

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Proceeding)
การประชุมวิชาการ ระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ
สายสังคมศาสตร์ครั้งที่ 4

The 4th National Graduate Research
Conference in Social Sciences



จัดโดยคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
ร่วมกับเครือข่ายวิชาการ 3 สถาบัน ได้แก่
วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดตรัง
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
และคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

16 ธันวาคม 2567 แบบ Online Conference

รายงานสืบเนื่องจากการประชุมวิชาการ (Conference Proceeding)

การประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ สายสังคมศาสตร์ ครั้งที่ 4

The 4th National Graduate Research Conference in Social Sciences

จัดโดยคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

ร่วมกับเครือข่ายวิชาการ 3 สถาบัน ได้แก่

วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย จังหวัดตรัง

คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

และคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย

วันที่ 16 ธันวาคม 2567

แบบ Online Conference

ISBN (e-book) 978-974-671-676-5

หลักการและเหตุผล

ปัจจุบันสถาบันอุดมศึกษาทั่วประเทศทั้งของรัฐและเอกชน ได้เปิดการเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษากันอย่างกว้างขวาง เพื่อพัฒนาศักยภาพและความสามารถของผู้เรียนในระดับที่สูงขึ้น การเรียนการสอนในระดับบัณฑิตศึกษา อาจกล่าวได้ว่าเป็นกลไกสำคัญกลไกหนึ่งของสังคมในการผลิตมหาบัณฑิตที่มีความรู้ความสามารถและมีศักยภาพในการผลิตองค์ความรู้และนวัตกรรมเพื่อก้าวไปสู่โลกยุคใหม่ ที่ขับเคลื่อนด้วยกรอบเป้าหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable Development Goals) ทั้ง 17 ด้าน ตามที่กำหนดโดยองค์การสหประชาชาติ ทั้งนี้ หัวใจสำคัญของการเรียนในระดับบัณฑิตศึกษา คือ การส่งเสริมให้ผู้เรียนมีทักษะการค้นคว้าวิจัย สามารถสร้างองค์ความรู้ใหม่ๆ ผ่านกระบวนการวิจัย และเผยแพร่องค์ความรู้ไปสู่สังคมวงกว้างเพื่อการนำไปใช้ประโยชน์ของสังคม

หลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม และสังกัด Business Graduate School (AG1) เป็นหนึ่งในหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการเผยแพร่ผลงานวิทยานิพนธ์ไปสู่สังคมวงกว้าง จึงได้มีแนวคิดการจัดโครงการประชุมวิชาการนำเสนอผลงานวิจัยระดับบัณฑิตศึกษาแห่งชาติ สายสังคมศาสตร์ มาอย่างต่อเนื่อง โดยครั้งนี้จะจัดขึ้นเป็นครั้งที่ 4 ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 เพื่อให้ผู้เรียนในระดับบัณฑิตศึกษามีโอกาสนำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ ในการประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (proceeding)

ทั้งนี้ เพื่อให้การจัดการประชุมวิชาการดังกล่าวสอดคล้องกับทิศทางการพัฒนาของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต จึงใช้ชื่อธีมงาน “การพัฒนาประเทศไทยสู่ความยั่งยืน” โดยเปิดรับผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ จากหลายสาขาในสายสังคมศาสตร์ เพื่อเป็นเวทีนำเสนอผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ระดับบัณฑิตศึกษาและเป็นแหล่งรวบรวมองค์ความรู้ให้สังคมเพื่อก้าวไปสู่ความยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการจัดประชุมวิชาการ

1. เพื่อเป็นเวทีเผยแพร่องค์ความรู้จากผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ของนักศึกษาในระดับบัณฑิตศึกษาไปสู่สังคมวงกว้าง
2. เพื่อให้ผู้เรียนในระดับบัณฑิตศึกษานำเสนอและเผยแพร่ผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ในการประชุมวิชาการที่มีรายงานการประชุม (proceeding)
3. เพื่อเป็นเวทีแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ ความคิดเห็น และผลงานวิทยานิพนธ์/สารนิพนธ์ของนักศึกษาระดับบัณฑิตในสาขาต่างๆ ในสายสังคมศาสตร์

กองบรรณาธิการการประชุมวิชาการ

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรน้อมรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจงแสง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรรณมา ศิลปอาษา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ
ดร.ดุสิตพร ฮกทา
ดร.ภูวนารถ ศรีทอง
ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช
สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ผู้ทรงคุณวุฒิประเมินผลงาน

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล
รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรน้อมรัตน์
รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุวภัทร ศรีจงแสง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เชียง เกาซิด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธัญธัช วิภัติภูมิประเทศ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กัลยา สว่างคง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นิตินิล ธาระรูป
ดร.ภูวนารถ ศรีทอง
ดร.พจมาลย์ สกลเกียรติ
ดร.สุรวี ศุนาลัย
ดร.จิรวุฒิ ลิปิพันธ์
ดร.ดุสิตพร ฮกทา
ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ
ดร.ดาวศุภร์ บุญญะสานต์
ดร.ยุวรี โชคสวนทรัพย์
ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง
ดร.เอมอร อิมเจริญ
ดร.ภักดี กลั่นภักดี

มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
สถาบันเทคโนโลยีปทุมวัน
มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
กระทรวงอุดมศึกษาฯ
กระทรวงสาธารณสุข

คณะกรรมการประสานงานภายใน (มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต)

คณบดีคณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล

ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง

ดร.ดาวศุกร์ บุญญะสานต์

ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ

ดร.พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม

นางสาวจรรุภา ธิติชัยกุลธร

ที่ปรึกษา

หัวหน้าโครงการและประธานจัดงานประชุม

คณะกรรมการ

คณะกรรมการ

คณะกรรมการ

คณะกรรมการ

เลขานุการโครงการ

กำหนดการประชุม

16 ธันวาคม 2567

9.00 น.

พิธีเปิดงานประชุม

ประธานจัดงาน รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิกุล

กล่าวต้อนรับผู้เข้าร่วมนำเสนอผลงาน

คณบดีคณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

ดร.ยุวรี โชคสวนทรัพย์ กล่าวเปิดงานประชุมวิชาการ

9.10 - 9.50 น.

บรรยายพิเศษ โดย คุณนพดล จินดาธรรม

หัวหน้างานแผนยุทธศาสตร์ องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษ

เพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (อพท.) เรื่อง ‘การพัฒนาการ

ท่องเที่ยวไทยให้มีความยั่งยืน ตามแนวทางของ อพท.’

10.00 – 11.45 น.

เริ่มการนำเสนอผลงาน โดยแบ่งออกเป็น 11 ห้อง

11.45 น.

ปิดงานประชุม

Link Zoom สำหรับเข้าร่วมพิธีเปิดงานประชุม

<https://zoom.us/j/98389051754>

Meeting ID 983 8905 1754

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

รองศาสตราจารย์ ดร.อัศวิน แสงพิบูล (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 1

Link Zoom : <https://zoom.us/j/98389051754>

Meeting ID 983 8905 1754

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	Anongpicha Puntong	CHINA'S PRESTIGE: A CASE STUDY OF BRI IN MYANMAR AND VIETNAM	046
2	10.13 – 10.26	ณิชากร นามนา และ ดวงธิดา นันทาภิรัตน์	อิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจเนอเรชั่น Y กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา	055
3	10.26 – 10.39	วาสิตา ศรีชนะ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อเสริมการสอนผสมผสานสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพ ด้วยเทคนิค Light Painting	057
4	10.39 – 10.52	Chatvarin Klongnoy and Sarinya Sungkatavat	A QUALITATIVE STUDY TO EXPLORE FOOD ALLERGY KNOWLEDGE OF FOOD SERVICE PROFESSIONALS IN FULL-SERVICE RESTAURANTS, IN BANGKOK	059
5	10.52 – 11.05	ปภาดา วิชัยดิษฐ และ กัลยา สว่างคง	อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวใน เขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี	070
6	11.05 – 11.18	ศรีษฐา เฟื่องวิบูลย์	ความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลางกรณีศึกษา:ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์	079
7	11.18 – 11.31	สุภาวดี เกษม และ ศักดิ์พงษ์ สุภีรักษ์	ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1	080

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.ยุวรี โชคสวนทรัพย์ (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 2

Link Zoom : <https://zoom.us/j/91768417058>

Meeting ID 917 6841 7058

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	พีรพงษ์ สุวรรณอำไพ และ โยธิน ศรีโสภา	การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐาน การปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2	006
2	10.13 – 10.26	มาริษา มังกร และ ทินกร พูลพุด	การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพ การศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1	007
3	10.26 – 10.39	พิมพ์ชนก ชูดวง	ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ของประชาชนในเขต สายไหม กรุงเทพมหานคร	011
4	10.39 – 10.52	Luxian Feng, รสา สุนทรายุทธ และ ฝนทิพย์ วรรณนะศิริรินทร์ รังสิตสวัสดิ์	อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเทศกาลไปเหินยิวอีหลูเชิงลาภูและลวดลายปักตกแต่งบนชุดไป เหินยิวของชนเผ่าเหมียว อำเภอลำปาง มณฑลกว่างสี : การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรม สร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	012
5	10.52 – 11.05	เดือนเต็ม นิธิกรสกุล, ญัฐชัย ศรีเอี่ยม และ วราภรณ์ ไทยมา	การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ หลุยส์ กรุงเทพมหานคร	027
6	11.05 – 11.18	สุพัตรา วุฒิกัญจนกุล และ วิลาสินี จินตลิจิตติ	ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว	036
7	11.18 – 11.31	ณวัตรม ราชคงแก้ว และ สมพล พุ่มหว่า	ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยาง ในจังหวัด นครศรีธรรมราช	040

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

อาจารย์ทิพย์อาภรณ์ สว่างผล (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 3

Link Zoom : <https://zoom.us/j/98838149864>

Meeting ID 988 3814 9864

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	เอกวงศ์ ไตรยวงศ์	การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร	001
2	10.13 – 10.26	ลดาวัลย์ ไข่มณีวงษ์	แนวทางการสร้างความผูกพันในองค์กร บริษัท XYZ จำกัด	003
3	10.26 – 10.39	ดาริยานี เจาะแวง, อันวาร กาบ, ฮิลมีย์ สามะ, เผ่าไท พงมณี, นิมารูณี หะยิวาเงาะ และ สาธิตา แก้วเหล็ก	การศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้	013
4	10.39 – 10.52	จิรัชยา สมบัติปิ่น, เดxonันต์ บังกิโล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	อิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง	028
5	10.52 – 11.05	ทิพนตร มงคลการุณิก, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยะนาฏ จันทร์กระจ่าง	ส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย	029
6	11.05 – 11.18	นรพร อนุชัย, เดxonันต์ บังกิโล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย	035
7	11.18 – 11.31	สุนันท์ ชูวารี และ สมพล ทุ่งหว่า	ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช	041

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.อนันต์ เขียวชาญกิจการ (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 4

Link Zoom : <https://zoom.us/j/98927463775>

Meeting ID 989 2746 3775

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	วีรญา อุไรกุล และ ศักดิ์พงษ์ สุภีรักษ์	การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2	004
2	10.13 – 10.26	กรรณกนก สุทธรวิธีสรณ์ และ โยธิน ศรีโสภา	การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1	008
3	10.26 – 10.39	สิริบุญยากร เจริญวิริยะภาพ, จิระนาถ รุ่งช่วง, ดุสิตพร ฮกทา, อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์, ฉมพร มีชนะ และ จตุพร ฮกทา	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง	014
4	10.39 – 10.52	ชัตติยา มาภา	ศึกษาทัศนคติและค่านิยมในการดูซีรีส์วายไทยของผู้ชมชาวเกาหลีใต้	024
5	10.52 – 11.05	อารยา เมืองช้าง	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี	037
6	11.05 – 11.18	ณัฐพงศ์ เพชรชูช่วย และ สมพล พุ่มหว่า	ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	039
7	11.18 – 11.31	ณัฐพงษ์ ภัทรธำรงค์ชัย	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ	083

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.ณัฐกฤตย์ เอกวรรณัง (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 5

Link Zoom : <https://zoom.us/j/93770272120>

Meeting ID 937 7027 2120

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	อุไรรัก พันโกฏี	รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย	020
2	10.13 – 10.26	พิมลณัฐ กิ่งจำปา และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	การพัฒนาสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	021
3	10.26 – 10.39	อุทัยรัตน์ มากยก, คุณากร นวลจันทร์, กิติพร มาสแก้ว, ฐนภัทร อำพันทอง, นิมารูณี หะยิวาเงาะ, สาธิตา แก้วเหล็ก และ วสันตนาวิน หรินทร์ปพนวิช	การศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้	047
4	10.39 – 10.52	วิสิษฐกาญจน์ วิจิตรพงษา และ อภิขญา ลีลาวณิชกุล	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช	067
5	10.52 – 11.05	ปริธัสชชา ธนฐนนวภรณ์	ประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา	069
6	11.05 – 11.18	อารีรัตน์ บุญเรือง อัครจิรัญภรณ์ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2	071
7	11.18 – 11.31	พุดมพิงศ์ พจน์จำเนียร	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเมืองนครศรีธรรมราช	081
8	11.31 – 11.44	พัชรภาพร ชัยเทศ	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี	082

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.ดาวศุภร์ บุญญะศานต์ (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 6

Link Zoom : <https://zoom.us/j/97416949296>

Meeting ID 974 1694 9296

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	Khuancheewa Phonnikorn and Tidarat Pongvachirint	The Impact of Cultural Diversity on Team Performance in a Renewable Energy Consultancy Company: A Case Study of K2 Management	010
2	10.13 – 10.26	กนกศรี เกียรติโพธิ์ชัย และ วราภรณ์ ไทยมา	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร	026
3	10.26 – 10.39	ณัฏฐา บางสุวรรณ, นนทสรวง กลีบผึ้ง และ อธิวัฒน์ เจียวิวรรณกุล	การศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย กรณีศึกษา : โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา	038
4	10.39 – 10.52	กรกนก กาญจนอุดม และ สมพล พุ่งหว่า	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช	042
5	10.52 – 11.05	ธัญญเนตร ประสมสุข และ สมพล พุ่งหว่า	ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช	063
6	11.05 – 11.18	สกาพรรณ พุ่งเฟื่อง และ ศรัญญา เนียมฉาย	ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในจังหวัดกระบี่	064
7	11.18 – 11.31	จินตนา พุ่งเฟื่อง และ ศรัญญา เนียมฉาย	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อขายสินค้าผ่านช่องทางถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่	066

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.พรทิพย์ บุญเที่ยงธรรม (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 7

Link Zoom : <https://zoom.us/j/98081669694>

Meeting ID 980 8166 9694

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	สุภัทรา อาสุระ, นวลจิตต์ เขาวีรติพงษ์ และ ดวงเดือน สุวรรณจินดา	ผลการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานที่มีต่อสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มโรงเรียนพระอินทร์สังกตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี	005
2	10.13 – 10.26	วรรณภา ยะวงศ์ และ พงศนิพนธ์ พงศนิพนธ์กุล	แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาสสังกตสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1	009
3	10.26 – 10.39	นฤมล การชัยศรี และ ณพัธอร บัวฉุน	ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	019
4	10.39 – 10.52	ประภาส เฮ้งเดชากร, เดชอนันต์ บังกิไล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย	032
5	10.52 – 11.05	เฉลิมพล จงวิฑูรกิจ และ ยศ อมรกิจวิภัย	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุไทย: มุมมองจากสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และ พฤติกรรม	044
6	11.05 – 11.18	อรัญญา เสนสีทอง และ ศรีัญญา เนียมฉาย	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่	062
7	11.18 – 11.31	เมธา พึ่งเฟื่อง และ ศรีัญญา เนียมฉาย	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่	065

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

รองศาสตราจารย์ พินิจ ทิพย์มณี (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 8

Link Zoom : <https://zoom.us/j/99338045815>

Meeting ID 993 3804 5815

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	พระครูวินัยธรภราดร นริสโร และ วราชา ขุนสนธิ	พุทธธรรมกับการสร้างความเป็นผู้นำยุคใหม่สู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน	022
2	10.13 – 10.26	อมันดา กังเทมินทร์ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ	023
3	10.26 – 10.39	ยศพร นาคสุข	นโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น	048
4	10.39 – 10.52	ณัฐวุฒิ สีนวัชรภรณ์ และ ดารณี พลอยจั่น	ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	051
5	10.52 – 11.05	เกศินี ศรีสุวรรณ	การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร	053
6	11.05 – 11.18	เพชรรัตน์ จิตณรงค์	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเพลงพื้นบ้าน 4 ภาค	054
7	11.18 – 11.31	ชนิสรา โสกันต์, ดุสิต อธิพัฒน์ และ วิลาวรรณ เชื้อบุญ	ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษา การทำนาอินทรีย์	060
8	11.31 – 11.44	พนธกร ศรีทองแท้	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยบทบาทของตำรวจไทยในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์	068

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ดร.จิรวุฒิ ลิปิพันธ์ (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 9

Link Zoom : <https://zoom.us/j/96784762786>

Meeting ID 967 8476 2786

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	สุวิจนา จริตกาย และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	016
2	10.13 – 10.26	วรรษา ขุนสนธิ, พระครูจิตรการโกวิท สิรินนโท และ พระมหาเกียรติพงษ์ อภิสัทโธ	การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุภาวะเปราะบางตามหลักสติปัญญา 4	017
3	10.26 – 10.39	อิชยา อนิวรรณ	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยกระบวนการกำหนดนโยบาย การจัดการ ควบคุมและป้องกัน การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติ	025
4	10.39 – 10.52	อวยพร แก้วคำสอน, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา และ รังสรรค์ อินทร์จันทร์	ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย	030
5	10.52 – 11.05	เบญจวรรณ พลสิทธิ์ และ ดารณี พลอยจั่น	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอรัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	043
6	11.05 – 11.18	วรรณวิสา วิจิตรไพศาล	การฝากไข่: การตัดสินใจและประสบการณ์ของผู้หญิงโสดในบริบทไทย	072
7	11.18 – 11.31	บุษกร แสนสุข, วรรณนที คงสง และ ชัยวัฒน์ ภูวกรกุลชัย	เปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยกับต่างประเทศ	073
8	11.31 – 11.44	อิทธิพล พลิชฐ์โยธิน และ วรรณนที คงสง	หลักกฎหมายการป้องกันเหตุอาคารพังถล่มและปัญหาการบังคับทางอาญาแก่ ผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา	074

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวิทย์ ทิพรส (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 10

Link Zoom : <https://thairen.zoom.us/j/62879657397>

Meeting ID 628 7965 7397

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	Mingkwan Phoosomboon and Jul Thanasrivanitchai	Consumer Preferences for the Aesthetic Appearance of Oak Wood Surfaces: A Cross-Cultural Study of Thai and Expatriate Consumers in Thailand	033
2	10.13 – 10.26	กัญชพร เมืองทรัพย์ และ สมพล หุ่นหว่า	พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของ ประชาชนในพื้นที่ องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน อำเภอบางชัน จังหวัดนครศรีธรรมราช	050
3	10.26 – 10.39	วัลลภคร์ บัวกล้า	การจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย กรณีศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่	056
4	10.39 – 10.52	พรนภา โพธิ์อ้น และ ชุตติมาวดี ทองจีน	ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ทักษะคนดี และคุณค่าตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย	058
5	10.52 – 11.05	อัครเดช เจษฎาสิริ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก	061
6	11.05 – 11.18	นัสรีณา ศรีสำราญ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1	075
7	11.18 – 11.31	Pichit Sae Lee, Li-Ping Li and Shih-Yun Hsu	การวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักเรียนชาวจีนโพ้นทะเลและนักเรียนต่างชาติที่กำลังศึกษาอยู่ในไต้หวันปัจจัยในการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิตประจำวัน ทักษะคนดีในการเรียนรู้ และ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา	076
8	11.31 – 11.44	ชมชนก ปริญฐิติภา	เส้นแบ่งที่ไม่ชัดเจนของความขัดแย้ง: สงครามลูกผสมของรัสเซียในซีเรียและอนาคตของความมั่นคงระหว่างประเทศ	077

ตารางนำเสนอผลงาน 16 ธันวาคม 2567 เวลา 10.00 – 11.45 น.

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนิดา จิตรีนนมรัตน์ (session chair)

ห้องสังคมศาสตร์ 11

Link Zoom : <https://thairen.zoom.us/j/61669501301>

Meeting ID 616 6950 1301

ลำดับที่	เวลา	ชื่อ-นามสกุล	ชื่อผลงาน	หมายเลข
1	10.00 – 10.13	ภัทร์กวิวิท ชาญกล้า และ จุฑาทิพย์ สุรารักษ์	การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงจรปิดและโมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา บริษัทผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง	002
2	10.13 – 10.26	อติศา ชูดวง	ลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2565 : กรณีศึกษา กลุ่มเซ็นทรัล, กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทีซีซี	015
3	10.26 – 10.39	ปวร เกียรติยุทธชาติ	การวิเคราะห์โครงสร้างเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 ภายใต้ ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน	018
4	10.39 – 10.52	พิภพพล ศิริไปล์, คมกริช วงศ์แซ และ อุทิศ พงศ์จิรวัดนา	การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนและศักยภาพการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัด ร้อยเอ็ดด้วยเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์	031
5	10.52 – 11.05	Onpreeya Kunthong and Sineenat Sermcheep	บทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของประเทศ ในเอเชีย	034
6	11.05 – 11.18	Donnapach Peantham and Chutisant Kerdvibulvech	Examining Factors Influencing Diem Cryptocurrency Adoption Among Bangkok’s Working-Age Population: Insights from Technology Acceptance and Education in Digital Financial Innovation	049
7	11.18 – 11.31	นันทพันธ์ สุภรณ์ภัทรพงศ์	การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ของตระกูลใหญ่ในกลุ่มธุรกิจ สุขภาพจากข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 20 ปี ในช่วงระยะเวลาระหว่าง ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2564 (ช่วงรัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และ รัฐบาลประยุทธ์)	052
8	11.31 – 11.44	ภารดี ศิริวรรณ	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุในประเทศไทย: กรณีศึกษาจากกลุ่มที่ประเมินว่าการออกกำลังกายของตนไม่เพียงพอ	078

สารบัญ
(บทความวิจัย)

	หน้า
001 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร เอกวงค์ ไตรยวงศ์	26
002 การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงจรปิดและโมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษา บริษัทผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง ภัทรภวินท์ หาญกล้า และ จุฑาทิพย์ สุรารักษ์	38
003 แนวทางการสร้างความผูกพันในองค์กร บริษัท XYZ จำกัด ลดาวัลย์ ไขชาญวงษ์	51
004 การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียน ประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 วีรญา อุไรกุล และ ศักดิพงษ์ สุภีรักษ์	62
005 ผลการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานที่มีต่อสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มโรงเรียนพระอินทร์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี สุภัทรา อาสุระ, นवलจิตต์ เขาวงกิตพิงศ์ และ ดวงเดือน สุวรรณจินดา	76
006 การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 พีรพงษ์ สุวรรณอำไพ และ โยธิน ศรีโสภา	88
007 การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 มาริษา มังกร และ ทินกร พูลพัฒน์	101
008 การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 กรรณกนก สุทธีศรีสรณ์ และ โยธิน ศรีโสภา	113
009 แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 วรรณภา ยะวงศ์ และ พงศพิณพล พงศพิณกุล	126
010 The Impact of Cultural Diversity on Team Performance in a Renewable Energy Consultancy Company: A Case Study of K2 Management Khuancheewa Phonnikorn and Tidarat Pongvachirint	138
011 ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร พิมพ์ชนก ชูดวง	149

012	อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเทศกาลไปเหินยิวอิหลูเชิงลาถู่และลวดลายปักตักแต่งบนชุดไปเหินยิวของชนเผ่าเหมียว อำเภอลำปาง มณฑลกว่างสี : การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว	163
	Luxian Feng, รสา สุนทรายุทธ และ ฝนทิพย์ วรรณะศิริรินทร์ รังสิตสวัสดิ์	
013	การศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้	174
	ดาริยานี เจาะแฉะ, อันวาร กานแบ, ฮิลมีเย่ สามะ, เผ่าไท พวงมณี, นิมารุณี หะยิวาเงาะ และ สาธิตา แก้วเหล็ก	
014	กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง	191
	สิริบุญยากร เจริญวิริยะภาพ, จิระนาถ รุ่งช่วง, ดุสิตพร ฮกทา, อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์, ฉมพร มีชนะ และ จตุพร ฮกทา	
015	ลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2565 : กรณีศึกษา กลุ่มเซ็นทรัล, กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทีซีซี	204
	อดิศา ชูดวง	
016	การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ	214
	สุวิจนา จริตกาย และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	
017	การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุภาวะเปราะบางตามหลักสัจปฎฐาน 4	225
	วรษา ขุนสนธิ, พระครูจิตรการโกวิท สิรินนุโธ และ พระมหาเกียรติพงษ์ อภิสัทโธ	
018	การวิเคราะห์โครงสร้างเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 ภายใต้ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน	235
	ปวร เกียรติยุทธชาติ	
019	ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับ แนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6	248
	นฤมล การชัยศรี และ ณพัชร บัวฉวน	
020	รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬารัตนราชวิทยาลัย	260
	อุไรรัก พันโกฏี	
021	การพัฒนาสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)	271
	พิมพ์ลัญจ กิ่งจำปา และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	
022	พุทธธรรมกับการสร้างความเป็นผู้นำยุคใหม่สู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน	283
	พระครูวินัยธรภราดร นริสสโร และ วรษา ขุนสนธิ	
023	การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ	295
	อมันดา กังเทมินทร์ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	
024	ศึกษาทัศนคติและค่านิยมในการดูซีรีส์วายไทยของผู้ชมชาวเกาหลีใต้	307
	ชัตติยา มาภา	

025	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยกระบวนการกำหนดนโยบาย การจัดการ ควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติ อิษยา อนิวัชรตน์	318
026	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร กนกศรี เกียรติโพธิ์ชัย และ วราภรณ์ ไทยมา	329
027	การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพมหานคร เดือนเต็ม นิธิกรสกุล, ญัฐชัย ศรีเอี่ยม และ วราภรณ์ ไทยมา	343
028	อิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จิรัชยา สมบัติปิ่น, เดชอนันต์ บังกิโล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	359
029	ส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย ทิพเนตร มงคลการุณิก, ชัชชญา ยอดสุวรรณ และ ปิยะนาฏ จันทร์กระจ่าง	373
030	ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพ ของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย อวยพร แก้วคำสอน, เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา และ รังสรรค์ อินทน์จันทร์	386
031	การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนและศักยภาพการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัดร้อยเอ็ดด้วยเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ พิภพพล ศิริไปล์, คมกริช วงศ์แห และ อุทิศ พงศ์จิรวัดนา	401
032	ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ประภาส เอ็งเดชากร, เดชอนันต์ บังกิโล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	413
033	Consumer Preferences for the Aesthetic Appearance of Oak Wood Surfaces: A Cross-Cultural Study of Thai and Expatriate Consumers in Thailand Mingkwon Phoosomboon and Jul Thanasrivanitchai	426
034	บทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของประเทศในเอเชีย Onpreeya Kunthong and Sineenat Sermcheep	439
035	กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย นรพร อนุชัย, เดชอนันต์ บังกิโล และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ	452
036	ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว สุพัตรา วุฒิกาญจนกุล และ วิลาสินี จินตลิขิตดี	465
037	แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี อารยา เมืองช้าง	476
038	การศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย กรณีศึกษา : โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา ณัฐธา บางสุวรรณ, นนทสรวง กลีบฝั่ง และ อธิวัฒน์ เจ้ยวิวรรณ์กุล	489

039	ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาวไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ณัฐพงศ์ เพชรชูช่วย และ สมพล พุ่งหว่า	505
040	ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยาง ในจังหวัด นครศรีธรรมราช ณวรรตม์ ราชคงแก้ว และ สมพล พุ่งหว่า	518
041	ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอร์แบบ Take Away ของผู้บริโภคใน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช สุนันท์ ชูวารีย์ และ สมพล พุ่งหว่า	531
042	นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ใน อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช กรกนก กาญจนอุดม และ สมพล พุ่งหว่า	544
043	ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เบญจวรรณ พลสิทธิ์ และ ดารณี พลอยจั่น	557
044	ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุไทย: มุมมองจากสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรม เฉลิมพล จงวิฑูรกิจ และ ยศ อมรกิจวิภัย	569
046	CHINA'S PRESTIGE: A CASE STUDY OF BRI IN MYANMAR AND VIETNAM Anongpicha Puntong	587
047	การศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ อุทัยรัตน์ มากยก, คุณากร นวลจันทร์, กิติพร มาสแก้ว, ฐนภัทร อำพันทอง, นิมารุณี หะยิวาเงาะ, สาธิตา แก้วเหล็ก และ วสันตนาวิณ หรินทร์ปนวิช	598
048	นโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น ยศพร นาคสุข	611
049	Examining Factors Influencing Diem Cryptocurrency Adoption Among Bangkok's Working- Age Population: Insights from Technology Acceptance and Education in Digital Financial Innovation Donnapach Peantham and Chutisant Kerdvibulvech	624
050	พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของ ประชาชนในพื้นที่องค์การ บริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช กัญชพร เมืองทรัพย์ และ สมพล พุ่งหว่า	635
051	ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ณัฐวุฒิ สินวัชรภรณ์ และ ดารณี พลอยจั่น	646

052	การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ของตระกูลใหญ่ในกลุ่มธุรกิจสุขภาพ จากข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 20 ปี ในช่วงระยะเวลาระหว่าง ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2564 (ช่วงรัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และ รัฐบาลประยุทธ์) นันทพันธ์ ศุภณ์ภัทรพงศ์	658
053	การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เกศินี ศรีสุวรรณ	670
054	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเพลงพื้นบ้าน 4 ภาค เพชรรัตน์ จิตมรงค์	683
055	อิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย เจเนอเรชั่น Y กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ณิชากร นามนา และ ดวงธิดา นันทาภีรัตน์	696
056	การจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย กรณีศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ วัลลภคร์ บัวกล้า	709
057	ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อเสริมการสอนผสมผสานสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพด้วย เทคนิค Light Painting วาสิตา ศรีชนะ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา	723
058	ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ทศนคติ และคุณค่าตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ ไฟฟ้าแบรินต์เงินในประเทศไทย พรนภา โพธิ์อัน และ ชุตินาวดี ทองเงิน	734
059	A QUALITATIVE STUDY TO EXPLORE FOOD ALLERGY KNOWLEDGE OF FOOD SERVICE PROFESSIONALS IN FULL-SERVICE RESTAURANTS, IN BANGKOK Chatvarin Klongnoy and Sarinya Sungkatavat	751
060	ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษา การทำนาอินทรีย์ ชนิสรา โสกันต์, ดุสิต อธิณวัฒน์ และ วิลาวรรณ เชื้อบุญ	763
061	แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครนายก อัครเดช เจษฎาสิริ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	776
062	ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ใน จังหวัดกระบี่ อรัญญา เสนสีทอง และ ศรีัญญา เนียมฉาย	789
063	ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช รัญญาเนตร ประสมสุข และ สมพล พุ่มหว่า	800
064	ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ สกาพรพรณ พึ่งเฟื่อง และ ศรีัญญา เนียมฉาย	814

065	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคใน จังหวัดกระบี่ เมธา ฟุ่งเฟื่อง และ ศรัณญา เนียมฉาย	825
066	ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางถ่ายทอดสด ช้อปปี้ไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ จินตนา ฟุ่งเฟื่อง และ ศรัณญา เนียมฉาย	836
067	ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช วิสิฐภาณุจน์ วิจิตรพงษา และ อภิขญา สีสาวณิขกุล	847
068	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยบทบาทของตำรวจไทยในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์ พนธกร ศรีทองแท้	863
069	ประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ปริธัสัชชา ฐานฐนวกชกรณ	870
070	อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวใน เขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี ปภาดา วิชัยดิษฐ และ กัลยา สว่างคง	884
071	ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขต พื้นที่ศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 อารีรัตน์ บุญเรือง อัครจิรัญภรณ์ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	898
072	การฝากไข่: การตัดสินใจและประสบการณ์ของผู้หญิงโสดในบริบทไทย วรรณวิสา วิจิตรไพศาล	910
073	เปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลใน ประเทศไทยกับต่างประเทศ บุษกร แสนสุข, วรรณนที คงสง และ ชัยวัฒน์ ภู่วรกุลชัย	922
074	หลักกฎหมายการป้องกันเหตุอาคารพังถล่มและปัญหาการบังคับทางอาญาแก่ ผู้ประกอบวิชาชีพ วิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา อิทธิพล พลสิษฐ์โยธิน และ วรรณนที คงสง	945
075	ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1 นัสนรีณา ศรีสำราญ และ ชัยอนันต์ มั่นคง	960
076	การวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักเรียนชาวจีนโพ้นทะเลและนักเรียนต่างชาติที่กำลังศึกษาอยู่ใน ได้หวันปัจจัยในการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิตประจำวัน ทักษะคิดในการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ ทางการศึกษา Pichit Sae Lee, Li-Ping Li and Shih-Yun Hsu	972
077	เส้นแบ่งที่ไม่ชัดเจนของความขัดแย้ง: สงครามลูกผสมของรัสเซียในซีเรียและ อนาคตของความมั่นคงระหว่างประเทศ ชมชนก ปริณัฐติภา	988

078	ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุในประเทศไทย: กรณีศึกษากลุ่มที่ประเมินว่าการออกกำลังกายของตนไม่เพียงพอ ภารดี ศิริวรรณ	1001
079	ความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลางกรณีศึกษา:ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ คริษฐา เพื่อวิบูลย์	1014
080	ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 สุภาวดี เกษม และ ศักดิ์พงษ์ สุภีรักษ์	1027
081	เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเมืองนครศรีธรรมราช พุดมิงค์ พจน์จำเนียร	1040
082	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี พัชรพร ชัยเทศ	1050
083	ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิง สุขภาพในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ณัฐพงษ์ ภัทรธำรงค์ชัย	1061

(บทความวิชาการ)

101	ซอฟต์แวร์อาหารไทยกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภัทรวดี เกตุแก้ววโรชิตี	1075
102	การท่องเที่ยวชุมชนสู่ความยั่งยืน พัชรินทร์ ชูชัย	1081
103	ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ภัทธนันท์ จันทรเที่ยง	1087
104	การให้บริการที่แตกต่างกันของลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย ศรีประภา ศิริมหา	1094
105	การท่องเที่ยวแบบหรูหราและการบริการเฉพาะทางของโรงแรมระดับ 5 ดาว กชกฤตา ลอยความสุข	1101
106	พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังยุคโควิด-19 กาญจนา หงษ์ทอง	1109
107	ลักษณะองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ฉัฐภาพร พีระเดชมณฑรี	1113
108	ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ ในโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทย Myint Moe Thein	1120

109	รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพหลัง COVID-19 ธัญญา อรรถศุภย์	1128
110	แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดอุดรดิตถ์ : มุมมองจากนักท่องเที่ยว วนัชพร สุทวา	1134
111	เทรนด์การท่องเที่ยวคาเฟ่ในปัจจุบัน วาสิตา พงศ์เจริญ	1141
112	การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น วลัย พรรัตน์เรือง	1145
113	การท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ในประเทศไทย Mahaolang	1150
114	การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรัง QIN JING	1160
115	สถานการณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์) ในประเทศไทย พรรณวาท ณ์ฐธาตา	1169
116	การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต พรรณนาวสรวง ตินณภพธนพัฒน์	1173
117	การท่องเที่ยว เชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กัลณภาพัทธ นกทอง	1181
118	แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย YANG XUE XIN	1185
119	บทบาทเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย ยงยุทธ เดชสิริภริมย์	1191
120	การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีน YuanGe	1196
121	การเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Inclusive Tour) สู่การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT) ของนักท่องเที่ยวจีน LIANG QIANLAN	1205

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร
 Tourism potential assessment of Ban Pao Subdistrict, Nong Sung District, Mukdahan Province

เอกวงค์ ไตรยวงศ์

วิทยาลัยการจัดการอุตสาหกรรมบริการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา

E-mail : s62563828003@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร เป็นบทความวิจัยที่ผู้เขียนต้องการนำเสนอแนวทางในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อนำผลการประเมินไปสู่การพัฒนาแนวทางในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว ให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ โดยการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวสามารถแบ่งออกเป็นทั้งหมด 5 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ด้านสิ่งดึงดูดใจ 2) ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก 3) ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว และ 5) ด้านการจัดการการท่องเที่ยว

คำสำคัญ: แหล่งท่องเที่ยว ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

Abstract

Tourism Potential Assessment of Ban Pao Subdistrict, Nong Sung District, Mukdahan Province is an academic article. It aims to present a methodology for assessing the tourism potential of Ban Pao Subdistrict. The assessment results will be used to identify potential development strategies to create a comprehensive tourism model. The assessment of tourism potential can be divided into five components: attractiveness, amenities, accessibility, value, and tourism management.

Keywords: Tourist attraction, Tourist attraction potential, Tourism potential assessment

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมภาคบริการที่มีบทบาทสำคัญในระบบเศรษฐกิจของประเทศไทย นอกจากจะสร้างรายได้โดยมีมูลค่าเป็นอันดับหนึ่งของการค้าบริการรวมของประเทศแล้ว ยังเป็นอุตสาหกรรมที่ก่อให้เกิดธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องอีกมากมาย อาทิ โรงแรมและที่พัก ภัตตาคารร้านอาหาร ร้านจำหน่ายของที่ระลึก การคมนาคมขนส่ง เป็นต้น โดยก่อให้เกิดการลงทุน การจ้างงาน และการกระจายรายได้สู่ท้องถิ่น ซึ่งในแต่ละปีสามารถสร้างรายได้เข้าสู่ประเทศในรูปเงินตราต่างประเทศปีละหลายแสนล้านบาท รวมทั้งกระแสเงินหมุนเวียนภายในประเทศ จากคนไทยเที่ยวไทยนับแสนล้านบาทเช่นเดียวกัน ก่อให้เกิดการหมุนเวียนทางเศรษฐกิจ ซึ่งจะมีส่วนช่วยในการสร้างเสถียรภาพให้กับดุลยภาพทางการค้าภายในประเทศ (กรมการท่องเที่ยว, 2557) โดยการท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community – Based Tourism) นับว่าเป็นหนึ่งในปัจจัยเสริมสร้างให้เกิดการหมุนเวียนรายได้ในชุมชนและในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยเพิ่มขึ้นด้วย

ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร เป็นชุมชนชาวภูไท ที่ตั้งอยู่ท่ามกลางขุนเขาและมีวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์ในแบบฉบับของตัวเอง มีหมู่บ้านและแหล่งท่องเที่ยวเป็นที่รู้จัก เป็นหมู่บ้านต้นแบบของอำเภอ และได้ดำเนินการพัฒนาจนได้รับการคัดเลือกเป็นหมู่บ้านเศรษฐกิจพอเพียงต้นแบบของจังหวัดมุกดาหาร เป็นพื้นที่การศึกษาดูงานของหมู่บ้านอื่นในอำเภอ ซึ่งได้มีแนวทางในการต้อนรับคณะเข้ามาศึกษาดูงานโดยนำเอาวิธีการต้อนรับขบวนผ้าป่าแบบดั้งเดิมของชาวภูไทมาประยุกต์ใช้ คือ การแต่งกายที่สวยงามแบบภูไท มีขบวนแห่กองต๋มต้อนรับที่สวยงามแสดงถึงวิถีชีวิตความเป็นอยู่แบบดั้งเดิม (สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร, 2564) จากนั้นบ้านภูจึงเป็นหมู่บ้านที่มีชื่อเสียงโด่งดังเรื่อยมา มีนักท่องเที่ยวที่สนใจเข้ามาเที่ยวชมวิถีชีวิตในหมู่บ้านเป็นจำนวนมาก มีการจัดอบรมสัมมนาโดยภาครัฐ และสมาคมต่างๆ และได้มีโอกาสต้อนรับผู้นำประเทศถึง 2 ท่าน โดยในวันที่ 30 มิถุนายน 2556 นายกรัฐมนตรี นางสาวยิ่งลักษณ์ ชินวัตร พร้อมคณะ เดินทางตรวจราชการพื้นที่จังหวัดมุกดาหาร เยี่ยมชมกิจกรรมต่างๆ รวมถึงวิถีชีวิตวัฒนธรรมภูไท และการท่องเที่ยวโฮมสเตย์ บ้านภู (สำนักประชาสัมพันธ์เขต 2, 2564) และในวันที่ 6 กุมภาพันธ์ 2562 พลเอก ประยุทธ์ จันทร์โอชา นายกรัฐมนตรี และคณะรัฐมนตรี ได้เยี่ยมชมชุมชนท่องเที่ยวบ้านภู ผลิตภัณฑ์ OTOP บ้านภูการสาธิตการผลิตของชุมชน 8 หมู่บ้าน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวเมือง 3 ธรรม (ธรรมะ ธรรมชาติ วัฒนธรรม) แต่ในปัจจุบันพบว่านักท่องเที่ยวที่มาเยือนในพื้นที่มีจำนวนลดลงอย่างมาก และไม่ได้รับความนิยมนักท่องเที่ยว

การเพิ่มขีดความสามารถในการจัดการท่องเที่ยวไม่ว่าจะเป็นทั้งในด้านการเสริมสร้างศักยภาพของชุมชนให้เข้มแข็งพร้อมที่จะเป็นผู้ให้บริการที่ดี ตลอดจนการปรับปรุงต้นทุนทางวัฒนธรรมภูไทที่ดึงดูดให้คงอยู่ และผ่านการสืบทอดต่อไปอย่างยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกรุ่นหลานอย่างต่อเนื่อง จนทำให้วัฒนธรรมเกิดการบ่มเพาะอย่างเป็นรูปธรรม จึงเป็นอีกปัจจัยที่สำคัญที่จะเพิ่มความสามารถในการแข่งขันได้ (ดร.ปวีรพรต สมนึก, 2555) วิชา ศิริรัตน์ (2551) กล่าวว่าการศึกษาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเพื่อการพัฒนา จึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างหนึ่งในการศึกษาทรัพยากรที่มีอยู่ก่อนที่จะทำการวางแผนพัฒนาหรือเสริมสิ่งใด ๆ เพื่อให้การดำเนินงานนั้นบรรลุวัตถุประสงค์ เป้าหมาย และได้รับผลประโยชน์อย่างมีประสิทธิภาพ

จากความสำเร็จและปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อหาแนวทางในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว นำไปสู่การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวที่สมบูรณ์ขึ้น เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย ลดปัญหาการกระจุกตัวของนักท่องเที่ยว และพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนอย่างยั่งยืนต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

Collier and Harraway (คอลเลียและฮารเวย์, 1997) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า แนวคิดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวที่จะประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ประการ 3 As ได้แก่ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว (Accessibility)

Tourism Western Australia (การท่องเที่ยวออสเตรเลียตะวันตก, 2008) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า องค์ประกอบของการท่องเที่ยวมีความสอดคล้องสัมพันธ์กับทฤษฎี 5A ของ

องค์ประกอบของการท่องเที่ยวโดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ (Attraction) 2) กิจกรรม (Activity) 3) การเข้าถึง (Access) 4) สิ่งอำนวยความสะดวก (Amenities) 5) ที่พัก (Accommodation)

Pike Steven (ไพค์ สตีเวน, 2008) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า แหล่งท่องเที่ยวเป็นการผสมผสานระหว่างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยว ประสบการณ์ และการนำเสนอทรัพยากรท่องเที่ยวที่จับต้องไม่ได้อื่น ๆ แก่ผู้บริโภค แหล่งท่องเที่ยวเป็นสถานที่ซึ่งนักท่องเที่ยวจะเดินทางมาเยี่ยมชมหรือพักอาศัย ดังนั้นควรประกอบด้วยองค์ประกอบ 6 ประการ ได้แก่ สิ่งดึงดูดใจ ความสามารถในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก ความสามารถในการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยว กิจกรรม การให้บริการของแหล่งท่องเที่ยว

John Flecher and Bad Amelung (จอห์น เฟลเชอร์ และแบท อเมลิง, 2013) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า สิ่งที่ต้องคำนึงถึงเกี่ยวกับขีดความสามารถในการรองรับนักท่องเที่ยวของสถานที่ท่องเที่ยวควรพิจารณาถึงปัจจัยต่าง ๆ ดังต่อไปนี้ 1) ระยะเวลาการพักโดยเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยว นั้น 2) บุคลิก ลักษณะนิสัยของนักท่องเที่ยวและการเป็นเจ้าบ้านของคนในชุมชน 3) การให้ความสนใจในด้านสิ่งแวดล้อมของนักท่องเที่ยว 4) ฤดูกาลท่องเที่ยว 5) ประเภทของกิจกรรมการท่องเที่ยว

สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย (2540, น.3-12, 3-14) ได้ทำการศึกษาเพื่อกำหนดเกณฑ์เบื้องต้นในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว เพื่อคัดเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพในการรองรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยพิจารณาจากองค์ประกอบที่สอดคล้องกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ได้แก่ ศักยภาพของทรัพยากรในแหล่งท่องเที่ยว พิจารณาจากสภาพทรัพยากรโดยเน้นความสำคัญของระบบนิเวศ ลักษณะทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์เฉพาะท้องถิ่น ได้แก่ ชนิดของแหล่งท่องเที่ยว องค์ประกอบที่เป็นเอกลักษณ์ และศักยภาพของการจัดการ

จารุจน์ กลิ่นดีปาลี (2541, น. 32-33) สรุปหลักเกณฑ์การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวไว้ว่า จะต้องประกอบด้วยองค์ประกอบ 4 ด้านดังนี้ องค์ประกอบด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม

สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2548, น. 9-10) ได้จัดทำคู่มือ“การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว” เพื่อจัดอันดับความเร่งด่วนในการพัฒนาโดยใช้หลักเกณฑ์สำคัญ ดังนี้ ความมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป เอกลักษณ์ คุณค่าเฉพาะเชิงการท่องเที่ยว สร้างอาชีพและรายได้ให้กับชุมชน ท้องถิ่น จังหวัด ประเทศ สร้างเสริมความสามัคคี ความภาคภูมิใจให้กับท้องถิ่น สร้างความเจริญให้กับชุมชนด้านสาธารณสุข ปลอดภัย สาธารณูปโภค สาธารณูปการ อนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม การอนุรักษ์สิ่งก่อสร้างทางโบราณคดี ประวัติศาสตร์ อนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี และภูมิปัญญาท้องถิ่น คุณค่าทางวิชาการและการเรียนรู้ และเป็นแหล่งพักผ่อนหย่อนใจ นันทนาการแก่ชุมชน

วิวัฒน์ชัย บุญยพัทธ์ (2550) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า หลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพหรือความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยว ควรพิจารณา คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการรองรับนักท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

วิภา ศิริรัตน์ (2551) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวควรครอบคลุมองค์ประกอบการท่องเที่ยว 4 ด้าน ได้แก่ ด้านพื้นที่ ด้านการจัดการ ด้านกิจกรรมและกระบวนการ ด้านการมีส่วนร่วม

ฤกษ์ โศตรสมบัติ (2553, น. 10) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่าเป็น การศึกษาเพื่อให้เกิดความสอดคล้องกับการวางแผน ในด้านการพัฒนาการท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมกับ จำนวนของทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีอยู่จริง รวมไปถึงส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้โดยได้กำหนดเกณฑ์ที่ใช้ใน การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศเอาไว้ โดยสามารถนำมาปรับใช้ดังนี้ ศักยภาพของแหล่ง ท่องเที่ยว ประเภทของแหล่งท่องเที่ยว ความเป็นเอกลักษณ์ ศักยภาพด้านการจัดการ

ปาริฉัตร สิ่งศักดิ์สกุล และพัชรินทร์ เสริมการดี (2556) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยวว่า หลักเกณฑ์การพิจารณาและการกำหนดศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวประกอบด้วยหลักเกณฑ์ดังนี้ คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความสะดวกในการเข้าถึง สิ่งอำนวยความสะดวก สภาพแวดล้อม ข้อจำกัดในการ รองรับนักท่องเที่ยว ความมีชื่อเสียงในปัจจุบัน

รั่มภักดี ฤกษ์วิระวัฒนา (2561) ได้กล่าวถึงการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวว่า ข้อควรคำนึงใน การจัดการท่องเที่ยวมี 5 ข้อดังนี้ 1) ความพร้อมของชุมชนในท้องถิ่นในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ๆ 2) ความต้องการ ของนักท่องเที่ยว 3) ความพร้อมของสิ่งอำนวยความสะดวก 4) คุณค่าของสิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมในแหล่ง ท่องเที่ยว 5) ชีตความสามารถในการรองรับของแหล่งท่องเที่ยว

จากแนวคิดของนักวิชาการ ผู้วิจัยผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ตามทัศนะของนักทฤษฎี นักวิชาการต่าง ๆ มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็น กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี (Theoretical Framework) จำนวน 12 แหล่ง โดยในการศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ กำหนดเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา (Conceptual Framework) โดยใช้เกณฑ์พิจารณาจากความถี่ตั้งแต่ 7 ขึ้นไป สามารถสรุปการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ประการ ดังนี้ 1) สิ่งดึงดูดใจ 2) สิ่ง อำนวยความสะดวก 3) การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 4) คุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว 5) การจัดการ

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย และ เพื่อให้ได้ข้อเท็จจริงจากชุมชนที่ศึกษา จึงมีการมาใช้เครื่องมือในการวิจัยดังนี้

1. แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลชุมชน (การสัมภาษณ์) โดยไม่มีการกำหนดโครงสร้างไว้แน่นอน
2. แบบสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม โดยสังเกตประเด็นการร่วมทำกิจกรรมของชาวบ้าน
3. แบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยออกแบบแบบประเมินศักยภาพแหล่ง ท่องเที่ยว โดยผู้วิจัยใช้วิธีการศึกษารูปแบบการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในงานวิจัยและเอกสารต่าง ๆ แล้วนำมาประยุกต์ใช้เพื่อหาระดับศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน

4. อุปกรณ์บันทึกเสียงและอุปกรณ์ถ่ายภาพ

การทดสอบเครื่องมือ

แบบบันทึกการสำรวจข้อมูลชุมชนและแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในชุมชน ผู้วิจัยทำการ ทดสอบเครื่องมือโดยการหาความเที่ยงตรง คือ นำแบบบันทึกการสำรวจข้อมูลชุมชนที่สร้างขึ้นนำเสนอต่อ ผู้เชี่ยวชาญด้านการท่องเที่ยว เพื่อทำการตรวจสอบความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของคำถามในแต่ละหัวข้อ ว่าตรงตามจุดมุ่งหมายของการวิจัยหรือไม่ จากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงเพื่อดำเนินการต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง ศึกษาแนวคิดทฤษฎี เอกสาร งานวิจัย และสถานภาพ ความรู้ของ ตำบลบ้านเป่า รวมถึงบริบททางกายภาพทั่วไปของชุมชน จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาเรียบเรียงจัดลำดับ ความสำคัญให้เป็นไปตามประเด็นเนื้อหา ตามกรอบการศึกษาที่กำหนดไว้

2. ดำเนินการภาคสนามเพื่อให้เข้าถึงบริบทของพื้นที่ และเก็บข้อมูลต่าง ๆ โดยใช้วิธีการดังนี้

2.1 การสังเกตการณ์ (Observation Survey)

2.2 การสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ

2.3 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยใช้วิธีการวิเคราะห์เชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์ ซึ่งส่วนใหญ่เป็นข้อมูลที่เป็นบท ข้อความบรรยาย อันได้มาจากการสังเกต การสัมภาษณ์ การสนทนากลุ่ม และการจดบันทึก ใช้การตรวจสอบ ข้อมูลแบบสามเส้าด้านข้อมูล และการรวบรวมข้อมูล ส่วนการวิเคราะห์ใช้การวิเคราะห์เนื้อหาโดยการจำแนก หรือการจัดกลุ่มข้อมูล การวิเคราะห์แบบอุปนัย และแสดงผลเป็นข้อความแบบบรรยาย ซึ่งแยกเป็นขั้นตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยดังนี้

1. วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อสำรวจบริบทภูมิสังคมตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร หลังจากเข้าไปเก็บข้อมูลในชุมชนผู้วิจัยจะนำข้อมูลที่ได้จากการสังเกต สัมภาษณ์ และที่ได้จากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องมาเรียบเรียงให้เป็นระบบ

- วิเคราะห์ข้อมูลจากการบันทึกเทป เพื่อเป็นการสอบถามและตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล และเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วน โดยผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลแบบสร้างข้อสรุปเพื่อหาประเด็นสำคัญ (Themes) หรือมโนทัศน์ (Concepts) ที่เข้าข่ายกับเรื่องที่กำลังทำการวิเคราะห์ (ชาย โพธิ์สิตา, 2559) แล้ว แยกตามชนิดของข้อมูล และนำมาเปรียบเทียบกัน ด้วยการถอดเทปบันทึก และสรุปเนื้อหาแยกตามประเด็นที่ ทำการสัมภาษณ์ และตีความจากข้อมูลที่ได้ปรากฏของผู้ถูกสัมภาษณ์ และสรุปเป็นภาพรวม นำเสนอผลการ วิเคราะห์ข้อมูลในรูปความเรียง

- ตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า โดยข้อมูลที่ได้นั้น นำมาจากแหล่งบุคคลเป็นหลัก และตรวจสอบ แบบสามเส้ากับด้านวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) มีวิธีการ 3 วิธี คือ 1) การศึกษาเอกสาร 2) การสังเกต และ 3) การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลัก ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบข้อมูลจาก การสัมภาษณ์ โดยใช้คำถามในประเด็นเดียวกันกับบุคคล สถานที่ และเวลาที่แตกต่างกันเพื่อให้ได้คำตอบ ครอบคลุม เพียงพอตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย หลังจากนั้น ผู้วิจัยทำการสรุปและวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) และนำเสนอข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงบรรยาย (Descriptive) (อรุณี อ่อนสวัสดิ์, 2551, น. 282)

2. วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัด มุกดาหาร

การวิเคราะห์เชิงคุณภาพ ผู้วิจัยนำข้อมูลจากแบบประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวโดยผู้เชี่ยวชาญ ด้านการท่องเที่ยว 3 คน ผู้เชี่ยวชาญในการพัฒนาพื้นที่ 1 คน นักวิชาการพัฒนาชุมชน 1 คน มารวบรวม วิเคราะห์หาค่าร้อยละ ค่าความถี่ จากนั้นนำเสนอในรูปตารางประกอบการบรรยาย

ในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจะมีเกณฑ์การให้คะแนน 5 ระดับดังนี้

- 5 หมายถึง มีศักยภาพมากที่สุด
- 4 หมายถึง มีศักยภาพมาก
- 3 หมายถึง มีศักยภาพปานกลาง
- 2 หมายถึง มีศักยภาพน้อย
- 1 หมายถึง มีศักยภาพน้อยที่สุด

เกณฑ์การให้คะแนนวัดระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว (แปรผล) จากการคำนวณอัตราภาคชั้นโดยใช้สูตร (ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ, 2549, น. 129)

$$\begin{aligned} \text{ความกว้างของอัตราภาคชั้น} &= \frac{\text{ข้อมูลที่มีค่าสูงสุด} - \text{ข้อมูลที่มีค่าต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}} \\ &= \frac{5 - 1}{5} \\ &= 0.80 \end{aligned}$$

จากสูตรการคำนวณ สามารถแบ่งเกณฑ์ออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

- ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.80 หมายถึงศักยภาพน้อยที่สุด
- ค่าเฉลี่ย 1.81 – 2.60 หมายถึงศักยภาพน้อย
- ค่าเฉลี่ย 2.61 – 3.40 หมายถึงศักยภาพปานกลาง
- ค่าเฉลี่ย 3.41 – 4.20 หมายถึงศักยภาพมาก
- ค่าเฉลี่ย 4.21 – 5.00 หมายถึงศักยภาพมากที่สุด

นอกจากนี้ในการแปลผลของแบบประเมินบางข้อจะใช้ตารางแจกแจงความถี่เพื่อหาค่าความถี่แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์บริบทภูมิสังคมในตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร โดยการสัมภาษณ์แบบไม่เป็นทางการ แบ่งเป็น 3 ประเภท (1) ผู้นำชุมชน และผู้เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวในชุมชน จำนวน 4 คน (2) การสนทนากลุ่ม ผู้นำชุมชน และชาวบ้านในพื้นที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการการท่องเที่ยว จำนวน 2 กลุ่ม (3) การสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม (ผู้วิจัยเป็นผู้สังเกต) จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (content analysis) เพื่อหาบริบทภูมิสังคมในพื้นที่ โดยมีผลการศึกษาโดยสรุป ดังนี้

ด้านสิ่งดึงดูดใจ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ประกอบด้วย บรรยากาศในหมู่บ้านที่มีภูเขาล้อมรอบ ภูเขาแดง ผาสามเมือง ถ้ำแก้ววัด น้ำตกห้วยตาด แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประกอบด้วย บ้านภูโฮมสเตย์ ที่มีเอกลักษณ์ของชาวภูไทย ทั้งการแต่งกาย ภาษาพูด อาหาร และกิจกรรมให้นักท่องเที่ยวเรียนรู้วิถีชีวิต ประเพณีขนบธรรมเนียมของชาวบ้านที่รักษาไว้ จุดเด่น เอกลักษณ์ ที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจมาท่องเที่ยว ประกอบด้วย วัฒนธรรมของชาวภูไท มีวัดภูผาขาว ที่มีพระพุทธรูปสลักบนหน้าผา

ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก สิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อการท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีสาธารณูปโภคพื้นฐานที่เพียงพอ สัญญาโทรศัพท์ทุกเครือข่าย มีแผนผังให้ข้อมูลการท่องเที่ยว ที่พักแรมระหว่างท่องเที่ยว

ประกอบด้วย บ้านพักโฮมสเตย์ ลานกางเต็นท์ กิจกรรมการท่องเที่ยว ประกอบด้วย มีกิจกรรมที่มุ่งเน้นสำหรับนักท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ เช่น ชมการแสดงฟ้อนรำบายศรีภูไท การผูกแขนบายศรีสู่ขวัญ ตักบาตรตอนเช้าตามวิถีพุทธ กิจกรรมนั่งเกวียนหรือปั่นจักรยานชมวิถีชีวิตของชาวบ้านในพื้นที่ ไปดูการทอผ้า การถักไม้กวาด การจักสาน

ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย การเข้าถึงด้วยรถส่วนตัว รถโดยสารสาธารณะในลักษณะรถสองแถว (แต่ให้บริการน้อย) มุมมองจุดศูนย์กลางการท่องเที่ยวมายังแหล่งท่องเที่ยวสรุปได้ว่า ห่างศูนย์กลางฯ 53 กิโลเมตร แต่ถือว่าเดินทางสะดวกสบายเพราะมีถนนสภาพดีไปยังแหล่งท่องเที่ยว การบริการขนส่งในพื้นที่ ส่วนใหญ่เป็นการให้บริการจากชาวบ้านในชุมชน เช่น รถยนต์ รถซาเล้ง เกวียน จักรยาน และการเดิน

ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว ความเก่าแก่ทางประวัติศาสตร์ สรุปได้ว่า มีความเก่าแก่เนื่องจากเป็นส่วนหนึ่งของเมืองหนองสูง ก่อตั้งตั้งแต่ พ.ศ. 2424 และมีพระพุทธรูปเก่าแก่ที่มีมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2404 และยังคงดำรงชีวิตตามแบบวิถีชุมชนชาวภูไท ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี การสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้ สรุปได้ว่า ชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ และสืบสานภูมิปัญญาอยู่เสมอ อาทิ เรื่องของการใช้ภาษา การแต่งกาย และอาหาร

ด้านการจัดการ การรักษาความปลอดภัยในพื้นที่ สรุปได้ว่า ชุมชนมีมาตรการการรักษาความปลอดภัยที่ดี มีศูนย์ดูแลนักท่องเที่ยว มีการจัดระบบเวรยาม มีแพทย์ พยาบาลคอยให้บริการในโรงพยาบาลของตำบล มีช่องทางการแจ้งเหตุฉุกเฉิน การจัดการด้านสาธารณูปโภคในพื้นที่ท่องเที่ยว สรุปได้ว่า ชุมชนมีความการจัดการระบบสาธารณูปโภคอย่างเพียงพอและเหมาะสม ทั้งระบบน้ำและไฟฟ้า แต่อาจจะต้องวางแผนเรื่องระบบน้ำในฤดูแล้ง มาตรการป้องกันและรักษาสิ่งแวดล้อมในแหล่งท่องเที่ยว สรุปได้ว่า มาตรการจัดการขยะยังไม่ชัดเจน เพราะไม่มีสถานที่จัดการขยะในส่วนกลาง แต่ละหลังคาเรือนจัดการขยะด้วยตนเอง แต่มีมาตรการดูแลสิ่งแวดล้อมอย่างเช่น โครงการหน้าบ้านสะอาด โดยให้ชาวบ้านในชุมชนดูแลพื้นที่หน้าบ้านตัวเอง ต้องการให้องค์กร หรือหน่วยงานใดเข้ามาช่วยพัฒนา พื้นที่พบว่า ชุมชนต้องการให้หน่วยงานรัฐ เช่น สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดมุกดาหาร กระทรวงเกษตร กระทรวงวัฒนธรรม เข้ามาดูแลเรื่องงบประมาณในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สร้างกลุ่มอาชีพให้มีความหลากหลายมากขึ้น อุปสรรคในการพัฒนาตำบลบ้านเป้าเพื่อรองรับนักท่องเที่ยว พบว่า การสื่อสารในชุมชนขาดการประสานงานร่วมกัน ขาดการร่วมมือของบุคคลในชุมชน

ตอนที่ 2 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ผู้วิจัยได้นำทัศนะของนักทฤษฎี นักวิชาการต่าง ๆ มาสังเคราะห์เพื่อกำหนดการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเป็นกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี และเป็นกรอบแนวคิดเพื่อการศึกษา ซึ่งสามารถสรุปองค์ประกอบในการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ประกอบด้วย 5 ประการ โดยเกณฑ์การให้คะแนนจะให้ความสำคัญกับองค์ประกอบทุกด้านเท่าๆ กัน โดยมีรายละเอียดดัง ตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร

องค์ประกอบ	คะแนนที่ได้จาก การประเมิน	คะแนนเต็ม
1.ด้านศักยภาพด้านสิ่งดึงดูดใจ	12.80	20
2.ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	12.60	20
3.ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	11.00	20
4.ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว	12.40	20
5.ด้านการจัดการ	10.40	20
รวม	59.20	100

ในการกำหนดระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว นั้น ผู้วิจัยจะนำคะแนนที่ได้ไปเทียบกับระดับมาตรฐานที่กำหนดไว้ ดังนี้ จากตารางที่ 1 แสดงให้เห็นว่าภาพรวมทุกองค์ประกอบได้ 59.20 คะแนน อยู่ในระดับปานกลาง

ตารางที่ 2 คะแนนระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยว

คะแนน	ระดับมาตรฐาน
81 ขึ้นไป	ดีเยี่ยม
71-80	ดีมาก
61-70	ดี
51-60	ปานกลาง
50 ลงมา	ต่ำ

จากผลการประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ผู้วิจัยจะนำผลคะแนนที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์คะแนนระดับมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวในตารางที่ 2 ผลการประเมินจะเห็นได้ว่าศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวของตำบลบ้านเป้าได้คะแนนรวมทั้งหมด 59.20 ซึ่งจัดอยู่ในเกณฑ์มาตรฐานคุณภาพระดับ ปานกลาง

จากผลการประเมินผู้วิจัย ผู้วิจัยสามารถหาค่าคะแนนเฉลี่ยและเกณฑ์ศักยภาพของแต่ละด้าน และแต่ละหัวข้อในแบบประเมินตามเกณฑ์การให้คะแนนวัดระดับศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวจากการคำนวณอัตราภาคชั้นดังนี้

ตารางที่ 3 ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. ความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้	3.00	ปานกลาง
2. ความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี	4.00	มาก
3. ความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชน	2.40	น้อย
4. ความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยว	3.40	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.20	ปานกลาง

จากตารางที่ 3 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ด้านสิ่งดึงดูดใจด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านความต่อเนื่องของการสืบสานวัฒนธรรมประเพณี มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 4.00 อยู่ในเกณฑ์มาก รองลงมาคือ ด้านความหลากหลายของกิจกรรมการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ด้านความเป็นเอกลักษณ์ด้านวิถีชีวิต ภูมิปัญญา และองค์ความรู้มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และด้านความเข้มแข็งในการรักษาเอกลักษณ์ของชุมชนมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 อยู่ในเกณฑ์น้อยตามลำดับ

ตารางที่ 4 ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. สิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน	3.00	ปานกลาง
2. ความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว	4.80	มากที่สุด
3. การพัฒนาการรักษาความปลอดภัยเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว	3.00	ปานกลาง
4. การมีกลุ่มองค์กรทั้งภายในและภายนอก	1.80	น้อยที่สุด
เฉลี่ยรวม	3.15	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกด้านการท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.15 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านความปลอดภัยด้านการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 4.80 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน และด้านการพัฒนาการรักษาความปลอดภัยเพื่อให้บริการนักท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.00 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และด้านการมีกลุ่มองค์กรทั้งภายในและภายนอก มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.80 อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุด ตามลำดับ

ตารางที่ 5 ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว	4.20	มาก
2. ระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว	3.20	ปานกลาง
3. ระบบขนส่งสาธารณะไปสู่แหล่งท่องเที่ยว	1.60	น้อยที่สุด
4. สิ่งที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น	2.00	น้อย
เฉลี่ยรวม	2.75	ปานกลาง

จากตารางที่ 5 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป่า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.75 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 4.20 อยู่ในเกณฑ์มาก รองลงมาคือ ด้านระยะเวลาจากตัวเมืองไปยังแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.20 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ด้านสิ่งที่สามารถ

ทำให้นักท่องเที่ยวรู้จักและทำให้นักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่ายขึ้น มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.00 อยู่ในเกณฑ์น้อย และด้านระบบขนส่งสาธารณะไปสู่แหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 1.60 อยู่ในเกณฑ์น้อยที่สุดตามลำดับ

ตารางที่ 6 ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. ความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม	3.80	มาก
2. ความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่อง	3.40	ปานกลาง
3. ความเป็นมาทางประวัติศาสตร์	2.40	น้อย
4. ความผูกพันต่อท้องถิ่น	2.80	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	3.10	ปานกลาง

จากตารางที่ 6 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ด้านคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.10 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านความงดงามทางศิลปวัฒนธรรม มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 3.80 อยู่ในเกณฑ์มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านความสามารถในการสืบทอดภูมิปัญญา และองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.40 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง ด้านความผูกพันต่อท้องถิ่นมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.80 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง และด้านความเป็นมาทางประวัติศาสตร์มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 อยู่ในเกณฑ์น้อย ตามลำดับ

ตารางที่ 7 ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว

ด้าน	ค่าคะแนนเฉลี่ย	ความหมาย
1. การจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว	3.00	ปานกลาง
2. การจัดการด้านการใช้ประโยชน์ในพื้นที่	2.40	น้อย
3. การจัดการด้านการติดตาม และการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยว	2.00	น้อย
4. ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว	3.00	ปานกลาง
เฉลี่ยรวม	2.60	น้อย

จากตารางที่ 7 การประเมินศักยภาพแหล่งท่องเที่ยว ในพื้นที่ตำบลบ้านเป้า อำเภอหนองสูง จังหวัดมุกดาหาร ด้านการจัดการแหล่งท่องเที่ยว พบว่า โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.60 อยู่ในเกณฑ์น้อย เมื่อแยกเป็นรายด้านพบว่า ด้านการจัดการด้านการรักษาสภาพและฟื้นฟูแหล่งท่องเที่ยว และด้านชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการการท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด อยู่ที่ 3.00 อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง รองลงมาคือ ด้านการจัดการด้านการใช้ประโยชน์ในพื้นที่มีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.40 อยู่ในเกณฑ์น้อย และด้านการจัดการด้านการติดตาม และการประเมินการเปลี่ยนแปลงอันเนื่องมาจากการท่องเที่ยวมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 2.00 อยู่ในเกณฑ์น้อย ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรนำผลงานวิจัยในครั้งนี้นำไปต่อยอดในการศึกษาเพื่อหาแนวทางในการพัฒนาศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวในชุมชนต่อไป

2. ควรศึกษาวิจัยเกี่ยวกับเส้นทาง และกิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชน รวมถึงสำรวจความต้องการ และความสนใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อสถานที่ท่องเที่ยวในชุมชน เพื่อนำผลการวิจัยมากำหนดเส้นทางและ กิจกรรมการท่องเที่ยวในชุมชนให้มีประสิทธิภาพ และสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้าไปเที่ยวในชุมชนมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กรมการท่องเที่ยว. (2557). คู่มือการตรวจประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตร.(พิมพ์ครั้งที่ 2) กรุงเทพฯ: สำนักงานกิจการโรงพิมพ์องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพระบรมราชูปถัมภ์.
- กฤษณ์ โคตรสมบัติ. 2553. การประเมินศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวในเขตแก่งสามพันโบก อำเภอโพธิ์ไทร จังหวัดอุบลราชธานี, มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- จารุณี กลิ่นดีป्ली. (2541).การประเมินศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวสำหรับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กรณีศึกษา: อุทยานแห่งชาติไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี. ภาคนิพนธ์หลักสูตรการจัดการสิ่งแวดล้อม. สำนักพัฒนาบัณฑิตศึกษา สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- ธรรมศักดิ์ โรจนสุนทร. (2542). สรุปผลการสัมมนาการพัฒนาการท่องเที่ยวภาคเหนือ.กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- นายโชติ ตราชู. (2563). ประชาชาติธุรกิจออนไลน์ <https://www.prachachat.net/tourism/news-465401> (สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2563).
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา. (2548). การพัฒนาการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน. กรุงเทพฯ: เพรส แอนด์ดีไซน์.
- ปาริฉัตร สิงห์ศักดิ์ตระกูล และพัชรินทร์ เสริมการดี. (2556). การศึกษาศักยภาพและแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ของชุมชนบ้านทุ่งมะปราง อำเภอควนโดนและบ้านโดนพานัน อำเภอควนกาหลง จังหวัดสตูล. วารสารสุทธิปริทัศน์, 27(83): 97-112
- รมภักดิ์ ฤกษ์วีระวัฒนา. (2561). การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. กรุงเทพฯ: โอ เอส พริ้นติ้ง เฮาส์.
- วิภา ศรีระทุ. (2551). ศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศในอำเภอเขาค้อ จังหวัดเพชรบูรณ์.สารนิพนธ์วท.ม. (การวางแผนและการจัดการการท่องเที่ยวเพื่ออนุรักษ์ สิ่งแวดล้อม).กรุงเทพฯ: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- วิวัฒน์ชัย บุญยภักดี. (2550). ศักยภาพในการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม. กรุงเทพฯ: สำนักงานกองทุนสนับสนุนงานวิจัย.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ. (2549). การวิจัยการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัท ธรรมสาร จำกัด.
- สถาบันวิจัยเพื่อการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย. (2540). การดำเนินการเพื่อกำหนดนโยบายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. กรุงเทพฯ: สถาบันวิจัยเพื่อการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย.
- สำนักพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวสำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยวกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2548). คู่มือการประเมินมาตรฐานคุณภาพแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศ : รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว.

- อารยา จันทร์สกุล (2561). Overtourism ผลกระทบและแนวทางการจัดการเพื่อความยั่งยืน. ธนาคารแห่งประเทศไทยสำนักงานภาคใต้ online.<https://www.bot.or.th/Thai/MonetaryPolicy/Southern/ResearchPaper/Overtourism.pdf> (สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2563).
- Collier, A. & Harraway, S. (1997). Principle of Tourism. Auckland: Longman.
- John Flecher and bas Amelung. (2013). Tourism and Principle and Practice. Italy. Pearson education Limited.
- Pike, Steven D. (2008). Destination Marketing: anintegrated marketing communication approach. Butterworth-Heinmann. Burlington, MA.
- Tourism Western Australia. (2008). 5A's of Tourism. Retrieved May 3, 2012 from www.tourism.wa.gov.au/jumpstartguide/totb_5Asoftourism.html

การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงจรปิดและโมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน
กรณีศึกษา บริษัทผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง

Closed-Loop Supply Chain Design and Business Models towards a Circular Economy:
The Case of Arubber Footwear Manufacturing Company

ภัทร์กวินท์ หาญกล้า¹ และ จุฑาทิพย์ สุรารักษ์²

^{1,2} สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน

คณะโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยบูรพา, 64920484@go.buu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมในโซ่อุปทาน 2) ออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน และ 3) กำหนดโมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในกระบวนการผลิต จำนวน 4 คน ผลการวิจัยพบว่า โซ่อุปทานของบริษัทผลิตรองเท้ายางประกอบด้วย 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การจัดการกระบวนการผลิต 2) แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน 3) ความสัมพันธ์กับลูกค้า และ 4) ความร่วมมือในกระบวนการ และพบว่า การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดช่วยลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต โดยเน้นการใช้วัสดุรีไซเคิล การจัดการของเสีย และนโยบายรับคืนสินค้าหลังการขายเพื่อรีไซเคิลและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม สำหรับโมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบด้วย 1) ความร่วมมือกับพันธมิตรด้านวัสดุรีไซเคิลและเทคโนโลยีเพื่อพัฒนากระบวนการผลิตที่ยั่งยืน 2) การดำเนินกิจกรรมหลักในการผลิตรองเท้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิลและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ 3) การใช้ทรัพยากรหลัก เช่น วัสดุรีไซเคิลและเทคโนโลยีที่ช่วยลดการใช้พลังงาน 4) การเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีคุณค่าด้วยรองเท้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เพื่อลดต้นทุนและตอบโจทยลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม 5) การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านการสื่อสารแคมเปญความยั่งยืน 6) การเจาะกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและตลาดต่างประเทศ 7) ช่องทางการจำหน่ายผ่านหน้าร้านและแพลตฟอร์มออนไลน์ 8) โครงสร้างต้นทุนที่เน้นการลดของเสียและการใช้พลังงานอย่างมีประสิทธิภาพ และ 9) กระแสรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมทั้งในและต่างประเทศ ผ่านช่องทางออนไลน์และการส่งออก

คำสำคัญ : โซ่อุปทานแบบวงจรปิด/ โมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

Abstract

The research on Closed-Loop Supply Chain Design and Business Models towards a Circular Economy: The Case of Arubber Footwear Manufacturing Company was a qualitative study aimed at 1) examining supply chain activities, 2) designing a closed-loop supply chain

based on the circular economy concept, and 3) establishing a business model for a circular economy. Interviews were conducted with four key individuals involved in the company's production process. The data collected was analyzed and categorized to describe phenomena related to the circular economy. The results revealed that the company's supply chain consists of 4 key elements; 1) production process management, 2) circular economy principles, 3) customer relations, and 4) cooperation in the production process. Additionally, it was found that designing a closed-loop supply chain helps reduce production waste by focusing on the use of recycled materials, waste management, and a return policy for recycling products after sales to minimize environmental impact. The business model for a circular economy consists of; 1) collaboration with partners in recycled materials and technology to develop sustainable production processes, 2) core activities focused on producing shoes using recycled materials and developing new technologies, 3) utilizing key resources such as recycled materials and energy-efficient technology, 4) offering value through shoes made from recycled materials to reduce costs and meet the needs of environmentally-conscious customers, 5) building customer relationships through sustainability-focused campaigns, 6) targeting environmentally-conscious customers and international markets, 7) distribution channels through physical stores and online platforms, 8) a cost structure that emphasizes waste reduction and energy efficiency, and 9) revenue streams from the sale of eco-friendly products domestically and internationally through online platforms and exports.

Keywords : Closed-Loop Supply Chain/ Business Model towards a Circular Economy

บทนำ

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) คือ แนวคิดที่สนับสนุนให้เราใช้สิ่งของ หรือทรัพยากร ที่มีอยู่ให้คุ้มค่าที่สุด มีการวางแผนให้สิ่งของที่เราใช้สามารถคืนสู่สภาพเดิม หรือพร้อมนำกลับมาใช้ใหม่ได้ รวมทั้งออกแบบรูปแบบการใช้สิ่งของ เช่น จากการซื้ออาจเปลี่ยนเป็นการเช่า เป็นต้น ถือเป็นแนวทาง ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ เตรียมพร้อมรับมือกับปัญหาการขาดแคลนทรัพยากรในอนาคต รวมถึงปัญหา ด้านสิ่งแวดล้อมที่อาจเกิดขึ้นได้จากวัสดุเหลือทิ้ง แนวคิดนี้ ยังสามารถช่วยลดก๊าซเรือนกระจกที่ทำให้เกิดภาวะ โลกร้อนแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนยังเป็นโอกาสสำหรับการเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจในรูปแบบใหม่ โดยเฉพาะ จากการพัฒนาธุรกิจใหม่และปรับธุรกิจเดิม ที่เพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรการหมุนเวียนของวัสดุ และ สร้างมูลค่าจากการดำเนินธุรกิจรูปแบบใหม่นี้ด้วย อย่างไรก็ตามแนวโน้มของโลกมีการออกนโยบาย มาตรการ และกฎระเบียบที่จะประกาศใช้ อาทิ EU Green Deal จึงมีความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องเตรียมพร้อม

ด้านเศรษฐกิจหมุนเวียนในทางธุรกิจการค้ากับประเทศคู่ค้า ที่มีการปรับตัวเชิงนโยบายด้วยเช่นกัน (สำนักงาน
สถานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ, 2563) ในปัจจุบันภาคธุรกิจส่วนใหญ่
เป็นแบบเศรษฐกิจเส้นตรง (Linear economy) หรือแนวคิดดั้งเดิม ที่เรียกได้ว่า ตรงกันข้ามกับเศรษฐกิจ
หมุนเวียน แนวคิดนี้ จะไม่มีการคำนึงถึงการนำเอาทรัพยากร วัสดุ หรืออะไรก็ตามในระบบการผลิตหมุนเวียน
กลับมาใช้ใหม่ ผลิตเสร็จ ก็ส่งต่อถึงมือผู้บริโภค ใช้และจบด้วยการทิ้งหรือทำลายด้วยระบบกำจัด ทั้งที่ของเสีย
หรือวัสดุเหลือใช้เหล่านี้มีศักยภาพในการใช้ผลิตใหม่หรือเป็นวัตถุดิบตั้งต้นของการผลิตอื่น และจุดนี้เองที่ทำให้
เกิดปัญหา อย่างแรก คือ ทรัพยากรที่ค่อย ๆ หมดไป ตามด้วยจำนวนขยะที่เพิ่มขึ้น อีกอย่างหนึ่ง ที่ทำให้เกิดปัญหา
ทวีความรุนแรงขึ้น คือ จำนวนประชากรโลกที่กำลังเพิ่มสูงขึ้น การพัฒนาระบบเพื่อการเปลี่ยนผ่าน
สู่เศรษฐกิจหมุนเวียน ส่งผลต่อการเติบโตของเศรษฐกิจและการบริโภคของคน ทำให้ทรัพยากรที่ตอนนี้มีจำกัด
อยู่แล้ว ยิ่งไม่เพียงพอต่อความต้องการสิ่งที่เกิดขึ้นตามมา คือ ปัญหาสิ่งแวดล้อม ทั้งสภาวะโลกร้อน ทรัพยากร
ขาดแคลน และขยะล้นโลก โดยเฉพาะขยะพลาสติกในทะเล ด้วยเหตุนี้ จึงต้องมีการเปลี่ยนแปลง นำมาสู่
แนวคิดเศรษฐกิจแบบหมุนเวียน ซึ่งเป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์สำคัญสำหรับการเปลี่ยนผ่านสู่โลกที่ยั่งยืนขึ้น
(ภัทรพร ยารัมระ, 2561)

การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบอย่างมากต่อเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะธุรกิจรายย่อย เช่น
ร้านอาหารและร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการต้องปรับตัวและหาทางรับมือกับสถานการณ์นี้ โดยผู้วิจัยได้เสนอ
แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular Economy) เพื่อเป็นแนวทางช่วยลดต้นทุนและเพิ่มความยั่งยืนให้กับ
ธุรกิจ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากิจกรรมในโซ่อุปทานของบริษัทผู้ผลิตรองเท้าบางแห่งหนึ่ง 2) ออกแบบ
โซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และ 3) กำหนดโมเดลทางธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจ
หมุนเวียน ทั้งนี้ จากกรณีศึกษาของบริษัทผู้ผลิตรองเท้า ซึ่งได้รับผลกระทบทั้งด้านการส่งออกและต้นทุน
วัตถุดิบที่เพิ่มสูงขึ้นจากการนำเข้ายางธรรมชาติ ส่งผลให้เกิดการขาดทุน ผู้วิจัยเสนอแนวทางให้บริษัท
ลดต้นทุนโดยการนำเศษวัสดุเหลือใช้จากการผลิต หรือวัสดุที่ไม่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพจากโรงงานอื่น
มาใช้เป็นวัตถุดิบในกระบวนการผลิตใหม่ เพื่อลดการพึ่งพาวัตถุดิบใหม่และช่วยให้กระบวนการผลิต
มีความยั่งยืนมากขึ้น นอกจากนี้ ผู้วิจัยยังพบว่า บริษัทยังคงดำเนินธุรกิจตามแนวทางเศรษฐกิจเส้นตรง (Linear
economy) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรและทิ้งของเสีย ซึ่งไม่ได้นำกลับมาใช้ใหม่ ผู้วิจัยจึงแนะนำให้บริษัท
ปรับเปลี่ยนสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร ลดต้นทุนและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นการศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการประยุกต์ใช้แนวคิดเศรษฐกิจ
หมุนเวียน (Circular economy) ในการบริหารโซ่อุปทานของบริษัทผู้ผลิตรองเท้าบางแห่ง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพ
สูงสุดในการใช้ทรัพยากร ลดของเสีย และสร้างความยั่งยืนให้กับกระบวนการผลิตและการจัดการธุรกิจ รวมถึง
การออกแบบโมเดลธุรกิจที่สนับสนุนการใช้งานทรัพยากรอย่างคุ้มค่าและลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม โดย
รายละเอียดสำคัญที่ศึกษาประกอบด้วย

เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy) แนวคิดนี้มุ่งเน้นการสร้างคุณค่าสูงสุดจากทรัพยากรที่มีอยู่ โดยใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า และหมุนเวียนให้เกิดประโยชน์สูงสุดตลอดวงจรชีวิตของผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การออกแบบ การใช้งาน ไปจนถึงการกำจัดและนำกลับมาใช้ใหม่ ซึ่งเป้าหมายหลักของเศรษฐกิจหมุนเวียน คือการลดขยะ ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และการบรรเทาผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การพัฒนาแนวคิดนี้ได้แรงบันดาลใจมาจากทฤษฎีต่าง ๆ เช่น นิเวศอุตสาหกรรม (Industrial ecology) เศรษฐกิจเชิงประสิทธิภาพ (Performance economy) และ Cradle-to-Cradle ที่มุ่งเน้นการสร้างระบบที่ไม่มีของเสีย การนำทรัพยากรกลับมาใช้ และการจำลองวงจรการหมุนเวียนของธรรมชาติ

โซ่อุปทานแบบวงปิด (Closed-loop supply chain) โซ่อุปทานแบบวงปิด เป็นแนวคิดที่รวมการหมุนเวียนวัสดุ โดยพัฒนาระบบที่สามารถนำผลิตภัณฑ์ที่หมดอายุการใช้งานหรือไม่ได้มาตรฐาน กลับเข้าสู่กระบวนการผลิต เพื่อลดต้นทุนและรักษาคุณภาพในกระบวนการ ขณะเดียวกัน การใช้ทรัพยากรหมุนเวียนนี้ช่วยให้บริษัทสามารถลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และเพิ่มความยั่งยืนให้กับองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยแนวคิดนี้ รวมถึงการจัดการวัตถุดิบ การผลิต การขนส่ง และการเก็บรวบรวมผลิตภัณฑ์เพื่อหมุนเวียนกลับไปใช้ใหม่ในระบบ

โมเดลธุรกิจตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular business model) การใช้กรอบ Business model canvas เพื่อสร้างโมเดลธุรกิจในระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ช่วยให้บริษัทสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างมีประสิทธิภาพ ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้อย่างยั่งยืน และสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ซึ่งองค์ประกอบหลักในโมเดลธุรกิจนี้ ประกอบด้วยความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่สามารถจัดหาวัสดุรีไซเคิล การพัฒนากระบวนการผลิตที่มีประสิทธิภาพ การกำหนดช่องทางจัดจำหน่ายที่สามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย รวมถึงการใช้แคมเปญที่เน้นความยั่งยืน

แนวคิดดังกล่าวข้างต้น ช่วยให้บริษัทสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ในโซ่อุปทานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ใช้วัสดุรีไซเคิลเพื่อลดต้นทุนและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ขณะเดียวกันการปรับเปลี่ยนแนวคิดไปสู่เศรษฐกิจหมุนเวียนยังช่วยให้บริษัทตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่สนใจผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และเสริมสร้างความแข็งแกร่งในการแข่งขันทางธุรกิจ

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การวิจัยนี้ ศึกษาประชากรจากบริษัทผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ พนักงานในบริษัทที่มีความรู้และความเข้าใจในอาชีพของตน 4 ตำแหน่งสำคัญ ได้แก่ ผู้จัดการหรือหัวหน้างาน ฝ่ายผลิต ฝ่ายตรวจสอบคุณภาพสินค้า และฝ่ายขาย ซึ่งทั้งหมดต้องมีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 5 ปี และยินยอมเข้าร่วมการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์ เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth interviews) โดยเน้นสัมภาษณ์พนักงานในบริษัทที่มีความรู้และความเข้าใจในอาชีพของตน เพื่อตรวจสอบการประยุกต์ใช้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ปัญหาและอุปสรรค รวมถึงแนวทางการพัฒนาแบบยั่งยืน ผู้วิจัยตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดังกล่าว โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผ่านการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ซึ่งผลการทดสอบมีค่าอยู่ระหว่าง 0.75-1.00 เหมาะสมสำหรับใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพโดยใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ในการจำแนกและจัดกลุ่มข้อมูลจากการสัมภาษณ์ เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกโดยใช้เทคนิคการตีความเชิงความหมาย ซึ่งจะเน้นไปที่การตีความข้อมูลและการจับใจความสำคัญ รวมถึงการเชื่อมโยงข้อมูลกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนและโซ่อุปทานแบบวงปิด นอกจากนี้ การสัมภาษณ์จะดำเนินการต่อเนื่องจนกระทั่งถึง “จุดอิ่มตัวของข้อมูล” (Data saturation) ซึ่งผู้วิจัยระบุว่า ข้อมูลเริ่มมีความซ้ำซ้อน และไม่มีข้อมูลใหม่เพิ่มเติมจากผู้ให้สัมภาษณ์เพิ่มเติม จึงหยุดการสัมภาษณ์ในขั้นนี้

ขั้นตอนการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นการศึกษาในลักษณะของการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) และใช้การสัมภาษณ์แบบเจาะลึก (In-depth interviews) สอบถามความคิดเห็นที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน ประกอบกับการค้นคว้าจากเอกสารต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำผลการศึกษาทั้งหมดมาหาแนวทางการประยุกต์ใช้ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนในบริษัทกรณีศึกษา โดยมีขั้นตอนการวิจัยดังนี้

1. ศึกษาทฤษฎี หลักการ และแนวคิดจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทความที่ตีพิมพ์ในฐานข้อมูลออนไลน์ของต่างประเทศที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เรื่อง เศรษฐกิจหมุนเวียน
2. กำหนดกรอบปัจจัยในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัย
3. สร้างเครื่องมือ แล้วนำเสนอร่างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยต่ออาจารย์ที่ปรึกษา พร้อมทั้ง นำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ในเนื้อหา เพื่อนำมาแก้ไขปรับปรุง
4. นำเครื่องมือที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง โดยสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลหลักตามประเด็นที่กำหนด เพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนตรงตามวัตถุประสงค์ จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ และประมวลผลเพื่อสรุปเนื้อหา

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากิจกรรมในโซ่อุปทานของบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง ออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน และกำหนดโมเดลทางธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน มีผลการวิจัยโดยสรุป ดังนี้

1. กิจกรรมในโซ่อุปทานบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง

กระบวนการผลิตรองเท้ายางของบริษัทกรณีศึกษา ประกอบด้วย 7 ขั้นตอนหลัก ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การนำเข้าวัตถุดิบ บริษัทจะจัดหาวัตถุดิบที่จำเป็นสำหรับการผลิตรองเท้ายางจากซัพพลายเออร์ เช่น ยางธรรมชาติ เม็ดพลาสติก และแคลเซียม โดยวัตถุดิบเหล่านี้ ต้องผ่านการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อให้มั่นใจว่า สามารถนำมาใช้ในการผลิตได้ตามมาตรฐานที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 2 การจัดเก็บวัตถุดิบ เมื่อได้รับวัตถุดิบแล้ว จะนำไปจัดเก็บในคลังวัตถุดิบ หรือโกดังอย่างเป็นระบบ เพื่อป้องกันการปนเปื้อนและความเสียหาย วัตถุดิบจะถูกเตรียมไว้สำหรับกระบวนการผลิตต่อไป

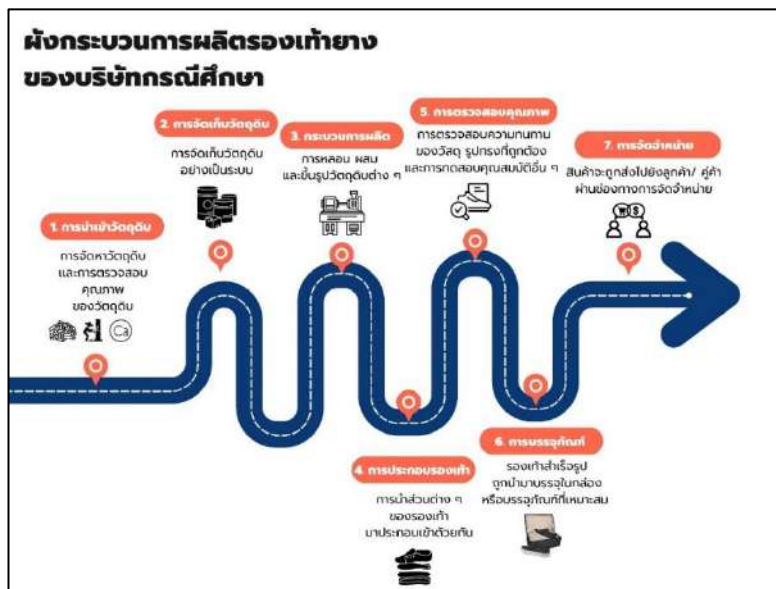
ขั้นตอนที่ 3 กระบวนการผลิต วัตถุดิบจะถูกนำมาหลอม ผสม และขึ้นรูปตามขั้นตอนการผลิต เช่น การขึ้นรูปยางและพลาสติก เครื่องจักรจะต้องมีการควบคุมอุณหภูมิและแรงกดอย่างเหมาะสม เพื่อให้ได้รูปแบบและคุณภาพที่ต้องการของผลิตภัณฑ์

ขั้นตอนที่ 4 การประกอบรองเท้า หลังจากได้ชิ้นส่วนต่าง ๆ แล้ว จะนำมาประกอบเป็นรองเท้าแบบสมบูรณ์ เช่น การประกอบตัวรองเท้ากับพื้นรองเท้า ขั้นตอนนี้ อาจใช้แรงงานคน หรือเครื่องจักรเฉพาะ

ขั้นตอนที่ 5 การตรวจสอบคุณภาพ รองเท้าที่ผลิตเสร็จ จะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบคุณภาพ เพื่อตรวจสอบความทนทาน รูปทรง และคุณสมบัติต่าง ๆ ของผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามมาตรฐานที่กำหนด

ขั้นตอนที่ 6 การบรรจุภัณฑ์ รองเท้าที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว จะถูกบรรจุในกล่อง หรือบรรจุภัณฑ์ที่แข็งแรงและเหมาะสม เพื่อป้องกันความเสียหายระหว่างการขนส่ง

ขั้นตอนที่ 7 การจัดจำหน่าย สินค้าสำเร็จรูปจะถูกส่งไปยังลูกค้าหรือคู่ค้า โดยมีการจัดจำหน่ายผ่านช่องทางต่าง ๆ เช่น การขายปลีก การส่งออก หรือการขายผ่านร้านค้าออนไลน์ โดยวางแผนการจัดส่ง เพื่อให้สินค้าถึงมือผู้บริโภคอย่างรวดเร็วและปลอดภัย



ภาพที่ 1 ผังกระบวนการผลิตรองเท้ายางของบริษัทกรณีศึกษา

สำหรับกิจกรรมในโซ่อุปทานบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง ประกอบด้วย 4 ประเด็น ดังนี้

1. การจัดการกระบวนการผลิต เป็นหัวใจสำคัญที่ส่งผลต่อความสามารถในการแข่งขัน และประสิทธิภาพของบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายาง การจัดซื้อและการจัดการวัตถุดิบ กระบวนการผลิตและการควบคุมคุณภาพ รวมถึงการจัดการผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานและการบรรจุภัณฑ์ เป็นปัจจัยสำคัญในการลดต้นทุนและเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ กระบวนการผลิตที่ดี ช่วยให้บริษัทสามารถส่งมอบสินค้าที่มีคุณภาพตรงตามความต้องการของลูกค้า และลดปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในสายการผลิต

2. แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นกลยุทธ์ที่สำคัญที่บริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางนำมาใช้ เพื่อลดต้นทุนและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต การใช้วัตถุดิบรีไซเคิลในกระบวนการผลิตรองเท้า ไม่เพียงช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่ แต่ยังช่วยลดปริมาณขยะและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้บริษัทสามารถนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งตรงกับความต้องการของผู้บริโภคในยุคปัจจุบัน ที่ให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความยั่งยืนมากขึ้น การใช้วัตถุดิบรีไซเคิลคุณภาพสูง ยังช่วยให้บริษัทสามารถผลิตสินค้าที่มีมาตรฐานในราคาที่แข่งขันได้ พร้อมทั้งสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในฐานะองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคม และสิ่งแวดล้อม

3. ความสัมพันธ์กับลูกค้า เป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้บริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางสามารถรักษาสถานลูกค้าและสร้างความภักดีในระยะยาวได้ โดยเน้นการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และการเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ เช่น การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การออกแบบที่เน้นความทนทาน ซึ่งนอกจากจะตอบโจทย์ลูกค้าแล้ว ยังสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับแบรนด์ ส่งผลให้ลูกค้ากลับมาซื้อซ้ำ นอกจากนี้การใช้ช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เช่น การขายผ่านหน้าร้าน การประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์ และการใช้อินฟลูเอนเซอร์ ยังช่วยเสริมสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงลูกค้ากลุ่มเป้าหมายได้มากขึ้น ซึ่งการสื่อสารที่ตรงจุด จะช่วยเพิ่มโอกาสในการสร้างความผูกพันกับลูกค้า ส่งผลให้แบรนด์มีความแข็งแกร่งมากขึ้นในตลาด

4. การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจและการปรับปรุงกระบวนการผลิต ถือเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยให้บริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางสามารถแข่งขันได้ในตลาด การร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่จัดหาวัตถุดิบรีไซเคิลคุณภาพสูงไม่เพียงช่วยลดต้นทุนการผลิต แต่ยังช่วยให้บริษัทรักษามาตรฐานคุณภาพของผลิตภัณฑ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การใช้ทรัพยากรจากภายนอกที่มีคุณภาพยังส่งผลให้บริษัทตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างรวดเร็วและยืดหยุ่นมากขึ้น การบำรุงรักษาเครื่องจักรอย่างต่อเนื่องช่วยให้การผลิตราบรื่น ลดความเสี่ยงในการหยุดชะงัก และช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน



ภาพที่ 2 กิจกรรมในโซ่อุปทานบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง

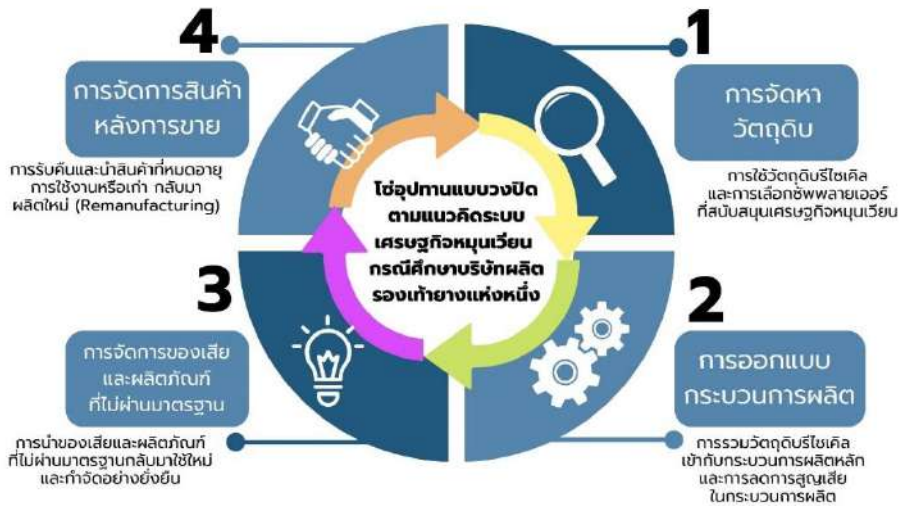
2. การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

2.1 การจัดหาวัตถุดิบ เป็นปัจจัยสำคัญในกระบวนการออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดที่เน้นการใช้วัตถุดิบรีไซเคิล และเลือกซัพพลายเออร์ที่มีแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเช่นเดียวกัน เพื่อเพิ่มความยั่งยืนและลดต้นทุนในกระบวนการผลิต การเลือกซัพพลายเออร์ที่สามารถจัดหาวัตถุดิบรีไซเคิลที่มีคุณภาพ ช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักของบริษัท

2.2 การออกแบบกระบวนการผลิต กล่าวคือ การออกแบบกระบวนการผลิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน เป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยลดการสูญเสียในกระบวนการผลิต และเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้ทรัพยากร การรวมวัตถุดิบรีไซเคิลเข้ากับกระบวนการผลิตหลัก ทำให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตและลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 การจัดการของเสียและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐาน กล่าวคือ การจัดการของเสียเป็นหัวใจหลักในแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน บริษัทมีการนำของเสียและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐานกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต หรือรีไซเคิลเพื่อใช้ในรูปแบบอื่น การจัดการที่มีประสิทธิภาพ ช่วยลดปริมาณขยะ และประหยัดต้นทุนในการผลิต อีกทั้งยังช่วยเสริมสร้างความยั่งยืนให้กับกระบวนการผลิต

2.4 การจัดการสินค้าหลังการขาย เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยลดปริมาณขยะและสร้างความยั่งยืนในกระบวนการผลิต บริษัทมีนโยบายรับคืนสินค้าที่หมดอายุการใช้งาน หรือสินค้าเก่าจากลูกค้า เพื่อนำกลับมาผลิตใหม่ หรือรีไซเคิล กระบวนการนี้ ไม่เพียงแต่ลดการใช้วัตถุดิบใหม่ แต่ยังช่วยให้บริษัทสามารถรักษาความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม และสร้างความยั่งยืนได้อย่างมีประสิทธิภาพ



ภาพที่ 3 การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

3. การกำหนดโมเดลทางธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

โมเดลทางธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทผลิตรองเท้ายางประกอบ ด้วยองค์ประกอบสำคัญที่สอดคล้องกัน เริ่มจากความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่ให้บริการวัสดุรีไซเคิลและพันธมิตรทางเทคโนโลยี เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตที่ยั่งยืนและลดต้นทุน การใช้วัสดุรีไซเคิล เช่น ยางและพลาสติกในการผลิตรองเท้า เป็นหนึ่งในกิจกรรมหลักที่ช่วยลดต้นทุนและสร้างความแตกต่างในตลาด นอกจากนี้ บริษัทเน้นวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อลดการใช้พลังงานและเพิ่มประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ขณะที่การสื่อสารผ่านแคมเปญที่เน้นความยั่งยืนช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้า ดึงดูดกลุ่มคนรุ่นใหม่ และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงตลาดต่างประเทศที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน โดยบริษัทใช้ช่องทางการจัดจำหน่ายที่หลากหลายทั้งหน้าร้าน แพลตฟอร์มออนไลน์ และการส่งออก ซึ่งโครงสร้างต้นทุนมาจากการจัดหาวัสดุรีไซเคิลและการลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตที่ยั่งยืน ส่งผลให้บริษัทสามารถลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว และสร้างรายได้จากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ความร่วมมือกับพันธมิตร (Key partnerships)	กิจกรรมหลัก (Key activities)	ข้อเสนอที่มีคุณค่า (Value proposition)	การสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า (Customer relationships)	กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Customer segments)
ความร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่ให้บริการวัสดุรีไซเคิล และพันธมิตรทางเทคโนโลยี เพื่อพัฒนากระบวนการผลิตที่ยั่งยืน และลดต้นทุน	การผลิตรองเท้าที่ใช้วัสดุรีไซเคิล การวิจัยและพัฒนาเทคโนโลยีใหม่ เพื่อปรับปรุงกระบวนการผลิตให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น	ผลิตภัณฑ์รองเท้าที่ผลิตจากวัสดุรีไซเคิล เช่น ยางและพลาสติก ช่วยลดต้นทุน และสร้างความแตกต่างในตลาด โดยดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม และสนับสนุนเศรษฐกิจหมุนเวียน	การสื่อสารผ่านแคมเปญที่เน้นความยั่งยืน และการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมีส่วนร่วมในการรักษาสิ่งแวดล้อม และสร้างความภักดีต่อแบรนด์	ลูกค้ากลุ่มคนรุ่นใหม่ และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงลูกค้าตลาดต่างประเทศ ที่ให้ความสำคัญกับความยั่งยืน
ทรัพยากรหลัก (Key resources)			ช่องทางการจัดจำหน่าย (Channels)	
วัสดุรีไซเคิล เช่น ยางและพลาสติก เครื่องจักรที่สามารถแปรรูปวัสดุรีไซเคิลให้มีคุณภาพสูง เทคโนโลยีที่ลดการใช้พลังงาน			การขายผ่านหน้าร้านและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee, Lazada รวมถึงการส่งออกไปยังต่างประเทศ ช่วยขยายกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม	
โครงสร้างต้นทุน (Cost structure)			กระแสรายได้ (Revenue streams)	
ต้นทุนหลักมาจากการจัดหาวัสดุรีไซเคิล การลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตที่ยั่งยืน และต้นทุนการส่งออก การลดของเสียและการใช้พลังงานช่วยลดต้นทุนการผลิตในระยะยาว			รายได้หลักมาจากการขายผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ทั้งในและต่างประเทศ โดยเฉพาะการขายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ	

ภาพที่ 4 โมเดลธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน กรณีศึกษาบริษัทผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง

อภิปรายผล

1. กิจกรรมในโซ่อุปทานบริษัทผู้ผลิตรองเท้ายางแห่งหนึ่ง

จากการศึกษา พบว่า การจัดการกระบวนการผลิตอย่างเป็นระบบ ช่วยลดต้นทุน เพิ่มคุณภาพและป้องกันความเสียหายของผลิตภัณฑ์ โดยบริษัทให้ความสำคัญกับการจัดซื้อวัตถุดิบ การผลิต การควบคุมคุณภาพและการบรรจุภัณฑ์ที่เหมาะสม แนวทางนี้ ช่วยรักษาความน่าเชื่อถือของบริษัท สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ลดการสูญเสียและของเสียที่เกิดจากกระบวนการผลิต เป็นไปตามหลักการของ Euro Commission (2019) และ Ellen MacArthur Foundation (2019) ที่กล่าวถึงการใช้ทรัพยากรให้นานที่สุดและคงคุณค่าของผลิตภัณฑ์ ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบตามแนวคิดนี้ ไม่เพียงช่วยลดต้นทุน แต่ยังเพิ่มโอกาสการแข่งขันในตลาด ที่ผู้บริโภคเริ่มให้ความสำคัญกับสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมากขึ้น การสื่อสารผ่านช่องทางการตลาดและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เน้นความยั่งยืน เป็นกลยุทธ์ที่ช่วยสร้างความผูกพันกับลูกค้า สอดคล้องกับการศึกษาของ ดร.ณี ภูเก็ม (2564) ที่พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับบรรจุภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม นอกจากนี้ การสร้างความร่วมมือกับพันธมิตรทางธุรกิจ เช่น ซัพพลายเออร์ที่จัดหาวัตถุดิบรีไซเคิลคุณภาพสูง รวมถึงการปรับปรุงกระบวนการผลิตอย่างต่อเนื่อง ช่วยให้บริษัทสามารถรักษามาตรฐานคุณภาพในขณะที่ลดต้นทุนได้ การนำของเสียหรือ

ผลิตภัณฑ์ที่ไม่ได้มาตรฐานกลับมาใช้ใหม่ในกระบวนการผลิต ยังเป็นตัวอย่างของการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ ตามแนวคิด “ปิดวงจร” (Close the loop) ซึ่ง McKinsey & Company ระบุว่า การปรับใช้เศรษฐกิจหมุนเวียนในธุรกิจ ไม่เพียงช่วยลดการใช้ทรัพยากรใหม่ แต่ยังส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมในระยะยาว การปรับตัวของบริษัทโดยใช้แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน จึงช่วยลดต้นทุนการผลิต และสร้างความยั่งยืนในการดำเนินงาน

2. การออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากการศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบโซ่อุปทานแบบวงปิดตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนของบริษัทผลิตรองเท้าอย่างแห่งหนึ่ง สามารถเห็นได้ชัดว่า บริษัทให้ความสำคัญกับการจัดหาวัตถุดิบ การออกแบบกระบวนการผลิต การจัดการของเสีย และการจัดการสินค้าหลังการขาย ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน โดยที่แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนมีบทบาทในการลดการใช้ทรัพยากรใหม่ และส่งเสริมการใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ในส่วนของการจัดหาวัตถุดิบ บริษัทมุ่งเน้นไปที่การเลือกซัพพลายเออร์ที่สามารถจัดหาวัตถุดิบรีไซเคิลได้ดี และมีแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่และลดต้นทุน สอดคล้องกับแนวคิดของ Ellen MacArthur Foundation (2019) ที่เน้นการใช้ทรัพยากรให้มีประสิทธิภาพสูงสุดและลดของเสีย ในกรณีของบริษัทผลิตรองเท้า การเลือกซัพพลายเออร์ที่ให้ความสำคัญกับวัตถุดิบรีไซเคิล ไม่เพียงช่วยลดต้นทุน แต่ยังสนับสนุนการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมอย่างเป็นรูปธรรม

สำหรับการออกแบบกระบวนการผลิตตามแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ช่วยให้บริษัทสามารถใช้ทรัพยากรที่มีอยู่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด โดยการนำวัตถุดิบรีไซเคิลเข้ามาผสมผสานกับกระบวนการผลิตหลัก ส่งผลให้การลดการสูญเสียในกระบวนการผลิตและการลดการใช้ทรัพยากรใหม่เป็นไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ แนวคิดนี้ ยังช่วยเสริมสร้างภาพลักษณ์ของบริษัทในฐานะที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมอีกด้วย การจัดการของเสียและผลิตภัณฑ์ที่ไม่ผ่านมาตรฐาน เป็นอีกหนึ่งจุดเด่นของเศรษฐกิจหมุนเวียน ซึ่งบริษัทได้นำของเสียกลับมาใช้ในกระบวนการผลิตใหม่ หรือรีไซเคิลเพื่อนำไปใช้ในรูปแบบอื่น ๆ การจัดการนี้ ไม่เพียงแต่ลดปริมาณขยะ แต่ยังช่วยลดต้นทุนการผลิตและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว การจัดการดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงความสอดคล้องกับแนวคิด “ปิดวงจร” (Close the loop) ที่กล่าวถึงโดย Euro Commission (2019) ซึ่งเน้นการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และลดของเสียให้น้อยที่สุด การจัดการสินค้าหลังการขาย เป็นอีกหนึ่งกลยุทธ์ที่บริษัทนำมาใช้เพื่อลดปริมาณขยะ และเพิ่มความยั่งยืนในกระบวนการผลิต โดยบริษัทมีนโยบายในการรับคืนสินค้าที่หมดอายุการใช้งานจากลูกค้า เพื่อนำกลับมาผลิตใหม่ หรือรีไซเคิล ซึ่งช่วยลดการใช้วัตถุดิบใหม่ และสร้างความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดการสินค้าหลังการขายนี้ ไม่เพียงช่วยลดต้นทุนในการผลิต แต่ยังสนับสนุนการรักษาความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างบริษัทและลูกค้า สอดคล้องกับแนวคิดของ McKinsey & Company ที่ ระบุว่า เศรษฐกิจหมุนเวียนจะช่วยเพิ่มความมั่นคงด้านอุปทาน และลดการใช้ทรัพยากรใหม่ ส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจและสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

3. การกำหนดโมเดลทางธุรกิจสู่ระบบเศรษฐกิจหมุนเวียน

การวิเคราะห์โมเดลธุรกิจของบริษัทผลิตรองเท้าผ่าน Business Model Canvas ชี้ให้เห็นถึงการผสมผสานแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนอย่างมีประสิทธิภาพ โดยบริษัทได้สร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์ผ่านการใช้วัสดุรีไซเคิล เช่น ยางและพลาสติก ซึ่งไม่เพียงช่วยลดต้นทุน แต่ยังสร้างความแตกต่างในตลาด และดึงดูดกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ความสามารถในการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าผ่านการสื่อสารถึงคุณค่าของความยั่งยืน ทำให้เกิดความภักดีต่อแบรนด์ โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่และนักอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม ที่ต้องการสนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การปรับปรุงกระบวนการผลิตด้วยการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ และการวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ทำให้บริษัทสามารถลดการใช้พลังงานและทรัพยากร ส่งผลให้ต้นทุนการผลิตในระยะยาวลดลง นอกจากนี้ การร่วมมือกับซัพพลายเออร์ที่มีความเชี่ยวชาญด้านวัสดุรีไซเคิล และพันธมิตรด้านเทคโนโลยีที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน ช่วยเสริมสร้างความมั่นคงในการจัดหาวัตถุดิบ และลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมได้อย่างยั่งยืน ประกอบกับการที่กำหนดให้บริษัทขยายช่องทางการจัดจำหน่ายผ่านหน้าร้านและแพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น Shopee และ Lazada รวมถึงการส่งออกไปยังต่างประเทศ ทำให้บริษัทสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้กว้างขึ้น การลงทุนในเทคโนโลยีการผลิตที่ยั่งยืน และการลดการใช้พลังงาน นอกจากจะช่วยลดต้นทุนในระยะยาวแล้ว ยังสร้างรายได้ที่เพิ่มขึ้นจากการขยายตลาดผ่านช่องทางออนไลน์และการส่งออกไปยังตลาดต่างประเทศ

ข้อเสนอแนะเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. การปรับปรุงกระบวนการผลิต

จากผลการวิจัย พบว่า แนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนสามารถลดการใช้ทรัพยากรใหม่และจัดการของเสียในกระบวนการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ บริษัทจึงควรปรับกระบวนการผลิตโดยเน้นการใช้วัสดุรีไซเคิล ทั้งจากภายในและภายนอกองค์กร เช่น เศษวัสดุที่เหลือจากการผลิต หรือวัสดุที่ไม่ผ่านมาตรฐาน โดยนำกลับเข้าสู่กระบวนการผลิตอีกครั้ง ซึ่งจะช่วยลดปริมาณของเสีย ลดต้นทุนการจัดซื้อวัตถุดิบใหม่ และลดการพึ่งพาวัตถุดิบใหม่ในระยะยาว พร้อมเพิ่มความยั่งยืนให้กับการผลิต

2. การพัฒนาแคมเปญการตลาด

จากผลการวิจัย พบว่า ผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับสินค้าที่มีความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม บริษัทจึงสามารถพัฒนาแคมเปญการตลาดที่เน้นการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า โดยเน้นถึงความยั่งยืนในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การจัดหาวัสดุรีไซเคิล การผลิตที่มีประสิทธิภาพ ไปจนถึงการบรรจุภัณฑ์ และการส่งมอบ ซึ่งการสื่อสารในแคมเปญนี้ สามารถใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น เว็บไซต์และโซเชียลมีเดีย เพื่อสร้างการรับรู้และขยายกลุ่มลูกค้าที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ส่งผลให้บริษัทสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับลูกค้าได้อย่างยั่งยืน

3. การสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่สอดคล้องกับแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียน

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ความร่วมมือกับซัพพลายเออร์และพันธมิตรที่สนับสนุนการใช้วัสดุรีไซเคิลและเทคโนโลยีที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม จะช่วยให้กระบวนการผลิตของบริษัทสามารถพัฒนาได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน การสร้างเครือข่ายพันธมิตรที่มีแนวคิดสอดคล้องกัน จะช่วยบริษัทในด้านการจัดหาวัตถุดิบรีไซเคิลคุณภาพสูงในราคาที่แข่งขันได้ ลดต้นทุน และเพิ่มคุณภาพของผลิตภัณฑ์ให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้อย่างรวดเร็ว นอกจากนี้ ยังช่วยให้บริษัทเสริมสร้างภาพลักษณ์ในฐานะองค์กรที่รับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความยั่งยืนในระยะยาว

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการการพาณิชย์และการอุตสาหกรรม. (2564). สรุปผลการดำเนินงาน (ตุลาคม 2562-ธันวาคม 2563). กรุงเทพฯ: พาณิชย์และการอุตสาหกรรมวุฒิสภา.
- ดร.ณิ มูเก็ม. (2564). อิทธิพลแนวคิดเศรษฐกิจหมุนเวียนที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บรรจุภัณฑ์อาหารและเครื่องดื่ม แบบยั่งยืนของผู้บริโภคจังหวัดภูเก็ต. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 15, 116-120.
- ภัทราพร ยาร์มะระ. (2561). แพชั่นที่ติดต้องยืนยาวและไม่เอาเปรียบโลก-ปรัชญาแพชั่นยั่งยืนแบบ Eileen fisher. เข้าถึงได้จาก <http://thestandard.co/eileen-fisher/>
- สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรมแห่งชาติ. (2563). เศรษฐกิจหมุนเวียน (Circular economy). กรุงเทพฯ: สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา
- Ellen MacArthur Foundation. (2018). It's time for a circular economy. Retrieve from <https://www.ellenmacarthurfoundation.org/>
- Euro Commission. (2019). Towards a new Commission (2024-2029). Retrieve from https://commission.europa.eu/index_en

แนวทางการสร้างความผูกพันในองค์กร บริษัท XYZ จำกัด

Approaches to building engagement in the organization xyz company limited

ลดาวัลย์ ไข่ชาญวงษ์

คณะวิทยาการจัดการ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์

E-mail : ladawan6331@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องแนวทางการสร้างความผูกพันในองค์กร บริษัท XYZ จำกัด ในครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด 2)ศึกษาปัจจัยสร้างความผูกพันที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด โดยการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีส่งแบบสอบถามกับพนักงานบริษัท XYZ จำกัด จำนวน 56 คน โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด อยู่ในระดับที่มาก โดยตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลการสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานในระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.5 มีค่าน้ำหนักความสำคัญปกติเท่ากับ .35 และ .25 ตามลำดับ
คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์กร ปัจจัยสร้างความผูกพันองค์กร การบริหารทรัพยากรมนุษย์

Abstract

This research on "Approaches to Building Engagement in the Organization XYZ Company Limited" aims 1)To examine the level of organizational commitment among employees at XYZ Company Limited. 2)To study the commitment-building factors that influence employees' organizational commitment at XYZ Co., Ltd In this study, the researcher distributed questionnaires to 56 employees of XYZ Company Limited. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and Pearson's correlation coefficient.The research findings revealed that the level of organizational commitment among employees of XYZ Company Limited was high. The key factor contributing most to building employee organizational commitment was job characteristics, followed by the organizational environment, both of which were statistically significant at the 0.5 level, with normalized importance weights of .35 and .25, respectively.

