วยตัวอักษรพิมพ์ใหญ่ และควรเขียนคำภาษาอังกฤษกำกับครั้งแรกครั้งเดียว ในครั้งต่อไปไม่จำเป็นต้องเขียนภาษาอังกฤษกำกับอีก เช่น องค์การสหประชาชาติ (United Nations: UN)

7.2.3) กรณีคำทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่มีการใช้อักษรย่อให้ระบุคำเต็มและอักษรย่อในครั้งแรกที่มีการกล่าวถึง และครั้งต่อไปให้ใช้อักษรย่อเพียงอย่างเดียวได้ อาทิ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น (อปท.) ครั้งต่อไปใช้ อปท., องค์การ สหประชาชาติ (United Nations: UN) ครั้งต่อไปใช้ UN

7.3) การแสดงตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ

7.3.1) ให้แสดงชื่อตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ด้านบนตารางรูปภาพ หรือแผนภาพ และใส่หมายเลขกำกับตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ โดยเรียงตามลำดับการนำเสนอในเรื่อง

7.3.2) หากเป็นตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพที่อ้างอิงมาจากแหล่งข้อมูลอื่นให้อ้างอิงที่มา โดยแสดงที่มาไว้ใต้ตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ (ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ นามปี) และดำเนินการให้เป็นไปตามข้อกำหนดเกี่ยวกับลิขสิทธิ์

7.3.3) หากมีหมายเหตุประกอบตาราง รูปภาพ หรือแผนภาพ ให้ใส่หมายเหตุไว้อีกบรรทัดใต้ที่มา

7.4) การอ้างอิงเอกสารในเนื้อหา/In-Text Citation ใช้รูปแบบการอ้างถึงในเนื้อหา (In-Text Citation) แบบนามปี (Name-And-Year System) ในระบบ American Psychological Association 7th Edition (APA 7) สามารถดูรายละเอียดได้ในหัวข้อการอ้างอิงในเนื้อหาและการลงรายการเอกสารอ้างอิง

7.4.1) เชิงอรรถ (Footnote) ในเนื้อหา ใช้สำหรับการอธิบายขยายความจากในเนื้อหาเท่านั้น ไม่ใช่สำหรับการอ้างอิงเอกสารในเรื่อง การอ้างอิงเอกสารในเรื่อง ใช้รูปแบบการอ้างอิงในเนื้อหา (In-Text Citation)

7.5) เอกสารอ้างอิง/ References ให้แสดงรายการเอกสารอ้างอิงตอนท้ายของบทความ โดยใช้รูปแบบเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA โดยผู้เขียนต้องตรวจสอบข้อมูลการอ้างอิงให้ครบถ้วนสมบูรณ์ และรายการเอกสารอ้างอิงโดยเรียงลำดับตามตัวอักษร และให้เรียงรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยก่อน แล้วจึงตามด้วยรายการเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาต่างประเทศ

3.3 การอ้างอิงในเนื้อหา และการลงรายการเอกสารอ้างอิง

3.3.1) การอ้างอิงในเนื้อหาหน้าข้อความ แสดงดังตารางดังนี้

ผู้แต่ง	การอ้างอิงในเนื้อหาหน้าข้อความ	
	ครั้งแรก	ครั้งต่อมา
ผู้แต่ง 1 คน	สุพร ชื่นบาน (2557) McLaren (2015)	สุพร ชื่นบาน (2557) McLaren (2015)
ผู้แต่ง 2 คน	ศจี จิระโร และ ญัฏฐภรณ์ หลาวทอง (2553) Bronstein and Bradley (2014)	ศจี จิระโร และ ญัฏฐภรณ์ หลาวทอง (2553) Bronstein and Bradley (2014)
ผู้แต่ง 3 คน ขึ้นไป	อรรถัย วิมลโนธ และคณะ (2551) Bowe et al. (2017)	อรรถัย วิมลโนธ และคณะ (2551) Bowe et al. (2017)
ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2561) National Research Council (2011)	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2561) National Research Council (2011)
ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน (โดยใช้ชื่อย่อ)	กระทรวงศึกษาธิการ (ศธ, 2556) Centre for Equity & Innovation in Early Childhood (CEIEC, 2008)	ศธ (2556) CEIEC (2008)

1) การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายข้อความ แสดงดังตารางดังนี้

ผู้แต่ง	การอ้างอิงในเนื้อหาท้ายข้อความ	
	ครั้งแรก	ครั้งต่อมา
ผู้แต่ง 1 คน	(สุพร ชื่นบาน, 2557) (McLaren, 2015)	(สุพร ชื่นบาน, 2557) (McLaren, 2015)
ผู้แต่ง 2 คน	(ศจี จิระโร และ ญัฐกรณ์ หลาวทอง, 2553) (Bronstein and Bradley, 2014)	(ศจี จิระโร และ ญัฐกรณ์ หลาวทอง, 2553) (Bronstein and Bradley, 2014)
ผู้แต่ง 3 คน ขึ้นไป	อรรถัย วิลโลธ และคณะ (2551) Bowe et al. (2017)	อรรถัย วิลโลธ และคณะ (2551) Bowe et al. (2017)
ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน	(จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561) (National Research Council, 2011)	(จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2561) (National Research Council, 2011)
ผู้แต่งเป็นหน่วยงาน (โดยใช้ชื่อย่อ)	(กระทรวงศึกษาธิการ [ศธ], 2556) (Centre for Equity & Innovation in Early Childhood [CEIEC], 2008)	(ศธ, 2556) (CEIEC, 2008)

2) การอ้างอิงจากบทสัมภาษณ์ กรณีไม่มีการเผยแพร่เป็นสาธารณะให้เขียนอ้างอิงในเนื้อหาเท่านั้น โดยไม่ต้องใส่เป็นรายการอ้างอิงท้ายเล่ม เช่น พรสวรรค์ ไหลสุวรรณ (การสื่อสารส่วนบุคคล, 20 กุมภาพันธ์ 2561) M. Dormnings (Personal Communicaton, February 11, 2018)

3) การอ้างอิงข้อมูลกรณีที่ไม่ใช่ผู้เขียน

- สารสนเทศที่เป็นส่วนหนึ่งของงานอื่น ได้แก่ บทในหนังสือ บทความในวารสาร สารานุกรม เช่น ("เส้นทางความสุข: การสัมผัสธรรมชาติ," 2559) ("Preschool Prep," 2010)

- สารสนเทศที่ไม่เป็นส่วนหนึ่งของงานอื่น ได้แก่ หนังสือ

รายงาน เว็บไซต์ เช่น (ไขข้อใจ การบ้านยังจำเป็นสำหรับคนรุ่นใหม่หรือไม่?, 2562) (Interpersonal Skills, 2019)

4) การอ้างอิงราชกิจจานุเบกษา การอ้างอิงในเนื้อหาให้ใช้ชื่อย่อกฎหมายและตามด้วยปี เช่น ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่องมาตรฐานการอุดมศึกษา (2549)

5) กรณีการอ้างอิงถึงสิ่งพิมพ์ที่ปรากฏในเอกสารอื่นให้ลงรายการโดยภาษาไทยใช้คำว่า “อ้างถึงใน” และภาษาต่างประเทศใช้ “as cited in” เช่น (ขยัน เรียนเก่ง, 2555 อ้างถึงใน ใจดี มีสุข, 2559), (Smith, 2015 as cited in Adam, 2016) ในกรณีนี้ ให้ผู้เขียนแสดงรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความเฉพาะรายการที่ตนเองอ่านมาโดยตรง เช่น จากตัวอย่างรายการเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ จะมีเฉพาะรายการของ “มานะ พยายม, 2559” เท่านั้น ไม่ต้องแสดงรายการของ “ขยัน เรียนเก่ง, 2555”

3.3.2 การลงรายการเอกสารอ้างอิง ในระบบ APA 7

1) รายการเอกสารที่ปรากฏในเอกสารอ้างอิง (Reference) ท้ายบทความ จะต้องเป็นรายการเอกสารที่มีการอ้างอิงในเนื้อหาบทความ (In-Text Citation) เท่านั้น

2) การลงรายการเอกสารอ้างอิงสำหรับสิ่งพิมพ์แต่ละประเภท มีรายละเอียด ดังนี้ (/ คือ เว้นวรรค 1 ระยะ)

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
หนังสือ/ตำรา (Book)	ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อเรื่อง./สถานที่พิมพ์:/ชื่อสำนักพิมพ์. Lastname,/Name./(year of publication)./Article Title./ Location:/Publisher.
บทความในหนังสือ (Chapter in Book)	ชื่อ/สกุล./(ปีที่พิมพ์)./ชื่อบทหรือชื่อบทความ./ใน/ชื่อผู้แต่ง (บรรณาธิการ)./ชื่อหนังสือ/(เลขหน้าแรก-หน้าสุดท้ายของบท)./ สำนักพิมพ์. Lastname,/Name./(year of publication)./Article Title./ In/ Lastname/Name/(ed. หรือ eds.)/Bookname/(Edition./ pagenumber-page number)/Publisher.

ประเภทสิ่งพิมพ์	รูปแบบการลงรายการเอกสารอ้างอิง
บทความในวารสาร (Journal Article)	ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อบทความ/ชื่อวารสาร/ปีที่(ฉบับที่)/เลขหน้า ที่ปรากฏบทความ-เลขหน้า. Lastname,/Name./(year of publication)/Article title/ Journal,/Vol(No)/,page number-page number.
รายงานการวิจัย (Research Report)	ชื่อ/สกุล/(ปีที่พิมพ์)/ชื่อเรื่อง/(รายงานการวิจัย)/สถานที่พิมพ์/ ชื่อสำนักพิมพ์ Lastname,/Name./(year of publication)/title./(Research report)/Location:/Publisher.
เอกสารการประชุม ทางวิชาการ (Proceedings, Symposium)	ชื่อ/สกุล/(วันที่/เดือน/ปี)/ชื่อบทความ/ใน/ชื่อบรรณาธิการ/ชื่อ การประชุมหรือการสัมมนา/(น./เลขหน้า-เลขหน้า)/สถานที่ประชุม Lastname,/Name./(year,/month,/date)/Article Title/ In/Editor/(ed.หรือeds.)/Title of Conference./(pp./ pagenumber-page number)/Location.
วิทยานิพนธ์ และปริญญานิพนธ์ (Thesis)	ชื่อ/สกุล/(ปีที่เผยแพร่)/ชื่อเรื่อง/(วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต หรือปริญญาดุขบัณฑิต)/ชื่อมหาวิทยาลัย Lastname,/Name./(year of publish)/Article Title./[Doctoral dissertation or Master's thesis]/Institute.
เอกสารอิเล็กทรอนิกส์ หรือเว็บไซต์ (Website)	ชื่อ-สกุล/(ปี/วันที่/เดือนที่เผยแพร่)/ชื่อเรื่อง/ชื่อเว็บไซต์/URL Lastname,/Name./(year of published)/Title./mm/dd/ year,/from/URL or name of database.