Keywords: Organizational commitment, Commitment-building factors, Human resources management

บทนำ

ในปี 2567 นี้ หลายองค์กรธุรกิจในทุกประเภทต่างๆ ได้ให้ความสำคัญกับการบริหารงานขององค์กร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ทฤษฎีการที่ใช้ในการบริหาร มีทั้งหมด 4 ประการ ประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ (Man) วิธีปฏิบัติงาน (Method) ทรัพยากร (Resource) และ เครื่องจักร (Machine) ซึ่งทรัพยากรที่มีความสำคัญที่สุดนั้นคือ “ทรัพยากรมนุษย์” ที่มีส่วนในการบริหารจัดการให้ธุรกิจดำเนินไปได้ เนื่องจากบุคลากรเป็นผู้จัดหาและใช้งานทรัพยากรอื่นๆ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรขนาดใหญ่หรือขนาดเล็ก ผู้บริหารงานต้องคำนึงและให้ความสำคัญกับบุคลากร เพื่อให้การดำเนินการทำงานเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ โดยผู้บริหารต้องมีการกำหนดกฎเกณฑ์และปรับนโยบาย ให้ความสำคัญกับบุคลากรทุกคน และทำให้บุคลากรเกิดความพึงพอใจ ส่งผลต่อความสัมพันธ์ที่ดีและความผูกพันร่วมกับองค์กร (เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ, 2560)

บริษัท XYZ จำกัด เป็นบริษัทที่ดำเนินธุรกิจผลิตและจำหน่ายผลิตภัณฑ์สีคุณภาพสูงสำหรับใช้ทำในงานอุตสาหกรรมและงานโครงสร้างเหล็กที่ใช้ในงานก่อสร้างต่างๆ จากข้อมูลสถิติพนักงานลาออกในปี 2566 พบว่า อัตราการลาออกของพนักงานในบริษัทมีมากถึง 31% ต่อปี และบริษัทไม่มีการจัดทำแบบสำรวจสถิติความพึงพอใจของพนักงานที่มีต่อองค์กร ทำให้องค์กรไม่สามารถทราบถึงปัจจัยที่ส่งเสริมให้พนักงานรู้สึกผูกพันกับองค์กรและแนวทางการรักษาพนักงานในองค์กร ทำให้มีผลต่อความเชื่อมั่นด้านความยั่งยืนของนักลงทุนภายนอก และเมื่อเกิดสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ส่งผลให้ผู้บริหารมีแนวคิดในการปรับนโยบายของบริษัท โดยให้ความสนใจด้านทรัพยากรมนุษย์มากขึ้น เพื่อให้บริษัทสามารถปรับตัวและอยู่รอดในธุรกิจต่อไปได้ในอนาคตอย่างยั่งยืน โดยจากผลการวิจัยของ เดล คาร์เนกี (2022) พบว่า 71% ของพนักงานโดยเฉลี่ยทั่วโลกไม่มีความผูกพันกับองค์กร และจะตัดสินใจเปลี่ยนงานใหม่ทันทีเมื่อองค์กรยื่นข้อเสนอค่าตอบแทนที่มากกว่าเพียงแค่ 5% ในขณะที่มีเพียง 29% เท่านั้นที่มีความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งอาจเริ่มพิจารณาเปลี่ยนงาน เมื่อที่อื่นยื่นข้อเสนอค่าตอบแทนที่มากกว่า 20% ขึ้นไป หากพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรอยู่ในระดับสูงสามารถสร้างผลผลิตได้มากกว่าองค์กรใดที่พนักงานมีความผูกพันในระดับต่ำถึง 20% และสอดคล้องกับผลสำรวจจากสถาบันวิจัยแรงงานและการจ้างงานแห่ง สหรัฐอเมริกาที่ระบุว่า การเกิดอัตราการเปลี่ยนงานจะทำให้องค์กรมีค่าใช้จ่ายสูงขึ้น ทั้งค่าใช้จ่ายในการสรรหาและอบรมพนักงานใหม่เพื่อทดแทนพนักงานในตำแหน่งเดิม ถึง 15% ของเงินเดือนที่จ่าย และส่งผลต่อผลิตผลขององค์กรเป็นอย่างมาก โดยบริษัท อเด็คโก้ คอนซัลติ้ง จำกัด (2565) กล่าวว่า จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด 19 ในประเทศที่สามารถควบคุมโรคระบาดได้และมีสถานการณ์เศรษฐกิจที่ฟื้นตัวขึ้น ทำให้เกิดกระแส The Great Resignation ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ลาออกครั้งใหญ่ของพนักงานในหลายประเทศ ซึ่งเหมือนเป็นสัญญาณเตือนให้องค์กรต่างๆ หันมาดูแลพนักงานให้ดียิ่งขึ้นเพื่อป้องกันการลาออกครั้งใหญ่ของพนักงานจำนวนมากในองค์กร โดยมองว่า การปรับปรุงนโยบายด้าน ความผูกพัน และการนำความเข้าใจมาใช้ในการบริหารพนักงานจึงเป็นสิ่งจำเป็นที่องค์กรต้องเร่งทำ เพราะเป็นสิ่งเดียวที่จะทำให้พนักงานรู้สึกว่าการจ้างงานยังใส่ใจและยังสามารถฝากอนาคตไว้ในช่วงเวลาที่ไม่แน่นอนนี้ได้ สอดคล้องกับข้อมูลจากบริษัท ไมเคิล เพจ ประเทศไทย

(2565) ซึ่งเป็นบริษัทจัดหางานในประเทศไทย ได้จัดทำรายงาน Talent Trends 2022 ซึ่งนำเสนอข้อมูลเชิงลึกด้านการจ้างงาน ระบุว่าแม้ "เงินเดือน" และ "โบนัส" ยังคงเป็นแรงจูงใจอันดับต้นๆ ของผู้สมัครงาน แต่ผลสำรวจความคิดเห็นแสดงให้เห็นว่า ผู้คนเริ่มหันเหความสนใจไปยัง "ผลประโยชน์ที่ไม่ใช่ตัวเงิน" มากขึ้น โดย 69% ของผู้ตอบแบบสอบถามในประเทศไทย ยอมไม่ขึ้นเงินเดือนหรือไม่เลื่อนตำแหน่ง เพื่อแลกกับสมดุลในชีวิตการทำงานที่ดีขึ้น ความเป็นอยู่โดยรวมที่ดีขึ้น และความสุขในชีวิต

จากข้อมูลดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจจะศึกษาถึงปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันของพนักงาน เพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปเป็นแนวทางในการนำเสนอผู้บริหารในการกำหนดนโยบาย ส่งเสริม และพัฒนาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และเป็นการช่วยโน้มน้าวนักลงทุนที่จะเข้ามาลงทุนในบริษัท ซึ่งจะเป็นแนวทางในการรักษาพนักงานที่มีความรู้ ความสามารถให้คงอยู่กับองค์กรอย่างยั่งยืน เพราะพนักงานที่มีความผูกพันจะมีความรู้สึกและทัศนคติที่ดี พร้อมทั้งจะทุ่มเท อุทิศตนเอง และพัฒนาศักยภาพของตนเองในด้านต่างๆ เพื่อช่วยตอบสนองนโยบายของบริษัท และความพึงพอใจของลูกค้า เพื่อให้องค์กรเติบโตและประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด
2. เพื่อศึกษาปัจจัยสร้างความผูกพันที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันองค์กร ดังนี้

ความหมายของความผูกพันในองค์กร

ศุภรัตน์ ศรีแก้ว (2562) ได้ให้ความหมายของคำว่า ความผูกพันในองค์กร คือ การสร้างแรงบันดาลใจ การดึงดูด การสร้างการมีส่วนร่วมที่ทำให้พนักงานเกิดความรู้สึกนึกคิดทางด้านสภาพจิตใจที่ผูกมัดบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กร และพร้อมแสดงออกด้านพฤติกรรมกรมการปฏิบัติงาน ซึ่งมีลักษณะเด่นชัด ดังนี้ 1)ความพึงพอใจต่อองค์กร หมายถึง การมีความภาคภูมิใจที่ได้เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความพึงพอใจในภารกิจงาน/หน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย สวัสดิการ ผลตอบแทนต่างๆ และตระหนักถึงความสำเร็จขององค์กร แสดงออกถึงพฤติกรรมความพยายาม ทุ่มเททั้งร่างกายและแรงใจเพื่อความสำเร็จขององค์กร 2)ทัศนคติที่ดีต่อองค์กร หมายถึง การมีความรู้สึกนึกคิดและการพูดถึงองค์กรในด้านบวก รวมถึงความรู้สึกปรารถนาและหวังดีกับองค์กร เกิดการยึดมั่นในข้อตกลงกลายเป็นแรงจูงใจให้มีการแสดงออกถึงพฤติกรรม และทัศนคติที่ดีต่อองค์กร 3)แสดงพฤติกรรมที่ดี หมายถึง การปฏิบัติตน หรือพฤติกรรมที่แสดงออกมาให้เห็นถึงความมุ่งมั่น ทุ่มเท ตั้งใจ ใช้ความพยายามอย่างสุดความสามารถในการทำงาน พร้อมทั้งห่วงใย ช่วยเหลือสนับสนุนและพัฒนาปรับปรุงองค์กรมุ่งสู่คุณภาพเพื่อความสำเร็จขององค์กรตามที่กำหนดไว้

ธนวัฒน์ วิภาวัฒนกุล (2561) ได้ให้ความหมายของ ความผูกพันต่อองค์กร คือ การที่พนักงานได้มีการรับรู้ถึงข้อตกลงร่วมกันระหว่างนายจ้างและตนเอง ถึงการสนับสนุนและสิ่งที่ได้รับการดำเนินงาน เพื่อเป็นแรงบันดาลใจและแรงจูงใจ ให้พนักงานมีทัศนคติต่อองค์กรในทิศทางที่ดี รวมถึงการเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร และส่งผลให้แสดงออกถึงพฤติกรรมที่มุ่งมั่นในการทำงาน เพื่อให้องค์กรได้รับประโยชน์สูงสุด

Spencer Stuart (2015) กล่าวว่า ความผูกพันองค์กร เป็นระดับของการกระทำทางกายภาพและผลลัพธ์จากพฤติกรรมที่ส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น โดยการผนวกรวมของการจูงใจข้อตกลงร่วมกัน และพฤติกรรมร่วมของพนักงานในองค์กร ซึ่งแบ่งระดับได้เป็น การพูด สิ่งที่ดีต่อองค์กร การอยู่ มีใจรักที่จะเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พากเพียร มีแรงจูงใจในการทำงานให้สัมฤทธิ์ผล เพื่อให้องค์กรประสบผลตามเป้าหมาย

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

Aon Hewitt (2015) ได้เสนอปัจจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้ 1)การพูด (Say) หมายถึง พนักงานจะพูดถึงแต่สิ่งที่ดีเกี่ยวกับองค์กรแก่บุคคลอื่น 2)การดำรงอยู่ (Stay) หมายถึง พนักงานจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรและทำงานให้กับองค์กรต่อไป 3)การใช้ความพยายาม (Strive) หมายถึง พนักงานจะมีความพยายามและทุ่มเทการทำงานแก่องค์กรเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ โดยเมื่อพนักงานได้แสดงออกถึงพฤติกรรมข้างต้นเนื่องมาจากตัวพนักงานมีความผูกพันต่อองค์กรในทิศทางที่ดีแล้วนั้น จะส่งผลให้องค์กรมีผลลัพธ์ทางธุรกิจที่ดีขึ้น

Hay Group (2001) ได้เสนอปัจจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้ การที่องค์กรบรรลุผลจากการที่พนักงานได้รับแรงผลักดันให้สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยที่ (1)มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร และมีความต้องการที่จะอยู่กับองค์กร (2)มีความรู้สึกได้รับความสำคัญจากองค์กร ได้รับโอกาสในการตัดสินใจและสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ (3)มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและมีความต้องการที่จะอยู่กับองค์กร อีกทั้งมีความต้องการที่จะชักชวนให้บุคคลภายนอกมาร่วมงานกับองค์กร และมุ่งมั่นจะทำงานให้สำเร็จ (4)มีความรู้สึกได้รับความสำคัญจากองค์กร ได้รับโอกาสในการตัดสินใจและสนับสนุนองค์กรให้สำเร็จ

Tower Watson (2012) ได้เสนอปัจจัยที่เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กรไว้ดังนี้ 1)ภาวะผู้นำ หมายถึง มุมมองของผู้บริหารที่มีต่อพนักงานในองค์กร 2)ความเครียด สมดุลและภาระงาน หมายถึง สมดุลระหว่างชีวิตการทำงานและชีวิตส่วนตัวของพนักงาน รวมไปถึงการจัดการความเครียดในที่ทำงานของพนักงาน 3)เป้าหมายและวัตถุประสงค์ หมายถึง การรับรู้และเข้าใจของพนักงานต่อเป้าหมายและขั้นตอนในการปฏิบัติงานเพื่อให้เป้าหมายบรรลุผล 4)หัวหน้างาน หมายถึง หน้าที่และความสามารถของหัวหน้างานในการเป็นพี่เลี้ยง การสอนงาน และการกำหนดงานให้เหมาะสมกับพนักงาน การเคารพซึ่งกันและกันในทีม 5)ภาพลักษณ์ขององค์กร หมายถึง จุดยืนและแนวทางปฏิบัติขององค์กรที่แสดงออกแก่ภายนอกในเรื่องของผลประโยชน์ของลูกค้า การบริหารงานที่ซื่อสัตย์และมีคุณธรรม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

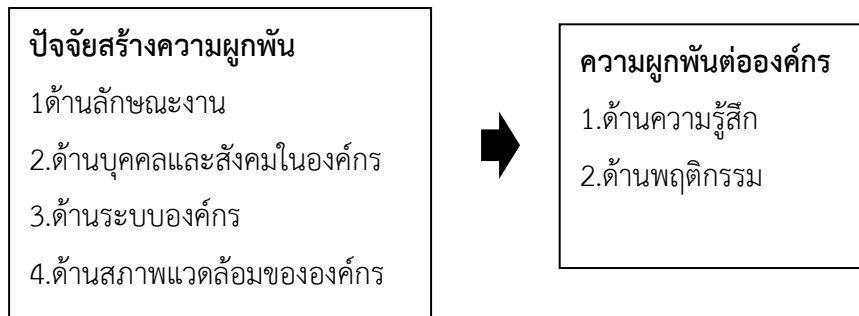
ณารุยา ม่วงเงิน (2562) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท เอส เอ็มจี จำกัด โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือ พนักงาน จำนวน 80 คน เครื่องมือวิจัยที่ใช้คือแบบสอบถาม โดยวิเคราะห์ ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ค่าสถิติที่ใช้คือ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าถดถอย พหุคูณ เพื่อหาน้ำหนักความสำคัญตัวแปรของปัจจัยทั้ง 4 ด้านโดยการ วิเคราะห์ค่าการถดถอยแบบปกติด้วย วิธี Stepwise สร้างสมการถดถอยนำไปใช้ในการทำนาย กำหนดระดับ นัยสำคัญที่ .05 ผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท เอสเอ็มจี จำกัด อยู่ใน ระดับมากที่สุด คือ ปัจจัยด้าน สภาพแวดล้อมขององค์กร รองลงมาคือ ปัจจัยด้านลักษณะงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่า น้ำหนักความสำคัญปกติเท่ากับ .46 และ .26 ตามลำดับ ในส่วนปัจจัยด้านลักษณะองค์กร (คนและสังคมใน องค์กร) และปัจจัยด้านระบบงาน ไม่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงาน บริษัทเอสเอ็มจี จำกัด

ปิยฉัตร สีเหลือง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง ความผูกพันพนักงานต่อองค์กรธุรกิจดิจิทัล ที่วี ABC โดยมี กลุ่มตัวอย่างคือ พนักงานของสถานีโทรทัศน์ ดิจิตอล ที่วี ABC จำนวน 140 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามระดับความผูกพันของพนักงาน โดยมีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยด้านบุคคล และสังคมในองค์กรสูงสุด (3.94) รองลงมาคือด้านลักษณะงาน (3.83) ด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร (3.46) และด้านระบบองค์กร (3.28) ตามลำดับ ค่าเฉลี่ยระดับความผูกพันอยู่ในระดับมาก จากการวิเคราะห์ค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สันพบว่า ปัจจัยสร้างความผูกพันมีความสัมพันธ์กับระดับความผูกพันอย่างมี นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยที่ปัจจัยด้านระบบองค์กร มีค่าความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงสุด ($r = .801$) รองลงมาคือด้านสภาพแวดล้อม ($r = .788$) ด้านบุคคลและสังคม ($r = .696$) และด้านลักษณะงาน ($r = .602$) ตามลำดับ และระดับความผูกพันมีความสัมพันธ์กับผลงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยผลงาน ระดับที่ทีมงานมีค่าความสัมพันธ์สูงสุด ($r = .740$) รองลงมาคือผลงานระดับบุคคล ($r = .696$) ผลงานระดับองค์กร ($r = .635$) ตามลำดับ

ชุตินเตร บัวเผื่อน, หทัยกานต์ กุลวชิรารวรรณ์, ภัณฑุวรรณ ศรีมณี (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาอิทธิพล ของลักษณะงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ระบบการบริหารจัดการภายใน และสภาพแวดล้อมในที่ ทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กรณีศึกษา บริษัท XYZ จำกัด โดยเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท จำนวน 261 คน ด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูล เกี่ยวกับลักษณะทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ระดับความผูกพันต่อองค์กร และระดับความสำคัญปัจจัยที่มี ผลต่อความผูกพันองค์กร ด้วยการวิเคราะห์สถิติเชิงบรรยาย ด้วยการหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานจะใช้การทดสอบ สมมุติฐาน การวิเคราะห์สถิติเชิงอ้างอิง ประกอบด้วย การหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน และการ วิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ส่วนปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความผูกพันต่อองค์กรได้แก่ ลักษณะงาน

($b=.367, p<.001$) สัมพันธภาพระหว่างผู้ร่วมงาน ($b=.166, p<.01$) และด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน ($b=.322, p<.001$) ส่วนปัจจัยด้านระบบการบริหารภายในองค์กร ไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความผูกพันองค์กรต่อพนักงาน

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด อยู่ในระดับมาก
2. ปัจจัยด้านลักษณะงาน มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด
3. ปัจจัยด้านด้านบุคคลและสังคมในองค์กรมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด
4. ปัจจัยด้านระบบองค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด
5. ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมขององค์กร มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินงานดังนี้

ประชากรและกลุ่มเป้าหมาย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ จำนวนพนักงานประจำทั้งหมดในบริษัท XYZ จำกัด จำนวน 65 คน (ข้อมูล ณ เดือนกันยายน 2567) ผู้วิจัยกำหนดขนาดกลุ่มเป้าหมายที่จะทำการศึกษาโดยใช้ตารางสุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (1970) โดยได้กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% จะได้กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ทั้งสิ้น 56 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้เลือกใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยการแจกแบบสอบถาม ที่พัฒนามาจากการทบทวนทฤษฎี และงานวิจัยในอดีต เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลที่ได้จากการรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามนำมาลงรหัสบันทึกจัดลำดับข้อมูล และทำการวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการประมวลผลเพื่อวิเคราะห์ผลนำเสนอตามลำดับดังต่อไปนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด แบ่งเป็น เพศ อายุ วุฒิการศึกษา ระดับตำแหน่งงานในปัจจุบัน และอายุงานที่ทำกับองค์กรจนถึงปัจจุบัน โดยการวิเคราะห์ผลหาค่าการแจกแจงความถี่ และค่าร้อยละ

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด โดยการวิเคราะห์ผลหาค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กับตัวแปรความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด ผ่านสูตรสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน

4. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลหาค่าถดถอยพหุคูณ เพื่อหาว่าหน้าที่สำคัญของตัวแปร ของปัจจัย โดยการวิเคราะห์ค่าการถดถอยแบบปกติด้วยวิธี Enter สร้างสมการถดถอยนำไปใช้ในการทำนาย กำหนดนัยสำคัญที่ .05

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปรระดับความหมายของระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด

ข้อมูลทั่วไป	Mean	SD	แปลผล
1.ด้านความรู้สึก	3.71	0.63	มาก
2.ด้านพฤติกรรม	4.04	0.66	มาก
สรุป	3.89	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัดอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.89 (SD = .58) โดยปัจจัยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านพฤติกรรม มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.04 (SD = .66) รองลงมาคือปัจจัยด้านความรู้สึก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.71 (SD = .63)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และแปรระดับความหมายของปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร และระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด

ข้อมูลทั่วไป	Mean	SD	แปลผล
ด้านลักษณะงาน (X_1)	3.96	0.52	มาก
ด้านบุคคลและสังคมในองค์กร (X_2)	3.87	0.49	มาก
ด้านระบบองค์กร (X_3)	3.34	0.60	มาก
ด้านสภาพแวดล้อมองค์กร (X_4)	3.58	0.69	มาก
ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน (Y)	3.89	0.58	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด อยู่ในระดับมาก 3.89 (SD =.58) โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน (X_1) ปัจจัยด้านบุคคลและสังคมในองค์กร (X_2) ปัจจัยด้านระบบองค์กร (X_3) และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร (X_4) อยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 (SD =.52), 3.87 (SD =. 49), 3.34 (SD =. 60) และ 3.58 (SD =. 69) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 แสดงค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด

ตัวแปร	β	SE _b	t	P_value
(Constant)	.45		1.10	.28
ด้านลักษณะงาน (X_1)	.35	.33	2.57	.01
ด้านบุคคลและสังคมในองค์กร (X_2)	.19	.15	1.16	.25
ด้านระบบองค์กร (X_3)	.14	.14	1.02	.31
ด้านสภาพแวดล้อมองค์กร (X_4)	.25	.29	2.26	.03

**p < .01, *p < .05

จากตารางที่ 3 พบว่าค่าน้ำหนักความสำคัญของตัวแปรปัจจัย 2 ตัว ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร ซึ่งมีผลบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด โดยตัวแปรปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด มากที่สุด คือปัจจัยด้านลักษณะงาน รองลงมาคือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าน้ำหนักความสำคัญปกติเท่ากับ .35 และ .25 ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง แนวทางการสร้างความผูกพันในองค์กร บริษัท XYZ จำกัด เพื่อศึกษาปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน และให้ได้แนวทางการเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

จากผลการวิจัย พบว่าระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด อยู่ในระดับมาก โดยเฉพาะการแสดงออกด้านพฤติกรรมที่อยู่ในระดับมากที่สุด โดยพนักงานมีการแสดงออกต่อองค์กรอยู่ 3 ลักษณะ ได้แก่ 1) พนักงานมีความมุ่งมั่นตั้งใจทำงานที่ตนได้รับมอบหมายมาอย่างเต็มความสามารถ 2) พนักงานมีความปรารถนาจะอยู่กับองค์กรต่อไป และมีความเชื่อมั่นว่าเมื่อองค์กรเกิดปัญหา องค์กรสามารถหาแนวทางในการจัดการและแก้ไขปัญหาต่างๆไปได้ 3) พนักงานมีการนำเสนอองค์กรในด้านดีและปกป้ององค์กร รองลงมาพนักงานในองค์กรจะแสดงออกทั้งด้านความรู้สึก จำนวน 3 ลักษณะ คือ 1) การรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กร 2) รู้สึกภาคภูมิใจในองค์กร 3) เชื่อมั่นในนโยบายองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Aon Hewitt

(2015) ที่ระบุว่าความผูกพันต่อองค์กรเป็นระดับของการกระทำทางกายภาพและผลลัพธ์จากพฤติกรรมที่ส่งผลให้พนักงานมีประสิทธิภาพในการทำงานสูงขึ้น ด้วยรูปแบบ การพูด หมายถึง พนักงานจะพูดถึงแต่สิ่งที่ดีเกี่ยวกับองค์กรแก่บุคคลอื่น การดำรงอยู่ (Stay) หมายถึง พนักงานจะรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งกับองค์กรและทำงานให้กับองค์กรต่อไป การใช้ความพยายาม (Strive) หมายถึง พนักงานจะมีความพยายามและทุ่มเทการทำงานแก่องค์กรเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Hay Group (2001) ที่ระบุว่า การที่องค์กรจะบรรลุผลสำเร็จได้ มาจากการที่พนักงาน มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีความต้องการที่จะอยู่กับองค์กร มีความรู้สึกได้รับความสำคัญจากองค์กร ได้รับโอกาสในการตัดสินใจและสนับสนุนให้องค์กรประสบความสำเร็จ มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่เป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและมีความต้องการที่จะอยู่กับองค์กรต่อไป

2. ปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

จากผลการวิเคราะห์ปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กร ทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน ปัจจัยด้านบุคคลและสังคมในองค์กร ปัจจัยด้านระบบองค์กร และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมองค์กร มีเพียง 2 ปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะงาน และด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร โดยปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมากที่สุด คือ ด้านลักษณะงาน ทั้งนี้ เพราะองค์กรเปิดโอกาสให้พนักงานได้ทำงานตรงกับความรู้ความสามารถ ให้อิสระในการทำงาน รวมทั้งให้พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และมีการกำหนดบทบาทและอำนาจในการอนุมัติไว้เพื่อสร้างความชัดเจนในหน้าที่และความรับผิดชอบของพนักงาน ช่วยให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจและมีประสิทธิภาพ ทำให้พนักงานมีความรู้ความเข้าใจในการทำงานของตนเอง และเมื่อพนักงานได้ทำงานตรงกับความรู้ความสามารถและสิ่งที่ตนเองสนใจ จะทำให้งานนั้นๆ ประสบความสำเร็จไปได้ด้วยดี สอดคล้องกับ Tower Watson (2012) ที่ระบุว่าการทำงานที่พนักงานมีความเข้าใจและรับรู้ถึงเป้าหมาย รวมถึงขั้นตอนการปฏิบัติงานที่จำเป็น จะทำให้สามารถทำงานเพื่อให้สามารถบรรลุเป้าหมายนั้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยฉัตร สีเหลือง (2561) ที่ระบุว่าพนักงานมีความรู้ความเข้าใจในงาน สามารถทำงานตรงกับความรู้ความสามารถได้ดี และสามารถเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ จากงานที่ทำได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณาธูยา ม่วงเงิน (2562) ที่ระบุว่า เมื่อองค์กรมีการกำหนดหน้าที่ความรับผิดชอบ และการกำหนดอำนาจอนุมัติไว้อย่างชัดเจน พนักงานจะมีความเข้าใจในบทบาทหน้าที่ของตนเองเป็นอย่างดี จึงสามารถตัดสินใจงานที่ตนเองได้รับมอบหมายได้อย่างอิสระคล่องตัวตามอำนาจหน้าที่ของตนเอง

และปัจจัยที่มีผลรองลงมา คือ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร อาจเพราะพนักงานมีความรู้สึกที่สึกว่าองค์กรของตนเองมีความมั่นคง มีชื่อเสียงและภาพลักษณ์องค์กรที่ดี มีสภาพแวดล้อมในการทำงานที่ปลอดภัย อีกทั้งบริษัทมีนโยบายในการกำหนดมาตรฐานเพื่อดูแลความปลอดภัยและสภาพแวดล้อมในองค์กร เพื่อดูแลพนักงานและสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุตินันท์ บัวเผื่อน , หทัยกานต์ กุลวชิรวารวรรณ์, ภัฏชพร ศรีมณี (2565) ที่พบว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในองค์กรมีผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เพราะพนักงานรู้สึกที่สึกว่าองค์กรมีความมั่นคง ทั้งชื่อเสียงและภาพลักษณ์ที่ดีขององค์กร มีบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกัน ซึ่งบริษัทมีพันธกิจในการมุ่งเน้นการพัฒนา

บุคคลากรให้มีประสิทธิภาพด้วยการเสริมสร้างการเรียนรู้ และยกระดับคุณภาพชีวิตที่ดีให้กับพนักงานทุกระดับ มุ่งเน้นการพัฒนากระบวนการปฏิบัติการ การจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพสูงสุด ดูแลและปฏิบัติต่อผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย อย่างเป็นธรรม ยึดมั่นในความเป็นองค์กรที่ดีในสังคม และมีส่วนร่วมในการสร้างประโยชน์ให้แก่สังคม ทำให้พนักงานมีความเชื่อมั่นต่อองค์กร ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธิติ โกวิทยา (2562) ที่ระบุว่า พนักงานรู้สึก ว่ากำลังทำงานอยู่ในองค์กรที่มีชื่อเสียงและความมั่นคง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Aon Hewitt (2015) ที่กล่าวว่าพนักงานต้องการทำงานร่วมกับองค์กรที่มีชื่อเสียง และต้องการทำงานที่มีความปลอดภัย และมั่นคง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ จำกัด พบว่า

1.ระดับความผูกพันองค์กรของพนักงานบริษัท XYZ อยู่ในระดับมาก โดยผู้วิจัยมีความเห็นว่าองค์กรควรรักษาระดับความผูกพันต่อองค์กร พร้อมดำเนินแนวทางส่งเสริมและพัฒนาระดับความผูกพันต่อองค์กรให้เพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้พนักงานในองค์กรมีความปรารถนาที่จะคงอยู่กับองค์กรด้วยการมุ่งมั่นทุ่มเททำงานกับองค์กรอย่างเต็มความสามารถ เพื่อสร้างสรรค์ผลงานให้กับองค์กร ทำให้พนักงานและองค์กรเติบโตไปด้วยกันอย่างยั่งยืน

2.จากการค้นพบปัจจัยสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน บริษัท XYZ จำกัด ทำให้ทราบปัจจัยสำคัญ 2 ปัจจัยคือ (1) ปัจจัยด้านลักษณะงาน และ (2) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในองค์กร ที่จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ผู้วิจัยมีความเห็นว่า องค์กรสามารถนำแนวทางการสร้างความผูกพันที่ได้จากการสนทนากลุ่มกับผู้บริหารระดับสูงในบริษัท เพื่อไปดำเนินการกำหนดกิจกรรม การสร้างความผูกพันภายในองค์กร เพื่อให้พนักงานในองค์กรมีความผูกพันต่อองค์กรผ่านการดำเนินกิจกรรมดังกล่าว

3.ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพื่อการปรับปรุงให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น คือ การศึกษาความสัมพันธ์ของระดับความผูกพันต่อองค์กรและช่วงอายุของพนักงาน (Generation) เนื่องจากพบว่า พนักงานในองค์กร มีความหลากหลายในช่วงวัยเพิ่มขึ้น และองค์กรจะได้ทราบแนวทางการบริหารจัดการได้เหมาะสมกับในแต่ละช่วงวัย

บรรณานุกรม

เกียรติพงษ์ อุดมธนะธีระ. (2560). [ออนไลน์]. ปัจจัยในกระบวนการผลิต 4 ด้าน (4M in Production Process). [สืบค้นเมื่อ 8 มกราคม 2565] จาก <https://www.iok2u.com>

ชุตินเตร บัวเฟื่อน, หทัยกานต์ กุลวชิรารธรรม, กัญชพร ศรีมณี (2565). [ออนไลน์]. การศึกษาอิทธิพลของลักษณะงาน ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลในองค์กร ระบบการบริหารจัดการภายใน และสภาพแวดล้อมในที่ทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ในช่วงการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 กรณีศึกษาบริษัท XYZ จำกัด. [สืบค้นเมื่อ 10 ตุลาคม 2567] จาก <https://so02.tci-thaijo.org>
ณัฐยา ม่วงเงิน. (2562). [ออนไลน์]. ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา บริษัท เอสเอ็มจี จำกัด. [สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565] จาก <http://elibrary.pim.ac.th/Record/832970>

บริษัท ไมเคิล เพจ ประเทศไทย.(2565). [ออนไลน์]. ผลสำรวจ Talent Trends 2022. [สืบค้นเมื่อ 29 กรกฎาคม 2565] จาก <https://www.bangkokbiznews.com/social/1012611>

บริษัท อเด็คโก้ คอนซัลติ้ง จำกัด. (2565). [ออนไลน์]. เทรนด์การทำ employee engagement และ well-being ในองค์กร. [สืบค้นเมื่อ 15 พฤษภาคม 2565] จาก <https://adecco.co.th/th/knowledge-center>

ปิยฉัตร สีเหลือง. (2561). [ออนไลน์]. ความผูกพันพนักงานต่อองค์กรธุรกิจดิจิทัล ทวี ABC. [สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2567] จาก <https://elibrary.pim.ac.th/ebook?id=7fba551d>

ศุภรัตน์ ศรีแก้ว. (2562). [ออนไลน์]. ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน กรณีศึกษา ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย.[สืบค้นเมื่อ 9 มกราคม 2565] จาก <http://elibrary.pim.ac.th/Record/832548>

Aon Hewitt. (2015). [Online]. Aon Hewitt’s Model of Employee Engagement. [Retrieved October 2024]. from <https://www.aonhewitt.co.nz>

Dale Carnegie. (2022). [Online]. Every Manager’s Guide To The Fundamentals of Employee Engagement. [Retrieved June 23,2022], from <https://www.dalecarnegie.com>

Hay Group Inc. (2011). [Online]. Feedback report – Employee effectiveness Organization report.[Retrieved Jan 8 , 2022] , from https://www.haygroup.com/downloads/th/EE_Organization_Sample_111010.pdf

Spencer Stuart. (2015). [Online]. Aon Hewitt’s Model of Employee Engagement. [Retrieved Jan 8,2022] from <https://www.aonhewitt.co.nz>

Towers Watson. (2012). [Online]. Global Workforce Study. Engagement at risk: Driving Strong Performance in a volatile Global Environment. [Retrieved 8 Jan, 2022] from http://www.keepem.com/doc_files/Towers_Perrin_Talent

การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียน
ประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2
Academic administration that affects student-centered teaching and Learning of
primary schools under the jurisdiction of the Nakhon sawan primary educational
Service area 2

วีรญา อุไรกุล¹ และ ศักดิพงษ์ สุภีรักษ์²

¹หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, weeraya3988@gmail.com

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, dr.somsak.su@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์เพื่อ 1)ศึกษาระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต2 2)ศึกษาระดับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต2 3)ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานวิชาการกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 4)สร้างสมการพยากรณ์การบริหารงานวิชาการที่สามารถทำนายการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่เป็นครูผู้สอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 จำนวน 297 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต2 ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ระดับคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3)การบริหารงานวิชาการทุกด้านมีความสัมพันธ์ในเชิงบวกกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ในระดับสูง(0.794) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 4) การบริหารงานวิชาการ 6 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ที่ร้อยละ 84.10 สามารถกำหนดสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.404 + 0.436(X_9) + 0.187(X_7) + 0.180(X_1) + 0.118(X_6) + 0.092(X_3) + 0.086(X_8)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.443 (Z_9) + 0.285(Z_7) + 0.256(Z_1) + 0.158(Z_6) + 0.132(Z_3) + 0.130(Z_8)$$

คำสำคัญ : การบริหารงานวิชาการ,การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ,โรงเรียนประถมศึกษา

ABSTRACT

The purpose of this research is to 1) Study the level of academic administration of primary schools under the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2. 2) Study the level of student-centered teaching and learning management of primary schools under the Area Office. Nakhon Sawan Primary Education Area 2 3) Study the relationship between academic administration and student-centered teaching and learning in primary schools under the jurisdiction of the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office 2 4) Create a forecasting equation for academic administration that can predict student-centered teaching and learning in primary schools under the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2. The sample group used in this study included teaching personnel. Under the jurisdiction of the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2, there are 297 people. The results of the research found that 1) The level of academic administration of primary schools under the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2, in every aspect, was at the highest level. 2) The level of quality of student-centered teaching and learning in primary schools under the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2 overall is at the highest level. 3) All aspects of academic administration have a positive relationship with student-centered teaching and learning in primary schools under the Nakhon Sawan Primary Educational Service Area Office, Area 2 at a high level (0.794). Statistical significance at Level .01 4) Academic administration in 6 areas can jointly predict student-centered teaching and learning in primary schools. Significant at the .01 level at 84.10 percent with a statistical at 0.01 The forecasting equation can be formulated as the multiple regression in raw score as follows:

$$\hat{Y} = 0.404 + 0.436(X_9) + 0.187(X_7) + 0.180(X_1) + 0.118(X_6) + 0.092(X_3) + 0.086(X_8)$$

the multiple regression equation in standard score was showed as follows:

$$\hat{Z} = 0.443 (Z_9) + 0.285(Z_7) + 0.256(Z_1) + 0.158(Z_6) + 0.132(Z_3) + 0.130(Z_8)$$

Keywords : academic administration ,student- focused teaching and learning, primary school

บทนำ

การศึกษาขั้นพื้นฐานเป็นการจัดการศึกษาที่สำคัญ มุ่งพัฒนาคุณภาพผู้เรียนให้พร้อมที่จะทำประโยชน์แก่สังคมซึ่งเป็นกระบวนการสร้างและพัฒนาพฤติกรรมเพื่อพัฒนาคุณภาพความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ทุกด้านผู้สามารถอยู่ร่วมกันในสังคมได้อย่างเป็นสุขและสร้างสรรค์จรจรใจความเจริญก้าวหน้าของสังคมทุกด้าน การศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนามนุษย์ให้มีความเจริญองงามทั้งทางด้านร่างกาย สติปัญญา และคุณธรรม จริยธรรมโดยให้สังคมทุกภาคส่วนเข้ามามีส่วนร่วมในการจัดการศึกษาให้ตรงกับความต้องการของผู้เรียนและ ท้องถิ่นการศึกษาจึงเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคนให้มีความรู้ ความสามารถมีคุณธรรมจริยธรรมและ ดำรงชีวิตได้อย่างมีความสุข สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน(2557) การจัดการเรียนการสอนที่ เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญเป็นกระบวนการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ที่มุ่งเน้นผู้เรียนให้เกิดความรู้ โดยได้จาก การคิด การค้นคว้า การทดลอง ตามความสามารถของผู้เรียนและสามารถสรุปองค์ความรู้ของตนเองด้วย ตนเองผู้เรียนจะทำกิจกรรมทั้งหลายด้วยความสามารถของตนเอง โดยมีครูเป็นผู้ชี้แนะให้ ดังนั้นการจัดกิจกรรม การเรียนการสอนจะต้องสอนตามความต้องการของผู้เรียนและผู้เรียนมีส่วนร่วมในการวางแผนการเรียนรู้โดย ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 มีการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน มีโรงเรียน ในสังกัดทั้งสิ้น 144 แห่ง ซึ่งในปีการศึกษาที่ผ่านมาจากรายงานการประเมินตนเอง(SAR) ของสำนักงานเขต พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ได้สรุปผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ระดับเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ปีการศึกษา 2565 ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีคะแนนเฉลี่ยรวมเท่ากับ ร้อยละ 36.49 เมื่อเปรียบเทียบผลการทดสอบปีการศึกษา2564 กับปีการศึกษา 2565 ปรากฏว่ามีผลการทดสอบคะแนนเฉลี่ยรวมลดลง มีการวิเคราะห์ถึงปัญหาที่ทำให้ผลการทดสอบทาง การศึกษาระดับชาติขั้นพื้นฐานลดลง คือด้านการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ เช่น ครูและ บุคลากรทางการศึกษายังไม่เข้าใจการพัฒนาด้านการจัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริงทำให้ ศักยภาพในการจัดการศึกษาลดลง โรงเรียน มีความแตกต่างในด้านบริบทสถานศึกษา จำนวนครูส่งผลต่อการ บริหารจัดการศึกษา ครูโรงเรียนมีภาระงานอื่นนอกเหนือจากงานสอน รับผิดชอบในการจัดการเรียนการสอน หลายรายวิชา และอาจต้องจัดการเรียนการสอนแบบหลายระดับชั้น ขาดบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถใน ด้านเทคโนโลยี ครูและบุคลากรทางการศึกษายังไม่เข้าใจทักษะด้านภาษา การจัดการเรียนการสอนในชั้นเรียน เชิงบวก และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างบุคลากรด้วยกันน้อย ทำให้ไม่สามารถนำข้อมูลปรับปรุงและนำมา สะท้อนกลับ(รายงานการประเมินตนเอง(SAR) สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 2565)

จากสภาพปัญหาที่กล่าวข้างต้น ผู้วิจัยสนใจที่จะศึกษาการบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการ เรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 เพื่อนำผลการวิจัยมาประกอบการพัฒนาการบริหารสถานศึกษาที่ส่งเสริมการ จัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และใช้เป็นสารสนเทศสำคัญในการนำไปกำหนดแนวทางการ บริหารงานวิชาการและพัฒนากิจการการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต2
2. ศึกษาระดับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต2
3. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานวิชาการกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต 2
4. สร้างสมการพยากรณ์การบริหารงานวิชาการที่สามารถทำนายการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต2

การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับ การบริหารงานวิชาการที่ได้จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาสังเคราะห์เป็นประเด็นเพื่อพัฒนากรอบแนวคิดในการวิจัยในครั้งนี้ และตัวแปรตาม ผู้วิจัยได้นำแนวคิดเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนตามมาตรฐานเพื่อการประเมินคุณภาพภายในตามที่กำหนดไว้ในกฎกระทรวงว่าด้วยระบบ หลักเกณฑ์ และวิธีการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ของกระทรวงศึกษาธิการ (2561)

ตัวแปรอิสระ

การบริหารงานวิชาการ

1. การวางแผนด้านวิชาการ
2. การจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา
3. การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา
4. การวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน
5. การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา
6. การนิเทศการศึกษา
7. การประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา
8. การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัวยุติธรรม หน่วยงาน สถานประกอบการและสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา
9. การพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา

ตัวแปรตาม

การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

1. จัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้
2. ใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้
3. มีการบริหารจัดการชั้นเรียนเชิงบวก
4. ตรวจสอบและประเมินผู้เรียนอย่างเป็นระบบและนำผลมาพัฒนาผู้เรียน
5. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และให้ข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนรู้

แผนภาพที่ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1.การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์

2.การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์

3.การบริหารงานวิชาการกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 มีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4.การบริหารงานวิชาการอย่างน้อยหนึ่งตัวแปร สามารถทำนายการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ได้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรได้แก่ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 จำนวน 1,294 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 จำนวน 297 คน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้โดยการเปิดตารางเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan)แล้วดำเนินการสุ่มแบบแบ่งชั้นพร้อมกำหนดสัดส่วนตามขนาดโรงเรียน จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนด 297 คน

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาใน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 มีค่าดัชนีความสอดคล้อง(Index of Item Objectives Congruence:IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 -1.00 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.967 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.20 – 0.80

การวิเคราะห์ข้อมูล

เมื่อผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามการวิจัยมาครบถ้วนแล้ว ดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามและจัดระบบข้อมูล กำหนดรหัสของแบบสอบถาม แล้วทำการคำนวณค่าทางสถิติโดยโปรแกรมสำเร็จรูป ตามลำดับดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปล ความหมายของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง การบริหารงานวิชาการของผู้บริหาร อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ด้วยวิธีหาค่าเฉลี่ย และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยใช้เกณฑ์การแปล ความหมายของคะแนนดังนี้

คะแนนเฉลี่ย 4.51 – 5.00 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อยู่ในระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.51 – 4.50 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อยู่ในระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.51 – 3.50 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อยู่ในระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.51 – 2.50 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อยู่ในระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.50 หมายถึง การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 4 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานวิชาการกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ด้วยวิธีการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient Analysis) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย ดังนี้ (บุญชม ศรีสะอาด.2556: 121)

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 1.00 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ 0.80–0.99 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูงมาก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ 0.60–0.79 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันสูง

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ 0.40–0.59 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันปานกลาง

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ 0.20–0.39 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำ

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าตั้งแต่ 0.01–0.19 หมายถึง มีความสัมพันธ์กันต่ำมาก

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ มีค่าเท่ากับ 0.00 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กัน

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือการนิเทศการศึกษา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการวัดผล ประเมินผลและ ดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับคุณภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต2 รายด้าน

การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาใน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2	\bar{X}	SD	แปลผล
1.การวางแผนด้านวิชาการ	4.68	0.27	มากที่สุด
2.การจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา	4.68	0.22	มากที่สุด
3. การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา	4.63	0.27	มากที่สุด
4.การวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผล การเรียนรู้	4.62	0.26	มากที่สุด
5.การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา	4.73	0.26	มากที่สุด
6.การนิเทศการศึกษา	4.80	0.26	มากที่สุด
7. การประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา	4.76	0.29	มากที่สุด
8.การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถานประกอบการและ สถาบันอื่นที่จัดการศึกษา	4.69	0.30	มากที่สุด
9. การพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	4.74	0.19	มากที่สุด

2.ผลการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือตรวจสอบและประเมินผู้เรียนอย่างเป็นระบบและนำผลมาพัฒนาผู้เรียน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ จัดการเรียนรู้อ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้ รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ระดับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 โดยรวมแต่ละด้าน

การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2	\bar{x}	SD	แปลผล
1. การจัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้	4.65	0.24	มากที่สุด
2. การใช้สื่อ เทคโนโลยีสารสนเทศและแหล่งเรียนรู้ที่เอื้อต่อการเรียนรู้	4.79	0.22	มากที่สุด
3. มีการบริหารจัดการชั้นเรียนเชิงบวก	4.70	0.24	มากที่สุด
4. ตรวจสอบและประเมินผู้เรียนอย่างเป็นระบบและนำผลมาพัฒนาผู้เรียน	4.84	0.28	มากที่สุด
5. มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และให้ข้อมูลสะท้อนกลับเพื่อพัฒนาและปรับปรุงการจัดการเรียนรู้	4.81	0.37	มากที่สุด
รวม	4.76	0.19	มากที่สุด

3.การบริหารงานวิชาการมีความสัมพันธ์ในทางบวกกับคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ภาพรวมอยู่ในในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานวิชาการกับคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาใน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ในภาพรวม

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	Y _{tot}
X ₁	1									
X ₂	.789**	1								
X ₃	.489**	.628**	1							
X ₄	.483**	.617**	.985**	1						
X ₅	.326**	.445**	.727**	.714**	1					
X ₆	.219**	.305**	.558**	.556**	.566**	1				
X ₇	.313**	.314**	.502**	.502**	.511**	.895**	1			
X ₈	.274**	.382**	.446**	.440**	.604**	.607**	.613**	1		
X ₉	.367**	.406**	.610**	.595**	.799**	.576**	.590**	.574**	1	
Y _{tot}	.568**	.551**	.695**	.680**	.667**	.711**	.746**	.510**	.794**	1

**p < .01

4. การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 พิจารณาตามตัวแปรที่เข้าสมการตามลำดับความสำคัญ พบว่า การบริหารงานวิชาการ 6 ด้านได้แก่ การพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา(X₉) การประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา (X₇) การวางแผนด้านวิชาการ(X₁) การนิเทศการศึกษา(X₆) การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา(X₃)และการส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถาบันประกอบการและสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา (X₈) สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 (Y_{tot}) โดยมีค่าอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 84.10 (R square = 0.841) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีค่า Tolerance อยู่ระหว่าง 0.164 – 0.684 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.462 – 6.104 และค่า Durbin Watson 2.091 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ ซึ่งสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.404 + 0.436(X_9) + 0.187(X_7) + 0.180(X_1) + 0.118(X_6) + 0.092(X_3) + 0.086(X_8)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.443 (Z_9) + 0.285(Z_7) + 0.256(Z_1) + 0.158(Z_6) + 0.132(Z_3) + 0.130(Z_8)$$

รายละเอียดดังตาราง 4

ตาราง 4 การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต2 ในภาพรวม (Y_{tot})

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	B	Beta	t	p	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
Constant(β_0)	0.404		3.253**	0.001		
การพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษ(X_9)	0.436	0.443	13.090**	0.000	0.479	2.088
การประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการศึกษา (X_7)	0.187	0.285	5.041**	0.000	0.171	5.836
การวางแผนด้านวิชาการ(X_1)	0.180	0.256	9.055**	0.000	0.684	1.462
การนิเทศการศึกษา(X_6)	0.118	0.158	2.724**	0.007	0.164	6.104
การพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา (X_3)	0.092	0.132	3.854**	0.000	0.466	2.146
การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัวยุวชน หน่วยงาน สถานประกอบการและสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา (X_8)	0.086	0.130	3.926**	0.000	0.544	1.838
Constant(β_0) = 0.404 R = 0.917 R square = 0.841 Adjusted R square = 0.838						
Durbin Watson = 2.091 F = 255.697**						

**p < .01

อภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่องการบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต2 ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผล ดังนี้

1.คุณภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 จากการวิจัยที่พบว่า ครูผู้สอนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 รายด้านอยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้าน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย และตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.

2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 ให้กระทรวงศึกษาธิการ กระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษาไปยังเขตพื้นที่การศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัย อุมาพร พิมพ์สุดะ(2566) ได้ศึกษาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต 1พบว่า การบริหารงานวิชาการของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ด้านการนิเทศการศึกษามีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นลำดับแรก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการนิเทศการศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา ให้มีคุณภาพและเกิดประสิทธิภาพให้ได้มาตรฐานอย่างที่เป็นระบบ สอดคล้องกับ กระทรวงศึกษาธิการ (2550) กำหนดความหมายของการนิเทศการศึกษา หมายถึง กระบวนการจัดการบริหารการศึกษาช่วยเหลือและความร่วมมือกับครูและบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการจัดการศึกษา เพื่อปรับปรุงการเรียนการสอนของครูและเพิ่มคุณภาพของบทเรียนให้เป็นไปตามจุดมุ่งหมายของการศึกษา และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการวัดผล ประเมินผลและดำเนินการเทียบโอนผลการเรียน ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากมีปัญหาในการปฏิบัติ สถานศึกษาดำเนินการวัดผลประเมินผลได้ไม่ครอบคลุมตามภาระหลักในการวัดผลประเมินผลตามหลักสูตรการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2644 นอกจากนั้นการวัดผลประเมินผลยังมุ่งแต่การประเมินความรู้แต่เพียงอย่างเดียว มิใช่การประเมินผลตามสภาพจริง จากกระบวนการปฏิบัติ และผลงาน สถานศึกษาไม่สามารถดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนได้ ทั้งนี้เนื่องจากแนวทางปฏิบัติเป็นเพียงแนวทางกว้าง ๆ ไม่เป็นรูปธรรม ไม่สามารถนำไปปฏิบัติได้

2. การศึกษาระดับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 จากการศึกษาวิจัย ครูผู้สอนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 ในภาพรวมในระดับมากที่สุดซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชัชวินทร์ สิงห์สุถ้ำ (2558) ได้ศึกษารูปแบบการบริหารจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในโรงเรียนสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ผลการวิจัย พบว่า การบริหารการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญในโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าระดับการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านการตรวจสอบและประเมินผู้เรียนอย่างเป็นระบบและนำผลมาพัฒนาผู้เรียน การตรวจสอบและประเมินคุณภาพการจัดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการจัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในชีวิตได้ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากครูผู้สอนที่มีความเชื่อมั่นในตนเองสูงคิดว่าตนเองเป็นผู้บรรยายที่ดีและไม่ยอมรับการจัดการเรียนรู้ผ่านกระบวนการคิดและปฏิบัติจริง

3. การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์เขต 2 ในภาพรวมค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์กับคุณภาพการจัดการเรียนการสอน

สอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 โดยรวม ปรากฏว่าตัวแปรอิสระทุกตัวมีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .01ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้เพราะว่า 1.การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครสวรรค์เขต 2 ในภาพรวมทั้ง 9 ด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด 2. คุณภาพ การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 โดยรวม อยู่ในคุณภาพระดับมากที่สุด 3.เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านที่มีค่า สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์สูงสุดคือ ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษาและด้านที่ต่ำสุดคือด้านการ ส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถานประกอบการและสถาบันอื่นที่ จัดการศึกษา ซึ่งมีงานวิจัยของ ทวีวัฒน์ ช่วงทิพย์ (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการบริหารวิชาการที่ส่งผลต่อ ประสิทธิภาพการจัดการเรียนรู้ของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 23 พบว่า ปัจจัยการบริหารวิชาการ ตามความคิดเห็นของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 23 โดยรวมอยู่ในระดับมาก

4.การบริหารงานวิชาการที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียน ประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ในภาพรวมการบริหารงาน วิชาการสามารถส่งผลต่อคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียน โดยมี 6 ตัวแปร ร่วมกันทำนายคุณภาพการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ได้อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ0.01 ซึ่งการบริหารงานวิชาการ 6 ตัวแปรคือ การพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา การประกันคุณภาพ ภายในและมาตรฐานการศึกษา การวางแผนด้านวิชาการลำดับ การนิเทศการศึกษา การพัฒนาหลักสูตร สถานศึกษา และการส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถาน ประกอบการและสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา ซึ่งสามารถอธิบายความผันแปรของคุณภาพการจัดการเรียนการสอน ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 ในภาพรวมได้ร้อยละ 84.10 (R square = 0.841) ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต 2 มีนโยบายส่งเสริมการจัดการ เรียนรู้ที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านกิจกรรมการปฏิบัติจริง (Active Learning) เน้นทักษะกระบวนการให้เกิดทักษะ การคิดวิเคราะห์ คิดแก้ปัญหา และคิด สร้างสรรค์ในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ทั้งในและนอกห้องเรียน เมื่อ พิจารณารายด้าน พบว่า ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา เป็นด้านที่ส่งผลต่อการจัดการ เรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์เขต 2 มากที่สุดซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัย อุมพร พิมพ์สุตะ(2566) ได้ศึกษาการบริหารงานวิชาการ ของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานครเขต1 พบว่าการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการ เรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 1 คือ ด้านการพัฒนาสื่อนวัตกรรม และเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา ด้านการวัดผล

ประเมินผล และเทียบโอนผลการเรียน และด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษาส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครู

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1.1 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 ควรให้ความสำคัญต่องานวิชาการในโรงเรียน โดยเฉพาะด้านการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าคุณค่าความคิดเห็นของครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษามีระดับการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนน้อยที่สุด

1.2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต 2 ควรให้ความสำคัญและสร้างความเข้าใจต่อผู้บริหารสถานศึกษาและมีนโยบายเกี่ยวกับ การส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว หน่วยงาน สถานประกอบการและสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา ควรจัดให้มีการอบรมครูและเครือข่ายชุมชนเพื่องานวิชาการของโรงเรียนเนื่องจากผลวิจัยพบว่าด้านนี้เป็นตัวแปรที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของโรงเรียนประถมศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์เขต 2 น้อยที่สุด

2. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติ

2.1. ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อการพัฒนาและส่งเสริมให้มีการใช้สื่อเทคโนโลยีมาช่วยในการพัฒนาการศึกษา และนำไปขยายผลในงานวิชาการและการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนในโรงเรียนเนื่องจากผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา อยู่ในระดับสูงที่สุด

2.2. ผู้บริหารควรกำกับ ติดตามให้การดำเนินการวัดและประเมินผลการเรียนรู้ บรรลุตามเป้าหมาย และแนวทางที่สถานศึกษากำหนดไว้ควรส่งเสริมพัฒนาระบบและเทคนิควิธีการวัดและประเมิน ผลการเรียนรู้ต่างๆ แก่ครู และบุคลากรของโรงเรียน เพื่อพัฒนาการเรียนการสอนเนื่องจากผลการวิจัยพบว่า ความคิดเห็นของครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษามีระดับการการวัดผล ประเมินผล และดำเนินการเทียบโอนผลการเรียนน้อยที่สุด

3. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

3.1 ควรศึกษาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนที่ส่งต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูจากกลุ่มประชากร และกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายมากยิ่งขึ้น เช่น สังกัดหรือสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอื่น ๆ เป็นต้น

3.2 ควรศึกษาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในรูปแบบอื่น ๆ เช่น งานวิจัยเชิงคุณภาพ การหาองค์ประกอบของปัจจัยการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน และหาองค์ประกอบอื่น ที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูเพื่อที่จะได้ข้อมูลเชิงลึกนำไปพัฒนาให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กมล ภู่งประเสริฐ. (2555). การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา. กรุงเทพฯ : เสริมสินพีรพรสซีสเพิ่มเติม.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2545). (2553 ข). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติพ.ศ.2542 ที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่2) พ.ศ.2545 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ.2553. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).
- ชุมศักดิ์ อินทร์รักษ์. (2536). การบริหารและการนิเทศภายในโรงเรียน. ปัตตานี : ฝ่ายเทคโนโลยีทางการศึกษา สำนักวิทยบริการ มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ชูศรี วงศ์รัตน์. (2560). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ : เทพเนรมิตการพิมพ์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- ปรียาพร วงศ์อนุตรโรจน์. (2553). การบริหารงานวิชาการ. กรุงเทพมหานคร : ศูนย์สื่อเสริมกรุงเทพ.
- พนัส ดั่งเอก. (2555). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาบุรีรัมย์ เขต1. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). บุรีรัมย์ : มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์.
- รุ่งชัชดาพร เวหะชาติ. (2552). การบริหารงานวิชาการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. สงขลา : ศูนย์หนังสือมหาวิทยาลัยทักษิณ.
- วิชัย วงษ์ใหญ่ และมารุต พัฒนาผล. (2563). การจัดการเรียนรู้ใน New normal เพื่อพัฒนาศักยภาพผู้เรียน. (ออนไลน์). แหล่งที่มา : <http://www.curriculumandlearning.com>. 26 มกราคม 2565.
- วิภา ทองหง่า. (2554). รูปแบบการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร. ดุษฎีนิพนธ์ ปร.ด. (การบริหารการศึกษา). นครปฐม : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- วิมล เดชะ. (2559). การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารโรงเรียนตีประจำตำบล สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาการศึกษาระถมศึกษาสตูล. สารนิพนธ์ ศ.ม. (การบริหารการศึกษา). สงขลา : บัณฑิตวิทยาลัย. มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สันติ บุญภิรมย์. (2552). การบริหารงานวิชาการ. กรุงเทพฯ: บิ๊ค พอยท์.
- อัศวรินทร์ แก่นจันทร์. (2562). การมีส่วนร่วมในการบริหารงานวิชาการของครูในโรงเรียน สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วิทยานิพนธ์ ค.ม. (การบริหารการศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- อุมาพร พิมพ์สุดะ.(2566).การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนที่ส่งผลต่อการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 1 วิทยานิพนธ์ สาขาวิชาภาวะผู้นำการบริหารและการจัดการการศึกษา คณะการจัดการการศึกษาเชิงสร้างสรรค์ สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์,วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ

ผลการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานที่มีต่อสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และ
สมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้น

ประถมศึกษาปีที่ 6 กลุ่มโรงเรียนพระอินทร์

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จังหวัดสิงห์บุรี

The Effects of Context- Based Learning Instruction on the Competence to Explain
Phenomena Scientifically and Interpret Data and Evidence Scientifically of Grade 6

Students at Pralitra Network School Group in Singburi Province

สุภัทรา อาสุระ¹ นวลจิตต์ เขาวงกิตพิงศ์² และ ดวงเดือน สุวรรณจินดา³

^{1,2,3} สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, suphattra.arsura@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนโดยใช้การเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนและ 2) เปรียบเทียบสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนโดยใช้การเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2566 ของโรงเรียนอนุบาลอินทร์บุรี (วัดโพธิ์ศรี)จังหวัดสิงห์บุรีซึ่งเป็นโรงเรียนในกลุ่มโรงเรียนพระอินทร์ จำนวน 36 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประกอบด้วย 1) แผนการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน เรื่องปรากฏการณ์โลกและภัยธรรมชาติ 2) แบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ฉบับก่อนเรียนและหลังเรียนและ 3) แบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ฉบับก่อนเรียนและหลังเรียน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าเฉลี่ยเลขคณิต ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน มีสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 2) นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน มีสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน,สมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิง

วิทยาศาสตร์,สมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์

Abstract

This research objectives were to 1) compare the competence to explain phenomena scientifically of grade 6 students before and after learning through context-based learning instruction, and 2) compare the competence to interpret data and evidence scientifically of grade 6 students before and after learning through context-based learning instruction.

The research sample consisted of 36 grade 6 students of AnubanInburi (Watphosri) School which is in Pralutra Network School Group in the academic year 2023, obtained by cluster random sampling. The research instruments were 1) context-based learning lesson plans in the topic of Global Phenomena and Natural Disasters, 2) pre-test and post-test to assess the competency to explain phenomena scientifically, and 3) pre-test and post-test to assess the competency to interpret data and evidence scientifically. The statistics used for data analysis were the mean, standard deviation and t-test.

The research findings showed that 1) the students' competency to explain phenomena scientifically after learning through context-based learning instruction was higher than before learning at the .05 level of statistical significance, and 2) the students' competency to interpret data and evidence scientifically after learning through context-based learning instruction was higher than before learning at the .05 level of statistical significance.

Keywords: Context-based learning, Explain phenomena scientifically competence, Interpret data and evidence scientifically competence

บทนำ

เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 การจัดการศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาพลเมืองในประเทศให้มีขีดความสามารถในการแข่งขันทัดเทียมกับนานาชาติประเทศ จากการประชุมสมัชชาสหประชาชาติครั้งที่ 70 ได้มีการตั้งเป้าหมายโลกขึ้น อันเป็นเป้าหมายแห่งการพัฒนาที่ยั่งยืนปี 2030 ที่จะช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของพลเมืองโลกจากความยากจน บนพื้นฐานแห่งสันติสุข โดยมีเป้าหมายที่ต้องให้มีการจัดการศึกษาที่ทุกคนสามารถเข้าถึง ได้อย่างเท่าเทียม เน้นให้ผู้เรียนเกิดทักษะติดตัว มากกว่าใบประกาศทางการศึกษา ทั้งนี้ได้มีการนำผลการประเมินผลนักเรียนนานาชาติ(Program for International Student

Assessment : PISA) มาเป็นเกณฑ์ในการกำหนดกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดการศึกษาในสหภาพยุโรป เพื่อให้บรรลุเป้าหมายโลกดังกล่าว (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2564)

สำหรับประเทศไทยที่แม้จะมีความพยายามในการปรับปรุงแนวทางการจัดการศึกษา แต่ยังมีระดับคุณภาพการศึกษาทั้งในระดับชาติ และระดับนานาชาติในระดับต่ำ ทำให้ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของพลเมืองไทยในเวทีโลก เมื่อพิจารณาผลการประเมินการรู้วิทยาศาสตร์ในระดับนานาชาติ จากองค์การความร่วมมือและพัฒนาทางเศรษฐกิจ (Organization for Economic Co-operation and Development : OECD) ในโครงการประเมิน PISA ที่มุ่งทดสอบการนำความรู้ไปใช้ในบริบท หรือสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน พบว่า ผลการประเมินของนักเรียนไทยมีระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ย (คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา, 2562)

เมื่อพิจารณาผลการประเมินโครงการ PISA นับตั้งแต่ปี 2006 จนถึงปี 2018 พบว่า ผลการประเมินของนักเรียนไทยมีระดับต่ำกว่าค่าเฉลี่ย โดยเฉพาะอย่างยิ่งผลการประเมินในปี 2018 นักเรียนไทย 44% มีความสามารถทางวิทยาศาสตร์ต่ำกว่าระดับ 2 และนักเรียนไทยอีก 56% มีความสามารถทางวิทยาศาสตร์ตั้งแต่ ระดับ 2 ขึ้นไป ในขณะที่นักเรียนในประเทศสมาชิก OECD จำนวน 78% มีความสามารถทางวิทยาศาสตร์ตั้งแต่ ระดับ 2 ขึ้นไป สะท้อนถึงระดับคุณภาพการศึกษาและความสามารถของนักเรียนไทยในเวทีโลก และเพื่อให้ทันต่อเป้าหมายโลกที่มีการกำหนดให้จัดการศึกษาอย่างครอบคลุมเท่าเทียมและมีคุณภาพในปี 2030 ทำให้ต้องมีการเตรียมความพร้อมและยกระดับคุณภาพการศึกษาตั้งแต่ในชั้นประถมศึกษา (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2564)

การรู้วิทยาศาสตร์ตามแนวทางการประเมินผลของโครงการ PISA หมายถึง สมรรถนะในการเชื่อมโยงประเด็นวิทยาศาสตร์กับบริบทที่สามารถพบได้ในชีวิตประจำวัน โดยบุคคลที่รู้วิทยาศาสตร์ต้องมีสมรรถนะ 3 ด้าน ดังนี้ (1) สมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ (explain phenomena scientifically) (2) สมรรถนะการประเมินและออกแบบกระบวนการสืบเสาะหาความรู้ทางวิทยาศาสตร์ (evaluate and design scientific enquiry) และ (3) การแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ (interpret data and evidence scientifically) (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2564)

ทั้งนี้การให้เหตุผลเชิงวิทยาศาสตร์นับเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการให้คำอธิบายต่อปรากฏการณ์หรือสถานการณ์ในชีวิตประจำวัน แต่เมื่อพิจารณาผลจากการให้เหตุผลเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนไทยพบว่า อยู่ในระดับต่ำ เนื่องจาก นักเรียนไม่สามารถใช้หลักฐานในการลงข้อสรุปและการให้คำอธิบายเชิงวิทยาศาสตร์ รวมถึงนักเรียนไม่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในชีวิตประจำวันบริบทที่แตกต่างไป (ณัฐมนต์ สุขชัยรัตน์, 2558) ดังนั้นการพัฒนาสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิง

วิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ จะช่วยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีระดับความสามารถทางวิทยาศาสตร์ที่ดีขึ้น

จากการสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาแก้ปัญหาพบว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน (context – based Learning ; CBL) เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตัวเอง (Gilbert, 2006) โดยเชื่อว่า การสร้างความรู้ด้วยตนเองผ่านบริบทหรือสถานการณ์ต่างๆ ที่อยู่รอบตัว ภายใต้ความช่วยเหลือทางสังคม จะช่วยให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่ดีกว่าการได้รับความรู้โดยตรงจากแหล่งข้อมูลที่มีการสรุปเป็นความรู้ไว้แล้ว (Bennett, 2003) จากหลายงานวิจัยในปัจจุบัน ซึ่งให้เห็นว่า การจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน เป็นการเชื่อมโยงไปสู่ชีวิตประจำวัน (Bennett et al. , 2005) การนำประเด็นหรือบริบททางวิทยาศาสตร์ ที่มีความเกี่ยวข้องกับผู้เรียน ครอบครัว และสังคมแวดล้อมรอบตัว ทั้งใน ระดับภูมิภาค หรือระดับโลก การจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐานนี้จะช่วยกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมายในที่สุด (Bennett et al. , 2005) โดยบริบทที่นำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ต้องเป็นบริบทที่มีความหลากหลาย มีการอ้างอิงสถานการณ์ที่เชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาทางวิทยาศาสตร์กับประสบการณ์ในชีวิตประจำวันของผู้เรียน จะช่วยให้ผู้เรียนมีระดับการรู้วิทยาศาสตร์ที่สูงขึ้น (Hofstein et al 2011, p.1475) สอดคล้องกับการทดสอบ PISA ที่ประกอบด้วยบริบทสถานการณ์รอบตัว ทั้งบริบทในชุมชน สังคม รวมถึงบริบทในสังคมโลก เป็นหนึ่งในองค์ประกอบที่ผู้เรียนสามารถแสดงออกถึงสมรรถนะทางวิทยาศาสตร์มาเพื่อใช้อธิบายสถานการณ์นั้นได้อย่างเหมาะสม (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2564)

ประกอบกับเนื้อหาในสาระการเรียนรู้วิทยาศาสตร์โลกและอวกาศ ตามสาระการเรียนรู้แกนกลาง การศึกษาขั้นพื้นฐาน มีการกำหนดมาตรฐานให้นักเรียนเข้าใจความสัมพันธ์และการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายในโลก และสามารถอธิบายปรากฏการณ์ที่ส่งผลต่อสิ่งมีชีวิตและสิ่งแวดล้อมได้ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน , 2560) อีกทั้งในปัจจุบัน ปรากฏการณ์ที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์โลกส่งผลกระทบต่ออย่างมากต่อการดำเนินชีวิตของมนุษย์ รวมถึงการนำทรัพยากรธรรมชาติ แร่ หิน และทรัพยากรซากดึกดำบรรพ์มาใช้งานอย่างแพร่หลายในปัจจุบันวิทยาศาสตร์โลกจึงเป็นเรื่องใกล้ตัวที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวัน สอดคล้องกับจักรกฤษณ์ จันทะคุณ (2553) ที่กล่าวว่า การศึกษาปรากฏการณ์โลกและภัยธรรมชาติ เป็นแนวคิดทางการศึกษาที่จะนำไปสู่การรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของโลก ที่ปัจจุบันได้กลายเป็นปัญหาสำคัญระดับโลก ที่ต้องเผชิญร่วมกัน ดังนั้นการรู้เรื่องปรากฏการณ์โลกและภัยธรรมชาติ จึงเป็นเรื่องที่มีความสำคัญอย่างมากที่ผู้เรียนจะต้องเตรียมพร้อม เพื่อรับมือ เพื่อลดความรุนแรงจากปัญหาของภัยธรรมชาตินั้นได้

จากเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจการนำจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานมาใช้ในการพัฒนาสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ในกลุ่มโรงเรียนพระอินทร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี

สมมติฐานการวิจัย

- 1) นักเรียนที่เรียนโดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน มีสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน
- 2) นักเรียนที่เรียนโดยใช้กิจกรรมการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน มีสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 กลุ่มโรงเรียนพระอินทร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสิงห์บุรี จำนวน 7 ห้องเรียน จาก 7 โรงเรียน โรงเรียนละ 1 ห้องเรียน รวมนักเรียนทั้งสิ้น 96 คน

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่กำลังศึกษาในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566 ในโรงเรียนอนุบาลอินทร์บุรี(วัดโพธิ์ศรี) ซึ่งเป็นโรงเรียนในกลุ่มพระอินทร์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสิงห์บุรี จำนวน 1 ห้องเรียน มี 36 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบกลุ่ม (cluster random sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน เรื่อง ปรากฏการณ์โลกและภัยธรรมชาติ ชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ทั่วไป ศึกษเอกสาร ตำรา วารสารและงานวิจัย 18 แผน ใช้เวลา 7 จำนวน 6 เกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน และหลักการเขียนแผนการจัดการเรียนรู้ สร้างแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน ให้สัมพันธ์กับมาตรฐานการเรียนรู้ สาระการเรียนรู้ จากนั้นนำแผนการจัดการเรียนรู้ เสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาประเมินความถูกต้อง ความเหมาะสม ในการนำแผนการจัดการเรียนรู้ไปใช้ จากนั้นนำผลการประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ มาหาค่าเฉลี่ย พบว่า ทุกแผนการจัดการเรียนรู้มีความเหมาะสมในระดับดีมาก (ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 4.91 – 5.00)

2. แบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ เป็นแบบคู่ขนานจำนวน 2 ชุด แต่ละชุดประกอบด้วยสถานการณ์ 2 สถานการณ์ โดยนักเรียนต้องแสดงความสามารถ ในการแสดงความเข้าใจต่อปรากฏการณ์ทางธรรมชาติ และเทคโนโลยี ประกอบด้วยความสามารถ ดังต่อไปนี้ 1) การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มาบรรยายปรากฏการณ์ได้อย่างเหมาะสม, 2) เลือกคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์เพื่อใช้เป็นตัวแทนประกอบการบรรยายปรากฏการณ์ 3) คาดการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจเกิดขึ้นได้อย่างสมเหตุสมผล 4) เสนอสมมติฐานในการอธิบายปรากฏการณ์ และ 5) อธิบายเชื่อมโยงการนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์ไปใช้ในสังคม ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ พบว่า มีค่าความยากอยู่ในระดับ 0.42 – 0.71 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับ 0.25-0.92 มีค่าความเที่ยง 0.76

3. แบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ เป็นแบบคู่ขนาน จำนวน 2 ชุด แต่ละชุดประกอบด้วยสถานการณ์ 2 สถานการณ์ โดยนักเรียนต้องแสดงความสามารถในการนำข้อมูลและหลักฐานมาใช้กล่าวอ้าง หรือลงข้อสรุป ความสามารถในการนำข้อมูลมานำเสนอในรูปแบบที่แตกต่างออกไป เช่น การใช้แผนผัง แผนภาพ โดยคำนึงถึงความสมเหตุสมผลของข้อมูลและหลักฐาน ประกอบด้วยความสามารถ ดังต่อไปนี้ 1) การแปลงข้อมูลที่นำเสนอในรูปแบบหนึ่งไปสู่รูปแบบอื่น, 2) วิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ และลงข้อสรุป, 3) ระบุข้อสันนิษฐาน ประจักษ์พยาน และเหตุผล ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์, 4) แยกแยะระหว่างข้อโต้แย้งที่มาจากประจักษ์พยานและทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ กับที่มาจากการพิจารณาสิ่งอื่น และ 5) ประเมินข้อโต้แย้งทางวิทยาศาสตร์ และประจักษ์พยานจากแหล่งที่มาหลากหลาย ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบวัดแบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ มีค่าความยากอยู่ในระดับ 0.42 – 0.75 และค่าอำนาจจำแนกอยู่ในระดับ 0.25-0.83 มีค่าความเที่ยง 0.76

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการทดลองสอนและเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ซึ่งมีขั้นตอนวิธีการดำเนินงาน ดังนี้

1. ขั้นเตรียมนักเรียนและการเก็บรวบรวมข้อมูลก่อนการทดลอง

1) แนะนำการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ในการเรียนให้กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่างทราบ

2) ทำการทดสอบก่อนเรียน โดยใช้แบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และแบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์

2. ขั้นดำเนินใช้แผนการจัดการเรียนรู้และเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการสอนตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน เรื่องปรากฏการณ์โลกและภัยธรรมชาติ โดยใช้เวลาเรียนทั้งสิ้น 18 ชั่วโมง ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2566

3. ขั้นเก็บรวบรวมข้อมูลหลังการทดลอง

1) เมื่อดำเนินการตามแผนการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐานครบตามที่กำหนดไว้ ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบนักเรียนโดยใช้แบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และแบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์

2) นำคะแนนที่ได้จากแบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และแบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ มาวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐาน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ โดยแปลงผลคำตอบของนักเรียนให้อยู่ในรูปของคะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน จากนั้นหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ ก่อนเรียน และหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และใช้การทดสอบค่าที(t-test for dependent sample)

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณของสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์โดยแปลงผลคำตอบของนักเรียนให้อยู่ในรูปของคะแนนตามเกณฑ์การให้คะแนน จากนั้นหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของคะแนนจากแบบวัดสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ก่อนเรียนและหลังเรียนของกลุ่มตัวอย่าง และใช้การทดสอบค่าที(t-test for dependent sample)

ผลการวิจัย

1. การเปรียบเทียบสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ที่เรียนโดยใช้การเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

ตารางที่ 1.1 การเปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

รายการ	n	คะแนนเต็ม	M	SD	t	P
ก่อนเรียน	37	20	6.46	3.25	17.61*	.0000
หลังเรียน	37	20	14.76	2.43		

*p <.05

จากตารางที่ 1.1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานมีสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ดีขึ้นกว่าก่อนเรียน

ตารางที่ 2.1 การเปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ก่อนเรียน และหลังเรียน จำแนกตามองค์ประกอบของสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์

รายการ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		t	P
	M	SD	M	SD		
การนำความรู้ทางวิทยาศาสตร์มา บรรยายปรากฏการณ์ได้อย่าง เหมาะสม	2.54	1.22	3.34	0.82	4.03*	0.0001
สร้างตัวแทนประกอบการอธิบาย ปรากฏการณ์	1.54	0.93	3.32	0.75	11.46*	0.0000
คาดการณ์การเปลี่ยนแปลงที่อาจ เกิดขึ้นได้อย่างสมเหตุสมผล	1.03	1.19	3.22	0.67	11.11*	0.0000
เสนอสมมติฐานในการอธิบาย ปรากฏการณ์	0.65	0.92	2.78	0.92	11.21*	0.0000
อธิบายเชื่อมโยงการนำความรู้ ทางวิทยาศาสตร์ไปใช้ในสังคม	1.00	1.00	2.11	0.91	4.92*	0.0000

*p <.05

จากตารางที่ 1.2 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ที่จำแนกตามองค์ประกอบของสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์หลังเรียนสูงกว่าคะแนนสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ก่อนเรียน ในทุกองค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานมีสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ดีขึ้นกว่าก่อนเรียน

ตอนที่ 2 การเปรียบเทียบสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียนโดยใช้การเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน

ตารางที่ 2.การ 1เปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ของนักเรียนที่เรียนด้วยการจัดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐาน ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน

รายการ	n	คะแนนเต็ม	M	SD	t	P
ก่อนเรียน	37	26	9.57	4.93	18.18*	.0000
หลังเรียน	37	26	19.16	3.32		

*p <.05

จากตารางที่ 2.1 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ก่อน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานมีสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ดีขึ้นกว่าก่อนเรียน

ตารางที่ 2.2 การเปรียบเทียบคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ก่อนเรียนและหลังเรียน จำแนกตามองค์ประกอบของสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์

รายการ	ก่อนเรียน		หลังเรียน		t	P
	M	SD	M	SD		
การแปลงข้อมูลที่น่าเสนอในรูปแบบหนึ่งไปสู่รูปแบบอื่น	3.19	1.43	3.92	0.28	3.40*	0.0008
วิเคราะห์และแปลความหมายข้อมูลทางวิทยาศาสตร์ และลงข้อสรุป	84.1	09.1	11.5	15.1	05.16*	0000.0
ระบุข้อสันนิษฐาน ประจักษ์พยาน และเหตุผล ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับวิทยาศาสตร์	46.1	10.1	05.3	56.1	72.6*	0000.0
แยกแยะระหว่างข้อโต้แย้งที่มาจากประจักษ์พยานและทฤษฎีทางวิทยาศาสตร์ กับที่มาจาก การพิจารณาสิ่งอื่น	19.1	13.1	51.3	87.0	49.12*	0000.0
ประเมินข้อโต้แย้งทางวิทยาศาสตร์ และประจักษ์พยานจากแหล่งที่มาหลากหลาย	89.1	26.1	57.3	69.0	66.9*	0000.0

*p <.05

จากตารางที่ 2.2 เมื่อเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ระหว่างก่อนเรียนและหลังเรียน ที่จำแนกตามองค์ประกอบของสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ พบว่าค่าเฉลี่ยของคะแนนสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าคะแนนสมรรถนะการ

แปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ก่อนเรียน ในทุกองค์ประกอบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า นักเรียนที่ได้รับการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานมีสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ดีขึ้นกว่าก่อนเรียน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1) ในการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ในขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ บางครั้งครูผู้สอนเลือกสถานการณ์ที่มีความใกล้เคียงมากกว่าเดิม เช่น ในการจัดการเรียนรู้เรื่อง ลมมรสุม ในชั้นลงมือปฏิบัตินักเรียนต้องค้นคว้าข้อมูลเกี่ยวกับลมมรสุมที่มีผลต่อทะเลไทย แต่พอเป็นขั้นการนำไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ ผู้สอนให้นำผลของลมมรสุมมาอธิบายวิถีชีวิตของจังหวัดตนเอง ซึ่งที่ผู้สอนเลือกสถานการณ์ที่ใกล้เคียง เพื่อให้ผู้เรียนมีประสบการณ์เดิม และเชื่อมโยงความรู้ไปใช้ได้เลย โดยไม่ต้องสืบเสาะหาข้อมูลหรือประจักษ์พยานเพิ่มเติม แต่ในการเลือกใช้สถานการณ์ใหม่ที่มีความซับซ้อน และใกล้เคียงผู้เรียนมากขึ้น ควรให้เวลาในการจัดการเรียนรู้ในขั้นตอนที่ 4 การนำไปใช้ในสถานการณ์ใหม่ให้มากขึ้น หรือใช้การมอบหมายงานให้นักเรียนไปค้นคว้าเพิ่มเติม โดยใช้สื่อออนไลน์ที่นักเรียนสามารถใช้เวลาในห้องเรียนเพื่อแสดงผลงาน หรือการสื่อสารอื่น ๆ ที่เป็นการแสดงถึงสมรรถนะทางวิทยาศาสตร์ และเพื่อให้ผู้เรียนเชื่อมโยงความรู้ไปใช้ในสถานการณ์อื่นๆที่ซับซ้อนขึ้นได้จริง

2) ในการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานในระดับประถมศึกษา เป็นเรื่องที่ทำทนายมาก เพราะในระหว่างการจัดการเรียนรู้ ที่ได้ร่วมกันกำหนดหัวข้อในการสืบค้นข้อมูลเพื่อนำมาสร้างคำอธิบายทางวิทยาศาสตร์แล้วนั้น นักเรียนในระดับชั้นประถมศึกษาจะยังไม่สามารถนำข้อมูลที่ค้นคว้าเหล่านั้นมาเรียบเรียงให้เป็นเนื้อเดียวกันได้ และจะยังขาดความมั่นใจที่จะนำเสนอข้อมูลของตน ในช่วงแรกของการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐานครูผู้สอนจึงจ้องคอยใช้คำถามชี้แนะแนวทางการทำงาน รวมถึงคอยเสริมแรงให้ผู้เรียนกล้าที่จะลงมือปฏิบัติงานด้วยตนเอง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ในการศึกษารูปแบบการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ที่มีผลต่อสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ ในระหว่างการจัดการเรียนรู้ผู้เรียนได้มีการทำงานร่วมกันภายในกลุ่ม เพื่อสร้างองค์ความรู้จากบริบทรอบตัว รวมถึงได้มีการอภิปรายระหว่างกลุ่ม ซึ่งส่งผลให้ผู้เรียนมีสมรรถนะการอธิบายปรากฏการณ์ในเชิงวิทยาศาสตร์ และสมรรถนะการแปลความหมายข้อมูลและการใช้ประจักษ์พยานในเชิงวิทยาศาสตร์ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน ดังนั้นจึงเป็นที่น่าสนใจสำหรับการศึกษาในโดครั้งต่อไปเกี่ยวกับการจัดการเรียนรู้แบบบริบทเป็นฐาน ที่มีผลต่อสมรรถนะการแก้ปัญหาแบบร่วมมือ

บรรณานุกรม

- คณะกรรมการอิสระเพื่อการปฏิรูปการศึกษา. (2562). รายงานเฉพาะเรื่องที่ ๑๒ หลักสูตรและการเรียนการสอนฐานสมรรถนะ. จาก <https://cbethailand.com>
- จักรกฤษณ์ จันทะคุณ. (2553). ภัยพิบัติศึกษา: แนวทางการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ เพื่อเตรียมความพร้อมรับมือภัยพิบัติ (ตอนที่ 1). *Journal of Education and Innovation*, 17(4), 188–201. Retrieved from https://so06.tci-thaijo.org/index.php/edujournal_nu/article/view/43753
- ณัฐมน สุชัยรัตน์. (2558). การพัฒนารูปแบบการเรียนการสอนตามแนวคิดการสืบสอบโดยใช้แบบจำลองเป็นฐานและแนวคิดการเรียนรู้โดยใช้บริบทเป็นฐานเพื่อส่งเสริมความสามารถในการให้เหตุผลเชิงวิทยาศาสตร์และการถ่ายโยงการเรียนรู้ของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนต้น [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย].
- สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี. (2564). ผลการประเมิน PISA 2018 การอ่าน คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์. กรุงเทพฯ: สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี.
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2560). มาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัด กลุ่มสาระการเรียนรู้คณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์ และสาระภูมิศาสตร์ในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560) ตามหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.
- Bennett, J. & J. Holman. (2003). *Context-based approaches to the teaching of chemistry: what practice*. Dordrecht. Kluwer Academic Publ
- Bennett, C.Grasel, I. Parchmann, & D. Waddington. (2005). *Context-based and conventional approaches to teaching chemistry: comparing teacher's views*. *International Journal of Science Education*.
- Crawford, M. & Witte, M. (1999). *Strategies for Mathematics: Teaching in Context*. *Education leadership*, 57, 34-38.
- Gilbert, J.K. 2006. On the nature of “context” in chemical education. *International Journal of Science Education*.
- Glynn, S., & Koballa, T. (2005) *The contextual teaching and learning instructional approach*. *Exemplary science: Best practices in professional development*.
- Hofstein, A., Eilks, I. & Bybee, R. (2011). Societal issues and their importance for contemporary science education-a pedagogical justification and the state-of-the-art in Israel, Germany, and the USA. *International Journal of Science and Mathematics Education*, 9, 1459-1483

Seel, N. M. (2012). *Encyclopedia of the science of learning*. London: Springer Science + Business Media.

Warren, B. (2006). The influence of science standard and regulation on teacher quality and curriculum renewal: an Australia perspective. In D.W. Sunal and E.L. Wright. (eds.). *The Impact of State and National Standard on K-12 Science Teaching*. U.S.A.: LAP – Information Age Publishing, Inc, 424.

การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครู
ตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2
EMPOWERMENT OF EDUCATIONAL ADMINISTRATORS THAT AFFECTING TEACHER
PERFORMANCE ACCORDING TO OPERATING STANDARDS IN SCHOOL UNDER
THE OFFICE OF SPECIAL EDUCATION ADMINISTRATION, GROUP 2

พีรพงษ์ สุวรรณอำไพ¹ และ โยธิน ศรีโสภ²

^{1,2} มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, peerapong.suwanumpai1995@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารในสถานศึกษา 2) ศึกษาระดับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษา 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน 4) สร้างสมการพยากรณ์การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่สามารถทำนายการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาดำแหน่งครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 จำนวน 297 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามมาตราประมาณค่า 5 ระดับ (Rating Scale) ซึ่งมีค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00 มีความเชื่อมั่นเท่ากับ .979 สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า 1) การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารโดยทั้ง 7 ด้าน มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากขึ้นไป 2) การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 4) การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารด้านการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน (X_3) ด้านการได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ (X_6) และด้านการสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการทำงาน (X_4) ร่วมกันพยากรณ์การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน โดยมีประสิทธิภาพพยากรณ์ร้อยละ 63.7 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = 1.479 + 0.187(X_3) + 0.180(X_6) + 0.147(X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.223(Z_3) + 0.245(Z_6) + 0.197(Z_4)$$

คำสำคัญ : การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร, มาตรฐานการปฏิบัติงาน, สำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2

Abstract

The purposes of this thesis were as follows: (1) to study the level of empowerment of educational. (2) to study the level of teacher performance according to operating standard, Group 2. (3) to studies the relationship between empowerment of educational administrators and teacher performance according to operating standard. And (4) to create predictions empowerment of educational administrators that can predict teacher performance according to operating standard. The samples were 297 teachers who was working under the office of special educational administration, Group 2. The instrument used in data collection was a 5-rating scale which revealed content validity between 0.80 - 1.00, and reliability value index was 0.979. The statistics used for data analysis were percentage, mean, standard deviation, Pearson Product – Moment Correlation Coefficients and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The research findings found that: 1) The overall empowerment of educational administrators all 7 items the average was at a higher level. 2) The overall teacher performance according to operating standard in school was at highest level. 3) The empowerment of educational administrators and teacher performance according to operating standard in school was positively correlated with statistical significance at .01 and a correlation coefficient at .789 that the two variables were high level. 4) The empowerment of educational administrators were as follow : Promoting and increasing knowledge, abilities and skills in work (X_3), Receiving praise and recognition (X_6) and Supporting and helping with things necessary for work (X_4). They cloud be used to predict teacher performance according to operating standard in school at 63.7percent. Create a forecast equation as follows.

The regression coefficients in raw score

$$\hat{Y} = 1.479 + 0.187(X_3) + 0.180(X_6) + 0.147(X_4)$$

The regression coefficients in standard score

$$\hat{Z} = 0.223(Z_3) + 0.245(Z_6) + 0.197(Z_4)$$

Keyword : Empowerment, Teacher performance according to operating standard, special educational administration Group 2

บทนำ

ปัจจุบันกระแสการพัฒนาทางด้านเศรษฐกิจและสังคมได้เปลี่ยนแปลงไป สังคมโลกจะมีความเชื่อมโยงกันมากขึ้นมีการพัฒนาเทคโนโลยีสารสนเทศซึ่งส่งผลกระทบต่อชีวิตความเป็นอยู่ในสังคมและการดำเนินกิจกรรมทางเศรษฐกิจอย่างมาก ทุกประเทศจะต้องมีการพัฒนาประเทศไปสู่เศรษฐกิจและสังคมแห่งภูมิปัญญาและการเรียนรู้โดยจะต้องเร่งพัฒนาทักษะกระบวนการทางวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนานวัตกรรมเพื่อให้เป็นเครื่องมือและแนวทางในการขับเคลื่อนการพัฒนาในทุกๆด้าน เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศสำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติ จึงได้จัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566 -2570) โดยมีการยึดกรอบแนวคิดและหลักการวางแผนและนำมาประยุกต์กับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง ส่วนของวิสัยทัศน์ในแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 13 ยึดวิสัยทัศน์ระยะยาวในยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ.2561-2580) ให้ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เพื่อให้คนไทยในสังคมไทยเป็นแบบอย่างที่ดี และเพื่อเตรียมพร้อมให้คนไทยมีทักษะสำหรับการดำรงชีวิตในศตวรรษที่ 21 ซึ่งจะสอดคล้องกับแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560 - 2579 ที่ได้ทำการกำหนดยุทธศาสตร์ด้านการจัดการศึกษา ยุทธศาสตร์ที่ 6 เพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพของระบบบริหารจัดการการศึกษาโดยมีเป้าหมายที่ 1 โครงสร้างและระบบการบริหารจัดการทางการศึกษาที่มีความคล่องตัว และตรวจสอบได้ เป้าหมายที่ 5 ด้านระบบบริหารงานบุคคลของครู อาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษามีความเป็นธรรม สร้างขวัญ กำลังใจ และส่งเสริมให้ปฏิบัติงานได้อย่างเต็มตามศักยภาพ

เมื่อพิจารณาการจัดการศึกษาของประเทศไทยที่ผ่านมา มีการกำหนดความมุ่งหมายในการจัดการศึกษาว่าจะต้องเป็นไปเพื่อพัฒนาคนไทยให้มีความสมบูรณ์ทั้งด้านร่างกาย ด้านจิตใจ ด้านสติปัญญา ด้านความรู้และด้านคุณธรรม มีจริยธรรมและมีวัฒนธรรมอันดีเพื่อเป็นแบบแผนในการดำรงชีวิต องค์ประกอบที่ทำให้การจัดการศึกษาให้มีคุณภาพนั้น จะต้องคำนึงถึงผู้บริหารที่เปรียบเสมือนผู้นำที่จะพาองค์กรให้พัฒนา มีบทบาทหน้าที่ในการสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานต่าง ๆ ของครู ซึ่งการปฏิบัติหน้าที่ของครู จะเป็นเสมือนภาพสะท้อนให้เห็นถึงพัฒนาการของผู้เรียน ครูจึงมีหน้าที่ในออกแบบการจัดการเรียนรู้และพัฒนาตัวของผู้เรียน ตลอดจนทำให้กระบวนการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนานักเรียนสัมฤทธิ์ผล หากครูปฏิบัติงานในการสอนให้เกิดประสิทธิภาพแล้วนั้น ย่อมส่งผลให้การจัดการศึกษาประสบความสำเร็จไปด้วย การปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครูจึงมีบทบาทและความสำคัญ ดังนั้นกระทรวงศึกษาธิการจึงมีกำหนดมาตรฐานวิชาชีพครูของคุรุสภา พ.ศ. 2562 เพื่อเป็นแนวทางให้ครูยึดถือปฏิบัติได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม ดังนั้นการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานวิชาชีพจะทำให้ผู้เรียนและผู้ปกครองและสังคมมีความเชื่อมั่นต่อการประกอบอาชีพครูว่า ผู้เรียนจะได้รับการจัดการเรียนการสอนที่ดีมีประสิทธิภาพเพื่อพัฒนาการศึกษาของประเทศให้มีคุณภาพ

ในยุคปัจจุบันผู้บริหารที่มีวิสัยทัศน์มักจะดึงการมีส่วนร่วมและเสริมสร้างพลังอำนาจกับผู้ใต้บังคับบัญชาให้เกิดพลังที่เพิ่มสูงขึ้นกับองค์กร อำนาจการบริหารที่ดีควรมีการกระจายไปยังส่วนงานต่าง ๆ เพื่อความคล่องตัวขององค์กร ไม่ว่าจะเป็นด้านเทคโนโลยี ด้านทรัพยากรมนุษย์ ด้านสภาพแวดล้อม ด้าน

วัฒนธรรมในการทำงานร่วมกับสมาชิกในองค์กร (สายฟ้า หาสีสุข, 2566) ผู้บริหารสถานศึกษาที่ยึดแนวทางการมอบอำนาจในการตัดสินใจ การกระจายการตัดสินใจแบ่งปันอำนาจให้กับบุคคลหรือบุคลากรได้มีโอกาสเข้ามามีส่วนร่วมตัดสินใจ จะทำให้การบริหารจัดการในสถานศึกษาเป็นไปด้วยความเรียบร้อยและมีประสิทธิภาพ โดยที่แต่ละสถานศึกษานั้นจะมีปัจจัยสิ่งที่ขาดไม่ได้และเป็นปัจจัยมีความจำเป็นอย่างยิ่ง คือ การบริหารงานด้านทรัพยากรมนุษย์ เพราะครูจะเป็นผู้ถ่ายทอดวิชาความรู้ทักษะความสามารถที่สำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณสมบัติที่พึงประสงค์ทั้งทางด้านอารมณ์ ด้านสังคม และด้านสติปัญญา ครูจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะส่งผลกระทบต่อองค์กร จะต้องให้การดูแลช่วยเหลือ ส่งเสริมในการพัฒนาความรู้ความสามารถหรือสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงานให้กับครูหรือบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งจะมีส่วนช่วยเป็นแรงผลักดันในการทำงานให้ได้ไปบรรลุถึงเป้าหมายขององค์กรนั้น (วิรินทร์ดา เสือจอย, 2564) ผู้บริหารคือบุคคลที่สำคัญ ที่จะส่งเสริมผลักดันความสามารถในการเสริมพลังอำนาจให้กับครูหรือบุคลากรทางการศึกษา มีการให้อิสระในการทำงานทั้งกระบวนการคิดรวมถึงความอิสระในเวลารการทำงานภายใต้กฎระเบียบ การที่ครูหรือบุคลากรทางการศึกษามีความเป็นอิสระในการทำงานจะช่วยส่งเสริมให้มีขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 78 (นิลกุล ภมร, 2564) การเสริมสร้างพลังอำนาจเป็นกลยุทธ์ที่ช่วยในการพัฒนาองค์กรตามนโยบายจุดเน้นด้านประสิทธิภาพการบริหารจัดการศึกษาโดยใช้การกระจายอำนาจและใช้พื้นที่เป็นฐานที่มุ่งพัฒนาคุณภาพผู้เรียนเป็นสำคัญตามหลักธรรมาภิบาลที่เอื้อให้สถานศึกษามีความเป็นอิสระในด้านการบริหาร

ดังนั้นการเสริมสร้างพลังอำนาจจึงเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่องที่นำมาใช้ในองค์กรทำให้การดำเนินงานต่าง ๆ มีประสิทธิภาพและบรรลุผลตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ส่งผลต่อมาตรฐานในการปฏิบัติงานของครูซึ่งการใช้พลังอำนาจของผู้บริหารนั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารสถานศึกษาให้ครูมีการปฏิบัติหน้าที่ หรืองานที่รับผิดชอบ เป็นไปตามมาตรฐานในการปฏิบัติงาน และจากการศึกษางานวิจัยพบว่าสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรินทร์ดา เสือจอย (2564) ได้กล่าวไว้ว่าการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร กับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษา ประถมศึกษาสิงห์บุรีโดยภาพรวม มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากที่ได้กล่าวมา ผู้วิจัยมีความสนใจศึกษาการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อ การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานการศึกษาศึกษาพิเศษกลุ่ม 2

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจ

จากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการหลายแหล่งที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์ องค์ประกอบของการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารจากนักวิชาการและนักวิจัยของไทยและต่างประเทศ จำนวน 12 แหล่ง พบว่า มีองค์ประกอบของการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่สอดคล้องกันจำนวน 7 ด้าน คือ 1) การส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน 2) การได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลป้อนกลับ 3) การส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน 4) การสนับสนุนช่วยเหลือ

ในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ 5) การมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ 6) การได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ 7) การทำงานร่วมกันเป็นทีม

แนวคิดเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน

มาตรฐานการปฏิบัติงาน หมายถึง ข้อกำหนดเกี่ยวกับลักษณะ หรือการแสดงผลพฤติกรรมการปฏิบัติงาน และการพัฒนางาน ซึ่งผู้ประกอบวิชาชีพทางการศึกษาต้องปฏิบัติตามเพื่อให้เกิดผลตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายการเรียนรู้ หรือ การจัดการศึกษา รวมทั้งต้องฝึกฝนให้มีทักษะหรือความชำนาญสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในการปฏิบัติงานตามมาตรฐานการปฏิบัติงานของครู ครูทุกคนต้องปฏิบัติงานตามที่คุรุสภากำหนดตาม มาตรฐานการปฏิบัติงานการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานเป็นไปตามข้อบังคับคุรุสภาว่าด้วย มาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562 เป็นเกณฑ์ ดังนี้ 1) การปฏิบัติหน้าที่ครู 2) การจัดการเรียนรู้ 3) ความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

- การเสริมสร้างพลังอำนาจ**
1. การส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน
 2. การได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลย้อนกลับ
 3. การส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและ ทักษะในการปฏิบัติงาน
 4. การสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการ ปฏิบัติหน้าที่
 5. การมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ
 6. การได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ
 7. การทำงานร่วมกันเป็นทีม



ตัวแปรตาม

- มาตรฐานการปฏิบัติงานของครู**
1. การปฏิบัติหน้าที่ครู
 2. การจัดการเรียนรู้
 3. ความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน

สมมติฐานการวิจัย

1. การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร ในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
2. การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
3. การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 มีความสัมพันธ์ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
4. การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร อย่างน้อยหนึ่งตัวแปร สามารถทำนายการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระเบียบวิธีวิจัย

ตัวแปร

ตัวแปรอิสระ ได้แก่ การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร ประกอบด้วย 1) การส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน 2) การได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลป้อนกลับ 3) การส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน 4) การสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ 5) การมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ 6) การได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ และ 7) การทำงานร่วมกันเป็นทีม

ตัวแปรตาม ได้แก่ การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ประกอบด้วย 1) การปฏิบัติหน้าที่ครู 2) การจัดการเรียนรู้ และ 3) ความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 จำนวน 1,237 คน

กลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยการเปิดตาราง เครจซี่ และ มอร์แกน (Krejcie and Morgan) (1970: 607-610 อ้างถึงใน บุญชม ศรีสะอาด, 2556: 43) มีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นตามสัดส่วน จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 297 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 จำนวน 1 ฉบับ แบ่งเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร

ตอนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน

การหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย นำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่านเพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Content Validity) และสำนวนภาษา ด้วยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence: IOC) โดยแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 อยู่ที่ระดับ 0.930 ตัวแปรตามอยู่ที่ระดับ 0.927 และรวมทั้งฉบับอยู่ที่ระดับ 0.979

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมารวบรวม ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นจึงนำมาจัดระบบตรวจรวบรวมคะแนนแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปคอมพิวเตอร์เพื่อคำนวณหาสถิติ ดังนี้

1) วิเคราะห์ระดับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อและรายด้าน

2) วิเคราะห์ระดับมาตรฐานการปฏิบัติงานของครู ในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยหาค่าเฉลี่ยเลขคณิต (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายข้อและรายด้าน

3) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สันและทดสอบความมีนัยสำคัญของสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient)

4) วิเคราะห์การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อมาตรฐานการปฏิบัติงานของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามหัวข้อดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 (n=297)

การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร	\bar{X}	SD	แปลผล
1. การส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน	4.54	0.46	มากที่สุด
2. การได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลป้อนกลับ	4.48	0.51	มาก
3. การส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน	4.56	0.45	มากที่สุด
4. การสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่	4.51	0.51	มากที่สุด
5. การมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ	4.57	0.50	มากที่สุด
6. การได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ	4.53	0.52	มากที่สุด
7. การทำงานร่วมกันเป็นทีม	4.54	0.49	มากที่สุด
รวม	4.53	0.44	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.53$, $SD = 0.44$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, $SD = 0.50$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลป้อนกลับ อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.48$, $SD = 0.51$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 (n=297)

การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน	\bar{X}	SD	แปลผล
1. การปฏิบัติหน้าที่ครู	4.56	0.42	มากที่สุด
2. การจัดการเรียนรู้	4.61	0.41	มากที่สุด
3. ความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน	4.63	0.40	มากที่สุด
รวม	4.60	0.38	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, $SD = 0.38$) และเมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความสัมพันธ์กับผู้ปกครองและชุมชน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.63$, $SD = 0.40$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุดคือ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ครู อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.56$, $SD = 0.42$)

ตารางที่ 3 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครู ตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	Y _{tot}
X ₁	1							
X ₂	.817**	1						
X ₃	.732**	.849**	1					
X ₄	.638**	.757**	.761**	1				
X ₅	.632**	.753**	.760**	.802**	1			
X ₆	.691**	.807**	.732**	.765**	.794**	1		
X ₇	.673**	.804**	.780**	.792**	.807**	.827**	1	
Y _{tot}	.606**	.699**	.716**	.724**	.710**	.733**	.732**	1

จากตารางที่ 3 พบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และเมื่อพิจารณาความสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 แต่ละด้าน ผลปรากฏดังนี้ ด้านการส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน (X₁) ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลป้อนกลับ (X₂) ด้านการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน (X₃) ด้านการสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ (X₄) ด้านการมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ (X₅) ด้านการได้รับการยกย่องชมเชยและยอมรับ (X₆) และด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม (X₇) มีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ คือ $r = .606, .699, .716, .724, .710, .733$ และ $.732$ ตามลำดับอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	b	β	t	P	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
Constant (β_0)	1.479		9.739**	0.000		
การส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ ความสามารถและทักษะใน การปฏิบัติงาน (X_3)	0.187	0.223	3.001**	0.003	.227	4.403
การได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ (X_6)	0.180	0.245	3.312**	0.001	.229	4.359
การสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่ง ที่จำเป็นต่อการทำงาน (X_4)	0.147	0.197	2.882**	0.004	.270	3.708

Constant (β_0) = 1.479, R = .798, R Square = .637, Adj R Square = .628, F = 72.479, Durbin-Watson = 1.561

**p < .01

จากตารางที่ 4 พบว่า ด้านการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน (X_3) ด้านการได้รับการยกย่องชมเชย และยอมรับ (X_6) และด้านการสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการทำงาน (X_4) ร่วมกันพยากรณ์การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานโดยมีประสิทธิภาพพยากรณ์ร้อยละ 63.7 (R Square = .637) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่า Tolerance = 0.227 - 0.270 ค่า VIF = 3.708 - 4.403 และค่า Durbin-Watson = 1.561 และสามารถนำมาสร้างสมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนดิบได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.479 + 0.187(X_3) + 0.180(X_6) + 0.147(X_4)$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = 0.223(Z_3) + 0.245(Z_6) + 0.197(Z_4)$$

อภิปรายผลการวิจัย

1. การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยทั้ง 7 ด้านอยู่ในระดับมากขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารสถานศึกษามีการเสริมสร้างพลังอำนาจเป็นกระบวนการที่ผู้บังคับบัญชาใช้ในการเพิ่มอำนาจหรือมอบหมายอำนาจหน้าที่ อำนาจการตัดสินใจแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาเพื่อสร้างแรงจูงใจ ความมั่นใจ พัฒนาศักยภาพในการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น โดยผู้บริหารมีการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน การยกย่องชมเชยและยอมรับ

ให้การสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ของครู สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิรัตน์ธาดา เสือจอย ((2564) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี พบว่า ระดับการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหาร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ครูเป็นผู้มีบทบาทสำคัญต่อการศึกษาของชาติ วิชาชีพครูมีความสำคัญต่อการศึกษาและต้องใช้ความเชี่ยวชาญอย่างยิ่ง จึงจำเป็นที่จะต้องมีความรู้ วิชาชีพ เพื่อเป็นเกณฑ์ในการกำหนดควบคุมให้ผู้ประกอบวิชาชีพประพฤติ และปฏิบัติคงไว้ซึ่งความ มุ่งมั่นปฏิบัติหน้าที่ของตนเองอย่างเต็มความสามารถให้สมกับความเป็นครูครุสภาในฐานะสภาวิชาชีพครู และ บุคคลกรทางการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร เกลี้ยงประณีต (ได้ท (2564) วิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ ระหว่างการใช้อำนาจของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต จังหวัดกาญจนบุรี 8 พบว่า การปฏิบัติงานตามมาตรฐาน วิชาชีพของครูในสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานใน สถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมื่อผู้บริหารสถานศึกษามีการเสริมสร้างพลังอำนาจอย่างต่อเนื่องทั้งด้านการ ส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลสารสนเทศ และข้อมูลป้อนกลับ ด้าน ส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน ด้านการสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อ การปฏิบัติหน้าที่ ด้านการมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ ความสามารถ ด้านการได้รับการยกย่อง ชมเชย และยอมรับ และด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ย่อมส่งผลให้ระดับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐาน การปฏิบัติงานสูงขึ้นเช่นกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ดวงพร เกลี้ยงประณีต (2564) ได้ทำวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อำนาจของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพของครูใน สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต จังหวัดกาญจนบุรี 8 การใช้อำนาจของ ผู้บริหารศึกษาโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพของครู อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ .01

การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารด้าน 4.การได้รับการยกย่องชมเชยและยอมรับ (X_6) ด้านการ สนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ (X_4) และด้านการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถ และทักษะในการปฏิบัติงาน (X_3) ร่วมกันทำนายการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานใน สถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งตัวแปร ทั้ง 3 ตัวแปร สามารถอธิบายการผันแปรของระดับการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงาน ได้ร้อยละ 70.63 (R square = (637.0 เป็นไปตาม ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษา พิเศษกลุ่ม 2 มีการเสริมสร้างพลังอำนาจที่เป็นแนวคิดที่จะช่วยพัฒนาความสามารถของบุคคลและทีมงานให้ สามารถทำงานได้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการเสริมสร้างพลังอำนาจต้องพิจารณาจากหลาย

องค์ประกอบที่เกิดขึ้นในภาพรวมขององค์การ ตัวบุคคล และกลุ่มหรือทีมงาน หากผู้บริหารมีการเสริมสร้างพลังอำนาจอย่างต่อเนื่องก็จะส่งผลต่อความสำเร็จของหน่วยงาน ดังนั้นตัวแปรด้านการได้รับการยกย่องชมเชยและยอมรับ (X_6) ด้านการสนับสนุนช่วยเหลือในสิ่งที่จำเป็นต่อการปฏิบัติหน้าที่ (X_4) และด้านการส่งเสริมเพิ่มพูนความรู้ความสามารถและทักษะในการปฏิบัติงาน (X_3) มีน้ำหนักการทำนายตามลำดับ จึงส่งผลให้การปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานดีขึ้นด้วย จึงสามารถร่วมกันทำนายการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิตติพัฒน์ วิณิน (2566) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการทำงานของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการเขต พบว่า การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการ 2 ทำงานของครู อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยการเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารร่วมกัน พยากรณ์ขวัญกำลังใจในการทำงานของครูได้ร้อยละ 61

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรมีการศึกษาปัญหาและแนวทางการเสริมสร้างอำนาจของผู้บริหารในสถานศึกษาสังกัดสำนักบริหารงานการศึกษาพิเศษกลุ่ม 2 เนื่องจากการศึกษาถึงสภาพปัญหาของการเสริมสร้างพลังอำนาจจะสามารถนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพต่อไป

2. ควรมีการศึกษาถึงสาเหตุของปัจจัยการเสริมสร้างอำนาจด้านการส่งเสริมความเป็นอิสระในการทำงาน ด้านการได้รับข้อมูลข่าวสารข้อมูลสารสนเทศและข้อมูลป้อนกลับ ด้านการมอบหมายหน้าที่ที่สอดคล้องกับความรู้ความสามารถ และด้านการทำงานร่วมกันเป็นทีม ที่ไม่สามารถร่วมทำนายการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานได้นั้น ว่าสาเหตุใดจึงไม่ส่งผล เพื่อนำมาพัฒนาการปฏิบัติงานของครูตามมาตรฐานการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กรกต ชาวสะอาด. (2559). สมรรถนะผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครปฐม เขต 1.วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

ข้อบังคับคุรุสภา ว่าด้วยมาตรฐานวิชาชีพ (ฉบับที่ 4) พ.ศ. 2562. (2562). ราชกิจจานุเบกษา (เล่มที่ 136).

ชูศรี วงศ์รัตน์. (2544). เทคนิคการใช้สถิติเพื่อการวิจัย. กรุงเทพฯ: เทพเนรมิตการพิมพ์.

จิตติพัฒน์ วิณิน. (2566). การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการทำงานของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการเขต 2. ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

- ดวงพร เกลี้ยงประณีต. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างการใช้อำนาจของผู้บริหารสถานศึกษากับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เขต 8 จังหวัดกาญจนบุรี. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง.
- นิลุบล ภมร. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงานของข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตการศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2556). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 9). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ปภาดา สุขสวัสดิ์. (2564). การดำเนินงานตามมาตรฐานเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารที่ส่งผลต่อมาตรฐานการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วนิดา ทิพย์กมลธนกุล (2562). การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 9. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต(สาขาวิชาการบริหารการศึกษา).มหาวิทยาลัยศิลปากร
- วิรัตน์รดา เสือจอย. (2564). การเสริมสร้างพลังอำนาจของผู้บริหารกับการปฏิบัติงานตามมาตรฐานวิชาชีพครู ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต(การบริหารการศึกษา). มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สวาด พลกล้า . (2561). การเสริมสร้างพลังอำนาจของครูที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูทุกคน. ตำบล สังกัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัยในกลุ่มจังหวัดร้อยแก่นสารสินธุ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา.มหาวิทยาลัยราชภัฏร้อยเอ็ด
- สายฟ้า หาสีสุข, (2566). SBM พื้นฐานความสำเร็จของการศึกษายุคใหม่ School-Based Management (SBM) the basis for the success of modern education. Journal of Education Buriram Rajabhat University, 3(1), 77-86
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570. กรุงเทพฯ: สำนักงานนายกรัฐมนตรี.
- สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. มาตรฐานวิชาชีพและจรรยาบรรณของวิชาชีพ (Professional Standards and Ethics). พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ : พี.เอ. สีฟวิง
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580). พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579. กรุงเทพมหานคร: พรักหวานกราฟฟิค จำกัด.

การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา
มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1

The Risk Management Affecting to School Administration According to the Educational
Quality Assurance Standards, Standard 2 of the school, under Nakhon Sawan
Primary Educational Service Area office 1

มาริษา มังกร¹ และ ทินกร พูลพุด²

^{1,2} มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, momarisa86@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการจัดการความเสี่ยงของโรงเรียน, 2) ศึกษาระดับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2, 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2, 4) สร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยการจัดการความเสี่ยงที่สามารถทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 254 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00 แบบสอบถามทั้งหมดมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า 1) การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ 2) การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) การจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และ 4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบข้อบังคับ (X_4) ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน (X_6) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (X_1) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X_7) ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ (X_2) ที่ร่วมกันทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรได้ร้อยละ 63.80 ($R^2 = 0.638$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = 1.329 + 0.531 (X_4) + 0.360 (X_6) + 0.198 (X_1) + 0.181 (X_7) + 0.170 (X_2)$$

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Z} = 0.477(Z_4) + 0.418(Z_6) + 0.253(Z_1) + 0.239(Z_7) + 0.225(Z_2)$$

คำสำคัญ : การจัดการความเสี่ยง, มาตรฐาน, การประกันคุณภาพการศึกษา

Abstract

The purposes of thesis were to: 1) study the level of risk management of school, 2) to studies the level of school administration according to the educational quality assurance standards: standard 2, 3) to studies the relationship between the risk management and school administration according to the educational quality assurance standards, standard 2, and 4) to create predictions from the risk management affecting e school administration according to the educational quality assurance standards, standard 2. Collecting the data from 254 teachers under Nakhonsawan Primary Educational Service Area Office 1 by a 5-level rating scale questionnaire; IOC was between 0.80 – 1.00. The total reliability of the entire questionnaire was 0.967 were used to collected the data. Data were analyzed in terms of means, standard deviation, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient; r and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results was found that: 1) the overall of risk management of school were at a high level. The highest average was strategic risk and the lowest average was financial and budget risk. 2) The overall of school administration according to the educational quality assurance standards, standard 2 were at a high level. 3) The risk management had a high positive relationship with school administration according to the educational quality assurance standards, standard 2 was significantly at the level of 0.01. 4) There are variables in risk management of laws, rules and regulations (X_4), Teaching and learning risk (X_6), Strategic risk (X_1), Security risks (X_7), Financial and budgetary risk (X_2), together predict school administration according to the educational quality assurance standards, standard 2 with statistical significance at 0.01 level, can explain the variation by 63.80 percent ($R^2 = 0.638$). Create a forecast equation as follows.