การระบุชื่อผู้แต่ง มีรายละเอียดดังนี้

- 1) ผู้แต่งชาวไทย และผู้แต่งชาวต่างประเทศ ลงรายการด้วยนามสกุล และตามด้วยชื่อแรก และชื่อกลาง ซึ่งใช้อักษรย่อ
- 2) ผู้แต่ง 2 คน ให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน โดยใช้คำว่า “, และ” (สำหรับคนไทย) และ “, &” (สำหรับชาวต่างประเทศ) คั่นระหว่างชื่อ
- 3) ผู้แต่ง 3-6 คน ในครั้งแรกให้ลงชื่อผู้แต่งทุกคน คั่นระหว่างชื่อด้วยเครื่องหมาย “,” และคั่นก่อนชื่อคนสุดท้ายด้วย “, และ” ในภาษาไทย และ “, &” ในภาษาอังกฤษ ในการอ้างอิงชื่อครั้งต่อ ๆ ไป ลงเฉพาะชื่อผู้แต่งคนแรกตามด้วย

คำว่า “, และคณะ” สำหรับงานเขียนภาษาไทย หรือ “, et al.” สำหรับงานเขียนภาษาต่างประเทศ

4) สิ่งพิมพ์ที่ไม่ปรากฏชื่อผู้แต่ง ให้ใส่ชื่อสิ่งพิมพ์ (หนังสือ หรือวารสาร) ด้วยตัวเอนแทนและตามด้วยปีที่พิมพ์ เช่น ชื่อหนังสือ./ (ปีที่พิมพ์)./ สถานที่พิมพ์:/ สำนักพิมพ์.

คำย่อสำหรับการลงรายการเอกสารอ้างอิง ภาษาไทย

อักษรย่อ:

ม.ป.ป.

ไม่ปรากฏปีที่พิมพ์

ม.ป.ท.

ไม่ปรากฏสถานที่พิมพ์

ม.ป.พ.

ไม่ปรากฏสำนักพิมพ์

ภาษาอังกฤษ

อักษรย่อ:

n.d.

no date

N.P.

no place

n.p'

No publisher

- สิ่งพิมพ์ที่อยู่ระหว่างรอพิมพ์ ให้ใช้ข้อความ “(อยู่ระหว่างรอพิมพ์)”
สำหรับภาษาไทย และ “(Forthcoming)” สำหรับภาษาอังกฤษ

การอ้างอิงในเนื้อหา (In-Text Citation) เช่น

จากการทบทวนงานวิจัย (ชื่อผู้แต่ง, อยู่ระหว่างรอพิมพ์) พบว่า.....

จากการทบทวนงานวิจัย (Author, Forthcoming) พบว่า.....

การอ้างอิงในรายการเอกสารอ้างอิง (References) เช่น

ชื่อผู้แต่ง. (อยู่ระหว่างรอพิมพ์). ชื่อบทความ. ชื่อวารสาร.

Author. (Forthcoming). Article Title. Journal.

เอกสารอ้างอิง

ศูนย์นวัตกรรมทางการศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์ และสื่อออนไลน์. (2564) การอ้างอิง
สารสนเทศตาม "Publication manual of the American
Psychological Association" (7th ed.). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

รูปแบบการเขียนบทความเพื่อพิจารณาตีพิมพ์

ชื่อบทความภาษาไทย....

เว้น 1 บรรทัด

ชื่อบทความภาษาอังกฤษ....

เว้น 1 บรรทัด

ชื่อผู้เขียน (ภาษาไทย) ลำดับที่ 1 (ไม่ใส่คำหน้าชื่อ).....¹

ชื่อผู้เขียน (ภาษาไทย) ลำดับที่ 2 (ไม่ใส่คำหน้าชื่อ).....²

ชื่อผู้เขียน (ภาษาอังกฤษ) ลำดับที่ 1 (ไม่ใส่คำหน้าชื่อ).....¹

ชื่อผู้เขียน (ภาษาอังกฤษ) ลำดับที่ 2 (ไม่ใส่คำหน้าชื่อ).....²

เว้น 1 บรรทัด

สังกัด สถาบันที่สำเร็จการศึกษา และหน่วยงานที่สังกัด..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....(ลำดับที่ 1)¹

สังกัด สถาบันที่สำเร็จการศึกษา และหน่วยงานที่สังกัด..... จังหวัด..... รหัสไปรษณีย์.....(ลำดับที่ 2)²

เว้น 1 บรรทัด

*Corresponding Author E-mail:

เว้น 1 บรรทัด

บทคัดย่อ (TH Sarabun New 14 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH Sarabun new 14 ตัวปกติ, ความยาวไม่ควรเกิน 250 คำ หรือ 15 บรรทัด).....

.....
.....
.....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด

คำสำคัญ/...../.....(TH Sarabun New 14) (ควรระบุอย่างน้อย 3 คำ เรียงตามตัวอักษร)

เว้น 1 บรรทัด

Abstract (TH Sarabun New 14 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด (ไม่ควรเกิน 1 หน้ากระดาษ A4)

.....(TH Sarabun new 14 ตัวปกติ).....

.....
.....
.....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด

Keywords,, (TH Sarabun New 14 ตัวปกติ)

เว้น 1 บรรทัด

บทนำ (TH Sarabun New 14 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

วัตถุประสงค์ (TH Sarabun New 14 Point ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

1.(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

2.

3.

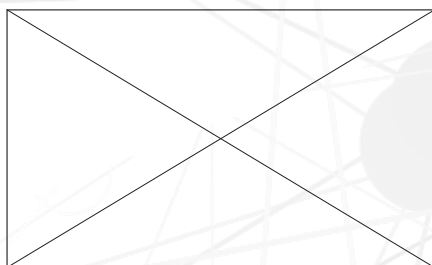
เว้น 1 บรรทัด

กรอบแนวคิด (TH Sarabun New 14 Point ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด * กรณีเป็นรูปภาพ ให้ใส่ **ภาพที่** ลำดับภาพ ตามด้วยชื่อภาพ (อยู่กึ่งกลางหน้ากระดาษ)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

แนวคิด ทฤษฎี และ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง (TH Sarabun New 14 Point ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

ระเบียบวิธีวิจัย (TH Sarabun New 14 ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด ซึ่งประกอบด้วย ประเภทของการวิจัย ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย วิธีการวิเคราะห์ข้อมูล

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....

เว้น 1 บรรทัด

ผลการศึกษาหรือผลการวิจัย (TH Sarabun New 14 ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด

ตารางที่ 1(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....

เว้น 1 บรรทัด

-
- 1.
 - 2.
 - 3.
 - 4.
 - 5.
-

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....

เว้น 1 บรรทัด

อภิปรายผล (TH Sarabun New 14 ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....

เว้น 1 บรรทัด

ข้อค้นพบ / องค์ความรู้ใหม่ (TH Sarabun New 14 ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....
.....

ข้อเสนอแนะ (TH Sarabun New 14 ตัวหนา)

เว้น 1 บรรทัด

.....
.....(TH Sarabun New 14 ตัวปกติ).....
.....
.....

เว้น 1 บรรทัด

รายการอ้างอิง (TH SarabunPSK 14 ตัวหนา ชิดซ้าย)

เว้น 1 บรรทัด

1. อ้างอิงจากหนังสือ

รูปแบบ (ไทย) ชื่อ/สกุล./ (ปี พ.ศ. ที่พิมพ์)/ชื่อหนังสือ./ครั้งที่พิมพ์. (ถ้ามี)/ชื่อสำนักพิมพ์.

รูปแบบ (อังกฤษ) สกุล./อักษรย่อชื่อ./ (ปีพิมพ์)/ชื่อเรื่อง./ (พิมพ์ครั้งที่)./ชื่อสำนักพิมพ์.

ตัวอย่าง :

วิธาน ฐานะวุฒม์. (2530). *หัวใจใหม่-ชีวิตใหม่*. ปีติการศึกษา.

Mertens, D. M. (2014). *Research and evaluation in education and psychology: Integrating diversity with quantitative, qualitative, and mixed methods* (4th ed.). Sage.

2. อ้างอิงจากวารสาร

รูปแบบ (ไทย) ชื่อ/สกุล./ (ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)/เลขหน้า.