The regression coefficients in raw score

$$\hat{Y} = 1.329 + 0.531 (X_4) + 0.360 (X_6) + 0.198 (X_1) + 0.181 (X_7) + 0.170 (X_2)$$

The regression coefficients in standard score

$$\hat{Z} = 0.477(Z_4) + 0.418(Z_6) + 0.253(Z_1) + 0.239(Z_7) + 0.225(Z_2)$$

Keywords : Risk Management, Standards, Educational Quality Assurance

บทนำ

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – พ.ศ. 2570) ได้กล่าวไว้ว่า การพัฒนาทุนมนุษย์ทุกช่วงวัยที่ผ่านมาได้มีความพยายามปรับปรุงคุณภาพการศึกษาทุกระดับทั้งการยกระดับมาตรฐานการศึกษา การพัฒนากระบวนการเรียนรู้ การใช้เทคโนโลยีและการพัฒนานวัตกรรมการเรียน รวมถึงการพัฒนาพื้นที่นวัตกรรมที่เป็นแบบอย่างด้านการศึกษา ทำให้สถานศึกษามีความเป็นอิสระควบคู่กับมีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น รวมถึงการส่งเสริมภาคีการพัฒนาเข้ามามีส่วนร่วมจัดการศึกษา และการเรียนรู้มากขึ้น โดยเฉพาะการจัดการอาชีวศึกษาและการอุดมศึกษาในหลายรูปแบบ อาทิ การจัดการศึกษาทวิภาคี สหกิจ

ศึกษา รวมถึงความพยายามในการลดความเหลื่อมล้ำทางการศึกษา โดยค้นหาเด็กและผู้เรียนที่ด้อยโอกาส และจัดสรรเงินอุดหนุนผ่านกลไกของกองทุนเพื่อความเสมอภาคทางการศึกษา ตลอดจนรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 ได้กำหนดให้รัฐต้องดำเนินการให้เด็กทุกคนได้รับการศึกษาเป็นเวลาสิบสองปี ตั้งแต่ก่อนวัยเรียนจนจบการศึกษาภาคบังคับอย่างมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย รวมถึงรัฐพึงให้ความช่วยเหลือเด็ก เยาวชน สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ ผู้ยากไร้ และผู้ด้อยโอกาสให้สามารถดำรงชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานกฤษฎีกา, 2565: 121)

จากผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติดระดับเขตพื้นที่การศึกษาชั้นประถมศึกษาปีที่ 2564 และ 2563 ปีการศึกษา 3 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 พบว่า การประเมินในภาพรวมทั้ง มีคะแนนเฉลี่ยร้อยละเพิ่มขึ้น 2563 กับปีการศึกษา 2562 ด้าน ปีการศึกษา 2 ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติดระดับเขตพื้นที่ การศึกษาชั้น 83.0 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยร้อยละการพัฒนา เพิ่มจากปีการศึกษา ผลการเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติดระดับเขตพื้นที่ 91.6 ร้อยละ 2562 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยร้อยละการพัฒนา ลดลงจากปี 2564 และ 2563 ปีการศึกษา 3 การศึกษาชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 35.0 ร้อยละ 2562 การศึกษาผลการติดตามและประเมินผลการบริหารและการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต ตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษามีระดับ 1 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์) คุณภาพดีมาก เขต 1, 2564: 1-3) หากการจัดการความเสี่ยงของสถานศึกษาที่ไม่ดีจะส่งผลให้สถานศึกษามีความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ เกิดความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ ด้านการดำเนินงาน และด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ไม่มีคุณภาพส่งผลให้ประสิทธิผลการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาจจะไม่เป็นไปตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษาตามประกาศของกระทรวงศึกษาธิการ (2561) เรื่อง ให้ใช้มาตรฐานการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในมาตรฐานที่ 2 กระบวนการบริหารและการจัดการในด้านมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สถานศึกษา กำหนดชัดเจน มีระบบบริหารจัดการคุณภาพของสถานศึกษา ดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษาและทุกกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาครูและบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ จัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการจัดการเรียนรู้

การจัดการความเสี่ยงเป็นการบริหารความเสี่ยงองค์กร เป็นกลยุทธ์และเครื่องมือในการบริหาร สำหรับผู้บริหารอีกประการหนึ่ง ผู้บริหารจึงต้องหาแนวทางในการดำเนินการบริหารจัดการศึกษาให้เป็นไปตามมาตรฐาน โดยการนำความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นกับองค์กรมาเป็นเครื่องมือในการดำเนินการท่ามกลางสถานการณ์แห่งการเปลี่ยนแปลงการใช้ประเด็นปัจจัยการส่งเสริมสนับสนุนการบริหารจัดการมาเป็นตัวชี้วัด ที่อาจเกิดความเสียหายในด้านการเงิน ความเสี่ยงในด้านปฏิบัติการ ความเสี่ยงในด้านอำนาจการ และความเสี่ยงในด้านกลยุทธ์ ทั้งนี้แนวทางในการบริหารความเสี่ยง มาตรฐานในระดับสากล COSO ย่อมาจาก Committee of Sponsoring Organizations of Treadway Commission เป็นองค์กรในสหรัฐอเมริกาที่ได้พัฒนาแนว

ทางการบริหารความเสี่ยงมาตรฐานในระดับสากลเพื่อให้องค์กรต่างๆ ใช้เป็นแนวปฏิบัติ คือ เหตุการณ์ที่มีความไม่แน่นอนซึ่งหากเกิดขึ้นจะมีผลกระทบในเชิงลบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายขององค์กร โดยการจัดการความเสี่ยงนั้นอาจมีวิธีหลายๆ แบบแต่ที่นิยมจัดการความเสี่ยงในยุคปัจจุบัน คือ การตั้งเกณฑ์และวิธีการที่มาบรรเทาสถานการณ์ให้เกิดกระบวนการปฏิบัติงานในด้านการยอมรับความเสี่ยง การควบคุมความเสี่ยง การหลีกเลี่ยงความเสี่ยงและการถ่ายโอนความเสี่ยง (The Committee of Sponsoring Organization of the Tread way Commission (COSO), (15 :2004

จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าวผู้วิจัยมีความเชื่อว่าการจัดการความเสี่ยงของสถานศึกษาจะส่งผลให้การบริหารจัดการศึกษาเป็นไปตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษาและเกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี จึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง การจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 เพื่อให้สามารถนำการบริหารความเสี่ยงไปพัฒนาการบริหารจัดการศึกษาให้ เป็นไปตามมาตรฐานการประกันคุณภาพศึกษาให้เกิดประสิทธิผลต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
4. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ปัจจัยการจัดการความเสี่ยงที่สามารถทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา 2 ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อใช้เป็นแนวทางในการศึกษาค้นคว้าตามลำดับ ดังนี้ การจัดการความเสี่ยง หมายถึง กระบวนการดำเนินการเพื่อลดสาเหตุที่จะทำให้เกิดความผิดพลาดในการบริหารสถานศึกษา ทั้งความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ การควบคุมติดตามตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงานของสถานศึกษาให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันและบรรลุตามวัตถุประสงค์ได้โดยมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากขึ้นประกอบด้วย 8 ด้าน คือ 1) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ 2) ความเสี่ยงด้าน

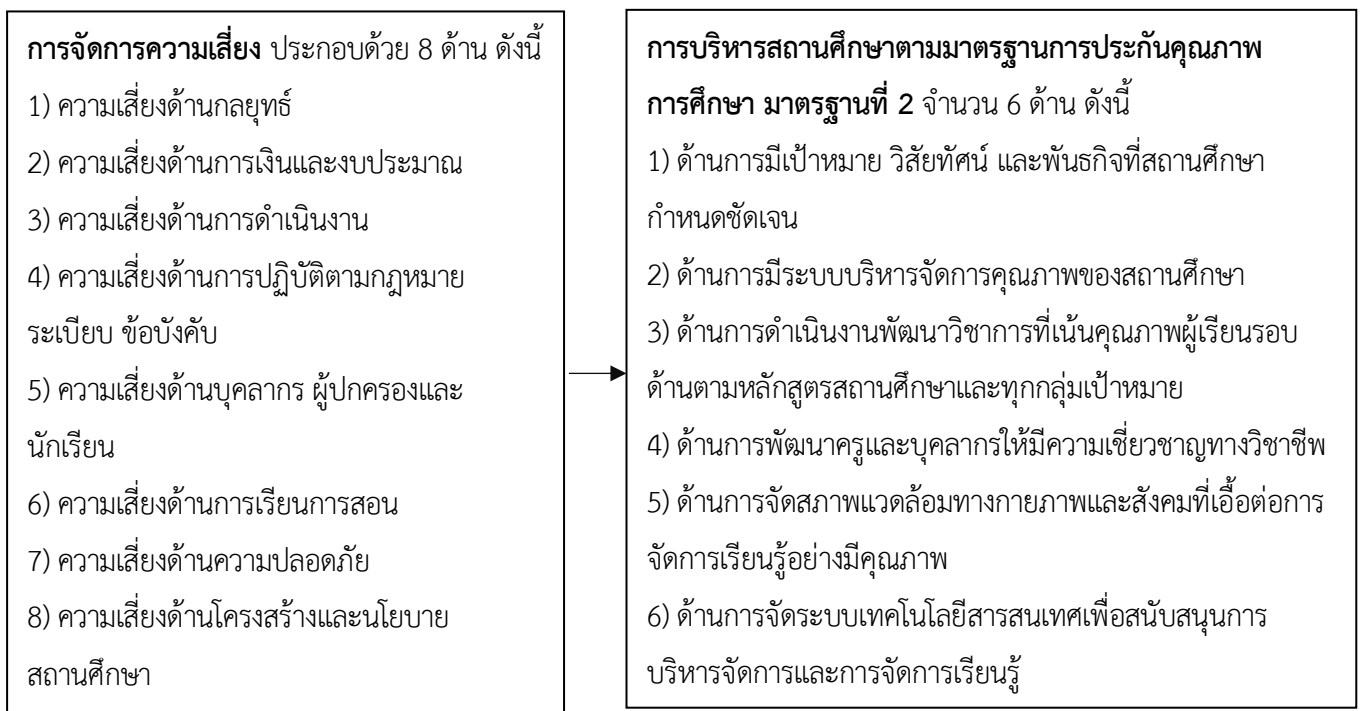
การเงินและงบประมาณ 3) ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน 4) ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ 5) ความเสี่ยงด้านบุคลากร 6) ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน 7) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย 8) ความเสี่ยงด้านโครงสร้างและนโยบายสถานศึกษา

มาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา หมายถึง การจัดระบบบริหารจัดการคุณภาพของสถานศึกษาตามมาตรฐานเพื่อการประเมินคุณภาพภายนอกที่มีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจอย่างชัดเจน สามารถดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้าน ตามหลักสูตรสถานศึกษาในทุกกลุ่มเป้าหมาย จัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ดำเนินการพัฒนาครูและบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ และจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ เพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการเรียนรู้ รวมทั้งจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้ ประกอบด้วย 6 ด้าน คือ 1) ด้านการมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สถานศึกษากำหนดชัดเจน 2) ด้านการมีระบบบริหารจัดการคุณภาพของสถานศึกษา 3) ด้านการดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษา และทุกกลุ่มเป้าหมาย 4) ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ 5) ด้านการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ 6) ด้านการจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการจัดการเรียนรู้

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
2. การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนใน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
3. การจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่มีความสัมพันธ์กันใน 1 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2 ทางบวกได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ.05
4. การจัดการความเสี่ยงอย่างน้อย 1 ตัวแปรสามารถทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 1 นครสวรรค์ เขต.05

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 751 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1, 2566: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 254 คน ได้มาจากการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดตารางเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970: 607-610 อ้างถึงในบุญชม ศรีสะอาด, 2554: 79) และทำการสุ่มแบบแบ่งชั้นและกำหนดสัดส่วนตามขนาดของโรงเรียน จากนั้นทำการสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 คน

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 3 ตอน โดยมีขั้นตอนการสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือการวิจัย ดังนี้

2.1 สร้างแบบสอบถามเรื่อง การจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ซึ่งเป็นแบบสอบถามแบบ

มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) คือ มากที่สุด มากปานกลาง น้อย น้อยที่สุด

2.2 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแบบสอบถามลงความเห็นและให้คะแนน แล้ววิเคราะห์การหาค่าตรงกับความสอดคล้อง (IOC: Index of Item-Objective Congruence) ระหว่างข้อความคำถามกับเนื้อหา พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่า IOC ระหว่าง 0.80-1.00

2.3 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำผลจากการทดลองใช้เครื่องมือมาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ความเชื่อมั่นแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 99) พบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.967 และจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ เพื่อนำไปเก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริง

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากครูผู้สอนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 โดยดำเนินการส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 254 ฉบับ ผู้วิจัยติดต่อขอรับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ตามวัน และเวลาที่กำหนด รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามคืนทั้งหมด จำนวน 254 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืน มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วนำไปวิเคราะห์ผล

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

4.2 สถิติที่ใช้ ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ภาพรวมและรายด้าน

ด้านที่	การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียน	\bar{X}	SD	แปลผล
1	ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์	44.4	55.0	มาก
2	ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ	14.4	59.0	มาก
3	ความเสี่ยงด้านการดำเนินงาน	20.4	49.0	มาก
4	ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ	36.4	48.0	มาก
5	ความเสี่ยงด้านบุคลากร ผู้ปกครองและนักเรียน	22.4	50.0	มาก
6	ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน	21.4	48.0	มาก
7	ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย	35.4	50.0	มาก
8	ความเสี่ยงด้านโครงสร้างและนโยบายสถานศึกษา	23.4	54.0	มาก
	รวม	27.4	52.0	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.27, SD = 0.52$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ ($\bar{X} = 4.44, SD = 0.55$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ ($\bar{X} = 4.14, SD = 0.59$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ภาพรวมและรายด้าน

ด้านที่	การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพมาตรฐานที่ 2	\bar{X}	SD	แปลผล
1	ด้านการมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สถานศึกษากำหนดชัดเจน	26.4	53.0	มาก
2	ด้านการมีระบบบริหารจัดการคุณภาพของสถานศึกษา	37.4	52.0	มาก
3	ด้านการดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษาและทุกกลุ่มเป้าหมาย	57.4	51.0	มากที่สุด
4	ด้านการพัฒนาครูและบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ	44.4	49.0	มาก
5	ด้านการจัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่เอื้อต่อการจัดการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ	45.4	50.0	มาก
6	ด้านการจัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการจัดการเรียนรู้	48.4	50.0	มาก
	รวม	43.4	51.0	มาก

จากตารางที่ 2 การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43, SD = 0.51$) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่

เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษาและทุกกลุ่มเป้าหมาย ($\bar{X} = 4.57$, $SD = 0.51$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สถานศึกษากำหนดชัดเจน ($\bar{X} = 4.26$, $SD = 0.53$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	Y _{tot}
X ₁	1.00								
X ₂	0.53**	1.00							
X ₃	0.41**	0.65**	1.00						
X ₄	0.10	0.15*	0.39**	1.00					
X ₅	0.38**	0.06	0.17**	0.06	1.00				
X ₆	0.39**	0.09	0.26**	0.18**	0.85**	1.00			
X ₇	0.49**	0.21**	0.23**	0.09	0.69**	0.81**	1.00		
X ₈	0.47**	0.23**	0.27**	0.14*	0.31**	0.35**	0.38**	1.00	
Y _{tot}	0.50**	0.43**	0.55**	0.59**	0.37**	0.48**	0.37**	0.34**	1.00

** p < 0.01

จากตารางที่ 3 พบว่า การจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise ในการพยากรณ์การจัดการความเสี่ยงที่สามารถทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	B	Beta	t	p	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	329.1		3.323*	0.001		
ความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ (X ₄)	.0531	0.477	12.075**	0.000	0.934	1.070
ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน (X ₆)	.0360	0.418	6.198**	0.000	0.321	1.116
ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (X ₁)	.0198	0.253	4.991**	0.000	0.569	1.757
ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X ₇)	.0181	0.239	4.584**	0.000	0.504	1.590
ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ (X ₂)	.0170	0.225	4.476**	0.000	0.684	1.462
ค่าคงที่ (Constant) = 1.329 R = 0.799 R Square = 0.638 Adjusted R Square = 0.630 Durbin-Watson = 2.639 F = 87.333						

** p < 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า การจัดการความเสี่ยงที่สามารถทำนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐาน การประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 พบว่า มีตัวแปรความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ (X_4) ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน (X_6) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (X_1) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X_7) ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ (X_2) ที่ร่วมกันทำนายการบริหารสถานศึกษาตาม มาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถ อธิบายการผันแปรได้ร้อยละ 63.80 ($R^2 = 0.638$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = 1.329 + 0.531 (X_4) + 0.360 (X_6) + 0.198 (X_1) + 0.181 (X_7) + 0.170 (X_2)$$

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Z} = 0.477(Z_4) + 0.418(Z_6) + 0.253(Z_1) + 0.239(Z_7) + 0.225(Z_2)$$

อภิปรายผล

1. การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษา ได้ดำเนินการกำหนดแผนกลยุทธ์ที่สามารถ นำไปปฏิบัติได้ตามความเหมาะสม สามารถจัดสรรงบประมาณให้เป็นไปตามเป้าหมายของสถานศึกษาที่กำหนด ไว้ มีการจัดแนวทางการประเมินผลการปฏิบัติงานอย่างชัดเจน มีระบบควบคุมภายในของสถานศึกษาเหมาะสม มีความทุ่มเทการทำงาน และความซื่อสัตย์จงรักภักดีต่อสถานศึกษา มีการกำหนดกฎระเบียบให้กับนักเรียนอย่าง คร่งครัด มีการกำหนดนโยบายการดำเนินงานของโรงเรียนมีความชัดเจน แน่นนอนและครอบคลุมทุกกิจกรรมการ ดำเนินของโรงเรียนจึงส่งผลให้การจัดการความเสี่ยงของอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กนกลักษณ์ มาพิจารณ์ (2563) พบว่า การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนประถมศึกษาในอำเภอลาดยาว สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2 โดยรวมมีการจัดการความเสี่ยงอยู่ในระดับมาก

2. การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สถานศึกษามีผลการดำเนินงานในส่วนของการดำเนินงานพัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพ ผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษาและทุกกลุ่มเป้าหมาย ผู้บริหารสถานศึกษามีการกำหนดเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษา มีการนำแผนไปปฏิบัติเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ครูผู้สอนจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของครองยุทธ นบนอบ, สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง (2562) พบว่า ระดับปัจจัยการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐาน การประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สมุทรปราการ เขต 2 จำนวน 6 ด้าน โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

3. การจัดการความเสี่ยงกับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐาน ที่ 2 มีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็น เพราะเมื่อสถานศึกษามีการพัฒนากระบวนการจัดการความเสี่ยงทั้งในด้านกลยุทธ์ ด้านการเงินและ งบประมาณ ด้านการดำเนินงาน ด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ด้านบุคลากร ผู้ปกครองและ นักเรียน ด้านการเรียนการสอน ด้านความปลอดภัย ด้านโครงสร้างและนโยบายสถานศึกษาที่มีคุณภาพมีการ ปฏิบัติงานมากขึ้นสามารถนำผลที่ได้จากการจัดการความเสี่ยงมาปรับใช้อย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารสถานศึกษาให้ ความสำคัญ ใส่ใจและหาแนวทางในการพัฒนาผู้เรียน ย่อมส่งผลให้การบริหารสถานศึกษาเกิดประสิทธิผล

ตามมาด้วยส่งผลให้มาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษาตามมาตรฐานที่ 2 สูงขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ ครองยุทธ นบนอบ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง (2562) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหาร ความเสี่ยงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 ทั้ง 6 ด้าน มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมาก ($r_{xy} = .770$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. การจัดการความเสี่ยงที่สามารถทำนายนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพ การศึกษา มาตรฐานที่ 2 พบว่า มีตัวแปรความเสี่ยงด้านการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ (X_4) ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน (X_6) ความเสี่ยงด้านกลยุทธ์ (X_1) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X_7) ความเสี่ยง ด้านการเงินและงบประมาณ (X_2) ที่ร่วมกันทำนายนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพ การศึกษา มาตรฐานที่ 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสามารถอธิบายการผันแปรของระดับการ บริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ได้ร้อยละ 63.80 ($R^2 = 0.638$) ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สถานศึกษามีการพัฒนาแนวทางการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ พัฒนากลยุทธ์ที่สามารถปฏิบัติได้จริง พัฒนาระบบการเรียนการสอนที่สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและ ทันยุคสมัย สามารถจัดสรรการเงินและงบประมาณและนำไปใช้ได้ถูกต้องตามงบประมาณที่ได้รับ ดังนั้น ตัวแปรการปฏิบัติตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ (X_4) ความเสี่ยงด้านการเรียนการสอน (X_6) ความเสี่ยงด้าน กลยุทธ์ (X_1) ความเสี่ยงด้านความปลอดภัย (X_7) ความเสี่ยงด้านการเงินและงบประมาณ (X_2) มีน้ำหนักในการทำนายนายตามลำดับ จึงส่งผลให้การบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ดีขึ้นด้วยจึงสามารถร่วมกันทำนายนายการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐาน ที่ 2 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ครองยุทธ นบนอบ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง (2562) ได้วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงใน สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษา คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการติดตามกระบวนการ บริหารความเสี่ยง ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ร่วมกันพยากรณ์ ได้ร้อยละ 62.40

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ

ผลการวิจัยการบริหารความเสี่ยงมีความสัมพันธ์กับการบริหารสถานศึกษาตามมาตรฐานการ ประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ดังนั้น ผู้บริหารโรงเรียนควรให้ความสำคัญกับการบริหารความเสี่ยงในโรงเรียนของตนเอง จัดอบรมหรือสัมมนา ส่งเสริมให้บุคลากรมีความรู้ ความเข้าใจ ความสามารถควบคุมความเสี่ยงเพื่อป้องกัน โรงเรียนทำให้เกิดประสิทธิผลตามมาตรฐานการประกันคุณภาพการศึกษา มาตรฐานที่ 2 ภายในโรงเรียนอย่าง สูงสุดตามมีเป้าหมาย วิสัยทัศน์ และพันธกิจที่สถานศึกษากำหนดชัดเจน พัฒนาระบบบริหารจัดการคุณภาพ ของสถานศึกษา พัฒนาวิชาการที่เน้นคุณภาพผู้เรียนรอบด้านตามหลักสูตรสถานศึกษาและทุกกลุ่มเป้าหมาย พัฒนาครูและบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญทางวิชาชีพ จัดสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมที่เอื้อต่อการ จัดการเรียนรู้อย่างมีคุณภาพ จัดระบบเทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการและการจัดการ เรียนรู้ โดยรวมให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ของโรงเรียน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัญหา และแนวทางการแก้ไขปัญหาเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 เนื่องจากว่า การศึกษาถึงสภาพปัญหาที่พบ และร่วมกันหาแนวทางการแก้ไขปัญหที่เกิดขึ้นเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง ได้ จะสามารถนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพต่อไป

บรรณานุกรม

- กนกลักษณ์ มาพิจารณ์. (2563). การจัดการความเสี่ยงของโรงเรียนประถมศึกษาในอำเภอลาดยาว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 2. (สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). นครสวรรค์: คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา.
- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). ประกาศมาตรฐานการศึกษาระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน แนบท้ายประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง ให้ใช้มาตรฐานการศึกษาระดับปฐมวัย ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน และระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานศูนย์การศึกษาพิเศษ ฉบับลงวันที่ 6 สิงหาคม พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: ผู้แต่ง
- ครองยุทธ นบนอบ, สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. E-Journal of Education Studies, Burapha University, 1(6), 40-54.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1. (2564). รายงานผลการดำเนินงาน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564. นครสวรรค์: ผู้แต่ง.
- _____. (2566). บริบทของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1. ค้นเมื่อ มิถุนายน 15, 2566, จาก <https://www.nsw1.go.th>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสาม พ.ศ. 2566-2570. กรุงเทพฯ: สำนักนายกรัฐมนตรี.
- The Committee of Sponsoring Organization of the Tread way Commission (COSO). (2004). Enterprise Management – Integrated Framework. Retrieved December, 15, 2023, from www.coso.org.com

การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

The Internal control that affects the operational effectiveness of educational
institutions under Nakhon Sawan Primary Educational Service Area office 1

กรรณกนก สุทธีวีรสรณ์¹ และ โยธิน ศรีโสภะ²

^{1,2} มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, fern.kankanok@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการควบคุมภายในของสถานศึกษา, 2) ศึกษาระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา, 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา, 4) ศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 254 คน เก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ ซึ่งมีค่า IOC ระหว่าง 0.80 – 1.00 มีค่าความเที่ยงทั้งฉบับเท่ากับ 0.955 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ผลการศึกษาพบว่า 1) การปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ($r = 0.84$) และ 4) การควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1) ด้านการติดตามประเมินผล (X_5) ด้านกิจกรรมการควบคุม (X_3) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4) ที่ร่วมกันทำนายประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร สามารถอธิบายการผันแปรของระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาได้ร้อยละ 84.70 ($R^2 = 0.847$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = -0.330 + 0.300 (X_1) + 0.295 (X_5) + 0.287 (X_3) + 0.202 (X_4)$$

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Z} = 0.370(Z_1) + 0.415(Z_5) + 0.354(Z_3) + 0.217(Z_4)$$

คำสำคัญ : การควบคุมภายใน, ประสิทธิภาพ, การดำเนินงานของสถานศึกษา

Abstract

The purposes of thesis were to: 1) study the level of internal control of educational institutions, 2) to studies the level of effectiveness of educational institutions, 3) to studies the relationship between the internal control and effectiveness of educational institutions and 4) to create predictions from internal control affecting effectiveness of educational institutions. Collecting the data from 254 teachers under Nakhonsawan Primary Educational Service Area Office 1 by a 5-level rating scale questionnaire; IOC was between 0.80 – 1.00, and the entire questionnaire was 0.955. Data were analyzed in terms of means, standard deviation, Pearson's Product Moment Correlation Coefficient; r and Stepwise Multiple Regression Analysis.

The results was found that: 1) the overall of internal control of educational institutions were at a high level. 2) The overall of effectiveness of educational institutions were at a high level. 3) The internal control had a high positive relationship with effectiveness of educational institutions was significantly at the level of 0.01 ($r = 0.84$). 4) There are variables in internal control of control environment (X_1), monitoring and evaluation (X_5), control activities (X_3), information and communication (X_4), together predict effectiveness of educational institutions with statistical significance at 0.01 level. All 4 variables can explain the variation by 84.70 percent ($R^2 = 0.847$). Create a forecast equation as follows.

The regression coefficients in raw score

$$\hat{Y} = -0.330 + 0.300(X_1) + 0.295(X_5) + 0.287(X_3) + 0.202(X_4)$$

The regression coefficients in standard score

$$\hat{Z} = 0.370(Z_1) + 0.415(Z_5) + 0.354(Z_3) + 0.217(Z_4)$$

Keywords : Internal Control, Effectiveness, Educational Institutions

บทนำ

ระบบการควบคุมภายในเป็นกลไกที่สำคัญและเป็นเครื่องมือในการบริหารงานของผู้บริหารทั้งภาครัฐและเอกชน เป็นกระบวนการที่ช่วยเสริมสร้างความมีประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้หน่วยงานบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ การควบคุมภายในจึงต้องมีการพัฒนาอยู่เสมอเพราะนอกจากจะช่วยให้หน่วยงานมีระบบการควบคุมภายในที่ดีแล้ว ยังเป็นการส่งเสริมให้เกิดการบริหารกิจการองค์กรที่ดีอีกด้วย ในปี 2013 คณะกรรมการร่วมของสถาบันวิชาชีพ 5 สถาบันในสหรัฐอเมริกา ซึ่งเรียกว่า Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (COSO) สำหรับใช้เป็นแนวทางการควบคุมภายในขององค์กร และเพื่อให้สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมของธุรกิจในปัจจุบัน การควบคุมภายในดังกล่าวประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ คือ 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม (Control Environment) 2) การประเมิน

ความเสี่ยง (Risk Assessment) 3) กิจกรรมการควบคุม (Control Activities) 4) สารสนเทศและการสื่อสาร (Information and Communication) และ 5) กิจกรรมการกำกับติดตามและประเมินผล (Monitoring Activities) โดยหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐและเอกชนได้มีการนำแนวคิดการควบคุมภายใน (COSO, 2013) มาใช้ในการออกแบบระบบควบคุมภายใน และติดตามผลการปฏิบัติตามระบบการควบคุมภายในขององค์กร เพื่อให้เกิดความมั่นใจอย่างสมเหตุสมผลว่าการปฏิบัติงานจะบรรลุผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ที่กำหนด แต่ที่ผ่านมามีการพบว่าการดำเนินการควบคุมภายใน มีข้อสังเกตด้านต่าง ๆ ดังนี้ ด้านบัญชี ในการบันทึกบัญชีไม่จัดทำทะเบียนต่าง ๆ จัดทำไม่ครบไม่เป็นปัจจุบัน ไม่จัดทำงบกระทบยอดเงินฝากธนาคาร มีลูกหนี้ค้างนานหรือไม่เร่งรัดจัดเก็บลูกหนี้ที่ค้างนาน ด้านการเงิน ในการดำเนินการเกี่ยวกับเงินสด เงินฝากธนาคาร การนำส่งเงิน ใบเสร็จรับเงิน ไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่ถูกต้อง ด้านการควบคุมภายใน ไม่ให้ความสำคัญในการจัดวางระบบควบคุมภายใน ด้านการส่งรายงานการเงินให้ตรวจสอบล่าช้าเกินกว่าระยะเวลาที่กฎหมายกำหนด ไม่ส่งรายงานการเงินให้ตรวจสอบ ด้านงบประมาณ การตั้งงบประมาณรายจ่ายไม่เป็นไปตามกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับหนังสือสั่งการ ไม่มีฎีกาหรือหลักฐานการจ่ายเงินให้ตรวจสอบ ค่าใช้จ่ายเดินทางไปราชการ การปฏิบัติไม่เป็นไปตามหลักการบริหารจัดการที่ดี การใช้จ่ายเงินของหน่วยรับตรวจไม่เกิดผลสัมฤทธิ์ ไม่มีประสิทธิภาพ ไม่เป็นไปโดยประหยัด ไม่คุ้มค่า (สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. 2563: 78-80)

ประสิทธิผลของสถานศึกษาโดยส่วนใหญ่แล้วจะมุ่งไปที่การทำงานให้บรรลุผลตามวัตถุประสงค์ ซึ่งสรุปว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานของสถานศึกษา คือ การที่โรงเรียนสามารถดำเนินการให้บรรลุเป้าหมายของโรงเรียนได้ประกอบด้วย นักเรียนที่เป็นผลผลิตมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง สามารถพัฒนานักเรียนให้มีเจตคติเชิงบวก สามารถปรับตัวให้เข้ากับสภาพแวดล้อมและสามารถแก้ปัญหาภายในและบุคลากรมีความพอใจในงานที่กระทำ เป็นต้น (Mott, 1972: 305 – 307) จากการศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา นักวิจัยของไทยและต่างประเทศ จำนวน 14 แห่ง พบว่า มุ่งองค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาที่สอดคล้องกัน จำนวน 6 องค์ประกอบ ผู้วิจัยคัดเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ตั้งแต่ 3 ขึ้นไป หรือคิดเป็นร้อยละ 21.43 ขึ้นไป ได้จำนวน 6 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียน 4) ความสามารถในการแก้ปัญหาในโรงเรียน 5) การจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ 6) ความพึงพอใจในการทำงานของครู

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 กำหนดให้ผู้ตรวจสอบภายใน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ตรวจสอบการใช้จ่าย ค่าสาธารณูปโภคและสถานภาพหนี้ค่าสาธารณูปโภคของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาและโรงเรียนในสังกัด ทั้งจากเงินงบประมาณ เงินนอกงบประมาณ และเงินอุดหนุน โดยให้จัดส่งรายงานผลการตรวจสอบให้สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานทราบ หน่วยงานตรวจสอบภายในมีบทบาทหน้าที่ในการดำเนินการตรวจสอบ ติดตาม ประเมินผล การปฏิบัติงานด้านการเงินบัญชี ด้านการปฏิบัติตามนโยบาย กฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ คำสั่ง และมติคณะรัฐมนตรี ตลอดจนจนสอบทานระบบการควบคุมภายในของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 และสถานศึกษาในสังกัดให้ถูกต้อง คุ้มค่า มีประสิทธิภาพ

ดังนั้น จากความเป็นมาและสภาพปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาในเรื่อง การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 เพื่อนำไปปรับใช้ในโครงสร้างการบริหารงานงบประมาณของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่

การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ให้สามารถแก้ไขปัญหาดังกล่าวให้ลดน้อยลงไปได้ และสามารถนำไปพัฒนาระบบการดำเนินงานให้เกิดประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาระดับการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
2. เพื่อศึกษาระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1
4. เพื่อศึกษาปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

สมมติฐานการวิจัย

1. ระดับการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
2. ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 อยู่ในระดับมากเมื่อเทียบกับเกณฑ์
3. การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05
4. ปัจจัยการควบคุมภายในส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการควบคุมภายใน

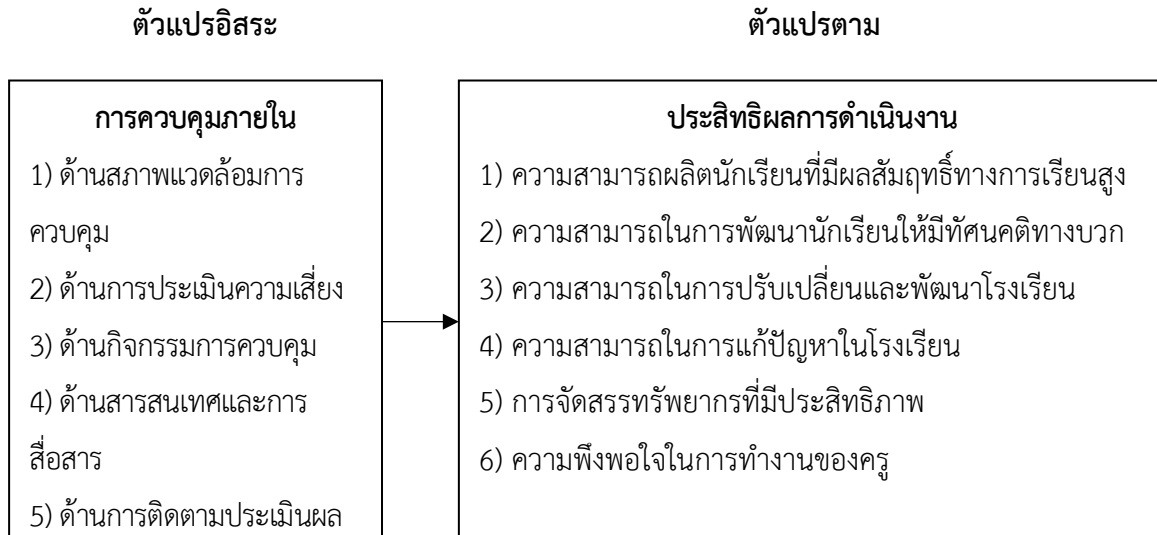
จากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการหลายแหล่งที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบของการควบคุมภายในของนักวิชาการแต่ละท่านสรุปได้ว่า จากการศึกษาองค์ประกอบของการควบคุมภายในนักวิชาการและนักวิจัยของไทยและต่างประเทศ จำนวน 10 แหล่ง พบว่า มีองค์ประกอบของการควบคุมภายในที่สอดคล้องกันจำนวน 5 องค์ประกอบ ผู้วิจัยคัดเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ตั้งแต่ 3 ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 30 ขึ้นไป ได้จำนวน 5 องค์ประกอบ คือ 1) สภาพแวดล้อมการควบคุม 2) การประเมินความเสี่ยง 3) กิจกรรมการควบคุม 4) สารสนเทศและการสื่อสาร 5) การติดตามประเมินผล

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิผล

จากข้อมูลการทบทวนวรรณกรรมของนักวิชาการหลายแหล่งที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์องค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาของนักวิชาการแต่ละท่าน สรุปได้ว่า จากการศึกษาองค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษานักวิจัยของไทยและต่างประเทศ จำนวน 14 แหล่ง พบว่า มีองค์ประกอบของประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาที่สอดคล้องกัน จำนวน 6

องค์ประกอบ ผู้วิจัยคัดเลือกองค์ประกอบที่มีความถี่ตั้งแต่ 3 ขึ้นไป หรือคิดเป็นร้อยละ 21.43 ขึ้นไป ได้จำนวน 6 องค์ประกอบ คือ 1) ความสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนา นักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียน 4) ความสามารถในการ แก้ปัญหาในโรงเรียน 5) การจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ 6) ความพึงพอใจในการทำงานของครู

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 751 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1, 2566: ออนไลน์)

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 254 คน ได้มาโดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยเปิดจากตารางสำเร็จรูป ตามแนวคิดของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970: 607-610 อ้างถึงในบุญชม ศรีสะอาด, 2554: 79) ได้มาโดยการสุ่มอย่างง่ายเพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 254 คน

2. เครื่องมือการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในวิจัยเป็นแบบสอบถามการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของ สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ตอน คือ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List) ใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบ แบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผล การดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างและพัฒนาเครื่องมือวิจัยตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ศึกษาหลักการ รูปแบบและวิธีการสร้างแบบสอบถามจากหนังสือ เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวัดตัวแปรในการวิจัย การกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการของตัวแปรและกรอบการวัดตัวแปร

3.2 สร้างแบบสอบถามควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามแบบสำรวจรายการ (Check List) ใช้สอบถามข้อมูลเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ วุฒิการศึกษาสูงสุด และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับการปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด ตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert)

3.3 นำร่างแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความครอบคลุมความเหมาะสม ความชัดเจนของภาษา และรูปแบบของแบบสอบถาม แล้วนำมาแก้ไขปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษา

3.4 นำแบบสอบถามที่แก้ไขปรับปรุงแล้ว เสนอให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) โดยให้ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาแบบสอบถามลงความเห็นและให้คะแนน แล้ววิเคราะห์การหาค่าตรงกันความสอดคล้อง (IOC: Index of Item-Objective Congruence) ระหว่างข้อคำถามกับเนื้อหา

3.5 นำผลการพิจารณาความสอดคล้องของข้อคำถามจากผู้เชี่ยวชาญ มาหาค่าตรงกัน ความสอดคล้อง (IOC) โดยมีคัดเลือกคำถามที่มีค่าความสอดคล้องของตั้งแต่ 0.50 ขึ้นไป แล้วปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ พบว่า ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.80-1.00

3.6 นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำผลจากการทดลองใช้เครื่องมือ มาคำนวณหาค่าความเที่ยง (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยหาค่าสัมประสิทธิ์ความเที่ยงแอลฟา (Alpha-Coefficient) ของครอนบาค (บุญชม ศรีสะอาด, 2554: 99) ซึ่งพบว่า แบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเที่ยงเท่ากับ 0.955 และจัดทำแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์ไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลจากครูผู้สอนของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 โดยดำเนินการ ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง จำนวน 254 ฉบับ ผู้วิจัยติดต่อขอรับแบบสอบถามคืนจากกลุ่มตัวอย่างด้วยตนเอง ตามวัน และเวลาที่กำหนด รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามคืนทั้งหมด จำนวน 254 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 และนำแบบสอบถามที่ได้รับคืน มาตรวจสอบความสมบูรณ์ แล้วนำไปวิเคราะห์ผล

5. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

5.1 วิเคราะห์ข้อมูลค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากนั้นนำคะแนนเฉลี่ยไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ แล้วนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมากที่สุด
ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับมาก
ค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับปานกลาง
ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อย
ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49	หมายถึง	มีการปฏิบัติ อยู่ในระดับน้อยที่สุด

5.2 สถิติที่ใช้ ได้แก่ สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson Product-Moment Correlation Coefficient) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ภาพรวมและรายด้าน

ด้านที่	การปฏิบัติงานการควบคุมภายใน	\bar{X}	SD	แปลผล
1	ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม	4.42	0.50	มาก
2	ด้านการประเมินความเสี่ยง	4.07	0.61	มาก
3	ด้านกิจกรรมการควบคุม	4.24	0.50	มาก
4	ด้านสารสนเทศ และการสื่อสาร	4.33	0.45	มาก
5	ด้านการติดตามประเมินผล	4.15	0.49	มาก
	รวม	4.24	0.51	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า การปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.24$, $SD = 0.51$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม ($\bar{X} = 4.42$, $SD = 0.50$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการประเมินความเสี่ยง ($\bar{X} = 4.07$, $SD = 0.61$)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ภาพรวมและรายด้าน

ด้านที่	ประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา	\bar{X}	SD	แปลผล
1	ด้านความสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง	4.14	0.47	มาก
2	ด้านความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก	4.25	0.47	มาก
3	ด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียน	4.27	0.51	มาก
4	ด้านความสามารถในการแก้ปัญหาในโรงเรียน	4.34	0.54	มาก
5	ด้านการจัดสรรทรัพยากรที่มีประสิทธิภาพ	4.40	0.48	มาก
6	ด้านความพึงพอใจในการทำงานของครู	4.47	0.50	มาก
	รวม	4.31	0.50	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.31$, $SD = 0.50$) เมื่อพิจารณารายด้านปรากฏว่า

ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความพึงพอใจในการทำงานของครู ($\bar{X} = 4.47, SD = 0.50$) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง ($\bar{X} = 4.14, SD = 0.47$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

ตัวแปร	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	Y _{tot}
X ₁	1.00					
X ₂	0.63**	1.00				
X ₃	0.48**	0.56**	1.00			
X ₄	0.06	-0.20**	0.35**	1.00		
X ₅	0.31**	-0.13*	0.15*	0.21**	1.00	
Y _{tot}	0.68**	0.31**	0.67**	0.45**	0.63**	1.00

** p < 0.01, * p < 0.05

จากตารางที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 มีความสัมพันธ์กันทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยเรียงลำดับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์จากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (X₁) (r = 0.68) รองลงมาคือ ด้านกิจกรรมการควบคุม (X₃) (r = 0.67) ด้านการติดตามประเมินผล (X₅) (r = 0.63) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (X₄) (r = 0.45) และด้านการประเมินความเสี่ยง (X₂) (r = 0.31) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบ Stepwise ในการพยากรณ์การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	B	Beta	t	p	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	-0.330		-2.447*	0.014		
ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (X ₁)	0.300	0.370	12.385**	0.000	0.691	1.448
ด้านการติดตามประเมินผล (X ₅)	0.295	0.415	15.574**	0.000	0.867	1.154
ด้านกิจกรรมการควบคุม (X ₃)	0.287	0.354	11.614**	0.000	0.662	1.511
ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (X ₄)	0.202	0.217	7.934**	0.000	0.821	1.217
ค่าคงที่ (Constant) = -0.330 R = 0.920 R Square = 0.847 Adjusted R Square = 0.844 Durbin-Watson = 1.903 F = 343.428						

** p < 0.01

จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 พบว่า มีตัวแปรการควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อม การควบคุม (X_1) ด้านการติดตามประเมินผล (X_5) ด้านกิจกรรมการควบคุม (X_3) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4) ที่ร่วมกันทำนายประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร สามารถอธิบายการผันแปรของ ระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาได้ร้อยละ 84.70 ($R^2 = 0.847$) สามารถเขียนสมการพยากรณ์ในรูป ค่ะแนนดิบได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Y} = -0.330 + 0.300(X_1) + 0.295(X_5) + 0.287(X_3) + 0.202(X_4)$$

เขียนสมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน ได้ดังต่อไปนี้

$$\hat{Z} = 0.370(Z_1) + 0.415(Z_5) + 0.354(Z_3) + 0.217(Z_4)$$

อภิปรายผล

สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

1. การปฏิบัติงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็น เพราะ ผู้บริหารสถานศึกษามีรูปแบบการบริหารงานสามารถมอบอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบโดยระบุ ไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน มีการติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามวิธีการควบคุมที่กำหนด มีการ จัดทำเอกสารหลักฐานสำคัญในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนเป็นปัจจุบัน จัดให้มีการรวบรวม ข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ และเป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์การควบคุมภายใน สถานศึกษา มีการรายงานผลการติดตามการปฏิบัติงานตามแผนการปรับปรุงการควบคุมภายในสอดคล้องกับ งานวิจัยของวรัญญ์ณัฐ ฝ่องธรรม, นภาพรณ์ ยอดสิน และพิชญาภา ยืนยาว (2561) พบว่า การควบคุมภายใน ที่ส่งผลต่อการบริหารงบประมาณของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาครอยู่ใน ระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของนาทชนก เข้มแข็งกิจ พงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน์ และมิตภาณี พุ่มกล่อม (2564) พบว่า การดำเนินงานการควบคุมภายในของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษากาญจนบุรีโดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก

2. ประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 พบว่า ประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านปรากฏว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความพึงพอใจในการ ทำงานของครูส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารสถานศึกษา และครูมีการพัฒนาให้นักเรียนที่สำเร็จการศึกษาสามารถสอบเข้าศึกษาต่อใน ระดับชั้นที่สูงขึ้นได้ ผู้บริหารสถานศึกษา และครูมีการส่งเสริมให้นักเรียนเป็นผู้มีเหตุผลและยอมรับนับถือผู้อื่น มี ความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียนให้พร้อมกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ผู้บริหารสถานศึกษาและ ครูร่วมกันวางแผนแก้ไขปัญหาของโรงเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการจัดสรรทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิด ประโยชน์สูงสุดและคุ้มค่าตรงตามเป้าหมายการจัดการศึกษา ส่วนข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ผู้บริหารสถานศึกษามี

การจัดสรรทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมาลย์ ลีทอง (2563) พบว่า ประสิทธิภาพโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดสกลนคร โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา เขยครบุรี สมบูรณ์ ตันยะ สงวนพงศ์ ชวนชม และชูเกียรติ วิเศษเสนา (2566) พบว่า ระดับประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่างโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า คุณลักษณะอันพึงประสงค์ และความพึงพอใจของครูและบุคลากรมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมา ได้แก่ ความสามารถในการปรับตัวและพัฒนา และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

3. ความสัมพันธ์ระหว่างการควบคุมภายในกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 พบว่า การควบคุมภายในมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูงกับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 แตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า เมื่อสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 มีการพัฒนาระบบการควบคุมภายในในการจัดสภาพแวดล้อมการควบคุม มีการประเมินความเสี่ยง จัดกิจกรรมการควบคุม พัฒนาโครงสร้างพื้นฐานของระบบเทคโนโลยีสารสนเทศ จัดให้มีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ และเป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์การควบคุมภายในสถานศึกษา มีวิธีปฏิบัติในการให้ข้อมูลภายในและภายนอกที่จำเป็นในการประเมินผลการดำเนินงานของสถานศึกษาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการติดตามประเมินผล มีการรายงานผลการติดตามการปฏิบัติงานตามแผนการปรับปรุงการควบคุมภายใน รวมทั้งผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญ ใส่ใจและหาแนวทางในการพัฒนาผู้เรียน ย่อมส่งผลให้การบริหารสถานศึกษาเกิดประสิทธิผลตามมาด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของครองยุทธ นบนอบ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง (2562) พบว่า ปัจจัยทั้ง 6 ด้านกับความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับมาก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ปัจจัยการควบคุมภายในที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 พบว่า มีตัวแปรการควบคุมภายใน ด้านสภาพแวดล้อมการควบคุม (X_1) ด้านการติดตามประเมินผล (X_2) ด้านกิจกรรมการควบคุม (X_3) ด้านสารสนเทศและการสื่อสาร (X_4) ที่ร่วมกันทำนายประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ซึ่งตัวแปรทั้ง 4 ตัวแปร สามารถอธิบายการผันแปรของระดับประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาได้ร้อยละ 84.70 ($R^2 = 0.847$) สอดคล้องกับสมมติฐานที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ในการจัดสภาพแวดล้อมการควบคุมภายในสถานศึกษาที่มีการมอบอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบโดยระบุไว้เป็นลายลักษณ์อักษรอย่างชัดเจน มีการจัดทำเอกสารหลักฐานสำคัญในการดำเนินงานด้านต่าง ๆ อย่างถูกต้อง ครบถ้วนเป็นปัจจุบัน จัดให้มีการรวบรวมข้อมูลสารสนเทศที่ถูกต้อง เป็นปัจจุบัน ทันเหตุการณ์ และเป็นประโยชน์ตามวัตถุประสงค์การควบคุมภายในสถานศึกษา มีวิธีปฏิบัติในการให้ข้อมูลภายในและภายนอกที่จำเป็นในการประเมินผลการดำเนินงาน

ของสถานศึกษาด้วยเทคโนโลยีสารสนเทศ มีการพัฒนาและปรับปรุงระบบสารสนเทศให้สอดคล้องกับเป้าหมายที่สถานศึกษากำหนด อย่างสม่ำเสมอ มีการรายงานผลการติดตามการปฏิบัติงานตามแผนการปรับปรุงการควบคุมภายในที่ชัดเจน ต่อเนื่อง ส่งผลให้สามารถทำนายได้ว่าประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของครองยุทธ นบนอบ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง (2562) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2 คือ ด้านการพัฒนาบุคลากร ด้านการติดตามกระบวนการบริหารความเสี่ยง ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร ร่วมกันพยากรณ์ ด้ร้อยละ 62.40 และสอดคล้องกับงานวิจัยของเจนจิรา เขยครบุรี สมบูรณ์ ตันยะ สงวนพงศ์ ชวนชม และชูเกียรติ วิเศษเสนา (2566) พบว่า รูปแบบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง พบว่า โมเดลสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ในส่วนของตัวแปรด้านการประเมินความเสี่ยง (X_2) เป็นตัวแปรที่ไม่สามารถร่วมทำนายประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ได้อาจเนื่องมาจากว่าผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้านการประเมินความเสี่ยงมีค่าความสัมพันธ์น้อยกว่าตัวแปรอื่น ๆ รวมทั้ง การประเมินความเสี่ยงมีการปฏิบัติงานในสถานศึกษาน้อยกว่าในด้านอื่น ๆ การวิเคราะห์และประเมินระดับความสำคัญหรือผลกระทบความเสี่ยงของสถานศึกษา การติดตามประเมินผลการปฏิบัติตามวิธีการควบคุมที่กำหนดยังคงปฏิบัติงานได้น้อยกว่าส่วนอื่น ซึ่งส่งผลให้ไม่สามารถร่วมทำนายประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมาลย์ ลีทอง (2563) พบว่า ปัจจัยการบริหาร จำนวน 5 ปัจจัย ที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดสกลนครได้ โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยกเว้นปัจจัยด้านการบริหารความเสี่ยงของสถานศึกษาที่ไม่สามารถร่วมพยากรณ์ประสิทธิผลโรงเรียนได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะสู่การปฏิบัติ

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีแนวทางปฏิบัติงานการควบคุมภายในให้กับบุคลากรตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบอย่างชัดเจน ควรมีการจัดทำแผน/โครงการ/กิจกรรมการควบคุมภายในของโรงเรียนให้มีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การดำเนินงานของสถานศึกษา ควรให้ข้อเสนอแนะและความรู้ให้กับครูและบุคลากรทุกคนเข้าใจ และปฏิบัติตามแนวทางการควบคุมความเสี่ยงให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของกิจกรรมการควบคุม ควรจัดช่องทางในการสื่อสารให้บุคลากรสามารถแจ้งข้อสงสัยเกี่ยวกับความประพฤติมิชอบโดยไม่เปิดเผยชื่อผู้แจ้งและให้ถือเป็นความลับเพื่อนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงงานสารสนเทศและการสื่อสารของสถานศึกษาให้มีคุณภาพมากขึ้น ควรมีกลยุทธ์การติดตามประเมินผลก่อนปฏิบัติงาน ระหว่างปฏิบัติงาน และหลังการปฏิบัติงานในแต่ละกิจกรรมเพื่อให้ได้ผลการประเมินที่สามารถนำไปใช้ในการดำเนินงานครั้งต่อไปได้อย่างต่อเนื่อง

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษา และครูควรมีการพัฒนาวัตกรรมการเรียนการสอนเพื่อส่งเสริมให้นักเรียนได้รับรางวัลจากการแข่งขันทางวิชาการนอกสถานศึกษาเพิ่มขึ้น ควรมีการส่งเสริมให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรม โดยจัดกิจกรรมส่งเสริมธรรมะในช่วงเวลาเสริม ควรมีการยอมรับแนวคิด วิธีการ ตลอดจนเทคนิคการสอนใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ควรร่วมกันแก้ปัญหาด้านความประพฤติของนักเรียนที่ประสบปัญหาในด้านต่าง ๆ เพื่อให้นักเรียนมีพฤติกรรมที่พึงประสงค์ที่ดี ควรมีการจัดสรรทรัพยากรอย่างคุ้มค่าให้บรรลุวัตถุประสงค์ของสถานศึกษา ควรมีการสร้างสภาพจิตใจในค่าตอบแทน สวัสดิการ เงินเดือนและความก้าวหน้าในวิชาชีพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาปัญหาเกี่ยวกับการบริหารงานการควบคุมภายในของสถานศึกษาเพื่อนำมากำหนดแนวทางในการพัฒนากิจกรรมการควบคุมภายในให้สามารถเพิ่มประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษาให้ดียิ่งขึ้น

2.2 ควรมีการศึกษาถึงสาเหตุของปัจจัยการบริหารงานการควบคุมภายในด้านการประเมินความเสี่ยงที่ไม่ส่งผลต่อประสิทธิผลการดำเนินงานของสถานศึกษา เพื่อนำมาพัฒนาปัจจัยเหล่านั้นให้สามารถทำนวยประสิทธิผลของสถานศึกษาได้ในการวิจัยครั้งต่อไป

บรรณานุกรม

- ครองยุทธ นบนอบ สมศักดิ์ เอี่ยมคงสี และพจนีย์ มั่งคั่ง. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จการบริหารความเสี่ยงในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. *E-Journal of Education Studies, Burapha University*, 1(6), 40-54.
- เจนจิรา เขยครบุรี สมบูรณ์ ต้นยะ สงวนพงศ์ ชวนชม และชูเกียรติ วิเศษเสนา. (2566). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัด ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนล่าง. *สภามวารสารศึกษาศาสตร์*, 10(2), 59-69.
- นาทชนก เข้มขันเขตกิจ พงษ์ศักดิ์ รวมชมรัตน์ และมิตภาณี พุ่มกล่อม. (2564). การดำเนินงานการควบคุมภายในของโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากาญจนบุรีและราชบุรี. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, 6(8), 56-68.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2554). การวิจัยเบื้องต้น (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- วรชัญญ์ณัฐ ผ่องธรรม, นภาพรณ ยอดสิน และพิชญภา ยืนยาว. (2561). การควบคุมภายในที่ส่งผลต่อการบริหารงบประมาณของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร. *วารสารสังคมศาสตร์วิจัย*. 9(2), 249-267.
- วิมาลย์ ลีทอง. (2563). ปัจจัยการบริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลโรงเรียน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดสกลนคร. *วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต (การบริหารการศึกษา)*. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สำนักงานการตรวจเงินแผ่นดิน. (2563). รายงานผลการตรวจติดตามควบคุมภายในของสำนักงานจังหวัด
องค์การบริหารส่วนจังหวัด เทศบาล และองค์การบริหารส่วนตำบลประจำปี งบประมาณ 2562.
กรุงเทพฯ.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1. (2566). บริบทของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษานครสวรรค์ เขต 1. ค้นเมื่อ มิถุนายน 10, 2566, จาก <https://www.nsw1.go.th>

The Committee of Sponsoring Organizations of the Treadway Commission (2013). Internal
Control – Integrated Framework Executive Summary. Retrieved on June 11, 2023,
from [https://www.coso.org/Documents/990025P-ExecutiveSummary-final-
may20.pdf](https://www.coso.org/Documents/990025P-ExecutiveSummary-final-may20.pdf)

Mott, P. E. (1972). The characteristic of effective organization. New York: Harper & Row.

แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1

The guidelines to develop the personnel administration with good government

in education opportunity expansion school

under Kamphaeng Phet primary educational service area office1

วรรณภา ยะวงศ์¹ และ พงศตติพล พงศตติกุล²

¹ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, pah.wannapa@gmail.com

² มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร, pruettipol@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 และ 2) เพื่อหาแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ประชากรที่ศึกษา ได้แก่ ผู้บริหารและหัวหน้าบริหารบุคคล จำนวน 98 คน และ ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 17 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ สถิติที่ใช้ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยประชากร (μ) ค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (σ) และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า

1. สภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 อยู่ในระดับมาก และ ปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 อยู่ในระดับน้อยที่สุด

2. แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง ควรมอบหมายงานให้เหมาะสมกับความรู้ การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ควรจัดสรรให้เหมาะสมกับความต้องการ การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ควรเปิดเผยเกณฑ์ในการพิจารณาความดีความชอบ วินัยและการรักษาวินัย ควรมีมาตรการป้องกันการกระทำผิด และการออกจากราชการ ควรสำรวจความต้องการในการย้ายอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : บริหารบุคคล/หลักธรรมาภิบาล/แนวทางพัฒนา

Abstract

The purpose of this study were 1) to study the states and problems of the personal administration with the good governance in teachers in education opportunity expansion school under Kamphaeng Phet Primary Educational Service Area Office 1 2) to find the guideline for the development of the personal administration with the good governance in teachers in education opportunity expansion school under Kamphaeng Phet Primary Educational Service Area Office 1. The population consisted of 98 school directors and head of personal administration teachers, The informants were 17 experts. The research instruments were questionnaire and interview. The data were analyzed using frequency distribution, percentage, parameters, population Standard Deviation and content analysis.

The result:

1. The condition of the personal administration with good governance in education opportunity expansion school under Kamphaeng Phet Primary Educational Service Area Office 1 was at a high level. And the problem of the of the personal administration with good governance in education opportunity expansion school under Kamphaeng Phet Primary Educational Service Area Office 1 was at a lowest level.

2. The guideline for develop the personal administration with good governance in education opportunity expansion school under Kamphaeng Phet Primary Educational Service Area Office 1 were the manpower planning and position determination should have assigned tasks to be appropriate with the knowledge and experience of each teachers. The recruitment and placement should have apportioned and assigned the government officer to be appropriate with the need of educational. The encouragement operational efficiency should have divulged the measure about the consideration of feat or salary promotion to all personnel to know. The discipline and keeping discipline should have enhanced the knowledge and understanding about laws, rules, regulations relating to discipline in working. The retirement should have surveyed the teachers who want to move or retire every year.

Keywords : Personnal administration / Good governance / The guideline

บทนำ

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานซึ่งเป็นองค์กรหลักที่สำคัญในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน ได้มีการปฏิรูปการศึกษาให้ดีขึ้นกว่าเดิม มีการนำหลักธรรมาภิบาลมาใช้ในการบริหารจัดการศึกษา กำหนดให้มีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา ทั้งด้านวิชาการ ด้านงบประมาณ ด้านบุคคล และด้านบริหารทั่วไป ให้โรงเรียนโดยตรง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2551 หน้า 157 อ้างอิงใน อภิชาติ เอี่ยมตาล และ สมหมาย อ่าตอนกลอย, 2559, หน้า 310) ซึ่งโรงเรียนหรือสถานศึกษาถือได้ว่าเป็นหน่วยงานที่ใช้ในการจัดการเรียนการสอน และสังกัดอยู่ในสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จะต้องยึดถือปฏิบัติงานตามหลักการและนโยบายต่างๆ ตามที่สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้บริหารถือได้ว่าเป็นเป็นผู้มีบทบาทสำคัญที่จะต้องบริหารงานทั้ง 4 ด้าน อันประกอบด้วย การบริหารวิชาการ การบริหารงบประมาณ การบริหารงานบุคคล และการบริหารบริหารทั่วไป ซึ่งหัวใจหลักของการบริหารงานทั้ง 4 ด้าน คือการบริหารบุคคล เนื่องจาก คน ถือได้ว่าเป็นทรัพยากรที่สำคัญที่สุด ซึ่งผู้บริหารจะต้องอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรในการปฏิบัติงานดังกล่าว จึงเห็นได้ว่า งาน บริหารบุคคลเป็นงานที่ยุ่งยากและซับซ้อน เพราะต้องทำงานเกี่ยวข้องกับคน ซึ่งมีความรู้ความสามารถตลอดจนมีความสำคัญแตกต่างกันและที่สำคัญคนเป็นสิ่งที่มีชีวิตจิตใจ มีอารมณ์ ผู้บริหารจึงต้องประสบกับ ปัญหาต่างๆ ในการบริหารบุคลากร ซึ่งปัญหาที่สำคัญได้แก่ปัญหาการวางแผนการบริหารงานบุคลากร ปัญหาการสรรหาและการแต่งตั้งบุคลากร ปัญหาการพัฒนามบุคลากรปัญหาการประเมินผลการปฏิบัติงาน ปัญหาการให้บุคลากรพ้นจากงานและปัญหาการควบคุมกำกับติดตามและนิเทศบุคลากร (วรภาพ พันธ์โกศา, 2557, หน้า 4) และจากบัญชีแสดงอัตรากำลังข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 พบว่า มีจำนวนของบุคลากรในโรงเรียนขยายโอกาสสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ซึ่งประกอบด้วย การเกินอัตรากำลังและการขาดแคลนผู้บริหารสถานศึกษา รองผู้บริหารสถานศึกษา และครูผู้สอนในโรงเรียนขยายโอกาสบางแห่ง จำนวนโรงเรียนขยายโอกาสที่มีอัตรากำลังของครูผู้สอนที่ขาดแคลนอัตรากำลังมีจำนวน ทั้งสิ้น 21 โรงเรียน จากโรงเรียนขยายโอกาสทั้งหมด 49 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 42.86 จำนวนโรงเรียนขยายโอกาสที่มีอัตรากำลังของครูผู้สอนเกินเกณฑ์ที่ อ.ก.ค.ศ. กำหนด มีทั้งสิ้น 10 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 20.41 และโรงเรียนโรงเรียนขยายโอกาสที่มีอัตรากำลังตามเกณฑ์หรือพอดีเกณฑ์ที่ อ.ก.ค.ศ. กำหนด มีทั้งสิ้น 18 โรงเรียน คิดเป็นร้อยละ 36.73 ซึ่งจะได้โรงเรียนขยายโอกาสนั้นประสบปัญหาในด้านของการวางแผนอัตรากำลังจึงส่งผลกระทบต่อการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษา ซึ่งที่ผ่านมาได้พบปัญหาและอุปสรรคในการบริหารงานบุคคล เช่น ปัญหาเกี่ยวกับโรงเรียนไม่มีบุคลากรครบตามกลุ่มสาระวิชาหลักทำให้การจัดการกิจกรรมการเรียนการสอนทำได้ไม่เต็มที่เกิดผลกระทบต่อ นักเรียนปัญหาเกี่ยวกับการย้ายของบุคลากรบ่อยทำให้การทำงานไม่ต่อเนื่องซึ่งส่งผลกระทบต่อ การดำเนินงานของโรงเรียนขยายโอกาสปัญหาการบรรจุและแต่งตั้งครูและบุคลากรทางการศึกษาเป็นไปด้วยความล่าช้าไม่ต่อเนื่องซึ่งส่งผลกระทบต่อในการจัดเตรียมบุคลากรเข้าปฏิบัติงานปัญหาที่เกี่ยวกับประสบการณ์ในการทำงานของบุคลากรที่ได้รับการบรรจุและแต่งตั้งยังมีไม่เพียงพอปัญหาด้านขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร

เช่นเกี่ยวกับที่พักอาศัยไม่เพียงพอและภาระงานอื่นๆมากทำให้ครูเกิดความเครียดและไม่มีเวลาจัดเตรียมการสอนและดำเนินการจัดกิจกรรมการสอนให้แก่ักเรียนได้อย่างเต็มที่เต็มประสิทธิภาพ

จากความสำคัญและปัญหาการบริหารงานบุคลากรในโรงเรียนขยายโอกาสทางการศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ซึ่งประสบปัญหาด้านอัตรากำลัง การวางแผนอัตรากำลัง การบรรจุอัตรากำลังมีความล่าช้า และการย้ายหรือจากงานของบุคคลที่ส่งผลต่อการบริหารงานและคุณภาพการศึกษาของผู้เรียน ทำให้ผู้วิจัยต้องการศึกษาแนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคลากรตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส โดยผลการศึกษาที่ได้สามารถนำไปเป็นข้อมูลประกอบการจัดทำแผนพัฒนาการบริหารงานบุคลากรในโรงเรียนขยายโอกาสโดยใช้หลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นหลักในการบริหารบ้านเมืองที่ดีดังกล่าวมาใช้ในการบริหารงานให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นซึ่งส่งผลให้บุคลากรเกิดการพัฒนาอย่างต่อเนื่องและส่งผลต่อการจัดการศึกษาในโรงเรียนขยายโอกาสสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ให้มีคุณภาพและก่อให้เกิดประโยชน์กับผู้เรียนอย่างสูงสุด

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่อง แนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาสสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 ดังนี้

ความหมายของการบริหารงานบุคคล

คำว่า การบริหารงานบุคคล หรือการจัดการทรัพยากรมนุษย์ ตรงกับคำในภาษาอังกฤษว่า “personnel administration” หรือ “personnel management” ได้มีนักวิชาการหลายท่านให้ความหมายของการบริหารงานบุคคล ดังมีรายละเอียดดังนี้

ลูเนนเบิร์กและออร์สไตน์ (Lunenburg, & Ornstein, 2012: pp. 517) ได้ให้ความหมายว่าการบริหารงานบุคคล หมายถึง กระบวนการสรรหาบุคลากรเริ่มตั้งแต่ ด้านการวางแผน การสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงาน การจัดสวัสดิการ และผลประโยชน์เกื้อกูล เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีในการทำงานในองค์การให้บรรลุผลสำเร็จ ตามวัตถุประสงค์ขององค์การ

สันติ บุญภิรมย์ (2552, หน้า 133) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารงานบุคคล หมายถึง การดำเนินการของหน่วยงานให้ได้บุคลากรเข้ามาปฏิบัติงานในตำแหน่งได้อย่างมีประสิทธิภาพโดยใช้กระบวนการตามขั้นตอนต่างๆ เน้นการวางแผน การบรรจุแต่งตั้ง การพัฒนา การบำรุงขวัญและให้กำลังใจ พร้อมทั้งการให้พ้นจากงานด้วยวิธีการต่างๆ

โนริย์ ทร์พโยโสภณ (2559, หน้า 17) ได้ให้ความหมายว่า การบริหารงานบุคลากร หมายถึง กระบวนการเพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่เหมาะสมที่สุดกับงาน และใช้บุคลากรนั้นให้ทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดตามเป้าหมายขององค์การ โดยเริ่มตั้งแต่ การสรรหาบุคลากรเข้าทำงาน การคัดเลือก การพัฒนา และ

การบำรุงรักษาบุคลากรให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มกำลังความสามารถ รวมถึงการหาวิธีการให้บุคลากรในองค์กรที่ ต้องการพ้นจากการปฏิบัติงานสามารถดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข

กล่าวโดยสรุปได้ว่า การบริหารงานบุคคล หมายถึง กระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินงานของ บุคคลในองค์กร เพื่อให้มาซึ่งบุคลากร ซึ่งประกอบด้วย การกำหนดนโยบายด้านการบริหารงานบุคคล การ วางแผน การสรรหาบุคลากรเพื่อเข้ามาทำงานตามความต้องการขององค์กร และกำหนดตำแหน่งให้เหมาะสม กับความสามารถของบุคคล เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปตามนโยบายขององค์กรและทำงานร่วมกันอย่างมี ประสิทธิภาพ

ความหมายของหลักธรรมาภิบาล

ธรรมาภิบาล (Good Governance) คำว่า “Good Governance” แปลเป็นภาษาไทย ได้หลายความหมาย เช่น ธรรมรัฐ ธรรมาภิบาลและสุประศาสนการ ส่วนคำว่า ธรรมาภิบาล ในภาษาไทย มาจากคำว่า “ธรรม” รวม กับ “อภิบาล”เป็น ธรรมาภิบาล ซึ่งหมายถึง การปกครอง หรือการบริหาร จัดการด้วยระบบ คุณธรรม โดยความหมายของคำว่า หลักธรรมาภิบาลนี้ได้มีนักวิชาการได้ให้ความหมายใน หลากหลายรูปแบบ ดังนี้

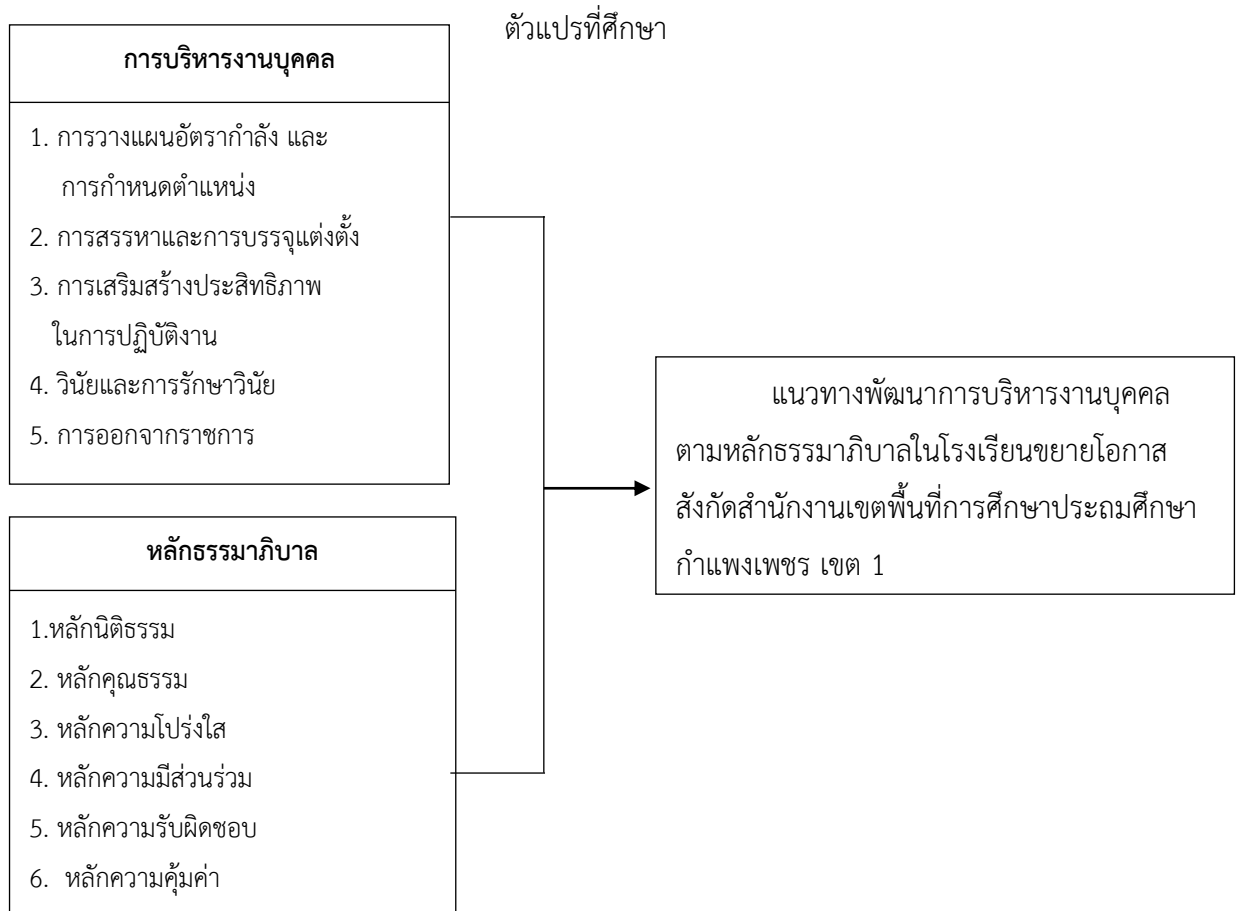
เพทาย บุญประคอง (2556, หน้า 35) ได้กล่าวถึง ธรรมาภิบาล หมายถึง การปกครองการ บริหาร การจัดการ การควบคุมดูแลกิจการต่าง ๆ ให้เป็นไปในครรลองธรรม นอกจากนี้ ยังหมายถึงการ บริหาร จัดการที่ดี ซึ่งสามารถนำไปใช้ได้ทั้งภาครัฐและเอกชน ธรรมที่ใช้ในการบริหารงานนี้มี ความหมายอย่าง กว้างขวาง กล่าวคือหาได้มีความหมายเพียงหลักธรรมทางศาสนาเท่านั้น แต่รวมถึง ศีลธรรม คุณธรรม จริยธรรม และความถูกต้อง ชอบธรรมทั้งปวง ซึ่งวิญญูชนพึงมีและพึงประพฤติ ปฏิบัติ อาทิ ความโปร่งใส ตรวจสอบได้ การปราศจากการแทรกแซงจากองค์กรภายนอก เป็นต้น

ยุทธนา อิศรางกูร ณ อยุธยา (2557, หน้า 30) ได้กล่าวถึง ธรรมาภิบาล (Good Governance) หมายถึง การบริหารจัดการบ้านเมือง และสังคม ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชนและภาคประชาชนที่ดี มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ใช้แนวทาง ประชาธิปไตย และเคารพในสิทธิมนุษยชน โดยมีการเชื่อมโยง ความถูกต้อง เป็นธรรม สุจริตโปร่งใส ความรับผิดชอบ ความเสมอภาค การมีส่วนร่วม ให้มีการสนับสนุนซึ่งกัน และกันอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดความสัมพันธ์ ระหว่างเศรษฐกิจ สังคม การเมือง อย่างสมดุล ส่งผลให้สังคม ดำรงอยู่อย่าง สันติ มีความเข้มแข็ง ตลอดจน มีการใช้อำนาจในการพัฒนาประเทศชาติให้เป็นไปอย่างมั่นคง ยั่งยืน และมีเสถียรภาพ

กล่าวโดยสรุปได้ว่า หลักธรรมาภิบาล หมายถึง การบริหารจัดการบ้านเมืองให้มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ โดยเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นได้อย่างเสมอภาค และมี ส่วนร่วมในการสนับสนุนซึ่งกันและกันอย่างสร้างสรรค์ ก่อให้เกิดประโยชน์และมีความสัมพันธ์ร่วมกันในทุก ภาคส่วน

กรอบแนวคิด

ผู้วิจัยได้สร้างกรอบแนวคิดดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิจัย 2 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพและปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1

ผู้ให้ข้อมูลในการตอบแบบสอบถาม ได้แก่ ผู้บริหารโรงเรียนและหัวหน้างานบริหารบุคคลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 จำนวน 98 คน

เครื่องมือในการวิจัย คือ แบบสอบถามเพื่อสภาพและปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบ (Check list)

ตอนที่ 2 ศึกษาสภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 ศึกษาปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

โดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลของจากผู้บริหารและหัวหน้าบริหารงานบุคคล ซึ่งเป็นกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้ จำนวน 98 คน โดยเดินทางไปส่งแบบสอบถามด้วยตนเองทั้งหมดทุกฉบับในการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 98 ฉบับ และเก็บแบบสอบถามคืนด้วยตนเองทั้งหมดทุกฉบับได้จำนวนแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาทั้งสิ้น 98 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้น ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยการหาค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ยประชากร (μ) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานประชากร (σ) และแปลผลของความหมายของค่าเฉลี่ย โดยเทียบกับแล้วนำเสนอในรูปตารางประกอบคำบรรยาย

ขั้นตอนที่ 2 แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Selection Interview) ซึ่งได้จากการนำผลการวิจัยในขั้นตอนการใช้แบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลที่ศึกษาสภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 ที่มีค่าเฉลี่ยสภาพการบริหารงานบุคคลน้อยที่สุด และข้อมูลปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชร เขต 1 ที่มีค่าเฉลี่ยปัญหาการบริหารงานบุคคลมาก โดยดำเนินการสัมภาษณ์โดยเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูล จำนวน 17 คน หลังจากรวบรวมข้อมูลแล้ว ผู้วิจัยได้วิเคราะห์ข้อมูลโดยนำแบบสัมภาษณ์ที่ทำการสัมภาษณ์แล้วมาตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล คัดเลือกเฉพาะแบบสัมภาษณ์ที่ตรงกับคุณสมบัติข้อใดข้อหนึ่งที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ และนำข้อมูลมาวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และ แจกแจงความถี่ แล้วจัดลำดับความสำคัญ

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของสภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 โดยภาพรวม

ข้อที่	สภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล	μ	σ	ความหมาย
1.	การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง	4.39	0.67	มาก
2.	การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง	4.35	0.65	มาก
3.	การส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	4.29	0.65	มาก
4.	วินัยและการรักษาวินัย	4.36	0.63	มาก
5.	การออกจากราชการ	4.39	0.66	มาก
รวมเฉลี่ย		4.36	0.65	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าสภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu=4.36$, $\sigma=0.65$) โดยมีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง ($\mu=4.39$, $\sigma=0.67$) และ การออกจากราชการ ($\mu=4.39$, $\sigma=0.66$) รองลงมา คือ วินัยและการรักษาวินัย ($\mu=4.36$, $\sigma=0.63$) การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ($\mu=4.35$, $\sigma=0.65$) และ การส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ($\mu=4.29$, $\sigma=0.65$)

ตารางที่ 2 แสดงผลสรุปการวิเคราะห์ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 โดยภาพรวม

ข้อที่	ปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล	μ	σ	ความหมาย
1.	การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง	1.46	0.61	น้อยที่สุด
2.	การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง	1.51	0.62	น้อย
3.	การส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	1.43	0.60	น้อยที่สุด
4.	วินัยและการรักษาวินัย	1.37	0.61	น้อยที่สุด
5.	การออกจากราชการ	1.45	0.60	น้อยที่สุด
รวมเฉลี่ย		1.44	0.60	น้อยที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัญหาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 โดยภาพรวมอยู่ในระดับน้อยที่สุด ($\mu=1.44$, $\sigma=0.60$) โดยมีระดับค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ($\mu=1.51$, $\sigma=0.62$) รองลงมา คือ การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง ($\mu=1.46$, $\sigma=0.61$) การออกจากราชการ ($\mu=1.45$, $\sigma=0.60$) การส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ($\mu=1.43$, $\sigma=0.60$) และวินัยและการรักษาวินัย ($\mu=1.37$, $\sigma=0.61$) ตามลำดับ

จากการศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 ตามความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ มีประเด็นสำคัญที่จะนำมาสรุปได้ ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงผลการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1

การบริหารงานบุคคล	แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล ในโรงเรียนขยายโอกาส
การวางแผน อัตรากำลังและ การกำหนด ตำแหน่ง	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมอบหมายงานหรือภาระงานต่างๆ ให้เหมาะสมกับความรู้และประสบการณ์ของข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษา (ความถี่ 12) - ควรออกคำสั่งในการปฏิบัติงาน และระบุการมอบหมายหน้าที่งานอย่างชัดเจน (ความถี่ 9) - ควรกำหนดให้ข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่งของสถานศึกษา (ความถี่ 8)
การสรรหาและ การบรรจุแต่งตั้ง	<ul style="list-style-type: none"> - ควรจัดสรรและบรรจุแต่งตั้งข้าราชการให้เหมาะสมกับความต้องการของสถานศึกษา (ความถี่ 15) - ในการประกาศรับสมัครบุคคลเพื่อเข้ามาทำงานในสถานศึกษา ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง (ความถี่ 10) - ควรให้ข้าราชการครู บุคลากรในสถานศึกษา และคณะกรรมการสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสรรหาและบรรจุแต่งตั้งอัตราต่างๆ ในสถานศึกษา (ความถี่ 8)
การเสริมสร้าง ประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงาน	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีการแจ้งผลคะแนนในการประเมินให้กับบุคลากรทุกคนทราบหลังจากการพิจารณาความดีความชอบ เพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ (ความถี่ 15) - ควรเปิดเผยหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความดีความชอบหรือการเลื่อนขั้นให้บุคลากรทุกคนได้รับรู้และรับทราบ (ความถี่ 12) - ควรมีแบบประเมินผลการปฏิบัติงานและเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน (ความถี่ 10)
วินัยและ การรักษาวินัย	<ul style="list-style-type: none"> - ควรมีมาตรการที่ส่งเสริมและพัฒนาข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษามีวินัยและป้องกันไม่ให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากระทำความผิดวินัย (ความถี่ 11)

ตารางที่ 3 (ต่อ) แสดงผลการสัมภาษณ์เพื่อศึกษาแนวทางการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล
ในโรงเรียนขยายโอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1

การบริหารงาน บุคคล	แนวทางการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาล ในโรงเรียนขยายโอกาส
วินัยและ การรักษาวินัย	<ul style="list-style-type: none"> - ควรเสริมสร้างความรู้และเข้าใจกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวกับวินัยและที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษา (ความถี่ 9) - ในการพิจารณาความดีความชอบ การประเมินผลงานต่างๆ ต้องเป็นไปตามระเบียบ ด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค ตลอดจนยกย่องส่งเสริมผู้รักษาวินัยเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ (ความถี่ 7)
การออกจาก ราชการ	<ul style="list-style-type: none"> - สถานศึกษาควรสำรวจความต้องการในการย้าย และการออกจากราชการของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี (ความถี่ 16) - ควรตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ในการย้าย หรือออกจากราชการให้มีความชัดเจน (ความถี่ 13) - ควรมีหลักเกณฑ์ในการย้ายหรือออกจากราชการของข้าราชการครูหรือบุคลากรในสถานศึกษาที่ชัดเจนและเป็นธรรม (ความถี่ 11)

จากตารางที่ 3 แสดงแนวทางการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในโรงเรียนขยาย
โอกาส สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากำแพงเพชรเขต 1 ในด้านต่างๆ ดังนี้

การวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่ง มีดังนี้ 1) ควรมอบหมายงานหรือภาระงานต่างๆ ให้เหมาะสมกับความรู้และประสบการณ์ของข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษา (ความถี่ 12) 2) ควรออกคำสั่งในการปฏิบัติงาน และระบุการมอบหมายหน้าที่งานอย่างชัดเจน (ความถี่ 9) 3) ควรกำหนดให้ข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผนอัตรากำลังและการกำหนดตำแหน่งของสถานศึกษา (ความถี่ 8)

การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง มีดังนี้ 1) ควรจัดสรรและบรรจุแต่งตั้งข้าราชการให้เหมาะสมกับความต้องการของสถานศึกษา (ความถี่ 15) 2) ในการประกาศรับสมัครบุคคลเพื่อเข้ามาทำงานในสถานศึกษา ควรมีการประชาสัมพันธ์ที่กว้างขวาง (ความถี่ 10) 3) ควรให้ข้าราชการครู บุคลากรในสถานศึกษา และคณะกรรมการสถานศึกษาหรือหน่วยงานที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการสรรหาและบรรจุแต่งตั้งอัตราร่างๆ ในสถานศึกษา (ความถี่ 8)

การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน มีดังนี้ 1) ควรมีการแจ้งผลคะแนนในการประเมินให้กับบุคลากรทุกคนทราบหลังจากการพิจารณาความดีความชอบ เพื่อความโปร่งใสและสามารถตรวจสอบได้ (ความถี่ 15) 2) ควรเปิดเผยหลักเกณฑ์ในการพิจารณาความดีความชอบหรือการเลื่อนขั้นให้บุคลากรทุกคน

ได้รับรู้และรับทราบ (ความถี่ 12) 3) ควรมีแบบประเมินผลการปฏิบัติงานและเกณฑ์การให้คะแนนที่ชัดเจน (ความถี่ 8)

วินัยและการรักษาวินัย มีดังนี้ 1) ควรมีมาตรการที่ส่งเสริมและพัฒนาข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษามีวินัยและป้องกันไม่ให้ข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษากระทำผิดวินัย(ความถี่ 11) 2) ควรเสริมสร้างความรู้และเข้าใจกฎหมาย ระเบียบ ข้อบังคับ ที่เกี่ยวกับวินัยและที่ใช้ในการปฏิบัติงาน เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติที่ถูกต้องให้กับข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษา (ความถี่ 9) 3) ใน การพิจารณาความดีความชอบ การประเมินผลงานต่างๆ ต้องเป็นไปตามระเบียบ ด้วยความเป็นธรรมและเสมอภาค ตลอดจนยกย่องส่งเสริมผู้รักษาวินัยเพื่อสร้างขวัญและกำลังใจ (ความถี่ 7)

การออกจากราชการ มีดังนี้ 1) สถานศึกษาควรสำรวจความต้องการในการย้าย และการออกจากราชการของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาอย่างต่อเนื่องในแต่ละปี (ความถี่ 16) 2) ควรตั้งคณะกรรมการเพื่อพิจารณาหลักเกณฑ์ในการย้าย หรือออกจากราชการให้มีความชัดเจน (ความถี่ 13) 3) มีควรมีหลักเกณฑ์ในการย้าย หรือออกจากราชการของข้าราชการครูหรือบุคลากรในสถานศึกษาที่ชัดเจนและเป็นธรรม (ความถี่ 11)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ผู้บริหารควรมีการสำรวจอัตรากำลังในสถานศึกษาในทุกๆ ปี เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนอัตรากำลังและเปิดโอกาสให้บุคลากรในสถานศึกษามีส่วนร่วมในการวางแผนอัตรากำลัง เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่ตรงตามความต้องการของสถานศึกษา

2. ด้านการสรรหาและการบรรจุแต่งตั้งบุคลากร ผู้บริหารควรมีการประชาสัมพันธ์ในการสรรหาและบรรจุตำแหน่งต่างๆ ในสถานศึกษาอย่างโปร่งใส เพื่อให้ได้มาซึ่งบุคลากรที่มีความสามารถ มีความรู้ หรือมีประสบการณ์ที่เหมาะสมกับบริบทและความต้องการของสถานศึกษา

3. ด้านการเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ผู้บริหารควรส่งเสริมและสนับสนุนให้ข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษาเข้ารับการอบรมและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องและส่งเสริมให้นำความรู้ที่ได้จากการอบรมและพัฒนามาประยุกต์ใช้ในการดำเนินงานในสถานศึกษา นอกจากนี้ควรให้การยกย่อง ชมเชย ผู้ที่ปฏิบัติงานและมีผลงานดีเด่น เพื่อเป็นการสร้างขวัญ กำลังใจ และสร้างบรรยากาศที่ดี

4. ด้านวินัยและการรักษาวินัย ผู้บริหารควรเป็นแบบอย่างที่ดีในการรักษาวินัย นอกจากนี้ควรส่งเสริมให้ข้าราชการครูและบุคลากรในสถานศึกษายึดมั่นในจรรยาบรรณวิชาชีพและวินัยอย่างสม่ำเสมอ

5. ด้านการออกจากราชการ ผู้บริหารควรพิจารณาการย้ายของราชการด้วยความโปร่งใสและเป็นธรรม และเมื่อเกิดความผิดพลาดในการดำเนินงาน ผู้บริหารควรให้ความรับผิดชอบและแก้ไขปัญหาต่างๆ อย่างทันท่วงที โดยคำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก อีกทั้งให้กำลังใจและแสดงความยินดีต่อผู้ที่เกษียณอายุราชการ

บรรณานุกรม

- โนริย์ ทรัพย์โสภณ. (2559). ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานบุคลากรของสถานศึกษา
อาชีวศึกษา จังหวัดสระแก้ว สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. การศึกษามหาบัณฑิต.
สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เพทาย บุญประคอง. (2556). การนำเสนอรูปแบบการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลของสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1 และ เขต 2. วิทยานิพนธ์
ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- ยุทธนา อิศรางกูร ณ อยุธยา. (2557). การบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลในสถานศึกษา สังกัด
สำนักงาน
เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 1. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ
บริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- วรภาพร พันธุ์โกคา. (2557). ความพึงพอใจที่มีต่อการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาของข้าราชการครู สังกัด
สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา ศรีสะเกษ เขต 4. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- สันติ บุญภิรมย์. (2552). การบริหารงานวิชาการ. กรุงเทพฯ: บุ๊ค พอยท์
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2551). แนวทางการดำเนินงานการมีส่วนร่วมการบริหาร
จัดการศึกษา. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทยจำกัด.
- อภิชาติ เอี่ยมตาล และคณะ (2556). สภาพการบริหารงานบุคคลตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหาร
สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพิษณุโลก เขต 2, สืบค้นวันที่
16 กรกฎาคม 2562, จาก <http://www.takuapacity.go.th./work%207.htm>
- Lunenburg, Fred and C. Ornstein Allan. (2012). Educational Administration : Concept and
Practice. (2nd ed.). New York : Wadsworth Publishing Company.

The Impact of Cultural Diversity on Team Performance in a Renewable Energy Consultancy Company: A Case Study of K2 Management

Khuancheewa Phonnikorn¹ and Tidarat Pongvachirint²

¹University of the Thai Chamber of Commerce, 2230131341001@live4.utcc.ac.th

²University of the Thai Chamber of Commerce, tidarat_pon@utcc.ac.th

Abstract

This research aims to study the impact of cultural diversity on team performance within K2 Management, a renewable energy consultancy with a global presence. Headquartered in Denmark, K2 Management has branch offices in 15 countries and employs staff across EMEA, USA, and APAC. The study uses Hofstede's Cultural Dimensions Theory, which consists of Power Distance, Individualism, Motivation towards Achievement and Success, Uncertainty Avoidance, Long-Term Orientation, and Indulgence, to define the cultural differences of K2 Management's employees.

The study employs quantitative survey research, gathering primary data via an online questionnaire sent to all 152 employees. The survey received responses from 96 employees, representing 24 nationalities and 15 countries of work. The analysis of Hofstede's Six Cultural Dimensions shows that the highest mean was for Motivation towards Achievement and Success, followed by Individualism. Power Distance and Long-Term Orientation had similar average scores, with Indulgence and Uncertainty Avoidance slightly lower, indicating the overall cultural dynamics within the organization. Multiple linear regression analysis, conducted using SPSS, indicates that only individualism positively impacts team performance at K2 Management, while other cultural dimensions do not. These findings can help management understand team dynamics and emphasize individualism in their management practices to enhance team performance.

Keywords : Cultural Dimensions, Cultural Diversity, Team Performance

Introduction

Nowadays, diversity in the workforce is growing in many countries across the world in areas including gender, color, and nationality (Fullerton, 1987; Johnston, 1991). Melé and Runde (2023) stated that differences in race, sexual orientation, language, ethnicity, religion,

and customs are key components of corporate environments in both domestic and global markets. Managing cultural diversity can be challenging for organizations, as employees from different backgrounds need to collaborate effectively. Due to increased internationalization, people from various nationalities work together more frequently. Effective diversity management has long been used as a foundation for and a defense against discrimination and harassment (Miminoshvili & Černe, 2022).

This research aims to study the impact of cultural diversity on team performance at K2 Management, a global renewable energy consultancy with 152 staff from 15 countries across EMEA, USA, and APAC, to gain a better understanding of how cultural diversity affects team performance and how to improve it. The findings of this study are expected to help the management team in applying appropriate management strategies to multicultural teams and could benefit other industries that also have multicultural working environments.

Literature Review

Culture has been defined from various perspectives, with Hofstede (1984) describing it as the collective programming of the mind that sets one group apart from another. According to Cox (1993), cultural diversity refers to the existence of multiple cultural groups within a specific context, such as a society, organization, or community, and refers to differences in traditions, beliefs, languages, and values. Cultural diversity can enhance innovation, decision-making, and corporate social responsibility but also presents challenges that must be managed. However, this study uses Hofstede's framework because it provides a clear framework and theory that enables to study cultural differences across various dimensions. Hofstede's theory is also practical for research in international business fields and organizational behaviour. It is a reliable tool for analysing cultural impacts and developing effective strategies in different cultures.

Hofstede's model identifies six cultural dimensions including power distance, individualism-collectivism, masculinity-femininity (now changed to motivation towards achievement and success), uncertainty avoidance, long-term orientation, and indulgence-restraint. These dimensions provide a framework for understanding how cultural dimensions impact organizational behavior and team dynamics. According to six cultural dimensions based on Hofstede (2010), Power distance represents a society's acceptance of hierarchical structures, while individualism emphasizes the importance of personal goals. Masculinity relates to a focus on achievement and competitiveness, and uncertainty avoidance reflects how comfortable a culture is with ambiguity and risk. Long-term orientation relates to a focus

on future goals, whereas indulgence reflects a society's emphasis on life enjoyment and personal gratification.

Team performance refers to how effectively a team works together to achieve shared goals, involving communication, collaboration, coordination, decision-making, and goal attainment (Katzenbach & Smith, 1993). This study uses six key elements from various research to measure team performance. The first four key elements, identified by Fadhl (2017), include team integration, communication, trust, and knowledge sharing as crucial for multicultural team performance. The remaining key elements are team productivity, based on Barrick et al. (1998), and team empowerment from Bradley et al. (2005), which increases motivation and autonomy and is also linked to better team performance.

Conceptual Framework

This study developed a conceptual framework through literature review, where cultural dimensions of Hofstede is an independent variable, team performance is a dependent variable. The conceptual framework is presented in a figure below.

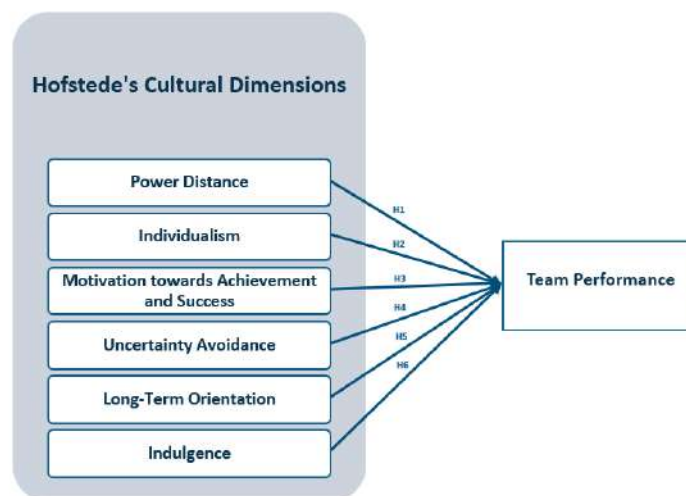


Figure 1 Conceptual Framework

Hypotheses

High power distance can lead to bureaucracy, slow decision-making, and communication barriers, reducing team agility, but it also enhances discipline and operational efficiency (Hofstede, 2010). Thus, the researcher predicts, *H1: Power distance impacts team performance at K2 Management.*

Individualistic cultures emphasize personal achievement, creativity, and clear communication, enhancing team productivity (Hofstede, 2010; Earley & Gibson, 1998; Gudykunst & Ting-Toomey, 1988). However, excessive individualism can reduce team cohesion,

create competition and undermining trust within the team (Triandis, 1995). Thus, the researcher predicts, *H2: Individualism impacts team performance at K2 Management.*

The term of Hofstede's cultural dimensions masculinity and femininity have been renamed to motivation towards achievement and success. However, the underlying interpretation of the dimension remains unchanged. Based on Hofstede (2010), Masculine cultures motivated by achievement focus on competitiveness, assertiveness, and achievement, leading teams to focus on performance, ambitious goals, and measurable outcomes, enhancing productivity, while Feminine cultures value cooperation, consensus-building, and nurturing, creating a supportive environment that prioritizes collective well-being, work-life balance, and team harmony. Thus, the researcher predicts, *H3: Motivation towards achievement and success impacts team performance at K2 Management.*

In high uncertainty avoidance cultures, teams prefer structured environments with clear guidelines, focusing on careful planning and risk management, which enhances decision-making and ensures stable outcomes. However, this approach may stifle creativity and limit experimentation by favoring proven methods over new approaches (Hofstede, 2010). Thus, the researcher predicts, *H4: Uncertainty avoidance impacts team performance at K2 Management.*

Teams with a long-term orientation focus on future goals and resilience, while short-term oriented teams are more adaptable and responsive (Hofstede, 2010). Thus, the researcher predicts, *H5: Long-Term orientation impacts team performance at K2 Management.*

Indulgence cultures emphasize employee well-being, which enhances job satisfaction and motivation. However, such cultures may struggle with deadlines, as a focus on short-term gratification can lead to delays and hinder long-term success (Hofstede, 2010). Thus, the researcher predicts, *H6: Indulgence impacts team performance at K2 Management.*

Research Methodology

The study uses a quantitative survey method to study how independent variables (power distance, individualism, motivation towards achievement and success, uncertainty avoidance, long-term orientation, indulgence) impact team performance or a dependent variable. The study's target population includes the entire 152 employees from K2 Management in over 15 branch offices across EMEA, the USA, and APAC. Survey questions are retrieved from the previous literature. The questionnaire consists of questions based on

Hofstede's six cultural dimensions, adapted from the Geert Hofstede Values Survey Module 2013, and questions measuring team performance across six key elements including team integration, team communication, team trust, knowledge sharing in team (Fadhul, 2017), team productivity (Barrick et al., 1998), and team empowerment (Bradley et al., 2005). The questionnaire's validity was evaluated using the Index of Item Objective Congruence (IOC) by three experts, with most scores at 1.00 and some at 0.67, all exceeding the 0.5 threshold set by Rovinelli and Hambleton (1977). Descriptive statistics, such as frequency distributions and percentages, are used to analyze demographic data (gender, age, education, job tenure, nationality, country of work), while mean (\bar{x}) and standard deviation (σ) are used to analyze Hofstede's six cultural dimensions and team performance for interpreting patterns and comparing groups regarding the relationships between variables. Inferential statistic uses Multiple Linear Regression Analysis via SPSS software with a statistical significance level set at 0.05, is used to test hypotheses regarding the impact of cultural diversity on team performance.

Research Results

The data collection achieved a response rate of 63% or 96 employees, which is significantly higher than the typical online survey response rate of 10% to 30% specified by SurveyGizmo (2024), thus validating the response rate for this research. The majority of respondents were male (69.8%) and aged between 20 to 29 years (31.3%). Most respondents held a master's degree (64.6%) and had worked at K2 Management for 1 to 5 years (56.3%). The study covered 24 nationalities, with the largest groups being British (22.9%), Danish (13.5%), Thai (10.4%) and Taiwanese (7.3%). While other nationalities were less represented (ranging from 1% to 4.2% approximately).

Table 1 Descriptive Results of Hofstede's Six Cultural Dimensions

Hofstede's Six Cultural Dimensions	Mean (\bar{x})	Standard Deviation (σ)	Interpretation
Power Distance	3.60	0.531	High Level
Individualism	4.10	0.566	High Level
Motivation towards Achievement and Success	4.23	0.605	Highest Level
Uncertainty Avoidance	3.52	0.430	High Level
Long-Term Orientation	3.60	0.490	High Level
Indulgence	3.55	0.401	High Level

N=96

The table 1 shows the Mean (\bar{x}) and Standard Deviation (σ) provides the average value of responses for each cultural dimension in the questionnaire and helps to identify the tendency response of the respondents. The results show that the cultural dimension with the highest Mean (\bar{x}) is motivation towards achievement and success, averaging 4.23. Individualism follows with an average of 4.10 (high level). Both power distance and long-term orientation average 3.60 (high level). Indulgence ranks fourth with an average of 3.55 (high level), and uncertainty avoidance is fifth at 3.52 (high level).

Overall, the results show all six cultural dimensions are perceived at high levels by the respondents, with motivation towards achievement and success rated the highest. The consistently high scores across these dimensions indicate a strong presence of these cultural traits within K2 Management.

Table 2 Results of the hypothesis testing using Multiple Linear Regression (MLR) to analyse the impact of cultural diversity on team performance.

Independent Variables	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
(Constant)	3.166	0.335		9.451	0.000
Power Distance	-0.026	0.063	-0.049	-0.408	0.684
Individualism	0.249	0.082	0.511	3.018*	0.003
Motivation towards Achievement and Success	-0.084	0.071	-0.184	-1.173	0.244
Uncertainty Avoidance	0.057	0.065	0.089	0.879	0.382
Long-Term Orientation	0.064	0.062	0.114	1.031	0.305
Indulgence	-0.096	0.088	-0.139	-1.091	0.278

Dependent Variable: Team Performance

R= 0.374, R² = 0.140, Std. Error of the Estimate = 0.26399, F= 2.412, *p-value <0.05

Table 2 shows the results of Inferential statistics using multiple regression analysis at a significance level of 0.05 indicated that only the individualism dimension had a statistically significant positive impact on team performance of the sample group at a significance level of p-value 0.003, which is lower than the reference value of 0.05, with a regression coefficient of 0.249 (B = 0.249, t = 3.018) indicating a positive relationship between the two variables

(individualism and team performance). Therefore, an increase of 1 unit in Individualism results in a 0.249 unit increase in team performance. Other cultural dimensions (power distance, motivation towards achievement and success, uncertainty avoidance, long-term orientation, and indulgence) did not impact team performance of the sample group at a statistical level of significance of 0.05.

Table 3 Summary of the impact of cultural diversity on team performance in a renewable energy consultancy company: a case study of K2 Management.

Hypothesis	Result
H1: Power distance impacts team performance at K2 Management.	Rejected H1
H2: Individualism impacts team performance at K2 Management.	Accepted H2
H3: Motivation towards achievement and success impacts team performance at K2 Management.	Rejected H3
H4: Uncertainty avoidance impacts team performance at K2 Management.	Rejected H4
H5: Long-Term orientation impacts team performance at K2 Management.	Rejected H5
H6: Indulgence impacts team performance at K2 Management.	Rejected H6

After testing the hypothesis, the results indicate that only individualism significantly impacts team performance at K2 Management positively, while the other hypotheses do not have any impact. Based on Hofstede (2010), in individualistic cultures, team members tend to take personal responsibility, express unique ideas, and work more independently, fostering creativity, productivity, and direct communication. This clarity reduces misunderstandings, enhances decision-making speed, and improves team responsiveness.

Earley and Gibson (1998) mention that individualism encourages personal responsibility, making individuals more likely to take ownership of their tasks and be accountable for their performance. Gudykunst and Ting-Toomey (1988) state that individualistic cultures promote direct communication, reducing misunderstandings and facilitating smoother collaboration. Additionally, House et al. (2004) found that individualistic cultures favor quick, autonomous decision-making, enhancing team agility and responsiveness. These gathered information from various literature together demonstrate how individualism positively impacts team performance.

At K2 Management, employees work independently, are clear about their roles, and are experts in their tasks, which boosts overall team performance. However, too much focus on individualism can harm team cohesion, as it may lead to personal goals overriding team

goals. It's important to balance individualism with teamwork to maintain a healthy and effective work environment.

Recommendations

Based on the findings from the hypothesis tests, the following managerial implications can be applied to the organization. First, fostering individualism positively influences team performance, so managers should create an environment that encourages autonomy, personal achievement, and recognition of individual contributions. Second, promoting work-life balance through flexible schedules and remote work options is essential as employees value personal time. Third, job satisfaction can be enhanced by offering meaningful, challenging work and opportunities for career development. Additionally, clear and direct communication is crucial, especially in individualistic cultures, while balancing individualism with team cohesion is important to maintain collaboration. Lastly, managers should monitor the potential downsides of individualism, ensuring that individual achievements do not harm team cohesion by promoting collective goals and mutual support.

References

- Ab-Latif, Z. et. al. (2020). Cultural Value Diversity: Influence towards Multicultural Teamwork Performance among Restaurant Employees. *Journal of Vocational Education Studies*, 3(2), 13-24.
- Bernard K. Baiden, Andrew D.F. Price. (2010). The Effect of Integration on Project Delivery Team Effectiveness. *International Journal of Project Management* 29 (2011) 129–136.
- Bradley L. Kirkman, Debra L. Shapiro. (2005). "The Impact of Cultural Value Diversity on Multicultural Team Performance" In *Managing Multinational Teams: Global Perspectives*. Published online, 2005, 33-67.
- Clearinghouse for Military Family Readiness. (2019). Survey response rates: Rapid literature review. University Park, PA: Clearinghouse for Military Family Readiness.
- Cox, T. (1993). *Cultural diversity in organizations: Theory, research, and practice*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.
- Daan van Knippenberg, Lisa H. Nishii, David J. G. Dwertmann. (2020). Synergy from Diversity: Managing Team Diversity to Enhance Performance. *Behavioral Science & Policy*, 6(1), 75–92.

- Donatus I. Amaram. (2007). Cultural Diversity: Implications for Workplace Management. *Journal of Diversity Management* – Fourth Quarter 2007. Virginia State University.
- Earley, P. C., & Gibson, C. B. (1998). Taking Stock in Our Progress on Individualism-Collectivism: 100 Years of Solidarity and Community. *Journal of Management*, 24(3), 265-304.
- Geert Hofstede, Gert Jan Hofstede, Michael Minkov. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind*. Revised and expanded 3rd Edition. New York: McGraw-Hill USA, 2010.
- Gudykunst, W. B., & Ting-Toomey, S. (1988). *Culture and Interpersonal Communication*. Sage Publications.
- Hall, E. T. (1976). *Beyond Culture*. Anchor Books.
- Hoogendoorn, S and Van Praag, M. (2015). *Cultural Diversity and Team Performance*. Copenhagen Business School.
- House, R. J., Hanges, P. J., Javidan, M., Dorfman, P. W., & Gupta, V. (2004). *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies*. Sage Publications.
- Jacob Cherian, Gaikar Vilas B, Paul Raj P. (2020). The Role of Cultural Diversity and How They Impact Work Team Performance. *International Journal of Mechanical Engineering and Technology*, Volume 11, Issue 9, pp. 11-22.
- Kerlyn Ohenewa Gyebi. (2016). *The Impact of Multicultural Working Environment on Employees at Workplaces*. Vaasa University of Applied Sciences.
- Kristin Zimmermann. (2010). *Intercultural Competence as a Success Factor of Virtual Multicultural Teams – A Case Study on the Effectiveness of Global HR Teams*. Department of Communication, University of Jyväskylä.
- Kutner, M. H., Nachtsheim, C. J., Neter, J., & Li, W. (2004). *Applied Linear Statistical Models*.
- Laura Wegelius. (2013). *The Impact of Multiculturalism on Group Work*. International Business Management. Turku University of Applied Sciences.
- Michael A. Rosen and Aaron S. Dietz. (2017). *Team Performance Measurement*. The Wiley Blackwell Handbook of the Psychology of Team Working and Collaborative Processes, First Edition. Published by John Wiley & Sons Ltd, 2017.
- Mohamed Ibrahim Mohamed Irfan. (2016). Cultural Dimensions of Hofstede and Their Impact on Organizational Performance in Sri Lanka. *Imperial Journal of Interdisciplinary Research*. Volume 2, Issue 10, 2016.
- Narin Tunpaiboon. (2021). *Thailand Industry Outlook 2021-23, Power Generation*. Krungsri Research.

- National Research Council. Survey Measurement and Process Quality. Retrieved from <https://www.nap.edu/read/5505/chapter/1> (Accessed 2024).
- P. Renato Lourenço et al. (2014). Effective Workgroups: The Role of Diversity and Culture. *Journal of Work and Organizational Psychology* 30, 123-132, 2014.
- Paul S. Hempel, Zhi-Xue Zhang, Yulan Han. (2009). Team Empowerment and the Organizational Context: Decentralization and the Contrasting Effects of Formalization. *Journal of Management* Vol. 38 No. 2, March 2012.
- Pew Research Center. Assessing the representativeness of public opinion surveys. Retrieved from <https://www.pewresearch.org/methods/2020/05/13/assessing-the-representativeness-of-public-opinion-surveys/> (Accessed 2024).
- Ralf Müller, Konrad Spang, Sinan Ozcan. (2009). Cultural Differences in Decision Making in Project Teams. *International Journal of Managing Projects in Business*, Vol. 2 Iss 1 pp. 70 – 93.
- Ronna C. Turner, Laurie Carlson. (2003). Indexes of Item-Objective Congruence for Multidimensional Items. *International Journal of Testing*, 3(2), 163-17, 2003.
- Sayed Mahdi Fadhul. (2017). Relationship Between Multicultural Teams and Project Performance. Brunel Business School, Brunel University London.
- Shanujan Navaneetharajah, Sarah Ahmed. (2022). The Impact of Diversity on Team Performance in Norwegian Organizations. BI Norwegian Business School.
- Stevens, S. S. (1946). On the Theory of Scales of Measurement. *Science*, 103(2684), 677-680.
- Sujin K. Horwitz and Irwin B. Horwitz. (2007). The Effects of Team Diversity on Team Outcomes: A Meta-Analytic Review of Team Demography. *Journal of Management*, Vol. 33 No. 6, 2007.
- SurveyGizmo. Survey Response Rates. Retrieved from <https://www.surveygizmo.com/survey-blog/survey-response-rates/> (Accessed 2024).
- Triandis, H. C. (1995). *Individualism & Collectivism*. Westview Press.
- Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1997). *Riding the Waves of Culture: Understanding Diversity in Global Business*. McGraw-Hill.
- Varaporn Promta. (2014). The Study of the Effects of Multinational Organization Culture on Employees' Commitment in Multinational Company: Case Study of Multinational Company at Jatujak District in Bangkok Metropolis. Srinakharinwirot University.
- Vyacheslav Lerner. (2015). Cultural Backgrounds Influencing Virtual Team Performance. College of Management and Technology, Walden University.

William S. Kramer, Marissa L. Shuffler, Jennifer Feitosa. (2016). The World is Not Flat:
Examining the Interactive Multidimensionality of Culture and Virtuality in Teams.
Human Resource Management Review (2016).

ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ของประชาชนในเขตสายไหม

กรุงเทพมหานคร

Knowledge and Understanding Towards the Industrial Product Standards
of the Population in Saimai District, Bangkok

พิมพ์ชนก ชูดวง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail : pimchanok.chud@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางรับข่าวสารกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำนวน 305 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า การเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน รวมถึง การศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า ช่องทางรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก.

ข้อเสนอแนะจากการวิจัยครั้งนี้ ควรเพิ่มความถี่การเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ที่เข้าใจง่ายและเหมาะสมกับประชาชนทุกกลุ่ม ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย และสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) ควรบูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ครอบคลุมกับทุกพื้นที่ในประเทศไทย ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาประชาชนในพื้นที่อื่นของประเทศไทย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจนมากยิ่งขึ้น

คำสำคัญ : ความรู้ความเข้าใจ; มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.); ช่องทางรับข่าวสาร

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the level of knowledge and understanding towards the Industrial Product Standards of the population in Saimai District, Bangkok, (2) to compare the demographic factors and knowledge and understanding of the

Industrial Product Standards, and (3) to study the relationship between information perception channels and knowledge and understanding of the Industrial Product Standards. The sample was 305 people living in Saimai District. Data were collected by questionnaire. Statistics used to analyze the data were frequency, percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, one-way ANOVA and Pearson Product-Moment Correlation coefficient. The level of significance was set at 0.05.

The results of this research showed that the level of knowledge and understanding of the Industrial Product Standards of the population in Saimai District was high. According to the hypothesis testing, the sample with different gender, levels of education and occupation did not cause any difference in knowledge and understanding of the Industrial Product Standards.

In contrast, sample with different ages, marital status and income caused the difference in knowledge and understanding of the Industrial Product Standards. In addition, the information perception channels did not relate to the level of knowledge and understanding of the Industrial Product Standards.

The recommendations from the study are that the frequency for dissemination of public relation media, which is easy to understand and appropriate for all groups of people, should be increased through various information perception channels. The Thai Industrial Standards Institute (TISI) should strengthen cooperation with organizations concerned to ensure that the public relations cover all the areas in the country. Studying the knowledge and understanding of Industrial Product Standards of the population in other areas was recommended for the next research to obtain explicit outcomes.

Keywords : Knowledge and understanding; Industrial Product Standards; information perception channels

บทนำ

มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) เป็นข้อกำหนดที่จัดทำขึ้นโดยหน่วยงานที่เกี่ยวข้องผ่านกระบวนการฉันทามติ (Consensus) และนำไปประกาศใช้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการคุ้มครองและส่งเสริมความปลอดภัยการใช้งานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมให้กับประชาชน รวมทั้งสร้างความเชื่อมั่นในสินค้าและบริการที่จำหน่ายภายในประเทศ และความเป็นธรรมให้กับประชาชนในการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและมีมาตรฐาน นอกจากนี้ มอก. ยังเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาภาคอุตสาหกรรมในประเทศ การเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันแก่ผู้ประกอบการในตลาดการค้าระหว่างประเทศ การรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน

การใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด การสร้างบรรทัดฐานทางการค้าทำให้ผู้ผลิตและประชาชนในฐานะผู้บริโภคมีความเข้าใจที่ตรงกัน และการลดรายจ่ายให้แก่ผู้ผลิตเนื่องจากลดการทำงานที่ซ้ำซ้อน

ในปี พ.ศ. 2566 กระทรวงอุตสาหกรรมได้เร่งขับเคลื่อนการดำเนินงานในภาคอุตสาหกรรม เพื่อเป็นกลไกหลักในการยกระดับเศรษฐกิจและคุ้มครองคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชน โดยกระทรวงอุตสาหกรรมได้ออกนโยบาย “Quick Win” ซึ่งหนึ่งในภารกิจสำคัญคือการดำเนินการปราบปรามสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐานให้หมดไปจากท้องตลาด โดยในเดือนเมษายน 2567 สมอ. ได้แถลงผลการดำเนินงานรอบ 6 เดือน ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 (ตั้งแต่เดือนตุลาคม พ.ศ. 2566 ถึงเดือนมีนาคม พ.ศ. 2567) ซึ่งได้ตรวจจับผู้ประกอบการที่ทำผิดกฎหมาย ลักลอบผลิตและนำเข้าสินค้าไม่ได้มาตรฐาน จำนวน 191 ราย ยึดอายัดสินค้าเป็นมูลค่ากว่า 220 ล้านบาท โดย 3 อันดับแรก ได้แก่ เหล็กและวัสดุก่อสร้าง 87.70 ล้านบาท ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ 73.23 ล้านบาท และยานยนต์ 54.09 ล้านบาท (สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม, 2567)

ด้วยเหตุที่ในปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ไม่ได้มาตรฐานถูกวางจำหน่ายในท้องตลาดจำนวนมาก อ้างอิงจากสถิติการตรวจจับผู้ประกอบการที่ทำผิดกฎหมาย ลักลอบผลิตและนำเข้าสินค้าไม่ได้มาตรฐานตามข้างต้น เป็นเหตุให้ประชาชนได้รับความเสียหายต่อชีวิตและทรัพย์สิน ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเรื่อง “ความเข้าใจเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร” โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางรับข่าวสารกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชน โดยได้พิจารณาคัดเลือกเขตสายไหมเป็นเขตพื้นที่นำร่องในการศึกษา เนื่องจากเขตสายไหมเป็นเขตที่มีจำนวนประชากรและความหนาแน่นในเขตกรุงเทพมหานครเป็นอันดับที่สอง แต่พื้นที่ส่วนใหญ่รวมไปด้วยเขตธุรกิจการค้าชาย เขตที่อยู่อาศัย เขตเกษตรกรรม และหน่วยงานราชการ (กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ, 2565) จึงเหมาะแก่การใช้เป็นพื้นที่นำร่องในการศึกษา โดยผลจากการวิจัยจะเป็นประโยชน์ในการเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ สมอ. นำไปกำหนดเป็นแนวทางการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับ มอก. ให้แก่ประชาชนในการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐาน และการสร้างภูมิคุ้มกันให้กับประชาชนในการสังเกตลักษณะของผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่ได้มาตรฐานก่อนตัดสินใจซื้อ เพื่อส่งเสริมการคุ้มครองความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนอย่างยั่งยืน และสร้างความเป็นธรรมให้แก่ประชาชนที่จะได้รับสินค้าที่มีคุณภาพ มีมาตรฐาน และปลอดภัยต่อการใช้งาน

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความรู้ความเข้าใจ

1.1 ความหมายของความรู้ความเข้าใจ โดยนักวิชาการได้นิยามความหมายไว้อย่างหลากหลาย ดังนี้

1) Bloom (1971: 17) ได้ให้ความหมายของความรู้ว่า เป็นสิ่งที่เกี่ยวข้องกับการระลึกถึงเรื่องเฉพาะหรือเรื่องทั่วไป ระลึกถึงวิธีการกระบวนการ หรือสถานการณ์ต่าง ๆ โดยเน้นความจำ ส่วนความเข้าใจเป็น

ความสามารถทางสติปัญญาในการขยายความรู้ ความจำ ให้กว้างออกไปจากเดิมอย่างสมเหตุสมผล การแสดงพฤติกรรมเมื่อเผชิญกับสื่อความหมาย และความสามารถในการแปลความหมาย การสรุป หรือการขยายความสิ่งใดสิ่งหนึ่ง

2) Good (1973: 325) ได้ให้ความหมายของคำว่าความรู้ว่า ความรู้เป็นข้อเท็จจริง (Facts) ความจริง (Truth) กฎเกณฑ์ และข้อมูลต่าง ๆ ที่มนุษย์ได้รับและรวบรวมสะสมไว้จากมวลประสบการณ์ต่าง ๆ

3) Hideo Yamazaki (1999: 30) ได้กล่าวว่า ความรู้ คือ สารสนเทศที่ผ่านกระบวนการคิด เปรียบเทียบ เชื่อมโยงกับความรู้อื่น จนเกิดเป็นความเข้าใจและนำไปใช้ประโยชน์ในการสรุป และตัดสินใจในสถานการณ์ต่าง ๆ

1.2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความรู้ความเข้าใจ ซึ่ง สรรพวุฒิ พิพัฒพันธ์ (2533: 13) ได้สรุปปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจไว้ 2 ปัจจัย

1) ปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย

- ระดับการศึกษา การศึกษามีอิทธิพลต่อการแสดงออก เพราะจะทำให้บุคคลมีความรู้และมีความคิดเห็นในเรื่องต่าง ๆ อย่างมีเหตุและมีผล

- ความเชื่อ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิดของแต่ละบุคคลในการยอมรับสิ่งต่าง ๆ ซึ่งอาจแตกต่างกัน

- สถานภาพทางสังคม หมายถึง สิทธิและหน้าที่ที่มีต่อผู้อื่นและสังคม

- ประสบการณ์ เป็นสิ่งที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และส่งผลต่อความคิดเห็น

2) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วย

- ครอบครัว หมายถึง การสะสมความรู้โดยทางตรงหรือทางอ้อมจากระเบียบ วิธีปฏิบัติ กฎเกณฑ์ และค่านิยมต่าง ๆ ที่กลุ่มได้กำหนดไว้เป็นระเบียบของความประพฤติ และความสัมพันธ์ของสมาชิกในสังคมนั้น

- กลุ่มและสังคมที่เกี่ยวข้อง มีอิทธิพลต่อบุคคลอย่างมาก เพราะเมื่อบุคคลอยู่ในกลุ่มหรือสังคมนั้น ต้องยอมรับ และปฏิบัติตามกฎเกณฑ์ของกลุ่มและสังคมนั้น

- สื่อมวลชน เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ โทรทัศน์ ซึ่งมีอิทธิพลอย่างมากต่อการเรียนรู้และการเปลี่ยนแปลงความคิดเห็นของบุคคล

1.3 การวัดระดับความรู้ความเข้าใจ ซึ่ง รัตติกรณ์ จงวิศาล (2535: 51) ได้แบ่งไว้ 3 ระดับ ดังนี้

1) ถามความรู้ในเรื่อง เป็นการถามรายละเอียดของเนื้อหา ข้อเท็จจริงต่าง ๆ ของเรื่องราวทั้งหลาย ประกอบด้วยคำถามประเภทต่าง ๆ เช่น ศัพท์และนิยาม กฎและความจริงหรือรายละเอียดเนื้อหาต่าง ๆ

2) ความรู้ในวิธีการ เป็นการถามวิธีปฏิบัติต่าง ๆ แบบแผน ประเพณี ขั้นตอนการปฏิบัติทั้งหลาย เช่น ถามระเบียบแบบแผน ลำดับขั้นและแนวโน้ม การจัดประเภทและหลักเกณฑ์ต่าง ๆ

3) ถามความรู้รวบยอด เป็นการถามความสามารถในการจดจำข้อสรุปหรือหลักการของเรื่องที่เกิดจากการผสมผสานหาลักษณะเพื่อรวบรวมและย่อลงมาเป็นหลักหรือหัวใจของเนื้อหานั้น ๆ

1.4 การสร้างแบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจ ซึ่ง รวีวรรณ ชินะตระกูล (2533: 38-41) กล่าวไว้ ดังนี้

1) แบบอัตนัย เป็นแบบทดสอบที่ผู้สอบต้องเขียนตอบ ยากที่จะควบคุมการตอบของผู้สอบได้

2) แบบปรนัย แบ่งเป็น 3 ประเภท คือ แบบถูกผิด แบบทดสอบแบบจับคู่ และแบบเลือกตอบ

2. ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม

2.1 มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (มอก.) หมายถึง ข้อกำหนดทางวิชาการที่ สมอ. ร่วมกับผู้ที่เกี่ยวข้องได้กำหนดขึ้นผ่านกระบวนการกำหนดมาตรฐาน เพื่อให้ได้ข้อสรุปที่มีความเห็นพ้องต้องกัน และเป็นแนวทางแก่ผู้ผลิตในการผลิตสินค้าและการให้บริการที่มีคุณภาพ

2.2 ลักษณะเครื่องหมายมาตรฐานสำหรับแสดงกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม ดังนี้

1) เครื่องหมายมาตรฐานทั่วไป เป็นเครื่องหมายรับรองคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ สมอ. กำหนดมาตรฐานของผลิตภัณฑ์นั้นไว้แล้ว ซึ่งผู้ผลิต (ในประเทศไทย) สามารถยื่นขอการรับรองคุณภาพโดยสมัครใจ

2) เครื่องหมายมาตรฐานบังคับ เป็นเครื่องหมายรับรองผลิตภัณฑ์ ที่กฎหมายกำหนดให้ต้องเป็นไปตามมาตรฐาน และใช้ทั้งกับผู้ผลิตทั้งในประเทศและต่างประเทศ เพื่อความปลอดภัยของผู้บริโภค

2.3 การแสดงเครื่องหมาย มอก. ให้แสดงให้เห็นได้ง่ายและชัดเจนไว้ที่ผลิตภัณฑ์ และจะแสดงไว้ที่สิ่งบรรจุหีบห่อ สิ่งหุ้มห่อ หรือสิ่งผูกมัดอีกด้วยก็ได้ และการแสดงหมายเลขมาตรฐาน ประกอบด้วย ตัวอักษรย่อ “มอก.” ตามด้วยตัวเลขแสดงลำดับการออกมาตรฐาน เครื่องหมายยัติภังค์ และปีพุทธศักราช เช่น มอก. 2718-2560

2.4 มอก. มีประโยชน์ในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ประชาชนในฐานะผู้บริโภคได้รับสินค้าที่มีมาตรฐาน มีคุณภาพปลอดภัยต่อการใช้งาน ประโยชน์ต่อผู้ผลิตในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ลดรายจ่าย ลดขั้นตอนการทำงานซ้ำซ้อน ประโยชน์ต่อเศรษฐกิจและสังคมในการเป็นสื่อกลางเป็นบรรทัดฐานทางการค้า และประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม

2.5 พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 เป็นกฎหมายเพื่อส่งเสริมอุตสาหกรรมภายในประเทศ เสริมสร้างความปลอดภัยและป้องกันความเสียหายอันอาจจะเกิดแก่กิจการอุตสาหกรรมหรือเศรษฐกิจของประเทศ และเพื่อปกป้องคุ้มครองประชาชน

2.6 สมอ. จัดตั้งขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2512 ภายใต้กระทรวงอุตสาหกรรม โดยมีภารกิจเกี่ยวกับการดำเนินงานด้านการมาตรฐานของประเทศ

2.7 ร้าน มอก. คือ ร้านจำหน่ายหรือร้านค้าออนไลน์ที่ใส่ใจในความปลอดภัยของผู้บริโภค โดยเลือกนำสินค้า

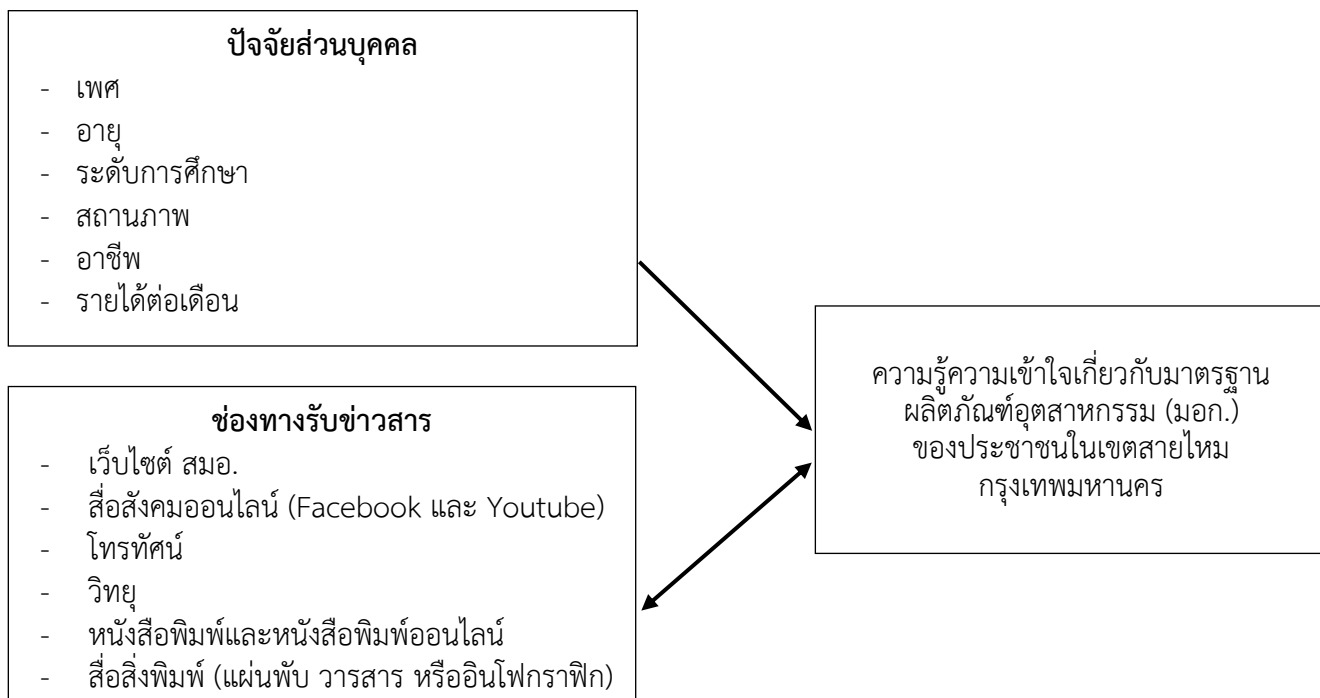
2.8 ที่มีเครื่องหมาย มอก. มาจำหน่าย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า

กรอบแนวคิด

การวิจัยเรื่อง “ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร” ผู้วิจัยใช้แนวคิดของสรรพวุฒิ พิพัฒพันธ์ (2533: 13) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สื่อมวลชน โดยนำมาอ้างอิงในการกำหนดตัวแปรอิสระในส่วนปัจจัยส่วนบุคคล และช่องทางรับข่าวสาร และนำแนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับ มอก. มากำหนดเป็นตัวแปรตาม

ตัวแปรอิสระ

ตัวแปรตาม



สมมติฐานการวิจัย

1. ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
2. ประชาชนที่มีอายุต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
3. ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
4. ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
5. ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
6. ประชาชนที่มีรายได้ต่อเดือนต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกัน
7. ช่องทางรับข่าวสารมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. คุณลักษณะประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำนวน 209,566 คน (สำนักงานเขตสายไหม, 2566)
2. จำนวนตัวอย่าง/วิธีการคำนวณตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 ตัวอย่าง จึงได้สุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

$$F = \frac{n \times Ni}{N}$$

F = จำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 305 คน (จากการคำนวณโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power)

N_i = จำนวนประชากรเขตสายไหมในแต่ละแขวง

N = จำนวนรวมของประชากรที่ใช้ศึกษาทั้งหมด จำนวน คน 209,566 คน

แขวง	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
สายไหม	80,591	117
ออเงิน	43,296	63
คลองถนน	85,679	125
รวม	209,566	305

3. การเลือกตัวอย่าง เมื่อได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในแต่ละแขวงแล้ว ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ แล้วนำแบบสอบถามแจกตามกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวน 305 ตัวอย่าง

4. การสร้างแบบสอบถาม โดยใช้แนวคิดของสรรพวุฒิ พิพัฒพันธ์ (2533: 13) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคิดเห็นซึ่งมีความสัมพันธ์กับความรู้ความเข้าใจ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล และ ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม ได้แก่ สื่อมวลชน โดยนำมาอ้างอิงในการจัดทำแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และ ส่วนที่ 2 ช่องทางรับข่าวสาร และการใช้แนวคิดและข้อมูลเกี่ยวกับ มอก. เพื่อนำมาจัดทำเป็นข้อคำถามจำนวน 30 ข้อ ในส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. รวมถึง การใช้แนวคิดการสร้างแบบทดสอบวัดความรู้ความเข้าใจของ รวีวรรณ ชินะตระกูล (2533: 38-41) แบบปรนัย ประเภท แบบถูกผิด เป็นรูปแบบในการจัดทำแบบสอบถามในส่วนที่ 3 โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1) ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้)

2) ส่วนที่ 2 ช่องทางรับข่าวสาร (เว็บไซต์ สื่อสังคมออนไลน์ โทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ และสื่อสิ่งพิมพ์) โดยแบ่งความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารออกเป็น 3 ระดับ (ความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดที่ 0.66) ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00-0.66 มีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในระดับน้อย 2) คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.67-1.33 มีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในระดับปานกลาง และ 3) คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 1.34-2.00 มีความถี่ในการรับข้อมูลข่าวสารในระดับมาก

3) ส่วนที่ 3 แบบสอบถามวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. จำนวน 30 ข้อ ประกอบด้วย (1) ความหมายของ มอก. (2) เครื่องหมาย มอก. (3) การแสดงเครื่องหมายและหมายเลข มอก. (4) ประโยชน์ของ มอก. (5) สาระสำคัญของพระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (6) ข้อมูลเกี่ยวกับ สมอ. และ (7) ร้าน มอก. โดยจัดทำเป็นคำถามในรูปแบบถูกผิดให้เลือกตอบ ใช่ หรือ ไม่ใช่ อย่างใดอย่างหนึ่ง และกำหนดการให้คะแนน ได้แก่ ตอบถูก 1 คะแนน และตอบผิด 0 คะแนน และเมื่อรวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่แล้วจะใช้คะแนนเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่าง แบ่งระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ออกเป็น 3 ระดับ (ความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดที่ 0.33) ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.00-0.33 มีความรู้ความเข้าใจระดับน้อย 2)

คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.34-0.66 มีความรู้ความเข้าใจระดับปานกลาง และ 3) คะแนนเฉลี่ยระหว่าง 0.67-1.00 มีความรู้ความเข้าใจระดับมาก

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปแจกให้ประชาชนในเขตสายไหม จำนวน 305 คน ซึ่งใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมแบบสอบถามในเดือนตุลาคม พ.ศ. 2567

6. การวิเคราะห์ผล โดยรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ปัจจัยด้านบุคคล)

(n = 305)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
เพศ	ชาย	154	50.5
	หญิง	145	47.5
	ไม่ระบุ	6	2.0
อายุ	18 - 25 ปี	73	23.9
	26 - 35 ปี	88	28.9
	36 - 45 ปี	75	24.6
	46 ปีขึ้นไป	69	22.6
ระดับการศึกษา	ระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช.	96	31.5
	ระดับอนุปริญญา หรือ ปวส.	52	17.1
	ระดับปริญญาตรี	120	39.3
	ระดับสูงกว่าปริญญาตรี	37	12.1
สถานภาพ	โสด	191	62.6
	สมรส	114	37.4
อาชีพ	นิสิต หรือ นักศึกษา	39	12.8
	รับจ้าง หรือ พนักงานบริษัท	124	40.7
	ข้าราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ	79	25.9
	ประกอบธุรกิจส่วนตัว	46	15.0
	อื่น ๆ	17	5.6
รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 15,000 บาท ต่อเดือน	52	17.0
	15,001 - 25,000 บาท ต่อเดือน	103	33.8
	25,001 - 35,000 บาท ต่อเดือน	75	24.6
	35,001 บาทขึ้นไป ต่อเดือน	75	24.6

ผลการศึกษาด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 50.5 มีอายุ 26 - 35 ปี จำนวน 88 คน คิดเป็นร้อยละ 28.9 รองลงมา คือ อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3

รองลงมา คือ กลุ่มที่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา หรือ ปวช. จำนวน 96 คน คิดเป็นร้อยละ 31.5 ในด้านของสถานภาพ ส่วนใหญ่กลุ่มตัวอย่างมีสถานภาพโสด จำนวน 191 คน คิดเป็นร้อยละ 62.6 รวมทั้งมีอาชีพรับจ้าง หรือ พนักงานบริษัท จำนวน 124 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอาชีพข้าราชการ หรือ รัฐวิสาหกิจ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 25.9 และส่วนใหญ่มีรายได้ 15,001 - 25,000 บาท ต่อเดือน จำนวน 103 คน คิดเป็นร้อยละ 33.8

2. การแสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในการเปิดรับข่าวสารจำแนกตามช่องทางต่าง ๆ

(n = 305)

ช่องทางการรับข่าวสาร	ความถี่ในการรับข่าวสาร			\bar{X}	S.D.	ความถี่ในการรับข่าวสาร
	ประจำ	นาน ๆ ครั้ง	ไม่เคย			
1. เว็บไซต์ สโม.	48 (15.7)	122 (40.0)	135 (44.3)	0.71	0.721	ปานกลาง
2. สื่อสังคมออนไลน์ (Facebook และ Youtube)	163 (53.4)	100 (32.8)	42 (13.8)	1.40	0.719	มาก
3. โทรศัพท์	67 (22.0)	161 (52.8)	77 (25.2)	0.97	0.687	ปานกลาง
4. วิทยุ	20 (6.5)	124 (40.7)	161 (52.8)	0.54	0.617	น้อย
5. หนังสือพิมพ์และ หนังสือพิมพ์ออนไลน์	61 (20.0)	137 (44.9)	107 (35.1)	0.85	0.728	ปานกลาง
6. สื่อสิ่งพิมพ์ (แผ่นพับ วารสาร หรืออินโฟกราฟิก)	17 (5.6)	143 (46.9)	145 (47.5)	0.58	0.597	น้อย
รวม				0.84	0.438	ปานกลาง

ผลการวิจัยพบว่า ความถี่ในการรับข่าวสารเกี่ยวกับ มอก. ของกลุ่มตัวอย่างในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 0.84 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายประเภทพบว่า ช่องทางที่มีความถี่ในการรับข่าวสารในระดับมาก คือ สื่อสังคมออนไลน์ มีค่าเฉลี่ย 1.40 และช่องทางที่มีความถี่ในการรับข่าวสารในระดับน้อย มีจำนวน 2 ช่องทาง ได้แก่ วิทยุ มีค่าเฉลี่ย 0.54 และ สื่อสิ่งพิมพ์ มีค่าเฉลี่ย 0.58 ตามลำดับ

3. การตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

(n = 305)

คำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
คำถามวัดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. จำนวน 30 ข้อ	0.69	0.733	มาก

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของกลุ่มตัวอย่างในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยข้อความคำถามที่ประชาชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในระดับมาก เช่น ความหมายของ มอก. และเครื่องหมายมาตรฐานบังคับ และประโยชน์ของ มอก. และพบว่าข้อความที่

ประชาชนกลุ่มตัวอย่างมีความรู้ความเข้าใจในระดับน้อย ได้แก่ ลักษณะสีของเครื่องหมาย มอก. และการแสดงเครื่องหมาย มอก.

4. การตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ไม่แตกต่างกัน ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ สถานภาพ และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. การตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างช่องทางรับข่าวสารกับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ของประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานคร

(n = 305)

ตัวแปร	ความรู้ความเข้าใจของประชาชน	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
ช่องทางรับข่าวสาร	0.005	0.933

ผลการวิจัย พบว่า ช่องทางรับข่าวสารไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. แสดงให้เห็นว่า แม้ว่าในภาพรวมประชาชนมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ในระดับมาก แต่ภาพรวมของความรู้ในการรับข่าวสารอยู่ระดับปานกลาง อาจเป็นเพราะประชาชนเข้าถึงช่องทางการรับข่าวสารที่ไม่หลากหลายมากนัก โดยช่องทางรับข่าวสารที่มีความรู้ในการเข้าถึงในระดับมาก คือ สื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับยุคดิจิทัลในปัจจุบัน ในขณะที่ช่องทางรับข่าวสารอื่น ๆ อาจยังไม่มีส่วนเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. ให้กับประชาชน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากผลการวิจัยพบว่า ประชาชนมีการเข้าถึงช่องทางการรับข่าวสารที่ไม่หลากหลาย จึงควรเพิ่มความรู้ในการเผยแพร่สื่อประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางการสื่อสารที่หลากหลาย เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนมากยิ่งขึ้น และเพื่อให้ประชาชนได้รับข้อมูลข่าวสารอย่างสม่ำเสมอ และเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับ มอก. ให้กับประชาชน

2. ควรพัฒนาแหล่งข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับข้อกำหนดที่ต้องปฏิบัติตาม หรือนโยบายของ สมอ. ให้ประชาชนเข้าใจได้ง่าย โดยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน เพื่อการใช้ภาษาที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การสื่อสารที่มีประสิทธิภาพ และสร้างความรู้ความเข้าใจของประชาชนได้อย่างชัดเจน

3. ควรบูรณาการความร่วมมือกับภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในระดับจังหวัดและท้องถิ่น เพื่อให้การเผยแพร่ประชาสัมพันธ์ในการเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. กระจายในวงกว้าง ครอบคลุมกับทุกพื้นที่ในประเทศไทย ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการส่งเสริมการเลือกซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและมาตรฐานให้แก่ประชาชน รวมทั้งเพิ่มความปลอดภัยในการใช้สินค้า และลดความเสี่ยงจากการใช้สินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

4. ควรพัฒนาระบบการส่งเสริมการเรียนรู้เกี่ยวกับ มอก. ผ่านทางออนไลน์ (Digital Learning Platform) เพื่อเป็นเครื่องมือในเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชน และวัดระดับความรู้ความเข้าใจของประชาชนในคราวเดียวกัน ซึ่งระบบดังกล่าวจะอำนวยความสะดวกให้กับประชาชนในการเรียนรู้ได้ทุกที่ทุกเวลา และ สมอ. สามารถนำผลลัพธ์จากการวัดระดับความรู้ความเข้าใจมาประเมินผลเพื่อจัดทำกิจกรรมหรือโครงการเพื่อสร้างความตระหนักรู้ให้กับประชาชนได้

5. จัดการฝึกอบรมเพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจให้กับประชาชนที่อยู่ในวัยเด็ก หรือกลุ่มนักเรียน เพื่อวางพื้นฐานให้เกิดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับ มอก. อย่างถูกต้อง และเพื่อสร้างความตระหนักรู้ในความสำคัญของ มอก. เมื่อมีการเลือกซื้อสินค้าในอนาคต

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะประชาชนในเขตสายไหม กรุงเทพมหานครเท่านั้น จึงไม่สามารถอธิบายความรู้ความเข้าใจของประชาชนในกรุงเทพมหานคร หรือในประเทศไทยได้ทั้งหมด ในการวิจัยครั้งต่อไป ควรเป็นการศึกษาประชาชนในกรุงเทพมหานคร หรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ความชัดเจนมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งต่อไป ควรเพิ่มการศึกษาความรู้ความเข้าใจของประชาชนเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมที่เป็นไปตามมาตรฐาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรมด้านเครื่องใช้ไฟฟ้าและอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งเป็นประเภทสินค้าที่มีการยึดอายุัดเป็นจำนวนมาก เนื่องจากมีการลักลอบจำหน่ายสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน และประชาชนทุกกลุ่มสามารถซื้อได้ เพื่อนำผลลัพธ์ที่ได้จากการวัดระดับความรู้ความเข้าใจมาประเมินผล เพื่อจัดทำกิจกรรมหรือโครงการในการส่งเสริมการเลือกซื้อสินค้าที่มีมาตรฐานให้แก่ประชาชน และลดความเสี่ยงจากการเลือกซื้อสินค้าที่ไม่ได้มาตรฐาน

บรรณานุกรม

กฎกระทรวง กำหนดลักษณะ การทำ วิธีแสดง และการใช้เครื่องหมายมาตรฐานกับผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2563. (25 กรกฎาคม 2563). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 137 ตอนที่ 60 ก, หน้า 9-12.

กฎกระทรวง แบ่งส่วนราชการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม พ.ศ. 2560. (2 ตุลาคม 2560). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 134 ตอนที่ 102 ก, หน้า 50-58.

กมลชนก วงศ์สวัสดิ์. (2563). ความรู้ความเข้าใจต่อพระราชบัญญัติคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล พ.ศ. 2562 ของพนักงานการไฟฟ้าส่วนภูมิภาค สำนักงานใหญ่. วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2562). พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511. สืบค้น 14 มิถุนายน 2567, จาก <http://law.industry.go.th/laws/detail/32666>

กระทรวงอุตสาหกรรม. (2566). พิมพ์ภัทราเอาจริงออก 8 มาตรการปราบสินค้าออนไลน์ไร้มาตรฐาน. สืบค้น 25 ธันวาคม 2566, จาก <https://www.industry.go.th/th/secretary-of-industry/12664>

กองยุทธศาสตร์บริหารจัดการ กรุงเทพมหานคร (2565). จำนวนประชากร และความหนาแน่นในเขต กรุงเทพมหานคร 2565 เรียงตามจำนวนประชากรรวม (ข้อมูล ณ เดือนธันวาคม พ.ศ. 2565). สืบค้น 25 มีนาคม 2567, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/pipd>

กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2565). โครงการร้าน มอก. สืบค้น 15 มกราคม 2567, จาก <https://pr.tisi.go.th/>

กองส่งเสริมและพัฒนาด้านการมาตรฐาน สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2565). รู้หรือไม่รู้เรื่องหมายมาตรฐานแต่ละแบบแตกต่างกันอย่างไร. สืบค้น 15 มกราคม 2567, จาก <https://pr.tisi.go.th/>

เกรียงไกร ทองเทศ. (2561). ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขต อำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการเมืองการปกครอง, มหาวิทยาลัยบูรพา.

ชัยยง กฤตผลชัย. (2555). มาตรฐานเพื่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอย่างยั่งยืน. สมอ. สาร, 38 (439), 6-11

โชติรส โชคชัยฉิติ. (2564). การรับรู้ของผู้บริโภคต่อการปฏิบัติตามมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัย (SHA) ของร้านอาหารในพื้นที่ (พิเศษ) ค้างบางกะเจ้า อำเภอบางกระเจา จังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์ ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณพงศ์ รัตนพรสุวรรณ. (2566). ความรู้ความเข้าใจของกฎหมายคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของประชาชน ในเขตกรุงเทพมหานคร. การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ณัชจรี อภิญญามนต์สี. (2566). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ของข้าราชการกรม ส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ. การศึกษาค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

นิรินทร์ วิทยาเกียรติเลิศ. (2560). ความรู้ความเข้าใจปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของเจ้าหน้าที่ในสหกรณ์โคนม หนองโพราชบุรี จำกัด (ในพระบรมราชูปถัมภ์). วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขารัฐศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ปณิชา ทองชุมนุ. (2562). สรุปเนื้อหา พ.ร.บ. มาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511 ที่ปรับปรุงแก้ไข พ.ศ. 2562. สืบค้น 14 มิถุนายน 2567, จาก https://www.tisi.go.th/data/service/TIS-2511_edit-2562.pdf

ประกาศสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เรื่อง แนวทางการแสดงหมายเลขมาตรฐานผลิตภัณฑ์ อุตสาหกรรม. 10 มกราคม 2562.

ประกาศสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม เรื่อง หลักเกณฑ์และเงื่อนไขการเข้าร่วมเป็น “ร้าน มอก.” พ.ศ. 2567. 6 พฤศจิกายน 2567

ประภาเพ็ญ สุวรรณ. (2526). ทศนคติ การวัดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมอนามัย. กรุงเทพมหานคร: ไทยวัฒนาพานิช.

พระราชบัญญัติมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม พ.ศ. 2511. (16 เมษายน 2562). ราชกิจจานุเบกษา. เล่มที่ 136 ตอนที่ 50 ก, หน้า 236-252.

รวีวรรณ ชินะตระกูล. (2533). คู่มือการทำวิจัยทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร: ภาพพิมพ์.

รัช สุขกิจ. (2560). ความรู้ความเข้าใจด้านนิตยสารการบินของข้าราชการกองการบิน ศูนย์การเคลื่อนย้าย กองทัพบก. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2535). คุณภาพบริการ. กรุงเทพมหานคร: ดอกหญ้า.

ราชบัณฑิตยสถาน. (2538). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพมหานคร: อักษรเจริญทัศน์.

วิชัย วงษ์ใหญ่. (2537). พัฒนาหลักสูตรและการสอนมิติใหม่. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพมหานคร: ธเนศวรการพิมพ์.

วัลลภ รัฐฉัตรานนท์. 2556. วิธีและเทคนิคในการวิจัยทางรัฐศาสตร์. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพมหานคร: เสมาธรรม.

สรรพวุฒิ พิพัฒพันธ์. (2533). ความคิดเห็นของเจ้าหน้าที่ตำรวจกองบังคับการตำรวจสันติบาลกองบัญชาการสอบสวนกลาง กรมตำรวจต่อสาเหตุการกระทำผิดวินัย. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต) สาขาพัฒนาสังคม, มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

สำนักงานเขตสายไหม. (2566). ข้อมูลทั่วไปของเขต. สืบค้น 27 มีนาคม 2567, จาก <https://webportal.bangkok.go.th/saimai>

สำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม. (2567). สมอ. แฉผลงาน 6 เดือน กวาดล้างสินค้าด้อยคุณภาพ กว่า 220 ล้านบาท ตามภารกิจ “Quick win” รัฐมนตรีพิมพ์ภัทรา พร้อมออกมาตรฐานเสริมแกร่งภาคอุตสาหกรรม 469 เรื่อง. สืบค้น 13 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.tisi.go.th/news/details/625/>

อักษร สวัสดิ์. (2542). ความรู้ความเข้าใจ และความตระหนักในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาตอนปลาย : กรณีศึกษาในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์พัฒนบริหารศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนาสังคม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.

อัจฉราพร ปะที. (2559). ความรู้ ความเข้าใจ และความคิดเห็นของประชาชนในชุมชนต่อการคุ้มครองคนไร้ที่พึ่ง: กรณีศึกษาประชาชนในตำบลผาสิงห์ อำเภอเมือง จังหวัดน่าน. สารนิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

อัญรัตน์ ยิ่งตระกูล. (2560). ความรู้ความเข้าใจของนิสิตมหาวิทยาลัยบูรพาที่มีต่อรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวดที่ 3 สิทธิและเสรีภาพของปวงชนชาวไทย. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต กลุ่มวิชาการบริหารทั่วไป, มหาวิทยาลัยบูรพา.

อานนท์ ชื่นชอบ. (2564). ความรู้ความเข้าใจของประชาชนในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวนเกี่ยวกับการลดใช้ถุงพลาสติก. งานนิพนธ์รัฐศาสตร์มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.

เอ็มอัชมา (รัตน์ริมจง) วัฒนบุรานนท์. (2548). ความปลอดภัย (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: โอ.เอส. พรินติ้ง เฮ้าส์.

- Bloom, B.S. (1971). Handbook on Formative and Summative Evaluation of Student. United States: McGraw-Hill.
- Cohen, J. (1988). Statistical Power Analysis for the behavioral sciences. 2nd ed. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Davenport, T.H., & L. Prusak, (1998). Working Knowledge: How Organization Manage What They Know. Boston: Harvard Business School Press.
- Good, Carter V. (1973). Dictionary of Education. (3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- Hospers, J. (1967). An Introduction to Philosophical Analysis. London: Printing Hall.
- Yamazaki Hideo. (1999). Measurement Analysis Knowledge Management. Tokyo: The Yama Group.

อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูและลวดลายปักตกแต่งบนชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ย มณฑลกว๋างสี : การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

Cultural identity of the Bai Niao Yi Lu Sheng Laku Festival and the decorative embroidery patterns on the Bai Niao costumes of the Miao Tribe, Rongshui District, Guangxi Province: Designing creative cultural products to promote tourism

Luxian Feng¹ รสา สุนทรายุทธ² และ ฟนทิพย์ วรรณนะศิริรินทร์ รังสิตสวัสดิ์³

¹คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, skzllab@gmail.com

²คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, rsuntrayuth@gmail.com

³คณะศิลปกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา, fonthip.r@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยเรื่อง “อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของเทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูและลวดลายปักตกแต่งบนชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ย มณฑลกว๋างสี : การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางเทคนิคและลวดลายของชุดไปเหี้ยว ชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ย มณฑลกว๋างสี เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในอำเภอหงส์ย มณฑลกว๋างสี งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยทางเอกสาร การวิจัยภาคสนาม และการสัมภาษณ์ จากการศึกษาพบว่า เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูเป็นเทศกาลการบูชาบรรพบุรุษที่สืบทอดกันมาหลายชั่วอายุคนของชนเผ่าเหมียว อัตลักษณ์ทางเทคนิคการปักและลวดลายของชุดไปเหี้ยวได้สะท้อนให้เห็นผ่านการปักลวดลายลงบนเครื่องแต่งกายด้วยมืออย่างละเอียดประณีต และลวดลายบนชุดที่มีความหลากหลายทั้งลายเรขาคณิต ลายดอกไม้ และลายสัตว์ ผู้วิจัยได้มีการบูรณาการลวดลายและเทคนิคเหล่านี้เข้ากับแนวคิดการออกแบบสมัยใหม่เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยมีเป้าหมายเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและผลักดันการพัฒนาเศรษฐกิจในท้องถิ่น งานวิจัยนี้เป็นประโยชน์อย่างมากต่อเผยแพร่วัฒนธรรมดั้งเดิมของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ย มณฑลกว๋างสี ให้เป็นที่รู้จักในตลาดการท่องเที่ยวสมัยใหม่ อีกทั้งยังเป็นการเปิดเส้นทางใหม่สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสืบสานและเผยแพร่วัฒนธรรมของชนเผ่าเหมียว

คำสำคัญ : เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถู, ลวดลายบนชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว, ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

Abstract

The research on “Cultural identity of the Bai Niao Yi Lu Sheng Laku Festival and the decorative embroidery patterns on the Bai Niao costumes of the Miao Tribe, Rongshui District, Guangxi Province: Designing creative cultural products to promote tourism” aimed to study technical identity and patterns of the Bai Niao costumes of the Miao Tribe, Rongshui District, Guangxi Province, in order to design creative cultural products that promote tourism and economic development in Rongshui County, Guangxi Province. This is a documentary and field research, with interviews. According to the study results, the Bai Niao Yi Lu Sheng Laku Festival an ancestor worship festival that has long been inherited for generations in the Miao Tribe. Technical identity of embroidery techniques and patterns on the Bai Niao costumes are reflected through fine and elaborate embroidery by hand on clothing, including various patterns, i.e., geometry, flowers, and animals. The researcher integrated these patterns and techniques with modern design concept to design creative cultural products, with the goals to attract tourists and to drive local economic development. This research is very useful for local cultural transmission of the Miao Tribe, Rongshui District, Guangxi Province, to be recognized in modern tourism market. In addition, it is to open a new way to develop creative cultural products for future tourism, which will promote cultural inheritance and transmission of the Miao Tribe.

Keywords : The Bai Niao Yi Lu Sheng Laku Festival, Patterns on the Bai Niao costumes of the Miao Tribe, Creative cultural products

บทนำ

เขตปกครองตนเองชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ยู่ ตั้งอยู่ทางตะวันออกเฉียงเหนือของเขตปกครองตนเองกวางสีจ้วง ทางตอนเหนือของเมืองหลิวโจว เป็นพื้นที่ที่เทือกเขาเหมียวหลงในที่ราบสูงหยุนกุ้ยขยายมาทางตะวันออกเฉียงทิศตะวันออกเฉียงติดกับอำเภอหงส์อัน ทิศใต้ติดกับอำเภอหลิวเฉิง ทิศตะวันตกติดกับอำเภอหวนเจียง ทิศเหนือติดกับอำเภอฉงเจียง มณฑลกุ้ยโจว อำเภอหงส์ยู่ตั้งอยู่ที่ลองจิจูด $109^{\circ}14'$ ตะวันออก และละติจูด $25^{\circ}04'$ เหนือ (Yin, Hong, 2011) อำเภอหงส์ยู่เป็นเขตปกครองตนเองของชนเผ่าเหมียวเพียงแห่งเดียวในมณฑลกวางสี และเป็น 1 ใน 3 เขตชุมชนใหญ่ของชนเผ่าเหมียวในประเทศจีน ธรรมชาติของอำเภอหงส์ยู่มีความงดงามเป็นเอกลักษณ์ อีกทั้งยังมีบรรยากาศทางวัฒนธรรมพื้นบ้านที่เข้มข้น และกิจกรรมเฉลิมฉลองตามประเพณีของชนเผ่าที่หลากหลายตลอดทั้งปี ซึ่งมีเทศกาลขนาดเล็กและใหญ่รวมกันกว่าร้อยเทศกาล ทำให้อำเภอหงส์ยู่ได้รับการขนานนามว่า “ดินแดนแห่งร้อยเทศกาล”

เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูเป็นเทศกาลพื้นบ้านดั้งเดิมของชาวบ้านในตำบลกานตั้ง อำเภอหงส์ย มณฑลกวาสี และยังเป็นหนึ่งในกลุ่มเทศกาลเฉลิมฉลองของชนเผ่าเหมียวอีกด้วย ในเดือนพฤษภาคมปี ค.ศ. 2006 “กลุ่มเทศกาลเฉลิมฉลองของชนเผ่าเหมียว” ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้อง ไม่ได้ในชุดแรกของประเทศจีน เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูจะถูกจัดขึ้นในวันที่ 12 ของเดือนแรกตามปฏิทิน จันทรคติของทุกปี กิจกรรมในงานประกอบไปด้วยการแสดงระบำไฉ่ถางด้วยเสียงขลุ่ยหลูเซิง พิธีบูชาที่สืบทอด กันมา และการบรรเลงขลุ่ยหลูเซิง ในวันนั้น ชาวเหมียวจะสวมชุดไปเหี้ยวที่สวยงาม นำขลุ่ยหลูเซิงมาเป่า และเต้นรำไฉ่ถางอย่างสนุกสนานเพื่อเฉลิมฉลองงานเทศกาลประจำปี (Shi Lei, 2015) ชุดไปเหี้ยว (แปลว่า ชุดนกร้อยตัว) มีต้นกำเนิดจากความบูชาของชนเผ่าเหมียว เป็นการแสดงออกในระดับสูงสุดของการปักผ้า ของชนเผ่าเหมียว และยังได้รับการยกย่องว่าเป็นหนึ่งใน “เครื่องแต่งกายของชนกลุ่มน้อยที่สวยงามที่สุด” ชุดไป เหี้ยวเป็นสิ่งกลางที่เป็นรูปธรรมของวัฒนธรรมชนเผ่าเหมียวในเขตหงส์ย อีกทั้งยังเป็นสื่อสำคัญในการ ถ่ายทอดสัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าเหมียว

ภายใต้ผลกระทบจากกระแสเศรษฐกิจตลาด ทำให้หัวใจสำคัญของเทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูกำลัง เผชิญกับวิกฤตการสูญหาย พร้อมกับกิจกรรมของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยส่วนใหญ่อยู่ในพื้นที่ที่เป็นแหล่ง อาศัยของชนเผ่าเหมียวที่อยู่ห่างไกลและยากจน (Qian Yinghua & Yang Haichen, 2012) อุตสาหกรรม การท่องเที่ยวยังไม่พัฒนา และการค้าเชิงพาณิชย์ยังคงค่อนข้างอ่อนแอ ชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยต่างมีความ พรารถนาที่จะหลุดพ้นจากความยากจน ซึ่งการพัฒนาการท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะของชนเผ่าเหมียวจะ สามารถช่วยส่งเสริมการเติบโตทางเศรษฐกิจในท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวทางการพัฒนาในเขต ชนกลุ่มน้อยของจีนที่เน้นการใช้ทรัพยากรวัฒนธรรมท้องถิ่น การจัดกิจกรรมที่มีเอกลักษณ์ทางศิลปะของ ท้องถิ่นเพื่อสร้างเวทีทางวัฒนธรรม และการออกนโยบายการค้าเศรษฐกิจเพื่อสนับสนุนการท่องเที่ยวในท้องถิ่น

ภายใต้ภูมิหลังนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของเทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถู และเครื่องแต่งกายประจำชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยที่เป็นเอกลักษณ์อย่างชุดไปเหี้ยว โดยจะวิเคราะห์ และถอดองค์ประกอบพลวัตจากชุดไปเหี้ยวที่มีความหมายและสามารถนำมาปรับใช้เป็นองค์ประกอบการ ออกแบบในงานออกแบบกราฟิกสมัยใหม่ และจากนั้นออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ด้านการ ท่องเที่ยวที่มีลักษณะเฉพาะของชนเผ่าเหมียวของอำเภอหงส์ย

การศึกษาการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ จะช่วยสืบ ทอด พัฒนา และอนุรักษ์เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูและชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ย มณฑลกวาสี อีกทั้งยังสามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีลักษณะเฉพาะของชนเผ่าเหมียวมาก ขึ้น ขณะเดียวกัน จะช่วยเผยแพร่ศิลปะและวัฒนธรรมชนเผ่าเหมียวและส่งเสริมเศรษฐกิจในพื้นที่อำเภอหงส์ย เพื่อให้ผู้คนจำนวนมากขึ้นได้รู้จักและเรียนรู้ศิลปะของชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ย มณฑลกวาสี

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาอัตลักษณ์ทางเทคนิคและลวดลายของชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยู่
- 2) เพื่อออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวและการพัฒนาเศรษฐกิจในอำเภอหงส์ยู่ มณฑลกว่างซี

การทบทวนวรรณกรรม

เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถู

เทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูเป็นเทศกาลดั้งเดิมเพื่อการบูชาและขอพรจากบรรพบุรุษของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยู่ มณฑลกว่างซี เป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของจีน และกิจกรรมที่ชนเผ่าเหมียวจะมารวมตัวกันเพื่อรำลึกถึงบรรพบุรุษและทำกิจกรรมร่วมกัน เทศกาลนี้เป็นที่นิยมในตำบลกานตั้ง อำเภอหงส์ยู่ มณฑลกว่างซี โดยจะจัดขึ้นในวันที่ 12 ของเดือนแรกตามปฏิทินจันทรคติของจีนทุกปี ในวันงานชนเผ่าเหมียวจะสวมชุดไปเหี้ยวอันงดงาม และเข้าร่วมกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การแข่งขันตีกลอง การแสดงการเต้นรำไฉ่ถาง การสืบทอดพิธีกรรมการบูชา และการบรรเลงขลุ่ยหลูเซิงร่วมกัน เพื่ออธิษฐานขอให้ปีใหม่มีฝนตกตามฤดูกาลและผลผลิตทางการเกษตรที่อุดมสมบูรณ์



ภาพที่ 1 กิจกรรมเทศกาลไปเหี้ยวอีหลูเซิงลาถูของชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ยู่

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

ชุดไปเหี้ยว

ชุดไปเหี้ยวเป็นหนึ่งในเครื่องแต่งกายประจำชนเผ่าเหมียวที่มีลักษณะเฉพาะ โดยมีทั้งแบบชายและหญิง แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบหลักคือ แบบชุดรวมและแบบแยกส่วน ความแตกต่างจากเครื่องแต่งกายของชนเผ่าเหมียวอื่น ๆ คือ ชุดไปเหี้ยวจะสะท้อนถึงการบูชาธรรมชาติ บูชาบรรพบุรุษ และบูชาสัตว์ ลวดลายบนชุดมีความหลากหลายและมีความหมายที่ลึกซึ้ง ลวดลายเหล่านี้ไม่เพียงแต่มีการนำเสนอในรูปแบบที่แยกจากกัน แต่ยังมีการจัดเรียงในรูปแบบที่รวมเป็นชุดอีกด้วย

การปักผ้าบนชุดไปเหเนี่ยว

การปักผ้าบนชุดไปเหเนี่ยว หมายถึง ลวดลายปักที่ใช้ตกแต่งชุด ซึ่งมีรูปทรงที่มีชีวิตชีวา สีสันที่หลากหลาย และมีมือที่ประณีต โดยลวดลายที่ใช้มากที่สุดคือ ลวดลายพืชและสัตว์ รองลงมาคือ ลวดลายเรขาคณิตและลวดลายตัวอักษร ลวดลายสัตว์ประกอบด้วยลายนก ลายมังกร ลายปลา และ ลายผีเสื้อ ลวดลายพืชแบ่งออกเป็นลายหญ้าไม้และลายดอกไม้ ลายหญ้าไม้มีหน้าที่ในการเสริมความงามของดอกไม้ ส่วนลวดลายเรขาคณิตมักจะเป็นลายสามเหลี่ยมและสี่เหลี่ยมผืนผ้า ซึ่งแทนที่ภูเขา บ้านเรือน และผืนดิน โดยการแสดงออกจะแบ่งออกเป็นทั้งแบบสมจริงและแบบนามธรรม



ภาพที่ 2 การปักลวดลายตัวอักษรของชนเผ่าเหมียว

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว

ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว หมายถึง ผลิตภัณฑ์ที่ได้รับการออกแบบและพัฒนาขึ้นโดยใช้เอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมและศิลปะของท้องถิ่นหรือชนเผ่าพื้นเมืองเป็นแรงบันดาลใจ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวและสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายในการท่องเที่ยว โดยผลิตภัณฑ์เหล่านี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น เครื่องประดับ เสื้อผ้า ของที่ระลึก หรือสินค้าอื่น ๆ แต่ยังเน้นที่การใช้งานในชีวิตประจำวัน และมีคุณค่าทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่นั้น ๆ รวมถึงการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและเผยแพร่วัฒนธรรมพื้นบ้านไปยังผู้คนทั่วโลก

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานระหว่างการวิจัยทางเอกสาร การสำรวจภาคสนาม และการสัมภาษณ์

กลุ่มตัวอย่างหรือผู้ให้ข้อมูลในการศึกษา

กลุ่มตัวอย่างในการสัมภาษณ์ เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive sampling) โดยกำหนดจากความเชี่ยวชาญด้านชุดไปเหเนี่ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอทรงสุ่ย และผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ โดยมีรายละเอียดดังนี้ 1. ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่จำเป็นต้องได้ด้านชุดไปเหเนี่ยวชนเผ่าเหมียว อำเภอทรงสุ่ย 2. ผู้สืบทอดมรดกทางวัฒนธรรมที่ไม่จำเป็นต้องได้ในด้านขลุ่ยหลู่เซิงของชนเผ่าเหมียว อำเภอทรงสุ่ย

3. ผู้ดูแลพิพิธภัณฑ์เชิงนิเวศชนเผ่าเหมียว อำเภอหรงซู๋ 4. หัวหน้าภาควิชาการโฆษณาโรงเรียนอู่จื่อกวางสีและ ศิลปินทัศนกรรมแห่งชาติระดับกลาง 5. ผู้อำนวยการฝ่ายแบรนด์ของบริษัทออกแบบ มีประสบการณ์ใน อุตสาหกรรมการออกแบบมานาน 10 ปี ซึ่งผู้ให้สัมภาษณ์ทั้ง 5 รายนี้เป็นผู้ที่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับทั้ง ด้านชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียวและด้านการออกแบบผลิตภัณฑ์ เพียงพอในการเก็บข้อมูลจึงกำหนดจำนวน ของผู้ให้สัมภาษณ์เป็น 5 ท่าน

เครื่องมือการวิจัยและการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย

งานวิจัยนี้ใช้แบบสัมภาษณ์เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล โดยมีการสร้างและตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือตามขั้นตอนดังนี้

- 1) ศึกษาข้อมูลทางเอกสารเกี่ยวกับภูมิหลังทางประวัติศาสตร์ของเทศกาลไปเหี้ยวอู่หลูเซิงลาถู รวมถึงเทคนิคการปักผ้าและอัตลักษณ์ด้านลวดลายของชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอหรงซู๋ มณฑล กวางสี
- 2) นำร่างแบบสัมภาษณ์เสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจและแก้ไข
- 3) นำแบบสัมภาษณ์ที่ปรับปรุงตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาไปให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่านตรวจ ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (IOC)
- 4) นำเครื่องมือที่ผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา มาดำเนินการปรับแก้ไขตาม ข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ และนำไปใช้กับการเก็บข้อมูลจริง

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยมีการลงพื้นที่ไปทำการสัมภาษณ์ผู้ให้สัมภาษณ์ ณ ห้องปฏิบัติงานส่วนตัวของผู้ให้สัมภาษณ์ ซึ่ง อยู่ที่อำเภอหรงซู๋ มณฑลกวางสี ประเทศจีน โดยก่อนดำเนินการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ทำการติดต่อผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้ง 5 ท่านผ่านโทรศัพท์เพื่อขออนุญาตทำการสัมภาษณ์ ซึ่งมีการอธิบายถึงวัตถุประสงค์ของโครงการวิจัยและ การสัมภาษณ์ ตลอดจนอธิบายถึงรูปแบบวิธีการสัมภาษณ์ สิทธิที่พึงได้รับ และวิธีการรักษาความเป็นส่วนตัว และความลับของผู้ให้สัมภาษณ์ โดยระหว่างการสัมภาษณ์จะมีการบันทึกเสียงพร้อมกับบันทึกวิดีโอ ซึ่งได้รับการยินยอมจากผู้ให้สัมภาษณ์แล้ว เนื่องจากผู้ให้สัมภาษณ์เป็นชาวจีน ผู้วิจัยจึงไม่ต้องใช้ล่ามในการสัมภาษณ์ ประเด็นในการสัมภาษณ์ เช่น คุณคิดว่ามีโอกาสและความท้าทายอะไรบ้างในการสืบทอดและพัฒนา งาน ทัศนกรรมในพื้นที่ชนเผ่าเหมียว อำเภอหรงซู๋ คุณมีความคิดเห็นอย่างไรเกี่ยวกับสถานการณ์ปัจจุบันของ โครงการมรดกภูมิปัญญาทางวัฒนธรรมของเทศกาลไปเหี้ยวอู่หลูเซิงลาถู เป็นต้น

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และการสังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis) ตามที่ประเด็นศึกษา แล้วนำเสนอเชิงพรรณนา (Descriptive analysis)

ผลการวิจัย

อัตลักษณ์ทางเทคนิคและลวดลายของชุดไปเหี้ยว

จากการสำรวจภาคสนามและการสัมภาษณ์ พบว่าการปักของชนเผ่าเหมียวแบบดั้งเดิม หมายถึง การใช้เส้นไหมในการปักด้วยมือ แต่เนื่องจากการพัฒนาในด้านเทคโนโลยีและยุคสมัย ลายปักที่เรียบง่ายและใช้บ่อยบางลายได้ถูกแทนที่ด้วยการปักโดยเครื่องจักรแล้ว สำหรับการปักด้วยมือมีขั้นตอนคือ การวาดลายแบบลงบนกระดาษก่อน จากนั้นตัดลายออกมา และนำลวดลายเหล่านั้นปักลงบนเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ละชิ้นตามขอบของลวดลาย

ลายปักส่วนใหญ่แบ่งออกเป็น 2 ประเภทใหญ่ๆ คือ “ลายสัตว์” และ “ลายพืช” ลายปักแบบดั้งเดิมที่พบได้บ่อยมีลายนก ลายผีเสื้อ และลายพืชพรรณและดอกไม้ ลวดลายเหล่านี้เต็มไปด้วยความหมายที่ดีและแสดงถึงการเคารพธรรมชาติของชนเผ่าเหมียว สำหรับรูปทรงของลวดลายสามารถแบ่งได้เป็น 4 ประเภทคือ กิ่งรูปธรรม รูปธรรม กิ่งนามธรรม และนามธรรม ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความงามทางศิลปะของชนเผ่าเหมียว

ตารางที่ 1 ตัวอย่างลวดลายการปักบนชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว

ชื่อลวดลาย	ความหมายของสัญลักษณ์	เอกลักษณ์ของรูปทรง	ตัวอย่างลวดลาย
ลวดลายนก	การเคารพภาพสัญลักษณ์	กิ่งรูปธรรม	
ลวดลายนก	การเคารพภาพสัญลักษณ์	รูปธรรม	
ลวดลายผีเสื้อ	การเคารพภาพสัญลักษณ์	รูปธรรม	
ลวดลายดอกไม้	ความเคารพธรรมชาติ	รูปธรรม	
ลวดลายดอกไม้	ความเคารพธรรมชาติ	กิ่งนามธรรม	
ลวดลายพืช	ความเคารพธรรมชาติ	กิ่งรูปธรรม	
ลวดลายตัวอักษร	การอวยพรสิ่งดีงาม	รูปธรรม	
ลวดลายเรขาคณิต	ความเคารพธรรมชาติ	นามธรรม	

การออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหรงสู่ย มณฑลกว่างสี

1. ชื่อผลงาน: “Impression of Bai Niao”

2. แนวคิดในการออกแบบ: เป็นการผสมผสานชุดไปเหี้ยวเข้ากับเส้นโค้งของวัฒนธรรมชนเผ่าเหมียว เพื่อเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของชุดไปเหี้ยว ขณะเดียวกันก็ถ่ายทอดความหมายที่ลึกซึ้งของวัฒนธรรมชนเผ่าเหมียวผ่านลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์ เพื่อให้ให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจต่อผลงาน โดยหวังว่าจะสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. กระบวนการออกแบบ

ผู้วิจัยได้ทำการจำแนกลายปักบนชุดไปเหี้ยวและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับลวดลาย จากนั้นได้สกัดองค์ประกอบของลายดอกไม้ ลายสัตว์ และลายพืชจากชุดไปเหี้ยวและนำไปใช้ตามหลักการพัฒนาและการเปลี่ยนแปลงของรูปแบบลวดลาย โดยทำการแยกและจัดลำดับใหม่เพื่อการออกแบบที่สร้างสรรค์ จากนั้นนำไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในรูปแบบต่างๆ โดยมีขั้นตอนดังนี้

(1) การถอดองค์ประกอบลวดลายเพื่อนำไปประยุกต์ใช้ในการออกแบบ

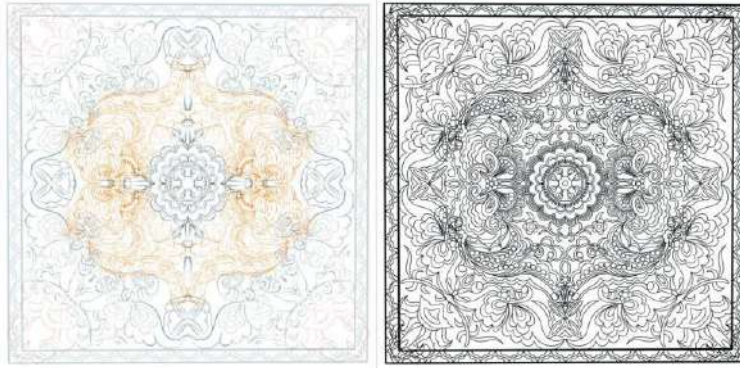


ภาพที่ 3 การถอดองค์ประกอบลวดลายสัตว์ (ซ้าย) ลวดลายดอกไม้ (กลาง) และลวดลายเรขาคณิต (ขวา)

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

(2) การผสมผสานประเภทย่อยลวดลายที่ถอดออกมาเพื่อสร้างลวดลายใหม่

ในขั้นตอนการออกแบบ ใช้ลายดอกไม้และลายพืชเป็นองค์ประกอบหลักในการออกแบบ และใช้ลายเรขาคณิตเป็นองค์ประกอบเสริมในการวาดภาพร่าง รูปแบบการจัดองค์ประกอบเลือกใช้การจัดองค์ประกอบแบบวงกลมและสี่เหลี่ยมขนมเปียกปูน โดยใช้เทคนิคการจัดเรียงแบบสมมาตร ซึ่งการจัดเรียงแบบสมมาตรนี้ช่วยให้ภาพรวมมีประสบการณ์ทางสายตาที่กลมกลืนและเป็นเอกภาพ ซึ่งเป็นรูปแบบที่พบได้บ่อยในงานปักบนชุดพื้นเมืองของชนเผ่าเหมียว



ภาพที่ 4 ภาพลายเส้นของการออกแบบลวดลายใหม่

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

(3) การลงสีลวดลายที่ออกแบบใหม่

ลวดลายการปักผ้าของชนเผ่าเหมียวและการใช้สีในการแสดงอารมณ์ได้รับอิทธิพลจากวัฒนธรรมและสภาพภูมิศาสตร์ทางธรรมชาติ ดังนั้นการใช้สีในการปักผ้าของชนเผ่าเหมียวมักจะใช้สีที่มีความสว่างสูงและการตัดกันที่ชัดเจน ชุดพื้นเมืองของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์มู่ใช้ผ้าสีม่วงดำเป็นพื้นหลัง และปักลวดลายด้วยไหมสีแดง น้ำเงิน เหลือง เขียว ส้ม ขาว ซึ่งสร้างความตัดกันของสีระหว่าง “พื้นหลังที่มืด ลวดลายที่สว่าง” ผู้วิจัยจะยังคงใช้กฎในการใช้สีนี้ในการลงสีในภาพร่างของผลิตภัณฑ์



ภาพที่ 5 ภาพการลงสีของลวดลายใหม่

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

(4) การนำลวดลายที่ออกแบบใหม่ไปประยุกต์ใช้ในผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์

ในขั้นตอนสุดท้ายของการออกแบบผลิตภัณฑ์จะมีการปรับขนาดและสัดส่วนของลวดลายใหม่ตามการจัดเรียงแบบ เพื่อให้มั่นใจว่าผลิตภัณฑ์มีความสอดคล้องทั้งด้านความสวยงามและการใช้งาน ซึ่งรวมถึงการปรับสมดุลของสี ขนาดของลวดลาย ความเป็นหนึ่งเดียวกันของผลิตภัณฑ์ เพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์ที่ออกมาจะมีทั้งคุณค่าทางศิลปะ และสามารถตอบสนองความต้องการการใช้งานของผู้บริโภค พร้อมทั้งสะท้อนวัฒนธรรมศิลปะที่เป็นเอกลักษณ์ของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์มู่ได้ ซึ่งจากการลงพื้นที่สำรวจภาคสนามและการสัมภาษณ์ ผู้วิจัยพบว่าผลิตภัณฑ์ในท้องตลาดที่มีอยู่ในปัจจุบันมีอยู่เป็นจำนวนน้อย และส่วนใหญ่เป็นผลิตภัณฑ์

ที่เข้าถึงผู้บริโภคได้ยาก ด้วยเหตุนี้ ในงานวิจัยนี้จึงเลือกรูปแบบของผลิตภัณฑ์ที่เป็นของใช้ในชีวิตประจำวันที่เข้าถึงได้ง่าย เช่น สายห้อยโทรศัพท์ พัด กระเป๋าผ้า และหมอน



ภาพที่ 6 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหรงสู่ย มณฑลกว่างสี (สายห้อยโทรศัพท์ พัด)

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)



ภาพที่ 7 ผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวอำเภอหรงสู่ย มณฑลกว่างสี (กระเป๋าผ้า และหมอน)

(ที่มา: Luxian Feng, 2024)

โดยสรุป จากการศึกษาและการออกแบบผลิตภัณฑ์จากลวดลายบนชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียว อำเภอหรงสู่ย มณฑลกว่างสี เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในครั้งนี้ ทำให้ผู้วิจัยเข้าใจถึงความสำคัญของการสืบสานวัฒนธรรม ในฐานะมรดกทางวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้ของชนกลุ่มน้อยในประเทศจีน ศิลปะดั้งเดิมและผลิตภัณฑ์ที่มีเอกลักษณ์ของชนเผ่าเหมียวอำเภอหรงสู่ย ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการเคารพและการอนุรักษ์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของชนเผ่าเท่านั้น แต่ยังเปิดเส้นทางใหม่สำหรับการพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อการท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งจะช่วยส่งเสริมการสืบสานและเผยแพร่วัฒนธรรมของชนเผ่าเหมียว พร้อมทั้งกระตุ้นให้ผู้คนสนใจในศิลปะและวัฒนธรรมของชนเหมียวมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาเกี่ยวกับอัตลักษณ์ทางเทคนิคและลวดลายของชุดไปเหี้ยวของชนเผ่าเหมียวในอำเภอหงส์ยู่ที่มีการนำเสนอผ่านลวดลายพืชและลวดลายสัตว์ ผู้วิจัยสามารถศึกษาลวดลายอื่น ๆ เพิ่มเติมเพื่อทำให้เกิดความเข้าใจเกี่ยวกับลวดลายของชุดไปเหี้ยว ชนเผ่าเหมียว อำเภอหงส์ยู่ได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น และจากผลการออกแบบผลิตภัณฑ์วัฒนธรรมสร้างสรรค์ ผู้วิจัยยังสามารใช้การวิจัยตลาดและการสอบถามความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เช่น ด้านการเลือกวัสดุที่ใช้งานง่ายและมีความคงทน หรือการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้มีความทันสมัย และแนวคิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมเพิ่มเติมต่อไป

บรรณานุกรม

- Qian, Y., & Yang, H. (2012). Research on the origins, current situation, and development strategies of the Rongshui Miao ethnic group's Lahu drum festival. *Sports Research and Education*, 27(6), 6.
- Yin, H. (2012). *Cultural ecology research on the Rongshui Miao ethnic costumes in Guangxi*. China Academy of Art Press.
- Shi, L. (2015). Thoughts on several issues regarding the construction of the Rongshui Miao ethnic cultural ecology protection zone. *Chinese Ethnic Cultural Heritage and Museum* (Vol. 6).

การศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้
Study on Digital Marketing to Promote Experiential Tourism in the Three Southern
Border Provinces

ดาริยานี เจแฉว¹ อันวาร กาบะ² ฮิลมีย์ สามะ³ เผ่าไท พวงมณี⁴

นิมารูนี ทะยิวาเงาะ⁵ และ สาธิตา แก้วเหล็ก⁶

^{1,2,3,4,5,6}มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 136668025@yru.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการสำคัญที่สามารถนำเงินตราเข้าประเทศอีกทั้งมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ การทำการตลาดดิจิทัลกลายเป็นสื่อสำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสประสบการณ์จริงไปจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรม การร่วมกิจกรรมการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่น

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการโดยใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 300 คน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

จากการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 166 คิดเป็นร้อยละ 55.3 อายุ 31 – 40 ปี จำนวน 110 คน คิดเป็นร้อยละ 36.7 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 142 คน คิดเป็นร้อยละ 47.3 อาชีพนักศึกษา จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 18.3 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับการตลาดดิจิทัล ด้านสื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.31 รองลงมา ด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ คิดเป็นค่าเฉลี่ย 4.26 ด้านการส่งข้อความ คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 ด้านการตลาดพันธมิตรสร้าง คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 ด้านการมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.24 ด้านการลงชื่อโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.19 และด้านการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.12 โดยรวมคิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.23 มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก

คำสำคัญ : การตลาดดิจิทัล เพื่อการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ในสามจังหวัดชายแดนใต้

Abstract

The tourism industry plays a pivotal role in the service sector, contributing significantly to revenue generation and impacting the overall economic growth of the country. Digital marketing has emerged as a crucial platform for tourism industry stakeholders, including operators and local communities, to effectively attract tourists and promote immersive experiences. Through this medium, tourists are enticed to engage in nature exploration, cultural immersion, participation in community activities, and various other enriching experiences.

This research aims to study the use of This research aims to analyze the components of digital marketing that promote experiential tourism in the three southern border provinces. Furthermore, it aims to propose guidelines for developing digital marketing components that effectively promote experiential tourism in these regions. The research focused on analyzing effective digital marketing strategies, particularly the use of technology to foster emotional connections between tourism service providers and tourists. The goal was to create positive impressions and increase the likelihood of tourists choosing to use the service. A survey was conducted to gather information from a sample group of 300 Thai tourists. The collected data was analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The study revealed that most of the respondents were female, accounting for 55.3 percent (n= 166). The age group of 31-40 years was the most prevalent, with 36.7 percent (n= 110) of respondents falling within this range. In terms of educational level, 47.3 percent (n= 142) of the respondents held a bachelor's degree. Regarding occupation, 18.3 percent (n=55) of the respondents were students. The respondents placed the highest importance on social media, with an average rating of 4.31 percent. electronic marketing followed closely behind, with an average rating of 4.26 percent. messaging with an average of 4.25 percent, affiliate marketing with an average of 4.25 percent, digital marketing for creating consumer awareness with an average of 4.25 percent, visibility or search engine results page accounted for an average of 4.24 percent, Search engine advertising with an average of 4.19 percent, and Online advertising accounted for received an average of 4.12 percent. Overall, the average rating across all these aspects was 4.23 percent, indicating a significant level of importance.

Keywords : Digital Marketing, Experiential Tourism in the Three Southern Border Provinces.

บทนำ

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมบริการสำคัญที่สามารถนำเงินตราเข้าประเทศอีกทั้งมีผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างความสามารถในการแข่งขัน ประเด็นการท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการส่งเสริมให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยวระดับโลก โดยจะต้องพัฒนาการท่องเที่ยวทั้งระบบ มุ่งเน้นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ สร้างความหลากหลายด้านการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว และมุ่งพัฒนาการท่องเที่ยวในสาขาที่มีศักยภาพ แต่ยังคงรักษาจุดเด่นของประเทศด้านขนบธรรมเนียม ประเพณี วัฒนธรรม อัตลักษณ์ความเป็นไทย ตลอดจนให้คุณค่ากับสิ่งแวดล้อม การส่งเสริมการเดินทางท่องเที่ยวนั้น ไม่เพียงแต่ในพื้นที่ท่องเที่ยวหลักที่เป็นเขตเศรษฐกิจหลัก เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต กระบี่ ชลบุรี หัวหิน แต่ต้องเร่งต่อยอดและกระตุ้นการเดินทางท่องเที่ยวการจับจ่ายใช้สอยในพื้นที่ “เมืองรอง” เช่น นครศรีธรรมราช พัทลุง ตรัง สตูล ชุมพร ระนอง นราธิวาส ยะลา และปัตตานี มีแหล่งท่องเที่ยวที่สวยงามและมีวัฒนธรรมที่ดีไม่ต่างกับเมืองหลัก เพื่อเป็นการกระจายนักท่องเที่ยวหรือนักลงทุนลงไปสู่ชุมชนและพื้นที่อื่น ๆ เพิ่มมากยิ่งขึ้น ทำให้เกิดรายได้สู่ชุมชน (นาริลักษณ์ ศิริวรรณ,2567)

สามจังหวัดชายแดนใต้ มีทรัพยากรธรรมชาติที่อุดมสมบูรณ์และวัฒนธรรมที่หลากหลายเป็นเมืองเสน่ห์แห่งสังคมพหุวัฒนธรรมปลายด้ามขวานของประเทศไทย ไม่ว่าจะเป็นการผสมผสานด้านศาสนา วัฒนธรรม ความอุดมสมบูรณ์ของป่าเขาและผืนทะเล สามจังหวัดชายแดนใต้เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ที่หลากหลาย ตั้งแต่การสำรวจธรรมชาติไปจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมและการมีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นการท่องเที่ยวทางเลือกหนึ่งซึ่งเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวได้เข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ก่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ประสบการณ์และความคิดระหว่างนักท่องเที่ยวและเจ้าของวัฒนธรรม ทำให้เกิดความสัมพันธ์อันดีต่อกัน ส่งผลให้นักท่องเที่ยวเกิดความประทับใจและบอกต่อไปยังบุคคลอื่น (ณรงค์ พลธิราชและปริญญา นาคปฐุม,2560) การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในการสัมผัสกับวัฒนธรรมวิถีชีวิต และธรรมชาติของพื้นที่เป้าหมาย นักท่องเที่ยวจะได้เรียนรู้และมีปฏิสัมพันธ์กับชุมชนท้องถิ่น ผ่านกิจกรรมที่เป็นเอกลักษณ์ สามจังหวัดชายแดนใต้มีแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์มากมาย ซึ่งกระจายอยู่ในพื้นที่ต่างๆ ของทั้งสามจังหวัด หากรวมถึงสถานที่ท่องเที่ยวขนาดเล็ก แหล่งท่องเที่ยวชุมชน หรือกิจกรรมเชิงวัฒนธรรมอื่นๆ ที่นักท่องเที่ยวสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้ เช่น การเยี่ยมชมหมู่บ้านเมืองเก่า การเดินป่าดิบชื้น เล่นน้ำตกและเยี่ยมชมสัตว์ป่าหายาก หรือการเข้าร่วมกิจกรรมประเพณีท้องถิ่น เป็นต้น แหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้มีแหล่งท่องเที่ยวมากมายที่น่าสนใจ เช่น ชุมชนท่องเที่ยวบางปู ชุมชนท่องเที่ยวบ้านจุฬารักษ์พัฒนา 10 และชุมชนท่องเที่ยว otop นวัตกรรมบ้านชือเลาะ เป็นต้น ถึงแม้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้มีความพร้อมสำหรับนักท่องเที่ยวได้เข้ามาสัมผัสประสบการณ์ แต่อย่างไรก็ตามสิ่งสำคัญของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้จำเป็นต้องทำการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้

การทำการตลาดดิจิทัลของผู้ประกอบการการท่องเที่ยวเพื่อใช้ในการสื่อสารนำเสนอเสน่ห์ของเมืองและวิถีชุมชน หรือสิ่งใดสิ่งหนึ่งที่มีความโดดเด่นที่อาจจะเป็น Soft Power ของแต่ละพื้นที่ให้เป็นเรื่องราวนำไปกระตุ้นนักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเที่ยว และนำเสนอสื่อในทิศทางเชิงสร้างสรรค์ สำหรับสถานการณ์การท่องเที่ยวของ 3 จังหวัดชายแดนใต้ในปี 2566 ที่ผ่านมานั้น จังหวัดปัตตานีมีผู้เยี่ยมชมเยือน 442,382 คน แบ่งเป็นชาวไทย 341,890 คน ชาวต่างชาติ 100,492 คน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย 48.22% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 1,468 บาทต่อคนต่อทริปขณะที่จังหวัดยะลา มีผู้เยี่ยมชมเยือน 1.65 ล้านคน แบ่งเป็นชาวไทย 1.02 ล้านคน ชาวต่างชาติ 631,191 คน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย 72.13% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 5,115 บาทต่อคนต่อทริป ส่วนจังหวัดนราธิวาส มีผู้เยี่ยมชมเยือน 791,999 คน แบ่งเป็นชาวไทย 385,146 คน ชาวต่างชาติ 406,853 คน อัตราการเข้าพักเฉลี่ย 55.96% ของจำนวนห้องพักในจังหวัด นักท่องเที่ยวมีอัตราการใช้จ่ายเฉลี่ย 3,180 บาทต่อคนต่อทริป (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา,2567)

วิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทยเมื่อมีวิกฤตทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตใหม่ เป็นพฤติกรรมที่ไม่เหมือนเดิมที่เรียกกันว่า นิว نرمอล (New Normal) "ความปกติใหม่" ที่ทำให้เกิดพฤติกรรมการใช้ชีวิตที่ต้องเว้นระยะห่างทางสังคม การใส่ใจสุขภาพ การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์กับการลงทุน และการใช้อินเทอร์เน็ตตามโลกที่เข้าสู่ยุคการตลาดดิจิทัล ทางเว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย แอปพลิเคชัน ไปจนถึงแพลตฟอร์มต่างๆ ซึ่งการตลาดต้องเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตใหม่จากส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's มาสู่การตลาดดิจิทัลที่ให้ความสำคัญกับแนวคิด 4Es ในการตอบสนองความต้องการรูปแบบความสะดวกสบาย ความประทับใจ และการมีส่วนร่วมในองค์กรที่ดี เพื่อให้องค์กรนั้นอยู่รอดได้ในยุคการเปลี่ยนแปลงตามวิถีชีวิตใหม่ (ปรโมทย์ ยอดแก้ว,2564) อินเทอร์เน็ตได้เข้ามามีบทบาทอย่างมากในการเข้าถึงข้อมูลจากทั่วทุกมุมโลก ทำให้นักเดินทางยุคใหม่ใช้ช่องทางออนไลน์ในการจองที่พัก จองตั๋วเครื่องบิน รวมถึงศึกษาข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว ในประเทศไทยได้อย่างรวดเร็ว การตลาดดิจิทัลจึงมีความสำคัญอย่างมาก โดยผู้ประกอบการสามารถใช้ประโยชน์จากการใช้งานอินเทอร์เน็ต ในการสร้าง Awareness เพื่อให้ลูกค้ารับรู้การมีอยู่ของธุรกิจผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะในสื่อโซเชียลมีเดีย ไม่ว่าจะเป็นการสร้างคอนเทนต์เพื่อดึงดูดความสนใจ จนทำให้เกิดการแชร์ต่อ ๆ กันไป ส่งผลให้ธุรกิจเป็นที่รู้จักมากขึ้น หรือแม้แต่การสร้าง Google my Business ที่สามารถทำให้นักท่องเที่ยวค้นเจอธุรกิจของคุณบน Google Map SEO ได้ง่ายขึ้น และอินเทอร์เน็ต ยังทำให้การทำการตลาดดิจิทัลสะดวกและรวดเร็วกว่าเดิม ตัวอย่างเช่น หากแคมเปญการตลาดที่คุณจัดทำขึ้นไม่ได้สร้างผลลัพธ์อย่างที่คาดหวังไว้ ผู้ประกอบการยังสามารถรับรู้ถึงปัญหาได้ผ่านการ Track ข้อมูลในเว็บไซต์ ซึ่งการเก็บข้อมูลทางการตลาดจะมีความละเอียดแม่นยำมากกว่าการเก็บข้อมูลในแบบออฟไลน์หลายเท่าตัว จนทำให้ผู้ประกอบการสามารถกลับมาปรับปรุงแผนธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระยะเวลาอันรวดเร็ว (Methinee Sopa,2566)

จะเห็นได้ว่าการทำการตลาดดิจิทัลกลายเป็นสื่อสำคัญของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและชุมชนที่จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวเข้ามาสัมผัสการสำรวจธรรมชาติไปจนถึงการเรียนรู้วัฒนธรรมการร่วมกิจกรรมการ

มีส่วนร่วมในชุมชนท้องถิ่น โดยการศึกษาครั้งนี้จะมุ่งเน้นการวิเคราะห์กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เทคโนโลยีในการสร้างความเชื่อมโยงทางอารมณ์ระหว่างผู้ให้บริการการท่องเที่ยวและนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจเลือกใช้บริการ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้
2. เพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. ช่วยพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่มีประสิทธิภาพ
2. ช่วยเสริมศักยภาพให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวใช้การตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมในสามจังหวัดชายแดนใต้

ขอบเขตการวิจัย

พื้นที่ศึกษา: สามจังหวัดชายแดนใต้ ได้แก่ ยะลา ปัตตานี และนราธิวาส

กลุ่มตัวอย่าง: นักท่องเที่ยวชาวไทย

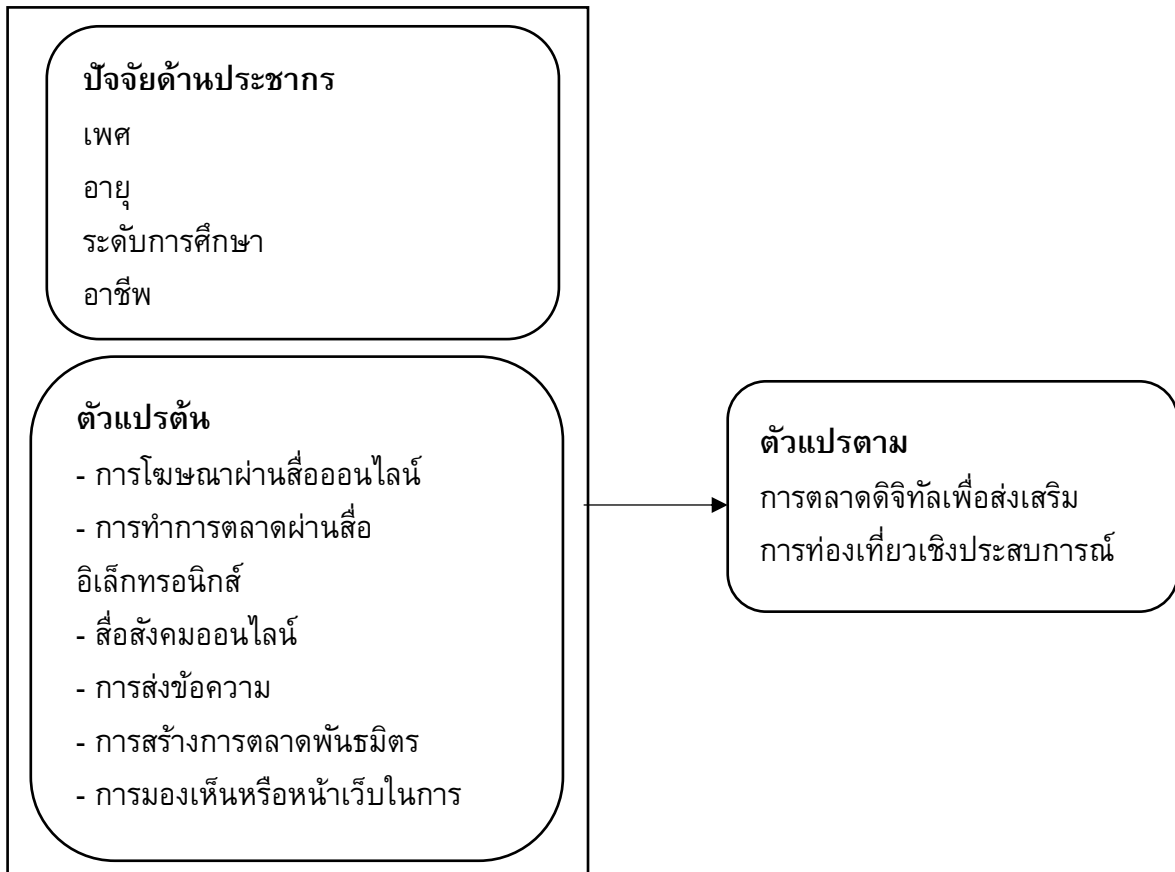
ระยะเวลา: วันที่ 7 สิงหาคม – 4 พฤศจิกายน 2567

เครื่องมือการวิจัย : แบบสอบถาม (google form)

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

ในการวิจัยนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องและพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยดังรูปภาพประกอบ 1 โดยการศึกษาการตลาดดิจิทัล เป็นตัวแปรต้น การตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ เป็นตัวแปรตาม

กรอบแนวคิดของการทำวิจัย



แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนทฤษฎีงานวิจัยและนำเสนอแนวคิด ทฤษฎี งานวิจัย ที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ ดังนี้

1. แนวคิดการตลาดดิจิทัล
2. ส่วนประสมทางการตลาด 4Es
3. องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัล

1. แนวคิดการตลาดดิจิทัล

การเปลี่ยนแปลงการดำเนินชีวิตเพื่อการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมโลกและสังคมไทยให้มีความสุขจำเป็นต้องรู้จักเอาตัวรอดจากการพึ่งเทคโนโลยี โดยเฉพาะเรื่องการตลาดออนไลน์ที่มีการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด เพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่มีความต้องการสินค้าและบริการสร้างสรรค์ให้ตอบโจทย์ด้านสุขภาพ และความปลอดภัย จากคำว่าตลาดเป็นคำที่นิยามถึงกิจกรรมที่ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยน ทั้งที่ไม่ใช่ธุรกิจเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและการทำให้ธุรกิจไปสู่การสร้างผลกำไรหรือผลตอบแทนจากการลงทุน ซึ่งการตลาดในยุคปัจจุบันไม่ได้หมายถึงเพียงแค่สินค้าและบริการที่ลูกค้าต้องการจากแบรนด์นั้นและพร้อมที่จะจ่ายเงิน นักวิชาการอธิบายคำว่าตลาด เป็นกระบวนการที่ผู้ประกอบการดำเนินกิจกรรมส่วนประสมทางการตลาดหรือ 4P's ประกอบไปด้วย

1. Product สินค้าและบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค
2. Price ราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของสินค้า
3. Place ช่องทางการจัดจำหน่าย หรือร้านค้าที่ลูกค้าจะสามารถเข้าถึงสินค้าและบริการได้
4. Promotion การสื่อสารเพื่อโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อสินค้าและบริการ ไม่ได้เจาะจงเฉพาะกิจกรรมส่งเสริมการขายให้เป็นกิจกรรมพื้นฐานในการดำเนินธุรกิจเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค การตลาดจึงถือเป็นโครงสร้างสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของคนในสังคมและเป็นตัวชี้วัดความสามารถในการดำเนินธุรกิจของผู้ประกอบการ (ปราโมทย์ ยอดแก้ว, 2564)

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าการตลาดเป็นคำที่นิยามถึงกิจกรรมที่ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยน ทั้งที่ไม่ใช่ธุรกิจเป็นกิจกรรมเพื่อสังคมและการทำให้ธุรกิจไปสู่การสร้างผลกำไรหรือผลตอบแทนจากการลงทุน การนำไปใช้เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ในการตั้งคำถาม

2. ส่วนประสมทางการตลาด 4Es

ส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ เป็นแนวคิดใหม่ที่นำเสนอมาจากส่วนประสมทางการตลาด (4P) ซึ่งใช้เป็นเครื่องมือสำหรับการตลาดที่ทุกธุรกิจประยุกต์ใช้กันมาอย่างยาวนาน แต่สำหรับยุคปัจจุบันอินเทอร์เน็ตเข้ามามีบทบาทมากขึ้น จึงทำให้เกิดการพัฒนา Marketing Model ขึ้นใหม่ เป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ (4E) เพื่อให้ตอบสนองต่อโลกปัจจุบัน ซึ่งมี 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. การมอบประสบการณ์พัฒนาจากผลิตภัณฑ์ เป็นการให้ความสำคัญกับสิ่งต่างๆ ที่ไม่ได้เน้นแค่สินค้าเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความประทับใจ เช่น บรรยากาศดี พนักงานที่บริการเป็นกันเองหรือสร้างความรู้สึกหรือประสบการณ์ดีๆ ได้มากกว่าการได้รับผลิตภัณฑ์เพียงอย่างเดียว

2. การสร้างคุณค่าพัฒนาจากราคา โดยที่ไม่ได้เน้นที่ราคาสินค้าหรือบริการเพียงอย่างเดียว แต่เน้นการสร้างความแตกต่างและความน่าเชื่อถือ เพื่อให้ผู้บริโภคยินดีที่จะจ่ายเพราะรู้สึกคุ้มค่าหรือสามารถใช้แก้ปัญหาได้

3. ช่องทางการจัดจำหน่าย ซึ่งช่องทางการจัดจำหน่าย ในส่วนประสมทางการตลาด (4P) แบบเดิมเน้นการขายสินค้าเพียงช่องทางเดียว แต่ช่องทางการจัดจำหน่ายในส่วนประสมทางการตลาดแบบใหม่ จะพัฒนาโดยการทำให้สินค้าและบริการ สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างทั่วถึงและสะดวกที่สุด เช่นการเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายทางอินเทอร์เน็ต เพื่อตอบสนองผู้บริโภคยุคปัจจุบัน

4. การเผยแพร่ พัฒนาจากการส่งเสริมการตลาด เป็นการสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้า เช่น การจัดกิจกรรม ลดแลก แจกแถม รวมทั้งการโฆษณา แต่การเผยแพร่เป็นการสร้างศรัทธา สร้างความรู้สึกที่ดีให้แก่ลูกค้า เพื่อให้ลูกค้าเกิดการบอกต่อผู้อื่น และอยากให้มีความรู้สึกที่ดีร่วมกัน (Festa,Cuomo,Metallo&Festa,2015)

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าส่วนประสมทางการตลาด 4Es 1. การมอบประสบการณ์ 2. การสร้างคุณค่า 3. ช่องทางการจัดจำหน่าย 4 การเผยแพร่ การนำไปใช้เพื่อประยุกต์ใช้แนวคิดในการวิเคราะห์ในการตั้งคำถาม

3. องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัล

การทำตลาดดิจิทัลกลายเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจทุกประเภท การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลมีด้วยกันหลายรูปแบบไม่ว่าจะเป็นการทำตลาดในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ การจัดแคมเปญ โปรมอชั่นเพื่อลงขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันต่างๆ ตลอดจนการซื้อโฆษณาเฟสบุ๊ก และกูเกิล แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจมักประสบปัญหาในเรื่องผลตอบแทนซึ่งอาจจะไม่ได้ผลตามที่ต้องการเสมอไป โดยองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัล (Afrina et al., 2015 : 76) มีดังนี้

1. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เป็นส่วนสำคัญของการทำการตลาดดิจิทัลหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทสามารถส่งข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตให้มีเนื้อหาและการโฆษณาที่ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

2. การทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการจะถูกส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ไปยังผู้บริโภคที่มีอยู่หรือผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้แล้วการตลาดดิจิทัลทางตรงจะเป็นการใช้เพื่อการโฆษณา เพื่อสร้างแบรนด์และความภักดีของลูกค้าในการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าและการตระหนักรู้ถึงแบรนด์ บริษัทหรือองค์กรธุรกิจสามารถส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการโดยใช้องค์ประกอบนี้เป็นการทำการตลาดดิจิทัลได้โดยง่าย และมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการทำการตลาด โดยใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆ

3. สื่อสังคมออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งช่องทางของการตลาดดิจิทัลที่สำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นเครื่องมือพื้นฐานทางการตลาดที่ช่วยให้ผู้คนสามารถสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลรูปภาพ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์รวมถึงสื่อต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ไอดี และกูเกิลพลัส เป็นต้น

4. การส่งข้อความ เป็นวิธีการส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากอุปกรณ์มือถือและสมาร์ตโฟน โดยการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ทำให้บริษัทสามารถส่งข้อมูลในรูปแบบข้อความ (sms) รูปภาพ วิดีโอ หรือเสียง (mms) การทำการตลาดผ่านมือถือ (short message service : sms) ได้รับความนิยมในช่วงต้นศตวรรษที่ 2000 ในยุโรปและบางส่วนของเอเชีย การส่งข้อความสามารถยืนยันการสั่งซื้อ การแจ้งเตือนการจัดส่งโดยใช้ข้อความเป็นหลักสำหรับการทำแคมเปญจะได้ผลลัพธ์ที่รวดเร็วและเป็นรูปธรรมมากขึ้นภายใต้เทคนิคที่บริษัทต่างๆ สามารถส่งข้อความทางการตลาดถึงลูกค้าได้แบบทันเวลา และมั่นใจได้ว่าข้อความนั้นจะถูกมองเห็น

5. การสร้างการตลาดพันธมิตร การตลาดแบบพันธมิตร คือ การตลาดแบบอิงตามผลการดำเนินงานในตลาดประเภทนี้บริษัทจะให้รางวัลแก่บริษัทในเครือสำหรับผู้เยี่ยมชมหรือลูกค้าแต่ละรายที่สามารถสร้างยอดขายหรือผลกำไรให้กับบริษัทแม่ในอุตสาหกรรมนี้มีพันธมิตรหลักด้วยกันสี่ราย ประกอบด้วยผู้ค้าหรือเรียกว่าผู้ค้าปลีกหรือแบรนด์ เครือข่าย ผู้เผยแพร่หรือที่เรียกว่าพันธมิตรและลูกค้า

6. การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพและรองรับการค้นหาในหน้าแรก เป็นกระบวนการที่ส่งผลต่อการมองเห็นเว็บไซต์ หรือหน้าเว็บในการค้นหาลำดับต้นๆ หรือเป็นวิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาที่เหมาะสมและการเพิ่ม ซึ่งเป็นลิงค์ ที่มีคุณภาพมายังเว็บไซต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์ให้ติดอยู่

ในลำดับต้น ๆ บนหน้าแสดงผลการค้นหา หรือเมื่อกรอกคำค้นหาที่ต้องการ ค้นหาผ่านเครื่องมือค้นหา อาทิ (google) (yahoo) (Bing) เป็นต้น โดยเป็นวิธีการที่มีประสิทธิภาพในการเพิ่มยอดผู้เข้าชมเว็บไซต์ในระยะยาว

7. การลงโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา การบริการโฆษณาออนไลน์ที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูงซึ่งการโฆษณาจะไปปรากฏอยู่ในหน้าแสดงผล การค้นหาของระบบค้นหา เมื่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทำการคลิกที่โฆษณาเพื่อเข้าชมเว็บไซต์อาจจะมีค่าใช้จ่ายในบางส่วนและบริการการลงโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา คือการช่วยให้โฆษณาเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายอย่างรวดเร็ว ซึ่งจะช่วยให้เพิ่มโอกาสในการที่กลุ่มเป้าหมายจะเข้าชมเว็บไซต์และเป็นการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

จากแนวคิดดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่าองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัล 1. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ 2. การทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3. สื่อสังคมออนไลน์ 4. การส่งข้อความ 5. การสร้างการตลาดพันธมิตร 6. การมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา 7. การลงโฆษณาบนหน้าผลการค้นหาการนำองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัลนี้มาใช้ช่วยสร้างกรอบการวิจัยที่ชัดเจนและครอบคลุมประเด็นสำคัญ

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ผู้วิจัยได้ดำเนินการดังนี้

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและเลือกตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยนี้คณะผู้วิจัยกำหนดประชากรเป็นนักท่องเที่ยวชาวไทย

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ หรือมีแผนที่จะเดินทางในอนาคต จำนวน 300 คน โดยแบ่งเป็นจำนวน 100 คน ต่อจังหวัด

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยได้เลือกใช้แบบสอบถาม 3 ตอนเพื่อนำมาเก็บสถิติ โดยจะแบ่งคำถามดังนี้

1. คำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล
2. คำถามเกี่ยวกับการศึกษาการตลาดดิจิทัล
3. ข้อเสนอแนะ

วิธีพัฒนาเครื่องมือ คณะผู้วิจัยได้เลือกวิธีการ IOC ของผู้เชี่ยวชาญโดยการให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบแบบสอบถามการวิจัย IOC โดยแบ่งหัวข้อคำถามออกมาตาม 8 ตัวแปรต้น

สถิติที่ใช้ในการวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยดังนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา โดยจะแบ่งเป็นข้อมูลด้านประชากร และ ข้อมูลจากแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ และ ร้อยละ

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความสำคัญขององค์ประกอบการตลาดดิจิทัล สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานแบ่งออกเป็น 5 ระดับความสำคัญ โดยกำหนดเกณฑ์การประเมินดังนี้

4.51 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

3.51 – 4.50 หมายถึง ระดับมาก

2.51 – 3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง

1.51 – 2.50 หมายถึง ระดับน้อย

1.00 – 1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวนความถี่ และร้อยละของข้อมูลด้านประชากร

	ข้อมูลส่วนบุคคล	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1) ชาย	134	44.7
	2) หญิง	166	55.3
อายุ	1) ต่ำกว่า 20 ปี	32	10.7
	2) 20 – 30 ปี	90	30.0
	3) 31 – 40 ปี	110	36.7
	4) มากกว่า 40 ปี	68	22.7
ระดับการศึกษา	1) ประถมศึกษา	25	8.3
	2) มัธยมศึกษา	59	19.7
	3) อนุปริญญา	74	24.7
	4)ปริญญาตรี	142	47.3
อาชีพ	1) นักศึกษา	55	18.3
	2) ทำสวน	28	9.3
	3) รับราชการ	38	12.7
	4) ธุรกิจส่วนตัว	38	12.7
	5) พนักงานรัฐวิสาหกิจ	14	4.7
	6) พนักงานบริษัท	33	11.0
	7) รับจ้างทั่วไป	40	13.3
	8) อื่น ๆ	54	18.0

จากตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถาม 300 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง นับเป็นจำนวน 166 ร้อยละ 55.3 ในด้านอายุผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 36.7 รองลงมาคืออายุระหว่าง 20 – 30 ร้อยละ 30.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10.7 ปี ในด้านระดับการศึกษา ผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 47.3 รองลงมาคือระดับการศึกษานุปริญญา ร้อยละ 24.7 ระดับการศึกษาประถมศึกษาชั้นน้อยที่สุด ร้อยละ 8.3 ในด้านอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 18.3 รองลงมาอาชีพ อื่น ๆ ร้อยละ 18.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ น้อยที่สุด ร้อยละ 4.7

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ท่านคิดว่าการใช้สื่อโซเชียลหรือแพลตฟอร์มโซเชียล เช่น Facebook และ LINE ของท่านมีความสำคัญต่อแรงจูงใจ	4.33	0.83	มาก
ท่านเห็นว่าการรีวิวบนสื่อโซเชียลหรือแพลตฟอร์มโซเชียล เช่น Facebook และ LINE มีความสำคัญต่อการเลือกใช้บริการ	4.28	0.82	มาก
รวม	4.31	0.73	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 4.31 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์

การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ท่านคิดว่าร้านค้าหรือการบริการออนไลน์ผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีความสำคัญต่อการเข้าถึงง่ายในการใช้บริการ	4.25	0.81	มาก
ท่านให้ความสำคัญในการคลิกเข้าไปดูรายละเอียดเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่ได้รับจากการโฆษณาผ่านแพลตฟอร์มโซเชียล LINE OA	4.27	0.80	มาก
รวม	4.26	0.67	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 4.26 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์

การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ท่านให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือของแหล่งที่มาของสื่อโฆษณาออนไลน์ที่ได้รับจาก Facebook และ LINE	4.10	0.96	มาก
ท่านคิดว่าโปรโมชั่นการลดราคาที่ได้รับจากสื่อโฆษณาออนไลน์ในช่วง Low Season มีความสำคัญก่อนตัดสินใจเลือกใช้บริการ	4.15	0.97	มาก
รวม	4.12	0.85	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.12 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 5 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการลงสื่อโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา

การลงสื่อโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ท่านคิดว่าสื่อโฆษณารูปแบบแบนเนอร์หรือวิดีโอการท่องเที่ยวมีความสำคัญในการเผยแพร่บนพีคชาวใน Facebook ของท่าน	4.19	0.91	มาก
ท่านคิดว่าการค้นหาสื่อโฆษณารูปแบบแบนเนอร์หรือวิดีโอการท่องเที่ยวบนพีคชาวใน Facebook มีความสำคัญในการเลือกใช้บริการ	4.18	0.89	มาก
ท่านคิดว่าการค้นหาสื่อโฆษณาบนแพลตฟอร์ม Google มีความสำคัญต่อการค้นหาการเลือกใช้บริการ	4.19	0.89	มาก
รวม	4.19	0.78	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.19 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 6 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา

การมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
ท่านให้ความสำคัญในการค้นหาที่พิกผ่านเว็บไซต์ก่อนเลือกใช้บริการ	4.24	0.91	มาก
ท่านคิดว่าโฆษณาในเว็บไซต์สำหรับจองที่พักมีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกที่พักของท่าน	4.23	0.87	มาก
รวม	4.24	0.81	มาก

จากตารางที่ 6 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 4.24 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 7 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการส่งข้อความ

การส่งข้อความ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ท่านคิดว่าการเปิดโอกาสใช้บริการข้อมูล/ข้อเสนอจาก LINE OA จากผู้ประกอบการการท่องเที่ยว มีความสำคัญ	4.23	0.90	มาก
ท่านเห็นสื่อโฆษณาออนไลน์ในรูปแบบแบนเนอร์ผ่านช่องทาง LINE OA มีความสำคัญต่อการตัดสินใจของท่าน	4.27	0.84	มาก
รวม	4.25	0.78	มาก

จากตารางที่ 7 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 4.25 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 8 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการตลาดพันธมิตรสร้าง

การตลาดพันธมิตรสร้าง	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ท่านเห็นว่าการกำหนดแพ็คเกจการท่องเที่ยวสำหรับผู้ที่ไม่ใช่แพทย์ มีความสำคัญในการเลือกที่จะเผยแพร่ของท่าน	4.26	0.78	มาก
ท่านให้ความสำคัญต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวตามยูทูปเบอร์ นำเสนอผ่านสื่อโซเชียล เช่น Facebook	4.25	0.80	มาก
รวม	4.25	0.71	มาก

จากตารางที่ 8 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ย โดยรวมเท่ากับ 4.25 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 9 ค่าเฉลี่ย และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของข้อมูลด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค

การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน	ระดับ ความสำคัญ
ท่านคิดว่าความสำคัญของเนื้อหาและสื่อโฆษณาที่ได้รับตรงกับ ความสนใจเป็นส่วนหนึ่งในแรงจูงใจที่ท่านจะใช้บริการ	4.29	0.83	มาก
ข้อมูล/ข้อเสนอจาก LINE OA จากผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถเป็นแรงจูงใจและตัดสินใจท่องเที่ยวของท่าน	4.25	0.85	มาก

ท่านติดตามยูทูปเบอร์นำเสนอการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้	4.21	0.85	มาก
ท่านคิดว่า การเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวบนพีดข่าว Facebook ของท่านมาจากการมองเห็นสื่อโฆษณาอยู่ประจำ	4.25	0.89	มาก
รวม	4.25	0.72	มาก

จากตารางที่ 9 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ระดับความคิดเห็นด้านสื่อสังคมออนไลน์ ค่าเฉลี่ยโดยรวมเท่ากับ 4.25 มีความสำคัญในระดับมาก

ตารางที่ 10 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปรทั้ง 8 ด้าน

หัวข้อด้าน	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความสำคัญ
สื่อสังคมออนไลน์	4.31	0.73	ระดับมาก
การตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์	4.26	0.67	ระดับมาก
การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์	4.12	0.85	ระดับมาก
การลงสื่อโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา	4.19	0.78	ระดับมาก
การมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา	4.24	0.81	ระดับมาก
การส่งข้อความ	4.25	0.78	ระดับมาก
การตลาดพันธมิตรสร้าง	4.25	0.73	ระดับมาก
การสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค	4.25	0.73	ระดับมาก
รวม	4.23	0.76	ระดับมาก

จากตารางที่ 10 พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้ง 8 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีความสำคัญในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85

สรุปผลการวิจัย

จากการศึกษาการตลาดดิจิทัลเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง นับเป็นจำนวน 166 ร้อยละ 55.3 ในด้านอายุผู้ตอบแบบสอบถามมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี มากที่สุด ร้อยละ 36.7 รองลงมามีอายุระหว่าง 20 – 30 ร้อยละ 30.0 อายุต่ำกว่า 20 ปี น้อยที่สุด ร้อยละ 10.7 ปี ในด้านระดับการศึกษาผู้ตอบแบบสอบถามมีระดับการศึกษาปริญญาตรี มากที่สุด ร้อยละ 47.3 รองลงมาระดับการศึกษานุปริญญา ร้อยละ 24.7 ระดับการศึกษาประถมศึกษาชั้นน้อยที่สุด ร้อยละ 8.3 ในด้านอาชีพผู้ตอบแบบสอบถามมีอาชีพนักศึกษา มากที่สุด ร้อยละ 18.3 รองลงมาอาชีพ อื่น ๆ ร้อยละ 18.0 อาชีพพนักงานรัฐวิสาหกิจ น้อยที่สุด ร้อยละ 4.7 โดยผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญกับตัวแปรทั้ง 8 ด้าน โดยค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 4.23 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 มีความสำคัญในระดับมาก และผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 และ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85

อภิปรายและข้อเสนอแนะ

จากวัตถุประสงค์การวิจัยเพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ และเพื่อนำเสนอแนวทางการพัฒนาองค์ประกอบของการตลาดดิจิทัลที่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในสามจังหวัดชายแดนใต้ จากการที่ให้นักท่องเที่ยวตอบแบบสอบถาม ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญด้านสื่อสังคมออนไลน์มากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.31 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 รองลงมาผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญในด้านการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.26 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.67 ด้านการส่งข้อความคิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 ด้านการตลาดพันธมิตรสร้าง คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ด้านการสร้างการรับรู้ให้กับผู้บริโภค คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.25 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 ด้านการมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.24 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 ด้านการลงสื่อโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา คิดเป็นค่าเฉลี่ยร้อยละ 4.19 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.78 และ ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านการโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ น้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.85 ทั้งนี้เนื่องจากองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัล ได้แก่ 1. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ 2. การทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ 3. สื่อสังคมออนไลน์ 4. การส่งข้อความ 5. การสร้างการตลาดพันธมิตร 6. การมองเห็นหรือหน้าเว็บในการค้นหา 7. การลงโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา เป็นสิ่งสำคัญในการนำไปใช้ขยาย

โอกาสให้ผู้บริโภคได้รับรู้ถึงกิจกรรมและบริการขององค์กรอย่างกว้างขวางขึ้น เนื่องจากสามารถใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์หรือสื่อสังคมออนไลน์ในการทำกิจกรรมที่ทำให้เกิดกระบวนการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ประกอบการกับผู้บริโภคหรือผู้บริโภคสู่ผู้บริโภคผ่านการรับรู้ทางโซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ ผลการวิจัยครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเกศศิริ นวลใยสวรรค์¹ ทรงกลด พลพวก² วิมลกานต์ นิธิศิริวิศกุล³ ฉัตรชัยศรีมาลา⁴ จริญญา ไชยเสริฐ⁵ และสุเมธิ เทียมสกุล⁶ ที่พบว่าสื่อออนไลน์ในรูปแบบต่างๆ มาปรับใช้จะช่วยให้ธุรกิจของผู้ประกอบการสามารถเข้าถึงการสื่อสารและมีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพ รวดเร็ว ถูกต้อง และต้นทุนต่ำ สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในยุคดิจิทัลที่ใช้สื่อดิจิทัลในการเข้าถึงเพื่อเลือกซื้อสินค้าและบริการได้ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของปราโมทย์ ยอดแก้ว ที่พบว่าช่องทาง การจัดจำหน่ายที่ลูกค้าเข้าถึงสินค้าและบริการ โดยการสื่อสารการตลาดที่ลูกค้าได้ร่วมแสดงความคิดเห็นหรือ มีส่วนในการส่งเสริมสนับสนุนองค์การตามแนวคิด 4Es ที่มากกว่า 4P ในการทำการตลาดดิจิทัลตอบสนองวิถีใหม่ในสังคมไทย

ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้การใช้การตลาดดิจิทัลดังนี้ :

1. สร้างเนื้อหาที่น่าสนใจ ควรสร้างเนื้อหาที่ให้ข้อมูลเชิงลึกและเป็นประโยชน์ต่อนักท่องเที่ยว เช่น ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว วัฒนธรรมท้องถิ่น กิจกรรมที่น่าสนใจ ฯลฯ เพื่อสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจ โดยอาจใช้ในรูปแบบแบนเนอร์ บล็อก วิดีโอ หรือบทความแนะนำ
2. ใช้โซเชียลมีเดียเป็นช่องทางหลักในการสื่อสาร แพลตฟอร์มโซเชียลมีเดียเช่น Facebook, LINE OA และ TikTok ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถแชร์ภาพหรือวิดีโอที่มีคุณภาพเพื่อดึงดูดผู้สนใจ และใช้เครื่องมือโฆษณาบนแพลตฟอร์มเหล่านี้เพื่อเจาะกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ตรงเป้าหมาย
3. ทำ SEO ให้เว็บไซต์ติดอันดับในการค้นหา ปรับปรุงเว็บไซต์เพื่อให้เว็บไซต์ปรากฏในผลการค้นหาลำดับต้นๆ เพิ่มโอกาสในการเข้าถึงและเพิ่มการมองเห็นของนักท่องเที่ยวที่กำลังค้นหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว
4. นำรีวิวและความน่าเชื่อถือ กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวโพสต์รีวิวและแชร์ประสบการณ์ของพวกเขาผ่านช่องทางต่างๆ และให้ผู้ใช้รายอื่น ๆ เข้ามาอ่าน เป็นการสร้างความเชื่อมั่น และช่วยให้การตัดสินใจของนักท่องเที่ยวรายอื่น ๆ เป็นไปอย่างง่ายดาย
5. ควรอัปเดตข้อมูลกิจกรรม ราคา และบริการที่ทันสมัยบนเว็บไซต์และโซเชียลมีเดียของตนเองอยู่เสมอ พร้อมตอบคำถามหรือความคิดเห็นจากนักท่องเที่ยวอย่างรวดเร็วเพื่อสร้างความประทับใจและความไว้วางใจ
6. วิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมลูกค้า ใช้เครื่องมือวิเคราะห์ข้อมูล เช่น Google Analytics เพื่อศึกษาการเข้าชมเว็บไซต์และความสนใจของนักท่องเที่ยว จะช่วยให้สามารถปรับปรุงเนื้อหาและแคมเปญให้ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ศึกษาแนวทางการตลาดดิจิทัลในเชิงลึกในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว
2. ศึกษาผลกระทบของเทคโนโลยีในการทำการตลาดดิจิทัล
3. ปรับเปลี่ยนกลุ่มตัวอย่าง เช่น กลุ่มตัวอย่างนักธุรกิจการท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สรุปสถานการณ์พักรวมจำนวนผู้เยี่ยมเยือนและรายได้จากผู้เยี่ยมเยือน เดือนมกราคม-สิงหาคม 2567. สืบค้นจาก <https://www.mots.go.th/news/category/760>
- ณรงค์ พลธิ์รักษ์และปริญญา นาคปฐม. (2560). การศึกษาโอกาสในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ในพื้นที่ชายฝั่งทะเลภาคตะวันออกของประเทศไทย. รายงานวิจัยวิทยาลัยนานาชาติมหาวิทาลัยบูรพา. ฉบับเดือนตุลาคม 2560
- นารีลักษณ์ ศิริวรรณ. (๒๕๖๗). การพัฒนาการท่องเที่ยวเมืองรอง. วิจัยปริทัศน์กลุ่มงานวิจัยและพัฒนาสำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. ฉบับเดือนเมษายน ๒๕๖๗
- ปราโมทย์ ยอดแก้ว. (๒๕๖๔). การตลาดดิจิทัลกับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตใหม่ในสังคมไทย. วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา. ปีที่ 3 ฉบับที่ ๑ เดือน มีนาคม ๒๕๖๔
- Afrina, Y., Sadia, T., and Kaniz, (2015). Eftiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. International Journal of Management Science and Business Administration, 1(5), 69-80.
- Festa, G., Cuomo, M. T., Metallo, G., & Festa, A. (2015). The (r)evolution of wine marketing mix: From the 4Ps to the 4Es. Journal of Business Research, 60(5), 1550-1555
- (Methinee Sopa,2566) กลยุทธ์การตลาดดิจิทัลเพื่ออุตสาหกรรมท่องเที่ยว. สืบค้นจาก <https://www.primal.co.th/th/trend/online-marketing-travel/>

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

The Process to Development of Spa Thai Herbal Products from Local Resources
for Health Tourism in Liphang Subdistrict, Palian district, Trang province

สิริบุญยากอร์ เจริญวิริยะภาพ¹ จิระนาถ รุ่งช่วง² ดุสิตพร ฮกทา³ อมรรัตน์ สุทธิธรรมานนท์⁴

ฉมพร มีชนะ⁵ และ จตุพร ฮกทา⁶

¹วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, siripoonyakorn.k@rmutsv.ac.th

² คณะอุตสาหกรรมเกษตร, jiranart.r@rmutsv.ac.th

³วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, dusitporn.h@rmutsv.ac.th

⁴วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, amornrat.s@rmutsv.ac.th

⁵วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, chamaporn.m@rmutsv.ac.th

⁶วิทยาลัยการโรงแรมและการท่องเที่ยว, Jatuporn.h@rmutsv.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อสำรวจปราชญ์ชาวบ้าน ความเชื่อ และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรไทยท้องถิ่นในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง 2) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง และ 3) เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง โดยเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสำรวจ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก และแบบสังเกตการณ์ กลุ่มเป้าหมายในการศึกษาประกอบด้วย ผู้นำชุมชน กลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ประกอบการ และประชาชนในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

ผลการวิจัย พบว่า 1) ในพื้นที่ตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับความเชื่อและสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรไทยท้องถิ่นอยู่ คนในชุมชนมีวิถีชีวิตที่อิงกับธรรมชาติพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านการเกษตร มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ แม่น้ำ ลำคลอง และน้ำตกหลายสาย มีการรวมกลุ่มที่สามารถประยุกต์เป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว 10 กลุ่ม และมีเรื่องราวการใช้ชีวิตที่อิงสมุนไพรของกลุ่มมันเป็นสิ่งดึงดูดใจสำหรับนักท่องเที่ยว 2) กิจกรรมที่น่าสนใจและสามารถส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนในพื้นที่ ส่งเสริมเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยว ได้แก่ กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสามารถสกัดได้เป็น 4 ฐานกิจกรรม คือ ฐานกิจกรรมศึกษาวิถีชีวิตชาวมันนิ ฐานกิจกรรมเรียนรู้พืชสมุนไพรพื้นบ้าน ฐานกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา และฐานกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ 3) กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะ

เหลียน จังหวัดตรัง สามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน คือ 1) ขั้นตอนการวางแผนและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยและชุมชน 2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) ขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพชุมชน 4) ขั้นตอนการพัฒนาช่องทางการตลาด และ 5) ขั้นตอนการพัฒนาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น

จึงอาจสรุปได้ว่า พื้นที่ตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีทรัพยากรการท่องเที่ยวที่หลากหลาย มีความอุดมสมบูรณ์ และมีความโดดเด่นด้านภูมิศาสตร์ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ชุมชนและสนับสนุนการใช้ทรัพยากรในพื้นที่ให้เกิดประโยชน์เพื่อพัฒนาและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชน บนพื้นฐานแนวคิดการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างคุ้มค่า ยั่งยืน ต่อเนื่องสืบไป

คำสำคัญ : การพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา สมุนไพรไทย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

Abstract

This research article about The Process to Development of Spa Thai Herbal Products from Local Resources for Health Tourism in Liphang Subdistrict, Palian district, Trang province had the objectives as follows: 1) to survey local sages, beliefs, and medicinal properties about local Thai herbs in Li sub-district. Palian district, Trang province; 2) to develop tourism activities and promote careers for the people through the development of spa products by using local raw materials to promote health tourism in Liphang sub-district, Palian district, Trang province; and 3) to gain the process of developing spa products from Thai herbs by using local raw materials to promote health tourism in Liphang sub-district, Palian district, Trang Province.

The tools used for data collection were in-depth interviews and observational forms. The target group for the study included community leaders, community enterprise groups, shop operators and people in Liphang sub-district, Palian district, Trang province. Then, the data obtained from the interviews were used for content analysis, summarizing results, and presenting the results of the study according to the objectives.

The results of the research reviewed that: 1) In the area of Liphang sub-district, Palian district, Trang province, there are local philosophers who have knowledge about beliefs and medicinal properties of local Thai herbs and have a way of life that is very much based on nature. In the context of the area with prominent agriculture, the area with fertilities of forests, rivers, canals, and many waterfalls, there are outstanding characteristics in terms of tourism resources and the herbal-based lifestyles of the Maniq people that are an attraction for tourism; 2) Tourism activities that are interesting and can be used to promote careers for people in the area include activities to develop spa products to promote health tourism which can be distilled into

4 activity bases, namely the activity base for studying the lifestyle of the Maniq people, the activity base for learning about local medicinal plants, the spa product development activity base and the health promotion activity base; 3) The process of developing spa products from Thai herbs by using local raw materials to promote health tourism in Liphang sub-district, Palian district, Trang province can be divided into 5 steps: 1) steps for planning and participatory development between researchers and the community; 2) steps for developing community products; 3) steps for developing community potentials; 4) steps for developing marketing channels; and 5) steps for developing tourism activities and promoting careers by using local raw materials.

Therefore, it may be concluded that Liphang sub-district, Palian district, Trang province has a variety of tourism resources that is abundant and geographically outstanding. Relevant agencies should educate the community and support the beneficial use of local resources to develop and promote careers for the people based on the concept of community tourism worthily, sustainably and continuously further.

Keywords : Spa Product Development, Thai Herbs, Health Tourism

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรม 1 ใน 3 ของประเทศที่สามารถสร้างรายได้หลักให้กับประเทศเป็นอันดับต้น ๆ โดยข้อมูลจาก Thairath Online. (2024, October 31) ระบุว่าจากสถานการณ์โควิด-19 ที่คลี่คลายลง ส่งผลให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวต่างชาติ และชาวไทย กลับมาเดินทางท่องเที่ยวมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติในปี 2566 เติบโตขึ้นกว่าร้อยละ 154 จากปี 2565 ขณะที่นักท่องเที่ยวไทยเติบโตราวร้อยละ 22 จากช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน โดยมีจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติกว่า 28.2 ล้านคน และนักท่องเที่ยวไทยกว่า 249 ล้านคน ซึ่งเป็นนักท่องเที่ยวไทยทั้งผู้ที่เดินทางเพื่อการท่องเที่ยว และอื่นๆ ทั้งที่พักค้างคืน และไม่พักค้างคืน สามารถสร้างรายได้ให้กับประเทศไทยรวม 2.17 ล้านล้านบาท

และนอกจากนี้ Krungthai COMPASS ประเมินว่า ในปี 2567 ภาคการท่องเที่ยวไทยยังคงฟื้นตัวต่อเนื่อง โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะอยู่ที่ 34 ล้านคน หรือฟื้นตัวราวร้อยละ 85 เมื่อเทียบกับก่อนเกิดโควิด-19 (ปี 2562) โดยนักท่องเที่ยวหลัก เช่น กลุ่มอาเซียน อินเดีย รัสเซีย รวมถึงกลุ่มยุโรป จะฟื้นตัวได้ในระดับใกล้เคียงช่วงก่อนเกิดโควิด ขณะที่ในปี 2568 คาดว่าภาคการท่องเที่ยวไทยจะฟื้นตัวกลับมาใกล้เคียงระดับปกติ โดยจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติจะอยู่ที่ 38.5 ล้านคน ทั้งนี้ คาดว่าจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติโดยรวมจะขยายตัวขึ้นที่ระดับ 3.2 ล้านคนต่อเดือน รวมถึงนักท่องเที่ยวจีน โดยเฉพาะกลุ่มกรุ๊ปทัวร์จะมีแนวโน้มฟื้นตัวต่อเนื่อง ส่งผลให้จำนวนนักท่องเที่ยวจีนในปี 2568 จะฟื้นตัวได้ราวร้อยละ 87 เมื่อเทียบกับปี 2562

โดย Krungthai COMPASS มองว่า 3 แนวคิดหลัก ที่ช่วยให้ไทยก้าวข้ามความท้าทาย และช่วยขับเคลื่อนภาคการท่องเที่ยวไทย ได้แก่ 1) กระตุ้นให้เกิดกระแสการเดินทางท่องเที่ยวตลอดทั้งปี เพื่ออุดช่องว่างช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยว โดยในช่วง Low season 2) ควรมีการสนับสนุนด้านการท่องเที่ยวที่มีความแตกต่างจากในช่วงเวลาปกติ

จูงใจให้นักท่องเที่ยวเดินทางกลับมาเที่ยวไทยซ้ำ 3) ยกย่องความปลอดภัยสำหรับนักท่องเที่ยวต่างชาติ ภาพลักษณ์เรื่องความปลอดภัยของประเทศไทย ยังเป็นจุดอ่อนสำคัญของการท่องเที่ยวไทย โดยข้อมูลจากข้อมูลดังกล่าวแสดงให้เห็นถึงการขยายตัวทางเศรษฐกิจและรายได้มหาศาลจากการท่องเที่ยว และเมื่อศึกษาข้อมูลต่อไปถึงส่วนแบ่งทางการตลาดของประเภทธุรกิจท่องเที่ยว พบว่า การวิจัยใหม่จาก Global Wellness Institute ซึ่งถือว่าละเอียดที่สุดในประวัติศาสตร์ของสถาบัน เผยว่าตลาดสุขภาพเติบโตขึ้นสู่ระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ที่ 4.9 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2019 ก่อนที่จะลดลงเหลือ 4.4 ล้านล้านดอลลาร์ในปี 2020 เนื่องจากการระบาดของโรคโควิด-19 อย่างไรก็ตาม ด้วยการเปลี่ยนแปลงค่านิยมของผู้บริโภคที่กำลังเกิดขึ้น ทำให้อาณาเขตของตลาดสุขภาพมีแนวโน้มสดใสอย่างมาก โดยคาดว่าจะเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 10 ต่อปี จนถึงปี 2025 ทั้งนี้ Global Wellness Institute (GWI) คาดการณ์ว่ามูลค่าเศรษฐกิจทั่วโลกด้าน Wellness (Global Wellness Economy) จะเพิ่มขึ้นจาก 4.3 ล้านล้าน เหรียญสหรัฐในปี 2020 เป็นราว 7.0 ล้านล้านเหรียญสหรัฐในปี 2025 หรือเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 10 ต่อปี ประเด็นสนับสนุนคือ พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป โดยเทรนด์การรักสุขภาพมีความชัดเจนเพิ่มมากขึ้น หลังจากการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 และการดูแลสุขภาพเชิงป้องกันสามารถลดโอกาสการเกิดโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคหัวใจ โรคเบาหวาน ที่เป็นสาเหตุการตาย ข้อสังเกต คือ กลุ่มธุรกิจสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวจะมีการเติบโตสูงกว่าธุรกิจอื่นๆ โดยธุรกิจที่มีแนวโน้มการเติบโตมากที่สุดคือ Wellness Tourism (การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ) ที่คาดว่าจะมีการเติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 21 ต่อปี นักท่องเที่ยวประเภท Wellness Tourism มีค่าใช้จ่ายเฉลี่ยที่สูงกว่าค่าใช้จ่ายเฉลี่ยของนักท่องเที่ยวทั่วไปราวร้อยละ 35 แผนยุทธศาสตร์ชาติและแผนพัฒนาในประเทศไทยเองมีนโยบายในการส่งเสริมการท่องเที่ยวและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับแผนพัฒนาของจังหวัดตรังที่มุ่งเน้นในการพัฒนาการท่องเที่ยวมูลค่าสูง ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เพิ่มความหลากหลายในการท่องเที่ยวให้จังหวัดตรัง

จังหวัดตรังเป็นจังหวัดที่มีแผนพัฒนาจังหวัด ที่คำนึงถึงความสอดคล้องกับทิศทางแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ แผนการบริหารราชการแผ่นดิน และแผนพัฒนาประเทศด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงค่านโยบายของรัฐบาล และความต้องการของประชาชนท้องถิ่น โดยมีการกำหนดแนวทางการพัฒนาหลักในด้านการท่องเที่ยว เพื่อยกระดับรายได้จากการท่องเที่ยวให้เติบโตอย่างต่อเนื่อง และมีการวางแผนกระจายรายได้จากการท่องเที่ยวสู่พื้นที่เชื่อมโยง รวมทั้งชุมชน และท้องถิ่นอย่างทั่วถึง

สอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาของตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง ที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยมีเป้าประสงค์เพื่อให้ประชาชน มีคุณภาพชีวิตที่ดี มีแหล่งเรียนรู้ มีความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สิน ซึ่งมีการกำหนดกลยุทธ์ ดังนี้ 1) ปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว 2) ส่งเสริมและพัฒนากลุ่มอาชีพและการรวมกลุ่มเพื่อการพัฒนาในด้านต่าง ๆ

ตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง เป็นพื้นที่ที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่มีความหลากหลายทั้งในด้านธรรมชาติและทรัพยากร ซึ่งทำให้มีความสำคัญต่อการศึกษาในด้านต่างๆ เช่น การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ การพัฒนาที่ยั่งยืน และการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม รวมถึงการศึกษาวัฒนธรรมและสังคมในพื้นที่ ซึ่งยังคงมีเอกลักษณ์และความหลากหลายทางเชื้อชาติและประเพณีที่น่าสนใจ มีทรัพยากรสมุนไพรโดดเด่น มีการจัดตั้งกลุ่มสมุนไพร เพื่อใช้ในการทำยาสมุนไพรรักษาโรค นั้นแสดงให้เห็นว่าในชุมชนยังคงมีองค์ความรู้ฝังอยู่

และมีจุดเด่นในด้านทรัพยากร อีกทั้งกระแสในปัจจุบันคนหันมาใส่ใจสุขภาพมากขึ้น เห็นถึงความสำคัญของการดูแลสุขภาพ มากกว่าการรักษา สอดคล้องกับแผนพัฒนาท้องถิ่นสี่ปี (พ.ศ.2561-2564) ขององค์การบริหารส่วนตำบลพิง ที่มียุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว โดยมีแนวทางดังนี้ 1) แนวทางการพัฒนาและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชน 2) แนวทางการปรับปรุงและพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งนับเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาและสร้างรายได้ให้กับชุมชนและสังคม โดยมีงบประมาณในการพัฒนาระหว่าง พ.ศ.2561-2564 มากถึง 39,610,000 บาท แสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นหวังในการพัฒนาด้านการท่องเที่ยวเป็นอย่างสูง (แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2564) ,2561)

จากข้อมูลทางสถิติและการสำรวจพื้นที่ ตำบลพิงยังคงมีการพึ่งพาฐานเศรษฐกิจจากการเกษตร โดยเฉพาะการปลูกยางพารา ปาล์มน้ำมัน และพืชเศรษฐกิจอื่นๆ รวมถึงกิจกรรมการประมง ซึ่งทั้งนี้ก่อให้เกิดความท้าทายในการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การศึกษาในพื้นที่จึงเป็นการตอบโจทยความต้องการในการหากลยุทธ์และแนวทางที่สามารถส่งเสริมการพัฒนาเศรษฐกิจท้องถิ่น โดยคำนึงถึงการรักษาสมดุลของสิ่งแวดล้อม และการพัฒนาคุณภาพชีวิตของชุมชนในพื้นที่ (แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2566-2670) ,2566)

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาพื้นที่ตำบลพิง จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งทั้งในด้านการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องถิ่น การวิจัยในพื้นที่นี้จึงมีศักยภาพในการสร้างข้อเสนอแนะที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่นและในระดับประเทศต่อไป จึงนำไปสู่การวิจัยเรื่อง กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลพิง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง โดยมีวัตถุประสงค์การวิจัยดังนี้ 1) เพื่อสำรวจประชาชนชาวบ้าน ความเชื่อ และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรท้องถิ่นในตำบลพิง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง 2) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลพิง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง และ3) เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลพิง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง เพื่อให้ผลการศึกษาเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องและรับผิดชอบต่อการจัดการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยการใช้ทรัพยากรท้องถิ่นให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ทุกภาคส่วนเพื่อให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องได้ใช้ประโยชน์ต่อไป

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ บำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี ตลอดจน การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยว ที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป กิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิธีใช้พลังงาน จากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต ให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการ

เพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล โดยการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) แบ่งเป็น 2 ประเภทหลัก (เพ็ญกมล ไชยองค์การ, 2560) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Health Promotion Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยว เยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยวส่วนหนึ่งมาทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในที่พักรวม หรือนอกที่พักรวมอย่างถูกวิธี ตามหลักวิชาการ และมีคุณภาพมาตรฐานอย่างแท้จริง เช่น การนวด อบ ประคบสมุนไพร การบริการส่วนบุคคล วารีบำบัด เป็นต้น โดยจัดโปรแกรมส่งเสริมสุขภาพที่หลากหลายบรรจุไว้ในโปรแกรมการท่องเที่ยว นั้นด้วย และเลือกพักรวมในสถานที่พักตากอากาศประเภทโรงแรมหรือรีสอร์ทที่มีศูนย์สุขภาพหรือศูนย์กีฬา ให้บริการส่งเสริมสุขภาพที่มีมาตรฐานคุณภาพอย่างแท้จริง เพื่อเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพในสถานที่พักรวม นั้น ๆ จัดไว้ให้บริการแก่นักท่องเที่ยว

2. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Health Healing Tourism) เป็นการเดินทางไปท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่สวยงามในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและวัฒนธรรมเพื่อการเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาส่วนหนึ่งจากการท่องเที่ยวไปรับบริการบำบัดรักษาสุขภาพการรักษาพยาบาลและการฟื้นฟูสุขภาพในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาลที่มีคุณภาพมาตรฐาน เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ การทำฟันและการรักษาสุขภาพฟัน การผ่าตัดเสริมความงาม การผ่าตัดแปลงเพศ และอื่น ๆ เป็นต้น โดยทั่วไปจึงมักมีการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่บรรจุโปรแกรมการเข้ารับบริการบำบัดรักษาโรค การรักษาพยาบาล และการฟื้นฟูสุขภาพ ที่หลากหลาย เช่น การตรวจร่างกาย การรักษาโรคต่าง ๆ ในประเทศไทยมีรูปแบบการจัดโปรแกรมการท่องเที่ยวที่มีกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพที่แตกต่างหลากหลาย เช่น ทัวร์แพทย์แผนไทย ทัวร์อาหารสมุนไพร ทัวร์สมุนไพรชนบท ทัวร์เกษตรธรรมชาติ ทัวร์น้ำพุร้อนและอาบน้ำแร่ ทัวร์ฝึกสมาธิและบำบัดปัญหาต่าง ๆ ทัวร์แหล่งธรรมชาติและเรียนรู้ความหลากหลายทางชีวภาพ เป็นต้น

แนวคิดเกี่ยวกับทรัพยากรการท่องเที่ยว

ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมและวัฒนธรรมประเพณีที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมท้องถิ่นที่มีลักษณะเด่น และสามารถดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาเยือน ซึ่งสามารถจำแนกลักษณะทรัพยากรการท่องเที่ยว (ราณี อธิชัยกุล, 2546) ได้ดังนี้

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ และมีความงดงามตามธรรมชาติ มีความโดดเด่นทางภูมิศาสตร์ ธรณีวิทยาและระบบป่าไม้ที่หลากหลาย เช่น ภูเขา น้ำตก ชายหาด เกาะแก่ง ปะการัง สัตว์ป่า และพรรณพืช เป็นต้น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ได้แก่ แหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้น และเป็นหลักฐานทางประวัติศาสตร์ แสดงถึงอารยธรรมท้องถิ่น

ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ได้แก่ ทรัพยากรการท่องเที่ยวที่มีคุณค่าทางศิลปวัฒนธรรม และขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์และถ่ายทอดกันมาจากอดีตมาจนถึงปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของมนุษย์ เช่น วิถีชีวิต ความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่ง

กาย การละเล่น ดนตรี รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล พิธีกรรม ความเชื่อ ค่านิยม ภูมิปัญญาท้องถิ่น ความเป็นชนเผ่า เป็นต้น

จึงอาจสรุปได้ว่า ทรัพยากรการท่องเที่ยว หมายถึง ทรัพยากรในท้องถิ่นที่นำมาใช้เป็นสินค้าทางการท่องเที่ยว ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทธรรมชาติ ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทประวัติศาสตร์ โบราณวัตถุ และศาสนสถาน ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทศิลปวัฒนธรรมและประเพณี ทรัพยากรการท่องเที่ยวประเภทมนุษย์สร้างขึ้น และทรัพยากรการท่องเที่ยวเพื่อความสนุกสนานเพลิดเพลินและความบันเทิง ซึ่งสามารถสร้างความสุนทรีย์ภาพ จรรโลงใจ ให้แก่นักท่องเที่ยว

ระเบียบวิธีวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเพื่อหาคำตอบในวัตถุประสงค์การวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อสำรวจ ประชาชนชาวบ้าน ความเชื่อ และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรไทยท้องถิ่นในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง คือแบบสำรวจมีโครงสร้าง ซึ่งเป็นแบบสำรวจที่ปรับปรุงมาจากแนวคิด 5 A's of Tourism : Tourism of Australia, 2008 โดย 5As มีประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1) แหล่งท่องเที่ยว (Attraction) 2) ที่พัก (Accommodation) 3) การเดินทาง (Accessibility) 4) กิจกรรมต่าง ๆ (Activities) 5) สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ (Amenities) และนำมาประยุกต์กับแบบสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Culture Landscape) ของ National Park Service ประเทศสหรัฐอเมริกา, 1998 โดยแบบสำรวจภูมิทัศน์วัฒนธรรม (Culture Landscape) การตรวจสอบข้อมูลสามเส้าด้าน ข้อมูล (Data Triangulation) เป็นการตรวจสอบข้อมูลที่มาโดยพิจารณาจากแหล่งเวลา เมื่อเก็บข้อมูลที่ต่างเวลากันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งสถานที่ เมื่อเก็บข้อมูลต่างสถานที่กันจะเหมือนกันหรือไม่ แหล่งบุคคล เมื่อแหล่งข้อมูลบุคคลที่ให้ข้อมูลเปลี่ยนไป ข้อมูลจะเหมือนเดิมหรือไม่ ถือเป็นสิ่งที่นักวิจัยจะต้องตรวจสอบข้อมูล ซึ่งจะต้องทำไปพร้อมกันในการเก็บข้อมูล เป็นการตรวจสอบพื้นที่ในการลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อให้ได้ข้อมูลที่ตรงกัน

จากนั้นนำข้อมูลมาวิเคราะห์ นำไปสู่วัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง จากนั้นนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์มาทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา สรุปผล และนำเสนอผลการศึกษิตตามวัตถุประสงค์เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทย โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1) เพื่อสำรวจประชาชนชาวบ้าน ความเชื่อ และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรไทยท้องถิ่นในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่า ในพื้นที่ที่มีการแบ่งภูมิปัญญาท้องถิ่น ออกเป็น 5 ด้าน คือ 1) ด้านศิลปกรรม/หัตถกรรม มีประชาชนชาวบ้าน จำนวน 8 คน โดยแยกเป็นภูมิปัญญาด้าน กลองยาว มโนราห์ ผลิตภัณฑ์จากเตยปาหนัง ผลิตภัณฑ์จากไม้ไผ่ เสื่อเตยปาหนัง และไม้กวาดดอกหญ้า โดยอาชีพปัจจุบันคือ ทำสวน วุฒิกการศึกษาสูงสุด คือ ป.4 กระจายตัวอยู่ตามหมู่ที่ 2 หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 5 2) ด้าน ภาษาวรรณกรรม มีประชาชนชาวบ้าน จำนวน 1 คน กิจกรรมพื้นบ้านดังกล่าว เรียกว่า หมอป่าสาว ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 4

3) ด้านอุตสาหกรรม มีปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 1 คน โดยแยกเป็นภูมิปัญญาการทำหมอนยางพารา โดยอาชีพปัจจุบันคือ ทำสวน ตั้งอยู่ในหมู่ที่ 4 4) ด้านแพทย์แผนไทย/สมุนไพรไทย มีปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 8 คน โดยแยกเป็นภูมิปัญญาด้านหมอบีบเส้น ด้านการนวด ด้านการบำบัดยาด ด้านยาสมุนไพร โดยอาชีพปัจจุบันคือ ทำสวน กระจายตัวอยู่ตามหมู่ที่ 2 หมู่ที่ 3 หมู่ที่ 4 หมู่ที่ 5 และหมู่ที่ 7 และ 5) ด้านเกษตรกรรม/การประมงพื้นบ้าน มีปราชญ์ชาวบ้าน จำนวน 8 คน โดยแยกเป็นภูมิปัญญาด้านการปลูกผักสวนครัว ผักพื้นบ้าน การปลูกพริกไทยพันธุ์ปะเหลียน การทำกระชังเลี้ยงปลาและสัตว์น้ำ โดยอาชีพปัจจุบันคือ ทำสวนและทำประมง กระจายตัวอยู่ตามหมู่ที่ 2 หมู่ที่ 3 หมู่ที่ 4 และหมู่ที่ 7

ตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง มีปราชญ์ชาวบ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับ ความเชื่อ และสรรพคุณเกี่ยวกับสมุนไพรไทยท้องถิ่นอยู่ และมีวิถีชีวิตที่อิงกับธรรมชาติเป็นอย่างมาก โดยบริบทในพื้นที่ที่มีความโดดเด่นด้านการเกษตร พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ของป่าไม้ แม่น้ำ ลำคลอง และน้ำตกหลายสาย มีความโดดเด่นในเรื่องของทรัพยากรการท่องเที่ยว การใช้ชีวิตที่อิงสมุนไพรของกลุ่มมันนินที่เป็นสิ่งดึงดูดทางการท่องเที่ยว มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มากมายที่สามารถนำมาเป็นตำนานใช้เล่าให้นักท่องเที่ยวได้ฟัง

เนื่องจากลักษณะที่ตั้งและสภาพแวดล้อมทางธรรมชาติของพื้นที่ที่พักอาศัยของชาวมันนินในตำบลลิพัง ที่ติดต่อกับบางส่วนของเทือกเขาบรรทัด ซึ่งมีความอุดมสมบูรณ์ มีพันธุ์ไม้นานาชนิดที่สามารถนำมาใช้เพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยได้ ตลอดจนมีสภาพภูมิอากาศที่เหมาะสมแก่การเจริญเติบโตของพืช ด้วยองค์ประกอบต่าง ๆ กอปรกับความเชื่อดั้งเดิมของชาวมันนินที่เชื่อว่าสาเหตุของการเจ็บป่วย เป็นผลจากการกระทำของสิ่งเหนือธรรมชาติ ชาวมันนินจึงได้นำความเชื่อตามหลักไสยศาสตร์มาปรับใช้ไปพร้อมกับหลักการแพทย์สมุนไพร เกิดเป็นภูมิปัญญาชุมชนเพื่อบำบัดรักษาอาการเจ็บป่วยที่เกิดขึ้น โดยพฤติกรรมกรบำบัดรักษาโรคด้วยยาสมุนไพรมี 3 ขั้นตอน (จรรยาพร ไคร์ครวญ, 2563) ดังต่อไปนี้

การวินิจฉัยอาการเจ็บป่วย เริ่มจากการสอบถามข้อมูลเบื้องต้นของผู้ป่วยและญาติ อาทิ อาการของโรค ระยะเวลาที่เจ็บป่วย และสถานที่ที่ไปก่อนหน้า สืบเนื่องมาจากชาวมันนินเชื่อว่าอาการเจ็บป่วยเกิดมาจากการกระทำของสิ่งเหนือธรรมชาติ ซึ่งเมื่อสอบถามข้อมูลแล้ว หมอจะทำการกล่าวขอขมาถึงสิ่งที่ผู้ป่วยได้กระทำลงไป ต่อภูตผีหรือวิญญาณ

ความเชื่อและพิธีกรรมในการรักษา เมื่อหมอวินิจฉัยหาสาเหตุของอาการเจ็บป่วยได้แล้ว หมอก็จะรักษาอาการเจ็บป่วยของผู้ป่วยด้วยวิธีการทางไสยศาสตร์ โดยการใช้เวทมนตร์คาถา หรือที่ชาวมันนินเรียกว่าการทำพิธีกรรม “ซาโฮส” โดยหมอจะใช้หมากพลูจำนวน คำ มาเคี้ยวแล้วพ่นไปที่ร่างกายบริเวณที่ผู้ป่วยเกิดอาการ 4 และเพื่อให้ 4 คำ มีนัยถึงการขอขมาต่อเทพเจ้าผู้ศักดิ์สิทธิ์ทั้ง 4 ครั้ง การนำหมากพลูจำนวน 3 เจ็บป่วยทั้งหมด เทพเหล่านั้นช่วยรักษาอาการให้หาย ซึ่งเทพเจ้าผู้ศักดิ์สิทธิ์ ทั้ง ประกอบไปด้วย ผู้ศักดิ์สิทธิ์แห่งป่า ผู้ศักดิ์สิทธิ์ 4 แห่งก้อนหิน ผู้ศักดิ์สิทธิ์แห่งต้นไม้ใหญ่ และผู้ศักดิ์สิทธิ์แห่งแผ่นดิน หลังจากการทำพิธีซาโฮสแล้วนั้น หมอจะจัดยาสมุนไพรที่ตรงกับอาการของโรคให้แก่ผู้ป่วยเพื่อกลับไปดูแลตนเองต่อที่บ้านพัก การใช้ยาสมุนไพรของชาวมันนินสามารถจำแนกได้ทั้งหมด รูปแบบ ได้แก่ การนำสมุนไพรมาใช้สด ๆ การต้ม การพอก การคั้นเอาแต่น้ำ และการดอง โดยจะอธิบายรายละเอียดของการใช้สมุนไพรรูปแบบต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. การนำมาสมุนไพรมาใช้สด เป็นการใช้สมุนไพรที่ยังไม่ผ่านการแปรรูป เช่น การใช้ใบสดในการทำยา หรือเป็นส่วนประกอบในอาหาร เพื่อให้ประโยชน์จากสารอาหารและคุณสมบัติต่าง ๆ ของสมุนไพร เช่น การใช้ใบมะกรูด ใบสะระแหน่ หรือขิงสดในอาหารหรือเครื่องดื่ม ซึ่งสามารถรักษาอาการต่าง ๆ หรือช่วยเสริมสุขภาพได้ทันที ไม่ว่าจะเป็นสมุนไพรที่มาจากพืชหรือจากสัตว์ อาทิ หัวไหล มีสรรพคุณแก้คัน โดยการนำหัวไหลมาเคี้ยวแล้วพ่นไปบริเวณจุดที่รู้สึกคัน ต้นหัวยารีน มีสรรพคุณแก้วิงเวียนศีรษะ ยาลูกขาด มีสรรพคุณคล้ายคลึงกับยาคุมฉุกเฉิน เมื่อรับประทานแล้วจะทำให้ลูกขาดหรือไม่ท้อง เป็นต้น

2. การนำยาสมุนไพรมาต้ม ทั้งเพื่อรับประทาน นำมาอาบ หรือนำมาแช่ตัว ฯลฯ โดยปกติทั่วไปยาสมุนไพรที่ชาวมันนินิยมนำมาต้มนั้นจะมีลักษณะเป็นรากไม้และเปลือกไม้ ซึ่งส่วนใหญ่แล้วผู้ที่นิยมใช้ยาสมุนไพรผ่านกระบวนการต้มมักจะเป็นเพศหญิง เนื่องจากไม่สามารถรับประทานยาที่ผสมกับเหล้าได้ ซึ่งขั้นตอนในการต้มนยาสมุนไพรของชาวมันนิไม่มีความซับซ้อน มีขั้นตอนเพียงแค่นำรากไม้หรือเปลือกไม้มาต้มกับน้ำร้อน โดยระยะเวลาที่ใช้ต้มนยาสมุนไพรของแต่ละคนก็จะแตกต่างกันออกไป ไม่มีสูตรตายตัว สมุนไพรที่สามารถนำมาต้มได้ เช่น ขิงดอกเดี่ยว บัวม้ามีด และไฟเดินกอง ฯลฯ

3. การนำยาสมุนไพรมาพอกบริเวณบาดแผล เป็นหนึ่งรูปการใช้สมุนไพรเพื่อรักษาอาการเจ็บป่วยของชาวมันนิ โดยขั้นตอนในการรักษาด้วยการพอกคล้ายคลึงกับการนำสมุนไพรมาใช้สด ๆ แต่ต่างกันที่ยาพอกจะมีการฝนหรือตำตัวยา แล้วจึงนำมาพอกบริเวณที่มีบาดแผล นอกจากนี้ยังสามารถนำตัวยาสสมุนไพรมารวมกับน้ำหรือเหล้าเพื่อให้ยาออกฤทธิ์ได้ดียิ่งขึ้น อาทิ ใบตัดเซาะ มีสรรพคุณช่วยรักษาแผลโดยนำใบมาขยี้แล้วพอกลงไปบริเวณแผล เห็ดงู มีสรรพคุณช่วยดูดพิษจากสัตว์ร้าย โดยนำเห็ดงูมาฝนกับน้ำแล้วพอกไปบริเวณแผล เป็นต้น

4. การนำยาสมุนไพรมาคั้นเอาแต่น้ำ ผ่านกระบวนการโหลก การคั้น การขยี้ และการบด จนสมุนไพรเหล่านั้นละเอียดเหลวเป็นน้ำ แล้วนำมาน้ำที่ได้มารับประทาน หรือนำไปหยอดบริเวณที่มีอาการเจ็บป่วย ซึ่งขั้นตอนจะคล้ายคลึงกับรูปแบบการพอก แต่การคั้นเอาแต่น้ำจะใช้คุณสมบัติของน้ำที่ได้มาจากสมุนไพรแทน โดยสมุนไพรที่ชาวมันนินิยมนำมารักษาด้วยวิธีการคั้นเอาแต่น้ำ ได้แก่ ย่านลิเภา ด้วยการนำใบมาคั้นแล้วหยดน้ำของสมุนไพรดังกล่าวไปบริเวณลูกตา เนื่องจากใบของย่านลิเภา มีสรรพคุณช่วยให้หายเคืองตาได้

5. การนำสมุนไพรมาดอง เป็นรูปแบบของการปรุงยาสมุนไพรที่นิยมที่สุดของชาวมันนิ เนื่องจากสมุนไพรที่หาได้มักมีลักษณะเป็นรากไม้ เปลือกไม้ การนำมาดองจึงเป็นวิธีการที่ดีที่สุดในการดึงเอาสรรพคุณของยาออกมา โดยเริ่มจากการนำสมุนไพรมาสับหรือผ่าเป็นชิ้นเล็ก ๆ จากนั้นนำไปตากแห้งด้วยแดดที่ร้อนจัดจนรากไม้หรือเปลือกไม้แห้งสนิทแล้วจึงนำไปในภาชนะ การดองยาสมุนไพรให้เกิดประสิทธิภาพมากที่สุดนิยมดองด้วยเหล้าขาว นอกจากนี้รูปแบบการดองยาสมุนไพรยังเป็นวิธีการที่ชาวมันนิมักแนะนำให้กับลูกค้าผู้ที่ซื้อยาสมุนไพร

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2) เพื่อพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่า

การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง พบว่า มีกิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพให้กับประชาชนผ่านการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพ ที่เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมลงมือทำและแลกเปลี่ยนเรียนรู้วัฒนธรรมอย่างลึกซึ้งพร้อมกับคนในชุมชนได้มี 1 กิจกรรม ดังนี้ 4) กิจกรรมศึกษาวิถีชีวิตชาวมัณนิ 2) กิจกรรมเรียนรู้พืชสมุนไพรพื้นบ้าน 3) กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา และ 4) กิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3) เพื่อให้ได้กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง จากการศึกษาบริบทพื้นที่ พบว่า กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในตำบลลิพังสามารถแบ่งออกเป็น ขั้นตอนการวางแผนและพัฒนาแบบ (1 ขั้นตอน คือ 5 มีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยและชุมชน) 2) ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) ขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพชุมชน (3 4) ขั้นตอนการพัฒนาช่องทางการตลาด และ ขั้นตอนการพัฒนาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพ (5 โดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น โดยมีรายละเอียด ดังนี้

1. ขั้นตอนการวางแผนและพัฒนาแบบมีส่วนร่วมระหว่างนักวิจัยและชุมชน การวิเคราะห์ศักยภาพของชุมชน จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล มีผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค จากกลุ่มผู้ให้ข้อมูล

จุดแข็ง	จุดอ่อน
S1 พื้นที่ที่มีความอุดมสมบูรณ์ทางธรรมชาติมีศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ	W1 ขาดการบริหารจัดการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง Wการรวมกลุ่มสมุนไพรยังไม่เข้มแข็งและไม่ต่อเนื่อง 2
S2 มีเรื่องราวเชื่อมโยงประวัติศาสตร์กับการดูแลสุขภาพด้วยสมุนไพรกับชนเผ่ามัณนิ	Wองค์ความรู้ต่างๆ ยังฝังอยู่ 3ในตัวบุคคล ยังไม่มีการรวบรวมและส่งต่อถ่ายทอด
S3 มีแหล่งท่องเที่ยวที่ทางหน่วยงานได้ริเริ่มพัฒนา	Wยังไม่มีเผยแพร่กิจกรรมการท่องเที่ยวในพื้นที่ 4
Sหน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนการพัฒนา	Wยังไม่มีความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เข้มข้น 5
Sมีปราชญ์ชาวบ้านและสวนสมุนไพรให้เรียนรู้ 5	
โอกาส	อุปสรรค
O1 แผนพัฒนาฯ มีนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยว	T1 คนในชุมชนยังไม่เข้าใจบทบาท และแนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนมีส่วนร่วม
Oหน่วยงานราชการให้การสนับสนุน 2	T วัตถุดิบบางอย่างขึ้นตามฤดูกาล 2
O 3สามารถเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวกับจังหวัดสตูล จังหวัดตรัง โดยผ่านเรื่องราวประวัติศาสตร์ได้	T3 ลักษณะสินค้าเป็นสินค้าเฉพาะ และมีราคาไม่แพง

2. ขั้นตอนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน จากการสัมภาษณ์ พบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ อธิบายถึงลักษณะบริบทด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวว่า รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องแก้ไขปัญหาด้านเศรษฐกิจของพื้นที่มาโดยตลอด แต่ก็ไม่สามารถแก้ไขปัญหาทางด้านนี้ให้หมดไปได้ เนื่องจากเกิดภาวะเศรษฐกิจตกต่ำต่อเนื่องมาหลายปี พิษผลทางการเกษตรราคาตกต่ำ ขาดเงินทุนหมุนเวียนในภาคอุตสาหกรรมต้องลดการผลิต ลดคนงาน

ทำให้คนว่างงานเพิ่มมากขึ้น ไม่มีรายได้เลี้ยงดูครอบครัวองค์การบริหารส่วนตำบลพึงได้มีการส่งเสริมอาชีพต่าง ๆ เช่น กลุ่มจักรสาน กลุ่มทำขนม เป็นต้น

ด้านการท่องเที่ยว องค์การบริหารส่วนตำบลพึงเป็นพื้นที่ที่มีป่าไม้อุดมสมบูรณ์อยู่มาก มีสถานที่ท่องเที่ยวเป็นจำนวนมาก เช่น น้ำตก ถ้ำ เทียวชมวิถีของชาวกูย แต่ขาดการบูรณาการจัดการในการส่งเสริมการท่องเที่ยวทำให้องค์การบริหารส่วนตำบลขาดโอกาสในการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยว ประชากรส่วนใหญ่ไม่ได้มีอาชีพท่องเที่ยว แต่จะเป็นอาชีพเกษตรกรรมส่วนใหญ่ ได้แก่ กรีดยางพารา ขายลูกยาง ปลูกปาล์ม จำหน่ายพันธุ์ยาง พันธุ์ปาล์ม เป็นต้น

ด้านการดำเนินงานเกี่ยวกับการพัฒนาการท่องเที่ยวของพื้นที่ตำบลพึง ส่วนใหญ่ก็จะเป็นคณะกรรมการหมู่บ้านที่ทำหน้าที่รับผิดชอบเป็นหลัก โดยคณะกรรมการหมู่บ้านก็ผ่านการคัดเลือกจากสมาชิกของชุมชน ทั้งนี้สามารถที่จะเสนอ แสดง คัดค้าน ความคิดเห็นต่าง ๆ ผ่านเวทีประชุมหมู่บ้านได้

ในอนาคตต้ององค์การบริหารส่วนตำบลพึง ยังจะมุ่งมั่นยุทธศาสตร์การพัฒนาด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว สืบเนื่องมาจากองค์การบริหารส่วนตำบลพึงมีสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่ง เช่น ถ้ำลอดเขาติงและชนเผ่าชาวกูย ประกอบกับขณะนี้ทางองค์การบริหารส่วนตำบลพึงกำลังดำเนินการปรับปรุงถ้ำลอดเขาติงให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวซึ่งเป็นจุดดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในตำบลพึงและสามารถสร้างรายได้ให้กับชาวตำบลพึงได้ และอีกอย่างหนึ่งที่เป็นจุดน่าสนใจ คือ การมาศึกษาวิถีชีวิตของชนเผ่าชาวกูยของหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นการศึกษาวิถีชีวิตซึ่งอนุรักษ์ไว้ซึ่งความเป็นอยู่ดั้งเดิมของชนเผ่าชาวกูย ซึ่งทำให้ตำบลพึงเป็นที่รู้จักมากขึ้น และยังมีสืบเนื่องจากจนถึงปัจจุบัน

3. ขั้นตอนการพัฒนาศักยภาพชุมชน จากการสำรวจพื้นที่ตำบลพึงพบว่า มีพืชสมุนไพรปลูกตามบ้านยังคงภูมิปัญญาชาวบ้านในการใช้ชีวิต มีกลุ่มมันที่มีความโต่งดั่งและมีภูมิปัญญาพื้นบ้านในการใช้รักษาโรค ซึ่งทรัพยากรเหล่านี้สามารถนำมาประยุกต์ใช้เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้มีความโดดเด่นได้ ทั้งนี้จึงจะต้องมีการพัฒนาศักยภาพของชุมชนตามประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ 1. ส่งเสริมความรู้ด้านการจัดตั้งและการบริหารจัดการกลุ่มสมุนไพรแบบมีชีวิต 2. ส่งเสริมความรู้ด้านการพัฒนาทักษะการสื่อสารเพื่อการท่องเที่ยวโดยชุมชน 3. ส่งเสริมความรู้ด้านการออกแบบประสบการณ์และกิจกรรมนันทนาการเพื่อการท่องเที่ยว

4. ขั้นตอนการพัฒนาช่องทางการตลาด กลุ่มเป้าหมายหลักของชุมชน คือ กลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเที่ยวเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะและเป็นนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพ โดยยึดหลักการดูแลคุณค่าและการรักษาอัตลักษณ์วัฒนธรรม และทรัพยากรของชุมชนเป็นหลัก โดยการพัฒนาช่องทางการตลาดแบ่งออกเป็น 2 ส่วน คือ การตลาดออนไลน์ และการตลาดออฟไลน์

5. ขั้นตอนการพัฒนาพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยวและส่งเสริมอาชีพโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่น ทั้งนี้จากการลงพื้นที่ สํารวจข้อมูลเกี่ยวกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยโดยใช้วัตถุดิบท้องถิ่นเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในตำบลพึง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง พบว่า ปัจจุบันมีผลิตภัณฑ์สปาจากสมุนไพรไทยที่ใช้วัตถุดิบท้องถิ่นในตำบลพึงมี 5 ชนิด ดังนี้

1. ยาแก้ไอ 3 ถูตุนิลไพร แก้วใช้จับไม่เป็นเวลา ระหว่างฤดูต่อฤดูที่ทำให้เป็นไข้จับ เช่น ปวดศีรษะ ตัวร้อน คลื่นเนื้อ คลื่นตัว คล้ายจะเป็นไข้ แก้วใช้ป่า แก้วเสมหะและไอ

2. ยาแก้โรคลิเทียม จะรักษาอาการอ่อนเพลีย ลึนเลี่ยน และเล็บอ่อน
3. ยาหม่องนิลไพร์ บรรเทาอาการปวดเมื่อย เคล็ดขัดยอก
4. ยาแก้มดลูกพิการ ทำให้มดลูกเข้าอู่ไว แก้อาการพอมแห้งแรงน้อย
5. ยาลดไขมัน จะช่วยลดความอ้วนแต่ทำให้ร่างกายแข็งแรง และเพิ่มเรี่ยวแรงขึ้นเรื่อย ๆ

พบว่า ผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนต้องการพัฒนาคือ ยาหม่องนิลไพร์ เนื่องจากเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้ภายนอก สอดคล้องกับบริบทชุมชน มีอัตลักษณ์ชุมชน สามารถจำหน่ายสินค้าออกได้ง่ายทั่วไป และนำไปเป็นของชำร่วย ของที่ระลึกได้ทั่วไป ทั้งยังสามารถยกมาเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่น่าสนใจและสามารถส่งเสริมอาชีพให้กับ ประชาชนในพื้นที่ได้ ทั้งนี้จากการระดมความคิดเห็นพบว่า กิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปาเพื่อส่งเสริมการ ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งสามารถสกัดได้เป็น 4 ฐานกิจกรรม คือ ฐานกิจกรรมศึกษาวิถีชีวิตชาวมัณนิ ฐานกิจกรรม เรียนรู้พืชสมุนไพรพื้นบ้าน ฐานกิจกรรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์สปา และ ฐานกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์

1. องค์การบริหารส่วนตำบลลิพัง และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง สามารถนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ในการกำหนดนโยบาย แนวทางปฏิบัติ วางแผนงบประมาณเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวในพื้นที่ตำบลลิพังได้อย่างตรง เป้าหมายสอดคล้องกับบริบทพื้นที่
2. ชุมชนสามารถเข้าไปบริหารจัดการพื้นที่บนฐานทรัพยากรชุมชน เพื่อชุมชน โดยกำหนดบทบาท ในการจัดการการท่องเที่ยวให้มีความชัดเจน ตลอดจนจะต้องมีการส่งเสริมและสนับสนุนอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิด ความตระหนักและห่วงแหนทรัพยากรชุมชน เห็นคุณค่า รักษา และสืบทอดต่อไป
3. เพื่อเป็นแนวทางในการยกระดับความรู้ของชุมชนเกี่ยวกับการจัดการการท่องเที่ยวในมิติต่าง ๆ เช่น ความเข้าใจเกี่ยวกับองค์ประกอบของการท่องเที่ยว การจัดการท่องเที่ยวที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม มาตรฐาน โฮมสเตย์ การนำเสนอข้อมูล และการสื่อความหมายทางการท่องเที่ยว เป็นต้น

ข้อเสนอแนะในการศึกษาครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทั้งความต้องการของนักท่องเที่ยวและความต้องการของชุมชน
2. ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้หลากหลายขึ้นจะช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือและความถูกต้องของผลการศึกษา
3. ควรนำวิธีการเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพมาผสมผสานกันเพื่อให้ได้มุมมองที่หลากหลายและลึกซึ้งขึ้น

บรรณานุกรม

จริยาพร ไคร์ครวญ. (2563). การใช้ภูมิปัญญาด้านสมุนไพรของชาวมัณนิ ท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทาง สังคมและเศรษฐกิจในตำบลลิพัง อำเภอปะเหลียน จังหวัดตรัง (ภาคนิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรบัณฑิต สาขาเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ศึกษา). คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไชยองค์การ, เพ็ญกมล. (2560). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงส่งเสริม สุขภาพในจังหวัดเชียงใหม่ (การค้นคว้าแบบอิสระปริญญามหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2560/mab90160pkog_tpg.pdf

องค์การบริหารส่วนตำบลลิพัง. (2566). แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ. 2566-2570). องค์การบริหารส่วนตำบลลิพัง.

<https://lipung.go.th/storage/uploads/330->

[https://lipung.go.th/storage/uploads/330-%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%99%20\(%E0%B8%9E.%E0%B8%A8.2566%20-%202570\).pdf](https://lipung.go.th/storage/uploads/330-%E0%B9%81%E0%B8%9C%E0%B8%99%E0%B8%9E%E0%B8%B1%E0%B8%92%E0%B8%99%E0%B8%B2%E0%B8%97%E0%B9%89%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%96%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%99%20(%E0%B8%9E.%E0%B8%A8.2566%20-%202570).pdf)

อภิษฎา แก้วอุทัย. (2563). มันนี่ “ซาไก”: ภาพตัวแทนชาติพันธุ์ และความเป็นชายขอบ. *ไทยคดีศึกษา*, 17(2), 123-145. <https://www.examplelink.com>

ราณี อิศัยกุล. (2546). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว: เอกสารการสอนชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

Global Wellness Institute. (2021, November 3). 2021 GWI research report: The global wellness economy – looking beyond COVID. Global Wellness Institute.

<https://globalwellnessinstitute.org/press-room/press-releases/2021-gwi-research-report/>

Thairath Online. (2024, October 31). ท่องเที่ยวไทยปี 67 คาดฟื้นรายได้ 2.52 ล้านล้าน พบต่างชาติใช้เงินมากกว่าคนไทยเกือบ 10 เท่า. Thairath. https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2764434

ลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกขนาดใหญ่ของไทย ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545-2565 :

กรณีศึกษา กลุ่มเซ็นทรัล, กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทีซีซี

CAPITAL ACCUMULATION OF MODERN RETAIL GROUPS IN THAILAND

BETWEEN 2002-2022: CASE STUDY CENTRAL GROUP, CP GROUP AND TCC GROUP

อดิศา ชูดวง

หลักสูตรเศรษฐศาสตรการเมือง คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : adisa.gown@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่จัดทำขึ้นเพื่อศึกษาลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2545-2565 และเพื่อศึกษาว่าการสะสมทุนแบบใดส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยมากที่สุด โดยจะใช้ Structure Conduct Performance Model มาวิเคราะห์ลักษณะการสะสมทุนในกลุ่มทุนค้าปลีกของกลุ่มทุนรายใหญ่จำนวน 3 กลุ่ม ซึ่งได้แก่ 1) กลุ่มเซ็นทรัล 2) กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และ 3) กลุ่มทีซีซี จากการศึกษาพบว่ากลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยเติบโตขึ้นอย่างก้าวกระโดดผ่านการสะสมทุน 6 รูปแบบ คือ 1) ขยายสาขาภายในประเทศ 2) พัฒนาเทคโนโลยี 3) สะสมเครือข่ายทางการเมือง 4) สะสมทุนจากส่วนเกินของซัพพลายเออร์ 5) ขุดรีดแรงงาน และ 6) ขยายกิจการไปยังต่างประเทศ โดยการขยายสาขาภายในประเทศนั้นส่งผลกระทบต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยมากที่สุด

คำสำคัญ : การสะสมทุน, ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่, กลุ่มธุรกิจค้าปลีก

Abstract

This research aims to study the characteristics of capital accumulation in Thailand's modern retail groups between 2002 and 2022 and to identify which type of capital accumulation had the greatest impact on the sector's growth. The analysis was conducted using a qualitative approach through the Structure Conduct Performance Model, with case studies on three major conglomerates: Central Group, CP Group, and TCC Group.

The findings reveal that the rapid growth of Thailand's modern retail groups was driven by six forms of capital accumulation: 1) Domestic store expansion 2) Technological development 3) Establishment of political networks 4) Accumulation of surplus from suppliers 5) Exploitation of labor and 6) International business expansion

Among these, domestic store expansion was found to have the most significant impact on the growth of modern retail groups in Thailand.

Keyword : Capital Accumulation, Modern Retail Business, Modern Retail Groups

บทนำ

กลุ่มธุรกิจค้าปลีกรายใหญ่ อันได้แก่ กลุ่มเซ็นทรัล กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทีซีซี นั้นมีจุดเริ่มต้นมาจากการเป็นธุรกิจครอบครัว แต่วิกฤตเศรษฐกิจปี พ.ศ. 2540 ทำให้กลุ่มทุนเหล่านี้ประสบปัญหาหนี้สิน กลุ่มทุนจึงจำเป็นต้องปรับโครงสร้างหนี้และโครงสร้างการบริหารองค์กรใหม่ทั้งหมดเพื่อให้รอดพ้นจากวิกฤต ด้วยการขายกิจการที่ไม่ใช่ธุรกิจหลักในเครือให้กับกลุ่มทุนต่างชาติที่เป็นพันธมิตร จัดตั้งบริษัทโฮลดิ้งแล้วจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และจ้างบุคคลภายนอกครอบครัวเข้ามาร่วมบริหาร เพื่อให้มีสกุลเงินต่างประเทศหมุนเวียนในบริษัทโดยไม่ต้องกู้ยืมธนาคาร แลกเปลี่ยนเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสร้างภาพลักษณ์ที่ทันสมัย รวมถึงการมีธรรมาภิบาลที่ดีให้กับบริษัท ซึ่งช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับกลุ่มธุรกิจครอบครัว ซึ่งธุรกิจค้าปลีกเป็นกิจการที่กลุ่มทุนไทยขายให้กับกลุ่มทุนต่างชาติ (เนตรนภา, 2549, pp. 101)

กลุ่มเซ็นทรัลได้ขายกิจการห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตบิ๊กซีให้กับกลุ่มคาลิโนจากประเทศฝรั่งเศส โดยรักษากิจการห้างสรรพสินค้าเอาไว้ ส่วนกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ได้ขายกิจการห้างไฮเปอร์มาร์เก็ตโลตัสให้กับกลุ่มเทสโก้จากประเทศอังกฤษ แล้วเปลี่ยนชื่อเป็นห้างเทสโก้-โลตัส เพื่อรักษาธุรกิจการเกษตรและปศุสัตว์ซึ่งเป็นธุรกิจหลักของตนเอาไว้ กลุ่มทุนไทยให้ความช่วยเหลือกลุ่มทุนต่างชาติในการหาทำเลที่ตั้งของร้าน ส่วนกลุ่มทุนต่างชาตินำเงินและเทคโนโลยีใหม่ ๆ เข้ามาลงทุน ส่งผลให้ห้างบิ๊กซีและห้างเทสโก้-โลตัสสามารถขยายสาขาออกไปได้ทั่วประเทศและได้รับความนิยมจากผู้บริโภค รวมไปถึงซูเปอร์มาร์เก็ตและร้านสะดวกซื้อก็ได้รับความนิยมเช่นเดียวกัน จนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกรายย่อย (คุณาธิป, 2544) (วีระยุทธ, 2548)

จนกระทั่งกลุ่มทุนต่างชาติเริ่มขายธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย กลุ่มทุนไทยจึงได้เข้าซื้อธุรกิจค้าปลีกที่เคยเป็นของตนเองกลับคืน และได้ควบรวมกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาอยู่ภายใต้การบริหารจัดการของตนเอง โดยกลุ่มเซ็นทรัล ที่ถึงแม้จะแพ้การประมูลกิจการห้างบิ๊กซี ก็ได้ควบรวมกิจการของ COL (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 23 กุมภาพันธ์ 2564) เป็นต้น ส่วนกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ที่ชนะการประมูลกิจการห้าง Makro (ฉวีวรรณ, 2556) และห้างเทสโก้-โลตัส (ประชาชาติธุรกิจออนไลน์, 4 พฤศจิกายน 2563) กลับมาเป็นของตนและสำหรับกลุ่มทีซีซี ที่ชนะการประมูลกิจการห้างบิ๊กซีก็ได้กลายมาเป็นผู้ประกอบการธุรกิจค้าปลีกรายใหม่ของประเทศไทย เพิ่มเติมจากเดิมที่เคยเป็นเพียงซัพพลายเออร์เท่านั้น (ปพนธ์, 2559) และถึงแม้ว่ากลุ่มทุนต่างชาติจะถอนการลงทุนออกไปแล้ว แต่ธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่เหล่านี้ยังคงเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งผูกขาดตลาดเอาไว้จนร้านค้าปลีกรายย่อยไม่สามารถแข่งขันได้

จะเห็นได้ว่ากลุ่มทุนทั้ง 3 มีพฤติกรรมการดำเนินธุรกิจค้าปลีกคล้ายคลึงกัน ประกอบกับกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่ม เป็นกลุ่มทุนที่สามารถรักษาบทบาทความเป็นผู้นำในตลาดธุรกิจค้าปลีกมาได้อย่างต่อเนื่อง และครองตลาดจนส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการรายย่อยในทางลบ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงเลือกกลุ่มทุนทั้ง 3 รายนี้มาเป็นกรณีศึกษา โดยงานวิจัยชิ้นนี้ผู้วิจัยจะศึกษาถึงลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยว่ามีลักษณะอย่างไร โดยจะศึกษาผ่านลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ 3 ราย ซึ่งได้แก่ 1) กลุ่มเซ็นทรัล 2) กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ หรือ กลุ่มซีพี และ 3) กลุ่มทีซีซี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2545 ซึ่งเป็นช่วงที่ธุรกิจค้าปลีกของไทยกลายเป็นธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Modern Trade) อย่างเต็มรูปแบบ จนถึงปี พ.ศ. 2565 ซึ่งเป็นยุค E-Commerce ในปัจจุบัน นอกจากนี้ผู้เขียนยังต้องการศึกษาอีกว่าลักษณะการสะสมทุนแบบใดเอื้อประโยชน์ต่อการเติบโตของกลุ่มทุนค้าปลีกทั้ง 3 กลุ่มมากที่สุด เพื่อเป็นข้อมูลซึ่งเป็นประโยชน์สำหรับนำไปจัดทำนโยบายเพื่อป้องกันการผูกขาดต่อไปในอนาคต

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้แบ่งการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องออกเป็น 5 กลุ่มดังต่อไปนี้

กลุ่มที่ 1 วรรณกรรมเกี่ยวกับกลุ่มทุนไทย ซึ่งให้เห็นพัฒนาการของกลุ่มทุนไทยว่าส่วนใหญ่เป็นกลุ่มทุนที่พัฒนามาจากการเป็นธุรกิจครอบครัว ซึ่งหลังจากเกิดวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 กลุ่มทุนไทยจำนวนมากได้ทยอยล้มละลายและเลิกกิจการไปหลังจากประสบปัญหาภาวะหนี้สินจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี พ.ศ. 2540 เหลือเพียงไม่กี่กลุ่มทุนที่รอดพ้นมาได้ เช่น กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ เป็นต้น ซึ่งปัจจัยที่ช่วยให้กลุ่มทุนครอบครัวไทยอยู่รอดได้ก็คือ การปรับโครงสร้างหนี้และโครงสร้างองค์กรให้ทันสมัยและโปร่งใสมากขึ้นด้วยการจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ และจ้างบุคคลภายนอกที่ไม่ใช่สมาชิกในครอบครัวเข้ามาบริหารองค์กรเพื่อดึงดูดนักลงทุน อย่างไรก็ตาม จะเห็นได้ว่าแม้กลุ่มทุนเหล่านี้จะจดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แล้ว แต่ครอบครัวผู้ก่อตั้งธุรกิจก็ยังมีสัดส่วนการถือหุ้นสูงที่สุด อำนาจการตัดสินใจและความเป็นเจ้าของก็ยังคงเป็นของครอบครัวธุรกิจมากกว่าที่จะเป็นของผู้บริหารจากภายนอกหรือผู้ถือหุ้นรายอื่น ๆ (เนตรนภา, 2549)

กลุ่มที่ 2 วรรณกรรมเกี่ยวกับพัฒนาการธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย ช่วง พ.ศ. 2540-2565 ซึ่งว่ากลุ่มทุนปลีกสมัยใหม่ของไทยนั้นได้รับประโยชน์จากมีพันธมิตรเป็นกลุ่มต่างชาติ ภายหลังจากขายกิจการธุรกิจค้าปลีกออกไปให้กลุ่มทุนเหล่านั้นในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ 2540 เช่น กลุ่มเซ็นทรัลที่เป็นพันธมิตรกับกลุ่มคาลิโนและกลุ่มคาร์ฟูร์ จากประเทศฝรั่งเศส และกลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ที่เป็นพันธมิตรกับกลุ่มเทสโก้จากประเทศอังกฤษ เป็นต้น ซึ่งกลุ่มทุนต่างชาติเหล่านี้ได้ให้ความช่วยเหลือในด้านเงินทุนและความรู้ทางเทคโนโลยีกับกลุ่มทุนไทย ทำให้ร้านค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยสามารถปรับตัวให้ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุดจนได้รับความนิยมจากผู้บริโภคอย่างมาก นอกจากนี้กลุ่มทุนไทยยังได้รับประโยชน์จากนโยบายรัฐ เช่น การที่รัฐบาลได้ออกกฎหมายการประกอบธุรกิจของคนต่างด้าว พ.ศ. 2542 ที่เอื้อให้กลุ่มทุนต่างชาติขนาดใหญ่ที่ลงทุนมากกว่า 100 ล้านบาท สามารถเข้ามาลงทุนธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยได้ทันที ส่งผลให้ห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งอยู่ภายใต้การบริหารของกลุ่มทุนต่างชาติสามารถขยายตัวไปทั่วประเทศได้

อย่างรวดเร็วและผูกขาดตลาดเอาไว้ได้ จนทำให้ความสามารถในการแข่งขันของร้านค้าปลีกรายย่อยหรือร้านโชห่วยได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง แข่งขันได้น้อยลง (วิระยุทธ, 2548)

กลุ่มที่ 3 **วรรณกรรมเกี่ยวกับเทคโนโลยีในธุรกิจค้าปลีก** สะท้อนให้เห็นว่าเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทต่อธุรกิจค้าปลีกเป็นอย่างมาก เนื่องจากจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการแล้ว ยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันให้กับธุรกิจค้าปลีก และยังอำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภคอีกด้วย เช่น เครื่องสแกนบาร์โค้ดทำให้พนักงานคิดเงินสามารถคิดคำนวณราคาสินค้าได้รวดเร็วขึ้น รวมถึงช่วยลดระยะเวลาในการจัดวางสินค้าบนชั้นด้วย (Emek, 2012) หรือระบบ POS, EOB และ Store Controller ที่ช่วยในการคาดการณ์จำนวน คำสั่งซื้อสินค้า ทำให้สามารถบริหารจัดการสินค้าคงคลังได้มีประสิทธิภาพ เป็นต้น (Latika and Patthaveekarn, 2009)

กลุ่มที่ 4 **วรรณกรรมเกี่ยวกับแรงงานในภาคธุรกิจค้าปลีก** จากการทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับแรงงานในภาคธุรกิจค้าปลีก ผู้วิจัยพบว่าการศึกษาดังประเด็นนี้ในประเทศไทยนั้นมีน้อยมาก ผู้เขียนจึงได้ค้นหาและวรรณกรรมเกี่ยวกับหัวข้อนี้ที่ทำการศึกษาในสหรัฐอเมริกามาเทียบเคียง โดยในสหรัฐอเมริกานั้น การขึ้นค่าแรงขั้นต่ำ แม้จะส่งผลให้แรงงานในภาคธุรกิจค้าปลีกได้รับค่าแรงมากขึ้น แต่ก็นำไปสู่การลดลงของอัตราการจ้างงานและชั่วโมงการทำงานด้วย เพื่อประหยัดต้นทุนและค่าใช้จ่ายส่วนพนักงาน เช่น ค่าใช้จ่ายในด้านสวัสดิการ ค่าใช้จ่ายในการฝึกอบรม เป็นต้น และนำเงินส่วนนั้นไปชดเชยในส่วนที่ต้องจ่ายค่าแรงเพิ่มขึ้นแทน (Koichi, Miguel, and Edward, 2020)

กลุ่มที่ 5 **วรรณกรรมเกี่ยวกับกฎหมายกำกับดูแลการประกอบธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย** วรรณกรรมในกลุ่มนี้แสดงให้เห็นว่าประเทศไทยออกกฎหมายเพื่อมากำกับดูแลธุรกิจค้าปลีกอยู่หลายฉบับ ทว่ากฎหมายบางฉบับก็มีช่องโหว่และข้อบกพร่องในการนำมาบังคับใช้จริง ตัวอย่างเช่น กฎหมายด้านผังเมืองและสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งควบคุมการขยายการก่อสร้างร้านค้าปลีกขนาดใหญ่ เช่น ห้างสรรพสินค้าและห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งมีขนาดใหญ่กว่า 1,000 ตารางเมตรในเขตเมือง กลุ่มทุนต่างชาติ ซึ่งเป็นเจ้าของห้างไฮเปอร์มาร์เก็ต จึงหันมาขยายกิจการเข้ามาในเขตเมืองด้วยรูปแบบร้านค้าที่มีขนาดเล็กกลงแทน เป็นต้น (จิรัชศักดิ์, 2548)

กรอบแนวคิด

แนวคิดเกี่ยวกับทุนของปีแอร์ บูดีเออ: ปีแอร์ บูดีเออ อธิบายว่า ทุน คือ แรงงานที่ถูกสะสมในรูปแบบที่ถูกทำให้เป็นวัตถุหรือถูกรวมไว้กับปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มของปัจเจกบุคคล เพื่อให้พวกเขาสามารถจัดสรรพลังทางสังคมในรูปแบบที่เป็นรูปธรรม หรือแรงงานที่อยู่ในตัวบุคคล อีกทั้งทุนยังเป็นสิ่งที่สามารถส่งต่อเป็นมรดกได้จากรุ่นสู่รุ่น สามารถเปลี่ยนรูปได้ มีทั้งแบบที่เป็นรูปธรรมสัมผัสได้ และที่เป็นนามธรรมสัมผัสไม่ได้ นอกจากนี้ ทุนยังเป็นปัจจัยในการกำหนดชนชั้น (Class) และตำแหน่งทางสังคม (Position) รวมถึงความเป็นไปได้ของตัวแสดง (Actor) หรือปัจเจกบุคคลในการเข้าไปอยู่สนาม (Field) ต่าง ๆ ที่ดำรงอยู่ในพื้นที่ทางสังคม และจากคำนิยามอย่างกว้างข้างต้น บูดีเออ ได้แบ่งทุนออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้ 1) ทุนเศรษฐกิจ (Economic Capital) 2) ทุนวัฒนธรรม (Cultural Capital) 3) ทุนทางสังคม (Social Capital) และ 4) ทุนสัญลักษณ์ (Symbolic Capital) (รัฐนภา, 2557) ซึ่งแนวคิดนี้จะช่วยชี้ให้เห็นว่าทุนมีหลายรูปแบบ มิได้มีแต่ทุน

ทางเศรษฐกิจที่เป็นตัวเงินเพียงอย่างเดียว จึงช่วยสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มทุนค้าปลีกไม่ได้สะสมเฉพาะทุนที่เป็นตัวเงินเท่านั้น แต่ยังสะสมทุนในรูปแบบอื่น ๆ ด้วย

ทฤษฎีการสะสมทุน (Theory of Capital Accumulation) โดยคาร์ล มาร์กซ์: คาร์ล มาร์กซ์ ได้อธิบายถึงการสะสมทุนไว้ว่า เกิดขึ้นหลังจากโลกเปลี่ยนแปลงจากระบบศักดินาไปสู่ระบบทุนนิยม เนื่องการผลิตในระบบศักดินาที่ประกอบไปด้วยผู้ผลิตอิสระรายย่อยจำนวนมาก เป็นการผลิตเพื่อใช้เองในครอบครัวและเพื่อส่งส่วยให้แก่เจ้าที่ดินผู้ปกครอง เงินในระบบเศรษฐกิจของยุคศักดินาจึงเป็นเพียงสื่อกลางในการแลกเปลี่ยนมูลค่าใช้สอยชนิดหนึ่งไปสู่มูลค่าใช้สอยอีกชนิดหนึ่งเท่านั้น การหมุนเวียนเงินในระบบเศรษฐกิจยุคศักดินาอยู่ในรูปแบบของการขายสินค้า (C) เพื่อให้ได้เงิน (M) สำหรับนำไปซื้อสินค้า (C) ซึ่งสามารถเขียนเป็นวงจรการผลิตได้ดังนี้คือ C-M-C แต่เมื่อการค้าในยุคหลังของระบบศักดินาเจริญเติบโตขึ้น มีการค้าสินค้าธรรมดาทั่วไป นอกเหนือจากสินค้าฟุ่มเฟือย ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจแบบศักดินาเปลี่ยนแปลงไปสู่ “ระบบนายทุน” ซึ่งระบบนายทุนเป็นระบบที่ผลิตสินค้าออกมาเพื่อขาย ไม่ใช่การผลิตเพื่อใช้เองเหมือนในระบบศักดินา รวมถึงยังเป็นระบบที่รองรับกรรมสิทธิ์ความเป็นเจ้าของปัจจัยการผลิต ที่เอื้อให้เกิดการสะสมทุนและจำกัดปัจจัยการผลิตให้อยู่ในมือของนายทุนที่เป็นคนกลุ่มน้อยในสังคมได้ ส่งผลให้ผู้ผลิตรายย่อยสูญเสียปัจจัยการผลิตที่เคยมีไป และเมื่อผู้ผลิตรายย่อยเหล่านี้ไม่มีปัจจัยการผลิต ไม่สามารถผลิตสินค้าได้เช่นเดิม ก็จำเป็นต้องขายพลังแรงงานของตนให้กับนายทุนเพื่อแลกกับค่าจ้างแรงงานแทน พลังแรงงานจึงกลายเป็นสินค้าชนิดหนึ่งไปโดยปริยายจนเกิดเป็นตลาดแรงงานขึ้นในระบบทุนนิยม (ฉัตรทิพย์, 2557, pp. 142-190) ซึ่งทฤษฎีนี้จะช่วยทำให้เข้าใจกระบวนการการสะสมทุนของกลุ่มทุนค้าปลีกที่ใหญ่มากขึ้น ว่าทุนแต่ละรูปแบบที่สะสมไว้ช่วยให้กิจการค้าปลีกเจริญเติบโตอย่างไร

ทฤษฎีการประกอบธุรกิจ (Theory of Business Enterprise): เวเบลนได้อธิบายไว้ว่า ในอดีตการผลิตสินค้าแต่ละชิ้นจำเป็นต้องอาศัยทักษะและความละเอียดของมนุษย์อย่างมาก เพื่อให้สินค้าแต่ละชิ้นที่ผลิตขึ้นออกมามีมาตรฐานเหมือนกัน ส่งผลให้สินค้าเหล่านั้นไม่สามารถนำมาเป็นสินค้าเชิงพาณิชย์ได้มากเท่าที่ควร แต่ภายหลังการปฏิวัติอุตสาหกรรม เทคโนโลยีที่เจริญขึ้นส่งผลให้เกิดเครื่องจักร และเครื่องจักรนี้เองก็ได้ทำให้เกิดระบบการผลิตที่เป็นมาตรฐานและสามารถผลิตสินค้าจำนวนมากให้มีขนาดเท่ากันทุกชิ้นได้ อีกทั้งยังช่วยประหยัดต้นทุน ประหยัดเวลาและประหยัดแรงงานมนุษย์ ด้วยเหตุนี้เครื่องจักรจึงเข้ามามีบทบาทในการผลิตสินค้าและการดำเนินธุรกิจตั้งแต่นั้นเป็นต้นมา ผู้ขายหรือผู้ประกอบการธุรกิจที่เวเบลนเรียกว่า Business Man จึงเข้ามามีส่วนร่วมและหันมาลงทุนในการพัฒนากระบวนการทางอุตสาหกรรม รวมถึงพยายามเป็นเจ้าของเทคโนโลยีมากขึ้น แทนการการดำเนินธุรกิจแบบเดิม ที่เป็นเพียงแค่การลงทุนผลิตสินค้าที่ไว้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ขายและผู้ซื้อ (Thorstein, 1904) ซึ่งทฤษฎีนี้จะช่วยชี้ให้เห็นว่าเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการประกอบธุรกิจ จึงส่งผลให้กลุ่มทุนค้าปลีกที่ใหญ่ นอกจากจะพยายามขยายสาขาของร้านค้าปลีกแล้วยังได้พยายามลงทุนพัฒนาเทคโนโลยีของตนเองขึ้นมา เพื่อช่วยในการบริหารกิจการ เพื่อประหยัดต้นทุน และลดปัญหาความขัดแย้งจากการซื้อเทคโนโลยีจากผู้อื่น

ทฤษฎีการควบรวมกิจการ: การควบรวมกิจการ คือ การที่กิจการหนึ่งมีอำนาจควบคุมหรือครอบครองทรัพย์สินหรือหน่วยธุรกิจของอีกกิจการหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการเติบโตทางธุรกิจ และเพื่อให้

การควบรวมกิจการมีประสิทธิภาพ ในการควบรวมกิจการฝ่ายหนึ่งจำเป็นต้องมีสินทรัพย์ เทคโนโลยี ทักษะ และทรัพยากรที่ส่งเสริมให้อีกฝ่ายหนึ่งสามารถพัฒนาสินค้าและผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น เพื่อประหยัดต่อขนาด (Economy of Scale) ประหยัดต้นทุนในการบริหาร และเพิ่มประสิทธิภาพในใช้ทรัพยากร รวมทั้งเพิ่มประสิทธิภาพในการแข่งขัน (ณัฐธิดา, 2557, pp. 16) อีกทั้งการควบรวมกิจการยังเป็นไปเพื่อลดความซับซ้อนในการดำเนินงานของบริษัทใหม่ และยังช่วยให้ธุรกิจขยายกิจการได้อย่างรวดเร็วกว่าขยายกิจการภายในของธุรกิจ เนื่องจากสามารถใช้อุปกรณ์ต่าง ๆ หรือใช้สิทธิตามใบอนุญาตของบริษัทที่ถูกเข้าซื้อได้ โดยไม่ต้องดำเนินการจัดหาอุปกรณ์หรือจัดทำใบอนุญาตใหม่ รวมถึงช่วยเพิ่มอำนาจทางการตลาด เนื่องจากกิจการที่อยู่ในตลาดธุรกิจเดียวกันมีจะจำนวนลดลงภายหลังการควบรวม นอกจากนี้การควบรวมทำให้กิจการมีขนาดใหญ่ขึ้น ทำให้เอื้อต่อการระดมทุนเนื่องจากกิจการขนาดใหญ่ย่อมมีเครดิตในการกู้ยืมสูง และยังช่วยแก้ไขปัญหาของบริษัทผ่านการปรับโครงสร้างหนี้และโครงสร้างกิจการ ทั้งยังช่วยกระจายความเสี่ยงของบริษัท เพราะบริษัทมีกิจการภายในที่ช่วยค้ำจุนหลากหลายมากขึ้นภายหลังการควบรวม และยังช่วยให้บริษัทมีบุคลากรที่มีความรู้ความสามารถมาร่วมงานเพิ่มขึ้น (กิตติพงศ์, 2557, pp. 10-16) ซึ่งทฤษฎีนี้ช่วยชี้ให้เห็นถึงประโยชน์ที่กลุ่มทุนค้าปลีกได้รับการควบรวมกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามา

ทฤษฎีโครงสร้างตลาด: โครงสร้างตลาด คือ ลักษณะการกระจายตัวหรือกระจุกตัวของจำนวนผู้ประกอบการในตลาด สามารถแบ่งออกได้เป็น 4 ประเภท คือ ตลาดแข่งขันสมบูรณ์ (Perfect Competition) ตลาดกึ่งแข่งขันกึ่งผูกขาด (Monopolistic Competition Market) ตลาดผู้ขายน้อยราย (Oligopoly Market) และตลาดผูกขาด (Monopoly Market) ซึ่งปัจจัยที่ใช้พิจารณาโครงสร้างตลาด ได้แก่ จำนวนและขนาดของผู้ซื้อและผู้ขายในตลาด, ความแตกต่างของลักษณะสินค้าในตลาด, ระดับความยากง่ายในการเข้า-ออกตลาดของผู้ประกอบการ (Barrier to entry-exit), ความสมมาตรของข้อมูลข่าวสาร (Symmetric Information) (ชุตม์, 2560, pp. 10-12) สำหรับทฤษฎีนี้ช่วยชี้ให้เห็นภาพและเข้าใจโครงสร้างตลาดของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทยมากขึ้น ว่ามีลักษณะเป็นเช่นไร

ทฤษฎีการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจ (Theory of Economic Regulation): การกำกับดูแลทางเศรษฐกิจ คือ การใช้อำนาจรัฐกำหนดการตัดสินใจและควบคุมพฤติกรรมของตัวแสดงทางเศรษฐกิจ อาจเกี่ยวพันไปถึงเรื่องการเก็บภาษีและเรื่องการอุดหนุนงบประมาณโดยรัฐ เนื่องจากบางครั้งเกิดภาวะตลาดล้มเหลว (Market Failure) ในตลาดเสรี จากเหตุการณ์ผลกระทบภายนอก การจัดทำสินค้าสาธารณะ ความจำเป็นจากการผูกขาดโดยธรรมชาติ และความไม่สมมาตรของข้อมูล รัฐจึงจำเป็นต้องออกกฎระเบียบมาบังคับใช้กับตัวแสดงทางเศรษฐกิจ เพื่อให้เกิดการแข่งขันที่เป็นธรรม และสามารถจัดสรรทรัพยากรไปสู่กลุ่มต่าง ๆ ในสังคมอย่างมีประสิทธิภาพ รัฐบาลอาจจัดตั้งคณะกรรมการหรือคณะกรรมการขึ้นมาเพื่อกำกับดูแลโดยเฉพาะ เช่น คณะกรรมการแข่งขันทางการค้า เป็นต้น ซึ่งโดยทั่วไป กฎระเบียบที่รัฐบาลจัดทำออกมาจะนำมาบังคับใช้และควบคุมในประเด็นที่เกี่ยวกับราคา ปริมาณสินค้า คุณภาพสินค้า และจำนวนบริษัท (เดือนเด่น และ สุธี, 2541 pp. 1-5) สำหรับทฤษฎีนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงความสำคัญและความจำเป็นของการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจ ว่าหากไม่มีการกำกับดูแลทางเศรษฐกิจแล้ว ความเป็นธรรมในการแข่งขันในตลาดธุรกิจก็จะไม่เกิดขึ้น

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยจะศึกษาลักษณะการสะสมทุนของธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ของไทย ตั้งแต่ พ.ศ 2545-2565 ผ่านลักษณะการสะสมกลุ่มทุนรายใหญ่ของไทย 3 กลุ่ม อันได้แก่ กลุ่มเซ็นทรัล, กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ และกลุ่มทีซีซี เนื่องจากกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มเป็นผู้นำในตลาดค้าปลีกของไทยมาโดยตลอด โดยจะนำข้อมูลชั้นทุติยภูมิ ซึ่งได้แก่ ข้อมูลสถิติต่าง ๆ เอกสารราชการ สื่ออิเล็กทรอนิกส์ หนังสือพิมพ์ เอกสารเผยแพร่ และงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่ม มาวิเคราะห์เพื่อให้ทราบถึงลักษณะการสะสมทุนและพฤติกรรมในการดำเนินธุรกิจค้าปลีกของกลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ของไทย เนื่องจากงานวิจัยชิ้นนี้เป็นงานวิจัยแบบคุณภาพ นอกจากนี้ผู้วิจัยจะใช้ Structure Conduct Performance Model ในการวิเคราะห์ลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่ม โดยจะเข้าไปพิจารณาโครงสร้างของแต่ละกลุ่มทุนว่าประกอบด้วยธุรกิจค้าปลีกใดบ้าง แล้วพิจารณาต่อไปว่าแต่ละบริษัทสะสมทุนอย่างไร และสะสมทุนรูปแบบใดบ้าง ซึ่งในงานวิจัยชิ้นนี้จะใช้แนวคิดเกี่ยวกับทุนของปีแอร์ บูดีเออ มาใช้ในการวิเคราะห์ ก่อนจะพิจารณาผลการสะสมทุน ผลการดำเนินการ และผลประกอบการของแต่ละบริษัทว่าเป็นอย่างไร เพิ่มขึ้น-ลดลงอย่างไรในแต่ละช่วงเวลา

ผลการวิจัย

จากการศึกษาพบว่า กลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยสะสมทุนผ่านลักษณะการสะสมทุน 6 รูปแบบ คือ 1) ขยายสาขาภายในประเทศ โดยในปัจจุบันกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มได้เน้นไปที่การขยายสาขาขนาดเล็กมากขึ้น แทนการขยายสาขาขนาดใหญ่ เนื่องจากแทรกซึมเข้าไปยังแหล่งชุมชนได้ง่าย และเพื่อเลี่ยงกฎหมายควบคุมอาคารและผังเมือง รวมถึงเพื่อประหยัดต้นทุน อีกทั้งกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มยังได้ควบรวมกิจการอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องเข้ามาเพื่อลดการพึ่งพาผู้ประกอบการรายอื่น 2) พัฒนาเทคโนโลยี เนื่องจากเมื่อมีจำนวนสาขาและจำนวนลูกค้ามากขึ้น ก็จำเป็นต้องมีเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยในการบริหารจัดการธุรกิจให้มีประสิทธิภาพ และเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้บริโภค โดยกลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มได้นำทั้งเทคโนโลยีสารสนเทศ เช่น ระบบ POS และระบบดิจิทัลต่าง ๆ เช่น แอปพลิเคชัน มาช่วยในการดูแลหน้าร้านและคลังสินค้า นอกจากนี้ยังได้ก่อตั้งศูนย์วิจัยและพัฒนาสินค้าของตนเองขึ้นมา เช่น กลุ่มเจริญโภคภัณฑ์ที่ได้ก่อตั้ง บริษัท ซีพี ฟู้ดแล็บ จำกัด ขึ้นมา เพื่อดำเนินการวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหาร เป็นต้น 3) สะสมเครือข่ายทางการเมือง เนื่องจากการทำธุรกิจค้าปลีกนั้น มีกฎหมายและกฎระเบียบหลายฉบับควบคุมอยู่ ซึ่งกฎระเบียบเหล่านั้นออกโดยฝ่ายการเมืองและภาครัฐ กลุ่มทุนจึงได้สะสมเครือข่ายทางการเมือง ผ่านการเชิญข้าราชการระดับสูงที่เกษียณอายุราชการแล้วเข้าไปนั่งในตำแหน่งบริหาร เพื่อขอคำปรึกษาในยามติดขัดทางข้อกฎหมายต่าง ๆ 4) สะสมทุนจากส่วนเกินของซัพพลายเออร์ เนื่องจากผู้บริโภคมักนิยมซื้อสินค้าที่มีคุณภาพและราคาที่เหมาะสม กลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มที่ครอบครองร้านค้าปลีกจำนวนมาก จึงใช้อำนาจต่อรองที่มีอยู่นี้ต่อราคาสินค้ากับซัพพลายเออร์ ผ่านการเก็บค่าใช้จ่ายต่าง ๆ เช่น ค่าแรกเข้าสินค้า เป็นต้น เพื่อรักษาต้นทุนสินค้า ด้วยเหตุนี้ซัพพลายเออร์รายย่อยที่ต้องการขายสินค้าแต่มีอำนาจต่อรองน้อย ก็จำเป็นต้องดำเนินตามเงื่อนไขของกลุ่มทุนเพื่อให้สินค้าของตนเองได้วางขายภายในร้านค้าที่มีสาขาจำนวนมากและได้เป็นที่รู้จักของผู้บริโภค

ผู้ผลิตรายย่อยจึงจำเป็นต้องพึ่งพากลุ่มทุนรายใหญ่มากขึ้นกว่าในอดีต 5) **ชุดรีดแรงงาน** เนื่องจากกลุ่มทุนมีสาขาของร้านค้าปลีกจำนวนมากและต้องการส่งมอบบริการที่ดีที่สุดให้กับผู้บริโภค แต่ก็ไม่สามารถจ้างพนักงานได้เพียงพอรวมถึงไม่สามารถจ่ายค่าจ้างราคาแพงได้ เนื่องจากต้องการประหยัดต้นทุน จึงทำให้พนักงานหนึ่งคนจำเป็นต้องรับผิดชอบงานหลายหน้าที่และได้ค่าจ้างไม่สมดุลงกับหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย อีกทั้งแรงงานยังมีอำนาจการต่อรองกับนายจ้างน้อยอีกด้วย 6) **ขยายกิจการไปยังต่างประเทศ** เพื่อเป็นการแสวงหาตลาดใหม่ ๆ กลุ่มทุนทั้ง 3 กลุ่มจึงได้เริ่มขยายการลงทุนออกไปยังต่างประเทศ โดยได้ขยายการลงทุนไปยังทั้งทวีปยุโรปและประเทศเพื่อนบ้านในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

สำหรับลักษณะการสะสมทุนที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยมากที่สุดนั้น ผู้วิจัยมองว่าการขยายสาขาภายในประเทศส่งผลต่อการเจริญเติบโตของกลุ่มทุนค้าปลีกสมัยใหม่ของไทยมากที่สุด เนื่องจากหลังขยายกิจการให้กลุ่มทุนต่างชาติเข้ามาบริหารในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ กลุ่มทุนไทยในฐานะพันธมิตรก็ได้ช่วยกลุ่มทุนต่างชาติเร่งขยายจำนวนสาขาของร้านค้าปลีกสมัยใหม่ไปทั่วประเทศเพื่อให้เกิดประหยัดต่อขนาด จนเกิดความได้เปรียบในการแข่งขันกับคู่แข่งรายอื่น ๆ แล้วใช้การสะสมทุนทั้ง 5 รูปแบบที่เหลือนับสนุนให้การดำเนินกิจการในแต่ละสาขาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และถึงแม้ว่ากลุ่มทุนไทยจะซื้อกิจการร้านค้าปลีกกลับคืนมาบริหารเอง การขยายสาขาภายในประเทศก็ยังคงเป็นกลยุทธ์หลักที่กลุ่มทุนไทยใช้สร้างความสามารถในการแข่งขันเหนือคู่แข่ง จนครองความเป็นเจ้าตลาดและส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการค้าปลีกรายย่อยลดน้อยลง

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เนื่องจากกลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ครองตลาดค้าปลีกผ่านการขยายสาขาอย่างรวดเร็วและครอบคลุมไปทั่วประเทศ ด้วยเหตุนี้ภาครัฐควรมีมาตรการควบคุมมิให้กลุ่มทุนขยายสาขาของร้านค้าปลีกเกินความจำเป็น รวมถึงควรมีมาตรการควบคุมมิให้กลุ่มทุนค้าปลีกรายใหญ่ควรรวมกิจการจนกระทั่งครอบครองกิจการทุกประเภทตั้งแต่ตั้งแต่นั้นน้ำจนถึงปลายน้ำ

2. ภาครัฐควรเป็นผู้ให้ความช่วยเหลือและส่งเสริมผู้ประกอบการรายย่อยเอง แทนการปล่อยให้กลุ่มทุนรายใหญ่เป็นผู้เข้าไปดูแล เพราะจะนำไปสู่ระบบทุนนิยมแบบช่วงชั้น (hierarchical capitalism) (Prajak and Veerayuth, 2018) เนื่องจากผู้ประกอบการรายย่อยมีอำนาจต่อรองน้อย จำเป็นต้องทำตามเงื่อนไขเพื่อให้ได้รับความช่วยเหลือจากกลุ่มทุนรายใหญ่ จนนำไปสู่การที่ผู้ประกอบการรายย่อยเป็นฝ่ายเสียเปรียบ

บรรณานุกรม

(4 พฤศจิกายน 2563). ซี.พี.ฉลุยดีลควรรวมเทสโก้ โลตัส 2 เจ้าสวรรค์คุมค้าปลีกเบ็ดเสร็จ. ประชาชาติธุรกิจออนไลน์. เข้าถึงเมื่อ 5 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.prachachat.net/economy/news-549637>.

- (23 กุมภาพันธ์ 2564). CRC ปิดดีลซื้อ COL มูลค่ากว่า 1.2 หมื่นล้าน ต่อยอดแพลตฟอร์มออมนิ แชนแนล. ประชาชาติธุรกิจ. เข้าถึงเมื่อ. 11 ตุลาคม 2566), จาก <https://www.prachachat.net/marketing/news-618615>.
- กิตติพงศ์ อรุณพัฒน์พงศ์. (2557). รู้เฟื่อง...การควบกิจการโอกาสของทุนไทย. (พิมพ์ครั้งที่ 3). กรุงเทพฯ: ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.
- คุณธิป แสงฉาย. (2544). การขยายตัวของร้านค้าปลีกสมัยใหม่และผลกระทบต่อร้านขายของชำดั้งเดิม. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาวิชา เศรษฐศาสตร์.
- จิรศักดิ์ ชาตอายุระวดี. (2548). นโยบายควบคุมห้างค้าปลีกขนาดใหญ่ ศึกษาเปรียบเทียบญี่ปุ่น-ไทย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ), มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะศิลปศาสตร์, สาขาวิชาญี่ปุ่นศึกษา.
- ฉวีวรรณ วนัสบดี. (2556). การรวมกิจการระหว่างธุรกิจค้าปลีกและค้าส่งแบบสมัยใหม่. (รายงานการ ค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะเศรษฐศาสตร์, สาขา เศรษฐศาสตร์ธุรกิจ.
- ฉัตรทิพย์ นาถสุภา. (2557). มาร์กซิสม์. ใน ลัทธิเศรษฐกิจการเมือง (พิมพ์ครั้งที่ 10). (หน้า 142-190). กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ชนุตม์ เตชะกุลเจริญ. (2560). โครงสร้างความเป็นเจ้าของกับการขยายกิจการของธุรกิจครอบครัว กรณีศึกษาเครือเจริญโภคภัณฑ์. (รายงานการค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, หลักสูตรบริหารธุรกิจ.
- ณัฐธิดา วรพิบูลย์ศักดิ์. (2557). กรณีศึกษาการเข้าซื้อกิจการคาร์ฟูร์ (ประเทศไทย): บริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน). (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารการเงิน.
- เดือนเด่น นิคมบริรักษ์ และ สุธี ศุภนิตย์. (2541). การคุ้มครองผู้บริโภค โครงการแผนแม่บทกระทรวง พาณิชย พ.ศ. 2540-2549. กรุงเทพฯ: สถาบันเพื่อการพัฒนาประเทศ.
- เนตรนภา ไททย์เลิศศักดิ์ ยาบุชิตะ. (2549). แดกแล้วโต: ธุรกิจครอบครัวไทยในยุคโลกาภิวัตน์ ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มติชน.
- เนตรนภา ไททย์เลิศศักดิ์ ยาบุชิตะ. (2549). ใครเป็นเจ้าของหุ้นไทย. ใน ผาสุก พงษ์ไพจิตร (บรรณาธิการ), การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1. กรุงเทพฯ สำนักพิมพ์มติชน.
- ปพนธ์ สิริโชคกุล. (2559). กรณีศึกษาการเข้าซื้อบริษัท บิ๊กซี ซูเปอร์เซ็นเตอร์ จำกัด (มหาชน): บริษัทเบอร์ลี่ ยุคเกอร์ จำกัด (มหาชน). (รายงานการค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี, สาขาวิชาการบริหารการเงิน.

- รุ่งนภา ยรรยงเกษมสุข. (2557). มโนทัศน์มโนทัศน์ชนชั้นและทุนของ ปีแอร์ บูร์ดิเอดู. วารสารเศรษฐศาสตร์ การเมืองบูรพา. 2(1), 29-44.
- วีระยุทธ กาญจน์ชูฉัตร. (2548). บทบาทของสถาบันและพลวัตบริษัทค้าปลีกข้ามชาติในประเทศไทย: การ วิเคราะห์เชิงสถาบันเปรียบเทียบ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. คณะเศรษฐศาสตร์, สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์, หลักสูตรเศรษฐศาสตร์การเมือง.
- Emek Basker. (2012). Raising the Barcode Scanner: Technology and Productivity in the Retail Sector. *American Economic Association*, 4(3), 1-27. <http://dx.doi.org/10.1257/app.4.3.1>
- Koichi Yonezawa, Miguel I. Gómez, and Edward W. McLaughlin. (2020) Impacts of Minimum Wage Increases in the U. S. Retail Sector: Full- Time versus Part- Time Employment. *Journal of Agricultural and Resource Economics*. doi: 10.22004/ag.econ.310532
- Latika Supasansanee and Patthaveekarn Kasiphongphasin. (2009). *Logistics Management in Retail Industry: A case study of 7- Eleven in Thailand*. Jönköping University, International Business School, Master's thesis in International Logistics and Supply Chain Management.
- Prajak Kongkirati and Veerayuth Kanchoochat. (2018). The Prayuth Regime: Embedded Military and Hierarchical Capital in Thailand. *TRaNS: Trans-Regional and -National Studies of Southeast Asia*, 6(2), 279-305. <https://doi.org/10.1017/trn.2018.4>
- Thorstein Veblen. (1904). *The Theory of Business Enterprise*. New York: Charles Scribner's Sons.

การพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์
และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ

The development of computer assisted instruction for the subject
computer and information to careers in vacation certificate

สุวัจนา จริตกาย¹ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา²

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, suwachana.jari@kmutt.ac.th

²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, alisa.son@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้น สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 2) เพื่อเปรียบเทียบ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ ระดับ .05 และ 3) เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 3/1 แผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ ที่มีเรียน รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 24 คน สุ่ม ตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) บทเรียน คอมพิวเตอร์ช่วยสอน 2) แผนการจัดการเรียนรู้ 3) แบบทดสอบก่อนเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน 4) แบบทดสอบหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน และ 5) แบบประเมินความพึงพอใจในการเรียน สถิติ ที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที โดยใช้ Paired Sample T-Test

ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้น สำหรับรายวิชา คอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีค่าประสิทธิภาพก่อนเรียนและ ค่าประสิทธิภาพหลังเรียน (E_1/E_2) เท่ากับ 76/86 2) ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ ช่วยสอน หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ 3) ผู้เรียนมีความพึงพอใจ ในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน อยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{X} =4.59, S.D.=0.50)

คำสำคัญ : คอมพิวเตอร์ช่วยสอน, CAI, คอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ

Abstract

The objectives of this research were 1) study the effectiveness of the developed CAI for the subject of Computer and Information Technology for Career, Vocational Certificate level, 2) compare the academic achievement before and after learning with CAI at the statistical significance level of .05, and 3) study the level of satisfaction in studying with CAI. The sample consisted of 24, class 3/1 vocational certificate students in the Marketing Department, Samut Prakan Technical College who studied the subject of Computer and Information Technology for Career in the first semester of the academic year 2024. The samples were randomly selected using the cluster random sampling method. The research instruments were 1) CAI, 2) lesson plan, 3) pre-test with CAI, 4) post-test with CAI, and 5) learning satisfaction assessment form. The statistics used in the research were percentage, mean, standard deviation, and Paired Sample T-Test.

The research results found that 1) the efficiency of the developed CAI lessons for the subject of Computer and Information Technology for Careers at the vocational certificate level had the efficiency values during and after learning (E_1/E_2) equal to 76/86. 2) The learners had higher learning achievement with CAI lessons after learning than before learning at a statistically significant level of .05. 3) The learners had the highest level of satisfaction with CAI lessons (\bar{X} =4.59, S.D.=0.50).

Keywords : computer-assisted instruction, CAI and computer and information for careers

บทนำ

เทคโนโลยีสารสนเทศเป็นองค์ประกอบสำคัญของการศึกษา เพื่อพัฒนาการเรียนรู้ผ่านสื่อประเภทต่าง ๆ หากนำเทคโนโลยีที่เหมาะสมมาผนวกรวมกับสารสนเทศที่ดี กลายเป็นเทคโนโลยีสารสนเทศที่มีประสิทธิภาพ ช่วยให้การค้นหาข้อมูลทางการศึกษาง่ายขึ้นและกว้างขวางอย่างไร้ขีดจำกัด ปัจจุบันแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ได้กล่าวถึงการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีในการบริหารจัดการทรัพยากรการศึกษา และส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัล และความแพร่หลายของการเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ช่วยขยายโอกาสทางการศึกษาและการเรียนรู้ที่ไม่จำกัดเฉพาะในห้องเรียน อาทิ การเรียนรู้ทางไกล การเรียนรู้ตลอดชีวิต การเรียนรู้ที่สนับสนุนศักยภาพรายบุคคล (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานนายกรัฐมนตรี, 2565, น.12) ซึ่งเป็นแม่แบบที่สำคัญในการนำมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนาผู้เรียนในด้านต่าง ๆ ที่ครอบคลุมทั้งด้านสติปัญญา สมาธิ ทักษะ และความพร้อมในการเรียนรู้ด้วยสื่อและเทคโนโลยี

ปัจจุบันโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคของเทคโนโลยีดิจิทัล หากกล่าวถึงในด้านการศึกษาด้านเทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาสื่อการเรียนรู้และกระบวนการจัดการเรียนรู้ ให้สอดคล้องกับบริบทสถานการณ์จริง ซึ่งมีผลกระทบเชิงบวกในการช่วยส่งเสริมสติปัญญาของมนุษย์ โดยคอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือที่ช่วยในการเรียนรู้ได้เป็นอย่างดี มีการนำบทเรียนมาไว้ในคอมพิวเตอร์เรียกว่า “คอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction: CAI)” โดยสำนักงานราชบัณฑิตยสภา (2565, น.44-45) ได้ให้ความหมายของคอมพิวเตอร์ช่วยสอนไว้ว่าเป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (Software) แบบการสื่อสารสองทางที่พัฒนาขึ้น เพื่อให้ผู้สอนใช้ในการศึกษา ถ่ายทอดความรู้ สร้างความเข้าใจในเนื้อหาสาระ ทำแบบฝึกหัด และประเมินผลการเรียนรู้ในวิชาต่าง ๆ ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ดียิ่งขึ้น นอกจากนี้ยังมีคุณสมบัติที่สามารถทำให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลสารสนเทศทั้งภาพและเสียง ได้เห็นการสาธิต ได้ทดลองเสมือนจริง สามารถประเมินผลได้ด้วยตนเอง และทราบผลการเรียนรู้ของตนทันที หากยังมีข้อสงสัยหรือเข้าใจไม่ชัดเจน โปรแกรมสามารถเสนอแนะและเปิดโอกาสให้ย้อนกลับไปทบทวน หรือศึกษาส่วนที่ต้องการได้โดยสะดวกตลอดเวลา

เนื่องด้วยปัญหาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ไม่เป็นไปตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้วิจัยจึงพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ด้วยโปรแกรม Microsoft PowerPoint มาใช้ในการแก้ปัญหาดังกล่าว คาดว่าจะสามารถช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้นได้ตามเป้าหมาย

ทฤษฎีเกี่ยวกับบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เป็นโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป (Software) แบบการสื่อสารสองทางที่พัฒนาขึ้นเพื่อให้ผู้สอนใช้ในการศึกษา ถ่ายทอดความรู้ สร้างความเข้าใจในเนื้อหาสาระ ทำแบบฝึกหัด และประเมินผลการเรียนรู้ในวิชาต่าง ๆ ทำให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้ดียิ่งขึ้น มีคุณสมบัติที่ทำให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลสารสนเทศทั้งภาพและเสียง ได้เห็นการสาธิต ได้ทดลองเสมือนจริง สามารถประเมินผลได้ด้วยตนเอง และทราบผลการเรียนรู้ทันที หากมีข้อสงสัยหรือเข้าใจไม่ชัดเจน โปรแกรมสามารถเสนอแนะและให้ย้อนกลับไปทบทวนหรือศึกษาส่วนที่ต้องการได้โดยตลอดเวลา คอมพิวเตอร์ช่วยสอนอาจอยู่ในรูปแบบของสื่ออิเล็กทรอนิกส์ หรือโปรแกรมที่ติดตั้งอยู่ในคอมพิวเตอร์ สามารถนำไปใช้ได้ทั้งด้านการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตลอดชีวิต (สำนักงานราชบัณฑิตยสภา, 2565, น.44-45) โดยผู้วิจัยใช้แบบจำลองขั้นตอนการพัฒนาบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนของ Alessi & Trollip (1991) ประกอบด้วย 7 ขั้นตอน ดังนี้ขั้นที่ 1 ขั้นการเตรียม (Preparation) ขั้นที่ 2 ขั้นตอนการออกแบบบทเรียน (Design instruction) ขั้นที่ 3 ขั้นตอนการเขียนผังงาน (Writing Flowchart) ขั้นที่ 4 ขั้นตอนการเขียนสตอรี่บอร์ด (Creating Storyboard) ขั้นที่ 5 ขั้นตอนการสร้าง/เขียนโปรแกรม (Programming Lesson) ขั้นที่ 6 ขั้นตอนการผลิตเอกสารประกอบบทเรียน (Producing Supporting Materials) และขั้นที่ 7 ขั้นตอนการประเมินและแก้ไขบทเรียน (Evaluation and Revision) นอกจากนี้ทศนา แคมมณี (2563, น.151-152) ได้อธิบายหลักการการจัดการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนไว้ดังนี้

1) คอมพิวเตอร์เป็นเครื่องมือที่สามารถนำมาขยายขอบเขตความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้เร็วและเรียนรู้ได้ดี รวมทั้งช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ด้วยตนเองตามความสามารถของผู้เรียน

2) เทคโนโลยีคอมพิวเตอร์สามารถนำมาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อทั้งผู้เรียนและผู้สอน และสามารถนำไปใช้งานทางการศึกษาด้านอื่น ๆ ด้วย เช่น งานการบริหาร การสอบ การประเมินผล เป็นต้น

โดยนิยามมีดังนี้ การนำคอมพิวเตอร์มาใช้ในการเรียนการสอน เพื่อช่วยขยายขอบเขตความสามารถในการเรียนรู้ของผู้เรียนและความสามารถในการสอนของครู โดยสร้างบทเรียนคอมพิวเตอร์ขึ้นมาหรือจัดทำบทเรียนที่มีผู้สร้างไว้แล้วมาให้ผู้เรียน หรือเขียนโปรแกรมสร้างบทเรียนขึ้นเองและใช้คอมพิวเตอร์ในการนำเสนอบทเรียนโดยมีการนำเสนอสื่อประสมเข้ามาช่วยในการนำเสนอ ผู้เรียนเป็นผู้ดำเนินการเรียนรู้ตามการนำเสนอของบทเรียนเมื่อเรียนจบแล้วผู้เรียนจะได้รับการประเมินผลและทราบผลการเรียนรู้ของตน การนำเสนอบทเรียน ได้แก่แบบทบทวนความรู้ (Tutorial) แบบฝึกปฏิบัติ (Drill & Practice) แบบเกม (Game) แบบสถานการณ์จำลอง (Simulation) ซึ่งตัวบ่งชี้มีดังนี้ 1) มีบทเรียนคอมพิวเตอร์ที่ผู้สอนสร้างขึ้น หรือผู้อื่นสร้างไว้แล้ว หรือมีโปรแกรมการสร้างบทเรียนสำหรับผู้เรียน และมีเครื่องคอมพิวเตอร์ 2) ผู้เรียนมีความสามารถในการใช้เครื่องคอมพิวเตอร์

3) ผู้สอนมีการชี้แจงวัตถุประสงค์ เนื้อหา และวิธีการในการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนเข้าใจและสำรวจความพร้อม ความเข้าใจของผู้เรียนก่อนให้ผู้เรียนดำเนินการ 4) ผู้เรียนมีการดำเนินการเรียนรู้ตามที่กำหนดไว้ในบทเรียน โดยผู้สอนทำหน้าที่ดูแลให้ความช่วยเหลือ อำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ และให้คำปรึกษาแนะนำตามความจำเป็น และ 5) เมื่อเรียนจบบทเรียน ผู้เรียนได้รับการทดสอบและทราบผลการเรียนรู้ของตน ซึ่งชัยยงค์ พรหมวงศ์ (2556,น.7-10) ได้กล่าวถึงประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนไว้ว่าการทดสอบประสิทธิภาพ คือ การนำเสนอหรือชุดการสอนนำไปทดสอบด้วยกระบวนการ 2 ขั้นตอน คือ การทดสอบประสิทธิภาพใช้เบื้องต้น (Try Out) และการทดสอบประสิทธิภาพสอนจริง (Trial Run) เพื่อหาคุณภาพของสื่อใน 3 ประเด็น คือ การทำให้นักเรียนมีความรู้เพิ่มขึ้น การช่วยให้ผ่านกระบวนการเรียนและทำแบบประเมินสุดท้ายได้ดี และการทำให้พึงพอใจ โดยนำผลที่ได้มาปรับปรุงแก้ไข มีรายละเอียดดังนี้

1) ศึกษาการกำหนดเกณฑ์ประสิทธิภาพของสื่อการสอน เป็นขีดกำหนดที่จะยอมรับสิ่งใดหรือพฤติกรรมใด มีคุณภาพหรือปริมาณที่รับได้ การตั้งเกณฑ์ต้องตั้งไว้ครั้งแรกครั้งเดียว เพื่อที่จะปรับปรุงคุณภาพให้ถึงเกณฑ์ขั้นต่ำที่ตั้งไว้ ผู้สอนเป็นผู้พิจารณาจากธรรมชาติของวิชา สภาพของนักเรียน และความสามารถของผู้ผลิตสื่อ โดยปกติเนื้อหาที่เป็นความรู้ ความจำ มักจะตั้งไว้ที่ 80/80, 85/85 หรือ 90/90 ส่วนเนื้อหาที่เป็นทักษะหรือเจตคติอาจต้องไว้ต่ำกว่านี้ เช่น 70/70, 75/75 เป็นต้น

2) การทดลองใช้นวัตกรรม (Try Out) เป็นการตรวจสอบความเป็นไปได้ของนวัตกรรมก่อนนำไปใช้จริงกับนักเรียนที่ต้องการพัฒนาหรือกลุ่มตัวอย่างจริง และเพื่อหาประสิทธิภาพของนวัตกรรมว่ามีประสิทธิภาพเพียงใด รวมทั้งการตรวจสอบหาจุดอ่อนข้อบกพร่องและแนวทางแก้ไขนวัตกรรมที่สร้างขึ้น

3) การวิเคราะห์และสรุปผลการทดลองใช้ชุดกิจกรรม เมื่อทดลองสอนโดยใช้สื่อการสอนแล้วสามารถหาประสิทธิภาพของสื่อการสอน และนำค่าที่ได้ไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) ที่ตั้งไว้

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ผลคะแนนที่เกิดจากการทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดการพัฒนาด้านทักษะ องค์ความรู้ และความสามารถทางการเรียนรู้จากกระบวนการที่ผู้สอนออกแบบขึ้น สามารถวัดผลได้โดยการทำแบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ส่วนใหญ่มักใช้แบบทดสอบที่กำหนดเกณฑ์การประเมินผลด้านพุทธิพิสัยในการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียน ซึ่ง Bloom (1976) ได้อธิบายถึงปัจจัยของสิ่งที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 3 ตัวแปรดังนี้ 1) พฤติกรรมทางด้านสติปัญญา เป็นพฤติกรรมทางด้านความรู้ ความคิด ความเข้าใจ กล่าวคือ การเรียนรู้ที่จำเป็นต่อการเรียนในเรื่องใดเรื่องหนึ่ง และสิ่งที่ผู้เรียนมีประสบการณ์ในความรู้เรื่องนั้นมาก่อนที่จะเรียน 2) ลักษณะทางอารมณ์ หมายถึง แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ ความกระตือรือร้นที่ผู้เรียนมีต่อการเรียน รวมถึงทัศนคติที่มีต่อการเรียน ต่อโรงเรียน ระบบการจัดการเรียนการสอน และมโนภาพเกี่ยวกับตัวผู้เรียนเอง และ 3) คุณภาพของการจัดการเรียนการสอน เป็นตัวกำหนดประสิทธิภาพในการเรียนรู้ ประกอบด้วย การชี้แนะ จุดมุ่งหมายของกระบวนการเรียนการสอนและภาระงาน การให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมในกระบวนการ การให้การเสริมแรง การใช้ข้อมูลย้อนกลับ หรือการให้ผู้เรียนรู้ผลการประเมินตนเอง

แนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

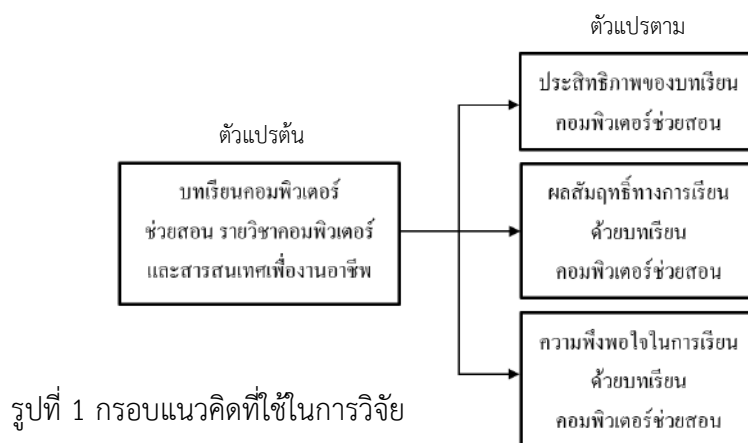
ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกนึกคิด ทัศนคติของตัวบุคคลที่มีความรู้สึกต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง สามารถเป็นไปในทิศทางที่เป็นด้านบวกหรือด้านลบได้ ซึ่งจะเกิดขึ้นก็ต่อเมื่อการกระทำของสิ่งนั้น สามารถตอบสนองความต้องการแก่บุคคลนั้นได้ตามเป้าหมายที่วางไว้หรือไม่ โดยที่บุคคลนั้นจะรับรู้ความพึงพอใจที่รู้สึกได้ในขั้นสุดท้ายที่ได้รับผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์ ซึ่ง Whitehead (1976) ได้อธิบายถึงแนวคิดเรื่องการสร้างภูมิปัญญาในระบบการศึกษา เรื่อง จังหวะของการศึกษา โดยมีกระบวนการในการพัฒนาผู้เรียน 3 ประการ คือ จุดยืน จุดแข็ง และจุดปรับ โดย Whitehead ได้ให้คำจำกัดความใหม่ที่ใช้สำหรับระบบการศึกษา คือ “การสร้างความพึงพอใจการกำหนดความชัดเจน และการนำไปใช้เพื่อการเรียนรู้” ซึ่งมีจังหวะของการศึกษา 3 จังหวะดังนี้

- 1) การสร้างความพึงพอใจ ได้แก่ ผู้เรียนมีการยอมรับสิ่งใหม่ มีความตื่นเต้น กระตือรือร้น มีความพึงพอใจที่ได้พบและรวบรวมสิ่งใหม่
- 2) การกำหนดความชัดเจน ได้แก่ การจัดระเบียบอย่างเป็นระบบ เป็นขั้นตอนที่ชัดเจน การกำหนดขอบเขตที่ชัดเจนและเหมาะสม
- 3) การนำไปใช้เพื่อการเรียนรู้ ได้แก่ การนำสิ่งใหม่ที่ได้รับมาจัดระเบียบ หรือกำหนดขอบเขตของการศึกษาให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมที่สามารถจับต้องได้ นำไปใช้ได้จริงตามสภาพ และผู้เรียนเกิดความตื่นเต้น มีความกระตือรือร้นที่จะยอมรับสิ่งใหม่เข้ามาอยู่เสมอ

วิธีการวัดระดับความพึงพอใจในการเรียน มีวิธีการที่ใช้ในวัด 3 วิธี ได้แก่ 1) การใช้แบบสอบถาม 2) การสัมภาษณ์ และ 3) การสังเกต ซึ่งในการวัดสามารถใช้วิธีการหนึ่งวิธีการใดหรือใช้ร่วมกันได้ทั้ง 3 วิธี เพื่อสามารถวัดความรู้สึกของผู้เรียนทั้งความพึงพอใจและไม่พึงพอใจ โดยผู้วิจัยเลือกใช้เกณฑ์การประเมินแบบ

มาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) และแปลผลระดับความพึงพอใจในแต่ละข้อรายการ ตามเกณฑ์ของ บุญชม ศรีสะอาด (2560) ซึ่งแบ่งเป็น 5 ระดับ ดังนี้ ค่าเฉลี่ย 4.51-5.00 หมายถึง พึงพอใจมากที่สุด, ค่าเฉลี่ย 3.51-4.50 หมายถึง พึงพอใจมาก, ค่าเฉลี่ย 2.51-3.50 หมายถึง พึงพอใจปานกลาง, ค่าเฉลี่ย 1.51-2.50 หมายถึง พึงพอใจน้อย และค่าเฉลี่ย 1.00-1.50 หมายถึง พึงพอใจน้อยที่สุด

กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดที่ใช้ในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้น สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีค่าประสิทธิภาพก่อนเรียนและค่าประสิทธิภาพหลังเรียน (E_1/E_2) มากกว่าหรือเท่ากับ 75/75
2. ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ผู้เรียนมีความพึงพอใจในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ อยู่ในระดับมาก

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 และปีที่ 3 วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ ที่เรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 23 แผนก วิชารวมทั้งสิ้น 74 ห้องเรียน ซึ่งมีนักเรียนทั้งหมด 1,410 คน (งานทะเบียน วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 3/1 แผนกวิชาการตลาด วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ ที่มีเรียนรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567

จำนวน 24 คน (งานทะเบียน วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ, 2567) ซึ่งผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบกลุ่ม (Cluster Random Sampling) โดยมีขั้นตอนในการสุ่มตัวอย่างดังนี้

1) ผู้วิจัยศึกษาข้อมูลของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 และ 3 วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ ซึ่งมีจำนวน 23 แผนกวิชาที่เรียนหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 พบว่า มีทั้งสิ้น 74 ห้องเรียน

2) จากข้อมูลของนักเรียนรวมทั้งสิ้น 74 ห้องเรียน ผู้วิจัยจึงทำการสุ่มตัวอย่างได้เป็นแผนกวิชาการตลาด จากนั้นทำการสุ่มเลือกกลุ่มนักเรียนโดยการสุ่มเลือก 1 ห้องเรียน จากจำนวน 3 ห้องเรียนในระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพปีที่ 2 และปีที่ 3 ที่มีเรียนรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 ซึ่งเป็นกลุ่มนักเรียนแบบคณะกรรมการ ความสามารถของแผนกวิชาการตลาด

3) ผู้วิจัยสุ่มตัวอย่างได้เป็นนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ 3/1 แผนกวิชาการตลาด มีจำนวน 24 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. เครื่องมือที่ใช้ในทดลอง ได้แก่

1) บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน (Computer Assisted Instruction: CAI) รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ ซึ่งพัฒนาด้วยโปรแกรม Microsoft PowerPoint

2) แผนการจัดการเรียนรู้ รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ รวมทั้งสิ้น 18 สัปดาห์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ได้แก่

1) แบบทดสอบก่อนเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ จำนวน 6 ชุด เป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ/1 หน่วยการเรียนรู้

2) แบบทดสอบหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ จำนวน 6 ชุด เป็นข้อสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ/1 หน่วยการเรียนรู้

3) แบบประเมินความพึงพอใจในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ จำนวน 1 ชุด ประเมินผลทั้งหมด 3 ด้าน รวมทั้งสิ้น 12 รายการประเมิน

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยชี้แจงกิจกรรมการเรียนรู้ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนให้กลุ่มตัวอย่างทราบ

2. ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบก่อนเรียนกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบก่อนเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน คะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้ ถ้าตอบถูกต้องจะได้คะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ถ้าตอบผิดจะได้คะแนนข้อละ 0 คะแนน และเก็บคะแนน

3. ผู้วิจัยดำเนินการจัดการเรียนรู้โดยเริ่มจากหน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 6 หน่วยการเรียนรู้ (รวมระยะเวลาทั้งสิ้น 18 สัปดาห์)

4. หลังจากดำเนินการจัดการเรียนรู้หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 เสร็จสิ้นแล้ว ผู้วิจัยดำเนินการทดสอบหลังเรียนกับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ซึ่งเป็นแบบทดสอบแบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 10 ข้อ ข้อละ 1 คะแนน คะแนนเต็ม 10 คะแนน โดยให้คะแนนตามเกณฑ์ ดังนี้ ถ้าตอบถูกจะได้คะแนนข้อละ 1 คะแนน แต่ถ้าตอบผิดจะได้คะแนนข้อละ 0 คะแนน และเก็บคะแนน

5. ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอนที่ 1 – 4 จนครบทุกหน่วยการเรียนรู้ ซึ่งมีจำนวนทั้งหมด 6 หน่วยการเรียนรู้

6. ผู้วิจัยชี้แจงและมอบหมายให้กลุ่มตัวอย่างทำแบบประเมินความพึงพอใจในการเรียน ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ซึ่งมีหัวข้อการประเมินผล 3 ด้าน รวมทั้งสิ้น 12 รายการประเมิน โดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบมาตราส่วน (Rating scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) แบ่งเป็น 5 ระดับ และเก็บคะแนน

7. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำไปประมวลผลทางสถิติและวิเคราะห์ผลการวิจัย โดยสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติทดสอบค่าที โดยใช้ Paired Sample T-Test

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) ของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้น สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แสดงผลดังตารางที่ 1 - 2

ตารางที่ 1 แสดงประสิทธิภาพ (E_1) ของ CAI

จำนวนนักเรียน (คน)	คะแนนเต็ม (คะแนน)	คะแนนแบบทดสอบก่อนเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน							
		คิดเป็นร้อยละ (Percentage)							
		หน่วย 1	หน่วย 2	หน่วย 3	หน่วย 4	หน่วย 5	หน่วย 6	เกณฑ์ประสิทธิภาพ	E_1
24	60	75	75	78	76	75	75	75	76

ตารางที่ 2 แสดงประสิทธิภาพ (E_2) ของ CAI

จำนวนนักเรียน (คน)	คะแนนเต็ม (คะแนน)	คะแนนแบบทดสอบหลังเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน							
		คิดเป็นร้อยละ (Percentage)							
		หน่วย 1	หน่วย 2	หน่วย 3	หน่วย 4	หน่วย 5	หน่วย 6	เกณฑ์ประสิทธิภาพ	E_2
24	60	87	81	97	85	80	86	75	86

จากตารางที่ 1 - 2 ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนที่พัฒนาขึ้น สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ พบว่า บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน จำนวน 6 หน่วยการเรียนรู้ ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 76/86 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่ว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน มีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ 75/75 โดยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ประกอบด้วย หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 75/87 หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 75/81 หน่วยการเรียนรู้ที่ 3 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 78/97 หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 76/85 หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 75/80 และหน่วยการเรียนรู้ที่ 6 ประสิทธิภาพ (E_1/E_2) มีค่าเท่ากับ 75/86

ตอนที่ 2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงผลดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนรวมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน

ค่าเฉลี่ยคะแนนรวมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	คะแนนเต็ม	N	\bar{x}	S.D.	t	Sig.
ก่อนเรียน	60	24	45.42	1.67	21.5420*	.0000
หลังเรียน	60	24	51.54	1.41		

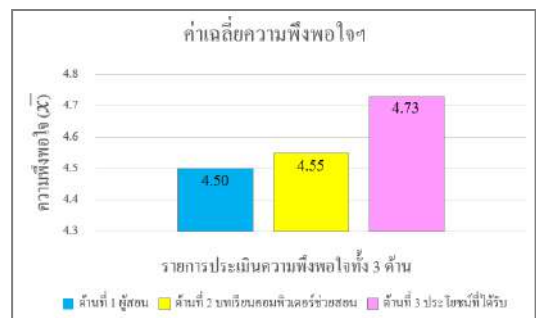
*Sig. < .05

จากตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ยคะแนนรวมผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียน ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนพบว่า ผู้เรียน 24 คน มีค่าเฉลี่ยคะแนนก่อนเรียนเท่ากับ 45.42 คะแนน

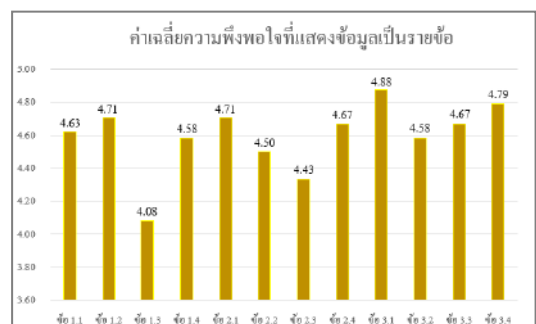
จากคะแนนเต็ม 60 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.67 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และมีค่าเฉลี่ยคะแนนหลังเรียนเท่ากับ 51.54 คะแนน จากคะแนนเต็ม 60 คะแนน และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.41 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยว่า หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน สำหรับรายวิชาคอมพิวเตอร์และสารสนเทศเพื่องานอาชีพ ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ แสดงผลดังตารางที่ 4 และรูปที่ 2 – 3 ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน

รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	แปลความหมาย
ด้านที่ 1 ผู้สอน	4.50	0.59	มากที่สุด
1.1 ผู้สอนมีการเตรียมความพร้อมก่อนเริ่มกิจกรรมการเรียนรู้	4.63	0.58	มากที่สุด
1.2 ผู้สอนมีบุคลิกภาพและการแต่งกายที่สุภาพเรียบร้อย	4.71	0.55	มากที่สุด
1.3 ผู้สอนกำหนดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ อย่างเหมาะสม	4.08	0.65	มาก
1.4 ผู้สอนอธิบายขั้นตอนของกิจกรรมการเรียนรู้ให้เข้าใจได้ง่าย	4.58	0.58	มากที่สุด
ด้านที่ 2 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน	4.55	0.48	มากที่สุด
2.1 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีความน่าสนใจ และสร้างความ ความท้าทายต่อการเรียนรู้มากกว่าการเรียนแบบปกติ	4.71	0.46	มากที่สุด
2.2 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีเนื้อหาที่ทันสมัย นำไปใช้ได้จริง	4.50	0.51	มาก
2.3 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีความสอดคล้องกับ จุดประสงค์การเรียนรู้	4.33	0.48	มาก
2.4 บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนช่วยกระตุ้นความคิดวิเคราะห์ และช่วยสร้างบรรยากาศในชั้นเรียนให้นักเรียนมากขึ้น	4.67	0.48	มากที่สุด
ด้านที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับ	4.73	0.43	มากที่สุด
3.1 ผู้เรียนมีความสุขกับกิจกรรมการเรียนรู้	4.88	0.34	มากที่สุด
3.2 ผู้เรียนได้รับความรู้ในเนื้อหาวิชามากขึ้น	4.58	0.50	มากที่สุด
3.3 ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากกิจกรรมการเรียนรู้ ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานต่าง ๆ ได้จริง	4.67	0.48	มากที่สุด
3.4 ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์จากการเรียน ด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน	4.79	0.41	มากที่สุด
$\bar{x} =$	4.59	0.50	มากที่สุด



รูปที่ 2 แผนภูมิแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ



รูปที่ 3 แผนภูมิแสดงค่าเฉลี่ยความพึงพอใจเป็นรายข้อ

จากตารางที่ 4 และรูปที่ 2 – 3 สรุปได้ว่าจากผู้เรียน 24 คน มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.59$, S.D.=0.50) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ได้แก่ ลำดับที่ 1 ด้านประโยชน์ที่ได้รับมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.73$, S.D.=0.43) ลำดับที่ 2 ด้านบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.55$, S.D.=0.48) และลำดับที่ 3 ด้านครูผู้สอนมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.50$, S.D.=0.59) ตามลำดับ รายข้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจมากที่สุด ได้แก่ ด้านที่ 3 ประโยชน์ที่ได้รับ ในข้อ 3.1 ผู้เรียนเกิดความคิดสร้างสรรค์จากการเรียนด้วยบทเรียน

คอมพิวเตอร์ช่วยสอน ($\bar{X}=4.79$, S.D.=0.41) ในขณะที่รายชื้อที่มีค่าเฉลี่ยความพึงพอใจน้อยที่สุด ได้แก่ ด้านที่ 1 ผู้สอน ในข้อ 1.3 ผู้สอนกำหนดระยะเวลาการดำเนินกิจกรรมการเรียนรู้ที่เหมาะสม ($\bar{X}=4.08$, S.D.=0.65)

ข้อเสนอแนะ

1. จากผลการวิจัยเรื่องประสิทธิภาพของบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน ผู้สอนจำเป็นต้องเตรียมความพร้อมสำหรับคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ให้สามารถใช้งานได้ดี ก่อนที่จะเริ่มทดลองใช้งานบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนมากที่สุด ทั้งนี้ควรใช้วิธีการแนบลิ้งค์ในการเข้าสู่บทเรียนและแนบภาพหน้าจอผลคะแนนของแบบทดสอบ บนพื้นที่ที่ใช้ในการจัดการเรียนรู้ ได้แก่ Google Classroom หรือ Google Form หรือ Padlet Application เป็นต้น เพื่อความสะดวกในการรวบรวมผลคะแนนมากขึ้น

2. จากผลการวิจัยเรื่องผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ผู้สอนควรเพิ่มเทคนิคการสอนที่เน้นให้ผู้เรียนฝึกตั้งคำถามด้วยตนเอง เพื่อกระตุ้นความสนใจในการเรียนรู้หรือทำให้เกิดความคิดสร้างสรรค์ที่เหมาะสมกับช่วงวัย และส่งเสริมความสามารถในการค้นหาคำตอบ หรือการนำเทคโนโลยี AI เข้ามาช่วยผู้เรียนในการค้นหาคำตอบ

3. จากผลการวิจัยเรื่องความพึงพอใจในการเรียน ผู้สอนควรจัดสรรเวลาในการเรียนรู้ที่เหมาะสมเพื่อจัดบรรยากาศของชั้นเรียนให้น่าเรียนและมีความสุข ซึ่งเป็นผลมาจากความพร้อมของคอมพิวเตอร์และซอฟต์แวร์ที่เป็นตัวกระตุ้นให้เกิดความท้าทายในการเรียนด้วยบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนมากกว่าการเรียนรู้แบบปกติ

บรรณานุกรม

- งานทะเบียน วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ. (2567). วิทยาลัยเทคนิคสมุทรปราการ ยอดนักเรียน/นักศึกษา ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 (18/09/2567) [ไม่ได้ตีพิมพ์].
- ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ทิตนา แคมมณี. (2563). ศาสตร์การสอน: องค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ (พิมพ์ครั้งที่ 24). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สุวีริยาสาส์น.
- สำนักงานราชบัณฑิตยสภา. (2565). พจนานุกรมศัพท์ศึกษาศาสตร์ร่วมสมัย ชุดนวัตกรรมและเทคโนโลยีดิจิทัลทางการศึกษา (Innovation and digital technology in education) ฉบับราชบัณฑิตยสภา. กรุงเทพฯ: สำนักงานราชบัณฑิตยสภา.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานয়รัฐมนตรี. (2565). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2566 – 2570. สืบค้น 20 กันยายน 2567, จาก https://www.nesdc.go.th/article_attach/article_file_20230307173518.pdf

- Bloom, Benjamin S. (1976). Human characteristics and school learning. New York: McGraw-Hill Book.
- Stephen M. Alessi, Stanley R. Trollip. (1991). Computer-based Instruction: Methods and Development. 2nd Ed. Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- Whitehead, Alfred N. (1976). The Aims of Education and Other Essay. New York: The Free Press.

การสร้างเสริมคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุภาวะเปราะบางตามหลักสติปัฏฐาน 4

Improving the quality of life of the elderly with frailty based on the principles of the Four Foundations of Mindfulness

วรรษา ขุนสนธิ¹ พระครูจิตตการโกวิท สิรินนโฑ² และ พระมหาเกียรติพงษ์ อภิสัทโธ³

¹มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, worasa.khun@mcu.ac.th

²มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, jittakrankowit@mcu.ac.th

³มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, kiattipong.chan@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เนื่องจากอัตราการเกิดลดลงและอายุเฉลี่ยเพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นผลมาจากการพัฒนาประเทศและการดูแลสุขภาพ อย่างไรก็ตามปัญหาที่ตามมาคือ ผู้สูงอายุจำนวนมากต้องเผชิญกับปัญหาภาวะเปราะบางหรือโรคเรื้อรังที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต หนึ่งในแนวทางที่มีศักยภาพในการแก้ปัญหา คือ การนำ "สติปัฏฐาน 4" หลักคำสอนในพระพุทธศาสนาที่มุ่งเน้นการพัฒนาสติและปัญญา มาประยุกต์ใช้ในการดูแลสุขภาพกายและใจของผู้สูงอายุ โดยเน้นการรู้เท่าทันปัจจุบันขณะในด้านกาย จิตและธรรมในการฝึกสติอย่างสม่ำเสมอ จะช่วยลดความเครียด ความวิตกกังวลและเสริมสร้างจิตใจให้สงบ ปรับปรุงคุณภาพการนอน เพิ่มความสามารถในการรับมือกับความเจ็บปวด และส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น ช่วยให้เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่นมากขึ้น และที่สำคัญให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในสิ่งที่มีอยู่และมีความสุขกับปัจจุบัน ดังนั้นบทความวิชาการนี้จึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อมุ่งเน้นการศึกษาและพัฒนากระบวนการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในภาวะเปราะบาง โดยยึดแนวทาง "สติปัฏฐาน 4" ซึ่งเป็นหลักการในพระพุทธศาสนาที่เน้นการพัฒนาสติและปัญญา นำมาประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุ ส่งเสริมความสมดุลทางกาย จิตใจและสังคม อีกทั้งลดความเสี่ยงที่เกิดจากภาวะเปราะบาง สามารถสร้างความเข้มแข็งทั้งในด้านร่างกายและจิตใจให้เหมาะสมกับบริบทของผู้สูงอายุในสังคมไทย บทความวิชาการนี้มีแนวทางที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้จริง เช่น การฝึกปฏิบัติเพื่อพัฒนาสติและความสามารถในการดูแลตัวเอง เพื่อสร้างเสริมในการดำเนินชีวิตอย่างมีคุณภาพและความสุขในระยะยาว

คำสำคัญ : การสร้างเสริมคุณภาพชีวิต, ผู้สูงอายุภาวะเปราะบาง, สติปัฏฐาน 4

Abstract

Thai society is inevitably entering an aging society due to declining birth rates and increasing average age as a result of national development and healthcare. However, the ensuing issue is that many elderly individuals are confronted with issues of vulnerability or chronic diseases, which significantly impact their quality of life. One of the potential solutions to the problem is to apply the "Four Principles of Mindfulness," a Buddhist doctrine that focuses on the development of mindfulness and wisdom, to take care of the physical and mental health of the elderly. It emphasizes the importance of being aware of the present moment while focusing on the physical aspect. Regularly practicing Mindfulness and Dharma can reduce stress and anxiety, strengthen the mind to calm down, and improve the quality of sleep. It increases the ability to cope with pain and promotes healthy relationships with others. It helps to understand and empathize more with others, and most importantly, for the elderly to appreciate what exists and be content with the present. Therefore, this academic article aims to focus on the study and development of the process of improving the quality of life for the elderly in vulnerable conditions. It is based on the "Mindfulness 4" approach, which is a Buddhist principle that emphasizes the development of mindfulness and wisdom. Apply it to the daily life of the elderly. Promote physical, mental, and social balance, as well as reduce the risk of vulnerability. It can enhance both physical and mental health, catering to the unique needs of the elderly in Thai society. This academic article offers practical guidelines, such as practicing mindfulness and developing self-care skills, to enhance a quality and happy long-term life.

Keywords : Improving quality of life, Vulnerable elderly, The Four Foundations of Mindfulness

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างทางประชากรครั้งสำคัญ คือ การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยสัดส่วนจำนวนประชากรในวัยทำงานและวัยเด็กลดลง เนื่องจากอัตราการเกิดและอัตราการตายของประชากรลดลงอย่างต่อเนื่อง ทำให้ประชากรไทยโดยเฉลี่ยมีอายุยืนยาวขึ้นซึ่งสถานการณ์ของประเทศไทยก็ดำเนินไปเช่นเดียวกับนานาประเทศ กล่าวคือ การดำเนินนโยบายด้านประชากรและการวางแผนครอบครัวที่ประสบผลสำเร็จ ตลอดจนความก้าวหน้าในการพัฒนาประเทศทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม ส่งผลให้คนไทยมีสุขภาพดีมีอายุยืนยาวขึ้น และมีโอกาสได้รับการศึกษาที่สูงขึ้น มีความรู้และทักษะในการป้องกันและดูแลสุขภาพ ตลอดจนการวางแผนครอบครัวที่มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ซึ่งผลสำเร็จดังกล่าวทำให้ภาวการณ์

เจริญพันธุ์และอัตราการเกิดมีแนวโน้มที่ลดลง จนเกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านโครงสร้างของประชากร กล่าวคือ ประชากรที่อยู่ในวัยสูงอายุมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น ในขณะที่ประชากรวัยเด็กและวัยแรงงานมีแนวโน้มที่ลดลง องค์การสหประชาชาติ (UN) ได้นิยามว่า ประเทศใดมีประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เป็นสัดส่วนเกิน 10% หรืออายุ 65 ปีขึ้นไป เกิน 7% ของประชากรทั้งประเทศ ถือว่าประเทศนั้นได้ก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ (Aging Society) และจะเป็นสังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์ (Aged Society) เมื่อสัดส่วนประชากรอายุ 60 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 20% และอายุ 65 ปีขึ้นไป เพิ่มขึ้นเป็น 14% โดยประเทศไทย ได้นิยามคำว่า “ผู้สูงอายุ” ไว้ใน พระราชบัญญัติ ผู้สูงอายุ พ.ศ. 2546 ว่าหมายถึง “ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป” การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของประชากรในการ เข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ เป็นประเด็นที่ได้รับความสนใจกันเป็นอย่างมากทั้งในระดับชาติและในระดับโลก เนื่องจาก มีผลกระทบอย่างกว้างขวางในระดับมหภาค ได้แก่ ผลต่อผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) รายได้ต่อหัว ของประชากร การออมและการลงทุน งบประมาณของรัฐบาล การจ้างงานและผลิตภาพของแรงงาน และ ระดับจุลภาค ได้แก่ ผลต่อตลาดผลิตภัณฑ์และบริการด้านต่างๆ โดยเฉพาะด้านการเงินและด้านสุขภาพ การเตรียมความพร้อมเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงเป็นเรื่องเร่งด่วนสำคัญที่ต้องการการวางแผนอย่างเป็นระบบและเริ่มดำเนินการล่วงหน้า เนื่องจากมาตรการต่างๆ หลายประการล้วนแล้วแต่ต้องใช้เวลาในการ ดำเนินการกว่าจะเห็นผลอย่างเป็นรูปธรรม (ชมพูนุท พรหมภักดี, 2556) บทความนี้เป็นบทความวิชาการที่ มุ่งเน้นกระบวนการสร้างเสริมคุณภาพชีวิตสำหรับผู้สูงอายุในภาวะเปราะบาง รวมถึงแนวทางการเสริมสร้าง คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุด้วยหลัก “สติปัญญา 4” ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง เพื่อเตรียมความพร้อม อย่างเป็นระบบในการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทยอย่างยั่งยืน

การสร้างเสริม

การสร้างเสริมเป็นกระบวนการที่มุ่งเน้นการพัฒนา ปรับปรุง หรือเพิ่มพูนคุณค่าของสิ่งต่างๆ ให้ดี ยิ่งขึ้น ไม่ว่าจะเป็นบุคคล สิ่งของ สถานการณ์ หรือระบบต่างๆ โดยมีเป้าหมายเพื่อให้เกิดความแข็งแกร่ง มี ประสิทธิภาพ และมีความยั่งยืนมากยิ่งขึ้น การสร้างเสริมเป็นกระบวนการที่สำคัญในการพัฒนาทุกสิ่งทุกอย่าง รอบตัวเรา ไม่ว่าจะเป็นตัวเราเอง ครอบครัว ชุมชน หรือประเทศชาติ การให้ความสำคัญกับการสร้างเสริมจะ นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงในทางที่ดีขึ้น อาทิเช่น การสร้างเสริมสุขภาพเป็นขบวนการส่งเสริมให้ประชาชน เพิ่ม สมรรถนะในการควบคุม และปรับปรุงสุขภาพของตนเองในการบรรลุซึ่งสุขภาวะอันสมบูรณ์ ทั้งทางร่างกาย จิตใจ และสังคม บุคคล และกลุ่มบุคคลจะต้องสามารถบ่งบอกและตระหนักถึงความมุ่งมาดปรารถนาของ ตนเอง สามารถตอบสนองต่อปัญหาของตนเองและสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อม หรือปรับตนให้เข้ากับ สิ่งแวดล้อมได้ อีกทั้งยังสามารถควบคุมปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อสุขภาพ เช่น ลดปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดมะเร็ง การ ขาดการออกกำลังกาย การขาดจิตสำนึกในเรื่องของความปลอดภัย ทำให้เกิดอุบัติเหตุ หลีกเลี่ยงจาก สิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษที่เป็นสาเหตุที่ทำให้ลายสุขภาพ ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญ หรือเน้นการให้เพิ่มปัจจัย ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายมากขึ้น รับประทานอาหารที่มีประโยชน์ อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (สำนัก ส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข, 2560 :ออนไลน์) นอกจากนี้การสร้างเสริมสุขภาพ ยัง หมายถึง กระบวนการปฏิบัติเพื่อให้เกิดสุขภาพกายแข็งแรง เจริญเติบโตปราศจากโรคภัยไข้เจ็บ และสามารถ

ดำรงชีวิตอยู่ในสังคมได้อย่างปกติสุข การส่งเสริมสุขภาพหรือการสร้างเสริมสุขภาพ เป็นกระบวนการที่มีลักษณะดังนี้

1. เน้นกิจกรรมหลายลักษณะที่มุ่งสร้างสมรรถนะของการสร้างสุขภาพดีควบคุมปัจจัยเสี่ยง และเป็นกระบวนการที่มุ่งดำเนินการกันทั้งบุคคลและสังคม

2. เน้นกระบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมดูแลและพัฒนาสุขภาพของตนเอง หลักการส่งเสริมสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ อย่างยึดติดกับความสะดวกสบายมากเกินไปพักผ่อนให้เพียงพอและฝึกการปฏิบัติทางจิตเพื่อลดความตึงเครียด เป็นต้น

วิธีการสร้างเสริมสุขภาพของตนเองสามารถปฏิบัติได้ดังนี้

1. รับประทานอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการหลากหลายไม่ซ้ำซาก โดยเฉพาะผักผลไม้ควรมีทุกมื้อ
2. ออกกำลังกายสม่ำเสมอ ทำจิตใจให้เบิกบาน จะช่วยคลายความเครียดและป้องกันภาวะเสี่ยงเกิดโรคเกี่ยวกับข้อต่อ กระดูก และโรคหัวใจรวมทั้งระบบการไหลเวียนของโลหิต
3. ทำสมาธิ เล่นโยคะ หรือการนวดเพื่อสุขภาพ เพื่อผ่อนคลายความเครียด
4. ละเว้นสารเสพติดทุกชนิดที่จะบั่นทอนสุขภาพ
5. หลีกเลี่ยงความเสี่ยงที่จะก่อให้เกิดอุบัติเหตุ
6. ตรวจสุขภาพประจำปี ซึ่งเป็นการดูแลและส่งเสริมสุขภาพที่ดีมาก

วิธีการลดความเสี่ยงทางสุขภาพ ซึ่งสามารถทำได้ดังนี้

1. ผู้ที่อยู่ในภาวะเสี่ยงต่อการติดโรคควรฉีดวัคซีนป้องกันโรค
2. รักษาความสะอาดของใช้ต่างๆ
3. ไม่คลุกคลีกับผู้ป่วย
4. ไม่รับประทานอาหารสุกๆดิบ
5. ออกกำลังกายสม่ำเสมอ
6. ล้างมือให้สะอาดก่อนรับประทานอาหาร หลังจากถ่ายอุจจาระ
7. ติดตามข้อมูลข่าวสารเกี่ยวสุขภาพ
8. ไม่ใช้สิ่งของร่วมกับผู้ป่วย
9. ทำลายเชื้อโรคให้ถูกวิธี กำจัดแหล่งเพาะพันธุ์เชื้อโรค
10. การควบคุมสุขาภิบาล อาหาร น้ำดื่ม และน้ำนม
11. จัดสิ่งแวดล้อมให้ถูกสุขลักษณะ
12. ให้ความรู้อุบัติเหตุและการป้องกัน
13. การจัดการความปลอดภัยในทุกรูปแบบ
14. ออกกฎหมายบังคับเพื่อให้เกิดความปลอดภัย

ภาวะเปราะบาง

ภาวะเปราะบางหรือการเจ็บป่วยเรื้อรังเป็นปัญหาสุขภาพที่สำคัญของหลายประเทศรวมทั้งประเทศไทยที่พบว่ามียุบัติการณ์ การเจ็บป่วยเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ทุกปี สำหรับประเทศไทยนั้นจากรายงานของสำนักนโยบายและยุทธศาสตร์กระทรวงสาธารณสุข ปี พ.ศ. 2557 ได้ระบุถึงสาเหตุการป่วยที่สำคัญของผู้ป่วยใน ได้แก่ โรคความดันโลหิตสูง เบาหวาน โลหิตจางจากไขกระดูกฝ่อและโลหิตจางชนิดอื่น ๆ ไตวาย ซึ่งโรคทั้งหมดจัดอยู่ในโรคเรื้อรังและสาเหตุจากอุบัติเหตุจรรยา และพบว่าแนวโน้มเพิ่มขึ้นในทุกๆกลุ่ม ตั้งแต่ ปี พ.ศ. 2546 เป็นต้นมา นอกจากนี้แล้วจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรไทยที่กำลังเคลื่อนเข้าสู่ “ภาวะประชากรสูงวัย” (Population ageing) ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีความเสื่อมของร่างกายที่เป็นไปตามอายุจะทำให้พบการเจ็บป่วยเรื้อรังได้มากขึ้นทั้งนี้พบผู้สูงอายุไทยในสัดส่วนที่สูงขึ้นจาก ปี พ.ศ. 2547 ซึ่งมีผู้สูงอายุ 6.7 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 10.3 เพิ่มขึ้นเป็น 14.0 ล้านคน คิดเป็นร้อยละ 20 ในปี พ.ศ. 2567 และจากการสำรวจสุขภาพผู้สูงอายุไทย ปี พ.ศ. 2557 พบว่าปัญหาสุขภาพส่วนใหญ่ที่พบในผู้สูงอายุ คือ โรคความดันโลหิตสูง เบาหวาน ไตวาย ข้อเข่าเสื่อม เป็นผู้พิการโรคซึมเศร้าและผู้ป่วยติดเตียง ทั้งนี้ยังพบว่าผู้สูงอายุมีโรคเรื้อรังประจำตัว 1-3 โรค อย่างไรก็ตามจำนวนผู้ป่วยโรคเรื้อรังที่มากขึ้นนั้นยังมีผู้ป่วยที่มีภาวะเจ็บป่วยเรื้อรังจากสาเหตุอื่นๆอีก เช่น ความผิดปกติแต่กำเนิด โรคติดเชื้อระบบต่างๆ อุบัติเหตุ ฯลฯ ภาวะเปราะบางไม่ใช่โรค แต่เป็นภาวะหนึ่งของร่างกายซึ่งอยู่ระหว่างกลางของความสามารถในการทำงานได้กับภาวะไร้ความสามารถ และอยู่ระหว่างความมีสุขภาพดีกับความเป็นโรค นับเป็นปัญหาสุขภาพที่สำคัญและพบบ่อยในผู้สูงอายุ ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านร่างกายและจิตใจ ผู้ที่มีภาวะเปราะบาง ความสามารถทางกายภาพของระบบต่าง ๆ ภายในร่างกายลดลง เพิ่มความรุนแรงของความเจ็บป่วย บกพร่องทางความคิด การเคลื่อนไหวของร่างกายลดลง ทั้งการเดินและการทรงตัวจนอาจเกิดการพลัดตกหกล้ม และเกิดภาวะพึ่งพาในที่สุด หากมีอาการตั้งแต่ 3 ข้อขึ้นไปจาก 5 ข้อดังต่อไปนี้ถือว่าผู้สูงอายุมีภาวะเปราะบาง (1) น้ำหนักลดโดยไม่ได้ตั้งใจ หรือไม่ทราบสาเหตุมากกว่า 4.5 กิโลกรัม หรือมากกว่าร้อยละ 5 ของน้ำหนักตัวในระยะเวลา 1 ปี (Weight Loss) (2) รู้สึกเหนื่อย หมดแรง (Exhaustion) (3) กล้ามเนื้ออ่อนแรง (Weakness) (4) เดินช้าลง (Low Walking Speed) (5) ออกแรงในชีวิตประจำวันลดลง (Low Physical Activity) ผลกระทบจากภาวะเปราะบางด้านจิตใจ บกพร่องทางความคิด ภาวะซึมเศร้า รู้สึกสิ้นหวัง หมดแรง ด้านร่างกาย เพิ่มการพลัดตกหกล้มจากการที่ผู้สูงอายุสูญเสียความสามารถในการเดินและการทรงตัว กล้ามเนื้ออ่อนแรง การทำงานของระบบต่าง ๆ ลดลง ด้านเศรษฐกิจ สูญเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มมากขึ้นเนื่องจากเพิ่มความรุนแรงของการเกิดโรคต่าง ๆ ทำให้เกิดภาวะสับสนเฉียบพลันจากการเจ็บป่วย ต้องการคนดูแล การดูแลระยะยาว การเข้าพักรักษาตัวในโรงพยาบาล ความพิการ และเพิ่มอัตราการเสียชีวิตมากขึ้น (โรงพยาบาลกรุงเทพ, 2567: ออนไลน์)

คุณภาพชีวิต

พศิน อินทรวงศ์ (2564) คุณภาพชีวิตทางสุขภาพ หมายถึง การประเมินผลของโรคและการรักษาว่ามีผลกระทบต่อชีวิตของผู้ป่วย จากมุมมองของผู้ป่วยเอง ไม่ใช่แค่การวัดว่าป่วยหรือไม่ป่วยเท่านั้น แต่ยังรวมถึงความรู้สึก ความพึงพอใจ และความสามารถในการทำกิจกรรมต่างๆ ในชีวิตประจำวันด้วย

คุณภาพชีวิต 5 ประการ มีดังนี้

1.ด้านจิตใจ

1.1 มีความฉลาดทางธรรม รู้ובบายใจที่ทำให้ละความคิดในเชิงอกุศลได้เร็ว ทำให้เป็นคนมีกำลังใจที่ดี เข้มแข็ง ไม่จิตตกง่าย

1.2 มีปัญหาแบายกาย เล็งเห็นความไม่เที่ยงของสิ่งต่างๆ ไม่หลงยึดวัตถุ ผู้คนและความรู้สึกของตนว่ามั่นคงถาวร

1.3 สามารถกำหนดจิตให้มีสมาธิอยู่กับสิ่งที่ทำได้

1.4 รู้จักจุดอ่อนและจุดแข็งของตนเองระวังกิเลสฝายต่ำ เพิ่มพูนความดีที่มีให้ขยับขยายยิ่งๆขึ้นไป

1.5 กำหนดจิตว่างจากความคิดเพื่อผ่อนคลายได้เป็นปกติ

2.ด้านร่างกาย

2.1 มีปัจจัย 4 เพียงพอแก่ตน ไม่อดอยาก ไม่ลำบากยากไร้

2.2 กินดื่มอาหารมีคุณภาพ ออกกำลังกายเป็นปกติ อยู่ในสถานที่อากาศถ่ายเท นอนหลับเต็มตื่น ขับถ่ายสะดวก มีเพศสัมพันธ์ตามความเหมาะสมในกรอบศีลธรรมจรรยา

2.3 มีความประณีต ใส่ใจในสิ่งเล็กๆ น้อยๆ ที่เป็นวิถีชีวิตประจำวัน

2.4 ได้ปรุงอาหารด้วยตนเองบ้าง กินอาหารเป็นยารักษาโรค รู้ถึงความสำคัญและที่มาที่ไปของอาหารที่เรากิน

2.5 มีความสุขกับการปิดกวาดเช็ดถูล้างจาน ทำสิ่งเหล่านี้เสมอๆ เพื่อให้บ้านสะอาดและน่าอยู่

3.ความสัมพันธ์

3.1 พุดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกับครอบครัวและบุคคลอันเป็นที่รักได้ตามปกติ เปิดใจรับฟัง ไม่ปิดกั้นด้วยความเห็นที่แตกต่าง

3.2 มีโอกาสใช้เวลาร่วมกันเสมอๆ

3.3 รู้สึกอบอุ่นใจว่ามีใครบางคนอยู่เคียงข้างในยามสุขและทุกข์

3.4 ได้ทำสิ่งดีๆ ให้คนที่รัก

3.5 รับรู้ถึงความสุขเมื่อเห็นคนที่รักมีความสุข

4. การงาน

- 4.1 มีความสุขและภูมิใจในงานที่ทำ ตื่นมาทุกเช้าด้วยความคิดที่จะพัฒนาและปรับปรุงงานให้ดียิ่งขึ้น
- 4.2 รับรู้ได้ว่างานของเรามีคุณค่าต่อผู้อื่น แม้เป็นส่วนเล็กๆ แต่ก็รู้สึกมีความหมายกับโลกใบนี้
- 4.3 สุขใจขณะที่ลงมือทำ
- 4.4 สามารถเลี้ยงดูชีวิตตนเองและครอบครัวได้
- 4.5 ระยะเวลาที่ทำและความเชี่ยวชาญในงานมีมูลค่าในตัวของมันเอง
- 4.6 ยิ่งทำงาน ความเห็นแก่ตัวยิ่งน้อยลง

5. รางวัลชีวิต

- 5.1 มีโอกาสได้ทำสิ่งที่รักโดยไม่คิดถึงเงินทองเป็นตัวตั้ง
 - 5.2 ได้ช่วยเหลือผู้อื่นและสังคมในจุดที่เราพอจะทำได้ รู้สึกว่าชีวิตมีประโยชน์กับผู้อื่น
 - 5.3 เบียดเบียนโลกน้อย ไม่ใช้ทรัพยากรโลกอย่างฟุ่มเฟือยใช้อย่างพอดีๆ
 - 5.4 แผ่ความรู้สึกดีๆ ให้คนรอบข้างและสังคมอยู่เสมอ รู้สึกโชคดียิ่งที่ได้เกิดมา รู้สึกยินดีกับสิ่งดีๆ ในชีวิตของผู้อื่น
 - 5.5 ใช้เวลาอย่างมีคุณค่า ไม่เสียดายชีวิตเมื่อวันสุดท้ายมาถึง
- แม้ใครก็ตามที่ทำได้หรือใกล้เคียง ก็ให้ใจได้เลยว่าเราเองก็มีชีวิตที่มีคุณภาพตามสมควร ชีวิตไม่ได้มีเพียงด้านเดียว แต่มีหลากหลายมิติที่ต้องดูแลเพื่อให้เกิดสมดุล สมดุลนี้เป็นสมดุลทั้งภายนอกและภายใน ดูแลชีวิตของท่านให้ดี ดูแลทุกๆ มิติของชีวิตให้ดี ค่อยๆทำ ค่อยๆฝึกฝนลงมือ สิ่งเหล่านี้ไม่่ง่าย แต่ก็ไม่ยากเกินไป สำหรับคนที่รักและปรารถนาดีกับตนเอง

10 ข้อคิด อยู่กับชีวิตตามจริงตามที่มันเป็น

1. สัมผัสลมหายใจเข้าออกรับรู้ถึงปรารถนาชีวิตภายใน ดั่งนายทวารผู้เฝ้าประตู ใครเข้าให้รู้ ใครออกให้รู้ ลมหายใจของเรามีทั้งสั้นยาวและหนักเบา รับรู้ได้ย่อมเกิดความสงบเล็กๆ เป็นพื้นฐานให้สติปัญญาองกงาม
2. ยิ้มให้ตนเองอย่างไร้เงื่อนไข ดั่งพระพุทธรูป ยิ้มน้อยๆด้วยความเบิกบาน รื่นรมย์ มิจำเป็นต้องมีเรื่องราวดีๆเราก็ยิ้มได้ เพราะชีวิตคือสิ่งดีงามในตนเอง ชีวิตงดงามไร้เงื่อนไข มีแต่เราเท่านั้น ที่สร้างเงื่อนไขให้ชีวิตมากมาย เงื่อนไขชีวิตมิใช่อะไรอื่น คือกำแพงสูงใหญ่เพื่อขังตัวเอง
3. ถอดรองเท้าแล้วเดินให้ฝ่าเท้าสัมผัสพื้นดินทราย รับรู้ถึงพลังของโลกทั้งใบ ทรายละเอียดอย่างไร ความเย็นและความร้อนของสิ่งที่เหยียบย่าง สำนวญด้วยใจว่างๆ ทำเช่นนี้เสมอๆด้วยใจผ่อนคลาย จะรับรู้ได้ถึง ความพิเศษอัศจรรย์ของความละเอียดในการปฏิสัมพันธ์กับสิ่งรอบตัว
4. บ้านของเรามีใช่เพียงบ้านเรือนที่เราครอบครองในโฉนดที่ดิน ทว่าคือทุกสิ่งทั้งหมด ท้องฟ้า ภูเขา ดอกไม้ ล้วนเป็นของสรรพสิ่งจงไว้วางใจว่าเราคือส่วนหนึ่ง เรามิได้เป็นอื่น ไม่มีสอง ไม่มีสาม ไม่มีสี่ แต่คือหนึ่งเดียวกันทั้งหมด คิดเช่นนี้เราจะกลายเป็นผู้ร่ำรวย ไม่ยากจน ไม่ต้องเป็นไปอย่างผู้ขาดแคลน
5. ยืน เดิน นั่ง นอน ให้อารมณ์ถึงกายเคลื่อนไหวรับรู้ความสัมพันธ์ของสิ่งรอบตัวซึ่งสอดประสานกับการเคลื่อนไหวของเรา กาย ความคิด และโลกเป็นคนละส่วน แต่ทำงานร่วมกัน จงตระหนักถึงแต่ละส่วน ใน

ลักษณะปัจเจก และตระหนักถึงการหล่อหลอมเป็นกลุ่มเป็นก้อนในลักษณะแห่งเอกภาพ เราเห็นความเกี่ยวข้อง แต่เราก็ไม่ปฏิเสธถึงการแยกส่วน เรียกว่ารู้จักแห่งความจริงโดยรอบสูงสุด

6. ความคิดผุดพรายดั่งเม็ดฝนหากเฝ้าสังเกตเบาๆ ย่อมเห็นความคิดไหวๆเกิดขึ้น ตั้งอยู่ ดับไป อยาผูกใจเป็นสรณะ เพราะความคิดผุดขึ้นไปๆมาๆ ยึดมั่นถือมั่นไม่ได้ ความคิดเป็นมายาเกิดและดับ โดยธรรมชาติเห็นบ่อยๆ จึงเบื่อหน่ายคลายวาง

7. ความโกรธดังสายฟ้าพาดเร็วและแรง ความกังวลดังภาวะแผ่นดินไหว เขย่าให้ชีวิตโคลงเคลง ความเหงาเศร้าดังฝันทรายดูดในท้องทะเลทรายเว้งว่าง มันค่อยๆกลืนกินอย่างช้าๆ ยากยิ่งรู้ตัว อารมณ์ความรู้สึกหลากหลาย มีคุณสมบัติแตกต่าง จงตระหนักศึกษาอยู่เสมอให้เชี่ยวชาญ เมื่อรู้ธรรมชาติพื้นๆของอารมณ์แต่ละชนิด ย่อมตระหนักรับมือได้ ไม่ตกเป็นทาส

8. ผู้คนเดินสวนไปมาล้วนมีภูมิหลังฝังใจหล่อหลอมให้เขาเป็นไป กำหนดการกระทำ มองคนควรมองให้ขาด อย่ามองเพียงฉาก แต่จงเห็นเบื้องหลัง ทะลุถึงชีวิตและการเลี้ยงดูวัยเยาว์ตราប់ปัจจุบันกาล ด้วยปัญญารอบ มิใช่มองเพียงส่วนเดียวหรือด้วยความฉลาดแบบโลกๆ ที่สำคัญคือ มองแบบฉาบเคลือบ ด้วยเมตตา จึงเห็นว่าทุกคนล้วนอ่อนแอและมีบาดแผลปกปิดความเจ็บช้ำด้วยความกลัว ความโกรธ และความสิ้นหวัง เห็นเช่นนี้ได้จะคิดอภัยคน ไม่คิดแค้นเคืองใคร ไฟแผ่ความร้อน น้ำแผ่ความเย็น แก่นแกนเช่นไร กระแสซึ่งแผ่ขยายย่อมทิศทางเดียวกัน น้อมใจให้อ่อนโยน ให้ความอ่อนโยนกลายเป็นแก่นกลางวิญญูญาณ เพื่อกระแสชีวิตแห่งเราจะแผ่สัมผัสผู้คนรอบข้างด้วยความเมตตา เปลี่ยนแปลงภายนอกยังมีใช้กระแส ค่อยๆเปลี่ยนแปลงภายในจึงค่อยๆ สร้างกระแสใหม่ได้ ศูนย์กลางใจเป็นความโลภ โกรธ หลง แม้กิริยาภายนอกงดงามก็เป็นของปลอม ไม่เพียรนัก แต่ก็ไม่พักเลย ฝึกตนปรับใจให้ถึงแก่นกลางวิญญูญาณ

9. ดีใจหรือเสียใจให้เป็นไปกลางๆ พอดีๆ ดีใจหรือเสียใจสู่ความสงบใจไม่ได้ ความสงบไร้สีสัน ไม่ใช่ขาว ไม่ใช่ดำ เพียงตระหนัก รับรู้ ไม่เข้าไปเป็นอะไรต่อมิอะไร เห็นว่าดีใจ ก็เพียงดีใจ แต่ไร้ผู้ดีใจ เห็นว่าเสียใจก็เพียงเสียใจ แต่ไร้ผู้เสียใจ ห้ามความคิดสุดทางเป็นไปไม่ได้ แต่เฝ้าเห็นสังเกตความไม่จริงของความคิดจนสุดท้ายเป็นไปไม่ได้ ความคิดเป็นเพียงเงากระຈก เหมือนของจริง แต่ไร้ตัวตนและจับต้องไม่ได้เลย

10. ชีวิตคนเราแสนสั้น แต่สำคัญมีทั้งสุขและทุกข์เปลี่ยนผ่านหาความแน่นอนได้เพียงสิ่งเดียวคือชีวิตไม่แน่นอนแน่ๆ แต่ก็ไม่เป็นไรหรอก เพราะสายน้ำย่อมไหลเรื่อยไปเช่นนั้นก็ถูกต้องแล้ว น้ำนิ่งย่อมเป็นน้ำตาย น้ำตายก็ย่อมดื่มกินไม่ได้ เมื่อดื่มกินไม่ได้ย่อมไร้ชีวิต สิ่งไร้ชีวิตแข็งทื่อ ไร้ความยืดหยุ่นนี่คือความตาย ความเปลี่ยนแปลงเท่านั้นที่ไร้ชีวิตและให้ชีวา ชีวิตคือลมหายใจ ชีวาคือความหมายที่เรายังหายใจอยู่ ของจะมีชีวิตอยู่ด้วยความสุขสนุกสนานดังเด็กน้อยในสวนดอกไม้ไม่มีสิ่งใดเลวร้ายที่เกิดขึ้น เพราะสิ่งใดที่เกิดขึ้น สิ่งนั้นจะนำเราไปสู่เส้นทางอันดีงามเสมอ

สติปัฏฐาน 4

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตฺโต) (2548) สติปัฏฐาน 4 คือ “ธรรมเป็นที่ตั้งแห่งสติ” การตั้งสติกำหนดพิจารณาสิ่งทั้งหลาย ให้รู้เห็นตามความเป็นจริง 4 อย่าง

- 1) กายานุปัสสนาสติปัฏฐาน ตั้งสติพิจารณากายรู้เห็นตามเป็นจริงว่าเป็นเพียงกาย
- 2) เวทนานุปัสสนาสติปัฏฐาน ตั้งสติพิจารณาเวทนา มีสติรู้ชัดว่า สุขก็ดี ทุกข์ก็ดี เฉย ๆ ก็ดี ตามที่เป็นในขณะนั้น
- 3) จิตตานุปัสสนาสติปัฏฐาน ตั้งสติพิจารณาจิต มีสติรู้ชัดจิตของตนที่มีราคะ ไม่มีราคะ มีโทสะ ไม่มีโทสะ มีโมหะ ไม่มีโมหะ เศร้าหมองหรือผ่องแผ้ว ฟุ้งซ่านหรือเป็นสมาธิ
- 4) อิมมานุปัสสนาสติปัฏฐานตั้งสติพิจารณาธรรม มีสติรู้ชัดธรรมทั้งหลาย ได้แก่ นิเวศน์ 5 ชั้น 5 อายตนะ 12 โภชนกัม 7 อริยสัจ 4 ว่าคืออะไร เป็นอย่างไร มีในตนหรือไม่ เกิดขึ้น และดับไปได้อย่างไร เมื่อปฏิบัติบ่อย ๆ จนเป็นพื้นฐานในการดำเนินชีวิต เราย่อมมีสติรู้ตัวตลอดเวลา "สมาธิ และ ปัญญา" ก็จะเกิดขึ้นตามมา ชีวิตไม่ตกอยู่ในความประมาท ทำให้สามารถคิดแก้ไขอุปสรรคได้อย่างสำเร็จลุล่วงต่อไป

บทสรุป

ก่อนจะเข้าสู่การปฏิบัติตามหลักสติปัฏฐานนั้น ต้องทำความเข้าใจภาวะเปราะบางในผู้สูงอายุซึ่งเป็นสิ่งสำคัญ ภาวะนี้หมายถึงสภาวะที่ ร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้สูงอายุ มีความเสี่ยงต่อการเกิดปัญหาสุขภาพ การสูญเสียความเป็นอิสระ และการด้อยคุณภาพชีวิตมากกว่าคนทั่วไป

หลักสติปัฏฐาน: เครื่องมือในการเสริมสร้างคุณภาพชีวิต

สติปัฏฐานเป็นหลักการฝึกปฏิบัติตามคำสอนของพระพุทธเจ้า ที่เน้นการรู้เท่าทันปัจจุบันขณะ ไม่ที่จะเป็นการรู้เท่าทันกาย สัมผัส จิต และธรรม โดยการฝึกสติปัฏฐานอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถลดความเครียดและความวิตกกังวล การฝึกสติช่วยให้จิตใจสงบและผ่อนคลาย ลดความกังวลเกี่ยวกับสุขภาพ และอนาคตปรับปรุงคุณภาพการนอนหลับ การฝึกสติก่อนนอนช่วยให้จิตใจสงบและหลับได้ง่ายขึ้นเพิ่มความสามารถในการรับมือกับความเจ็บปวด การฝึกสติช่วยให้ผู้สูงอายุเรียนรู้ที่จะรับมือกับความเจ็บปวดทั้งทางกายและทางใจได้ดีขึ้นเสริมสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่น การฝึกสติช่วยให้เข้าใจและเห็นอกเห็นใจผู้อื่นมากขึ้น เพิ่มความรู้สึก การฝึกสติช่วยให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในสิ่งที่มีอยู่และมีความสุขกับปัจจุบัน

วิธีการนำหลักสติปัฏฐานไปใช้

ฝึกสมาธิ: เริ่มต้นด้วยการฝึกสมาธิเบื้องต้น เช่น การนั่งสมาธิ การเดินจงกรม หรือการทำสมาธิขณะทำกิจวัตรประจำวัน

รู้เท่าทันกาย: สังเกตความรู้สึกต่างๆ ในร่างกาย เช่น ความรู้สึกเจ็บ ปวด คัน หรือความรู้สึกผ่อนคลาย

รู้เท่าทันความรู้สึก: สังเกตความรู้สึกทางใจ เช่น ความโกรธ ความกลัว ความสุข หรือความเศร้า

รู้เท่าทันความคิด: สังเกตความคิดที่เกิดขึ้นในใจ ไม่ยึดติดกับความคิดใดความคิดหนึ่ง

รู้เท่าทันธรรม: สังเกตปรากฏการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้นรอบตัว เช่น เสียง กลิ่น รส สัมผัส กิจกรรมที่ส่งเสริมการฝึกสติสำหรับผู้สูงอายุ

โยคะ: ช่วยผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ

ไทเก๊ก: ช่วยพัฒนาสมดุลและความยืดหยุ่น

การทำสวน: ช่วยให้ผ่อนคลายและได้ใกล้ชิดธรรมชาติ

การฟังเพลง: ช่วยผ่อนคลายและสร้างความสุข

การทำอาหาร: ช่วยให้ผ่อนคลายและได้ใช้เวลาทำกิจกรรมที่มีประโยชน์

การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรม: เช่น กลุ่มสวดมนต์ กลุ่มทำสมาธิ

ข้อควรระวัง ควรปรึกษาแพทย์: ก่อนเริ่มฝึกปฏิบัติใดๆ ควรปรึกษาแพทย์เพื่อประเมินสุขภาพค่อยเป็นค่อยไป เริ่มต้นด้วยการฝึกปฏิบัติในเวลาสั้นๆ และค่อยๆ เพิ่มเวลาฝึกปฏิบัติทีละน้อย ควรหาเพื่อนฝึกการฝึกปฏิบัติร่วมกับผู้อื่นจะช่วยให้เกิดแรงบันดาลใจและมีกำลังใจมากขึ้น

กล่าวได้ว่า การเสริมสร้างคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุภาวะเปราะบางด้วยหลักสติปัฏฐาน 4 เป็นวิธีการที่ง่ายและสามารถทำได้เองที่บ้าน การฝึกสติอย่างสม่ำเสมอจะช่วยให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพกายและใจที่ดีขึ้น มีความสุขกับชีวิตมากขึ้นและสามารถใช้ชีวิตได้อย่างมีคุณภาพ

บรรณานุกรม

ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย. บทความวิชาการสำนักงานวิชาการสำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา. 3(16), 15-26.

สำนักส่งเสริมสุขภาพ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข. (2560). การสร้างเสริมสุขภาพ. จาก <https://www.hitap.net/17295>

โรงพยาบาลกรุงเทพ. (2567). ภาวะเปราะบางในผู้สูงอายุ. จาก https://www.bangkokhospital.com/content/frailty-in-elderly?srsltid=AfmBOoqivb7ZsmmtvW22nAmsUeo4_oR1iSPBcbOwd0r5iktLVtjymoE4

พศิน อินทรวงศ์. (2567). ว่าด้วยคุณภาพชีวิต 5 ประการ. กรมสุขภาพจิต กระทรวงสาธารณสุข นิตยสารชีวิต. 557 (24), 10-20.

สมเด็จพระพุทธโฆษาจารย์ (ป.อ.ปยุตฺโต) (2548). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลผล. [เว็บไซต์]. สืบค้น 6 กันยายน 2567 <https://www.thaipbs.or.th/now/infographic/310> [6 กันยายน 2567].

การวิเคราะห์โครงสร้างเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997

ภายใต้ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน

STRUCTURAL ANALYSIS OF THAILAND'S ECONOMY DURING THE “DEVELOPMENTAL ERA”

FROM 1957-1997 USING THE SOCIAL STRUCTURE OF ACCUMULATION THEORY

ปวร เกียรติยุทธชาติ

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : eugene.kiatyutthachart@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษา “โครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน” ของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 บนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ด้วยข้อมูลที่ได้มาจากการวิจัยเอกสารโดยอาศัยทั้งหลักฐานขั้นต้นและหลักฐานขั้นรอง ผลการวิจัยพบว่า โครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ประกอบไปด้วย “ชุดของสถาบัน” สี่องค์ประกอบด้วยกัน คือ (1) ชุดความคิดว่าด้วยการพัฒนาตามแนวทางทุนนิยมจากสหรัฐอเมริกา (2) การกำหนดนโยบายและควบคุมเศรษฐกิจมหภาคโดยเทคโนโลยี (3) ความสัมพันธ์ระหว่างนายธนาคาร พ่อค้า และนักอุตสาหกรรม ภายใต้ตลาดแข่งขันน้อยราย และ (4) การควบคุมกำลังแรงงานอย่างเข้มข้น ทั้งหมดนี้นำมาสู่การเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไรซึ่งแสดงออกมาในรูปแบบของ “คลื่นลูกยาว” ระหว่าง ค.ศ. 1954 ถึง ค.ศ. 1998 งานวิจัยชิ้นนี้นอกจากจะนำมาซึ่งคำอธิบาย “เชิงทางเลือก” ว่าด้วยเส้นทางการพัฒนาของเศรษฐกิจไทยในระบอบดังกล่าวแล้ว ผลการวิจัยชิ้นนี้ยังสามารถใช้เป็นพื้นฐานในการต่อยอดเพื่อวิเคราะห์เศรษฐกิจไทยร่วมสมัยผ่านทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนต่อไป

คำสำคัญ : ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน, โครงสร้างเศรษฐกิจไทย, จุดเชื่อมต่อสำคัญ

Abstract

This research aims to find the “Social Structure of Accumulation” in Thailand between 1957 and 1997. Using a historical analysis of the data obtained through documentary research on both primary and secondary data, the results are that the Thai economy between 1957 and 1997 consisted of four basic institutional arrangements: (1) American “capitalist” developmental ideas; (2) technocrat’s oversight of planning and macroeconomic management; (3) oligopolistic competition of the partnership between bankers-traders-capitalists; and (4) tight control over labor forces. These insights could describe the process of accumulations and fluctuations in Thailand’s rate of profit that is shown as “long waves”

between 1954 and 1958. In addition to providing “alternative explanations” of Thailand’s economic development, this research could become a basis for the recent study of the Thai economy using the Social Structure of Accumulation Theory.

Keywords : Social Structure of Accumulation Theory, Thai Economic Structure, Critical Juncture

บทนำ

ในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 เศรษฐกิจไทยนับว่าเป็นหนึ่งในเศรษฐกิจที่มีการเจริญเติบโตเป็นลำดับต้น ๆ ของโลก ด้วยอัตราเฉลี่ยระหว่างทศวรรษที่ 1950 และทศวรรษ 2000 เฉลี่ยที่ร้อยละ 6.6 ต่อปี (Siriprachai, 2009, p. 152) พร้อมกับสถิติสูงสุดที่เติบโตเฉลี่ยถึงร้อยละ 9.2 ต่อปี ระหว่างค.ศ. 1987 และ 1996 (Warr 2005, อ้างใน Siriprachai, 2009, p. 153) ในขณะที่ช่วงเวลาก่อนที่จะถึงทศวรรษที่ 1950 เศรษฐกิจไทยเติบโตโดยเฉลี่ยเพียงร้อยละ 0.2 ต่อปี (Manarangsan 1989, อ้างใน Siriprachai, 2009, p. 153) ผลงานในการเปลี่ยนผ่านจาก “เศรษฐกิจชายขอบ” (periphery economy) ที่พึ่งพาการส่งออกข้าว และทรัพยากรธรรมชาติอื่นๆ ไปสู่เศรษฐกิจสมัยใหม่บนพื้นฐานของการผลิตและภาคบริการที่สำคัญแห่งหนึ่งของภูมิภาค นำมาซึ่งความพยายามในการศึกษา “เส้นทาง” ของการนำมาซึ่งความจำเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะเวลาอันสั้น

ข้อเสนอพื้นฐานนั้นมีที่มาจากนักเศรษฐศาสตร์กระแสหลัก เช่นรายงานของธนาคารโลกในปี ค.ศ. 1993 ที่จัดกลุ่มให้ไทยเป็นส่วนหนึ่งของ “กลุ่มเศรษฐกิจเอเชียที่มีศักยภาพสูง” (High Performing Asian Economies - HPAE) ซึ่งการจำเจริญเติบโตของเศรษฐกิจกลุ่มนี้เป็นผลจากปัจจัยพื้นฐานสามประการ คือ (1) การขยายตัวของภาคออมและการลงทุนภายในประเทศ (2) การเพิ่มประสิทธิภาพของภาคการเกษตรเชิงพาณิชย์ และ (3) การพัฒนาทุนมนุษย์อย่างต่อเนื่อง ปัจจัยพื้นฐานที่กล่าวมานี้เกิดขึ้นได้โดยการแทรกแซง “อย่างเข้มข้น” โดยภาครัฐในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจมหภาคและการพัฒนา “อุตสาหกรรมเป้าหมาย” (target industries) จนนำมาสู่การสะสมทุนทั้งในรูปแบบของทุนกายภาพและทุนมนุษย์ที่ส่งผลต่อการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจอย่างน่าอัศจรรย์ใจ (the World Bank, 1993, pp. 5–6) อย่างไรก็ตาม มีข้อถกเถียงจากนักวิชาการบางส่วนเช่น Krugman (1994), Young (1994, and 1995), และ Sarel (1997) ว่าการสะสมทุนดังกล่าวเกิดจากการขยายตัวอย่างรวดเร็วของประชากร การลงทุนในปริมาณมหาศาลกับการศึกษา และอัตราการออมในประเทศที่สูงมากโดยมีภาครัฐเป็นผู้ “จัดสรร” เงินออมอีกทอดหนึ่ง (Siriprachai, 2009, pp. 153–154) ถึงกระนั้น คำอธิบายภายใต้เศรษฐศาสตร์กระแสหลักก็หนักแน่นน้อยลงหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 เมื่อความล้มเหลวของกลุ่มประเทศ “เสือเอเชีย” ถูกอธิบายว่าเป็นผลจากการเปิดเสรีที่ไม่เพียงพอ การแทรกแซงของรัฐที่มากเกินไป รวมถึงไปถึงปัจจัยว่าด้วยพวกพ้องนิยม (cronyism) และความเสี่ยงเชิงจริยธรรม (moral hazard) (Krugman, 2008, pp. 94–97)

ในขณะที่เดียวกัน ยังคงมีข้อเสนอทางเลือกอื่นๆ ในการอธิบายการจำเจริญเติบโตของเศรษฐกิจไทย เช่น การอธิบายด้วยทฤษฎีการทำให้ทันสมัย (modernization theory) ว่าการพัฒนาเศรษฐกิจของไไทยนั้นได้รับอิทธิพลจากความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างกลุ่มทุนและ “ชนชั้นนักล่า” (predatory class) หรือชนชั้นนำที่จะได้รับผลประโยชน์เมื่อเศรษฐกิจนั้นเจริญเติบโตขึ้นไป ทฤษฎีพึ่งพา (dependency theory) เชื่อว่าเศรษฐกิจไทยถูกตรึงไว้กับระเบียบเศรษฐกิจโลกรูปแบบหนึ่งที่ทำให้เศรษฐกิจของประเทศพัฒนาแล้วดึงส่วนเกินทางเศรษฐกิจจากประเทศกำลังพัฒนาไปเพื่อสร้างความเจริญเติบโตให้กับตนเอง ทฤษฎีสถาบันนิยมเชิงประวัติศาสตร์ (historical-institutionalism) เน้นไปที่ “ความอ่อนแอ” ของรัฐไทยเมื่อเปรียบเทียบกับรัฐที่พัฒนาแล้ว ส่วนทฤษฎีมาร์กซิสต์มุ่งอธิบายถึงผลของการเปลี่ยนแปลงไปสู่ระบอบทุนนิยมที่ส่งผลต่อความสัมพันธ์ในเชิงการเมือง เศรษฐกิจและสังคม (Hewison, 2002, pp. 226–230)

อย่างไรก็ตาม ชุดของคำอธิบายข้างต้นนั้นยังไม่เพียงพอต่อการอธิบายถึง “จุดเชื่อมต่อสำคัญ” (critical junctures) อันหมายถึง “สถานการณ์ที่ไม่แน่นอน ซึ่งการตัดสินใจของตัวละครสำคัญมีผลชี้ขาดในเชิงสาเหตุต่อการเลือกเส้นทางหนึ่งของการพัฒนาเชิงสถาบัน แทนที่จะเป็นเส้นทางอื่น ๆ ที่เป็นไปได้” (Capoccia, 2016, p. 86) ของการพัฒนาเศรษฐกิจไทย หรือพูดอีกนัยหนึ่งคือ การสืบสาวย้อนกลับไปสู่จุดกำเนิดของโครงสร้างทางสังคมเศรษฐกิจ ซึ่งโครงสร้างฯ ที่ว่านั้นถูกประกอบสร้างและจัดรูปแบบจากทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก จะทำให้ทราบถึงปฏิสัมพันธ์ของโครงสร้างฯ ดังกล่าวต่อการกำหนดกระบวนการพัฒนาทางเศรษฐกิจ และรวมไปถึงประพจน์กรรมของตัวแสดงทางเศรษฐกิจสามกลุ่มคือรัฐ ทุน และแรงงาน และจะนำมาซึ่งคำอธิบายว่าด้วยกระบวนการพัฒนาเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ช่วงเวลาที่เริ่มมีการขยายตัวไปสู่ช่วงเวลาวิกฤตที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

ด้วยการประยุกต์ใช้ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน (Social Structure of Accumulation Theory) งานวิจัยชิ้นนี้จึงมีวัตถุประสงค์หลักในการศึกษาโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 เพื่อสืบสาวย้อนกลับไปยัง “จุดเชื่อมต่อสำคัญ” ของการพัฒนาเศรษฐกิจไทย และเพื่อศึกษาผลของโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทยต่อประพจน์กรรมของตัวแสดงทางเศรษฐกิจสามกลุ่มคือรัฐ ทุน และแรงงาน ที่แสดงให้เห็นผ่านการเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไร (rate of profit) ที่สะท้อนออกมาในรูปแบบของ “คลื่นลูกยาว” (long waves) ของระดับอัตรากำไรที่มีระยะเวลาระหว่าง 40-50 ปี

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน

งานบุกเบิกโดย Bowles, Gordon, และ Weisskopf (1986) เสนอว่ามีปัจจัยเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงกับสิ่งที่เรียกว่า “แนวรบทั้งสามด้านของทุน” (Three Front Wars of Capital) อันประกอบไปด้วยความสัมพันธ์ระหว่างทุนและแรงงาน อำนาจในการกำหนดราคาปัจจัยการผลิตและสินค้านำเข้า-ส่งออก และ

อำนาจในการกำหนดนโยบายของรัฐ ซึ่งปัจจัยเชิงโครงสร้างดังกล่าวนั้นก็คือโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน (Social Structure of Accumulation)

Bowles, Gordon, และ Weisskopf นำข้อเสนอดังกล่าวมาวิเคราะห์เศรษฐกิจของสหรัฐอเมริกาในช่วงระหว่างปี ค.ศ. 1945 และ ค.ศ. 1980 อันเป็นช่วงเวลา “ยุคทอง” ของระบอบทุนนิยม และได้ข้อสรุปว่าโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของสหรัฐอเมริกาในช่วงระยะเวลาดังกล่าวนั้นประกอบไปด้วย

1. ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและทุน (Capital-Labor Accord): ความสัมพันธ์ที่ตอบสนองระหว่างนายทุนและแรงงาน หรือ *quid pro quo* มีลักษณะที่นายทุนใช้อำนาจในการบริหารที่ดินมีในการต่อรองกับสภาพแรงงาน โดยให้หลักประกันว่าค่าจ้างที่แท้จริง (real compensation) นั้นจะปรับตัวเพิ่มสูงขึ้นตามผลิตภาพของแรงงาน มีการปรับปรุงสถานที่ทำงาน และเพิ่มหลักประกันความมั่นคงในการทำงาน (job security) ในขณะเดียวกัน ความสัมพันธ์ที่ตอบสนองดังกล่าวนี้นำมาสู่ข้อตกลงในการปันส่วนผลกำไร และทำให้อัตราตอบแทนของแรงงานที่เป็นสมาชิกของสหภาพฯ และนอกสหภาพฯ เริ่มที่จะแตกต่างกัน
2. ระเบียบโลกภายใต้การนำของสหรัฐอเมริกา (*Pax Americana*): สถาบันการเมืองและเศรษฐกิจระหว่างประเทศหลังสงครามมีบทบาทสำคัญในการสถาปนาสหรัฐอเมริกาให้เป็นมหาอำนาจในระบบเศรษฐกิจทุนนิยมโลก สถานะนี้เอื้อประโยชน์ต่อทุนอเมริกันทั้งในแง่การซื้อสินค้าขั้นกลาง (intermediate goods) และการส่งออกสินค้าสำเร็จรูป กล่าวอีกนัยหนึ่ง การเปิดเสรีทางเศรษฐกิจภายใต้ *Pax Americana* ส่งผลต่อความสามารถของทุนในการเจรจาต่อรองกับแรงงานและประชาชนทั่วไป
3. ความสัมพันธ์ระหว่างทุนและพลเมือง (Capital-Citizen Accord): ข้อตกลงระหว่างทุนและพลเมืองเป็นกระบวนการทางการเมืองในการจัดการกับผลประโยชน์ที่ขัดแย้งกันระหว่างความต้องการสร้างกำไรสูงสุดของทุน กับความต้องการความมั่นคงทางเศรษฐกิจและความรับผิดชอบต่อสังคมของประชาชน (Bowles, Gordon, & Weisskopf, 1986, pp. 140–146)

งานฉบับปรับปรุงในปี ค.ศ. 1996 ได้เพิ่มอีกหนึ่งองค์ประกอบของโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของสหรัฐอเมริกา ซึ่งก็คือการแข่งขันระหว่างทุน (inter-capitalist rivalry) ข้อเสนอในที่นี้คือกลุ่มทุนอเมริกันแทบไม่ต้องเผชิญกับการแข่งขันและสามารถสะสมทุนได้อย่างมหาศาลจนถึงทศวรรษที่ 1960 หลังจากนั้น กลุ่มทุนอเมริกันต้องเผชิญกับคู่แข่งทั้งจากภายในประเทศและภายนอกประเทศ การแข่งขันที่เพิ่มขึ้นนำมาสู่ความสามารถในการทำกำไรที่ลดลง (Gordon, Weisskopf, & Bowles, 1995, pp. 232–235)

สำหรับงานศึกษาเศรษฐกิจไทยผ่านทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน ณ ปัจจุบัน (ปี ค.ศ. 2024) ยังไม่มีงานวิชาการที่ศึกษาโครงสร้างเศรษฐกิจไทยผ่านทฤษฎีฯ ข้างต้นแต่อย่างใด

โครงสร้างเศรษฐกิจไทย

การเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างที่สำคัญที่สุดของระบบเศรษฐกิจไทยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 คือการเปลี่ยนแปลงของมูลเหตุของการจำเรียดเติบโตทางเศรษฐกิจจากภาคการเกษตรมาสู่ภาคอุตสาหกรรม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวก่อให้เกิดการขยายตัวของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GDP) อย่างต่อเนื่องนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1960 ในอัตราเฉลี่ยที่ร้อยละ 6 ต่อปี แม้ว่าเศรษฐกิจไทยต้องเผชิญกับวิกฤตการณ์น้ำมันในทศวรรษที่ 1970 และเศรษฐกิจถดถอยเป็นวงกว้างทั่วโลกในต้นทศวรรษที่ 1980 ก็ตาม (Siriprachai, 2009, p. 165) ปัจจัยหลักของการเปลี่ยนแปลงจากภาคเกษตรกรรมสู่ภาคอุตสาหกรรมคือการเลือกใช้นโยบาย “มุ่งเน้นการพัฒนาภายใน” (inward-looking policy) ผ่านการส่งเสริมอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า ควบคู่ไปกับการเก็บภาษีสินค้าเกษตรและสินค้าโภคภัณฑ์อื่น ๆ เพื่อทดแทนการขาดดุลจากการนำเข้าสินค้าทุนเพื่อการอุตสาหกรรม ก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงนโยบายมาสู่การสนับสนุนอุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกในทศวรรษที่ 1970 ซึ่งช่วยผลักดันการส่งออกให้เติบโตเฉลี่ยที่ร้อยละ 15.7 ต่อปี และสูงสุดระหว่างปี ค.ศ. 1985 และ ค.ศ. 1990 ในอัตราเฉลี่ยที่ร้อยละ 35.7 ต่อปี (Siriprachai, 2009, pp. 169–177) การพัฒนาอุตสาหกรรมยังได้รับปัจจัยหนุนเพิ่มเติมอันประกอบไปด้วยการลงทุนอย่างมหาศาลในสินค้าทุน อัตราการออมในประเทศที่เทียบเท่าหนึ่งในสี่ของผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ ความสัมพันธ์ใกล้ชิดระหว่างทุนอุตสาหกรรมและทุนการเงินที่ส่งผลต่อการจัดสรรเงินทุน นอกจากนี้ การลงทุนจากต่างชาติยังส่งผลในการพัฒนาอุตสาหกรรมที่ใช้ทุนเข้มข้นผ่านการเลือกประเทศไทยให้เป็นฐานการผลิตสำหรับการส่งออกโดยเฉพาะ (Falkus, 1995, p. 17)

แต่ถึงกระนั้น ภาคการเกษตรยังคงเป็นกิจกรรมหลักของระบบเศรษฐกิจไทยจนกระทั่งต้นทศวรรษที่ 1980 แม้ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มของภาคการเกษตรจะลดลงจากร้อยละ 24.8 ในปี ค.ศ. 1975 เหลือเพียงร้อยละ 16 ในปี ค.ศ. 1989 ภาคการเกษตรของไทยยังคงมีอัตราการเจริญเติบโตที่ดีกว่าเศรษฐกิจอื่นๆ ในขณะที่ไทยไม่ได้เข้าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของการปฏิวัติเขียว (Green Revolution) แต่ภาคการเกษตรของไทยนั้นเติบโตจากการขยายตัวของพื้นที่เพาะปลูกจาก 43 ล้านไร่ในต้นทศวรรษที่ 1950 สู่ 130 ล้านไร่ในปลายทศวรรษที่ 1980 (Phongpaichit และ Baker, 2002, p. 52) ในขณะเดียวกัน ผลผลิตต่อหัวของแรงงานในภาคการเกษตรก็เพิ่มสูงขึ้นจากการใช้งานเทคโนโลยีเพื่อการผลิตในภาคการเกษตร (Siriprachai, 2009, pp. 167–168) นอกจากนี้ การส่งออกของภาคการเกษตรก็ปรับตัวไปสู่ความหลากหลายมากยิ่งขึ้นจากสินค้าดั้งเดิมอย่างข้าวและยาง ไปสู่สินค้าโภคภัณฑ์เช่นข้าวโพด มันสำปะหลัง อ้อย และถั่วเหลือง ซึ่งต่างเป็นที่ต้องการในตลาดโลก (Phongpaichit และ Baker, 2002, pp. 51–55)

ในเชิงบทบาทของรัฐว่าด้วยการพัฒนาเศรษฐกิจ นพพันธ์ วรรณเทพสกุล (2017) ชี้ว่า เส้นทางการพัฒนาของไทยนั้นเป็นไปในลักษณะของ “รัฐพัฒนาการบรรษัทนิยม” (corporatist development state) ซึ่งพัฒนามาจากระบบเผด็จการหรือการควบคุมโดยรัฐในทศวรรษที่ 1950 ซึ่งผู้กำหนดนโยบายใช้การควบคุมอย่างเข้มงวดบนพื้นฐานของทุนนิยมเสรีในการพัฒนาอุตสาหกรรมระดับชาติ อย่างไรก็ตาม อำนาจรัฐในการบงการทางเศรษฐกิจนั้นอ่อนแอลงตั้งแต่ทศวรรษที่ 1970 และเปลี่ยนตัวเป็นรูปแบบของ “รัฐพัฒนาการประชาธิปไตย” (democratic developmental state) หลังเหตุการณ์ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 1992.

(นพพันธ์ วรรณเทพสกุล, 2017, pp. 215–222) ในที่นี้ คุณลักษณะของรัฐไทยในการกำหนดนโยบายทางเศรษฐกิจนับตั้งแต่ทศวรรษที่ 1950 คือการเลือกใช้ระเบียบวิธีแบบเสรีนิยมในการกำหนดนโยบาย รัฐไทยเลือกที่จะสนับสนุนระบบทุนนิยมเสรีอย่างแข็งขัน ในขณะที่เดียวกันก็พยายามรักษาเสถียรภาพเชิงมหภาคด้วยนโยบายการเงินแบบอนุรักษ์นิยม (Falkus, 1995, p. 15) กิจกรรมดังกล่าวข้างต้นถูกดำเนินการโดยสี่ตัวละครหลักคือธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ สำนักงานงบประมาณ และสำนักงานเศรษฐกิจการคลัง ซึ่งถูกควบคุมโดยเทคโนโลยีหรือ “ขุนนางนักวิชาการ” (Warr & Nidhiprabha, 1996, p. 70)

ในเชิงของการสะสมทุน งานของ Suehiro (1999) ฉายให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของ “โครงสร้างสามเส้า” (Tripod Structure) ระหว่างรัฐวิสาหกิจ บริษัทข้ามชาติ และกลุ่มทุนท้องถิ่นนำโดยธนาคารพาณิชย์ ทุนการเกษตร และอุตสาหกรรมเพื่อทดแทนการนำเข้า Suehiro เสนอว่า “โครงสร้างสามเส้า” นั้นเป็นผลจากนโยบายอุตสาหกรรมที่เน้นปกป้องผู้ผลิตภายในประเทศผ่านโครงสร้างภาษี ในขณะที่การขยายตัวของการบินพาณิชย์ในประเทศขยายตัว กลุ่มทุนเหล่านี้ยังคงอาศัยอำนาจเชิงอุปถัมภ์ ทุนและเทคโนโลยีจากบริษัทข้ามชาติ รวมไปถึงความสัมพันธ์เชิงครอบครัวภายในกลุ่มทุน ในการขยายตัวและสะสมทุนอย่างต่อเนื่อง (Suehiro, 1996, pp. 281–283)

ในเชิงของโครงสร้างแรงงาน งานของ Glassman (2004) ชี้ให้เห็นถึงการกดขี่แรงงานอย่างเป็นระบบทั้งในภาคการเกษตรและภาคอุตสาหกรรม ในทางหนึ่ง ความล้มเหลวในการปฏิรูปการเกษตรนำมาซึ่งความอ่อนแอของแรงงานในภาคการเกษตรจนไม่สามารถพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตในเขตชนบทในด้วยตนเอง ข้อจำกัดที่นำมาสู่การอพยพโยกย้ายมาเป็นแรงงานอุตสาหกรรมในเขตเมือง อย่างไรก็ตาม แรงงานอุตสาหกรรมในเขตเมือง ต้องเผชิญกับการกดค่าแรง และการต่อต้านไม่ให้มีสหภาพแรงงานขึ้น ทั้งหมดนี้เป็นกระบวนการของชนชั้นนายทุนเพื่อเป็นหลักประกันในการลงทุนและการแสวงหาส่วนเกินทางเศรษฐกิจเพื่อการสะสมทุน โดยทั้งหมดเกิดขึ้นได้ด้วยการกดค่าจ้างของแรงงานเป็นการทั่วไป (Glassman, 2004, pp. 73 and 109)

กรอบแนวคิด

ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนมีที่มาจากธรรมชาติของระบอบของทุนนิยมที่ “ชุดของสถาบัน” (set of institutions) ซึ่งยึดโยงกับ “อุดมการณ์ครอบงำ” (dominant ideas) เป็นเครื่องมือที่ช่วยคำนวณอัตรากำไร (rate of profit) และสร้างความมั่นคงที่ช่วยกระตุ้นการลงทุนระยะยาวและนำไปสู่การขยายตัวของเศรษฐกิจในเวลาต่อมา อย่างไรก็ตาม แนวคิดที่ว่าด้วยการทำกำไรสูงสุด การแบ่งชนชั้นระหว่างแรงงานและชนชั้นนายทุน และการแข่งขันระหว่างนายทุน ต่างนำไปสู่ความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจและสถาบันเป็นระยะ ๆ ซึ่งความไม่มั่นคงนี้จะไปขัดขวางกระบวนการสะสมทุนและลดทอนความสามารถของ “ชุดของสถาบัน” ในการส่งเสริมการสะสมทุน จนนำไปสู่วิกฤตทางเศรษฐกิจ ที่จะยุติลงได้ก็ต่อเมื่อมีการสถาปนา

“ชุดของสถาบัน” ซึ่งยึดโยงกับ “อุดมการณ์ครอบงำ” ชุดใหม่ขึ้นมาทดแทน (McDonough, McMahon, & Kotz, 2021, p. 1)

สมมติฐานการวิจัย

“จุดเชื่อมต่อสำคัญ” ของเศรษฐกิจไทยเกิดขึ้นระหว่างช่วงปลายรัฐบาลจอมพล ป. พิบูลสงครามและรัฐบาลจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ เริ่มต้นด้วยการผนวกประเทศไทยเข้าสู่อิทธิพลของอเมริกา การตัดสินใจดังกล่าวผลักดันระบบเศรษฐกิจไทยสู่การพัฒนาภายใต้เส้นทางของระบอบทุนนิยม ผ่านการติดตั้ง “ชุดของสถาบัน” ที่มีบทบาทในกระบวนการพัฒนาและหล่อหลอมผลลัพธ์ในรูปแบบของการเปลี่ยนแปลงแบบค่อยเป็นค่อยไป และ “ชุดของสถาบัน” ข้างต้นมีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจไทยตั้งแต่ช่วงเวลาที่ “จุดเชื่อมต่อสำคัญ” ได้ทำการติดตั้ง “ชุดของสถาบัน” จนกระทั่งเกิดการเปลี่ยนแปลงครั้งสำคัญอีกครั้งในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจเอเชีย ปี 2540

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เลือกใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) ผ่านการวิจัยเอกสาร (documentary research) โดยอาศัยทั้งหลักฐานชั้นต้น (primary sources) และหลักฐานชั้นรอง (secondary sources) เช่น เอกสารจากหน่วยงานเศรษฐกิจทั้งในและต่างประเทศ เอกสารวิชาการ หนังสือวารสาร หนังสือพิมพ์ และสิ่งตีพิมพ์อื่นๆ ทั้งในรูปแบบสิ่งพิมพ์กายภาพ (physical print) และรูปแบบออนไลน์ที่เกี่ยวข้องกับเศรษฐกิจไทยระหว่างทศวรรษที่ 1950 และทศวรรษ 2000 ในสัปดาห์ คือ รัฐ ทุน แรงงาน และเศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศ ข้อมูลที่ได้จะถูกนำมาประมวลและสังเคราะห์บนพื้นฐานของการวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (historical analysis) เพื่อพยายามอธิบายถึงโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่างทศวรรษที่ 1950 และทศวรรษ 2000 และเชื่อมโยงเข้ากับข้อมูลซึ่งได้มาจากฐานข้อมูล Extended Penn World Table 7.0 เพื่ออธิบายความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างฯ ข้างต้นกับระดับอัตราค่าไรของเศรษฐกิจไทย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า ลักษณะของโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 เป็นไปตามตารางที่ 1 ตารางที่ 1 โครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997

	ระเบียบโลกภายใต้ การนำของ สหรัฐอเมริกา (Pax Americana)	ความสัมพันธ์ระหว่าง รัฐและทุน (Capital-State Accord)	ความสัมพันธ์ระหว่าง กลุ่มทุน (Inter-Capitalist rivalry)	ความสัมพันธ์ระหว่าง ทุนและแรงงาน (Capital-Labor Accord)
การครอบงำของ “อุดมการณ์การ พัฒนา” (development apparatus) ตาม แนวทางของสหรัฐฯ ผ่านทางองค์กร โลกบาล โครงการ ช่วยเหลือต่าง ๆ และ การสถาปนาเชิง สถาบันฯ เพื่อ สนับสนุนยุทธศาสตร์ ในเอเชียตะวันออก ไกลของสหรัฐฯ	การ “แบ่งงานกันทำ” ระหว่างคณะเผด็จ การทหาร และกลุ่ม เทคโนโลยี โดย ปราศจากคู่แข่งที่ สำคัญ	ธนาคารพาณิชย์เป็น “ข้อต่อ” ระหว่างกลุ่ม ทุนประเภทต่าง ๆ นำ โดยพ่อค้าและนัก อุตสาหกรรม ภายใต้ ตลาดแข่งขันน้อยราย	การกดขี่แรงงานอย่าง เต็มรูปแบบ เพื่อการ บรรลุเป้าประสงค์การ พัฒนาอุตสาหกรรม ทดแทนการนำเข้าที่ใช้ แรงงานเข้มข้น	
สัญญา - เกรียง ศักดิ์ 1973- 1980	อิทธิพลที่ลดลงอันเป็น ผลจาก “ลัทธินิคสัน” ในต้นทศวรรษที่ 1970 และถูกแทนที่ด้วย ญี่ปุ่น ซึ่งทวี ความสำคัญทั้งใน ฐานะผู้ให้ความ ช่วยเหลือและผู้ลงทุน	ตลาดการเมืองที่เปิด กว้างส่งผลให้นักธุรกิจ การเมือง (capitalist- politicians) มีอิทธิพล มากขึ้น ในขณะที่เทค โนแครตยังรักษา บทบาทในการจัดการ เศรษฐกิจมหภาคไว้ได้	การก่อตั้ง “สมาคม” ของแต่ละภาคส่วน ทางเศรษฐกิจ เพื่อเป็น ทั้งตัวแทนฯ และกลไก ในการควบคุมภายใน อย่างไรก็ดี ธนาคาร พาณิชย์และทุนข้าม ชาติยังคงรักษาอำนาจ เหนือกว่าไว้ได้	ขบวนการแรงงาน นำเสนอแนวทางที่ “เสรีนิยม” และ “สังคมนิยม” มาก ยิ่งขึ้น แต่ได้แค่เพียง ระยะเวลาสั้น ๆ จาก ความอ่อนแอภายใน ขบวนการฯ รวมไปถึง การกดขี่โดยคู่แข่ง อย่างรัฐและทุน
เปรม 1980- 1988	การผสมผสานระหว่าง แนวทาง “การปรับ โครงสร้าง”	การแข่งขันระหว่าง กลุ่มผลประโยชน์ หลายรูปแบบ นำโดย	การพัฒนาอย่าง ต่อเนื่องไปสู่ “บรรษัท นิยมแบบเสรีนิยม”	การขยายตัวของ กิจกรรมทางเศรษฐกิจ นำมาซึ่ง “การแยก

ระเบียบโลกภายใต้ การนำของ สหรัฐอเมริกา (Pax Americana)	ความสัมพันธ์ระหว่าง รัฐและทุน (Capital-State Accord)	ความสัมพันธ์ระหว่าง กลุ่มทุน (Inter-Capitalist rivalry)	ความสัมพันธ์ระหว่าง ทุนและแรงงาน (Capital-Labor Accord)
(structural adjustment) ที่ถูก ชี้นำโดยองค์กร โลกบาล และแนวทาง “การผลักดันขนาด ใหญ่” (Big Push) ตามแบบฉบับญี่ปุ่น เพื่อส่งเสริม กระบวนการพัฒนา ซึ่งถูกกระตุ้นโดยการ ลงทุนจากญี่ปุ่นและ กลุ่มประเทศเสือเอเชีย	นักธุรกิจการเมือง และเทคโนโลยี โดย มีเปรมเป็นตัวกลาง ใกล้เคียง ที่มีเอื้อ ประโยชน์ให้เทคโนโลยี แพร่หลายกว่า	(liberal corporatist) ผ่านกรอ. และสมาคม ธุรกิจที่เปิดโอกาสให้มี การแข่งขันซึ่งกันและ กัน	ส่วน” (fragmentation) ของกำลังแรงงาน อย่างไรก็ดี อำนาจใน การต่อรองนั้นสูงขึ้น ภายใต้ระบอบ “ประชาธิปไตยครึ่ง ใบ” ที่เปิดให้มี ทางเลือกมากขึ้น
ชาติชาย – ชวลิต 1989- 1997 การกลับมาของการ ครอบงำของสหรัฐฯ ในรูปแบบของ “โลกาภิวัตน์” อัน นำไปสู่การ “เปิดเสรี จนเกินเลย” ในหลาย ภาคส่วนธุรกิจ	เทคโนโลยีถูกบังคับ ให้ต้อง “เล่น การเมือง” เช่นเดียวกับกลุ่ม ผลประโยชน์อื่น ๆ นำมาสู่ความแตกแยก และสูญเสีย ความสามารถในการ กำกับควบคุม เศรษฐกิจ	การเปลี่ยนแปลงนำมา ซึ่งผู้เล่นรายใหม่ ที่ไม่ เพียงทำลาย ความสัมพันธ์ดั้งเดิม แต่ยังบีบบังคับให้กลุ่ม ทุนดั้งเดิมต้องเร่ง สะสมทุนผ่าน “เศรษฐกิจฟองสบู่”	ทั้งส่วนแบ่งทาง เศรษฐกิจและอำนาจ ในการต่อรองของ แรงงานค่อย ๆ เพิ่ม สูงขึ้น อย่างไรก็ดี ความขัดแย้งยังคง ดำเนินต่อไป อันเป็น ผลมาจากการ เปลี่ยนแปลง กระบวนการผลิตจาก แรงงานเข้มข้นไปเป็น ทุนเข้มข้น

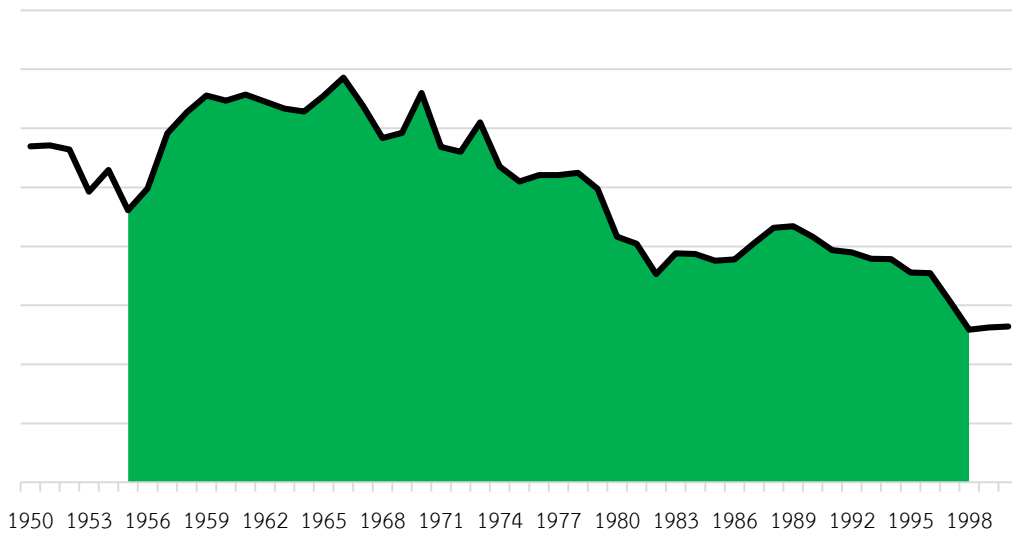
ที่มา : ผู้เขียน

หากกล่าวโดยสรุป โครงสร้างทางทางสังคมของการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทย “ยุคพัฒนา” ระหว่าง ค.ศ. 1957 ถึง ค.ศ. 1997 ประกอบไปด้วย “ชุดของสถาบัน” สี่องค์ประกอบด้วยกัน คือ (1) ชุดความคิดว่าด้วยการพัฒนาตามแนวทางทุนนิยมจากสหรัฐอเมริกา (2) การกำหนดนโยบายและควบคุมเศรษฐกิจมหภาค โดยเทคโนโลยี (3) ความสัมพันธ์ระหว่างนายธนาคาร พ่อค้า และนักอุตสาหกรรม ภายใต้ตลาดแข่งขันน้อย ราย และ (4) การควบคุมกำลังแรงงานอย่างเข้มข้น ในที่นี้ จุดกำเนิดของ “ชุดของสถาบัน” ข้างต้นสามารถสืบสาวย้อนกลับไปได้ถึงปี ค.ศ. 1954 ที่ไทยถูกควมรวมเข้ามาในระเบียบโลกภายใต้การนำของสหรัฐอเมริกา และนำมาซึ่งการติดตั้ง “ชุดของสถาบัน” ข้างต้นในระบบเศรษฐกิจของไทย

ผลของ “ชุดของสถาบัน” ข้างต้นนำมาสู่การเปลี่ยนแปลงประพฤติกรรมของตัวแสดงทางเศรษฐกิจ สามกลุ่มคือรัฐ ทุน และแรงงาน ที่อธิบายโดยคร่าวไว้ในตารางที่ 1 โดยสามารถสรุปใจความสำคัญได้ว่า ระบบเศรษฐกิจไทยในช่วงเวลาของการศึกษานั้นอยู่บนพื้นฐานของเศรษฐกิจแบบทุนนิยมที่มี “ทุน” เป็นผู้ดำเนินกิจกรรมหลักทางเศรษฐกิจและรวมไปถึงการสะสมทุนจากกิจกรรมทางเศรษฐกิจดังกล่าว ด้วยสภาพแวดล้อมที่รัฐช่วยสร้างเสถียรภาพให้กับเศรษฐกิจมหภาค การแข่งขันระหว่างทุนเกิดขึ้นบนตลาดแข่งขันน้อยราย และอนุญาตให้มีการขูดรีดแรงงานได้ ทำให้ “ทุน” สามารถทำกำไรและทำการสะสมกำไรได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม เมื่อระยะเวลาผ่านไป สภาพแวดล้อมที่กล่าวมาข้างต้นได้มีการเปลี่ยนแปลงไปในทางที่ ทำให้ “ทุน” ลดความสามารถทำกำไรและทำการสะสมกำไรลงเรื่อย ๆ จนกระทั่งถึงจุดที่สภาพแวดล้อมไม่เอื้อต่อกระบวนการสะสมทุนและปะทุออกมาเป็นวิกฤตเศรษฐกิจในที่สุด

ในที่นี้ การเปลี่ยนแปลงตัวที่ได้กล่าวไปข้างต้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของอัตรากำไรของระบบเศรษฐกิจไทย ที่ระดับอัตรากำไรเริ่มเพิ่มสูงขึ้นในปี ค.ศ. 1954 ก่อนที่จะมีการเปลี่ยนแปลงในลักษณะช่วงยาว จนกระทั่งอัตรากำไรถึงจุดต่ำสุดในปี ค.ศ. 1998 อันเป็นจุดต่ำสุดหลังจากวิกฤตเศรษฐกิจเอเชียที่เกิดขึ้นในปี ก่อนหน้า การเปลี่ยนแปลงของระดับอัตรากำไรข้างต้นนั้นแสดงออกมาในรูปแบบของ “คลื่นลูกยาว” (long waves) ตามแผนภูมิที่ 1

แผนภูมิที่ 1 คลื่นลูกยาว (long waves) ของเศรษฐกิจไทยระหว่างทศวรรษที่ 1950 และ 2000



ที่มา: Marquetti, Miebach, และ Morrone (2021)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัย พบว่า ทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน สามารถนำมาใช้ในการสังเคราะห์คำอธิบายว่าด้วย “จุดเชื่อมต่อสำคัญ” และ “ชุดของสถาบันฯ” ที่ส่งผลต่อความสามารถในการสะสมทุนของเศรษฐกิจไทยในช่วงเวลาที่ทำการศึกษาได้อย่างพอสังเขป ในที่นี้ ผลการวิจัยดังกล่าวนำมาซึ่งคำอธิบาย “เชิงทางเลือก” (alternative explanations) ว่าด้วยเส้นทางการพัฒนาเศรษฐกิจไทยในช่วงก่อนวิกฤตเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 ว่าด้วยความสัมพันธ์ระหว่าง “ชุดของสถาบันฯ” ตัวแสดงทางเศรษฐกิจ และผลลัพธ์ทางเศรษฐกิจในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ที่อธิบายผ่านโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนในช่วงระยะเวลาดังกล่าว ในขณะที่เดียวกัน ชุดของคำอธิบายข้างต้นสามารถนำมาเป็นพื้นฐานเพื่อการศึกษาเศรษฐกิจไทยร่วมสมัยหลังวิกฤตเศรษฐกิจในปี ค.ศ. 1997 โดยผ่านทฤษฎีโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุน ที่ให้ผลลัพธ์ในรูปแบบของโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนชุดใหม่ที่เข้ามาทดแทนโครงสร้างทางสังคมของการสะสมทุนชุดเดิมที่เป็นผลลัพธ์จากงานวิจัยชิ้นนี้ต่อไป

บรรณานุกรม

วรรณเทพสกุล, นพนนท์. (2017). รัฐพัฒนาการ: อุดมการณ์และจินตภาพการพัฒนาเศรษฐกิจ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

Bowles, S., Gordon, D. M., & Weisskopf, T. E. (1986). Power and Profits: The Social Structure of Accumulation and the Profitability of the Postwar U.S. Economy. *Review of Radical Political Economics*, 18(1–2), 132–167. doi: 10.1177/048661348601800107

- Capoccia, G. (2016). Critical Junctures. In O. Fioretos, T. G. Falleti, & A. Sheingate (Eds.), *The Oxford Handbook of Historical Institutionalism* (pp. 89–106). Oxford University Press. doi: 10.1093/oxfordhb/9780199662814.013.5
- Falkus, M. (1995). Thai Industrialization: An Overview. In M. Krongkaew (Ed.), *Thailand's Industrialization and its Consequences* (pp. 13–32). London: Palgrave Macmillan UK.
- Glassman, J. (2004). *Thailand at the Margins: Internationalization of the State and the Transformation of Labour*. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Gordon, D. M., Edwards, R., & Reich, M. (1994). Long swings and stage of capitalism. In D. M. Kotz, T. McDonough, & M. Reich (Eds.), *Social Structures of Accumulation: The Political Economy of Growth and Crisis* (pp. 11–28). Cambridge ; New York: Cambridge University Press.
- Gordon, D. M., Weisskopf, T. E., & Bowles, S. (1995). Power, Accumulation, and Crisis: The Rise and Demise of the Postwar Social Structure of Accumulation. In V. D. Lippit (Ed.), *Radical Political Economy: Explorations In Alternative Economic Analysis* (1st Edition, pp. 226–246). Armonk, N.Y: M.E. Sharpe.
- Hewison, K. (2002). Thailand: Boom, Bust, and Recovery. *Perspectives on Global Development and Technology*, 1(3), 225–250. doi: 10.1163/156915002100419826
- Krugman, P. R. (2008). *The Return of Depression Economics and the Crisis of 2008*. New York: W.W. Norton.
- Lippit, V. D. (2010). Social Structure of Accumulation Theory. In T. McDonough, M. Reich, & D. M. Kotz (Eds.), *Contemporary Capitalism and Its Crises: Social Structure of Accumulation Theory for the 21st Century* (pp. 45–71). Cambridge ; New York: Cambridge University Press.
- Marquetti, A., Miebach, A., and Morrone, H. (2021). “Extended Penn World Tables 7.0, EPWT 7.0,” January 2021. <https://dataverse.harvard.edu/api/access/datafile/6022652>.
- McDonough, T., McMahon, C., & Kotz, D. M. (2021). Introduction to Handbook on Social Structure of Accumulation Theory. In T. McDonough, C. McMahon, & D. M. Kotz (Eds.), *Handbook on Social Structure of Accumulation Theory* (pp. 1–14). Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Phongpaichit, P., & Baker, C. (2002). *Thailand: Economy and Politics* (2nd Edition). Kuala Lumpur: Oxford University Press.

- Siriprachai, S. (2009). The Thai Economy: Structural Changes and Challenges Ahead. *Thailand and The World Economy*, 27(1), 148–229.
- Suehiro, A. (1996). *Capital Accumulation in Thailand: 1855 - 1985*. Chiang Mai: Silkworm Books.
- the World Bank (Ed.). (1993). *The East Asian Miracle: Economic Growth and Public Policy*. New York, N.Y: Oxford University Press.
- Warr, P. G., & Nidhiprabha, B. (1996). *Thailand's Macroeconomic Miracle: Stable Adjustment and Sustained Growth*. Washington (DC) Kuala Lumpur: the World bank Oxford University press.
- Weisskopf, T. E. (1991). Marxian Crisis Theory and the Contradictions of Late Twentieth-Century Capitalism. *Rethinking Marxism*, 4(4), 70–93. doi: 10.1080/08935699108657988

ผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับ
แนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และ
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6
Effect of Inquiry Cycle (5Es) and GPAS 5 Steps Approach on Analytical Thinking and
Learning Achievement of Geography for Mathayom Suksa 6 Students

นฤมล การชัยศรี¹ และ ณพัฏฐอร บัวฉุน²

¹กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ใน
พระบรมราชูปถัมภ์ จังหวัดปทุมธานี, narumoljubjang@vru.ac.th.com

²สาขาเคมี คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์
จังหวัดปทุมธานี, napattaorn@vru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาการคิดวิเคราะห์รายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้น
มัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ให้มี
จำนวนนักเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 70 ขึ้นไป 2) เพื่อเปรียบเทียบ
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการสอนแบบ
สืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps กลุ่มเป้าหมาย คือ นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่
6/1 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567
จำนวน 41 คน ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้
จำนวน 8 แผน ใช้เวลา 16 ชั่วโมง 2) เครื่องมือสะท้อนผลการปฏิบัติการ ประกอบด้วยแบบบันทึกผลการ
จัดการเรียนรู้ของครู 3) แบบทดสอบวัดการคิดวิเคราะห์ และ 4) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน สถิติ
ที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าเฉลี่ย ค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าที

ผลการวิจัยพบว่า

1. จำนวนนักเรียนร้อยละ 80.49 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 78.34 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่
กำหนดไว้

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ที่ได้รับการ
จัดการเรียนรู้แบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps หลังเรียนสูงกว่าก่อน
เรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การคิดวิเคราะห์ การสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ แนวคิด GPAS 5 Steps

Abstract

The purposes of the present research were 1) to develop Mathayom Suksa 6 Students Analytical thinking through Geography Courses by using Inquiry Cycle (5Es) and GPAS 5 Steps Approach. The number of students is not less than 70 percent obtaining score passing the criterion of Analytical thinking more than 70 percent, and 2) to compare Mathayom Suksa 6 Students' Learning Achievement through Geography Courses by using Inquiry Cycle (5Es) and GPAS 5 Steps Approach. The target group consisted of 41 Mathayom Suksa 6 Students room 6/1, of Valaya Alongkorn Rajabhat University the Royal Patronage Demonstration School in the first semester of 2024 academic year selected by Cluster Random Sampling. The research tools were 1) action tool which included 8 lesson plans in 16 hours using Inquiry Cycle (5Es) and GPAS 5 Steps Approach of Geography Course 2) reflection tools which included learning activity result recording form. 3) assessment tools for evaluating included Analytical thinking test and learning achievement test of Geography Course. The statistic used percentage, mean, standard deviation and t-test.

The results of the research as follows:

1. The number of students accounted for 80.49 percent, with the average score of critical thinking was 78.34 percent higher than the prescribed criterion.
2. The geography achievement by using Inquiry Cycle (5Es) and GPAS 5 Steps after the treatment was significantly higher than that before the treatment at the 0.05 level.

Keywords : Analytical Thinking, Inquiry Cycle, GPAS 5 Steps

บทนำ

การเปลี่ยนแปลงทางสังคมแห่งยุคโลกาภิวัตน์ในปัจจุบัน มีส่วนทำให้ท้องถิ่น ชุมชน และประเทศเกิดการตื่นตัวและพึ่งพาภูมิรัฐของต่างประเทศอยู่ตลอดเวลา ประเทศไทยจำเป็นต้องตื่นตัว และเร่งพัฒนาประเทศด้านต่างๆ ในสภาพโลกาภิวัตน์ โดยปัจจัยสำคัญที่สุด คือ การพัฒนาคุณภาพของทรัพยากรมนุษย์ โดยเฉพาะการพัฒนาการศึกษาโดยเร่งผลิตกำลังคนให้มีความสามารถ มีองค์ความรู้ที่จำเป็น มีทักษะการคิด สามารถแก้ปัญหาตนเอง และสังคมเพื่อให้รับสภาพของการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้นได้อย่างเท่าทันและชาญฉลาด (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2550)

ดังพระบรมราโชวาทพระบาทสมเด็จพระเจ้าอยู่หัว ที่พระราชทานแก่คณะครูและนักเรียน ณ ศาลาดุสิดาลัย เมื่อวันที่ 28 กรกฎาคม พ.ศ. 2504 "...การศึกษาเป็นปัจจัยในการสร้างและพัฒนาความรู้ ความคิด ความประพฤติและคุณธรรมของบุคคล สังคมและบ้านเมืองใดให้การศึกษาที่ดีแก่เยาวชนได้อย่างครบถ้วนพอเหมาะกัน

ทุกๆ ด้าน สังคมและบ้านเมืองนั้นจะมีพลเมืองที่มีคุณภาพ...” (ทิตินา แชมมณี, 2552 : 168) พระองค์ทรงชี้ให้เห็นว่าการศึกษามีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างและพัฒนาพลเมืองในฐานะที่เป็นทรัพยากรที่สำคัญในการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน การที่ประเทศชาติจะพัฒนาได้อย่างยั่งยืนนั้นๆ การศึกษาเป็นปัจจัยที่สำคัญอย่างยิ่ง ซึ่งตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ.2545 และ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 หมวด 4 มาตรา 22 การจัดการศึกษาต้องยึดหลักผู้เรียนทุกคนมีความสามารถพัฒนาตนเองและเรียนรู้ได้ กระบวนการจัดการศึกษาต้องส่งเสริมให้ผู้เรียนสามารถพัฒนาตามธรรมชาติและเต็มตามศักยภาพ มาตรา 24 (2) ระบุให้ผู้เรียนได้ฝึกทักษะกระบวนการคิด การเผชิญสถานการณ์ และ มาตรา 24 (3) จัดกิจกรรมให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากประสบการณ์จริง ฝึกการปฏิบัติให้ทำได้ คิดเป็น (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2553) นอกจากนี้หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน 2551 มุ่งเน้นพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนดให้ผู้เรียนเกิดสมรรถนะสำคัญ ความสามารถในการคิด ซึ่งสมรรถนะสำคัญดังกล่าวจะช่วยพัฒนาผู้เรียนให้เป็นผู้มีความสามารถในการคิดวิเคราะห์ สามารถปรับตัวให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงของสังคม สภาพแวดล้อม (กระทรวงศึกษาธิการ, 2552) การคิดวิเคราะห์เป็นรากฐานสำคัญของการเรียนรู้และการดำเนินชีวิต การคิดวิเคราะห์เป็นพื้นฐานของการคิดทั้งหมด เป็นทักษะที่ทุกคนสามารถพัฒนาได้ ทักษะคิดวิเคราะห์จึงเป็นทักษะการคิดระดับสูง รวมทั้งการคิดวิเคราะห์มีประโยชน์ต่อระบบการศึกษาของประเทศไทย (ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ, 2551)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎี รูปแบบการสอน และเทคนิคการสอนต่างๆ พบว่ามีหลายแนวคิด ทฤษฎี รูปแบบการสอน และเทคนิคการสอนที่สามารถส่งเสริมทักษะกระบวนการคิด การจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวทฤษฎีการสร้างเสริมความรู้ (Constructivism) ที่ช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีทักษะในการศึกษาสังเกตค้นคว้า เช่น การสำรวจตรวจสอบ การสืบค้น การอภิปราย การอธิบาย การรวบรวมข้อมูล การวิเคราะห์ การเปรียบเทียบ เป็นต้น (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2547) การจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น (Inquiry Cycle) เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวการสร้างเสริมความรู้โดยให้ผู้เรียนค้นหาความรู้ได้ด้วยตนเอง หรือสรุปความรู้ด้วยตนเอง (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2544) ดังนั้นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้จะสามารถพัฒนาความสามารถในด้านกระบวนการคิดและทำให้เกิดการเรียนรู้ทางด้านความรู้ ความจำด้านความเข้าใจและการนำไปใช้ได้

นอกจากนี้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้แนวคิด GPAS 5 Steps เป็นการเรียนที่ครูจะเน้นช่วยให้นักเรียนเข้าใจหลักการ ไม่ใช่ท่องจำ นักเรียนได้แสวงหาความรู้ และสร้างความรู้ด้วยตนเอง อันจะส่งผลให้นักเรียนเกิดการพัฒนาความสามารถ ด้านการคิดวิเคราะห์ ปลูกฝังให้นักเรียนเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ตลอดชีวิต อย่างมีคุณภาพ (พิมพ์พันธ์ เดชะคุปต์, 2557) สามารถพัฒนาผู้เรียนได้เต็มตามศักยภาพ และเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Steps โดยเริ่มต้นจากปัญหา ให้นักเรียนแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง อันจะช่วยให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้อย่างเป็นระบบและมีความหมาย ผลจากการวิจัยการใช้แนวคิด GPAS 5 Step และกระบวนการสืบเสาะหาความรู้ 5 ขั้น ในการจัดการเรียนรู้ส่งผลให้นักเรียนพัฒนาทักษะการคิดเกิดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม เป็นศาสตร์บูรณาการที่มุ่งส่งเสริมและพัฒนาเยาวชนให้เป็นพลเมืองที่มีความรับผิดชอบต่อตนเอง ประเทศชาติ และโลก (ดวงกมล สิ้นเพ็ง, 2553 : 30) ภูมิศาสตร์เป็นสาระการเรียนรู้หนึ่งในกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ที่ส่งเสริมให้นักเรียน

ได้เรียนรู้เกี่ยวกับลักษณะของพื้นผิวโลก ความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์กับสิ่งแวดล้อมทางธรรมชาติ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบเพื่อสร้างสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนในฐานะพลเมืองโลก (กนก จันทรา, 2560 : 2) การเรียนการสอนในปัจจุบัน พบว่า ครูผู้สอนยังคงเน้นการจัดการเรียนรู้ด้วยวิธีการบรรยาย นักเรียนมีส่วนร่วมกับการเรียนการสอนน้อย เป็นเหตุให้ผลการเรียนของนักเรียนในรายวิชาภูมิศาสตร์ ต่ำกว่าเกณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการทดสอบระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-Net) ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2565 และ 2566 พบว่าในรายวิชาสังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ในสาระที่ 5 ภูมิศาสตร์ พบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสาระภูมิศาสตร์ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 31.17 และ 35.73 ตามลำดับ จาก 100 คะแนน (สถาบันทดสอบทางการศึกษาแห่งชาติ, 2565-2566 : ออนไลน์) ด้วยเหตุนี้จึงจำเป็นต้องส่งเสริมให้นักเรียนได้ใช้ความสามารถในการคิดวิเคราะห์เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้สูงขึ้น

จากความสำคัญและสภาพปัญหาที่กล่าวมา การจัดการเรียนการสอนที่จะช่วยส่งเสริมให้นักเรียนมีการคิดวิเคราะห์และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้ควบคู่กันไปนั้น การจัดการเรียนรู้โดยรูปแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Step ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการคิดเป็นระบบ คิดอย่างมีเหตุผล อย่างเป็นขั้นตอนและมุ่งเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีความเหมาะสมในการนำมาพัฒนาทักษะของผู้เรียนให้มีคุณภาพในยุคศตวรรษที่ 21 ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะนำการจัดการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps เพื่อพัฒนาการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ให้สูงขึ้นทำให้นักเรียนมีความรู้และความสามารถในการคิดวิเคราะห์ตัดสินใจแก้ปัญหาต่างๆ อย่างมีเหตุผลและเหมาะสม เป็นพลเมืองที่ดี สามารถดำรงชีวิตอยู่ในสภาพสังคมแห่งโลกาภิวัตน์ได้อย่างมีความสุข สิ่งเหล่านี้ถือว่าเป็นรากฐานในการพัฒนานักเรียนเพื่อเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาการคิดวิเคราะห์รายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ให้มีจำนวนนักเรียนไม่น้อยกว่าร้อยละ 70 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 70 ขึ้นไป
2. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps

การทบทวนวรรณกรรม

การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาภูมิศาสตร์ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยมีรายละเอียดของการทบทวนวรรณกรรมดังนี้

การสืบเสาะหาความรู้จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติ มีส่วนร่วมในกิจกรรมการเรียนรู้ตลอดเวลา ให้ผู้เรียนแสวงหาความรู้ ฝึกคิด ฝึกสังเกต ฝึกถาม-ตอบ ฝึกการสื่อสาร ฝึกวิเคราะห์วิจารณ์องค์ความรู้ ฝึกปฏิบัติและแก้ปัญหาด้วยตนเอง โดยครูเป็นผู้กำกับ ดำเนินการให้คำปรึกษาชี้แนะ ช่วยเหลือให้

กำลังใจ เป็นผู้กระตุ้นส่งเสริมให้ผู้เรียนคิดและเรียนรู้ด้วยตนเอง (สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี, 2546) มีสาระสำคัญต่อไป

1) ขั้นสร้างความสนใจ (Engagement) เป็นขั้นแรกที่กระตุ้นให้ผู้เรียน เกิดความสนใจและอยากรู้อยากเห็น ในวัตถุดสถานการณ์หรือเหตุการณ์โดยให้ผู้เรียนสามารถตั้งคำถามเพื่อนำไปสู่การแก้ไข การเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมของผู้เรียน หรือสถานการณ์ปัญหาต่างๆ เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจ

2) ขั้นสำรวจ (Exploration) เมื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนเกิดความสนใจจนสามารถตั้ง ประเด็นคำถามแล้วผู้เรียนจะได้สำรวจและค้นหาแนวคิดของตนเอง โดยผู้เรียนจะสร้างประสบการณ์ แนวคิด กระบวนการหรือทักษะรวบรวม

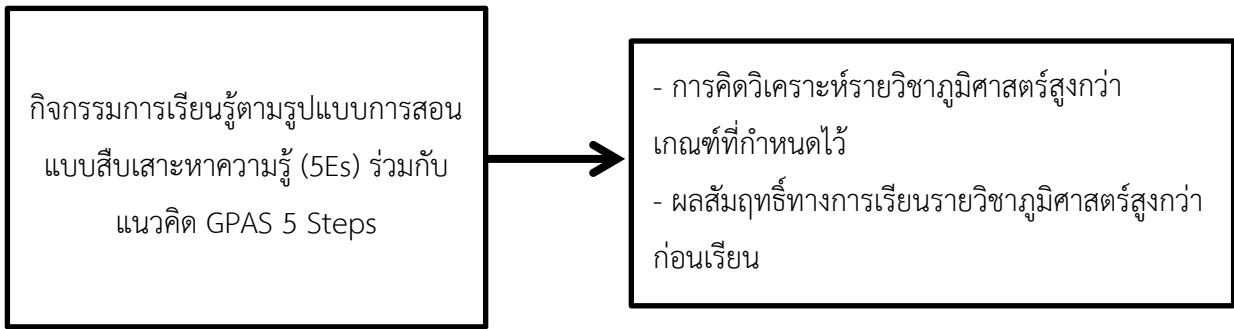
3) ขั้นอธิบาย (Explanation) หมายถึงการกระทำหรือกระบวนการเพื่อนำเสนอ โดยผู้เรียนอธิบายหรือนำเสนอสิ่งที่ได้จากการสำรวจ แสดงเหตุผล หลักฐานและใช้ภาษาที่เข้าใจง่ายชัดเจนและมีความตรงไปตรงมา ผู้สอนอาจใช้คำถามเพื่อช่วยให้ผู้เรียน เกิดความคิดและอธิบายเหตุผลของความคิดนั้น

4) ขั้นขยายความรู้ (Elaboration) เมื่อผู้เรียนอธิบายการเรียนรู้ของตนเอง ผู้เรียนอาจมีแนวคิดที่คลาดเคลื่อนขั้นนี้เป็นขั้นที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และขยายแนวคิดให้ กว้างขึ้นอาจทำได้โดยผู้เรียนได้มีเรียนรู้แบบร่วมมือหรือการอภิปรายกลุ่มเพื่อเป็นการแลกเปลี่ยน และลงข้อสรุปเพื่อให้เห็นถึงความเข้าใจ ทักษะกระบวนการ และความสัมพันธ์ ของแนวคิดต่างๆ ซึ่งเป็นการช่วยให้ผู้เรียนมีความเข้าใจต่อเรื่องหนึ่งๆ ยิ่งขึ้น

5) ขั้นประเมินผล (Evaluation) เป็นขั้นที่ให้ผู้เรียนใช้ทักษะกระบวนการและประเมินความเข้าใจเกี่ยวกับแนวคิดที่ได้เรียนรู้มาว่าถูกต้องหรือไม่อย่างไร

กระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Steps เป็นแนวการจัดการเรียนการสอนโดยใช้วิธีการสืบสอบตามทฤษฎีการสร้างความรู้ด้วยตนเอง (Constructivist) ประกอบด้วยขั้นตอนการจัดการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน โดยเริ่มต้นจากปัญหาเพื่อให้นักเรียนได้แสวงหาความรู้ และสร้างความรู้ด้วยตนเอง อันจะส่งผลให้นักเรียน ปลูกฝังให้นักเรียนเกิดการเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ (พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์, 2557) แนวคิด GPAS 5 Steps มีกระบวนการ คือ ขั้นที่ 1 การรวบรวมข้อมูล (Gathering) ขั้นที่ 2 การจัดกระทำข้อมูล (Processing) ขั้นที่ 3 ขั้นปฏิบัติและสรุปความรู้หลังการปฏิบัติ (Applying and Constructing the Knowledge) ขั้นที่ 4 ขั้นสื่อสารและนำเสนอ (Applying the communication Skill) ขั้นที่ 5 ขั้นประเมินเพื่อเพิ่มคุณค่าบริการสังคมและจิตสาธารณะ (Self-Regulating) กระบวนการเรียนรู้ GPAS 5 Steps จึงเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเอง การเลือกข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การนำข้อมูลมาจัดกระทำเป็นกลุ่ม เป็นหมวดหมู่ จำแนกเพื่อให้ได้ความรู้ตามที่กำหนดไว้ จากนั้นนำไปใช้ในการปฏิบัติจริง จนตกผลึกภายในตัวของผู้เรียน (วณิชวัฒน์วรชัย, 2559)

จากการทบทวนวรรณกรรม ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิด การจัดการกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับ แนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ดังภาพประกอบที่ 1



ภาพประกอบ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

ขอบเขตการวิจัย

1. กลุ่มเป้าหมาย

1.1 ประชากรที่ใช้ในการวิจัย

นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 247 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

นักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6/1 โรงเรียนสาธิตมหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์ ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 41 คน ได้มาจากการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม (Cluster random sampling) โดยใช้ห้องเรียนเป็นหน่วยในการสุ่ม

2. รูปแบบการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการวิจัยตามแบบแผนการวิจัยการทดลองแบบกลุ่มเดียว One Group Pretest - Posttest Design

3. ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

3.1 ตัวแปรต้น ได้แก่ กิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps

3.2 ตัวแปรตาม ประกอบด้วยตัวแปรตาม 2 ตัว ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

4. เนื้อหาที่ใช้ในการวิจัย

รายวิชาภูมิศาสตร์ เป็นเนื้อหาตามกลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม สาระที่ 5 ภูมิศาสตร์ ระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ประกอบด้วยหน่วยการเรียนรู้ 2 หน่วยการเรียนรู้ 8 แผน จำนวน 16 ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 4 ภัยพิบัติ ประกอบด้วยแผนการเรียนรู้ 4 แผน คือ

แผนการเรียนรู้ที่ 1 ภัยพิบัติธรรมชาติทางธรณีภาค

แผนการเรียนรู้ที่ 2 ภัยพิบัติธรรมชาติทางบรรยากาศภาค

แผนการเรียนรู้ที่ 3 ภัยพิบัติธรรมชาติทางอุทกภาค

แผนการเรียนรู้ที่ 4 ภัยพิบัติธรรมชาติทางชีวภาค
หน่วยการเรียนรู้ที่ 5 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ประกอบด้วยแผนการเรียนรู้ 4 แผน คือ
แผนการเรียนรู้ที่ 1 ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
แผนการเรียนรู้ที่ 2 สถานการณ์การเปลี่ยนแปลงด้านทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม
แผนการเรียนรู้ที่ 3 มาตรการป้องกัน ภัยและประสานความร่วมมือด้านทรัพยากรธรรมชาติ
แผนการเรียนรู้ที่ 4 การจัดการทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมที่ยั่งยืน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. แผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 8 แผน ใช้เวลา 16 ชั่วโมง
2. เครื่องมือสะท้อนผลการปฏิบัติการ ประกอบด้วยแบบบันทึกผลการจัดการเรียนรู้ของครู
3. แบบทดสอบวัดการคิดวิเคราะห์ จำนวน 25 ข้อ
4. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม รายวิชาภูมิศาสตร์ เป็นปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ใช้แผนการจัดการเรียนรู้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น จำนวน 8 แผนการจัดการเรียนรู้ใช้เวลาในการทดลองปฏิบัติการทั้งสิ้น 16 ชั่วโมง โดยแบ่งตามเนื้อหา ดังนี้

หน่วยการเรียนรู้ที่ 1 ประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 1-4 จำนวน 8 ชั่วโมง

หน่วยการเรียนรู้ที่ 2 ประกอบด้วยแผนการจัดการเรียนรู้ที่ 5-8 จำนวน 8 ชั่วโมง

2. ก่อนการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ผู้วิจัยดำเนินการให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียน (Pre-test) แบบทดสอบวัดกระบวนการคิดวิเคราะห์ แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ และทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ จากนั้นบันทึกคะแนนเป็นคะแนนก่อนเรียน

3. เมื่อสิ้นสุดการจัดการเรียนรู้ตามกำหนดจึงทำแบบทดสอบหลังเรียน (Post-test) กับนักเรียนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้แบบทดสอบวัดกระบวนการคิดวิเคราะห์ แบบปรนัยชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ และทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งเป็นแบบปรนัยชนิด 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ ซึ่งเป็นแบบทดสอบฉบับเดิม

4. นำผลคะแนนที่ได้จากการตรวจวัดกระบวนการคิดวิเคราะห์และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ไปวิเคราะห์และแปลผลต่อไป

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การหาค่าเฉลี่ย หาค่าร้อยละ หาส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีแบบ Dependent Sample

ผลการวิจัย

จากการศึกษาผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่า

1. ผลการพัฒนาการคิดวิเคราะห์

หลังจากที่ผู้วิจัยดำเนินการจัดกิจกรรมการเรียนการสอนเสร็จสิ้นทั้ง 2 หน่วยการเรียนรู้แล้ว ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบนักเรียน โดยใช้แบบทดสอบวัดการคิดวิเคราะห์ซึ่งเป็นแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 25 ข้อ ผลปรากฏดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตาราง 1 แสดงผลการทดสอบวัดการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนกลุ่มเป้าหมาย

จำนวนนักเรียนทั้งหมด (คน)	นักเรียนผ่านเกณฑ์		นักเรียนไม่ผ่านเกณฑ์		คะแนนวัดการคิดวิเคราะห์		
	จำนวน (คน)	ร้อยละ	จำนวน (คน)	ร้อยละ	คะแนนเต็ม	คะแนนเฉลี่ย	ร้อยละ
41	33	80.49	8	19.51	25	19.59	78.34

จากตาราง 1 พบว่านักเรียนร้อยละ 80.49 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 78.34 โดยสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้

2. ผลการพัฒนาการผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ผู้วิจัยดำเนินการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนด้วยแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนซึ่งเป็นแบบปรนัย ชนิดเลือกตอบ 4 ตัวเลือก จำนวน 40 ข้อ ผลปรากฏตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 แสดงการเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

คะแนน	N	คะแนนเต็ม	\bar{X}	S.D.	$\sum D$	$\sum D^2$	df	t	p
ก่อนเรียน	41	40	15.68	4.046	17.03	290.02	40	32.537*	.000
หลังเรียน	41	40	32.71	3.002					

* นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 พบว่านักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าจำนวนนักเรียนร้อยละ 80.49 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 78.34 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้
2. คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

จากผลการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ที่มีต่อการคิดวิเคราะห์และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 ผู้วิจัยนำผลการวิจัยมาอภิปรายผลตามลำดับดังนี้

1. ผลการพัฒนาการคิดวิเคราะห์

ผลการวิจัยพบว่า จำนวนนักเรียนร้อยละ 80.49 มีคะแนนการคิดวิเคราะห์เฉลี่ยร้อยละ 78.34 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps สามารถพัฒนาการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน ปัจจัยสำคัญที่ทำให้การพัฒนาการคิดวิเคราะห์ของนักเรียนสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดทั้งนี้เป็นการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps เป็นกิจกรรมที่ฝึกให้นักเรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง พัฒนาการคิดอย่างมีเหตุผลและเป็นระบบ เป็นการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาสาระกับกระบวนการคิด การสำรวจตรวจสอบเพื่อการค้นพบและหาคำตอบ เป็นการปลูกฝังให้นักเรียนคิดอย่างเป็นระบบ ทำให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในบทเรียน ช่วยพัฒนาทักษะการคิดและส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้นสอดคล้องกับ คลาค (Clark 1973: 64) ที่เห็นว่าการสอนด้วยการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้เหมาะสมที่จะนำมาใช้ในวิชาสังคมศึกษา เนื่องจากช่วยให้นักเรียนสร้างความเข้าใจอันลึกซึ้ง เกิดความคิดรวบยอดที่ชัดเจนมั่นคง รวมทั้งสอดคล้องกับแนวคิดของ ทิศนา ขัมมณี (2545) ได้กล่าวว่า การจัดกิจกรรมการเรียนรู้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ เป็นการดำเนินการเรียนรู้ ผู้สอนกระตุ้นผู้เรียนให้เกิดคำถามกระตุ้นความคิด และลงมือเสาะแสวงหาความรู้เพื่อหาข้อสรุปด้วยตนเองโดยที่ผู้สอนช่วยอำนวยความสะดวกในการเรียนรู้ด้านต่างๆ ให้แก่ผู้เรียน เช่น ด้านการสืบค้นหาแหล่งเรียนรู้การศึกษาข้อมูล การวิเคราะห์ การสรุปข้อมูล การอภิปรายโต้แย้งทางวิชาการ การทำงานร่วมกับผู้อื่น ผู้วิจัยได้นำเอาขั้นตอนรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) 5 ขั้นตอนมาใช้จัดกิจกรรมการเรียนรู้ คือ ขั้นที่ 1 ขั้นสร้างความสนใจ ขั้นที่ 2 ขั้นการสำรวจและค้นหา ขั้นที่ 3 ขั้นการอธิบายและลงข้อสรุป ขั้นที่ 4 ขั้นการขยายความรู้ ขั้นที่ 5 ขั้นประเมิน เป็นการช่วยให้นักเรียนพัฒนาทักษะทางปัญญาและการคิดอย่างมีเหตุผล สอดคล้องกับแนวคิดของ กนก จันทรา (2561) ได้กล่าวว่าผู้สอนควรมุ่งเน้นให้นักเรียนได้สืบเสาะหาความรู้ ฝึกคิดวิเคราะห์ปัญหาอย่างมีเหตุผล เพื่อให้เกิดความเข้าใจในประเด็นทางภูมิศาสตร์ รวมทั้งแนวคิด GPAS 5 Steps ประกอบไปด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ ขั้นที่ 1 ขั้นรวบรวมข้อมูล (Gathering) ขั้นที่ 2 ขั้นวิเคราะห์และสรุปความรู้ (Processing) ขั้นที่ 3 ขั้นปฏิบัติและสรุปความรู้หลังการปฏิบัติ ขั้นที่ 4 ขั้นสื่อสารและนำเสนอ (Applying the Communication Skill) และขั้นที่ 5 ขั้นประเมินเพื่อเพิ่มคุณค่าบริการสังคมและจิตสาธารณะ (Self-Regulation) เป็นการช่วยให้นักเรียนเกิดความอยากรู้ กระตุ้นความสนใจด้วยคำถาม โดยนำข้อมูลที่ศึกษามาวิเคราะห์ โดยไม่ใช้แผนภาพความคิดมาจัดความคิดให้เป็นระบบ เกิดการสรุปความรู้เป็นความคิดรวบยอด นอกจากนั้นยังได้นำมาสื่อสารกับเพื่อนร่วมชั้น และประเมินจุดแข็ง จุดอ่อนของตนเองเพื่อพัฒนาต่อไป แนวคิด GPAS 5 Steps ดังกล่าวจึงเป็นขั้นตอนและจุดเน้นในการจัดกระบวนการเพื่อให้ผู้เรียนสร้างความรู้ด้วยตนเอง เป็นการสอนที่นักเรียนจะได้เรียนรู้ด้วยตนเอง โดยมีครูคอยให้ความช่วยเหลือ สอดคล้องกับ วิจารณ์ พานิช (2555) ได้กล่าวว่า การเรียนการสอนที่ครูช่วยให้นักเรียนเข้าใจหลักการ ไม่ใช่ท่องจำจะส่งผลต่อการเรียนรู้ของผู้เรียนได้ดี หัวใจคือครูเน้นทำหน้าที่ช่วยแนะนำการ

เรียนของเด็ก ไม่ใช่ทำหน้าที่ถ่ายทอดความรู้ ครูในฐานะเป็นผู้มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมและสร้างบรรยากาศการเรียนรู้ให้กับผู้เรียนจึงต้องหานวัตกรรมใหม่ๆ เพื่อนำมาใช้ในการจัดการเรียนรู้ที่เอื้อต่อผู้เรียน ให้ผู้เรียนทุกคนมีส่วนร่วม ได้ลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง สามารถพัฒนาผู้เรียนได้เต็มตามศักยภาพ เป็นการจัดการเรียนรู้ที่ยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ ซึ่งผู้วิจัยได้ให้นักเรียนเรียนรู้นอกห้องเรียน มีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างผู้วิจัยและนักเรียน โดยผู้วิจัยได้ตั้งคำถามกระตุ้นความคิด ความสนใจ เชื่อมโยงและส่งเสริมให้นักเรียนสืบเสาะแสวงหาความรู้จากแหล่งเรียนรู้ต่าง ซึ่งจากที่นักเรียนได้ศึกษาเรียนรู้ตามเทคนิค GPAS 5 Steps แล้ว ทำให้นักเรียนมีความรู้ และมีทักษะกระบวนการเรียนรู้แบบเป็นขั้นตอน เป็นผลให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้ รายวิชาภูมิศาสตร์ ของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps สามารถพัฒนาการคิดวิเคราะห์ของนักเรียน

2. ผลการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ผลการวิจัยพบว่า คะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ทั้งนี้เพราะการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ผู้วิจัยได้ดำเนินการอย่างต่อเนื่องตามแผนการจัดการเรียนรู้ 8 แผน จำนวน 16 ชั่วโมง มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ที่ให้นักเรียนเรียนรู้ด้วยตนเอง ซึ่งผู้วิจัยได้แลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักเรียน ส่งเสริมให้นักเรียนสืบเสาะหาความรู้ค้นคว้าข้อมูลจากแหล่งเรียนรู้ต่างๆ ทำให้นักเรียนได้เรียนผ่านสื่อเทคโนโลยี โดยนำข้อมูลมาแลกเปลี่ยนเรียนรู้ ร่วมกันอภิปราย การจัดระบบข้อมูล การแยกแยะ การสรุปโดยใช้เหตุผล และการประเมินค่า ตามขั้นตอนการสืบเสาะหาความรู้ (5Es) 5 ขั้นตอนร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps เป็นวิธีการจัดการเรียนรู้ที่สามารถพัฒนากระบวนการเรียนรู้และกระบวนการคิดระดับสูงได้เป็นอย่างดี เป็นการบูรณาการเชื่อมโยงระหว่างเนื้อหาสาระกับการพัฒนากระบวนการคิด ลงมือทำ และเกิดการแก้ปัญหา ทั้งนี้ยังเปิดโอกาสให้ผู้เรียนได้สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ แสวงหาความรู้ด้วยตนเองอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้นักเรียนเกิดความเข้าใจในบทเรียน และสามารถพัฒนาทักษะการคิดซึ่งจะส่งผลให้ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนสูงขึ้น นักเรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้ตามความสนใจของผู้เรียนได้ในเชิงลึก เนื่องจากนักเรียนเกิดการเรียนรู้สิ่งต่างๆ เกิดการแสวงหาความรู้ประยุกต์จากความเก่าต่อยอดในการสร้างองค์ความรู้ขึ้นมาใหม่ นำไปสู่การแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง ตามแนวทฤษฎีการเรียนรู้แบบสรรค์สร้างความรู้ (Constructivism) ที่เชื่อว่าการเรียนรู้เกิดขึ้นในตัวของผู้เรียน เพื่อกระตุ้นให้ผู้เรียนคิดและเชื่อมโยงความรู้เอง จนเกิดการเรียนรู้ที่มีความหมาย รวมทั้งทำให้เกิดความรู้ที่คงทนเนื่องจากการลงมือปฏิบัติ เข้าใจในศักยภาพ ทำให้ได้พัฒนาศักยภาพของตนเองได้ สอดคล้องกับคุณลักษณะอันพึงประสงค์ของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ที่ได้กล่าวว่า การศึกษาในศตวรรษที่ 21 ต้องเป็นการเรียนที่ให้ผู้เรียนรู้จักการแสวงหาความรู้และเรียนเพื่อลงมือปฏิบัติลงมือทำ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2555) และสอดคล้องกับ ศิริพร หงส์พันธุ์ (2542 : 44) ที่ได้กล่าวถึงการจัดการเรียนรู้แบบสืบเสาะหาความรู้และแนวคิด GPAS 5 Steps ส่งผลให้นักเรียนได้มีโอกาสฝึกฝนตนเอง รู้จักวิเคราะห์วิจารณ์ หาเหตุผล ทำให้บรรยากาศในชั้นเรียนไปอย่างตื่นเต้น เกิดความสนใจในการเรียน สอดคล้องกับหลักจิตวิทยา คือ เมื่อนักเรียนสามารถค้นคว้าหาความรู้ด้วยตนเอง จะทำให้เกิดความพอใจในการเรียน สามารถจดจำความรู้ได้ดีกว่าการท่องจำ เพิ่มแรงจูงใจและความรู้สึกที่ดีต่อการเรียนได้ ตามที่ Bruner (1968 : 159) ได้กล่าวไว้ว่าเป็นการเรียนที่นักเรียนค้นพบความรู้ด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยเพิ่มแรงจูงใจในมากกว่าการเรียน

แบบท่องจำ ทำให้นักเรียนเกิดการสร้างสรรค์ การเรียนด้วยวิธีนี้จะช่วยให้นักเรียนจดจำความรู้ได้ดีกว่าการเรียนด้วยวิธีอื่น สิ่งเหล่านี้ส่งผลทำให้การจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps มีประสิทธิภาพ และนักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ควรมีการนำการจัดกิจกรรมการเรียนรู้โดยใช้รูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps ไปทดลองกับตัวแปรที่เน้นทักษะอื่นๆ ที่มีความสอดคล้องกับรูปแบบการสอนแบบสืบเสาะหาความรู้ (5Es) ร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Steps เช่น ทักษะการคิดแก้ปัญหา การคิดสร้างสรรค์ การคิดเชิงบูรณาการ การคิดเชื่อมโยง เป็นต้น

2. ควรมีการศึกษาและพัฒนาเกี่ยวกับสร้างแผนการจัดการเรียนรู้ในสาระการเรียนรู้อื่นๆ หรือหน่วยการเรียนรู้อื่นๆ ต่อไป

บรรณานุกรม

กนก จันทรา. (2561). การรู้เรื่องภูมิศาสตร์ สอดบทเรียนประสบการณ์การจัดการเรียนรู้ภูมิศาสตร์ในชั้นเรียนที่

เสริมสร้างการรู้เรื่องภูมิศาสตร์. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

กระทรวงศึกษาธิการ. (2551). หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551.

กรุงเทพฯ : ชุมชนสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย.

—————. (2542). พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2542. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.

ณัฐกรณ์ ดาชะอม. (2553) ผลของการจัดการเรียนรู้ด้วยกระบวนการสืบเสาะหาความรู้แบบ 5E และวิธีการทาง

ประวัติศาสตร์ ของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ที่มีผลต่อสัมฤทธิ์ทางการเรียนประวัติศาสตร์และการคิด

อย่างมีวิจารณญาณ. ปริญญาโท การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการมัธยมศึกษา

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ดวงกมล สิ้นเพ็ง. (2553). การพัฒนาผู้เรียนสู่สังคมแห่งการเรียนรู้ : การจัดการเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็น

ศูนย์กลาง : กลุ่มสาระการเรียนรู้สังคมศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ :

สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ทีชานันท์ ชุมแวงวาปี.(2558). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและทักษะการแก้ปัญหาด้วยวิธีการเรียนรู้

โดยใช้ปัญหาเป็นฐานร่วมกับแนวคิด GPAS 5 Stepsของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1 ในราย

รายวิชาสังคมศึกษา ส21103. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาหลักสูตรและการ

สอน บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ทีศนา แคมมณี. (2544). วิทยาการด้านการคิด. กรุงเทพฯ : เดอะมาสเตอร์กรุ๊ป แมเนจเม้นท์.

ประพันธ์ศิริ สุเสารัจ. (2556). การพัฒนาการคิด. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : ห้างหุ้นส่วนจำกัด 9119

เทคนิค พรินติ้ง.

พิมพ์พันธ์ เตชะคุปต์. (2544). การเรียนการสอนที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ : แนวคิด วิธีและเทคนิคการสอน 1.

กรุงเทพฯ : เดอะมาสเตอร์กรุ๊ป แมเนจเม้นท์.

รุ่ง แก้วแดง. (2542). การปฏิรูปการศึกษาไทย. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์มติชน.

ลัดดา ศิลาอ่อน. (2544). โครงการงานเพื่อการเรียนรู้ : หลักการและแนวทางการจัดกิจกรรม. พิมพ์ครั้งที่ 1.

กรุงเทพมหานคร : คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

วณิชวัฒน์วรชัย. (2559) วิธีการสอนทั่วไป Method of Teaching. นครปฐม : โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยศิลปากร.

วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสดศรี-สฤษดิ์วงศ์.

ศิริพร หงส์พันธุ์. (2542). การจัดกิจกรรมการเรียนการสอนด้านสิ่งแวดล้อมในโรงเรียน. นครราชสีมา : โปรแกรม

วิชาวิทยาศาสตร์สิ่งแวดล้อม คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี สถาบันราชภัฏนครราชสีมา

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี กระทรวงศึกษาธิการ. (2547). คู่มือการจัดการจัดการ

เรียนรู้สาระวิทยาศาสตร์. กรุงเทพฯ : องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์.

สิริวรรณ ศรีพหล. (2554.) การจัดการเรียนรู้ประวัติศาสตร์ (1) ในประมวลสาระชุดวิชาการจัดประสบการณ์

การเรียนรู้สังคมศึกษา หน่วยที่ 12. นนทบุรี. บัณฑิตศึกษา สาขาศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมธิราช.

สุจินต์ เพิ่มพูล. (2552). การพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาสามโคก. คณะศิลปกรรมศาสตร์

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

สุนีย์ เหมะประสิทธิ์. (2554). ตัวอย่างหน่วยการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ. สำนักงานเขตพื้นที่ราชบุรี :

ธรรมรักษ์การพิมพ์

Bruner, Jerome S. (1968). The Inquiry in a Handbook Secondary School. New Jersey:

Prentice-Hill Englewood Cliffs.

Clark, Leonard H. (1973). Teachinh Inquiry in Handbook Secondary School. New York:

Macmillan.

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์
จุฬาราชวิทยาลัย

A MODEL FOR DEVELOPING OF INSTRUCTIONAL LEADERSHIP OF TEACHERS AT PRINCESS
CHULABHORN SCIENCE HIGH SCHOOLS

อุไรรัก พันโกฏี

มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

E-mail : p.urairak@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีความมุ่งหมาย 1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย 2. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย และ 3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยตามรูปแบบที่พัฒนาขึ้น ใช้รูปแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development : R & D) โดยการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 3 ระยะ รวม 7 ขั้นตอน ดังนี้ ระยะที่ 1 ศึกษาองค์ประกอบภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 1 ศึกษาเอกสาร งานวิจัยและสัมภาษณ์ผู้ที่เกี่ยวข้อง ขั้นตอนที่ 2 ศึกษาองค์ประกอบหลักของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้เชี่ยวชาญและสัมภาษณ์ Best Practice เครื่องมือที่ใช้ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured Interview) ขั้นตอนที่ 3 ศึกษาความต้องการจำเป็นของการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นครูผู้สอนในโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ประจำปีการศึกษา 2566 จำนวน 820 คน รวม 12 โรงเรียน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นครูผู้สอนในโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ปีการศึกษา 2566 ผู้วิจัยใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน (Multi Stage Sampling) กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยการคำนวณสูตรของ Krejcie and Morgan ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 262 คน สถิติที่ใช้ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความต้องการจำเป็น (PNI_{modified}) ระยะที่ 2 การสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 4 การร่างรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ขั้นตอนที่ 5 สร้างและยืนยันรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ตรวจสอบยืนยันความเหมาะสมและความถูกต้องของรูปแบบ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 7 คน และระยะที่ 3 ศึกษาประสิทธิผลรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ประกอบด้วย ขั้นตอนที่ 6 การทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย กลุ่มเป้าหมาย คือครูผู้สอนในโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย มุกดาหาร จำนวน 30 คน แบ่งเป็น 3 ระยะ ประกอบด้วยระยะที่ 1 การอบรมเชิงปฏิบัติการ

ระยะที่ 2 การเรียนรู้ด้วยตนเอง และระยะที่ 3 การนิเทศ ติดตามและประเมินผล และขั้นตอนที่ 7 สรุปและประเมินผลการใช้รูปแบบ

ผลการวิจัย พบว่า 1) องค์ประกอบของภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยมี 4 องค์ประกอบ ดังนี้ การมีเทคนิควิธีจัดการเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศ การมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย การสร้างเครือข่ายทางวิชาการโดยใช้เทคโนโลยี ในการสื่อสาร และ การมีเป้าหมายอุดมการณ์ และมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี 2) รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ประกอบด้วย หลักการของรูปแบบ ความมุ่งหมายของรูปแบบ เนื้อหาของรูปแบบ กระบวนการของรูปแบบและการวัดประเมินผลและ 3) ประสิทธิภาพรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยตามรูปแบบ ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น มีความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย โดยยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และค่าดัชนีประสิทธิผลของการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยเท่ากับ 0.7653 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.53

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำทางวิชาการ, การพัฒนา, ครู

Abstract

The purposes of this research were 1) to study the components of instructional leadership of teachers at Princess Chulabhorn Science High Schools, 2) to construct and develop a model for enhancing instructional leadership of teachers at these schools, and 3) to evaluate the effectiveness of the developed model. This study employed a research and development (R&D) approach. The research samples were divided into two groups: the survey research sample, consisting of 262 teachers from 12 Princess Chulabhorn Science High Schools, calculated using the Krejcie & Morgan formula, and the target group for the model implementation, which included 30 teachers from Princess Chulabhorn Science High School Mukdahan who voluntarily participated in the development program. The research process followed the R&D methodology to create a model for enhancing instructional leadership of teachers at Princess Chulabhorn Science High Schools. Data were analyzed using means and standard deviations.

The research findings revealed that: 1) The components of instructional leadership of teachers at Princess Chulabhorn Science High Schools consisted of four elements: possessing instructional techniques for excellence, having research knowledge and abilities,

building academic networks using communication technology, and having goals, ideology, and determination in developing science, mathematics, and technology. 2) The developed model comprised the model's principles, purposes, content, processes, and evaluation. 3) The effectiveness of the model for enhancing instructional leadership of teachers at Princess Chulabhorn Science High Schools, as developed by the researcher, demonstrated that the overall suitability of the model was at the highest level, and the effectiveness index of developing instructional leadership of teachers in these schools was 0.7653 or 76.53%.

Keywords : Instructional Leadership, Development, Teacher

บทนำ

การปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษ ที่ 21 มุ่งเน้นให้คนไทย มีโอกาสได้เรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ผลของการปฏิรูปแต่ละครั้งสะท้อนให้เห็นแนวทางและบทเรียนที่มีความสำคัญ และน่าสนใจเกิดขึ้นตลอดเวลา ซึ่งแม้จะไม่ประสบความสำเร็จในบางประเด็นที่สำคัญ แต่ก็ทำให้เกิดองค์ความรู้อย่างมากมาย การปฏิรูปการศึกษาเป็นการปฏิรูปการเรียนรู้ของประชาชนในชาติ ซึ่งเป็นโจทย์ที่สำคัญของประเทศไทยและการปฏิรูปการเรียนรู้ จะต้องปฏิรูปคน และบุคลากรซึ่งถือเป็นบุคคลที่สำคัญทางการศึกษา (จิณฉวีตร ปะโคทัง, 2561: 73) รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการจัดการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ เพื่อเป็นการพัฒนากำลังคนให้ประเทศชาติพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น ลดการพึ่งพาองค์ความรู้ทางด้านวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีต่างชาติ จึงเกิดการจัดการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษ ด้านคณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ พบว่าการดำเนินการจัดการศึกษาได้ผลดีถึง แต่โรงเรียนเฉพาะทางด้านนี้ยังมีจำนวนน้อย และไม่เพียงพอต่อความต้องการ อีกทั้งการจัดการศึกษาสำหรับผู้มีความสามารถพิเศษส่วนใหญ่ กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ ยังไม่กระจายอย่างทั่วถึง ทำให้ผู้ที่มีความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์แต่ขาดแคลนทุนทรัพย์เข้าไม่ถึงโอกาส ในการได้รับการพัฒนาตนเองอย่างเต็มศักยภาพ ซึ่งจำเป็นยังต้องได้รับการพัฒนาและส่งเสริม อย่างเหมาะสมตั้งแต่เยาว์วัย เพื่อให้เติบโตไปเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่มี คุณค่า สร้างประโยชน์ให้กับสังคมและต่อประเทศชาติในอนาคต กระทรวงศึกษาธิการจึงมีนโยบายที่จะจัดให้มี โรงเรียนวิทยาศาสตร์ ที่มีคุณภาพระดับเดียวกับโรงเรียนมหิดลวิทยานุสรณ์ เพื่อเพิ่มโอกาสให้กับนักเรียนที่มีความสามารถพิเศษซึ่งกระจายอยู่ทุกภูมิภาคของประเทศไทย (สำนักบริหารงานความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์ศึกษา, 2563: 2) ซึ่งครูนั้นต้องเป็นทั้งผู้สอนและเป็นผู้บริหารชั้นเรียน เช่น การบริหารจัดการชั้นเรียนของครู ต้องใช้ภาวะผู้นำในการบริหารนักเรียนที่ตนเองสอนหรือรับผิดชอบดูแลอยู่ และเป็นไปตามแนวทางการปฏิรูปการศึกษาที่เน้นการบริหารโดยใช้โรงเรียนเป็นฐาน (School based management) นอกเหนือจากภาวะผู้นำแล้ว สิ่งที่ครูควรมีเพื่อใช้ควบคู่กับภาวะผู้นำ คือ ภาวะผู้นำทางวิชาการ ซึ่งเป็นบทบาทที่มีความสำคัญกับการ

เรียนรู้ของนักเรียน เน้นการส่งเสริมให้ครูมีส่วนร่วมในการบริหารโรงเรียนมากยิ่งขึ้น เพื่อการพัฒนาคุณภาพ การจัดการศึกษาของ โรงเรียนให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ดี (อิสระ ขอนบุรี, 2563: 3)

ภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ถือเป็นองค์ประกอบสำคัญในการพัฒนาผู้เรียน แก้ปัญหาการเรียนรู้อันของผู้เรียน อีกทั้งเป็นผู้ชี้แนะให้คำปรึกษา เป็นแรงจูงใจให้ผู้เรียนปฏิบัติในสิ่งที่ถูกต้องและเกิดการเปลี่ยนแปลงในสิ่ง ที่พึงประสงค์ของสถานศึกษา ในฐานะของครู ผู้ที่มีภาวะผู้นำทางวิชาการนั้น จำเป็นต้องมีวิสัยทัศน์กว้างไกล เป็นผู้จัดระเบียบในสถานศึกษา เป็นผู้นำและผู้ประเมิน เพื่อเป็นการรับประกันความก้าวหน้าทางวิชาการของ สถานศึกษา โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อที่จะทำให้ผู้เรียนประสบผลสำเร็จ ครูจึงมีผลต่อการพัฒนาผู้เรียนทั้งด้าน การเรียนและพฤติกรรมโดยตรง ภาวะผู้นำทางวิชาการจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ครูควรได้รับการส่งเสริม และ พฤติกรรมของครูที่ควรได้รับการส่งเสริม ดังนั้นครูจึงจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำทางวิชาการ (ไชยา ภาวะบุตร , 2565: 323) และสอดคล้องกับสุชาติ พันธุ์ก้อม (2563: 3) กล่าวว่าภาวะผู้นำทางวิชาการเป็นแนวทางในการ ส่งเสริมให้ครูผู้สอนเกิดการพัฒนาดตนเองในการทำงานให้เกิดประสิทธิภาพ เกิดความกระตือรือร้นในการพัฒนา ตนเองให้เป็นผู้นำทางวิชาการ พัฒนาดตนเองให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ อันส่งผลต่อความรู้ความสามารถของ นักเรียนทั้งทางด้านบุคลิกภาพ การเป็นผู้นำและพัฒนาด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้เป็นไปตามวิสัยทัศน์ พันธกิจ และเป้าประสงค์

โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยทั้ง 12 แห่ง จัดตั้งขึ้นเพื่อเฉลิมพระเกียรติสมเด็จพระเจ้า ลูกเธอเจ้าฟ้าจุฬาภรณวลัยลักษณ์อัครราชกุมารี และมีจุดมุ่งหมายเพื่อจัดการศึกษาสำหรับนักเรียนที่มี ความสามารถพิเศษด้านวิทยาศาสตร์และคณิตศาสตร์ (สำนักบริหารงานความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์ศึกษา กลุ่มอำนวยการ, 2563 : 31-32) อย่างไรก็ตาม รายงานการประเมินตนเองของโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราช วิทยาลัย มุกดาหาร พบว่า โรงเรียนควรส่งเสริมครูและบุคลากรให้มีความรู้ ความสามารถและทักษะใน ด้านต่าง ๆ เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย มุกดาหาร, 2565: 8)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราช วิทยาลัย เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรในองค์กรเกิดความตระหนักในบทบาทหน้าที่และร่วมกันพัฒนา ผู้เรียนไปสู่เป้าหมาย อันจะเป็นประโยชน์สูงสุดในการพัฒนากำลังคน ซึ่งเป็นทรัพยากรที่สำคัญสูงสุดต่อการ พัฒนาประเทศชาติต่อไป

ความมุ่งหมายของการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดความมุ่งหมายของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. เพื่อศึกษาองค์ประกอบของภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราช วิทยาลัย
2. เพื่อสร้างและพัฒนารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬาราชวิทยาลัย

3. เพื่อศึกษาประสิทธิผลของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียน
วิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยที่พัฒนาขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ศึกษาค้นคว้าเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำ
ทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย โดยสรุปสาระสำคัญตามลำดับดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับผู้นำและภาวะผู้นำ

1. ความหมายของผู้นำและภาวะผู้นำ

ผู้นำ(Leader) และภาวะผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งประการหนึ่งต่อความสำเร็จขององค์การ
อย่างยิ่งทั้งนี้ เพราะผู้นำมีภาระหน้าที่ และความรับผิดชอบโดยตรงที่จะต้องวางแผน ดูแล และควบคุมให้
บุคลากรขององค์การนั้น ๆ ปฏิบัติงานต่าง ๆ ให้ประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย และวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ ได้มี
นักวิชาการและนักการศึกษาได้เสนอความหมายไว้อย่างหลากหลายผู้วิจัยสรุปได้ดังนี้

ผู้นำ หมายถึง บุคคลซึ่งเป็นหัวหน้าหน่วยงานหรือองค์การ มีอำนาจหน้าที่เหนือคนอื่น ๆ
ภายในองค์การนั้น ๆ มีหน้าที่ในการสั่งการ วางแผน แนะนำ ชี้แนะหรือปฏิบัติ และมีความสามารถในการนำพา
กลุ่มหรือองค์การไปสู่วัตถุประสงค์หรือสู่จุดหมายที่วางไว้

ภาวะผู้นำ หมายถึง ความสามารถที่บุคคลแสดงออกอย่างมีอิทธิพลต่อผู้อื่นหรือกลุ่มบุคคล
เพื่อทำให้เกิดความคล้อยตาม และเชื่อมั่น อาจเกิดจากความศรัทธา ในการยอมรับ อันจะช่วยส่งผลให้บรรลุ
สำเร็จตามเป้าหมายขององค์การนั้น ๆ

2. ความสำคัญของภาวะผู้นำ

ความสำคัญของภาวะผู้นำ โดยทั่วไปจะมีคุณลักษณะที่แตกต่างกันไปตามบริบทในการคง
อยู่ในตำแหน่งหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมายให้ปฏิบัติ ซึ่งนับเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อตัวผู้นำในการกำหนด
เป้าหมาย หรือแนวทางการสร้างวิสัยทัศน์ หรือพัฒนาคุณลักษณะผู้นำที่สอดคล้องกับบทบาท หน้าที่ และ
บริบทในความรับผิดชอบ และพฤติกรรมได้อย่างเหมาะสม เป็นการเพิ่มศักยภาพของผู้นำและเพิ่ม
ประสิทธิภาพ ในการปฏิบัติงานให้กับองค์การหรือหน่วยงานได้เป็นอย่างดี นอกจากนี้ ยังช่วยให้ผู้นำสามารถ
นำกลุ่มหรือองค์การให้ประสบผลสำเร็จและบรรลุเป้าหมายขององค์การได้ตามที่ต้องการ และบรรลุตาม
วัตถุประสงค์

3. ทฤษฎีของภาวะผู้นำ

ทฤษฎีภาวะผู้นำ เช่นทฤษฎีคุณลักษณะ (Trait Theory) ทฤษฎีพฤติกรรม (Behavior
Theory)ทฤษฎีภาวะผู้นำแห่งการปฏิรูป (Transformation Leadership Theory) ถือว่าเป็นคุณลักษณะภาวะ
ผู้นำที่มีความสำคัญและจำเป็นที่จำต้องเกิดขึ้นในตัวผู้นำ เพื่อที่จะสามารถนำพาองค์การไปในถึงเป้าหมายของ
องค์การ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ภาวะผู้นำทางวิชาการของครู

1. ภาวะผู้นำทางวิชาการ

ภาวะผู้นำทางวิชาการ หมายถึง การกระทำหรือลักษณะหรือพฤติกรรมของความเป็นผู้นำทางวิชาการเป็นหลัก ซึ่งเป็นความสามารถโน้มน้าวให้ผู้อื่นปฏิบัติตาม หรือความร่วมมือร่วมใจให้เกิดขึ้นระหว่างผู้ร่วมงาน รวมทั้งการพัฒนาการเรียนรู้เพื่อพัฒนาสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ภาวะผู้นำทางวิชาการของครู

ภาวะผู้นำทางวิชาการของครู หมายถึง พฤติกรรมที่แสดงออกของความเป็นผู้นำของครูและผู้ที่มีความรู้ความสามารถ ถ่ายทอดความรู้ ชี้แนะแนวทางปฏิบัติ อำนวยความสะดวกพร้อมทั้งส่งเสริมให้การสนับสนุนพัฒนาการเรียนรู้ของตนเองและผู้อื่นด้วยวิธีการต่าง ๆ อย่างหลากหลาย สามารถโน้มน้าวและจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเพื่อนำไปสู่เป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

3. องค์ประกอบของภาวะผู้นำทางวิชาการของครู

จากผลการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งหมดและสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า ภาวะผู้นำทางวิชาการของครู มีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคเศรษฐกิจสารสนเทศในปัจจุบัน บทบาทที่สำคัญที่สุด คือ ครูต้องมีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาตนเองอยู่เสมอ ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งตนเองและผู้อื่น จนนำไปสู่การบรรลุเป้าหมายต่างๆ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์หัวข้อที่สำคัญที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบหลักของภาวะผู้นำทางวิชาการของครู สรุปได้ดังนี้ 1) การมีเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศ 2) การมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย 3) การสร้างเครือข่ายทางวิชาการโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสารและ 4) การมีเป้าหมาย อุดมการณ์ และมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู

1. รูปแบบการพัฒนา

รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู มี 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) หลักการ 2) วัตถุประสงค์ 3) เนื้อหา 4) กระบวนการ และ 5) การวัดและการประเมินผล

2. วิธีการพัฒนา

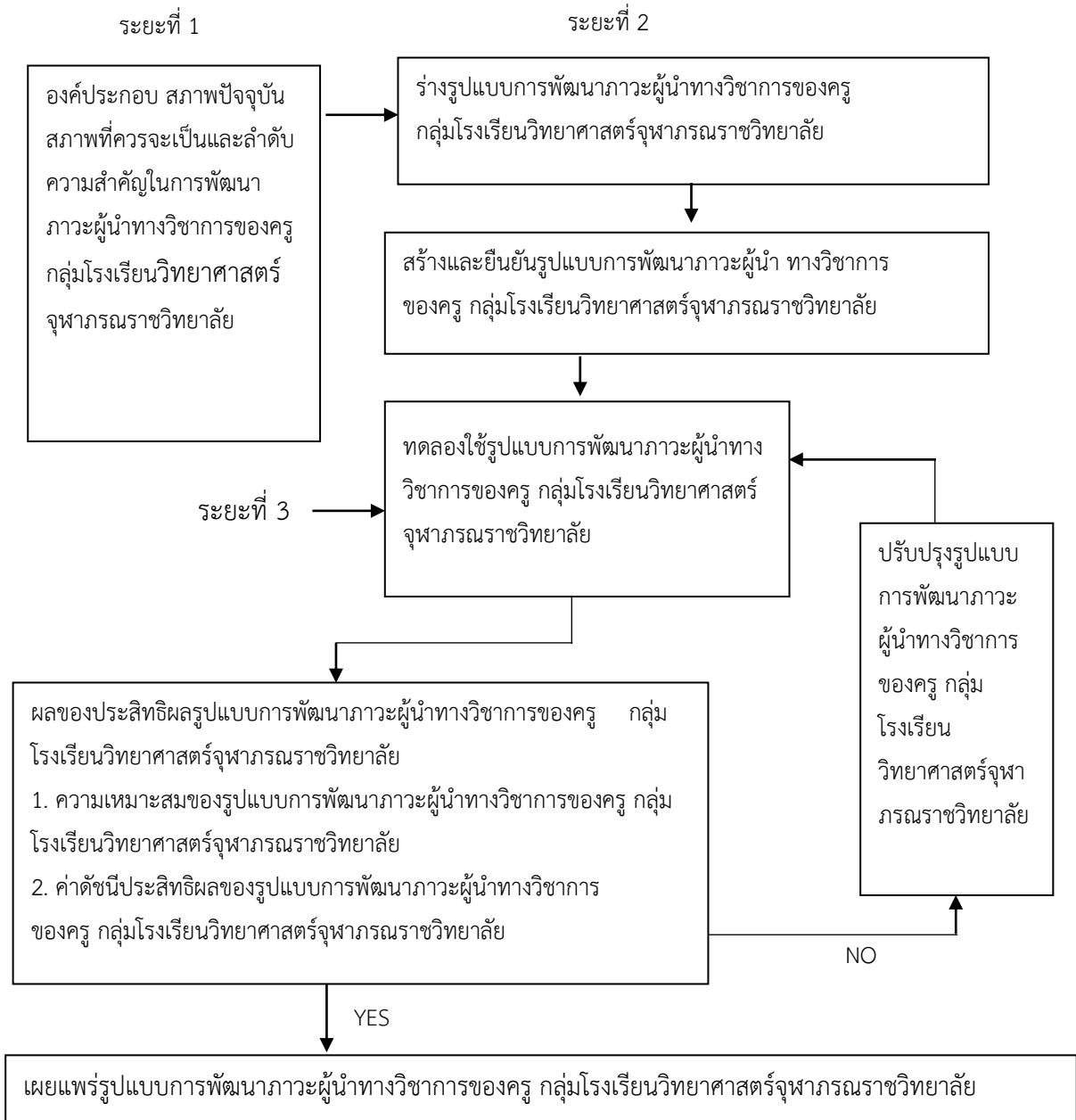
จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อนำมากำหนดเป็นวิธีการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารัตนราชวิทยาลัย มี 2 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การฝึกอบรม และ 2) การศึกษาด้วยตนเอง

3. ประสิทธิภาพของรูปแบบ

ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของรูปแบบ หมายถึง ความสำเร็จในการดำเนินงานจนบรรลุตามความมุ่งหมายของงานวิจัย ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นโดยการนำรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารัตนราชวิทยาลัยไปใช้

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาภรณราชวิทยาลัย ผู้วิจัยได้สรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังรูปที่ 1



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ขอบเขตของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตของการวิจัย ไว้ดังนี้

1. ขอบเขตด้านเนื้อหา

จากการวิเคราะห์สังเคราะห์เอกสาร แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ซึ่งขอบเขตด้านเนื้อหาประกอบด้วย ดังนี้

1.1 องค์ประกอบภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย วิเคราะห์สังเคราะห์เอกสาร แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและจากการสัมภาษณ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ประกอบด้วย

- 1) การมีเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศ
- 2) การมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย
- 3) การสร้างเครือข่ายทางวิชาการโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร
- 4) การมีเป้าหมาย อุดมการณ์ และมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์

คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี

1.2 องค์ประกอบของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ผู้วิจัยได้วิเคราะห์สังเคราะห์เอกสารและแนวคิดของนักการศึกษาและนักวิจัย ประกอบด้วย

1.2.1 หลักการ

1.2.2 วัตถุประสงค์

1.2.3 เนื้อหา

1.2.3.1 การมีเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศ

1.2.3.2 การมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย

1.2.3.3 การสร้างเครือข่ายทางวิชาการโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร

1.2.3.4 การมีเป้าหมาย อุดมการณ์ และมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์

คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี

1.2.4 กระบวนการ

1.2.5 การวัดและการประเมินผล

2. ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย

2.1 ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นครูผู้สอนในกลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย จำนวน 12 โรงเรียน ปีการศึกษา 2566 จำนวน 820 คน

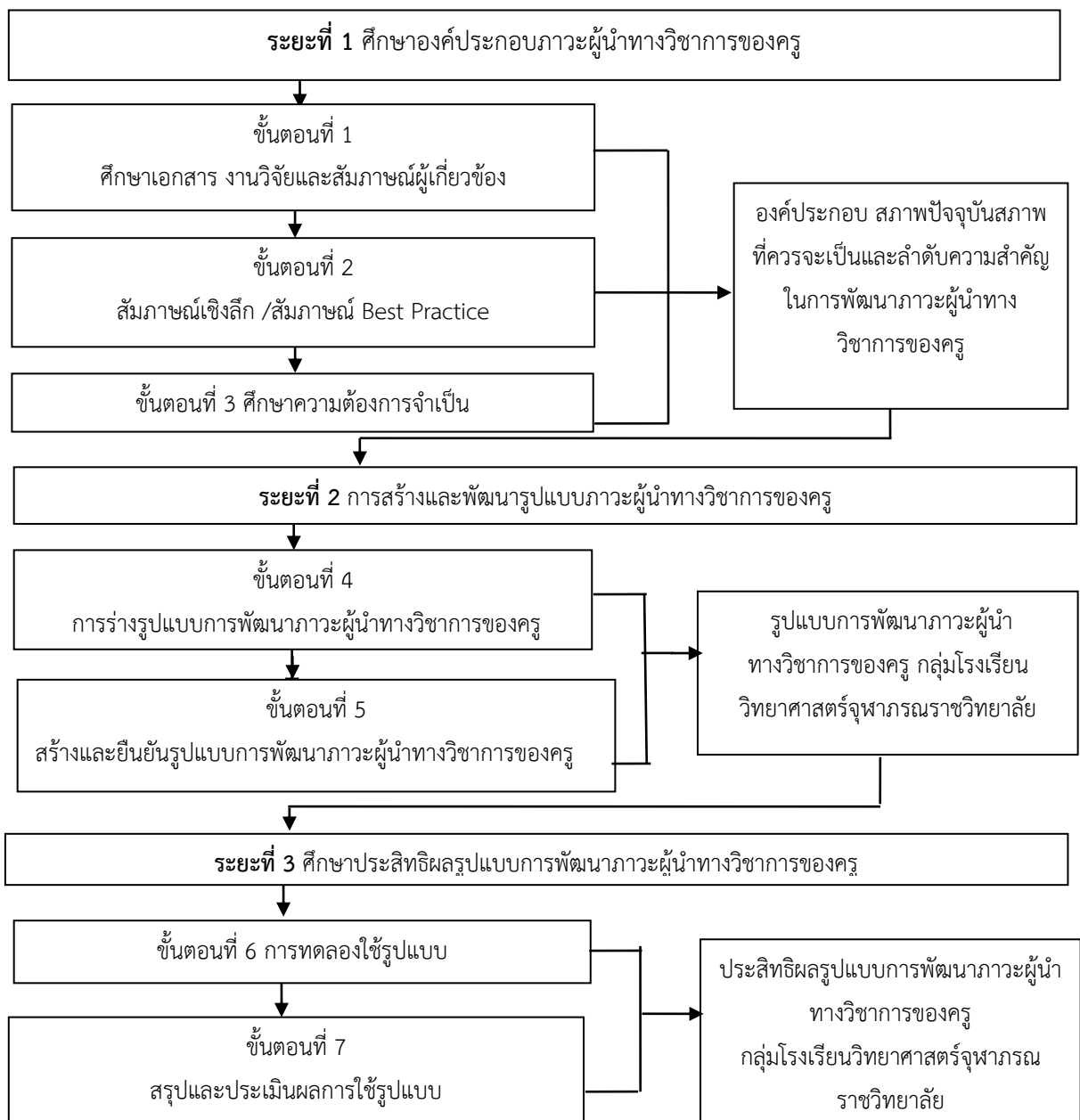
2.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่

2.2.1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยเชิงสำรวจ ได้แก่ ครูผู้สอนในกลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬาราชวิทยาลัย กำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณสูตรของ Krejcie & Morgan ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% จากจำนวน 12 โรงเรียน ปีการศึกษา 2566 จำนวน 262 คน

2.2.2 กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการทดลองใช้รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ได้แก่ ครูผู้สอนโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย มุกดาหารที่สมัครใจและเต็มใจเข้าร่วมการพัฒนา จำนวน 30 คน

3. ขอบเขตด้านวิธีดำเนินการวิจัย

เป็นการวิจัยโดยใช้วิธีดำเนินการวิจัยแบบการวิจัยและพัฒนา (Research and Development :R & D) เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย



รูปที่ 2 แสดงวิธีดำเนินการวิจัย

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่องรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์ จุฬารามราชวิทยาลัย พบว่า

1. องค์ประกอบภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัย มี 4 องค์ประกอบหลัก 5 องค์ประกอบย่อยและ 25 ตัวบ่งชี้ ดังนี้

1.1 การมีเทคนิควิธีการจัดการเรียนรู้เพื่อความเป็นเลิศ มีองค์ประกอบย่อยดังนี้ 1) การมีความรู้ความสามารถด้านหลักสูตร 2) การพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอน 3) การมุ่งเน้นการปฏิบัติงานเพื่อความเป็นเลิศ 4) การออกแบบและจัดกิจกรรมการเรียนการสอนที่มุ่งเน้นผู้เรียนและ 5) การวัดและประเมินผลด้านการเรียนการสอน

1.2 การมีความรู้ความสามารถด้านการวิจัย มีองค์ประกอบย่อยดังนี้ 1) การเป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ 2) การค้นหาความรู้ความจริงอย่างเป็นระบบ ระเบียบ 3) การมีจรรยาบรรณของนักวิจัย 4) มีทักษะการคิดวิเคราะห์และสังเคราะห์ และ 5) การวางแผนในการปฏิบัติงาน

1.3 การสร้างเครือข่ายทางวิชาการโดยใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร มีองค์ประกอบย่อยดังนี้ 1) การสร้างเครือข่ายทางการเรียนรู้ 2) การเป็นผู้มีปฏิสัมพันธ์ที่ดีกับบุคคลอื่น 3) การทำงานเป็นทีม 4) การใช้เทคโนโลยีในการสื่อสาร และ 5) การนำเทคโนโลยีมาสร้างเครือข่ายความร่วมมือ

1.4 การมีเป้าหมาย อุดมการณ์ และมุ่งมั่นตั้งใจในการพัฒนาด้านวิทยาศาสตร์ คณิตศาสตร์ และเทคโนโลยี มีองค์ประกอบย่อยดังนี้ 1) มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการพื้นฐานด้านคณิตศาสตร์และวิทยาศาสตร์ และเทคโนโลยีอย่างลึกซึ้ง 2) พัฒนานวัตกรรมด้านคณิตศาสตร์ วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี 3) มีความรู้และทักษะการใช้ภาษาต่างประเทศและเทคโนโลยีสารสนเทศ 4) เสียสละ มุ่งมั่นพัฒนาตนเอง และทุ่มเท และ 5) มีความรอบรู้ รอบรู้และสามารถบูรณาการความรู้ได้

2. รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัย ประกอบด้วย หลักการของรูปแบบ ความมุ่งหมายของรูปแบบ เนื้อหาของรูปแบบ กระบวนการของรูปแบบ และการวัดและประเมินผล

3. ผลการประเมินประสิทธิผลรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัย ตามรูปแบบที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้น พบว่า 1) ความเหมาะสมของรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัย มีความเหมาะสมโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และ 2) ค่าดัชนีประสิทธิผลของการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัยเท่ากับ 0.7653 หรือคิดเป็นร้อยละ 76.53

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬารามราชวิทยาลัย ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก 5 องค์ประกอบย่อย และ 25 ตัวบ่งชี้ ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียน

ควรนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู โดยจัดทำแผนพัฒนาครูที่สอดคล้องกับองค์ประกอบและตัวบ่งชี้ดังกล่าว เพื่อให้ครูมีภาวะผู้นำทางวิชาการที่สมบูรณ์ ครอบคลุมทุกด้าน อันจะส่งผลต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยให้สูงขึ้น

2. ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ประกอบด้วย หลักการ ความมุ่งหมาย เนื้อหา กระบวนการ และการวัดและประเมินผล ดังนั้นผู้บริหารโรงเรียนควรนำรูปแบบนี้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครูในโรงเรียน โดยปรับให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละโรงเรียน ทั้งนี้ควรมีการชี้แจง สร้างความเข้าใจแก่ครู และผู้ที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับรูปแบบการพัฒนานี้ เพื่อให้การนำไปใช้เกิดประสิทธิผลสูงสุด

3. ผลการประเมินประสิทธิผลรูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครู กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยพบว่ารูปแบบมีความเหมาะสมในระดับมากที่สุด และมีค่าดัชนีประสิทธิผลเท่ากับ 0.7653 หรือร้อยละ 76.53 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการพัฒนาที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นมีคุณภาพ สามารถพัฒนาภาวะผู้นำทางวิชาการของครูได้จริง ดังนั้นโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัยและโรงเรียนอื่น ๆ ควรนำรูปแบบนี้ไปใช้ในการพัฒนาครูอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ครูมีภาวะผู้นำทางวิชาการที่เข้มแข็ง อันจะส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาของประเทศต่อไป

บรรณานุกรม

- จิณฉัตร ปะโคทัง. (2561). ภาวะผู้นำยุคดิจิทัลสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาอย่างมืออาชีพ. อุบลราชธานี: ศิริธรรมออฟเซ็ท.
- ไชยา ภาวะบุตร. (2565). ภาวะผู้นำทางวิชาการ Academic leadership. (พิมพ์ครั้งที่ 3). สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย มุกดาหาร. (2565). รายงานการประเมินตนเอง (Self-Assessment Report : SAR ประจำปี 2565. มุกดาหาร: โรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย มุกดาหาร.
- สำนักบริหารงานความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์ศึกษา กลุ่มอำนวยการ. (2563). แผนกลยุทธ์ กลุ่มโรงเรียนวิทยาศาสตร์จุฬาราชวิทยาลัย ระยะเวลาดำเนินการ ปีงบประมาณ พ.ศ. 2563 – 2567. กรุงเทพมหานคร: สำนักบริหารงานความเป็นเลิศด้านวิทยาศาสตร์ศึกษา.
- อิสระ ขอนบุรี. (2563). การพัฒนาหลักสูตรฝึกอบรมภาวะผู้นำทางวิชาการของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขต 9 พื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา). สกลนคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุชาติ พันธุ์ก้อม. (2563). ภาวะผู้นำทางวิชาการของครูที่ส่งผลต่อความเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา). สกลนคร: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

การพัฒนาสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา
ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

Development of Teaching Media of Computer and Maintenance Course for
Vocational Certificate Level

พิมลณัฐ กิ่งจำปา¹ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา²

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, pimonnat.king@kmutt.ac.th

²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, alisa.son@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ดังนี้ คือ 1) เพื่อสร้างสื่อการเรียน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) 2) เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์ และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) 3) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ 1) สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการบำรุงรักษา ตามหลักสูตร ประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 2) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และ 3) แบบสอบถาม ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อการเรียนการสอน กลุ่มตัวอย่างเป็นผู้เรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 ที่เรียนในรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษา ชลบุรี โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง จำนวน 30 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) ประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษาที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 82.67/83.56 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ มาตรฐาน 80/80 ที่ตั้งไว้ 2) เมื่อนำคะแนนสอบก่อนเรียนและหลังเรียนมาเปรียบเทียบแล้วมีความแตกต่างกัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอน โดยรวมอยู่ในระดับ มากที่สุด คือมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.54

คำสำคัญ : ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ / สื่อการเรียนการสอน / วิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา

Abstract

The objectives of this research were 1) to develop a teaching media for the Computer and Maintenance Course at Vocational Certificate Level, 2) to determine the effectiveness of the teaching media for the Computer and Maintenance Course at Vocational Certificate Level, 3) to compare learning achievement before and after using the teaching media for Computer and Maintenance Course, and 4) to investigate the satisfaction of students towards the teaching media for Computer and Maintenance Course.

The research instruments consisted of 1) the teaching media for the Computer and Maintenance Course, 2) an achievement test to assess learning outcomes, and 3) a satisfaction questionnaire toward the teaching media. The sample group consisted of 30 students (Purposive Sampling) enrolled in Computer and Maintenance Course in Business Computer Program at Chonburi Vocational College.

The research results found that 1) the effectiveness of the teaching media for the Computer and Maintenance Course had an effectiveness of 82.67/83.56, which was higher than the standard of 80/80, 2) when comparing the pre-test and post-test scores, the post-test scores was significantly higher than pre-test scores at the 0.05 level, and 3) the overall satisfaction of students toward the teaching media was at a very high level, with mean = 4.51, and standard deviation=0.54.

Keywords : Vocational Certificate Level, Teaching Media, Computer and Maintenance Course

บทนำ

ปัจจุบันเป็นยุคของเทคโนโลยีสารสนเทศ ซึ่งเป็นยุคที่มีการพัฒนาเทคโนโลยีการสื่อสาร และโทรคมนาคมจึงทำให้การเข้าถึงแหล่งข้อมูลข่าวสาร และแหล่งความรู้เป็นไปได้อย่างรวดเร็ว สามารถส่งผ่านข้อมูลต่าง ๆ จากที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งหรือการสร้างเครือข่ายของการติดต่อสื่อสาร ะหว่างกันได้ และมีการพัฒนาควบคู่ไปกับเทคโนโลยีคอมพิวเตอร์จึงทำให้สามารถเชื่อมโยง คอมพิวเตอร์ เป็นเครือข่ายงานและสามารถเชื่อมโยงกับคอมพิวเตอร์จากแหล่งอื่น ๆ เป็นเครือข่าย ได้ทั่วโลก (อิติพล โทแก้ว, 2561: 348-349) ทำให้ผู้เรียนสามารถควบคุมการเรียนรู้ได้ตามความพร้อม ความถนัด และความสนใจของตน ซึ่งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พุทธศักราช 2562 ที่มุ่งเน้นให้มีการจัดการเรียนการสอนโดยยึดผู้เรียนเป็นสำคัญ และนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการศึกษาเพื่อให้ผู้เรียนมีการพัฒนาขีดความสามารถในการใช้เทคโนโลยี และมีทักษะ เพียงพอที่จะใช้เทคโนโลยีในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเองได้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต (สำนักงาน คณะกรรมการการศึกษาแห่งชาติ, 2560:1)

การศึกษาในหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้น (ปวช.) ประเภทวิชาพาณิชยกรรม สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยการอาชีพศึกษาชลบุรี สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา มีรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204-2002 เป็นหนึ่งวิชาที่ได้บรรจุอยู่ในหมวดวิชาชีของหลักสูตรพาณิชยกรรม โดยมีจุดประสงค์รายวิชา เพื่อให้มีความเข้าใจเกี่ยวกับหลักการทำงานและการใช้งานอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ ปรับปรุงและบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์ สามารถตรวจสอบและแก้ปัญหาคอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมอรรถประโยชน์ และมีทัศนคติที่ดีในการปฏิบัติงานคอมพิวเตอร์ด้วยความละเอียดรอบคอบและถูกต้องเท่าที่ผ่านมาการจัดกิจกรรมการเรียน การสอนในวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา นี้ยังไม่บรรลุเป้าหมาย ดังเห็นได้จากการประเมินผลการเรียนและการสอบถามคณะครูที่ได้สอนในรายวิชาเดียวกัน ของนักเรียนนักศึกษาที่ผ่านมา พบว่าส่วนมากมีผลสัมฤทธิ์ ในหน่วยการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์และการติดตั้งโปรแกรมระบบปฏิบัติการ ไม่ผ่านเกณฑ์ ไม่สามารถที่จะบอกชื่อและหน้าที่ของอุปกรณ์พื้นฐานของระบบคอมพิวเตอร์ได้ และในการทำกิจกรรมการซ่อมแซมการถอดประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ ก็ไม่สามารถที่จะทำได้ถูกต้องได้ทั้งหมด หรือ ผ่านเกณฑ์ที่กำหนดไว้ได้ เช่น เวลาจำนวนอุปกรณ์ต่อพ่วง เป็นต้น และไม่เข้าใจหลักการต่างๆ ในกิจกรรมการลงระบบปฏิบัติการ Windows และโปรแกรมสามัญประจำเครื่องต่างๆ จากการสังเกต พบว่าเมื่อให้ศึกษาจากสถานการณ์ หรือ หนังสืออ่านเพิ่มเติมแล้ว ครูทำการทดสอบ นักศึกษา กลุ่มนี้ก็ยังไม่สามารถทำได้ ทำให้เป็นอุปสรรคต่อการจัดการเรียนการสอนในเนื้อหาวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา เนื่องจากในเนื้อหาของบทเรียนแต่ละเรื่องจะเป็นการฝึกปฏิบัติ เช่นในเรื่อง การประกอบคอมพิวเตอร์ ที่นักศึกษาต้อง บอกชื่อ และหน้าที่ของอุปกรณ์พื้นฐานของระบบคอมพิวเตอร์ ทำการถอดประกอบ ติดตั้งเพิ่มเติม และต่อเชื่อมอุปกรณ์ต่อพ่วงอุปกรณ์เสริมต่างๆ ลงโปรแกรมระบบปฏิบัติการ Windows และโปรแกรมสามัญประจำเครื่อง

จากความสำคัญและสภาพปัญหาที่กล่าวมา ผู้วิจัยในฐานะผู้รับผิดชอบการจัดการเรียนการสอน วิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204-2002 หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พุทธศักราช 2562 ประเภทวิชาพาณิชยกรรม เห็นว่าการจัดการเรียนการสอนที่จะช่วยในการพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การเรียนรู้ จุดมุ่งหมายของหลักสูตร เนื้อหา ภาพประกอบถูกต้องครบถ้วนตามหน่วยการเรียนรู้ มุ่งเน้นให้เกิดสมรรถนะทางวิชาชีพอย่างเต็มศักยภาพ และพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนด้านการปฏิบัติและความรู้ที่จำเป็นอย่างครบถ้วน จึงเห็นความจำเป็นในการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนสำหรับรายวิชาดังกล่าว นอกจากนี้ การใช้สื่อการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นยังมีประโยชน์ในเชิงการบริหารจัดการเวลาและทรัพยากรในการเรียนการสอนของครูสามารถประหยัดเวลาในการอธิบายเนื้อหาที่ยากและซับซ้อนได้ด้วยการใช้สื่อที่สอนเองได้ ซึ่งจะช่วยให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น และสามารถมุ่งเน้นไปที่การสอนในประเด็นที่ผู้เรียนยังไม่เข้าใจหรือการพัฒนาทักษะเพิ่มเติมที่จำเป็น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างสื่อการเรียนการสอน รายวิชารายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
2. เพื่อหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
3. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
4. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับแอปพลิเคชัน

โปรแกรมประยุกต์หรือซอฟต์แวร์แอปพลิเคชัน (อังกฤษ : Application software) ในบางครั้ง เรียกว่า แอปฯ คือ ซอฟต์แวร์ประเภทหนึ่งสำหรับใช้งานเฉพาะทาง ซึ่งแตกต่างจากซอฟต์แวร์ประเภทอื่นเช่น ระบบปฏิบัติการ ที่ใช้สำหรับรองรับการทำงานในหลายๆด้าน โดยไม่จำเพาะเจาะจง แอปพลิเคชันเป็นสิ่งที่ช่วยเพิ่มมิติและประโยชน์ในการใช้งานของแท็บเล็ต ถ้าให้เรียงลำดับตาม แอปพลิเคชันที่ใช้ประโยชน์ได้มากที่สุด แท็บเล็ตที่รองรับระบบปฏิบัติการ Windows มาเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ios, Android และ BlackBerry Tablet OS (อรณัน เฝื่อนพึ้ง , 2555 : 16) ประเภทของแอปพลิเคชัน สามารถแบ่งออกได้ 3 ประเภท คือ

1. แอปพลิเคชันรูปแบบเสริมการเรียนรู้ (Learning Media) หมายถึง แอปพลิเคชันที่ นำเสนอเนื้อหา มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อให้ให้นักเรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง
2. แอปพลิเคชันรูปแบบเสริมการสอน (Instruction Media) หมายถึง แอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้น มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อใช้เป็นสื่อช่วยครูในการสอน ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันแสดงภูเขาไฟ
3. แอปพลิเคชันรูปแบบสร้างองค์ความรู้ (Construction Media) หมายถึง แอปพลิเคชันที่เป็นเครื่องมือช่วยให้ผู้เรียนสามารถสร้างสรรค์ชิ้นงานหรือผลงานประกอบการเรียนรู้ หรือสร้างองค์ความรู้ ตัวอย่างเช่น แอปพลิเคชันสร้างรูปทรงเรขาคณิตเพื่อช่วยในการออกแบบ แอปพลิเคชันวัดระยะทาง/พื้นที่ เป็นต้น (คู่มือการอบรมสร้างสื่อการเรียนรู้สู่แท็บเล็ต, 2556 : 6)

จากความหมายของแอปพลิเคชันที่กล่าวมา สรุปได้ว่าสื่อเพื่อการเรียนรู้ที่พัฒนาขึ้นสำหรับ การจัดการเรียนการสอนที่ใช้งานบนระบบแอนดรอยด์ มี 3 ประเภท คือ แอปพลิเคชันรูปแบบเสริม การเรียนรู้ (Learning Media) แอปพลิเคชันรูปแบบเสริมการสอน (Instruction Media)และ แอปพลิเคชันรูปแบบสร้างองค์ความรู้ (Construction Media)

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับการหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน

การวิจัยชั้นเรียนส่วนใหญ่ครูต้องพัฒนานวัตกรรมมาใช้ในการทดลอง ถ้ามีวัตถุประสงค์และอยู่ในวิสัยทัศน์ทำได้อาจจะหาประสิทธิภาพ (Efficiency) ของนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น ซึ่งมี 2 ขั้นตอน (พิสนุ พงศ์ศรี. 2551 : 185) **ขั้นตอนแรก** ให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจโดยใช้วิธีการหา IOC

ขั้นตอนที่สอง แบ่งย่อยเป็น 3 ขั้นตอนคือ

- 1) ทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย 1 – 3 คน เพื่อหาข้อบกพร่อง
- 2) ทดลองกับกลุ่มเป้าหมาย 5 – 10 คน เพื่อหาข้อบกพร่องอีกครั้งหนึ่ง
- 3) ทดลองกับกลุ่มใหญ่ประมาณ 30 คน ซึ่งในการวิจัยชั้นเรียนอาจทำได้ยากจึงต้องพิจารณาตาม

ความเหมาะสม

การสร้างสื่อการเรียนการสอน ก่อนที่จะนำไปใช้ ควรมีการทดลองใช้เพื่อปรับปรุงแก้ไข เพื่อให้สื่อการเรียนการสอนได้มาตรฐานเสียก่อน และที่สร้างขึ้นมีคุณภาพเพียงใด มีข้อบกพร่องใดที่สมควรแก้ไขปรับปรุง ดังนั้น การประเมินผลขั้นนี้ เป็นการประเมินผลเพื่อหาประสิทธิภาพสื่อการเรียนการสอนโดยตรง เป็นการกำหนดค่าประสิทธิภาพเป็น 90/90 หรือ 80/80 หรือ 75/75 ตามลักษณะวิชาในการกำหนดว่าประสิทธิภาพของชุดการสอนมีใช้ตั้งขึ้นตามความพอใจของผู้สร้าง แต่จะพิจารณาตามลักษณะวิชา ซึ่งโดยปกติวิชาที่เป็นความรู้ข้อเท็จจริงมักตั้งเกณฑ์ 90/90 หรือ 80/80 หากเป็นวิชาทักษะ อาจตั้ง ต่ำกว่านี้ได้ (ชัยยงค์ พรหมวงศ์; 2545:88)

การประเมินประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนใช้เกณฑ์ E1/E2 ซึ่งประกอบด้วย

- 1) E1 (กระบวนการ) วัดคะแนนเฉลี่ยของกิจกรรมและแบบฝึกหัดระหว่างเรียน
- 2) E2 (ผลลัพธ์) วัดคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบหลังเรียน

โดยการกำหนดเกณฑ์ E1/E2 ที่เหมาะสม เช่น 80/80 หรือ 90/90 ขึ้นอยู่กับลักษณะของวิชา โดยวิชาทฤษฎีอาจตั้งค่าเกณฑ์สูงกว่า ส่วนวิชาที่มุ่งพัฒนาทักษะหรือเจตคติอาจตั้งค่าเกณฑ์ที่ 75/75 (พิสนฑู พงศ์ศรี, 2551) การทดลองในกลุ่มย่อยและกลุ่มใหญ่เป็นขั้นตอนสำคัญเพื่อพัฒนาสื่อให้มีประสิทธิภาพสูงสุด

ทฤษฎีแนวคิดความหมายเกี่ยวกับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนเป็นผลมาจากการจัดการเรียนการสอน โดยการใช้นวัตกรรมทางการเรียนที่สร้างขึ้น ซึ่งมีผู้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ ดังนี้

พัฒพงษ์ สีกา (2551 : 32) ได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ผลที่เกิดจากการกระทำของบุคคล ซึ่งเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมเนื่องจากการได้รับ ประสบการณ์โดยการเรียนรู้ด้วยตนเอง หรือจากการเรียนการสอนในชั้นเรียนและสามารถประเมิน หรือวัดประมาณค่าได้จากการทดสอบ หรือการสังเกตพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลง

พิมพ์ประภา อรัญมิตร (2552 : 18) ได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง คุณลักษณะและความรู้ความสามารถที่แสดงถึงความสำเร็จที่ได้จากการเรียนการสอนในวิชาต่าง ๆ ซึ่งสามารถวัดเป็นคะแนนได้จากแบบทดสอบทางภาคทฤษฎีหรือภาคปฏิบัติหรือทั้งสองอย่าง

ชนิษฐา บุญภักดี (2552 : 10) ได้กล่าวว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง คุณลักษณะและความสามารถของบุคคลอันเกิดจากการเรียนการสอน อาจได้มาจากกระบวนการที่ไม่ต้องอาศัยการทดสอบ เช่น การสังเกต และจากการใช้แบบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนทั่วไป

สรุป ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง ผลที่เกิดขึ้นหลังจากผ่านกระบวนการเรียนรู้โดยการใช้การ สร้างสื่อการเรียน ทำให้ผู้เรียนเกิดการเรียนรู้ และทักษะต่างๆที่ได้รับจากการเรียนรู้ซึ่งเกิดขึ้นแตกต่างกันของ บุคคลสามารถวัดเป็นคะแนนที่ได้จากการทดสอบหลังการเรียนในรายวิชานั้น

ทฤษฎีแนวคิดเกี่ยวกับความพึงพอใจ

นักวิชาการได้พัฒนาทฤษฎีที่อธิบายองค์ประกอบของความพึงพอใจ และอธิบายความสัมพันธ์ระหว่าง ความพึงพอใจกับปัจจัยอื่น ๆ ไว้หลายทฤษฎี ดังนี้ ออกกฤษฎ์ ทรวงชัยสงวน (2543) ได้รวบรวมกลุ่มแนวคิด เกี่ยวกับความพึงพอใจในรูปแบบ ของแรงจูงใจไว้ 4 กลุ่ม คือ

1. ทฤษฎีการจูงใจของ Maslow (Maslow's Theory motivation) ทฤษฎีนี้เขาได้เสนอ ความ ต้องการในด้านต่าง ๆ กัน ของมนุษย์เรียงลำดับจากความต้องการขั้นพื้นฐาน เพื่อการอยู่รอดไป จนถึงความ ต้องการทางสังคม และความต้องการการยอมรับนับถือจากกลุ่มว่าตนมีคุณค่าและพัฒนา ตนเองให้ก้าวหน้า ยิ่งขึ้น มาสโลว์ถือว่าการเรียงลำดับความต้องการนี้มีความสำคัญ โดยมนุษย์จะมี ความต้องการในระดับสูง ๆ ได้ ก็ต่อเมื่อความต้องการขั้นพื้นฐานได้รับการตอบสนองแล้ว

2. ทฤษฎีการจูงใจ ของ Herz berg ได้กล่าวถึงปัจจัยการจูงใจ ซึ่งเป็น ตัวกระตุ้นให้ผู้ปฏิบัติงานด้าน ความพึงพอใจ ได้แก่ โอกาส ความสำเร็จ การยอมรับ ความรับผิดชอบ ความเจริญก้าวหน้า และปัจจัยการ บำรุงรักษา ซึ่งเป็นตัวขัดขวางความพึงพอใจ ได้แก่ นโยบายของ องค์กร สภาพการทำงาน ความสัมพันธ์ ระหว่างบุคคล

3. ทฤษฎีแรงจูงใจของ Mc Celland ซึ่งแบ่งความต้องการของมนุษย์เป็น 3 ประเภท คือ ความ ต้องการความสำเร็จ ความต้องการมีอำนาจ และความต้องการความสัมพันธ์ โดยความต้อง การความสำเร็จ หรือเรียกว่า แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์นั้นถ้าบุคคลใดมีสูงจะมีความปรารถนาที่จะทำให้สิ่ง หนึ่งให้ลุล่วงไปด้วยดี

4. ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของ บุคคลจะ ประเมินความเป็นไปได้ของผลที่จะบังเกิดขึ้นแล้ว จึงดำเนินการปฏิบัติที่ตนคาดหวังไว้ การจูงใจขึ้นอยู่กับ การคิดหวังของมนุษย์ต่อผลที่เกิดขึ้น ทฤษฎีการคาดหวังของ Vroom นี้ทำนายว่า บุคคลจะร่วมกิจกรรมที่เขา คาดหวังว่า จะได้รับรางวัลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่เขาปรารถนา

วิธีดำเนินการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้เรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนในรายวิชาคอมพิวเตอร์และ การบำรุงรักษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี ในภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 91 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้เรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ห้อง 3 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์ ธุรกิจ วิทยาลัยอาชีวศึกษาชลบุรี จำนวน 30 คน ได้มาโดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เนื่องจากเป็นห้องเรียนที่เหมาะสมที่สุด เพราะมีทั้งผู้เรียนที่เรียนดี ปานกลาง และต้องการเสริมทักษะ

ขอบเขตเนื้อหาที่ศึกษา

รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 2204-2002 ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) มีจำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ดังนี้

1. หน่วยที่ 1 ประเภทของคอมพิวเตอร์
2. หน่วยที่ 2 ลักษณะการใช้งานคอมพิวเตอร์
3. หน่วยที่ 3 ข้อพิจารณาในการเลือกแหล่งซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์
4. หน่วยที่ 4 การประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์
5. หน่วยที่ 5 การปรับปรุงและบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์

ตัวแปรที่ศึกษา

ตัวแปรต้น ได้แก่ สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

ตัวแปรตาม ได้แก่

1. ประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
2. ผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนที่เรียน ในรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)
3. ความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.)

สมมติฐานการวิจัย

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่ใช้สื่อการเรียนการสอนราย วิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ประกอบด้วย

1. สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการบำรุงรักษา รหัสวิชา 2204-2002 ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพ พุทธศักราช 2562 จำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ ได้แก่ 1) ประเภทของคอมพิวเตอร์ 2) ลักษณะการใช้งานคอมพิวเตอร์ 3) ข้อพิจารณาในการเลือกแหล่งซื้ออุปกรณ์คอมพิวเตอร์ 4) การประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ 5) การปรับปรุงและบำรุงรักษาคอมพิวเตอร์
2. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชาคอมพิวเตอร์เพื่อการบำรุงรักษา รหัสวิชา 2204-2002 ประกอบด้วยข้อสอบที่มีเนื้อหาครอบคลุมและจุดประสงค์เชิงพฤติกรรมการเรียนรู้ทั้ง 5 หน่วยการเรียนรู้ มีทั้งหมด 60 ข้อ ซึ่งแบบทดสอบที่คัดเลือกไว้มีค่าความยาก (P) เฉลี่ย = 0.4867 ค่าอำนาจจำแนก (r) = 0.4661 ค่าความเชื่อมั่น (สูตร KR 20) = 0.9774

3. แบบประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204-2002 จำนวน 10 ข้อคำถาม

ขั้นตอนการดำเนินวิจัย

1. ให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ก่อนเรียน (Pre -test) จำนวน 60 ข้อที่ครอบคลุมทุกหน่วยการเรียนรู้ เพื่อตรวจสอบความรู้พื้นฐานและเก็บคะแนนเป็นคะแนนก่อนเรียนของผู้เรียน
2. นำสื่อการเรียนการสอน จำนวน 5 หน่วยการเรียนรู้ไปทดลองภาคสนาม กับผู้เรียนกลุ่มตัวอย่าง หลังจากนั้นให้ผู้เรียนทำแบบฝึกหัดตามแผนการจัดการเรียนรู้และทำแบบทดสอบท้ายบทเรียนเมื่อเรียนจบแต่ละหน่วย การเรียนเพื่อหาประสิทธิภาพด้านกระบวนการเรียน (E_1)
3. นำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษาไปทดสอบกับผู้เรียน หลังเรียน (Post - test) จำนวน 60 ข้อ
4. ประเมินความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ด้วยแบบประเมินความพึงพอใจ โดยใช้เกณฑ์การประเมินแบบมาตราส่วน (Rating scale) (บุญชม ศรีสะอาด, 2560) แบ่งเป็น 5 ระดับ
5. ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมดนำไปประมวลผลทางสถิติ และวิเคราะห์ผลการวิจัย

สรุปผลการวิจัย

1. ผลการหาประสิทธิภาพของสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษารหัสวิชา 20204-2002 คะแนนเฉลี่ยของการทำกิจกรรมระหว่างเรียน (E_1) ทั้ง 5 หน่วย คิดเป็นร้อยละ 82.67 และคะแนนเฉลี่ยของการทำแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียน (E_2) คิดเป็นร้อยละ 83.56 แสดงว่าสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษาที่สร้างขึ้นมีประสิทธิภาพ 82.67/83.56 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐาน 80/80 ที่ตั้งไว้ ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 แสดงผลประสิทธิภาพของบทเรียนโดยใช้สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204-2002

ประสิทธิภาพของบทเรียน	จำนวนผู้เรียน	คะแนนเต็ม	คะแนนที่ได้ (ΣX)	ประสิทธิภาพ
กระบวนการระหว่างเรียนทั้ง 5 หน่วย (E_1)	30	150	3720	82.67
คะแนนด้านผลลัพธ์ (E_2)	30	60	1504	83.56

2. ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนและหลังใช้ สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204-2002 ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 พบว่าคะแนนสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 24.43 คะแนน หลังเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 50.13 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแล้วมีความแตกต่างกันเท่ากับ 25.70 คะแนน ดังนั้นจากการทดสอบสถิติ t พบว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างคะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คะแนน	N	Mean	S.D.	ผลต่างของค่าเฉลี่ย	t	df	Sig 2 tailed
ก่อนเรียน	30	24.43	6.43	25.70	18.66	29	0.000*
หลังเรียน	30	50.13	2.87				

* ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3.ผลการวิเคราะห์ความพึงพอใจของผู้เรียน ที่มีต่อการใช้สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์ และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 แสดงผลผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอนโดยรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” คือ มีค่าเฉลี่ย (\bar{X}) เท่ากับ 4.51 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) เท่ากับ 0.54 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดคือมีความพึงพอใจอยู่ในระดับ “มากที่สุด” และเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

รายการประเมิน	(\bar{X})	S.D.	แปลผล
1. กิจกรรมสอดคล้องกับมาตรฐานการเรียนรู้	4.47	0.52	มาก
2.จุดประสงค์การเรียนรู้ครอบคลุมด้านความรู้ทักษะกระบวนการ คุณธรรม จริยธรรมและค่านิยม	4.537	0.52	มากที่สุด
3.จุดประสงค์การเรียนรู้สอดคล้องกับมาตรฐานการจัดการเรียนรู้	4.40	0.63	มาก
4. กิจกรรมสอดคล้องกับจุดประสงค์การเรียนรู้	4.53	0.52	มากที่สุด
5. ระยะเวลาในการจัดกิจกรรมของสื่อได้อย่างเหมาะสม	4.47	0.64	มาก
6.กิจกรรมกระตุ้นให้ผู้เรียนได้ค้นพบและสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง	4.40	0.63	มาก
7. สื่อการเรียนรู้สอดคล้องตรงตามจุดประสงค์	4.33	0.49	มาก
8.เนื้อหาในสื่อการเรียนรู้สามารถนำไป วิเคราะห์แก้ปัญหา ในชีวิตประจำวันได้	4.73	0.46	มากที่สุด
9. สื่อการเรียนการสอนมีความ ชัดเจนเข้าใจง่าย ในแต่ละโมดูล	4.53	0.52	มากที่สุด
10.การประเมินผลการเรียนรู้ ครอบคลุม ด้านความรู้ ทักษะ ความรู้สึกและ การแสดงออกทุกด้าน	4.67	0.49	มากที่สุด
เฉลี่ย	4.51	0.54	มากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย

จากผลการพัฒนาสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 – 2002 ตามหลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพพุทธศักราช 2562 สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา พบว่าสื่อการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้น มีประสิทธิภาพเท่ากับ 82.67/83.56 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้คือ 80/80 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เนื่องมาจากการสร้างสื่อการเรียนการสอนในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการสร้างตามหลักการที่ สุวิทย์ มูลคำและสุนันทา สุนทรประเสริฐ (2550 : 44) ได้เสนอแนะขั้นตอนการผลิตสื่อการเรียนการสอนไว้ดังนี้ วิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุจากการเรียนการสอน ซึ่งอาจได้มาจาก 1) การสังเกตปัญหาที่เกิดขึ้นขณะทำการสอน 2) การบันทึกปัญหาและข้อมูลระหว่างการสอน 3) การศึกษาและวิเคราะห์ผลการเรียนของผู้เรียน 4) ศึกษารายละเอียดในหลักสูตรของสถานศึกษา เพื่อวิเคราะห์เนื้อหาสาระและ ผลการเรียนรู้ที่คาดหวัง หรือจุดประสงค์และกิจกรรมที่เป็นปัญหา 5) เลือกเนื้อหาที่เหมาะสมแบ่งเป็นบทเป็นตอนหรือเป็นเรื่องเพื่อแก้ปัญหาที่พบ 6) ศึกษารูปแบบของการเขียนเอกสารประกอบการเรียนการสอนและกำหนด ส่วนประกอบภายในของสื่อการเรียนการสอน 7) ศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเพื่อนำมากำหนดเป็นจุดประสงค์ เนื้อหา วิธีการและสื่อประกอบเอกสารในแต่ละบทหรือแต่ละตอน 8) เขียนเนื้อหาในแต่ละตอนรวมทั้งภาพประกอบ แผนภูมิ และข้อทดสอบให้ สอดคล้องกับจุดประสงค์ที่กำหนดไว้ 9) ส่งให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบ 10) นำไปทดลองใช้ในห้องเรียนและเก็บบันทึกผลการใช้ 11) นำผลที่ได้มาใช้พิจารณาเพื่อปรับปรุงแก้ไขส่วนที่บกพร่อง (อาจทดลองใช้ มากกว่า 1 ครั้งเพื่อปรับปรุงสื่อการเรียนการสอนนั้นให้สมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุด) 12) นำไปใช้จริงเพื่อแก้ปัญหาที่พบจากข้อ 1 ซึ่งผู้วิจัยดำเนินการตามหลักการสร้างสื่อการเรียนการสอนจึงทำให้สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 ที่ผ่านการประเมินคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน มีคุณภาพในระดับ “ดีมาก”

ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนก่อนเรียนและหลังเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 – 2002 พบว่าผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมุติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อการเรียนการสอนที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นได้ออกแบบสื่อการเรียนการสอน ตามจิตวิทยาการเรียนรู้ ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากสื่อที่หลากหลายรูปแบบ จากสื่ออิเล็กทรอนิกส์ สื่อของจริง และสื่อสิ่งพิมพ์ โดยผู้วิจัยได้จัดระบบการเรียนการสอนโดยเน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ มีการฝึกปฏิบัติจากใบงาน จึงทำให้ผู้เรียนมีความกระตือรือร้นที่อยากจะเรียนด้วยสื่อการเรียนการสอน ทำให้ผู้เรียนมีความรู้และเข้าใจในเนื้อหาได้ดียิ่งขึ้น จึงเป็นผลทำให้ผู้เรียนทำแบบทดสอบหลังเรียนและปฏิบัติกิจกรรมได้ดีซึ่ง สอดคล้องกับ ทวีพัฒน์ มุสิกะปาน (2561). ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง การพัฒนาสื่อการสอนอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี รายวิชา LGM303 การจัดการขนส่ง เรื่องระบบการจัดการขนส่ง สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิตที่

จัดระบบการเรียนการสอนบนสื่ออิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ ค่าประสิทธิภาพเท่ากับ 85.90/80.80 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่กำหนดไว้ 80/80 ค่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และนักศึกษามีความพึงพอใจในภาพรวมต่อสื่อการเรียนอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์ อยู่ในระดับมาก

ความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 ภาพรวมอยู่ในระดับ “มากที่สุด” ผลการศึกษาพบว่าผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 อยู่ในระดับพึงพอใจ “มากที่สุด” ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 ที่สร้างขึ้นและใช้ประกอบในการจัดการเรียนรู้ กลุ่มตัวอย่างสามารถนำความรู้จากการเรียน การสอนไปใช้ประโยชน์ได้ เนื้อหาสาระสอดคล้องกับวัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม และภาพประกอบสวยงามสอดคล้องกับเนื้อหาสาระ ทั้งนี้เนื่องมาจากผู้วิจัยได้จัดทำสื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา รหัสวิชา 20204 - 2002 และได้พัฒนา ปรับปรุง และแก้ไขสื่อการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับสภาพสังคมในปัจจุบัน ซึ่งสอดคล้องกับทศตวรรษที่ 21 (2557). ได้ศึกษาวิจัยเรื่องการพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์วิชาปฏิบัติการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง ผลการวิจัยพบว่า ผู้เรียนมีความพึงพอใจต่อสื่อการเรียนการสอนที่สร้างขึ้นอยู่ในระดับดีมาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการพัฒนาสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา ระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ (ปวช.) พบว่าคะแนนสอบก่อนเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 24.43 คะแนน หลังเรียนมีค่าเฉลี่ย เท่ากับ 50.13 คะแนน เมื่อเปรียบเทียบแล้วมีความแตกต่างกันเท่ากับ 25.70 คะแนน ดังนั้นจากการทดสอบสถิติ t พบว่า ค่าเฉลี่ยระหว่างคะแนนสอบหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าสื่อการเรียนการสอนที่พัฒนาขึ้นมาสามารถช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนให้แก่ผู้เรียนได้ เนื่องจากมีการวัด และประเมินผลตรงตามจุดประสงค์การเรียนรู้ที่ผ่านการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญแล้ว

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะดังนี้

1. สื่อการเรียนการสอนรายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา เป็นการจัดการเรียนรู้ ที่ผสมผสานระหว่าง
ทฤษฎีและการปฏิบัติให้เกิดความสมดุล จำเป็นอย่างยิ่งที่ครูต้องเลือกใช้เทคนิคการสอนที่เหมาะสมกับเนื้อหาและวัยของผู้เรียน ขณะที่ผู้เรียนฝึกทำแบบฝึกหัด ครูควรเป็นผู้อำนวยความสะดวก คอยดูแล ให้คำแนะนำ ช่วยเหลือเมื่อผู้เรียนเกิดความสงสัย หรือเกิดปัญหา
2. ควรเพิ่มคลิปวิดีโอในสื่อการเรียนการสอน รายวิชาคอมพิวเตอร์และการบำรุงรักษา เพื่อช่วยเสริมทักษะการปฏิบัติให้กับผู้เรียน โดยเน้นการสาธิตที่เป็นขั้นตอนและเข้าใจง่าย ทั้งนี้คลิปวิดีโอช่วยทำให้ผู้เรียนสามารถทบทวนเนื้อหาได้ทุกที่ทุกเวลา ส่งผลให้การเรียนมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงศึกษาธิการ. 2551. พระราชบัญญัติการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2551. กรุงเทพฯ : ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 125 ตอน 43 ก.

กรมการอาชีวศึกษา. (2562). หลักสูตรการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2562. กระทรวงศึกษาธิการ.

<https://bsq.vec.go.th/Portals/9/Course/20/2562/newv1.pdf>

ชนิษฐา บุญภักดี. 2552. การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาบัณฑิต.สาขาวิชาครุศาสตร์เทคโนโลยี คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี.

ชัยยงค์ พรหมวงศ์. (2556). การทดสอบประสิทธิภาพสื่อหรือชุดการสอน. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

ทวีพัฒน์ มุสิกปาน. 2561. การพัฒนาสื่อการสอนการสอนอิเล็กทรอนิกส์ออนไลน์เพื่อเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาระดับปริญญาตรี รายวิชา LGM303 การจัดการขนส่ง เรื่องระบบการจัดการขนส่ง สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรังสิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.

พัฒนพงษ์ สีภา. 2551. การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนวิทยาศาสตร์ของนักศึกษาระดับมัธยมศึกษา ปีที่ 3 ซึ่งเป็นผลจากการทดสอบคุณภาพการศึกษา ระดับชาติปีการศึกษา 2548 ของจังหวัดอุดรธานี. อุดรธานี: วิทยานิพนธ์ปริญญาโท. มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี.

พิสนุ พงศ์ศรี. 2551. วิจัยการศึกษา. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ : บริษัท พรอพเพอร์ตี้พริ้นท์ จำกัด.

วนิดา ดีแป้น. 2553. ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนภาษาอังกฤษของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเลย โดยการวิเคราะห์พหุระดับ. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาวิจัยและประเมินผลการศึกษา คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย.

สุวิทย์ มูลคำและ สุนันทา สุนทรประเสริฐ. 2550. ผลงานทางวิชาการ สู่การเลื่อนวิทยฐานะ. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ. ห้างหุ้นส่วนจำกัด ภาพพิมพ์.

หัสตายุ เหล่าวงษา. 2557. การพัฒนาบทเรียนอิเล็กทรอนิกส์ วิชาปฏิบัติการประกอบเครื่องคอมพิวเตอร์ สำหรับนักศึกษาระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสารประยุกต์ คณะวิทยาศาสตร์และศิลปศาสตร์มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.

พุทธธรรมกับการสร้างความเป็นผู้นำยุคใหม่สู่การเปลี่ยนแปลงอย่างยั่งยืน
 Buddhism and the Creation of New Generation Leadership
 for Sustainable Change

พระครูวินัยธรภราดร นริสโร¹ และ วรษา ขุนสนธิ²

¹มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, joybenyapajoy@gmail.com

²มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย, worasa.khun@mcu.ac.th

บทคัดย่อ

ในยุคปัจจุบันที่องค์กรต่าง ๆ ต้องเผชิญกับความซับซ้อนและการเปลี่ยนแปลงทางสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว ผู้นำองค์กรจำเป็นต้องมีคุณสมบัติที่สามารถพัฒนาทั้งองค์กรและบุคลากรให้ปรับตัวและเติบโตได้อย่างยั่งยืน ไม่เพียงแต่การมุ่งเน้นผลลัพธ์ที่เป็นตัวเลขเท่านั้น แต่ต้องเน้นถึงคุณภาพชีวิตของคนในองค์กรและความรับผิดชอบต่อสังคม หลักพุทธธรรมซึ่งเป็นคำสอนในพระพุทธศาสนา เป็นหนึ่งในแนวทางที่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาตนเองและการทำงานร่วมกันในสังคม จึงถือเป็นหลักการที่สามารถนำมาประยุกต์ใช้ในการสร้างความเป็นผู้นำที่ยั่งยืน ภาวะผู้นำตามแนวพุทธธรรมเน้นการมีคุณธรรม จริยธรรม และความสมดุลในทุกมิติของชีวิต โดยการใช้หลักพุทธธรรมเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้นำสามารถจัดการกับปัญหาที่เกิดขึ้นในองค์กรได้อย่างสงบและรอบคอบ พุทธธรรมยังเน้นถึงความสำคัญของการมองคนทุกคนอย่างเท่าเทียม และการพัฒนาคุณธรรมของผู้นำ เช่น ความมีเมตตา กรุณา และการเห็นแก่ประโยชน์ส่วนรวม สิ่งเหล่านี้สอดคล้องกับแนวคิดของภาวะผู้นำที่ยั่งยืน ซึ่งต้องการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และเน้นการสร้างความสุขและคุณค่าให้กับสมาชิกในองค์กร การประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมในการพัฒนาภาวะผู้นำในองค์กรยุคใหม่จึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจและทรงคุณค่า เป็นการสร้างภาวะผู้นำที่ไม่เพียงแต่จะส่งผลดีต่อบุคคลเท่านั้น แต่ยังส่งผลต่อองค์กรและสังคมโดยรวมอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ : พุทธธรรม, ผู้นำ, อย่างยั่งยืน

Abstract

In the present era where organizations are faced with complexities and rapid changes in society, economy, and technology, organizational leaders need to have qualities that can develop both organizations and personnel to adapt and grow sustainably. It does not only focus on numerical results, but also emphasizes the quality of life of people in the organization and social responsibility. The Buddhist principles, which are the teachings of Buddhism, are one of the approaches that emphasize self-development and collaboration in society.

Therefore, they are principles that can be applied to create sustainable leadership. Leadership according to Buddhist principles emphasizes morality, ethics, and balance in all dimensions of life by using Buddhist principles as tools that help leaders deal with problems that arise in the organization calmly and thoughtfully. Buddhism also emphasizes the importance of seeing everyone equally and developing the virtues of leaders, such as loving-kindness, compassion, and altruism. These are consistent with the concept of sustainable leadership, which aims to create a good working environment and emphasizes creating happiness and value for members of the organization. Therefore, the application of Buddhist principles to develop leadership in modern organizations is an interesting and valuable approach. It is a leadership development that not only benefits individuals, but also the organization and society as a whole in a sustainable manner.

Keywords : Buddhism, Leadership, Sustainable

บทนำ

ผู้นำในยุคปัจจุบันควรมีความสามารถในการปรับตัวให้เข้ากับโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยศึกษาภาวะผู้นำทั้งจากมุมมองทางโลกและทางธรรม เพื่อนำมาใช้ให้เหมาะสมและเป็นประโยชน์ต่อองค์กร การเป็นผู้นำที่ดีนั้นควรรู้จักและเข้าใจบุคคล กลุ่มคน และองค์กรเพื่อให้สามารถกำหนดสถานการณ์ที่เป็นประโยชน์ต่อเป้าหมายขององค์กร พร้อมทั้งลดความเสี่ยงในการเลือกใช้บุคคลที่ไม่เหมาะสมกับงาน ด้วยการประเมินและการคัดสรรตามจริตและความสามารถ ผู้นำควรสนับสนุนการทำงานเป็นทีม) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในงานที่ต้องการความเข้าใจร่วมกัน เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากความไม่เข้าใจ นอกจากนี้ ผู้นำที่ดีต้องมีความรู้เท่าทันเทคโนโลยีและสื่อสารสมัยใหม่ รวมถึงต้องตื่นตัวและมีความกระตือรือร้น พร้อมรับมือกับสถานการณ์ต่างๆ อย่างมีวิสัยทัศน์ มองเห็นภาพลักษณ์และทิศทางขององค์กรไปข้างหน้า มีการวางแผนเป็นทีมและตั้งเป้าหมายที่ชัดเจน รวมถึงมีความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจและเป็นแบบอย่างที่ดีเพื่อเสริมสร้างความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร ในแง่ของหลักพุทธธรรม ผู้นำที่ดีควรมีคุณสมบัติทางด้านสติ ปัญญา ความดีงาม ความรู้ และความสามารถในการชักนำผู้คนให้ร่วมกันเดินไปสู่เป้าหมายที่ดีงาม ตามหลักการของศาสนาและศีลธรรม คำสอนในพระพุทธศาสนาเน้นการสร้างสังคมที่สงบสุข อุดมสมบูรณ์ และปราศจากการแก่งแย่ง ด้วยการปกครองที่ตั้งอยู่บนหลักธรรมและความยุติธรรม ผู้นำที่ยึดถือหลักศีลธรรมและนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จอย่างยั่งยืน จึงเป็นผู้นำที่มีคุณค่าสูงสุดในสังคม (ศิลปวิชญ์ น้อยสมมิตร, 2561)

การบริหารองค์กรให้มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องมีผู้นำที่ดีซึ่งมีความรู้ความสามารถในการสร้างการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาองค์กรอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในโลกยุคใหม่ ผู้นำต้องคำนึงถึงวิธีการพัฒนาในหลายมิติ โดยนอกจากการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยี การบริหารจัดการ และนวัตกรรมต่าง ๆ แล้ว

การนำหลักธรรมในพระพุทธศาสนามาประยุกต์ใช้ในองค์กรยังเป็นแนวทางที่น่าสนใจและมีศักยภาพในการสร้างการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนไปอีกขั้นหนึ่ง การประยุกต์ใช้หลักธรรมทางพระพุทธศาสนาช่วยเสริมสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาทางวัตถุและการพัฒนาทางจิตใจ ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงนั้นมีความยั่งยืนและอยู่บนพื้นฐานของคุณธรรม ตัวอย่างเช่น พรหมวิหาร 4 อิทธิบาท 4 สปัปฐพีธรรม 7 (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2559) ซึ่งเป็นหลักธรรมที่เน้นการพัฒนาให้เกิดความเจริญงอกงามทั้งในด้านจิตใจและการทำงาน เป็นแนวทางที่ช่วยให้บุคลากรในองค์กรมีความพร้อมที่จะเผชิญหน้ากับความเปลี่ยนแปลงโดยไม่หลงไปกับความกดดันของสถานการณ์ หลักคุณธรรมประกอบไปด้วยการปลูกฝังคุณธรรม เช่น ความอดทน ความอุตสาหะ และความมีสติ ซึ่งเป็นคุณสมบัติสำคัญของผู้นำที่สามารถรับมือกับความท้าทายได้อย่างมีประสิทธิภาพและเมตตาธรรม การนำหลักพุทธธรรมมาปรับใช้ในการบริหารองค์กรจึงไม่เพียงแต่ทำให้องค์กรมีทิศทางที่ชัดเจน แต่ยังช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เต็มไปด้วยความเคารพซึ่งกันและกัน การมีศีลธรรมในองค์กรนำไปสู่การพัฒนาที่ไม่เพียงแต่จะได้ผลลัพธ์ที่ดีเท่านั้น แต่ยังสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยั่งยืนในระยะยาว

นิยามของผู้นำ

ผู้นำ หมายถึง ผู้ชักพาให้คนอื่นเคลื่อนไหวหรือกระทำการในทิศทางที่ผู้นำกำหนดเป้าหมายไว้ มีศิลปะมีอิทธิพลต่อกลุ่มชน เพื่อให้พวกเขามีความตั้งใจที่จะปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายตามต้องการหลายคนมีบทบาทเป็นผู้นำกันแล้ว เช่น เป็นผู้นำองค์กร ผู้นำสมาคม ผู้นำวัดและแม้กระทั่งเป็นหัวหน้าครอบครัวก็จัดว่าเป็นผู้นำ (วิเชียร วิทย์อุดม, 2560) และผู้นำจะต้องยึดหลักคุณธรรมในการดำเนินชีวิต โดยเฉพาะในเรื่องของการเสียสละ พากเพียร อดทน ไม่ย่อท้อต่ออุปสรรค ทุ้มเทศปัญญา มุ่งทำงานเพื่อประโยชน์แก่ผู้อื่นโดยไม่เห็นแก่ประโยชน์ส่วนตัว (วิกรม กรมดิษฐ์, 2561) ผู้นำ คือบุคคลซึ่งถูกแต่งตั้งขึ้นหรือได้รับการยกย่องขึ้นให้เป็นหัวหน้ามีความสามารถในการปกครองบังคับบัญชา และอาจชักพาผู้ใต้บังคับบัญชาหรือหมู่ชนไปในทางดีหรือชั่วได้ซึ่งเรียกผู้นำแบบนี้ว่าผู้นำแบบพลวัต (Dynamic Leader) ซึ่งถ้าหากนำไปที่ถูกต้องก็เรียกว่า ผู้นำในทางที่ดีถ้านำไปในทางไม่ถูกต้อง ปฏิบัติการอันเป็นปฏิปักษ์ต่อระเบียบแบบแผนของสังคมก็เรียกว่าเป็นผู้นำปฏิเสธ คือนำในทางไม่ดี (พระครูสิริจันทนิวิฐ (บุญจันทร์ เขมกาโม), 2559) ผู้นำ เป็นบุคคลที่ผูกกลุ่มเข้าด้วยกัน และกระตุ้นให้กลุ่มผู้ร่วมงานแสดงความสามารถสูงสุด เพื่อสร้างผลงานให้เต็มที่ ผู้นำ คือ ผู้ที่ใช้อิทธิพลหรืออำนาจหน้าที่ในความสัมพันธ์ซึ่งมีอยู่ต่อผู้บังคับบัญชาในสถานการณ์ต่างๆ เพื่อปฏิบัติการและอำนวยการโดยใช้กระบวนการติดต่อซึ่งกันและกัน เพื่อให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ (Stogdill, 1994)

สรุปได้ว่า ผู้นำ เป็นผู้ที่ใช้อำนาจหรืออิทธิพลในการสร้างการมีส่วนร่วมของสมาชิกในองค์กรในการปฏิบัติงานร่วมกันให้ บรรลุตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์กร กล่าวคือ ผู้นำจะเป็นส่วนหนึ่งของการบริหาร มีความสำคัญต่อองค์กรหรือหน่วยงาน ได้แก่ เป็นส่วนที่ดึงความรู้ความสามารถของผู้นำออกมาปฏิบัติงานช่วยประสานงานและลดความขัดแย้งในหน่วยงานชักจูงให้สมาชิกในองค์กรทุ่มเทความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานแก่หน่วยงานและเป็นที่ยึดเหนี่ยวขวัญและกำลังใจของสมาชิกเมื่ออยู่ในภาวะคับขัน

บทบาทการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยุคใหม่

ภาวะผู้นำกับความรับผิดชอบต่อนหน้าที่จะศึกษาถึงบทบาท หน้าที่ และคุณลักษณะของผู้นำที่มีความรับผิดชอบต่อตนเองต่อผู้อื่นและต่อสังคมการพัฒนาภาวะผู้นำ การนำตนเอง การกำหนดเป้าหมาย บุคลิกภาพของการเป็นผู้นำการนำทีมและการสร้างทีมงานให้มีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างแรงจูงใจ การสอนงาน (Coaching) การมีทักษะสื่อสาร การตัดสินใจและการแก้ไขปัญหาตลอดจนการบริหารความขัดแย้ง เพื่อใช้งานการพัฒนาภาวะผู้นำในศตวรรษที่ 21

ผู้นำมีบทบาทและหน้าที่ต่าง ๆ อย่างมากมาย ตั้งแต่งานบริหารจัดการในระดับต่ำไปจนถึงขั้นสูงสุดในองค์การ ผู้นำในแต่ละแบบก็จะมีบทบาทและหน้าที่แตกต่างกันไป อย่างไรก็ตามบทบาทและหน้าที่ของผู้นำทุกแบบ จะมีบางประการที่สอดคล้องกัน ดังนี้ (อำไพ ไชยแก้ว, 2567)

1. ภาวะผู้นำในฐานะผู้บริหารบทบาทที่เห็นได้ชัดที่สุดของผู้นำ คือ บทบาทในฐานะเป็นผู้บริหาร ซึ่งประสานงานระหว่างกลุ่มต่างๆ ในองค์การ หรือในฐานะผู้ประสานงานภายในกลุ่มที่ตนเป็นผู้บริหาร ผู้นำประเภทนี้ช่วยให้งานของผู้ร่วมงานดำเนินไปด้วยดี ผู้นำอยู่ในฐานะเป็นผู้ควบคุมนโยบายและกำหนดวัตถุประสงค์ของกลุ่มและรับผิดชอบคอยติดตามให้มีการปฏิบัติตามนโยบายและวัตถุประสงค์ของกลุ่มโดยครบถ้วนถูกต้อง

2. ภาวะผู้นำในฐานะผู้วางแผน โดยปกติผู้นำมักทำหน้าที่วางแผนการปฏิบัติงานทุกชนิด เป็นผู้ตัดสินใจให้กับผู้ร่วมงานว่าควรนำวิธีการอะไรมาใช้และทำอย่างไรงานจึงจะบรรลุผลตามที่ต้องการ ผู้นำมักทำหน้าที่เป็นผู้ดูแลด้วยว่ามีการปฏิบัติตามแผนที่วางไว้หรือไม่ ในลักษณะเช่นนี้ผู้นำจะเป็นผู้เดียวที่ทราบแผนการดำเนินงานทั้งหมด บุคคลอื่นในองค์การจะทราบเฉพาะเรื่องที่ได้รับมอบหมายเท่านั้น

3. ภาวะผู้นำในฐานะผู้กำหนดนโยบาย บทบาทที่สำคัญอย่างหนึ่งของภาวะผู้นำเป็นการกำหนดเป้าหมาย หรือวัตถุประสงค์ของกลุ่มและการวางแผนนโยบายเพื่อให้บรรลุตามเป้าหมาย แหล่งที่มาของนโยบายอาจมาจากสามแหล่ง คือ มาจากเบื้องบน หรือเจ้านายที่มีตำแหน่งสูงกว่าผู้นำ มาจากเบื้องล่างโดยการแนะนำ หรือมติของผู้ใต้บังคับบัญชาและมาจากผู้นำกลุ่มเอง

4. ภาวะผู้นำในฐานะผู้ชำนาญการ ผู้ใต้บังคับบัญชาส่วนมากหวังพึ่งผู้นำเมื่อมีปัญหาเกี่ยวกับความรู้ความชำนาญในการปฏิบัติงาน ผู้นำจะทำหน้าที่คล้ายกับผู้ชำนาญการในงานด้านนั้นๆ แต่ความจริงแล้วผู้นำไม่ได้มีความรอบรู้ละเอียดในทุกเรื่อง ผู้นำต้องอาศัยผู้ช่วยและที่ปรึกษาคอยทำหน้าที่ให้คำแนะนำทางด้านเทคนิคในองค์การนอกแบบ หรือองค์การอุปถัมภ์ บุคลากรที่มีความรู้ความชำนาญในสายวิชาชีพมักจะมีผู้อื่นมาหาเพื่อปรึกษา หรือขอคำแนะนำช่วยเหลืออยู่เสมอ โดยเป็นการขอความช่วยเหลือส่วนตัว บุคลากรจึงกลายเป็นผู้นำอย่างไม่เป็นทางการขององค์การนั้น

5. ภาวะผู้นำในฐานะตัวแทนของกลุ่มเพื่อติดต่อกับภายนอก เนื่องจากสมาชิกของกลุ่ม หรือองค์การใดไม่สามารถ จะทำการติดต่อกับองค์การภายนอกโดยตรงได้ทุกคน ผู้นำที่มีคุณสมบัติตรงตามเกณฑ์ของกลุ่มจึงได้รับเลือกให้คอยทำหน้าที่ติดต่อกับองค์การภายนอกแทน ทำให้กลายเป็นเจ้าหน้าที่ประชาสัมพันธ์ของกลุ่มไม่เพียงแต่จะมีหน้าที่เป็นตัวแทนกลุ่มติดต่อกับบุคคลภายนอก เท่านั้น เมื่อ

บุคคลภายนอกมาติดต่อกับกลุ่มก็ต้องผ่านผู้นำดังกล่าวเสียก่อน ผู้นำประเภทนี้กลายเป็นตัวแทนของกลุ่มหรือองค์การมีหน้าที่เจรจาเกี่ยวกับบุคคลภายนอกที่มาติดต่อกับองค์การโดยปริยาย

6. ภาวะผู้นำในฐานะผู้ควบคุมความสัมพันธ์ภายในกลุ่ม ผู้นำมักทำหน้าที่ควบคุมดูแลเรื่องต่างๆ ภายในกลุ่ม โดยเฉพาะเรื่องสำคัญก็คือ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรที่เป็นสมาชิกของกลุ่ม ในบางกลุ่มไม่ว่าจะเกิดเรื่องอะไรขึ้นก็ตาม สมาชิกในกลุ่มก็ต้องเจรจาผ่านผู้นำของตน ซึ่งผู้นำจะดำเนินการต่อให้หรือไม่นั้นก็แล้วแต่ผู้นำ ผู้นำกลุ่มบางคนอาจไม่ค่อยสนใจเอาใจใส่สมาชิก หรือเอาใจใส่เฉพาะบางคน ทั้งนี้แล้วแต่คุณลักษณะของผู้นำแต่ละคน

7. ภาวะผู้นำในฐานะผู้ให้คุณและโทษ บุคลากรที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับการเสนอให้คุณและโทษแก่บุคลากรอื่น หรือมีอำนาจให้คุณให้โทษจะกลายเป็นผู้มีอำนาจสำคัญและกลายเป็นผู้นำในที่สุด คุณและโทษที่ว่านี้อาจเป็นการขึ้นเงินเดือน หรือการมอบหมายงานให้มากขึ้นบ้างน้อยบ้าง หรือให้งานที่ยากๆ หรือง่ายๆ ทำก็ได้ทั้งนั้น

8. ภาวะผู้นำในฐานะผู้ไกล่เกลี่ย เมื่อมีความขัดแย้งใดๆ เกิดขึ้น บุคลากรคนใดมีความสามารถในการทำให้ความขัดแย้งหายไป หรือสามารถทำให้ฝ่ายที่ขัดแย้งเข้าใจกันได้ บุคลากรผู้นั้นจะกลายเป็นผู้นำในเวลาต่อมา

9. ภาวะผู้นำในฐานะที่เป็นบุคคลตัวอย่าง บุคลากรที่มีความประพฤติดี หรือปฏิบัติงานดีจนได้รับยกย่องอยู่เสมอว่าเป็นตัวอย่างที่ดีขององค์กรมักจะกลายเป็นผู้นำของบุคลากรอื่นๆ ได้โดยง่าย เพราะเป็นบุคคลที่ได้รับการนับถือจากบุคลากรคนสำคัญขององค์กร

10. ภาวะผู้นำในฐานะสัญลักษณ์ของกลุ่มความสามัคคีเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันมีความสำคัญอย่างยิ่งในการอยู่ร่วมกัน แต่การอยู่รวมกันเป็นจำนวนมากจะให้ทุกคนมีความสามัคคีกันเป็นเรื่องที่ทำได้ยาก ดังนั้นในกลุ่มจึงมักมีบุคคลที่สมาชิกในกลุ่มยกย่องว่าเป็นคนดีหาที่ติไม่ได้ สมาชิกในกลุ่มมีความรู้สึกที่ดีต่อเขาเสมอไม่ว่าในโอกาสใดและเขาจะติดต่อกับทุกๆ คน ขณะเดียวกันบุคคลนี้รักและยึดกลุ่มเป็นสรณะของตนอย่างที่สุด ด้วยทุกคนแน่ใจว่าเขาไม่มีทางกระทำการอันใด อันเป็นภัยต่อกลุ่มโดยเด็ดขาด บุคคลนี้จึงกลายเป็นสัญลักษณ์ของกลุ่ม เป็นผู้นำทางนอกระบบของประมุขของประเทศ คือ พระมหากษัตริย์ ซึ่งกลายเป็นผู้นำของประเทศ อำนาจที่ผู้นำเหล่านี้มีจึงสูงสุดเหนือจิตใจคนภายในกลุ่ม

11. ภาวะผู้นำในฐานะตัวแทนรับผิดชอบกลุ่มคนบางกลุ่ม องค์กร หรือหน่วยงานบางแห่งมีผู้นำคนหนึ่ง หรือหลายคนอาสาเข้ารับผิดชอบต่อการตัดสินใจและต่อการกระทำบางอย่างของบุคคลบางกลุ่ม หรือรับผิดชอบต่อกิจการทั้งหมดที่คนกลุ่มนั้นกระทำลงไป ด้วยเหตุนี้บางทีในโอกาสต่อมาบุคลากรในกลุ่มจะมอบหมายให้ผู้นำมีอำนาจตัดสินใจกระทำการใดๆ แทนตนได้ เพื่อป้องกันความผิดพลาดซึ่งอาจเป็นผลทำให้ผู้นำของตนต้องอยู่ในฐานะตัวแทนผู้รับผิดชอบด้วย

12. ภาวะผู้นำในฐานะผู้มีอุดมคติ ผู้นำบางคนมีความสามารถในการสร้างอุดมคติความเชื่อถือและความศรัทธาต่างๆ แก่บุคคลอื่น ตลอดจนการสร้างคุณธรรมประจำใจและขนบธรรมเนียมประเพณีต่างๆ ของกลุ่ม อุดมคติดังกล่าวในตอนแรกอาจเป็นคำพูดของเขาที่ทุกคนพากันนิยมและปฏิบัติตาม ต่อมา

จึงกลายเป็นอุดมคติอย่างเป็นทางการของกลุ่มผู้นำประเภทนี้มักจะเป็นนักพูดและนักคิดที่สมาชิกในกลุ่มให้ความเชื่อถือ

13. ภาวะผู้นำในฐานะบิดามารดาผู้มีความกรุณา ผู้นำประเภทนี้วางตัวเป็นผู้ใหญ่มีอาวุโสที่สุดในกลุ่มและมีบุคลิกลักษณะที่น่านับถือในฐานะเป็นบิดา มารดาของกลุ่ม ซึ่งจะว่ากล่าวใครก็ตามผู้ที่ไม่เชื่อฟังว่ากล่าวนั้นไม่รู้สึกรังเกียจ เพราะทุกคนทราบกันดีว่าเป็นการว่ากล่าวด้วยความหวังดีเสมอและผู้นำประเภทนี้จะเป็นที่พึงพอใจแก่สมาชิกทุกคนเมื่อมีความทุกข์ได้เสมอ

14. ภาวะผู้นำในฐานะเป็นผู้รับผิดชอบ ผู้นำที่รับผิดชอบและเป็นบิดาของกลุ่ม ทุกคนย่อมมีความหวังเมื่อใดมีความเสียหายเกิดขึ้น ตนเองจะต้องรับเป็นผู้ถูกลงโทษแทนสมาชิกในกลุ่ม บุคลากรในกลุ่มทุกคนทุกประเภทต่างก็ไม่ชอบรับผิดชอบ เมื่อมีความผิดเกิดขึ้นโยนความรับผิดชอบไปให้สมาชิกคนอื่น ผู้ที่ถูกปิดความรับผิดชอบให้ก็อาจกลายเป็นผู้นำขึ้นมาในภายหลังได้เหมือนกัน เพราะเมื่อเหตุการณ์ร้ายๆ นั้นผ่านไป สมาชิกในกลุ่มก็เกิดเห็นอกเห็นใจที่เขาเคยได้รับเคราะห์กรรมแทนพวกตนแต่เพียงผู้เดียว

สรุปได้ว่า บทบาทการพัฒนาภาวะผู้นำยุคใหม่เป็นการพัฒนาองค์การแห่งการเรียนรู้ทั้งหมดตามที่ได้นำเสนอมานี้ ผู้นำองค์การสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางประกอบการพิจารณาตัดสินใจกำหนดกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์การบริหารจัดการให้เหมาะสมและสอดคล้องกับทิศทางความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในปัจจุบัน เพื่อการพัฒนาองค์การไปสู่การเป็นองค์การแห่งการเรียนรู้ที่ขับเคลื่อนไปสู่ความเป็นเลิศ (Excellence) อย่างมั่นคง

หลักพุทธธรรมที่เป็นพื้นฐานของภาวะผู้นำยุคใหม่

สำหรับหลักพุทธธรรมที่จะนำมาประยุกต์ให้เข้ากับการพัฒนาภาวะผู้นำยุคใหม่ ผู้เขียนนั้นได้ศึกษาหลักพุทธธรรมที่เกี่ยวข้อง คือ พรหมวิหาร 4 อธิเบทย 4 สัมปยุตธรรม 7 ซึ่งเป็นธรรมที่เป็นเครื่องเจริญคุณธรรมที่ก่อให้เกิดความเจริญองกาม ดังนี้

1. พรหมวิหาร 4

พรหมวิหาร 4 ถือได้ว่าเป็นหลักธรรมขั้นพื้นฐานทางจิตใจของชนชั้นผู้ใหญ่ ผู้ปกครอง ผู้เป็นหัวหน้าและในที่นี้ยังหมายความว่า พรหมวิหาร 4 เป็นหลักธรรมผู้ปกครองคณะสงฆ์จะเห็นว่าพรหมวิหาร 4 นั้นเป็นเครื่องยึดเหนี่ยวจิตใจ พรหมวิหาร หมายถึง ธรรมเป็นเครื่อง อยู่ของพรหม หรือธรรมประจำใจของพรหม กล่าวคือ พรหมเป็นเทพเจ้าสูงสุดในศาสนา พราหมณ์ที่สร้างโลกและอภิบาลโลกตามทัศนะของพราหมณ์ เพราะถือว่า มนุษย์เมื่ออยู่กันไป พอถึงกับหนึ่งโลกจะพินาศ และพระพรหมจะสร้างโลกขึ้นมาใหม่ และจะลิขิตชีวิตมนุษย์ว่าจะ เป็นอยู่อย่างไร แต่ทัศนะของพระพุทธศาสนาถือว่ามนุษย์ทุกคนมีส่วนรับผิดชอบในการ สร้างสรรค์และอภิบาลสังคม ด้วยเหตุนี้ ทุกคนต้องทำตัวให้เป็นพรหม หรือคุณธรรมความเป็นพรหม และในการปฏิบัติในลักษณะนี้ เป็นการสร้างสรรค์ตนเองด้วยหลักพรหมวิหารและพรหม วิหารเมื่อนำมาใช้กับมนุษย์ในฐานะที่มนุษย์สามารถสร้างสรรค์และอภิบาลโลกได้ด้วยตัวมนุษย์เอง องค์ประกอบของพรหมวิหาร ธรรม หรือพรหมวิหาร มี 4 ประการ คือ (แสง บุญเฉลิมวิภาส, 2553)

1.1 เมตตา เป็นเรื่องของจิตใจ เพราะเป็นความปรารถนา คือ ปรารถนาให้ผู้อื่นเป็นสุข ไม่มีอะไรแตกต่างในความเป็นชีวิต ทั้งผู้อื่น สัตว์อื่นและตนเอง คือ ผู้ใดจะให้อะไรใคร ผู้นั้น จะต้องเสียก่อน ผู้ไม่มีจะให้ก็ให้ไม่ได้ จะปรารถนาให้ผู้อื่นเป็นสุขก็เช่นกัน ถ้าตนเองไม่เป็นสุข จะมีความสุขที่ไหนไปแผ่ให้คนอื่น เมตตาที่ถูกต้องจะต้องออกจากใจที่อ่อนละมุน เป็นใจที่สงบ จากความทุกข์ความร้อน สงบจากความโลภ ความโกรธ ความหลง ใจที่กำลังทุกข์ร้อนด้วยความ โลภ ความโกรธ ความหลง จะไม่มีพลังเมตตาเลย ตรงกันข้ามกลับมีแต่ความไม่เมตตาแม้แต่กับ ตนเอง เพราะทำให้ตนเองร้อน ไม่มีความสุข คนใจดีคนเดียวสามารถทำให้เกิดความร่มเย็นเป็น สุขได้มากมายนัก เช่นเดียวกับคนไม่ดีคนเดียว ก็สามารถทำให้เกิดความทุกข์ความร้อนได้ มากมาย เมตตาต้องอาศัยปัญญา เพราะปัญญาเท่านั้นที่จะช่วยพิจารณาได้ถูกต้อง ว่าควรแสดง เมตตาต่อผู้ใดอย่างไร เมื่อใดจึงจะเป็นคุณไม่เป็นโทษ การลงโทษบุตรธิดา กระทำผิดเพื่อให้ สำนึก ก็เป็นเมตตากรุณาของมารดาบิดา การไม่ลงโทษกลับเป็นการไม่เมตตากรุณา

1.2 กรุณา เป็นเรื่องทางกาย เพราะเป็นเรื่องการช่วยเหลือ คือ ช่วยให้พ้นทุกข์ มีทั้งทุกข์ กายทุกข์ ใจ แต่ที่จริงเมตตาและกรุณาไปด้วยกันแยกกันไม่ออกที่เป็นธรรม เป็นพรหมวิหารธรรม อย่างยิ่ง คือ ช่วยให้พ้นทุกข์ทางใจ เห็นใครทุกข์ อย่างหนึ่งดูตาย ทำสิ่งหนึ่งสิ่งใดเพื่อช่วย นั่นคือ กรุณา ช่วยให้พ้นทุกข์และต้องช่วยให้ถูก อย่างให้ผิดศีล อย่าให้เป็นการเบียดเบียนใครดั่ง พระพุทธองค์ทรงกล่าวไว้ว่า “การให้ธรรมทานชนะการให้ทั้งปวง” คือเป็นการช่วยที่เหนือการ ช่วย ทั้งปวง เป็นการช่วยให้พ้นทุกข์ทางใจ ใจที่มีธรรมเพียงไรจะพ้นจากความทุกข์มีความ สงบสุขเยือกเย็นเพียงนั้น ผู้ใช้ธรรมคือปฏิบัติเป็นตัวอย่าง ให้เห็น บอกเล่า สั่งสอนอบรมให้เกิดธรรม

1.3 มุทิตา คือ พลอยยินดีด้วยกับตนเองและผู้อื่นได้ดีมีความสุข ซึ่งจะนำไปสู่ความดีอีก ชั้นหนึ่ง ถ้ารู้จักคิดให้ถูก ใ้รู้จักตั้งใจสงวนรักษาความดีความสุขที่ได้นั้นไว้และเพิ่มพูนให้ยิ่งขึ้น ไม่ทะเยอทะยานให้ยิ่งขึ้น จนเกินไป เช่นได้ดีเพียงนั้นแล้วก็ยินดีกับการได้ดีเพียงนั้นของตน อย่าไม่พอใจเพราะต้องการยิ่งไปกว่านั้น การพลอยยินดีเมื่อผู้อื่นได้ดีมีความสุข ผลดีที่จะเกิดขึ้นนั้นเรา เองจะเป็นผู้ได้รับก่อนใครทั้งหมด ความพลอยยินดีด้วยกับ ความริษยาให้ความร้อนเย็นผิดกัน ขณะที่ใจเกิดความยินดี เราเองนั้นแหละสบาย ขณะที่ใจเกิดความยินร้าย ริษยา เราเองนั้นแหละ ทุกข์ร้อน ฉะนั้น การพลอยยินดีด้วยเมื่อผู้อื่นได้ดีมีความสุขจึงเป็นสิ่งที่ควร

1.4 อุเบกขา คือ วางใจเฉย วางใจเป็นกลาง ไม่ยินดียินร้าย เมื่อสุดวิสัยจะเมตตากรุณา ได้แล้ว ก็ยังไม่เกิดผลดี ยังช่วยให้เขาเป็นสุข พ้นจากความทุกข์ไม่ได้ จึงใช้อุเบกขาปลงใจลงให้ ได้ว่าทำได้ทำสุดความสามารถแล้ว ได้เมตตากรุณาถูกต้องแล้ว ผลเป็นเช่นไรก็จำต้องอุเบกขา ถ้าไม่อุเบกขา ปล่อยใจให้ดิ้นรนร้อนเร่าเพราะ ปรารถนาจะช่วยเขาให้ได้ผล เช่นนี้เป็นการผิด เป็นการขาดเมตตากรุณาในตนเอง

2. อิทธิบาท 4

อิทธิบาท 4 เป็นหลักธรรมคำสั่งสอนในพระพุทธศาสนาที่เป็นหนทางแห่งความสำเร็จให้สามารถ ปฏิบัติงานได้ผลสำเร็จตามความประสงค์มี 4 ประการ เป็นหลักธรรมที่นำไปสู่ความสำเร็จการกระทำกิจการ งานหรือการอาชีพ ประการแรก อิทธิบาท แปลความว่า ทางแห่งความสำเร็จ กล่าวคือ ข้อปฏิบัติให้บรรลุ ความสำเร็จด้วยดีมีประสิทธิภาพ ประกอบด้วย (พระราชญาณวิสิฐ (เสริมชัย ชยมงคโล), 2555)

2.1 ฉันทะ ความพอใจ ได้แก่ ความมีใจรักในสิ่งที่ทำและพอใจใฝ่รักในจุดหมายของสิ่งที่ทำนั้น
อยากทำสิ่งนั้น ๆ ให้สำเร็จ อยากให้งานนั้นหรือสิ่งนั้นบรรลุถึงจุดหมาย พุดง่าย ๆ ว่ารักงานและรักจุดหมาย
ของงาน พุดให้ลึกลงไปทางธรรมว่าความรักความใฝ่ใจปรารถนาต่อภาวะดีงามเต็มเปี่ยมสมบูรณ์ซึ่งเป็น
จุดหมายของสิ่งที่กระทำหรือซึ่งจะเข้าถึงได้ด้วยการกระทำนั้น อยากให้สิ่งนั้น ๆ เข้าถึงหรือดำรงอยู่ในภาวะที่ดี
ที่งดงามที่ประณีตที่สมบูรณ์ที่สุดของมัน หรืออยากให้อาณาเขตดีงามเต็มเปี่ยมสมบูรณ์ของสิ่งนั้น ๆ ของงานนั้นเกิด
มีเป็นจริงขึ้น อยากทำให้สำเร็จผลตามจุดหมายที่ดีงามนั้น ความอยากที่เป็นฉันทะนี้เป็นคนละอย่างกันกับ
ความอยากได้สิ่งนั้น ๆ มาเสพสวดยหรืออยากเอามาเพื่อตัวตนในรูปใดรูปหนึ่งซึ่งเรียกว่าเป็นตัณหา ความอยาก
ของฉันทะนั้นให้เกิดความสุขความชื่นชมเมื่อเห็นสิ่งนั้น ๆ งานนั้น ๆ บรรลุความสำเร็จเข้าถึงความสมบูรณ์อยู่
ในภาวะอันดีงามของมัน หรือพูดแยกออกไปว่าขณะเมื่อทำสิ่งนั้น หรืองานนั้นกำลังเดินทางไปสู่จุดหมายก็เกิด
ปีติเป็นความเอิบอิ่มใจ ครั้นสิ่งหรืองานที่ทำบรรลุจุดหมายก็ได้รับโสมนัสเป็นความฉ่ำชื่นใจที่พร้อมด้วย
ความรู้สึกรื่นเริง ผ่องใสเบิกบานแผ่ออกไปเป็นอิสระไร้ขอบเขต

2.2 วิริยะ ความเพียร ได้แก่ ความอาจหาญ แก่กล้า บากบั่น ก้าวไป ใจสู้ ไม่ย่อท้อไม่หวั่นกลัว
ต่ออุปสรรคและความยากลำบาก เมื่อคนรู้ว่าสิ่งใดมีคุณค่าควรแก่การบรรลุถึง ถ้าวิริยะเกิดขึ้นแก่เขาแล้ว แม้ได้
ยินว่าจุดหมายนั้นจะลุล่วงได้ยากนัก มีอุปสรรคมาก หรืออาจใช้เวลายาวนานเท่านี้ปีเท่านี้เดือน เขาก็ไม่ท้อถอย
กลับเห็นเป็นสิ่งที่ท้าทายที่จะเอาชนะให้ได้ทำให้สำเร็จ เช่น นักบวชนอกศาสนาหลายท่านในสมัยพุทธกาล เมื่อ
สดับพุทธธรรมแล้วเลื่อมใสขอบรรพชาอุปสมบท ครั้นได้รับทราบว่ามีผู้เคยเป็นนักบวชนอกศาสนาจะต้อง
ประพฤติวัตรทดสอบตนเองก่อนเรียกว่าอยู่ปริวาสเป็นเวลา 4 เดือน ใจก็ไม่ท้อถอย กลับกล้าเสนอตัวประพฤติ
วัตรทดสอบเพิ่มเป็นเวลารวมถึง 4 ปี ส่วนผู้ที่ขาดความเพียรอยากบรรลุความสำเร็จเหมือนกัน แต่พอได้ยินว่าต้อง
ใช้เวลานานเป็นปีก็หมดแรง ถอยหลัง ถ้าอยู่ระหว่างปฏิบัติก็ฟุ้งซ่าน จิตใจวุ่นวาย ปฏิบัติได้ผลยาก คนที่มีความ
เพียรเท่ากับมีแรงหนุน เวลาทำงานหรือปฏิบัติธรรมก็ตาม จิตใจจะแน่วแน่มั่นคงพุ่งตรงต่อจุดหมาย สมาธิก็
เกิดขึ้นได้ เรียกว่าเป็นวิริยะสมาธิ พร้อมทั้งมีประธานสังฆารคือความเพียรสร้างสรรค์เข้าประกอบคู่ไปด้วยกัน

2.3 จิตตะ ความจดจ่อหรือเอาใจฝักใฝ่ ความมีจิตผูกพันจดจ่อเฝ้าคิดเรื่องนั้น ใจอยู่กับงานนั้น ไม่
ปล่อย ไม่ห่างไปไหน ถ้าจิตตะเป็นไปอย่างแรงกล้าในเรื่องใดเรื่องหนึ่งหรืองานอย่างใดอย่างหนึ่ง คนผู้นั้นจะไม่
สนใจรับรู้เรื่องอื่น ๆ ใครพูดอะไรเรื่องอื่น ๆ ไม่สนใจ แต่ถ้าพูดเรื่องนั้นงานนั้นจะสนใจเป็นพิเศษทันที บางที
จัดทำเรื่องนั้นงานนั้นขลุกขจวนอยู่ได้ทั้งวันทั้งคืน ไม่เอาใจใส่ร่างกายการแต่งเนื้อแต่งตัว อะไรจะเกิดขึ้นก็ไม่
สนใจ เรื่องอื่นเกิดขึ้นใกล้ ๆ บางทีก็เผลอ ทำจนลืมนอน ลืมกินลืมนอน ความมีใจจดจ่อฝักใฝ่เช่นนี้ย่อมนำไป
สู่สมาธิเกิดขึ้น จิตจะแน่วแน่แนบสนิทในกิจที่ทำ มีกำลังมากเฉพาะสำหรับกิจนั้น เรียกว่าจิตเป็นสมาธิ พร้อมนั้น
ก็เกิดประธานสังฆารคือความเพียรสร้างสรรค์ร่วมสนับสนุนไปด้วย จิตตะเป็นความเอาใจใส่ คนมีจิตตะไม่ปล่อย
ปละละเลยกับงานของตน

2.4 วิมังสา ความสอบสวน ไตร่ตรอง ได้แก่ การใช้ปัญญาพิจารณา หมั่นใคร่ครวญตรวจตราหา
เหตุผล และตรวจสอบข้อยิ่งหย่อน เกินเลย บกพร่อง หรือขัดข้อง เป็นต้น ในกิจที่ทำ รู้จักทดลองและคิดหาทาง
แก้ไขปรับปรุง ข้อนี้เป็นการใช้ปัญญาชักนำสมาธิ ซึ่งจะเห็นได้ไม่ยาก คนมีวิมังสาชอบคิดค้นหาเหตุผล ชอบ

สอบสวนทดลอง เมื่อทำอะไรก็คิดพิจารณาทดสอบไป เช่น คิดว่าผลนี้เกิดจากเหตุอะไร ทำไมจึงเป็นอย่างนี้ ผลคราวนี้เกิดจากปัจจัยที่เป็นองค์ประกอบเหล่านี้ ถ้าองค์ประกอบนี้ออกเสียจะเป็นอย่างไร ถ้าเพิ่มองค์ประกอบนี้เข้าไปแทนจะเกิดผลอย่างไร ลองเปลี่ยน องค์ประกอบนั้นแล้วไม่เกิดผลอย่างที่คาดหมาย เป็นเพราะอะไร จะแก้ไขที่จุดไหน ฯลฯ

3. สัปปุริสธรรม 7

หลักสัปปุริสธรรม หมายถึง ธรรมของสัตบุรุษ ธรรมของคนดี บุคคลที่มีคุณธรรมประจำใจ โดยยึดเอาหลักสัปปุริสธรรมเป็นหลักในการดำเนินชีวิต บุคคลที่ยึดเอาหลักสัปปุริสธรรม เป็นธรรมประจำใจยังได้ชื่อว่าเป็นผู้ดี เพราะเป็นผู้มีเหตุผลมีผลในการปฏิบัติตน เมื่อบุคคลรู้จักเหตุผลแล้ว การปฏิบัติตนก็เพียงพร้อมด้วยความดี คือ รู้จักเหตุ รู้จักผล รู้จักตน รู้จักประมาณ รู้จักกาล รู้จักชุมชน รู้จักบุคคล แล้วบุคคลนั้นเป็นคนดี คือ สัตบุรุษในทางพระพุทธศาสนา ถือว่าเป็นคนดี เพราะเป็นผู้รักสงบ รักความเที่ยงธรรม รู้จักหน้าที่ของตน รู้จักกาลเทศะ มีเหตุมีผลในการทำงาน โดยเฉพาะผู้ที่ทำหน้าที่ปกครองคนอื่นจะสามารถบริหารงานได้อย่างดี มีองค์ประกอบ 7 ประการ ดังนี้ (พระสงฆคณาจารย์, 2558)

3.1 ฉัมมัญญุตตา รู้จักเหตุ ความรู้จักธรรม หรือ รู้จักเหตุ คือ รู้หลักความจริง รู้หลักการ รู้หลักเกณฑ์ รู้กฎแห่งธรรมดา รู้กฎเกณฑ์แห่งเหตุผล รู้จักวิเคราะห์สาเหตุของสถานการณ์และรู้หลักการที่จะทำให้เกิดผล อาทิ พระมหากษัตริย์ทรงทราบว่าการปกครองตามราชประเพณีเป็นอย่างไร มีอะไรบ้าง รู้ว่าจะต้องกระทำเหตุอันนี้ หรือกระทำตามหลักการข้อนี้ จึงจะให้เกิดผลที่ต้องการอันนั้น เป็นต้น

3.2 อตถัญญุตตา รู้จักผล ความรู้จักอรรถ รู้ความมุ่งหมาย หรือ รู้จักผล คือ รู้ ความหมาย รู้ความมุ่งหมาย รู้ประโยชน์ที่ประสงค์ รู้จักผลที่จะเกิดขึ้นสืบเนื่องจากการกระทำ หรือความเป็นไปตามหลัก เช่น รู้ว่าหลักธรรมหรือภาชิตข้อนี้ๆ มีความหมายว่าอย่างไร หลักนั้นๆ มีความมุ่งหมายอย่างไร กำหนดไว้หรือพึงปฏิบัติเพื่อประสงค์ประโยชน์อะไร การที่ตนกระทำอยู่มีความมุ่งหมายอย่างไร เมื่อทำไปแล้วจะบังเกิดผลอะไรบ้างดังนี้ เป็นต้น

3.3 อตถัญญุตตา รู้จักตน ความรู้จักตน คือ รู้ว่าตัว เรานั้น ว่ามีสถานภาพเป็นอะไร ฐานะ ภาวะ เพศ กำลัง ความรู้ ความสามารถ ความถนัด และคุณธรรม เป็นต้น ว่าขณะนี้ เท่าไร อย่างไร แล้วประพฤติให้เหมาะสม และรู้ที่จะแก้ไขปรับปรุงต่อไป

3.4 มัตถัญญุตตา รู้จักประมาณ ความรู้จักประมาณ คือ ความพอดี เช่น ภิกษุรู้จัก ประมาณในการรับและบริโภคปัจจัยสี่ คฤหัสถ์รู้จักประมาณในการใช้จ่ายโภคทรัพย์ รัฐบาลรู้จักประมาณการเก็บภาษีและการใช้งบประมาณ ในการบริหารประเทศ เป็นต้น

3.5 กาลัญญุตตา รู้จักกาล ความรู้จักกาล คือ รู้กาลเวลาอันเหมาะสม และ ระยะเวลาที่จะต้องใช้ในการประกอบกิจ กระทำหน้าที่การงาน เช่น ให้ตรงเวลาให้เป็นเวลา ให้ทันเวลา ให้พอเวลา ให้เหมาะสมเวลา เป็นต้น

3.6 ปริสัญญุตตา รู้จักชุมชน ความรู้จักบริษัท คือ รู้จักกลุ่มบุคคล รู้จักหมู่คณะ รู้จักชุมชน และรู้จักที่ประชุม รู้กิจวิธียที่จะประพฤติดต่อชุมชนนั้นๆว่า ชุมชนนี้เมื่อเข้าไปหา ต้องทำ กิจวิธียหรือปฏิบัติแบบนี้ จะต้องพูดอย่างไร ชุมชนนี้ควรสงเคราะห์อย่างไร เป็นต้น

3.7 บุคคลปรีชาญาณ รู้จักบุคคล ความรู้จักบุคคล คือ ความแตกต่างแห่ง บุคคลว่า มีอหยาศัย มีความสามารถ มีคุณธรรม เป็นต้น ผู้ใดหยิ่งหรือหย่อนอย่างไร และรู้ที่จะ ปฏิบัติต่อบุคคลนั้นๆ ด้วยดี ว่าควรจะคบหรือไม่ จะใช้จะตำหนิหรือยกย่อง และแนะนำสั่งสอน อย่างไร เป็นต้น

การประยุกต์ใช้พุทธธรรมในภาวะผู้นำเพื่อการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืน

การประยุกต์ใช้พุทธธรรมในการพัฒนาภาวะผู้นำไม่เพียงแต่ช่วยเสริมสร้างความสามารถในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพ แต่ยังช่วยสร้างความยั่งยืนในองค์กร ผ่านการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี และการพัฒนาผู้นำให้มีคุณธรรม ความรู้ และความสามารถในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและสังคม การนำหลักพุทธธรรมมาปรับใช้จึงเป็นการสร้างภาวะผู้นำที่มีวิสัยทัศน์และนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จในระยะยาว ดังนี้

1. การพัฒนาภาวะผู้นำที่มีสติและการตัดสินใจที่มีเหตุผล การใช้หลักธรรมในการพัฒนาภาวะผู้นำ เช่น การฝึกสติและสมาธิ ช่วยให้ผู้นำมีความตระหนักรู้ในตนเอง (self-awareness) และสามารถตัดสินใจได้อย่างมีสติ ไม่รีบร้อนและมีความรอบคอบมากขึ้น การใช้สติในการตัดสินใจจะช่วยลดความผิดพลาดที่อาจเกิดจากการตัดสินใจที่เร่งรีบและไม่รอบคอบ

2. การส่งเสริมความเป็นผู้นำที่มีคุณธรรม หลักพุทธธรรมเน้นการปฏิบัติตนด้วยคุณธรรม เช่น เมตตา กรุณา มุทิตา อุเบกขา ซึ่งช่วยให้ผู้นำมีความสามารถในการฟังและเข้าใจผู้อื่นในองค์กร ส่งเสริมความยุติธรรม และการดูแลทุกฝ่ายอย่างเท่าเทียม ความมีเมตตาของผู้นำทำให้เกิดความไว้วางใจในหมู่พนักงาน และสร้างบรรยากาศการทำงานที่มีความสุข

3. การจัดการความขัดแย้งและการสร้างความสามัคคี หลักธรรมพุทธศาสนามีการสอนเรื่องการยุติ ความขัดแย้งและการลดความรู้สึกไม่ดีระหว่างบุคคล เช่น การใช้หลักอุเบกขาในการมองสถานการณ์อย่างมีความเข้าใจและไม่อคติ ซึ่งช่วยให้ผู้นำสามารถจัดการกับความขัดแย้งภายในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ทำให้สถานการณ์ทวีความรุนแรง

4. การพัฒนาผู้นำให้มีวิสัยทัศน์และมองการณ์ไกล หลักพุทธธรรมให้ความสำคัญกับการมองโลกอย่างรอบคอบและมีการวางแผนที่ดี เช่น การใช้หลักสติปัญญาในการมองภาพรวมและการวางแผนระยะยาว ผู้นำที่นำหลักพุทธธรรมมาประยุกต์ใช้มักจะมีวิสัยทัศน์ที่กว้างไกล เข้าใจสถานการณ์ทั้งภายในและภายนอกองค์กร ทำให้สามารถนำพาองค์กรไปสู่การเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนและมั่นคง

5. การสร้างความยั่งยืนในองค์กร การนำหลักพุทธธรรมมาใช้ในการบริหารองค์กรไม่เพียงแต่ให้ความสำคัญกับผลลัพธ์ทางธุรกิจ แต่ยังให้ความสำคัญกับการทำงานร่วมกันในลักษณะของทีมงาน การนำหลักการของการทำงานเป็นทีม (Teamwork) และการพัฒนาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลากรจะช่วยให้มีการพัฒนาองค์กรในระยะยาว โดยไม่ทิ้งคนที่ต้องการการสนับสนุนหรือการพัฒนา

6. การสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีและยั่งยืน ผู้นำที่ประยุกต์ใช้หลักพุทธธรรมมักจะส่งเสริมการสร้างบรรยากาศในองค์กรที่เปิดกว้างและเป็นมิตรกับการเรียนรู้ โดยให้ความสำคัญกับความสุขและการพัฒนา

อย่างยั่งยืนของบุคลากรภายในองค์กร การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและบรรยากาศการทำงานที่มีความสุขจะช่วยให้พนักงานมีความพึงพอใจและทุ่มเทในการทำงานมากขึ้น

7. การรักษาความสมดุลระหว่างผลประโยชน์และจริยธรรม หลักพุทธธรรมช่วยให้ผู้นำมีแนวทางในการรักษาความสมดุลระหว่างการสร้างผลประโยชน์ทางธุรกิจและการรักษาหลักจริยธรรมในองค์กร การยึดหลักศีลธรรมและการปฏิบัติด้วยความซื่อสัตย์จะช่วยเสริมสร้างชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือให้กับองค์กร

8. การสร้างแรงบันดาลใจและการนำทาง ผู้นำที่มีคุณธรรมตามหลักพุทธธรรมมักจะเป็นแรงบันดาลใจให้กับพนักงาน โดยการแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการทำงานด้วยความจริงใจและความตั้งใจในการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ การเป็นผู้นำที่มีคุณธรรมและการแสดงออกถึงความเป็นผู้นำที่มีจริยธรรมสามารถสร้างแรงบันดาลใจให้กับทีมงานและทำให้เกิดความไว้วางใจ

สรุป

การบูรณาการหลักธรรมในพระพุทธศาสนากับการพัฒนาผู้นำยุคใหม่ในองค์กรช่วยเสริมสร้างผู้นำที่มีความสามารถในการตัดสินใจอย่างมีสติและปัญญา พร้อมทั้งยึดมั่นในคุณธรรมและจริยธรรม การประยุกต์ใช้หลักธรรม พรหมวิหาร 4 อิทธิบาท 4 สปัปฺริสธรรม 7 ทำให้ผู้นำมีความตระหนักรู้ในตนเองและการตัดสินใจที่รอบคอบ ไม่หลงไปกับอารมณ์หรือความเร่งรีบ การนำหลักธรรมเข้ามาช่วยเสริมการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างผู้นำและผู้ตาม ส่งผลให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีความสุขและมีประสิทธิภาพ การบูรณาการนี้ยังช่วยผู้นำในการพัฒนาองค์กรที่ยั่งยืน โดยไม่เพียงแต่เน้นผลลัพธ์ทางธุรกิจ แต่ยังเน้นการพัฒนาบุคลากรและการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่ยึดมั่นในคุณค่าทางศีลธรรมและความยุติธรรม การนำหลักธรรมมาใช้ในการบริหารช่วยสร้างการเปลี่ยนแปลงในองค์กรที่มีความสมดุลและตอบสนองต่อความท้าทายในโลกที่เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ทั้งยังเสริมสร้างวิสัยทัศน์และแนวทางการพัฒนาที่ยั่งยืนในทุกมิติขององค์กร

บรรณานุกรม

- พระครูสิริจันทน์วิภู (บุญจันทร์ เขมกาโม). (2559). ภาวะผู้นำเชิงพุทธ. กรุงเทพฯ : นิติธรรมการพิมพ์.
- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตฺโต). (2559). พจนานุกรมพุทธศาสตร์ ฉบับประมวลธรรม. พิมพ์ครั้งที่ 34. กรุงเทพฯ : มูลนิธิศึกษาเพื่อสันติภาพ.
- พระราชญาณวิสิฐ (เสริมชัย ชยมงคฺโล). (2555). ความสำเร็จ หลักธรรมสู่ความสำเร็จและสันติสุข. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์ธรรมสภา.
- พระสามารถ อานนฺโท. (2558). ภาวะผู้นำตามหลักสปัปฺริสธรรม. (ปริญญาณิพนธ์ศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพุทธศาสนศึกษา). บัณฑิตวิทยาลัย : มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- วิเชียร วิทย์อุดม. (2560). ภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ : บริษัท ซีระฟิล์มและไซเท็กซ์ จำกัด.
- วิกรม กรมดิษฐ์. (2561). มองซีอีโอโลก. พิมพ์ครั้งที่ 2. กรุงเทพฯ : บริษัท โปสตัด์พับลิชชิ่ง จำกัด.
- ศิลปวิชญ์ น้อยสมมิตร. (2561). การพัฒนาภาวะผู้นำตามหลักพุทธศาสนา. วารสารวิจัยวิชาการ. 1(1), 111-124.

แสวง บุญเฉลิมวิภาศ. (2553). รวมคำบรรยายหลักวิชานักกฎหมาย. พิมพ์ครั้งที่ 4. กรุงเทพฯ : วิทยุชน.

อำไพ ไชยแก้ว. (2567). หลักการจัดการ: บทบาทภาวะผู้นำ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [https://](https://sites.google.com/site/aunripreya)

sites.google.com/site/aunripreya 456/ 4-bthbath-khxng-phuna [10 พฤศจิกายน 2567].

Stogdill. R.M. (1994). Handbook of Leadership : Survey of the Literature. New York : free press.

การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน
ของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ

DEVELOPMENT OF ONLINE LESSONS FOR THE ANIMATION PROGRAM COURSE TO
DEVELOP ACADEMIC ACHIEVEMENT FOR VOCATIONAL CERTIFICATE STUDENTS

อมนันดา กังเทมินทร์¹ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา²

¹สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, amanda@chetupon.ac.th

²สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, alisa.son@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดประสงค์ ดังนี้ 1) เพื่อศึกษาและพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว 2) เพื่อหาประสิทธิภาพของบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว 3) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนที่เรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว 4) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล วิทยาลัยพณิชยการเซตุน จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แผนการจัดการรู้ บทเรียนออนไลน์ แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน และแบบสอบถามความพึงพอใจ สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าร้อยละ และค่า t-test (dependent) ผลการวิจัยพบว่า 1) บทเรียนออนไลน์มีคุณภาพ อยู่ในระดับดีมาก (\bar{X} = 4.70 ,S.D. =0.03) ค่าประสิทธิภาพของบทเรียน เท่ากับ 81.95/83.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 2) ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ คะแนนเฉลี่ยหลังเรียน (\bar{X} = 18.07 ,S.D. =3.66) สูงกว่าคะแนนเฉลี่ยก่อนเรียน (\bar{X} = 12.17 ,S.D. =2.29) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และความพึงพอใจของผู้เรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด (\bar{X} = 4.55 ,S.D. =0.56)

คำสำคัญ : บทเรียนออนไลน์,ระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ, โปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว

Abstract

The purpose of this research were : 1) to study and develop an online lessons for animation program, 2) to determine the effectiveness of online for lessons animation program course. 3) to compare the learning achievement before and after taking for online lessons, 4) to study learners' satisfaction toward the online lessons. The sample group was 30 second- year vocational certificate

students from the Digital Business Technology Program, Chetupon Commercial College, selected by using purposive sampling. The research instruments were lessons plan, the online lessons, assessment tests and satisfaction questionnaires. The statistic used were mean, standard deviation, percentage, and dependent t-test. The results of the research found that 1) the quality of the online lessons was very good. (\bar{X} = 4.70 ,S.D.=0.03) with efficiency of 81.95/83.00, which is a higher than the assumption set at 80/80. 2) The post-test score (\bar{X} = 18.07 ,S.D. =3.66) was higher than the pre-test score (\bar{X} = 12.17 ,S.D. =2.29), with statistical significance at the 0.05 3) The satisfaction of learners toward the online lessons was at the highest level of satisfaction. (\bar{X} = 4.55 ,S.D. =0.56)

Keywords : Online Lessons, Vocational Certificate, Animation Program course

บทนำ

ปัจจุบันความก้าวหน้าของเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าไปมีบทบาทในการพัฒนาในทุกด้าน ส่งผลต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ ด้วยสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงแบบก้าวกระโดดนี้ นับว่าเป็นการทำนายที่ต้องมุ่งพัฒนาประเทศไปสู่ การพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมยุค 4.0 สอดคล้องกับหลักการตามนโยบายของกระทรวงศึกษาธิการ “เพื่อพัฒนาผู้เรียนไปสู่เป้าหมายของการเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ โดยคำนึงถึงชาติ ศาสนา ศิลปะ ขนบธรรมเนียมประเพณี วัฒนธรรม กีฬา ความปลอดภัย ความมีโอกาและความเสมอภาคทางการศึกษา รวมทั้งมีสมรรถนะที่สำคัญจำเป็นสำหรับโลกยุคใหม่” ดังนั้นการพัฒนาคุณภาพของระบบการศึกษา รวมไปถึงสมรรถนะและทักษะของผู้เรียน จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะผลักดันไปตามนโยบายหรือเป้าหมายที่วางไว้ สร้างความท้าทายว่าเราจะสามารถพัฒนากำลังคนให้มีทักษะและสมรรถนะสูงตามเป้าหมายได้อย่างไร สอดคล้องกับการจัดการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 ที่มุ่งเน้นจัดการเรียนรู้ให้ผู้เรียนมีทักษะในการทำงานและเป็นพลเมืองที่ดี มากกว่า การท่องจำในตำราเรียน ผู้สอนมีบทบาทเป็นผู้อำนวยความสะดวกจัดประสบการณ์การเรียนรู้ให้ผู้เรียน สอดคล้องกับความสนใจ ความสามารถและความถนัด ผู้เรียนต้องมีทักษะที่จำเป็นในการดำรงชีวิต มีทักษะเทคโนโลยีสารสนเทศที่ดี ประสิทธิภาพ ก้าวสู่พัฒนา (2561) ได้กล่าวไว้ในบทความ “อยากเป็นคนคุณภาพของศตวรรษที่ 21 ต้องปรับตัวด้วยทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21” ซึ่งควรมุ่งเน้นไปที่การบ่มเพาะทักษะ Soft skill มากกว่าทักษะที่อาศัยแค่ความสามารถในการท่องจำ หรือทำแบบเดิมซ้ำๆ ซึ่งเสี่ยงต่อการถูกแทนที่โดยเครื่องจักรและหุ่นยนต์ ดังนั้นการจัดการเรียนรู้รูปแบบบทเรียนออนไลน์เป็นนวัตกรรมทางการศึกษาที่ตอบรับวิถีการเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนการสอนในศตวรรษที่ 21 โดยเฉพาะการเรียนรู้ผ่านระบบ E-learning มีข้อดี คือ ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ทุกที่ ทุกเวลา ที่มีความพร้อมการเชื่อมต่อสัญญาณอินเทอร์เน็ต ไม่มีข้อจำกัดในเรื่องวัน เวลา หรือสถานที่ใดๆ ผู้เรียนสามารถเลือกเรียนรู้ได้อย่างเต็มที่ ตามความสะดวกและความสนใจของผู้เรียนสอดคล้องกับทฤษฎี สุกการาญ

(2564) กล่าวว่า การจัดการเรียนรู้ออนไลน์ในแต่ละครั้ง ผู้สอนมีการกำหนดเวลา กิจกรรมให้ชัดเจน ประกอบด้วย การทักทาย เชื้อเชื้อ นำเข้าสู่บทเรียน กิจกรรมระดมสมอง การค้นคว้า การฝึกทักษะการฟัง พูด อ่าน เขียน การทบทวน แบบฝึกหัด แบบทดสอบ ซึ่งในการจัดการเรียนรู้ออนไลน์ในแต่ละกิจกรรมเน้นผู้เรียน เป็นสำคัญ สร้างบรรยากาศ การเรียนรู้เป็นกัลยาณมิตร เรียนอย่างมีความสุข ผู้สอนนำวิธีสอน เทคนิค การสอน สื่อ มาประยุกต์ใช้ พร้อมทั้งสอดแทรก การปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม คุณลักษณะอันพึงประสงค์ ลดการบรรยาย หากบางบทเรียนมีความซับซ้อนอาจใช้การบรรยาย ผ่านวิดีโอ แบบไฟล์วิดีโอไว้ในแอปพลิเคชันรายวิชา ผู้เรียนสามารถเข้าศึกษาบทเรียนได้ตลอดเวลาจนเกิดความเข้าใจ การเรียนด้วยระบบนี้สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องการศึกษาตลอดชีวิต เป็นความเท่าเทียมทางการศึกษา ลดช่องว่างเรื่องความแตกต่างระหว่างบุคคลได้เป็นอย่างดี ผู้วิจัยปฏิบัติหน้าที่สอนในรายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว ได้สังเกตการเรียนรู้ของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 พบว่า ผู้เรียนมีศักยภาพในการเรียนรู้ที่ต่างกัน ความสามารถในการรับรู้ต่างกัน เนื่องจากปัจจัยหลายอย่าง เช่น ชั่วโมงการเรียนการสอนที่จำกัด สื่อการสอนที่ไม่สร้างความสนใจ กิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษา ฯลฯ ซึ่งส่งผลต่อความเข้าใจรับรู้จดจำของผู้เรียน

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีแนวคิดนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้ในการจัดการเรียนการสอน เพื่อเป็นการเพิ่มและพัฒนาศักยภาพของผู้เรียน โดยการพัฒนาสื่อการสอนแบบบทเรียนออนไลน์ ช่วยให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง ทุกที่ ทุกเวลา ใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการเรียนรู้ โดยมีผู้สอนเป็นผู้อำนวยความสะดวก และกระตุ้นให้ผู้เรียนกระตือรือร้นในการเรียนรู้ มีความสุขในการเรียน ส่งผลให้ผู้เรียนเกิดผลลัพธ์การเรียนรู้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ และเป็นผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ที่มีประสิทธิภาพ

การทบทวนวรรณกรรม

Mayer (2009) กล่าวว่า การใช้เทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการจัดการเรียนการสอนออนไลน์ การออกแบบบทเรียนควรให้ความสำคัญกับการใช้สื่อที่หลากหลาย เช่น วิดีโอ สไลด์ และสื่อโต้ตอบ ที่ช่วยเสริมสร้างการมีส่วนร่วมของผู้เรียน นอกจากนี้การใช้เทคโนโลยีในการประเมินผลการเรียนรู้ เช่น การทดสอบออนไลน์หรือการให้ข้อเสนอแนะแบบเรียลไทม์ ก็มีส่วนช่วยให้ผู้เรียนได้รับข้อมูลย้อนกลับที่มีคุณค่าในการพัฒนาทักษะของตน มธูรส เมืองสุข (2549) ได้ให้ความหมายของบทเรียนออนไลน์ (E-Learning) ว่าเป็นระบบการเรียนการสอนที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีเว็บและเครือข่ายอินเทอร์เน็ต มีสถานะแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้มีชีวิตชีวา (Active Learning) และการเรียนที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง (Child Center Learning) ผู้เรียนเป็นผู้คิด ตัดสินใจโดยการสร้างความรู้และความเข้าใจใหม่ๆด้วยตนเอง สามารถเชื่อมโยงกระบวนการเรียนรู้ให้เข้ากับชีวิตจริง ครอบคลุมการเรียนทุกรูปแบบทั้งการเรียนทางไกลและการเรียนผ่านเครือข่ายระบบต่างๆ เป็นการออกแบบรูปแบบการเรียนการสอนไว้อย่างเป็นระบบและมีการกำหนดวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายการจัดการเรียนการสอนไว้อย่างชัดเจนการจัดการเรียนตามหลักทฤษฎีทางการศึกษาหลักการเรียนรู้ และจิตวิทยาการศึกษา ซึ่งนำเสนอบทเรียนในลักษณะสื่อหลายมิติ ทั้งนี้การใช้เครื่องมือที่เรียกว่า "บทเรียน"

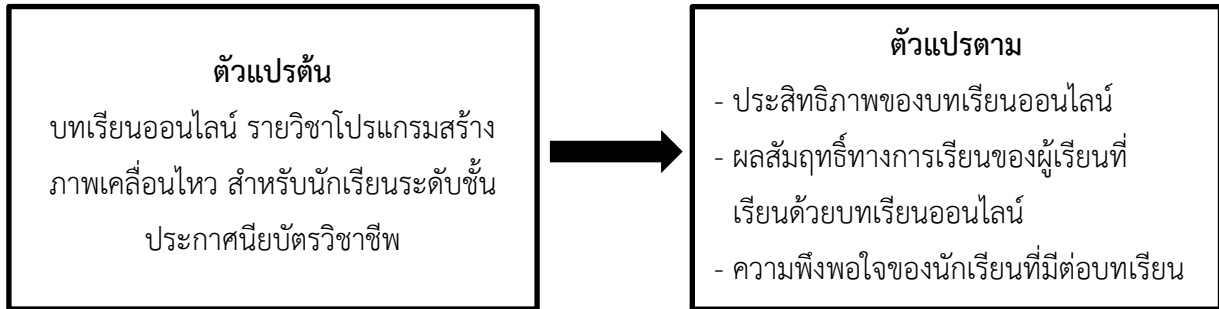
ผ่านเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นกระบวนการจัดการเรียนการสอนอย่างสร้างสรรค์อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมการเรียนรู้ได้
ทุกที่ทุกเวลาและทุกรูปแบบของเทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมต่อระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตได้ (ศุภเศรษฐ์ พิงบัว,
2562) การออกแบบบทเรียนออนไลน์ต้องมีขั้นตอนการดำเนินการที่ชัดเจนและเป็นระบบซึ่งในการออกแบบ
บทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอนนั้น สามารถนำหลักการออกแบบการเรียนการสอน แบบ ADDIE model ซึ่งการ
ออกแบบ มี 5 ขั้นตอน ดังนี้ ขั้นตอนที่ 1 การวิเคราะห์ (Analysis) กำหนดหัวข้อเรื่องและการกำหนดวัตถุประสงค์
ทั่วไป (Specify title and define general objective) การพิจารณาเลือกหัวข้อที่จะนำมาสร้างเป็นบทเรียน
คอมพิวเตอร์ ควรคำนึงถึงลักษณะของเนื้อหาวิชา ให้เหมาะสมสำหรับการเรียนการสอน โดยการวิเคราะห์
ผู้เรียน วิเคราะห์เทคโนโลยีที่ใช้ในบทเรียน และวิเคราะห์วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม ขั้นตอนที่ 2 การออกแบบ
(Design) ทำการออกแบบบทเรียน (Courseware) ประกอบด้วย วัตถุประสงค์เชิงพฤติกรรม เนื้อหา
แบบทดสอบก่อนบทเรียน สื่อกิจกรรม วิธีการนำเสนอ แบบฝึกหัด และแบบทดสอบหลังเรียน ขั้นตอนที่ 3 การ
พัฒนา (Development) ประกอบไปด้วย การสร้างบทเรียน การทำเอกสารประกอบการเรียน และการทดลอง
ใช้บทเรียน ขั้นตอนที่ 4 การทดลองใช้ (Implementation) เป็นการนำบทเรียนที่ผ่านการตรวจสอบจาก
ผู้เชี่ยวชาญเรียบร้อยแล้ว นำไปทดลองใช้กับกลุ่มเป้าหมาย และขั้นตอนที่ 5 การประเมินผล (Evaluation)
เป็นการประเมินผลการใช้บทเรียนออนไลน์ที่ใช้กับกลุ่มผู้เรียนเป้าหมาย ทำการประเมินผลบทเรียน
และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์สภาพที่แท้จริงของบทเรียน เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาปรับปรุงบทเรียนให้มีคุณภาพดี ตรง
กับการใช้งานกับนักเรียนกลุ่มเป้าหมายต่อไป (วันเพ็ญ กันสุทธิ, 2561) การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ไม่เพียงแต่
สร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่มีคุณภาพ แต่ยังตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนในยุคดิจิทัลได้อย่างมี
ประสิทธิภาพ

การวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคือกระบวนการที่ใช้ในการประเมินความรู้และทักษะที่ผู้เรียนได้รับจาก
การเรียนการสอน ซึ่งสามารถวัดได้จากคะแนนที่ครูผู้สอนให้หรือจากแบบทดสอบที่จัดขึ้น (Good, 1973)
ขนาดของความสำเร็จสะท้อนถึงประสิทธิภาพของกระบวนการเรียนการสอน และผลสัมฤทธิ์สามารถแสดงถึง
การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในด้านต่าง ๆ เช่น พุทธิพิสัย จิตพิสัย และทักษะพิสัย (ปราณี กองจินดา, 2549)
ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนยังเกี่ยวข้องกับคุณลักษณะและความสามารถที่ผู้เรียนพัฒนาขึ้น รวมถึงความรู้ ทักษะ
และทัศนคติ ซึ่งสามารถวัดได้ผ่านการสอบ การสังเกต และการสัมภาษณ์ (รัตนะ บัวสนธ์, 2556) การ
ประเมินระดับความรู้และพฤติกรรมของผู้เรียนจึงมีความสำคัญ โดยเฉพาะเมื่อมีการเปลี่ยนแปลงในปริมาณ
หรือคุณภาพของความรู้ หากการเรียนรู้ตรงตามวัตถุประสงค์ของหลักสูตร ผู้สอนสามารถใช้ผลการวัดเหล่านี้ใน
การปรับปรุงการสอนให้มีประสิทธิภาพและพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนให้ดียิ่งขึ้น (ศิริชัย กาญจนวาสิ, 2556)
พจนานุกรมฉบับบัณฑิตยสถาน (2542) ได้ให้ความหมายของความพึงพอใจ หมายถึง พอใจ ชอบใจ ความพึง
พอใจหมายถึงความสุขหรือความพอใจเมื่อได้รับความสำเร็จ หรือได้รับสิ่งที่ต้องการ ศันนีย์ มีนาค (2557) ได้
กล่าวว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ความรู้สึกหรือทัศนคติของ บุคคลที่แสดงออกทางพฤติกรรมต่อสภาพแวดล้อมใน
ด้านต่าง ๆ หรือเป็นความรู้สึกที่พอใจต่อสิ่งที่ทำให้ เกิดความชอบ ความสบายใจและเป็นความรู้สึกที่บรรลุลึกความ
ต้องการ ความพึงพอใจสามารถเกิดขึ้นได้จากหลายปัจจัย เช่น การได้รับบริการที่ดี ผลสัมฤทธิ์จากการทำงาน

หรือการบรรลุเป้าหมายส่วนตัว จะเห็นได้ว่าความพึงพอใจยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อความสุขและความสำเร็จในชีวิตของบุคคล เป็นสิ่งที่ทุกคนแสวงหาและพยายามสร้างขึ้นในชีวิตประจำวัน

กรอบแนวคิด

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยแสดงกรอบแนวคิดเกี่ยวกับบทเรียนออนไลน์ ดังภาพ



สมมติฐานการวิจัย

1. ประสิทธิภาพของบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ มีประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80
2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนที่เรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว หลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05
3. ความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ อยู่ในระดับมากขึ้นไป

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 แผนกวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ที่ลงเรียนรายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว ภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2567 วิทยาลัยพณิชยการเซตุนพ จำนวน 4 ห้องเรียน จำนวน 140 คน

กลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ คือ นักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 ห้อง 2 แผนกวิชาเทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล วิทยาลัยพณิชยการเซตุนพ จำนวน 30 คน ได้มาโดยวิธีการเลือกแบบเจาะจง โดยพิจารณาจากความสอดคล้องของคุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่างและวัตถุประสงค์ของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

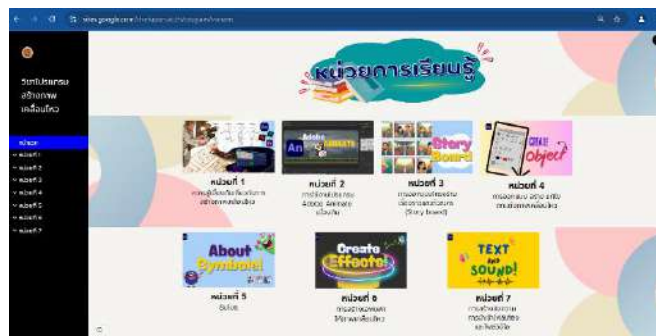
1. แผนการจัดการเรียนรู้ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว นำแผนการจัดการเรียนรู้ที่สร้างขึ้นไปให้ผู้เชี่ยวชาญ ตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาแล้วนำมาหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าดัชนีความสอดคล้องด้านเนื้อหา อยู่ระหว่าง 0.60-1.00

2. บทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว สำหรับนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 สร้างและพัฒนาบทเรียนออนไลน์ด้วยเว็บไซต์ Google Site ซึ่งใช้กระบวนการสร้างสื่อตาม

หลักการออกแบบและพัฒนาสื่อ แบบ ADDIE Model ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ การวิเคราะห์ การออกแบบ การพัฒนา การทดลองใช้ และการประเมินผล แบ่งเนื้อหาเป็น 7 หน่วยการเรียนรู้ ดังนี้ หน่วยที่ 1 ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการสร้างภาพเคลื่อนไหว หน่วยที่ 2 การใช้งานโปรแกรม Adobe Animate หน่วยที่ 3 การออกแบบโครงร่างเรื่องราว และ ตัวละคร (Storyboard) หน่วยที่ 4 การออกแบบ สร้าง แก๊ซ ตกแต่งภาพเคลื่อนไหว หน่วยที่ 5 ซิมโบล หน่วยที่ 6 การสร้างเอฟเฟคให้ภาพเคลื่อนไหว และหน่วยที่ 7 การสร้างข้อความ และการนำเข้าไฟล์เสียงและไฟล์วีดิโอ จากนั้นให้ผู้เชี่ยวชาญตรวจสอบความเหมาะสมของบทเรียนออนไลน์ ด้วยแบบประเมินแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ โดยแบ่งออกเป็น 5 ด้าน คือ ด้านเนื้อหา การออกแบบระบบการเรียนการสอน องค์ประกอบด้านมัลติมีเดีย องค์ประกอบด้านการใช้ภาษา องค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์ ซึ่งผลการตรวจสอบคุณภาพจากผู้เชี่ยวชาญ พบว่าบทเรียนออนไลน์มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.03 โดยมีรายละเอียดของบทเรียนออนไลน์ ดังตัวอย่างในภาพที่ 1-3



ภาพที่ 1 แสดงหน้าจอบทเรียนออนไลน์



ภาพที่ 2 แสดงการแบ่งหน่วยการเรียนรู้

3. แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เป็นแบบทดสอบเป็นแบบเลือกตอบ 4 ตัวเลือก แยกเป็นแบบทดสอบก่อนเรียน แบบทดสอบหลังเรียน จำนวนอย่างละ 30 ข้อ และแบบทดสอบหน่วยการเรียนรู้ละ 10 ข้อ นำไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผลประเมินผล 3 ท่าน ตรวจสอบความเหมาะสมและความสอดคล้องของเนื้อหาและวัตถุประสงค์ โดยค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ระหว่าง 0.80-1.00 มีค่าความยากง่ายอยู่ระหว่าง 0.50 - 0.63 และมีค่าอำนาจจำแนก อยู่ระหว่าง 0.25 -

0.50 และนำไปหาความเชื่อมั่น โดยใช้สูตรการหาค่าความเชื่อมั่นของแบบทดสอบ โดยใช้สูตรของ KuderRichardson: KR-20 ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.93

4. แบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว มีลักษณะเป็นแบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ แล้วแปลผลโดยใช้ค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของลิเคิร์ต (Likert) และนำแบบสอบถามความพึงพอใจที่สร้างขึ้นให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการวัดผล ประเมินผล จำนวน 3 ท่าน พิจารณาตรวจสอบความเหมาะสม และความสอดคล้องของข้อความถามกับ วัตถุประสงค์แต่ละรายข้อ โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้องเท่ากับ 1.00

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยทำการปฐมนิเทศนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ห้อง 2 แผนกวิชา เทคโนโลยีธุรกิจดิจิทัล ที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง
2. ให้นักเรียนกลุ่มอย่างทำแบบทดสอบก่อนเรียน เพื่อบันทึกผลคะแนนไว้ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล
3. ผู้วิจัยมอบหมายให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่าง ไปศึกษาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้าง ภาพเคลื่อนไหวที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการ เรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 โดยกำหนดให้ หน่วยที่ 1 - 3 ศึกษาออกชั้นเรียน และในหน่วยที่ 4 - 7 ให้ศึกษาในชั้นเรียน เสร็จแล้วทำ แบบทดสอบท้ายหน่วยการเรียนรู้ หน่วยละ 10 ข้อ
4. เมื่อนักเรียนเรียนครบทุกหน่วยการเรียนรู้แล้ว ให้นักเรียนทำแบบทดสอบหลังเรียน ซึ่งเป็นข้อสอบ ชุดเดียวกับแบบทดสอบก่อนเรียน แต่เป็นข้อสอบคู่ขนาน
5. ให้นักเรียนกลุ่มตัวอย่างทำแบบสอบถามความพึงพอใจต่อบทเรียนออนไลน์
6. ผู้วิจัยนำคะแนนแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ของนักเรียนนำไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ
7. ผู้วิจัยนำผลจากแบบสอบถามความพึงพอใจไปวิเคราะห์ผลทางสถิติ

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. นำผลการประเมินของผู้เชี่ยวชาญ จากแบบประเมินคุณภาพสื่อ มาวิเคราะห์ผลคุณภาพบทเรียน ออนไลน์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
2. นำผลจากการทำแบบทดสอบท้ายหน่วยการเรียนรู้ มาวิเคราะห์หาประสิทธิภาพของบทเรียน ออนไลน์ที่สร้างขึ้น ตามเกณฑ์มาตรฐาน 80/80
3. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนจากแบบวัดผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียน ทำการวิเคราะห์ ข้อมูลด้วย T-test for dependent sample
4. นำผลแบบสอบถามความพึงพอใจที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 มาทำการวิเคราะห์ โดยใช้ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แล้วแปลผลคะแนนตามเกณฑ์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว สำหรับนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ได้ผลดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงผลการประเมินคุณภาพบทเรียนออนไลน์จากผู้เชี่ยวชาญ

ลำดับ	รายการประเมิน	\bar{x}	S.D.	ระดับ
1.	ด้านเนื้อหา	4.83	0.33	ดีมาก
2.	การออกแบบระบบการเรียนการสอน	4.53	0.26	ดีมาก
3.	องค์ประกอบด้านมัลติมีเดีย	4.78	0.30	ดีมาก
4.	องค์ประกอบด้านการใช้ภาษา	4.58	0.29	ดีมาก
5.	องค์ประกอบด้านการมีปฏิสัมพันธ์	4.80	0.32	ดีมาก
ผลเฉลี่ย		4.70	0.03	ดีมาก

จากตารางที่ 1 ผลการประเมินคุณภาพบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว ในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.70 เมื่อพิจารณาในแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านเนื้อหา อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.83 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือการออกแบบระบบการเรียนการสอน อยู่ในระดับดีมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.53

2. ผลการหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 ของบทเรียนออนไลน์

ตารางที่ 2 ผลการหาประสิทธิภาพตามเกณฑ์ 80/80 ของบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว

การทดสอบ	คะแนนเต็ม	คะแนนรวม	ผลเฉลี่ย (ร้อยละ)
แบบฝึกหัดระหว่างเรียน (E_1)	70	1721	81.95
แบบวัดผลสัมฤทธิ์หลังเรียน (E_2)	30	747	83.00

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่าผลที่ได้จากการหาประสิทธิภาพของระหว่างกระบวนการเรียน (E_1) มีค่าเท่ากับ 81.95 ค่าประสิทธิภาพหลังกระบวนการเรียน (E_2) มีค่าเท่ากับ 83.00 นั่นคือประสิทธิภาพของบทเรียนเท่ากับ 81.95/83.00 สูงกว่าเกณฑ์ที่ตั้งไว้ 80/80

2. เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ก่อนเรียนและหลังเรียนของนักเรียนระดับประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นปีที่ 2 ที่เรียนด้วย บทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนก่อนและหลังเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว

แบบทดสอบ	n	\bar{x}	S.D.	t	df	Sig
ก่อนเรียน	30	12.17	2.29	13.48	5.90	0.00*
หลังเรียน	30	18.07	3.66			

*ระดับนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบคะแนนผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียนก่อนและหลังเรียน ด้วยบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว พบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. ผลการสอบถามความพึงพอใจของนักเรียน ที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว

ตารางที่ 4 ผลการสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อที่มีต่อบทเรียนออนไลน์

ลำดับ	รายการ	\bar{x}	S.D.	ระดับความพึงพอใจ
1	การจัดลำดับเนื้อหาของการเรียนรู้ ของแต่ละหน่วยมีความเหมาะสม	4.63	0.49	มากที่สุด
2	การเข้าใช้งานบทเรียนออนไลน์ ทำได้ง่าย และสะดวก	4.93	0.25	มากที่สุด
3	บทเรียนออนไลน์มีความน่าสนใจ	4.57	0.50	มากที่สุด
4	บทเรียนมีการออกแบบให้ใช้ง่าย เมนูไม่สับสน	4.40	0.72	มาก
5	มีการแจ้งวัตถุประสงค์การเรียนรู้ทุกหน่วยการเรียนรู้	4.40	0.50	มาก
6	เนื้อหาแต่ละหัวข้อมีคำอธิบายและตัวอย่างชัดเจน	4.60	0.50	มากที่สุด
7	ใบงานและแบบทดสอบแต่ละหน่วยการเรียนรู้ มีความเหมาะสม	4.40	0.56	มาก
8	สามารถฝึกปฏิบัติตามบทเรียนออนไลน์ได้ง่าย	4.47	0.68	มาก
9	รูปแบบตัวอักษร ขนาด และสี มีความชัดเจนอ่านได้ง่าย	4.43	0.50	มาก
10	วิดีโอและภาพเคลื่อนไหว สื่อความหมายตรงเนื้อหา ชัดเจน	4.40	0.67	มาก
11	ภาพที่ใช้ประกอบการอธิบาย ช่วยสร้างความเข้าใจดี	4.53	0.57	มากที่สุด
12	เสียงประกอบและเสียงบรรยายที่ใช้ประกอบบทเรียนออนไลน์ มีความเหมาะสม	4.33	0.55	มาก
13	สีของพื้นหลังบทเรียน มีความเหมาะสม	4.40	0.62	มาก
14	สะดวกต่อการเรียนรู้ ได้ทุกที่ ทุกเวลา	4.83	0.38	มากที่สุด
15	ผู้เรียนสามารถนำความรู้ที่ได้จากบทเรียนออนไลน์นี้ ไปพัฒนาตนเองได้	4.87	0.35	มากที่สุด
	เฉลี่ย	4.55	0.56	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ผลการสอบถามความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.55 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.56 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่ารายการที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ การเข้าใช้งานบทเรียนออนไลน์

ทำได้ง่าย และสะดวก ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.93 และรายการที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ เสียงประกอบและเสียงบรรยายที่ใช้ประกอบบทเรียนออนไลน์ มีความเหมาะสม ค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการพัฒนาบทเรียนออนไลน์ รายวิชาโปรแกรมสร้างภาพเคลื่อนไหว เพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนระดับชั้นประกาศนียบัตรวิชาชีพ ชั้นปีที่ 2 มีประสิทธิภาพของบทเรียนตามเกณฑ์มาตรฐาน E1/E2 อยู่ที่ 81.93/83.00 ซึ่งมีค่าสูงกว่าที่กำหนดไว้ที่ 80/80 ทั้งนี้เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบและพัฒนาบทเรียนออนไลน์ โดยใช้หลักการออกแบบตามขั้นตอนของ ADDIE Model นอกจากนี้ผู้วิจัยยังนำบทเรียนออนไลน์ที่สร้างขึ้น ไปให้ผู้เชี่ยวชาญประเมินคุณภาพและนำไปทดลองใช้กับนักเรียนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาข้อบกพร่องต่างๆ และทำการปรับปรุงแก้ไข จนสามารถมั่นใจได้ว่าบทเรียนออนไลน์ที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น มีคุณภาพและลักษณะเป็นไปตามความต้องการของผู้เรียน โดยบทเรียนออนไลน์จะนำเสนอข้อมูล ด้วยข้อความ ภาพ วิดีโอ และเสียงประกอบ มีการใช้สื่อและแพลตฟอร์มที่หลากหลายรูปแบบ เพื่อสร้างการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้เรียน ช่วยให้ผู้เรียนเกิดการกระตือรือร้น และสนใจการเรียนเพิ่มขึ้น และสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายขึ้นอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กาญจนา รัตนธีรวิเชียร (2555) การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาอัลกอร์ทึมเบื้องต้น เรื่อง การเขียนผังงานสำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ผลการวิจัยพบว่า บทเรียนออนไลน์ที่สร้างขึ้น มีประสิทธิภาพ 82.21/ 80.07 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนดไว้ 80 / 80 และนักศึกษามีความพึงพอใจในระดับดีมาก นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วันเพ็ญ กันสุทธิ (2561) ซึ่งได้พัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาการออกแบบและนำเสนอ เรื่อง การตราฟรูป โดยใช้โปรแกรม Illustrator สำหรับนักเรียนโครงการนักกีฬาพิเศษ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5 ผลการวิจัยพบว่า ประสิทธิภาพของบทเรียนออนไลน์ที่สร้างขึ้น เท่ากับ 99.17/93.33 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ 90/90 ที่ตั้งไว้ ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนหลังเรียนสูงกว่าก่อนเรียนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ 0.05 และความพึงพอใจของนักเรียนที่มีต่อบทเรียนออนไลน์ อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยพบว่า บทเรียนออนไลน์ที่พัฒนาขึ้นมีคุณภาพที่ดี และผู้เรียนมีความพึงพอใจมาก แต่อย่างไรก็ตามผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะเพิ่มเติมดังนี้

1. ผู้เรียนบางคนอาจจะไม่คุ้นชินกับการเรียนด้วยบทเรียนออนไลน์ ดังนั้นผู้สอนควรทำหน้าที่เป็นผู้อำนวยความสะดวก คอยให้ความช่วยเหลือผู้เรียน ลดปัญหาความแตกต่างระหว่างบุคคล เพื่อให้การใช้บทเรียนออนไลน์เกิดประสิทธิภาพสูงสุด

2. การออกแบบบทเรียนออนไลน์ควรคำนึงถึงการเรียงลำดับของเนื้อหาเพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างเป็นลำดับ รวมไปถึงการจัดการเนื้อหา ผสมผสานกับสื่อมัลติมีเดียเพื่อช่วยให้บทเรียนสามารถเข้าใจได้ง่าย ดูน่าสนใจยิ่งขึ้น

3. การเลือกใช้แพลตฟอร์มในการจัดทำบทเรียนออนไลน์ ควรคำนึงถึงความพร้อมของผู้เรียน ว่าผู้เรียนสามารถเข้าถึงแพลตฟอร์มการเรียนรู้ได้อย่างสะดวกหรือไม่

บรรณานุกรม

- กนกวรรณ สุภาราญ. (2564). ทักษะครูกับการจัดการเรียนรู้ออนไลน์ยุคใหม่. จาก <https://www.educathai.com/knowledge/articles/372>
- กฤษมันต์ วัฒนธรงค์. (2538). การสังเคราะห์สูตรการหาประสิทธิภาพบทเรียนคอมพิวเตอร์ช่วยสอน. *ศูนย์คอมพิวเตอร์ทางการสอน*, กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- กาญจนรัตน์ ชีวีเชียร. (2555). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาอัลกอร์ิทึมเบื้องต้น เรื่อง การเขียนผังงาน สำหรับนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการจัดการ). ลำปาง: มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง.
- ถนอมพร เลหาจรัสแสง. (2541). คอมพิวเตอร์ช่วยสอน. กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ทิตนา แคมมณี. (2551). 14 วิธีการสอน สำหรับครูมืออาชีพ. (พิมพ์ครั้งที่ 8). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ประอรพิต กัษฐ์วัฒนา. (2561). อยากรู้เป็นคนคุณภาพของศตวรรษที่ 21 ต้องปรับตัวด้วย ทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21. จาก <https://www.salika.co/2018/09/22/skill-21st-century-howto-build/>
- ปราณี กองจินดา. (2549). การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนคณิตศาสตร์และทักษะการคิดเลขในใจ ของนักเรียนที่ได้รับการสอนตามรูปแบบซิปปา โดยใช้แบบฝึกหัดที่เน้นทักษะการคิดเลขในใจ กับนักเรียนที่ได้รับการสอนโดยใช้คู่มือครู. (วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, หลักสูตรและการสอน). พระนครศรีอยุธยา : บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา.
- มธุรส เมืองสุข. (2549). ผลการใช้บทเรียนออนไลน์เรื่อง ดนตรี การแสดงในภาคอีสานกับนักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาสังคมศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยขอนแก่น. (ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต). ขอนแก่น: มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รัตนะ บัวสนธ์. (2556). วิจัยเชิงคุณภาพทางการศึกษา. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2546). พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. กรุงเทพฯ: วัฒนาพานิช.
- วันเพ็ญ กันสุทธิ. (2561). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาการออกแบบและนำเสนอ เรื่องการตราฟรุ๊ป โดยใช้โปรแกรม Illustrator สำหรับนักเรียนโครงการนักกีฬาพิเศษ ชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 5. (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต), ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ศันทนี มีนาค. (2557). การพัฒนาชุดกิจกรรมการเรียนรู้ เรื่อง สารชีวโมเลกุล โดยใช้กระบวนการเรียนรู้ 5 ขั้นตอน OSCCS สำหรับนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6. (การศึกษาค้นคว้าด้วยตนเอง การศึกษามหาบัณฑิต), พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2554). ทฤษฎีการสอบแบบดั้งเดิม. (พิมพ์ครั้งที่ 4). กรุงเทพฯ: คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ศุภเศรษฐ์ พึ่งบัว. (2562). การพัฒนาบทเรียนออนไลน์ วิชาอินเทอร์เน็ตด้วยแอปพลิเคชัน Google Classroom สำหรับนักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 1. (วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, สาขาวิชาการสอนการงานอาชีพและเทคโนโลยี). ชลบุรี:มหาวิทยาลัยบูรพา.

Good, Carter. V. (1973). *Dictionary of Education*. New York : McGraw Hill.

Kirsten Slyter. (2019). Do You Have the 21st Century Skills Today's Employers Are Seeking.

Retrieved October 10,2024 from <https://www.rasmussen.edu/student-experience/college-life/21st-century-skills/>

ศึกษาทัศนคติและค่านิยมในการดูซีรีส์วายไทยของผู้ชมชาวเกาหลีใต้

The study of attitude and values of the Korean audience of Thai Boys' love series

ชัตติยา มาภา

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : khatty.m@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมของผู้ชมชาวเกาหลีใต้ที่มีต่อซีรีส์วายไทย (BL) โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ชมชาวเกาหลีใต้จำนวน 14 คน อายุระหว่าง 18-45 ปี ดำเนินการวิจัยโดยทฤษฎีค่านิยมของ Schwartz ทฤษฎี multi-attribute attitude และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผนของ Ajzen ซึ่งช่วยให้เราเข้าใจอย่างละเอียดถึงผลกระทบของซีรีส์วายไทยที่มีต่อผู้ชมชาวเกาหลีในแง่มุมมองของการรับรู้ อารมณ์ และพฤติกรรม ผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์แสดงความชื่นชมต่อการแสดงออกที่อบอุ่นและการนำเสนอ LGBTQ+ อย่างเปิดเผยในซีรีส์วายไทย งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าซีรีส์วายไทยทำหน้าที่เป็นสื่อกลางของ soft power ที่ช่วยสร้างภาพลักษณ์ของประเทศไทยให้เป็นสังคมที่เปิดกว้างและก้าวหน้า อิทธิพลนี้ยังส่งผลให้แฟนชาวเกาหลีสนับสนุนสิทธิ LGBTQ+ มากขึ้น เนื่องจากซีรีส์วายไทยนำเสนอมุมมองความสัมพันธ์เพศเดียวกันที่เปิดเผยมากขึ้น ซึ่งตรงกันข้ามกับทัศนคติที่อนุรักษ์นิยมมากกว่าในเกาหลี งานวิจัยนี้ให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับบทบาทของซีรีส์วายไทยในการส่งเสริมความเข้าใจข้ามวัฒนธรรมและคุณค่าทางสังคมที่ดี โดยช่วยส่งเสริมให้ซีรีส์วายไทยเป็นสินค้าทางวัฒนธรรมที่มีความสำคัญและสอดคล้องกับผู้ชมต่างประเทศ

คำสำคัญ : ค่านิยม, ทัศนคติ, ผู้ชมชาวเกาหลีใต้

Abstract

This research aimed to explore the attitudes, values, and behaviors of Korean audience of Thai Boys' Love (BL) series, utilizing in-depth interviews with fourteen Korean viewers who participated in this study. They are aged between 18-45 years old. Drawing on multi-attribute attitude theory, Schwartz's value theory, and Ajzen's theory of planned behavior, this research provides a nuanced understanding of how Thai BL series influence Korean viewers in cognitive, affective, and behavioral dimensions. Participants expressed appreciation for the affectionate portrayals and open LGBTQ+ representation in Thai BL series. The study suggests that Thai BL series serve as a medium of cultural soft power, shaping perceptions of Thailand as an inclusive and progressive society. This influence extends to Korean fans' support of LGBTQ+ rights, as Thai BL introduces a more open

portrayal of same-sex relationships that contrasts with Korea's more conservative stance. The research provides insights into the role of Thai BL series in fostering cross-cultural understanding and promoting social values, positioning Thai BL as a significant cultural export that resonates strongly with international audiences.

Keywords : Attitude, Values, Korean audience

Introduction

Thai Boys' Love (BL) series, emphasizing their significant cultural impact in South Korea. Thai BL, rooted in the Japanese Yaoi genre, gained prominence with the 2014 release of "Lovesick: The Series." Since then, these series have become a major cultural export, celebrated for their authentic storytelling, relatable characters, and inclusive themes that resonate with a diverse international audience. In South Korea, Thai BL has captured the attention of a growing fan base, particularly among younger audiences seeking diverse and progressive narratives. The popularity of Thai BL in South Korea is attributed to several factors. First, the genre offers narratives that portray LGBTQ+ relationships in a normalized and positive light, standing in contrast to South Korea's traditionally conservative stance on such topics. This inclusivity appeals to viewers who seek greater representation of diverse relationships. Second, the high-quality production, emotionally engaging plots, and strong chemistry between actors further enhance the appeal of Thai BL series. Additionally, the accessibility of these series through global streaming platforms, such as iQIYI and Viu, has facilitated their widespread reach in South Korea, overcoming traditional media barriers.

Literature reviews

The growth of the Thai Boys' Love series industry in South Korea has seen a significant increase in both popularity and influence over the last few years. Originally gaining traction due to the universal appeal of its themes and the high quality of its storytelling, Thai BL series have attracted a diverse audience in South Korea, where the demand for diverse and inclusive media content has been on the rise. This shift reflects broader changes in global media consumption, with younger audiences actively seeking content that addresses LGBTQ+ rights and promotes inclusivity (Kinori, 2022).

Moreover, the success of Thai BL series can be partly attributed to their relationship with K-pop culture. Fans of K-pop are drawn to BL series due to overlapping themes such as

youth, beauty, and emotional intensity, which mirror the aesthetics and storytelling seen in K-pop music videos and dramas. This crossover between the two genres has created a shared fanbase, amplifying the popularity of Thai BL content in South Korea. Additionally, the economic impact of the Thai BL series industry cannot be overlooked. Thai BL series have become a significant cultural export for Thailand, generating considerable foreign investment and expanding international cultural exchange. South Korea, as one of the primary importers of this content, has seen increased tourism and cultural ties with Thailand, particularly through events like fan meetings, product collaborations, and visits to filming locations (Reddy, 2023). The Thai BL series industry has thus become a vehicle for soft power, using cultural influence to build stronger diplomatic and economic relationships with South Korea (Chaiyong, 2021).

Concepts and Theories of Attitude

To understand the attitudes of South Korean viewers towards Thai Boys' Love (BL) series, it is essential to draw on key theoretical frameworks in attitude formation and behavioral prediction. The work of Fishbein and Ajzen is particularly relevant, as it provides a structured approach to understanding how attitudes are shaped by various factors.

Fishbein and Ajzen introduced the concept of multi-attribute attitudes, which posits that attitudes are formed based on the relationship between a person's beliefs and their evaluation of certain attributes of an object or behavior (Assael, 1998). In this context, South Korean viewers' attitudes towards Thai BL series can be seen as influenced by their beliefs about the quality, themes, and representation within these series, as well as the perceived social and cultural implications of consuming this type of content.

According to multi-attribute attitude theory, attitudes are not formed in isolation but are the result of a complex process that integrates cognitive, affective, and behavioral components: Cognitive Component: This involves the viewer's beliefs and thoughts about Thai BL series. For example, a viewer might believe that Thai BL series offer progressive narratives on LGBTQ+ issues or high-quality production values. Affective component refers to the emotional reactions viewers have towards Thai BL series, such as liking the characters, feeling empathetic towards the storylines, or experiencing joy and excitement while watching the series. Behavioral component involves the actions viewers are likely to take as a result of their attitudes, such as watching more BL series, sharing the content on social media, or engaging in fan activities. Understanding this triadic structure of attitudes allows for a more

comprehensive assessment of the factors that drive South Korean viewers' interest in Thai BL content.

Theories of Values

The Schwartz Value Theory (Schwartz, 2012) provides a comprehensive framework for understanding the nature of values and their influence on human behavior. According to Schwartz, values are more than just preferences or social norms—they are deeply ingrained beliefs that are closely tied to emotions. When values are activated, they evoke strong emotional responses, such as joy, anger, or despair, depending on whether they are being upheld or threatened. For instance, a person who values independence may feel distressed when their autonomy is compromised and will be motivated to take action to protect or restore it.

Values are central to motivating behavior toward desirable goals. Individuals prioritize actions that align with the values they hold dear, such as justice, social order, or helpfulness, and these values drive them to pursue goals that reflect their internal value system. One of the distinguishing features of values, as opposed to other behavioral guides like norms or attitudes, is their broad applicability. Values influence behavior across a wide range of contexts, including personal life, social interactions, and professional settings. This broad influence makes values a powerful determinant of behavior (Schwartz, 2012).

Values also serve as standards or criteria for evaluating actions, policies, and people. They provide a framework for assessing what is good or bad, legitimate or illegitimate, and worth pursuing or avoiding. This evaluative function often operates subconsciously but becomes more explicit when individuals are faced with conflicting values. In such cases, individuals must weigh the potential outcomes based on what they value most. For example, a person may prioritize achievement over benevolence if they value personal success more than helping others. Additionally, Schwartz emphasizes that values are not isolated; they form a hierarchical system in which certain values take precedence over others. This hierarchy influences decision-making, particularly when individuals are forced to choose between competing values. For example, attending a religious service might satisfy values related to tradition and conformity, but it could conflict with values like hedonism or the desire for novelty. In such cases, individuals must make choices based on the relative importance of each value in their personal hierarchy.

Figure: The framework of theory of behavior

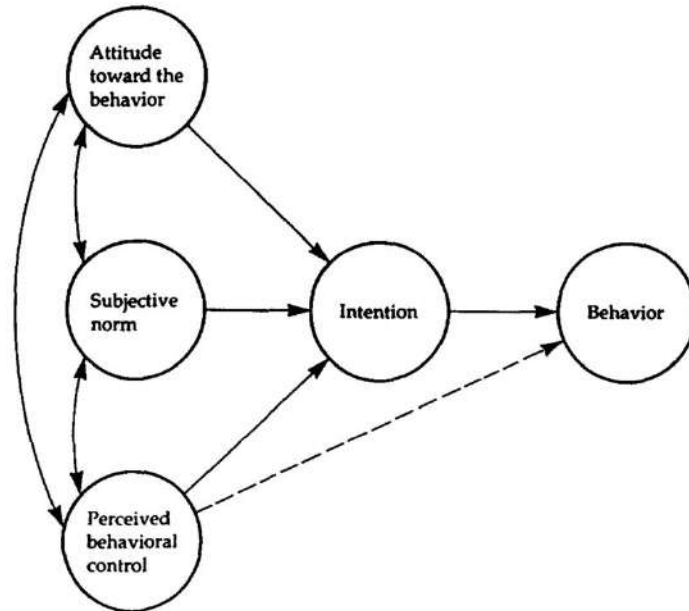


FIG. 1. Theory of planned behavior.

Source: Icek Ajzen. (1991). The theory of the planned behavior. University of Massachusetts at Amherst.

The Theory of Planned Behavior (TPB), developed by Ajzen (1991), is a psychological model designed to explain and predict human behavior in specific contexts. It extends the Theory of Reasoned Action by adding a third component, perceived behavioral control, to better account for factors influencing behavioral intention.

Application to South Korean Viewers of Thai Boys' Love Series

The Theory of Planned Behavior provides a useful framework for understanding the factors that influence South Korean audiences' behavior toward Thai BL series. Each component of the theory helps explain the psychological and social dynamics behind their viewing habits.

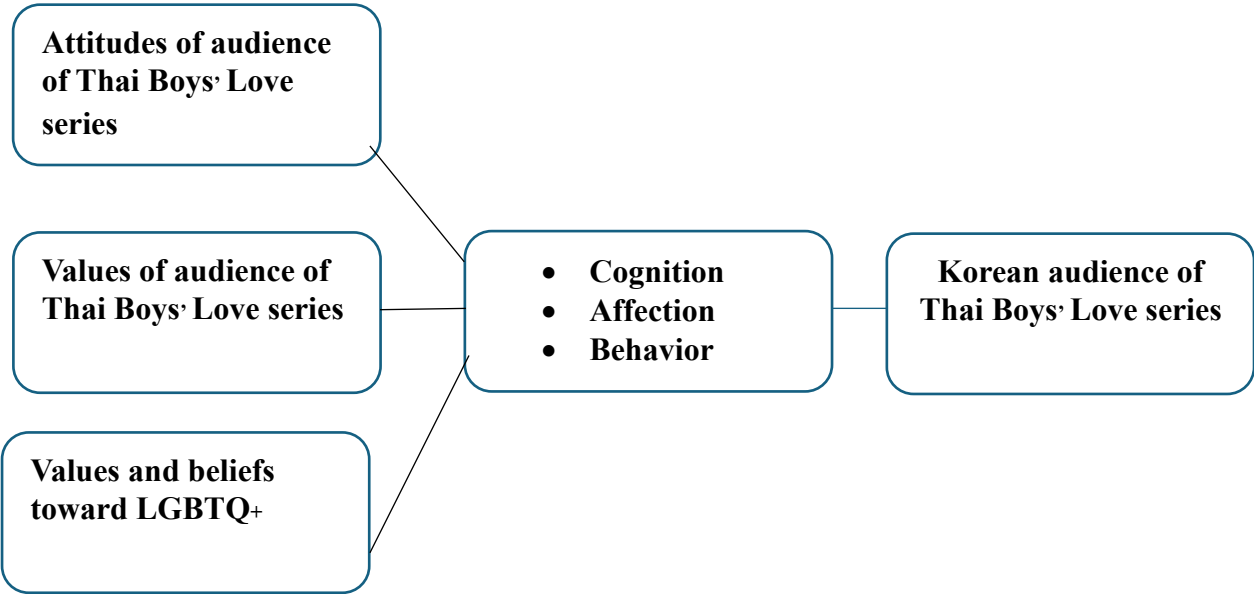
Attitudes toward Thai BL series are often shaped by the belief that these shows provide entertainment, unique storytelling, or exposure to cultural and sexual diversity. If viewers perceive that these series help them understand gender and sexual diversity in a way that aligns with their personal values, they are more likely to hold favorable attitudes toward watching BL content.

Subjective norms play a significant role in influencing viewing behavior. South Korean viewers may be swayed by peer groups, online fan communities, or social trends that promote the consumption of Thai BL series. If they feel that LGBTQ+ inclusivity or international media consumption is supported by their social circle, their motivation to watch these series may increase. Conversely, if social norms are less accepting, viewers may avoid discussing or publicly watching BL content, even if they enjoy it privately.

Perceived behavioral control significantly impacts the likelihood of viewing Thai BL series. If streaming platforms such as iQIYI, WeTV, or Heavenly provide easy access to these series, with Korean subtitles or dubbing, viewers may perceive it as easier to engage with the content. However, if there are technological barriers, such as geo-blocking or language limitations, perceived behavioral control may decrease, and viewers might be less likely to follow through on their intentions to watch.

Conceptual Framework

Figure 1: Conceptual Framework



The conceptual framework for this study is depicted in Figure 10. This research targets Korean viewers aged 18 to 45 who are interested in Thai Boys’ Love series. The study aims to investigate these consumers’ attitudes and values regarding Thai Boys’ Love series, particularly their behavior towards these series and their views on LGBTQ+ in Thailand. A key objective of this study is to analyze how the audience's attitudes and values influence their engagement with Thai Boys’ Love series as a form of Thai soft power, assessing its role in

disseminating Thai culture and promoting Thai wave and media content and production of Thai Boys Love series.

Research questions

This research intends to discuss LGBTQ+ issues in South Korean society to analyze the perception of Thai BL series by a group of South Korean viewers.

1. How do Korean audiences perceive Thai Boys' Love series in term of attitudes and values?
2. What behaviors are exhibited by Korean audiences in consuming Thai Boys' Love series?

Hypothesis

Based on the existing literature on LGBTQ+ issues in Korean society and the export of Thai BL series.

1. The decision of South Korean viewers to watch Thai Boys' Love series is significantly influenced by factors related to scripts, producers, and actors.
2. South Korean fans of Thai Boys' Love series hold positive attitudes regarding the need for South Korea to become more open to LGBTQ+ issues.

Scope of the study

The research utilized a qualitative methodology, involving detailed interviews with 14 selected participants to gather insights into their views, values, attitudes, and behaviors toward Thai Boys' Love series. The study focuses on individuals from a Korean audience who have watched Thai Boys' Love series. Therefore, the sample criteria include Korean residents of any gender, aged 18 to 45, who have viewed the specified Thai Boys' Love series.

To fulfill these criteria, a purposive sampling method was employed to select participants from the population. This approach was particularly suitable for the study as it allowed efficient access to a targeted group with relevant characteristics. Purposive sampling is effective in identifying individuals with specific attributes relevant to the research.

The interviews were conducted between October and November 2024. Each interview lasted approximately 30-50 minutes. The language used for the interviews was Korean, as it is the official language of Korea, ensuring that participants could express their emotions and feelings more naturally. The researcher is also fluent in Korean. Some participants were

interviewed in person in Bangkok, Thailand, while others participated through online meeting platforms, such as Zoom or Google Meet. Since the participants are residents of South Korea and the researcher is based in Thailand, face-to-face meetings were either unavailable or impractical. Participants were encouraged to share their knowledge, feelings, and opinions on Thai BL series using probing techniques. Confidentiality was assured for all participants. The interview process followed three stages. This study employed a semi-structured interviews guideline that all questions are open-ended. While some questions are fixed and structured, follow-up questions during the in-depth interviews aim to gain a deeper understanding of participants' attitudes and values. The questions about attitudes are based on the tripartite view that looks at the audience's cognitive, affective, and behavioral information. Interview questions include demographic characteristics, Boys' Love series fandom and audiences' behavior, motivation and preferences, audience engagement and interaction, fan behavior and support, and the attitude of LGBTQ+ and social issues.

Findings and discussion

To analyze the insights gathered from fourteen Korean participants to explore their demographic profiles, attitudes, values, and behaviors toward Thai Boys' Love (BL) series. The respondents, all female, ranged in age from 21 to 45 years and represented diverse regions across South Korea, including Seoul, Busan, and Kyunggi-do. Their occupations varied, including office workers, housewives, students, and freelancers, showcasing the broad appeal of Thai BL series across different social groups. Despite varied demographics, a shared trait among participants was their deep engagement with Thai BL, which extended beyond casual viewing into active participation in fan communities, both online and offline.

Using the concept from Fishbein and Ajzen, the multi-attribute attitude theory, we can divide the participants' perspectives into the cognitive, affective, and behavioral components.

Cognitively, Korean audiences demonstrated a preference for Thai BL over regional content from countries like Japan or Korea. This preference stemmed from the mature, authentic storytelling and the openness in portraying LGBTQ+ relationships in Thai BL. Many participants noted that Thai BL presented a refreshing departure from the subtlety often seen in other BL content. For instance, the ninth interviewee emphasized that Thai BL feels "natural and not awkward," reflecting the sincerity and relatability that resonates strongly with viewers.

Affective responses highlighted an emotional connection to Thai BL characters and storylines. Participants valued the relational dynamics portrayed in these series, which often

carried themes of love, acceptance, and family support. For example, the sixth interviewee appreciated the expressive nature of Thai BL, contrasting it with the restrained portrayals in Japanese BL. This emotional resonance was further amplified by the actors' real-life interactions during fan events and promotional activities, which contributed to a sense of authenticity and relatability.

Behaviorally, Korean fans demonstrated active engagement through financial investment in merchandise, event participation, and online discussions. Some respondents reported significant spending to attend fan meetings or purchase products associated with Thai BL actors. This level of commitment illustrates the strong emotional and cultural connection Korean audiences have with the genre.

The attitudes, values, and behaviors of South Korean audiences toward Thai Boys' Love (BL) series, focusing on their social and cultural impact. The research aligns with its objectives by exploring how Thai BL series influence perceptions of inclusivity, gender roles, and LGBTQ+ acceptance among Korean viewers, particularly women. Through in-depth interviews, it was found that the appeal of Thai BL series lies in their emotional authenticity, openness in portraying LGBTQ+ relationships, and community-driven fan culture, which resonates deeply with viewers.

The findings are consistent with existing literature and theories. Ajzen's Theory of Planned Behavior supports the understanding of audience motivations, highlighting how attitudes, subjective norms, and perceived behavioral control shape BL consumption behaviors. The study also reflects Schwartz's Value Theory, as viewers' values, such as openness and equality, drive their engagement with Thai BL content.

The results emphasize how Thai BL series serve as a medium for cultural exchange and social reflection, offering narratives that contrast with traditional heteronormative frameworks prevalent in Korean society. These findings underscore the broader significance of BL series as tools for fostering cultural understanding and supporting LGBTQ+ advocacy, while also addressing gaps in male audience representation and expanding future research opportunities in cross-cultural media studies.

Conclusion

This study explored the attitudes, values, and behaviors of Korean audiences toward Thai BL series. Participants expressed overwhelmingly positive attitudes, driven by the authentic portrayal of relationships and the inclusivity inherent in Thai BL narratives. Emotional

warmth, relatability, and progressive representation were recurring themes. Behavioral findings highlighted active fan participation, including financial support, event attendance, and engagement in online fandoms. The study underscored Thai BL's role in shaping Korean perceptions of LGBTQ+ rights, challenging societal norms, and fostering empathy. Participants found Thai BL's open depiction of LGBTQ+ relationships inspiring, contrasting with Korea's conservative stance. Moreover, Thai BL was shown to enhance cultural exchange and strengthen Thailand's soft power by portraying an inclusive and progressive image. The behaviors of Korean audiences reflected deep engagement, ranging from frequent viewing to active participation in fan activities. Many participants shared that they regularly attended fan meetings, purchased merchandise, and engaged in online communities to discuss Thai BL content. This level of involvement underscores the cultural and emotional impact of Thai BL on its viewers. Furthermore, participants noted that their exposure to Thai BL had inspired greater awareness and empathy toward LGBTQ+ issues, positioning these series as catalysts for social reflection and change.

Limitations

The sample group consisted solely of female participants, which restricts the understanding of male audiences' perspectives. Additionally, the participants were selected based on their established interest in Thai BL, excluding potential insights from individuals unfamiliar with the genre. The qualitative nature of the study, while providing depth, limits its generalizability to the broader Korean population. Moreover, the reliance on self-reported data may have introduced biases, as participants might have shaped their responses to align with socially desirable viewpoints. Finally, the study primarily focuses on Korean viewers and does not consider cross-national comparisons that could provide a broader context for Thai BL's global impact. Quantitative research is needed to be done fill in the gap. Acknowledging these limitations underscores the need for future research to address these gaps and enhance the findings' comprehensiveness.

Future Directions

Future research on Thai BL series and their international audiences could expand in several directions to build upon this study's findings. First, incorporating male participants and individuals from diverse demographic backgrounds would offer a more holistic understanding of audience dynamics. Additionally, comparative studies between Korean and other

international audiences could provide deeper insights into the cultural impact of Thai BL on a global scale. Longitudinal research could also explore how attitudes and behaviors evolve over time with continued exposure to Thai BL content. Furthermore, analyzing the role of social media in shaping fandom culture and facilitating cross-cultural exchanges would contribute to understanding the genre's global reach. Lastly, investigating the economic implications of Thai BL's international popularity, including its contributions to Thailand's creative industries and soft power, could offer valuable perspectives for policymakers and media producers. These directions would ensure a comprehensive exploration of the multifaceted influence of Thai BL series.

Practical Implications

Thai BL series offer opportunities for cultural diplomacy and economic growth. By addressing audience feedback, such as overused tropes, the industry can maintain global relevance. Localized fan events and brand partnerships with Korean companies could further enhance Thailand's cultural and economic influence.

References

- Ajzen, I. (1991). "The Theory of Planned Behavior." *Organizational Behavior and Human Decision Processes*: 179-211
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action* Cornell University, South-Western College: 6
- Chaiyong, S. (2021). "Support Boy's Love and expand our soft power." from <https://www.bangkokpost.com/opinion/opinion/2215467/support-boys-love-and-expand-our-soft-power>.
- Schwartz, S. H. (2012). "An Overview of the Schwartz Theory of Basic Values. Online Readings in Psychology and Culture." *Psychology and Culture* 2: 1.
- Kinori, C. (2022). "The Rise of Thailand's Boy Love Series, The Review Geek." from <https://www.thereviewgeek.com/rise-of-thailands-boy-love-series/>.
- Reddy, V. P. S. (2023). "The Global observer. The past, present and potential future of Thailand's "Boys' Love" series." from <https://gobserver.net/5612/culture/the-past-present-and-potential-future-of-thailands-boys-love-series/>.

เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยกระบวนการกำหนดนโยบาย การจัดการ ควบคุมและป้องกันการแพร่ระบาดของ
ของไวรัสโควิด-19 สำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติ

The Political Economy: The Policy Formulation Process of Management, Control, and
Prevention of the Spread of COVID-19 for the migrant workers

อิชยา อนิวรรตน์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : issayaanivart@gmail.com

บทคัดย่อ

งานศึกษาชิ้นนี้ใช้กรอบแนวคิดเศรษฐกิจการเมืองแบบเสรีนิยมใหม่และเศรษฐศาสตร์สถาบันแนวใหม่เป็นกรอบการวิเคราะห์ วัตถุประสงค์เพื่ออธิบายถึงแนวคิดของรัฐต่อการกำหนดนโยบายด้านการให้ความคุ้มครองทางสังคมด้านสุขภาพ ศึกษากระบวนการกำหนดนโยบายด้านการจัดการ ควบคุม และป้องกันการแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 สำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติ ตลอดจนสังเคราะห์และจัดทำข้อเสนอแนวทางการกำหนดนโยบายในอนาคต ผ่านการรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ รวมถึงสัมภาษณ์เชิงลึกกับภาคประชาสังคมและแรงงานข้ามชาติ ผลการศึกษาสะท้อนให้เห็นถึงแนวคิดมุมมองของสถาบันทางการเมือง (รัฐบาล ศบค.) และสถาบันไม่ทางการเมืองที่มีผลต่อการกำหนดนโยบายในลักษณะที่ฟื้นฟูการตัดสินใจแนวอนุรักษนิยมโดยใช้ระบบราชการเป็นเครื่องมือ รวมถึงการพยายามผลักดันนโยบายของกลุ่มผลประโยชน์ที่ต้องพึงพิงกับกลไกระบบการคลังสุขภาพที่กระทรวงสาธารณสุขมีอยู่เดิมอยู่แล้วและพิจารณาผลของนโยบายสำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติในระยะแรกว่าเหมาะสมหรือไม่ในเบื้องต้น ซึ่งหากเห็นว่าไม่สอดคล้องและทำให้ได้รับผลกระทบเชิงลบ กลุ่มผลประโยชน์จะดำเนินการเข้าถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจด้วยวิธีต่าง ๆ เช่นเดียวกับในขั้นตอนการให้ข้อมูลก่อนรัฐบาลกำหนดนโยบาย ข้อเสนอแนะสำหรับงานชิ้นนี้ คือ เสนอให้ปรับเปลี่ยนกลไกทางสถาบันเพื่อให้เกิดความเสมอหน้าและปรับโครงสร้างรับมือกับให้สามารถรองรับกับวิกฤตทางสุขภาพในอนาคต

คำสำคัญ : 3 คำ แรงงานข้ามชาติ โควิด-19 กระบวนการกำหนดนโยบาย

Abstract

This research employs the theoretical frameworks of neoliberal political economy and new institutional economics to analyze how the state conceptualizes and formulates social health protection policies. The study examines the policy-making process regarding the management, control, and prevention of COVID-19 transmission among migrant workers. Additionally, it synthesizes and develops policy recommendations for appropriate social protection, particularly

healthcare coverage for migrant workers during emerging disease outbreaks. The methodology involves qualitative data collection and analysis, including in-depth interviews with civil society organizations and migrant workers. The findings reveal the perspectives of formal institutions (government, CCSA) and informal institutions that influence policy formulation, characterized by the revival of conservative decision-making through bureaucratic mechanisms. The study also examines how interest groups attempt to advance policies that rely on existing Ministry of Public Health financing mechanisms, and initially evaluate the appropriateness of policies affecting migrant workers. When policies are found to be inconsistent and generate negative impacts, interest groups employ various methods to access decision-makers, similar to their approach during the pre-policy information provision phase. This research proposes the transformation of institutional mechanisms to ensure equitable outcomes, coupled with structural reforms to strengthen resilience against future public health emergencies.

Keywords: Migrant workers, Covid-19, Policy formulation

บทนำ

ภายใต้ยุคเสรีนิยมใหม่ การเคลื่อนย้ายแรงงานเกิดขึ้นอย่างเสรีทั้งจากการเคลื่อนย้ายทุนและฐานการผลิต ปัจจัยสนับสนุน/ผลักดันจากประเทศต้นทางเพื่อแสวงหาโอกาสที่ดี และปัจจัยดึงดูดในประเทศปลายทางที่ต้องการแสวงหาแรงงานที่มีความยืดหยุ่นต่อการจ้างงาน ไทยมีนโยบายเร่งรัดการพัฒนาอุตสาหกรรมการผลิตและบริการในอัตราสูงทำให้มีความต้องการแรงงานราคาถูกเพื่อเป็นฐานโครงสร้างแรงงานระดับล่างที่รองรับการเติบโตของอุตสาหกรรมและทดแทนงานที่คนไทยไม่เลือกทำ รัฐบาลจึงเปิดรับแรงงานจำนวนมาก¹ และแรงงานดังกล่าวกลายเป็นฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศและสร้างผลผลิตให้กับหลายอุตสาหกรรม

แนวคิดและมุมมองของรัฐไทยตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันได้วางให้รัฐชาติ (Nation state) อิงกับความมั่นคงเพื่อเป็นบรรทัดฐานของการกำหนดนโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง รัฐบาลใช้วิธีบริหารจัดการแรงงานข้ามชาติในลักษณะชั่วคราวและเป็นขั้วกึ่งผ่อนผ่านการบังคับใช้มติคณะรัฐมนตรี การอนุญาตให้แรงงานเข้ามาทำงานตามความตกลงระหว่างรัฐบาล (MoU) และอนุญาตให้ทำงานในลักษณะตามตามฤดูกาล แรงงานจึงมีสถานะเป็นสินค้าขายแรงงานเพื่อตอบสนองต่อภาคธุรกิจ กล่าวคือ การอนุญาตให้แรงงานข้ามชาติเข้ามาอาศัยและทำงานอยู่ในประเทศไทยอยู่ภายใต้แนวคิดลัทธิชาตินิยมที่ยึดโยงกับกระบวนทัศน์ด้านความมั่นคงของชาติแบบตายตัวและมุ่งเน้นการสะสมทุนแบบปล้นชิง คือ รัฐทำหน้าที่สะสมทุนและเอื้อประโยชน์ให้เกิดการจ้างงาน

¹ จำนวนคนต่างด้าวที่ได้รับอนุญาตทำงานทั่วราชอาณาจักร ณ เดือนตุลาคม 2566 รวมทั้งสิ้น 2,592,028 คน (สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน, ตุลาคม 2566)

ที่สร้างความมั่งคั่งให้กับกลุ่มทุน ใช้ความได้เปรียบจากแรงงานราคาถูกดังกล่าวเป็นฐานรากของเศรษฐกิจ โดยยินยอมให้เกิดการจ้างงานชั่วคราวและระยะสั้น รวมถึงผลกระทบในการดูแลตนเองให้แรงงานโดยตรงจนกลายเป็นแรงงานกลุ่มเสี่ยง (Precarious Labor)² และเข้าสู่สถานะกลุ่มคนเปราะบาง

ในขณะที่แรงงานไทย ภาครัฐใช้แนวคิดและจัดวางตำแหน่งของแรงงานตามผลพวงเศรษฐกิจทวิลักษณ์ที่แบ่งแยกแรงงานเป็น 2 ประเภท ได้แก่ แรงงานในระบบและแรงงานนอกระบบ ซึ่งรัฐจะให้ความคุ้มครองทางสังคมและสิทธิด้านสุขภาพแก่แรงงานในระบบเป็นอันดับต้น ในทางตรงกันข้าม กลุ่มแรงงานนอกระบบกว่า 20.2 ล้านคน หรือคิดเป็นร้อยละ 51 จากแรงงานทั้งหมด 39.6 ล้านคน³ จะมีสถานะคล้ายกับแรงงานข้ามชาติ คือเป็นกลุ่มคนที่ไม่ได้รับการดูแลอย่างครอบคลุมและอยู่นอกกฎระเบียบของรัฐทั้งในด้านหลักประกันคุ้มครองทางสังคมและตามกฎหมายแรงงาน ส่งผลให้ต้องเผชิญกับความยากลำบากและมีต้นทุนในการดำรงชีวิตขั้นพื้นฐานที่ต้องแบกรับ

การใช้เหตุผลของรัฐต่อแรงงานไทยและข้ามชาติข้างต้นเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อการกำหนดกฎหมายและนโยบายหลักของประเทศไทยอย่างการคุ้มครองทางสังคม หากเปรียบเทียบความเหลื่อมล้ำระหว่างแรงงานไทยและแรงงานข้ามชาติจะเห็นว่าภาครัฐขยายความคุ้มครองทั้งทางด้านสังคมไปยังกลุ่มแรงงานข้ามชาติในการให้สิทธิพื้นฐานในมิติด้านสุขภาวะ ซึ่งถือเป็นการอนุโลมและผ่อนปรนให้มีสถานภาพดีขึ้น แต่สถานะความเป็นพลเมืองยังคงต่ำกว่าแรงงานนอกระบบของไทย⁴ และถูกลดทอนให้ต่ำลงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19)⁵ เนื่องจากสังคมและรัฐตีตราว่าแรงงานข้ามชาติต้นตอของการแพร่ระบาดดังกล่าว โดยเฉพาะการแพร่ระบาดระลอกที่สองในตลาดกึ่ง จังหวัดสมุทรสาคร ทำให้เกิดการสร้างประเด็นการเมืองเชิงอัตลักษณ์ (Otherness) กระตุ้นเกิดอุดมการณ์ชาตินิยม ความระหว่าดระแวง และความเป็นอื่นที่มีต่อกลุ่มแรงงานที่ไม่ใช่สัญชาติไทยในสังคมไทยอีกครั้ง เนื่องจากรัฐผลิตซ้ำมุมมองแง่ลบ

² Guy Standing ระบุว่าแรงงานเสี่ยงเป็นกำลังสำคัญในยุคเสรีนิยมใหม่ โดยมีลักษณะสำคัญ คือ มีลักษณะการจ้างงานชั่วคราว การต่อรองค่าจ้างเป็นไปในรูปแบบปัจเจกระหว่างแรงงานและนายจ้าง เผชิญกับความไม่แน่นอนของตลาด ไม่ได้มีการคุ้มครองจากองค์กรวิชาชีพ

³ ในปี 2565 จากการสำรวจของสำนักงานสถิติแห่งชาติ พบว่า แรงงานนอกระบบ ร้อยละ 55.4 ทำงานในภาคเกษตรกรรม รองลงมา ร้อยละ 34.6 เป็นแรงงานในภาคการบริการและการค้า และร้อยละ 10 อยู่ในภาคการผลิต

⁴ อ้างอิงจากผลการสำรวจขององค์การแรงงานระหว่างประเทศ และ UN Women พบว่า คนไทยร้อยละ 40 มองว่าแรงงานข้ามชาติทำให้เศรษฐกิจถดถอย และร้อยละ 77 เห็นว่าแรงงานข้ามชาติทำให้อาชญากรรมเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดของรัฐที่มองว่าแม้การเข้ามาของแรงงานข้ามชาติแม้จะถูกกฎหมายแต่ก็ย้อมสร้างความเสี่ยงให้กับรัฐในด้านสาธารณสุข โรคติดต่อ ยาเสพติด และอาชญากรรม เป็นต้น

⁵ การแพร่ระบาดแบ่งออกเป็น 6 ระยะ ดังนี้ ระลอกแรก (เดือนมกราคม - เดือนพฤศจิกายน 2563) ระลอกที่สอง (เดือนธันวาคม 2563 - เดือนมีนาคม 2564) ระลอกที่สาม (เดือนเมษายน - เดือนมิถุนายน 2564) ระลอกที่สี่ (เดือนกรกฎาคม - เดือนธันวาคม 2564) ระลอกที่ห้า (เดือนมกราคม - เดือนมิถุนายน 2565) และระลอกที่หก (เดือนกรกฎาคม 2565 เป็นต้นไป)

⁶ ผู้อำนวยการสถาบันป้องกันควบคุมโรคเขตเมือง กรมควบคุมโรค ระบุว่า ผู้เชี่ยวชาญหลายฝ่ายให้ความเห็นสอดคล้องกันว่า น่าจะมีจุดเริ่มต้นมาจากแรงงานพม่า

และทำให้แรงงานข้ามชาติเป็นเสมือนปัญหาด้านความมั่นคง (Securitization) หรือพาหะนำโรคทางสาธารณสุขในสังคมไทย อนึ่ง การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 ทำให้ภาครัฐมีความชอบธรรมในการแทรกแซงชีวิตของแรงงานเพื่อดำเนินการจัดบริการสาธารณสุขที่จำเป็นมากขึ้นและรัฐได้ขยายอำนาจของตนเป็นรัฐเวชกรรม⁷ โดยจัดตั้งสถาบันโครงสร้างที่มาพร้อมกับการผูกขาดการใช้อำนาจในการตัดสินใจอย่างเบ็ดเสร็จเพื่อความเป็นเอกภาพในการจัดการสุขภาพของประชาชนทั้งแรงงานไทยและข้ามชาติ รวมถึงกำหนดนโยบายจากส่วนกลาง (Top-Down) นโยบายมีลักษณะแยกส่วนระหว่างความมั่นคงทางสาธารณสุขกับการเมืองและเศรษฐกิจ และเป็นการบังคับใช้มาตรการไม่แข็งทำให้แรงงานรู้สึกว่าจะต้องรับผิดชอบตนเองเป็นหลัก

ในสภาวะวิกฤต แรงงานข้ามชาติยังคงต้องเผชิญกับถูกเลือกปฏิบัติและผลกระทบด้านลบ (Negative externality) ของนโยบายมากกว่าแรงงานสัญชาติไทยตามการดำเนินนโยบายหลัก 3 ด้าน ได้แก่ นโยบายด้านการจัดการแรงงาน การควบคุม และการป้องกัน/เยียวยา ดังนี้

1. นโยบายการจัดการการแพร่ระบาด เมื่อรัฐบาลบังคับใช้ พรก.ฉุกเฉิน และประกาศสถานการณ์ฉุกเฉินในทุกเขตท้องที่ทั่วราชอาณาจักร ตั้งแต่วันที่ 26 มีนาคม 2563 ส่งผลให้หลายกิจการต้องปิดกิจการชั่วคราว ห้ามเดินทางข้ามจังหวัดหรือออกนอกพื้นที่ แรงงานไทยและข้ามชาติได้รับผลกระทบจ้างการเลิกจ้างพักงาน โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมการผลิต บริการ และท่องเที่ยว จากข้อมูลกองเศรษฐกิจแรงงานพบว่า ในปี 2563 และ 2564 แรงงานในระบบผู้ประกันตนมาตรา 33 ถูกเลิกจ้างรวมจำนวน 1,686,230 คน และ 1,172,603 คน ตามลำดับ สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงแรงงานนอกระบบด้วยเช่นกัน และแรงงานนอกระบบจะยิ่งเผชิญกับความเสี่ยงของสัญญาจ้างชั่วคราวและระยะสั้น ในขณะที่เดียวกัน แรงงานข้ามชาติก็ประสบปัญหาและถูกซ้ำเติมจากรัฐที่ทำให้แรงงานที่เคยมีสถานะถูกต้องต้องสิ้นสุดลงด้วยกฎหมายที่กำหนดขึ้นเอง จากสถิติสะท้อนว่า แรงงานข้ามชาติกว่า 700,000 คน⁸ ถูกเลิกจ้างโดยที่ไม่ได้รับเงินค่าชดเชย ซึ่งกฎหมายกำหนดให้แรงงานต้องหานายจ้างใหม่ภายในระยะเวลา 30 วัน รวมถึงแรงงานไม่ได้รับความช่วยเหลือจากรัฐหากนายจ้างไม่ได้นำแรงงานเป็นผู้ประกันตนในระบบกองทุนประกันสังคม หรือกรณีที่นายจ้างหักเงินจากค่าจ้างของแรงงานเพื่อจ่ายเงินสมทบในกองทุนประกันสังคมแต่นายจ้างกลับไม่นำส่งเงินสมทบเข้ากองทุน นอกจากนี้การไม่สามารถต่อพาสปอร์ตจากประเทศต้นทางและการยื่นคำร้องต่าง ๆ ไม่สามารถทำได้ เนื่องจากห้ามเดินทางออกนอกพื้นที่ อย่างไรก็ตาม แม้ว่าถัดมามติคณะรัฐมนตรีเมื่อวันที่ 20 สิงหาคม 2563 เห็นชอบให้แก้ไขแนวทางการบริหารจัดการแรงงานเพื่อให้แรงงานลอดรัฐถูกกฎหมาย (Regularization) หรือผ่อนผันอีกครั้ง แต่ในทางปฏิบัติสามารถทำให้แรงงานกลับเข้ามาอยู่ในระบบได้เพียงบางส่วน

2. นโยบายมาตรการควบคุมให้แรงงานข้ามชาติอยู่ภายในที่พักและสถานประกอบการเป็นข้อบังคับที่มีลักษณะเลือกปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียมระหว่างแรงงานข้ามชาติกับแรงงานไทยอย่างเห็นได้ชัด ข้อมูลจากเครือข่ายองค์กรด้านประชากรข้ามชาติระบุว่า เมื่อเกิดการระบาดในแรงงานข้ามชาติจะคำสั่งจากระดับจังหวัดปิดสถานประกอบการ ที่พัก และตลาด พร้อมนำรั้วลวดหนามกั้นขวางทางเข้า-ออก และมีเจ้าหน้าที่ฝ่าย

⁷ การทำให้องค์ความรู้ด้านการแพทย์และสาธารณสุขเป็นเครื่องมือสนับสนุนการใช้อำนาจทางการเมืองของรัฐ พิษณุ พงษ์สวัสดิ์ ให้คำนิยามว่า เป็นการใช้อำนาจเพื่อรักษาความป่วยไข้ของสังคมและควบคุมประชาชน

⁸ คاعدการณ์โดยกองเศรษฐกิจ สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน 2564

ปกครองหรือหน่วยงานความมั่นคงเฝ้าประจำจุดต่าง ๆ เช่น กรณีการระบาดที่จังหวัดสมุทรสาคร การสั่งปิดที่
พักคนงานในกรุงเทพมหานคร เป็นต้น บางพื้นที่ห้ามมิให้แรงงานประมงลงจากเรือ รวมถึงมาตรการจำกัดการ
เคลื่อนย้ายแรงงานข้ามชาติ (Bubble and Seal) ให้แรงงานอยู่ภายในบริเวณที่พักหรือที่ทำงานเท่านั้น และ
หากต้องเดินทางจะไม่สามารถแวะสถานที่ใดเพิ่มเติมได้ และห้ามเดินทางข้ามจังหวัด เป็นเสมือนการกักตัว
แรงงานข้ามชาติ ในทางปฏิบัตินโยบายกลับเป็นตัวเร่งปฏิบัติการให้แรงงานเดินทางออกจังหวัดและไปบริเวณ
ชายแดนเพื่อกลับไปยังประเทศต้นทาง หรือเรียกว่า แรงงานแตกรัง เนื่องจากไม่สามารถใช้ชีวิตอยู่ได้ หากไม่ได้
รับเงินค่าจ้างหรือการสนับสนุนจากภาครัฐ/นายจ้าง ซึ่งรัฐไม่ได้เตรียมการรับรองปัญหา Covid-19 ข้างต้นและไม่ได้
คาดการณ์ว่าเชื้อจะแพร่กระจายไปทั่วประเทศ

3. นโยบายป้องกัน รัฐบาลกำหนดแผนการฉีดวัคซีนเป็นระยะ แรงงานไทยเริ่มได้รับวัคซีนในเดือน
กุมภาพันธ์ 2564 ขณะที่แรงงานข้ามชาติได้รับในเดือนสิงหาคม 2564⁹ รัฐบาลเป็นผู้จำกัดสิทธิและสร้าง
ความไม่เท่าเทียมในการเข้าถึงทรัพยากรสวัสดิการทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำไม่เป็นธรรมในด้านการกระจายวัคซีน
ระหว่างกลุ่มแรงงานไทยและข้ามชาติ และการเข้าถึงการบริการ อาทิ รัฐบาลให้ประชาชนจองคิวลงทะเบียนรับ
การฉีดวัคซีนผ่านแอปพลิเคชันและ QR Code ที่เว็บไซต์ที่แยกส่วน ไม่สามารถรองรับและเข้าถึงแรงงานข้าม
ชาติได้ทั้งหมด ประกอบกับแรงงานข้ามชาติบางรายไม่มีโทรศัพท์ที่มีอินเทอร์เน็ต นอกจากนี้ กระจายวัคซีนยังคง
มีปัญหาทางการเมืองจากการแบ่งสรรให้พื้นที่หนึ่งพื้นที่ใดมากกว่า และบิดเบือนไม่ตรงกับกลุ่มเป้าหมายตาม
ยุทธศาสตร์ ซึ่งส่วนสำคัญน่าจะเป็นผลจากการตัดสินใจทางการเมือง (TDRI, 2564) ที่ขึ้นกับอำนาจเชิง
โครงสร้างของกลุ่มผลประโยชน์

ขณะที่การเยียวยา แรงงานผู้ประกันตนสัญชาติไทยจะได้รับความช่วยเหลือจากรัฐตามโครงการ ม.33
เรารักกัน เพื่อช่วยเหลือ เยียวยา แบ่งเบาภาระค่าครองชีพและลดผลกระทบแก่ผู้ประกันตนตามมาตรา 33
แห่งพระราชบัญญัติประกันสังคม พ.ศ. 2533 จากสถานการณ์การแพร่ระบาด ในทางตรงกันข้าม แรงงานข้าม
ชาติจะเข้าไม่ถึงความคุ้มครอง แม้ชำระเงินค่าเบี้ยประกันเช่นเดียวกับผู้ประกันตนสัญชาติไทย เนื่องจาก
โครงการกำหนดเงื่อนไขว่าต้องเป็นสัญชาติไทยเท่านั้น หรือกรณีเบกสิทธิประกันสังคมที่แม่สำนักงาน
ประกันสังคมกำหนดให้แรงงานต่างด้าวสามารถเบิกกรณีว่างงานเนื่องจากเหตุสุดวิสัย ในอัตราส่วนร้อยละ 62
ของค่าจ้างรายวัน แต่อัตราการใช้สิทธิต่ำเป็นอย่างมาก เนื่องจาก อุปสรรคด้านภาษา แรงงานต่างด้าวไม่ทราบ
สิทธิ ดังนั้น การได้รับความคุ้มครองจากรัฐจึงถือเป็นตัวชี้วัดที่แสดงถึงมุมมองของรัฐว่าเป็นธรรมหรือไม่เป็น
ธรรมต่อกลุ่มแรงงาน

การทบทวนวรรณกรรม

ษ์ฐธรมย์ ธรรมบุษดี (2555) ศึกษาสวัสดิการสำหรับแรงงานเมียนมาข้ามชาติในจังหวัดสมุทรปราการ
โดยใช้กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองในกระแสนิยมใหม่โดยใช้แนวคิดของ David Harvey ด้านการ
สะสมทุน John Maynard Keynes ว่าด้วยสวัสดิการเน้นค่าจ้างตาม Schumpeter ควบคู่กับวิธีวิจัยชาติพันธุ์

⁹ กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ กระทรวงแรงงาน 2564

วิทยาและสังเคราะห์เอกสาร ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การสะสมทุนในทุนนิยมเสรีนิยมใหม่ทำให้แรงงานกลายเป็นสินค้า แยกแยก และขูดรีดเพื่อให้อยู่รอด แม้รัฐจะปรับตัวสู่การให้ความคุ้มครองหรือควบคุมให้สวัสดิการแบบเน้นค่าจ้างต่ำ แต่กลับทำให้แรงงานเป็นแรงงานเสี่ยงและมีแนวโน้มผันตัวเป็นผู้ประกอบการ ทั้งนี้ งานศึกษาอีกหลายชิ้นสะท้อนให้เห็นว่า นายจ้างสร้างแรงจูงใจผ่านระบบอุปถัมภ์ แรงงานมีความกดดันต้องต่อสู้เพื่อให้ได้รับค่าตอบแทนและดำรงชีวิตให้ได้ภายใต้สภาวะแวดล้อมที่บีบคั้น (ชูพัทธ์ สุทธิสา, 2556)

สุพัทธ์รา ตันติจริยาพันธ์ (2555) ใช้วิธีศึกษาและวิเคราะห์จากเอกสาร รวมถึงลงพื้นที่ภาคสนามเพื่อสัมภาษณ์กลุ่มแรงงาน โดยนำแนวคิดเศรษฐศาสตร์เป็นกรอบแนวคิดในการอธิบายนโยบายสาธารณะในลักษณะองค์รวม ว่าเกิดจากปัจจัยใดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเชิงนโยบายของรัฐซึ่งพบว่าเกิดจากแนวคิดที่มุ่งเน้นความมั่นคงด้านเศรษฐกิจและควบคุมคนต่างชาติให้เข้าสู่กระบวนการแรงงานเพื่อแก้ไขปัญหาภาวะตั้งตัวของแรงงานระดับล่างในประเทศ รัฐที่เป็นโครงสร้างส่วนบนทำหน้าที่ออกกฎระเบียบควบคุมแรงงานและผลกระทบให้เอกชนดูแลลูกจ้าง ซึ่งเป็นความสัมพันธ์ที่ทั้งสองฝ่ายต่างได้รับผลประโยชน์ต่างตอบแทนและเป็นพฤติกรรมเชิงเหตุผล ขณะที่ NGO เข้ามามีบทบาทในการเรียกร้องผลประโยชน์ให้กับแรงงานด้วยปัจจัยภายนอกด้านสิทธิแรงงานและจากแรงงานเอง ทำให้แนวคิดของรัฐไม่เพียงตอบสนองต่อทุนหรือเป็นรัฐทุนนิยมเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการให้ความคุ้มครองเท่าที่สามารถจัดสรรได้

จิรภรณ์ ไพโรถื่อน และคณะ (2566) สัมภาษณ์เชิงลึกแรงงานเมียนมาถึงปัญหาและอุปสรรคต่อการเข้าถึงสวัสดิการในสถานการณ์การแพร่ระบาดปี 2564 พบว่า กรอบแนวคิดหลักของรัฐ ได้แก่ อคติชาติพันธุ์ วาทกรรมแรงงานต่างด้าว การเป็นชายขอบ และความเป็นอื่น ทำให้แรงงานข้ามชาติที่ถูกกฎหมายโดนเลิกจ้าง โดยไม่ได้รับเงินชดเชย และไม่ได้รับความช่วยเหลืออย่างเร่งด่วน

กรอบแนวคิด

ใช้กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง ประกอบด้วย แนวคิดเสรีนิยมใหม่และเศรษฐศาสตร์สถาบัน เพื่ออธิบายถึงปัจจัยภายนอก และปัจจัยภายใน (โครงสร้างส่วนบนและล่าง) ที่มีอิทธิพลต่อแนวคิดของการกำหนดนโยบาย ตลอดจนกระบวนการกำหนดนโยบายที่เกิดขึ้นระหว่างอุปสงค์กับอุปทานในตลาดนโยบายที่มีอิทธิพลและส่งผลต่อการเกิดทรศนะหรือแนวคิดหลักของกระบวนการกำหนดนโยบายสาธารณะต่อกลุ่มข้ามชาติ

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) โดยศึกษาจากเอกสารทุติยภูมิ ได้แก่ พระราชบัญญัติ มติคณะรัฐมนตรี นโยบาย/มาตรการเกี่ยวกับแรงงานและสาธารณสุข นโยบาย มติคณะรัฐมนตรี เอกสารประชุม งานวิจัย สารนิพนธ์ ข่าว/บทความ รายงานประจำปี รายงานเชิงสถิติ เอกสารประชุม เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดหลัก (Generalization) ของรัฐต่อกลุ่มแรงงานทั้งจากอดีตและจนถึงช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา-19 รวมถึงแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงกระบวนการกำหนดนโยบายให้ความคุ้มครองทางสังคมที่สอดคล้องกับบริบทปัจจุบันในช่วงปี 2563-2565 ร่วมกับการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจงเพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้/ประสบการณ์ตรง ได้แก่ เจ้าหน้าที่รัฐ

เจ้าหน้าที่องค์กรไม่แสวงหาผลกำไร (NGOs) นายจ้าง และแรงงานข้ามชาติที่ทำงานในประเทศไทยมากกว่า 5 ปี รวมจำนวน 15 ราย ในประเด็นแนวทางการกำหนด/นำเสนอ นโยบาย การผลักดันข้อเรียกร้องกับรัฐ ข้อจำกัด/อุปสรรคในการเข้าถึงความคุ้มครองของรัฐ และข้อเสนอเพื่อรองรับวิกฤตความท้าทายในมิติสุขภาพ แรงงาน

ผลการวิจัย

นโยบายที่เกิดขึ้นในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสมาจากผู้ผลิตนโยบาย คือ กลุ่มข้าราชการของแต่ละกรม (สถาบันทางการ) และคณะที่ปรึกษาที่ได้รับการแต่งตั้งเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงจากปัจจัยภายนอก โดยริเริ่มจากลักษณะบนลงล่าง (Top Down) จากผู้บริหารระดับสูง เช่น รัฐมนตรีว่าการกระทรวง รัฐมนตรีช่วย ปลัดกระทรวง หรืออธิบดีมีบัญชามอบนโยบายให้ข้าราชการระดับกรมจัดทำข้อมูล แผนยุทธศาสตร์ หรือจัดทำนโยบายนั้นให้ชัดเจนเป็นรูปธรรมยิ่งขึ้น การได้มาซึ่งนโยบายมักมาจาก 1) บทเรียน/ประสบการณ์ในอดีตหรือต่างประเทศ/เส้นทางการพัฒนาในอดีต 2) การขอความเห็นจากภาคเอกชน องค์กรภาคประชาสังคม และหน่วยงานวิจัย 3) พรรคการเมือง นักการเมือง และกลุ่มผลประโยชน์ เป็นต้น การแพร่ระบาดของไวรัสฯ เป็นประเด็นที่สาธารณะให้ความสนใจและทราบอยู่แล้วว่าเป็นความรับผิดชอบของหน่วยงานจึงกลายเป็นวาระทางนโยบาย (Institutional Agenda/Agenda Setting) โดยปริยายและฉับพลัน กรม/กระทรวงจัดทำข้อมูลนำเสนอต่อศูนย์ปฏิบัติการของศูนย์บริหารสถานการณ์โควิด-19 (ศปก.ศบค.)

จากนั้น ศปก.ศบค. นำเสนอข้อมูลเชิงนโยบายต่อ ศบค. การพิจารณาตัดสินใจเป็นการตัดสินใจนโยบายเกิดจากนายกรัฐมนตรี (ผู้นำ) และคณะรัฐมนตรีหรือคณะกรรมการที่ได้รับการแต่งตั้ง (ผู้เข้าร่วมประชุม) ในรูปแบบการปรึกษาหารือ (Consultative Decision Making) เมื่อเข้าสู่ที่ประชุมของ ศบค. และมีมติต่าง ๆ เรียบร้อยแล้ว กรรมการและเลขานุการของ ศบค. จะจัดส่งรายงานสรุปผลการประชุมฯ เสนอต่อคณะรัฐมนตรีเพื่อทราบ ไม่ใช่เพื่อพิจารณาให้ความเห็นหรือพิจารณาอนุมัติ ดังนั้นกลไกการตัดสินใจภายในที่ประชุม ศบค. ถือเป็นมติตัดสินใจขั้นสุดท้าย เห็นได้ชัดว่าคณะรัฐมนตรีทำหน้าที่เป็นทั้งผู้เสนอและผู้ตัดสินใจอนุมัติในคนเดียวกัน (ทั้งประธานการประชุม ศบค. และเป็นผู้นำองค์กรในการเสนอนโยบาย) เส้นแบ่งของการตัดสินใจเลือกหรือชะลอนโยบายจึงพร่าเลือน บทบาทของรัฐสภาถูกลดทอนลง

กลุ่มผลประโยชน์ต่าง ๆ ที่นอกเหนือจากกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านสาธารณสุข เช่น พรรคฝ่ายค้าน ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และสื่อ จะเริ่มมีบทบาทมากขึ้นหลังจากการดำเนินนโยบาย เนื่องด้วยความไม่สมมาตรของข้อมูลที่มีในช่วงแรก ประกอบกับการยังต้องพึ่งพิงกับกลไกระบบการคลังสุขภาพที่กระทรวงสาธารณสุขมีอยู่เดิมอยู่แล้วและพิจารณาผลของนโยบายสำหรับกลุ่มแรงงานข้ามชาติในระยะแรกว่าเหมาะสมหรือไม่ในเบื้องต้น ซึ่งหากเห็นว่าไม่สอดคล้องและทำให้ได้รับผลกระทบเชิงลบ กลุ่มผลประโยชน์จะดำเนินการเข้าถึงผู้มีอำนาจตัดสินใจด้วยวิธีต่าง ๆ เช่นเดียวกับในขั้นตอนการให้ข้อมูลก่อนรัฐบาลกำหนดนโยบาย เนื่องจาก กลุ่มผลประโยชน์ดังกล่าวเป็นทั้งผู้ถูกกระทำและต้องปฏิบัติตามนโยบายทำให้กลุ่มฯ เผลอไปกับอุปสรรค/ข้อจำกัด เห็นถึงช่องว่างและข้อเสนอเพื่อปรับปรุงนโยบาย

ขณะที่การต่อสู้ขึ้นร่นของกลุ่มคนระดับแรงงานทั้งไทยและข้ามชาติเพื่อให้เข้าถึงผู้กำหนดนโยบายไม่สามารถเกิดขึ้นได้อย่างเป็นรูปธรรม เนื่องจาก 1) การผูกขาดอำนาจการตัดสินใจจากส่วนบน 2) รัฐสมิทานอุดมการณ์แนวทางจัดการขึ้นระดับวาระทางเศรษฐกิจที่ให้กับกลุ่มแรงงานทั้งไทยและข้ามชาติเป็นกลุ่มระดับล่างเพื่อให้รัฐและกลุ่มทุนได้ประโยชน์จากการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจต่อไปให้ต่อเนื่อง (Social Continuity) ได้นานที่สุดเท่าที่จะกระทำได้ตามแนวคิดเสรีนิยมใหม่ โดยเฉพาะกับแรงงานข้ามชาติที่ถูกจัดลำดับให้อยู่ในฐานะล่างสุดของสังคมทำให้เกิดความแปลกแยกในสังคมเชิงลึก แม้จะมีความสำคัญทางเศรษฐกิจไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าแรงงานไทย 3) แนวคิดเรื่องความมั่นคงของรัฐยังเป็นกรอบความมั่นคงแบบเดิม รัฐจึงสามารถผลักรถต่าง ๆ ให้กับแรงงานข้ามชาติได้เสมอมา ขณะที่มุมมองใหม่จะเห็นแรงงานข้ามชาติเป็นกลุ่มคนเปราะบางที่มีสถานะเปราะบางแบบร่วมสมัย การปฏิบัติของรัฐจึงเน้นให้แรงงานข้ามชาติมีบทบาทและความหมายน้อยกว่าแรงงานไทย

เมื่อรัฐมีอคติส่งผลให้นโยบายที่เกิดขึ้นจากตัดสินใจอย่างเร่งรัดไม่ครอบคลุมถึงแรงงานทุกกลุ่มและสัญชาติ ส่งผลให้เกิดความไม่เป็นธรรมทางสุขภาพ แรงงานข้ามชาติหลุดออกนอกระบบมากขึ้นและเข้าไม่ถึงนโยบายเยียวยาจากรัฐ ขณะที่แรงงานต่างด้าวผิดกฎหมายจะไม่มีสิทธิเข้ารับการรักษ จากกระบวนการทางนโยบายที่เกิดขึ้นสามารถถอดบทเรียนได้ว่า รัฐสถาปนาตนเองเป็นสถาบันรัฐเวชกรรม โดยกำหนดสุขภาพ (Determinants of Health) กฎระเบียบ และทางเลือกเชิงบังคับให้กับประชาชน กล่าวคือ รัฐเป็นผู้กำกับควบคุม (Regulator) จัดการดูแลร่างกาย สุขภาพ และสุขภาพของประชาชนให้เป็นไปในทิศทางที่ต้องการแม้ต้องลิดรอนสิทธิเสรีภาพบางอย่าง ตลอดจนกำหนดหน้าที่และขอบเขตความรับผิดชอบของรัฐต่อประชาชน โดยมีเป้าหมายเพื่อให้ประชากรแข็งแรง เป็นกำลังแรงงานที่สามารถผลิตอรรถประโยชน์สูงสุดให้แก่รัฐ และลดงบประมาณของรัฐในการดูแล

กระบวนการถ่ายโอนอำนาจจัดการนโยบายจากรัฐสู่ผู้เชี่ยวชาญ คณะกรรมการใหม่ องค์กรทางการเมืองตามเป้าหมายของเสรีนิยมใหม่ตะวันตกเพื่อให้ให้นโยบายปราศจากการเมืองไม่สามารถนำมาใช้กับบริบทของสังคมไทยได้ เนื่องจาก องค์กรหรือผู้แทนที่ได้รับการคัดเลือกไม่ได้มีความยึดโยงกับประชาชน รวมถึงอาจมีลักษณะของการปฏิบัติแบบคุณพ่อรู้ดี (Paternalistic) และการคานอำนาจจากนักการเมืองหรือการแทรกแซงไม่สามารถเกิดขึ้นได้เพราะนโยบายยอมให้ประโยชน์กับกลุ่มหนึ่งมากกว่ากลุ่มที่ด้อยกว่า ซึ่งการแทรกแซงไม่เกิดขึ้นมากนัก เนื่องจาก 1) กลุ่มผู้มีอำนาจในการตัดสินใจมีแนวโน้มเห็นพ้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยใช้แนวคิดสาธารณสุขนำเศรษฐกิจและมาก่อนความเท่าเทียม 2) ความสัมพันธ์ภายในพรรคพลังประชารัฐมีความเหนียวแน่น (รวมเสียงของพรรคการเมืองขนาดเล็ก 11 พรรค เป็นการรวมตัวของกลุ่มชนชั้นนำ ได้แก่ กลุ่มนักธุรกิจ ทหาร และข้าราชการ รวมถึงได้รับการสนับสนุนจาก ส.ว.) 3) นายกรัฐมนตรีมีอำนาจในการดึงอำนาจคืนจากรัฐมนตรีกระทรวงต่าง ๆ สู่ ศบค. เช่น การมีคำสั่งให้อธิบดีกรมการค้าภายใน ภายใต้กระทรวงพาณิชย์ (คุมโดยพรรคประชาธิปัตย์) มาปฏิบัติหน้าที่สำนักนายกรัฐมนตรีหรือการแต่งตั้งให้เลขาธิการสภาความมั่นคงแห่งชาติเป็นประธานคณะกรรมการเฉพาะกิจเพื่อการบูรณาการด้านการแพทย์และสาธารณสุข ขณะที่ให้รัฐมนตรีและรัฐมนตรีช่วยว่าการกระทรวงสาธารณสุข (พรรคภูมิใจไทย) เป็นเพียงที่ปรึกษา รวมถึงการสั่งการหน่วยงานภายในกระทรวงสาธารณสุขโดยตรงในประกาศราชกิจจานุเบกษา (เดิมอำนาจหน้าที่ในการสั่งการ

หน่วยงานภายในกระทรวงต้องขึ้นตรงกับรัฐมนตรีกระทรวง) ทำให้เกิดอคติทางนโยบายจนถึงการปฏิบัติอย่างไม่เท่าเทียม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อค้นพบจากงานวิจัยมีข้อเสนอแนะหลัก ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างเชิงสถาบัน ให้เป็นไปในรูปแบบการมีส่วนร่วมของภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยสถาบันทางการควรให้อำนาจกับกลุ่มผู้ที่ได้รับผลจากการบังคับใช้นโยบายสามารถนำเสนอและเรียกร้องความคิดเห็น/ข้อมูลในการขั้นตอนการกำหนดนโยบายร่วมกัน ทำให้ภาคส่วนที่เกี่ยวข้องเป็นพันธมิตร/หุ้นส่วนทางสังคมเพื่อให้ประชาชนได้รับดอกและผลอย่างเสมอหน้า รวมถึงรัฐต้องใช้วิกฤตโควิด-19 ในฐานะ Exogenous shocks ไปสู่การเปลี่ยนแปลง เนื่องจากรัฐกลับมามีบทบาทสำคัญมากขึ้นหลังจากเสรีนิยมใหม่ รัฐต้องเป็นรัฐที่ปรับตัวได้