รูปแบบ (อังกฤษ) สกุล./อักษรย่อชื่อ./ (ปีพิมพ์)/ชื่อบทความ./ชื่อวารสาร./เลขของปีที่(เลขของฉบับที่)/เลขหน้า.

ตัวอย่าง :

ศุภนิช จันทร์สอง. (2564). การสื่อสารผ่านบทเพลงความเป็นชาติพันธุ์และวัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับเพลงของชาว
ปกากะญอ จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารการสื่อสารมวลชน*. 9(2), 119-141.

Sillick, T. J., & Schutte, N. S. (2006). Emotional intelligence and self-esteem mediate between
perceived early parental love and adult happiness. *E-Journal of Applied
Psychology*, 2(2), 38-48.

3. อ้างอิงจากวิทยานิพนธ์

รูปแบบ (ไทย) ชื่อ/สกุล./ (ปี พ.ศ. ที่เผยแพร่)/ชื่อวิทยานิพนธ์./ [วิทยานิพนธ์ปริญญาดุษฎีบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์
หรือ วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]/ชื่อมหาวิทยาลัย.

รูปแบบ (อังกฤษ) สกุล./อักษรย่อชื่อ./ (ปีที่เผยแพร่)/ชื่อวิทยานิพนธ์/[Unpublished doctoral
dissertation หรือ Unpublished master's thesis]/ชื่อมหาวิทยาลัย.

ตัวอย่าง :

รณชัย ศิลากร. (2547). *ผลของโครงการปฏิบัติสมาธิเบื้องต้นตามทฤษฎีของมาสโลว์* [วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต
ไม่ได้ตีพิมพ์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Jung, M. S. (2014). *A structural equation model on core competence of nursing students*
[Unpublished doctoral dissertation]. Choong-Ang University.

4. อ้างอิงจากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ

รูปแบบ (ไทย) ชื่อ/สกุลผู้เขียน./ปี./วันที่เผยแพร่./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL

รูปแบบ (อังกฤษ) สกุล/อักษรย่อชื่อผู้เขียน./ปี./เดือน/วันที่เผยแพร่./ชื่อบทความ./ชื่อเว็บไซต์./URL

ตัวอย่าง :

เอ็มอัฒผา วัฒนบุรณนธ์. (2554, 27 เมษายน). *การจัดการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (Chulapedia).

<http://www.chulapedia.chula.ac.th/index.php?title=การจัดการเรียนรู้สู่ศตวรรษที่ 21>

Centers for Disease Control and Prevention. (2018, August 22). *Preventing HPV-associated cancers*. https://www.cdc.gov/cancer/hpv/basic_info/prevention.htm

5. อ้างอิงจากการสัมภาษณ์

รูปแบบ (ไทย) ชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/สกุล/ผู้ถูกสัมภาษณ์/(เรื่องที่สัมภาษณ์/วันที่/เดือน/ปี)

รูปแบบ (อังกฤษ) อักษรย่อชื่อผู้ถูกสัมภาษณ์/สกุล/ผู้ถูกสัมภาษณ์/(เรื่องที่สัมภาษณ์/เดือน/วันที่/ปี)

ตัวอย่าง :

ศุภฤกษ์ ธาราพิทักษ์วงศ์. (การบริหารจัดการ, 1 มีนาคม 2565)

J. Smith, (Management, January 31, 2020)

หมายเหตุ : อ้างอิงสารสนเทศ ตาม “Publication Manual of the American Psychological Association” (7th Edition) จากศูนย์วัดกรรมทางการศึกษา สื่อสิ่งพิมพ์และสื่อออนไลน์ คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย 2564





กองบรรณาธิการ
วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
อาคาร 19 เลขที่ 202 ถ.ช้างเผือก
ต.ช้างเผือก อ.เมือง จ.เชียงใหม่ 50300
โทร. 096-6973069 โทรสาร. 053-885809
อีเมล: jmsc_journal@cmru.ac.th

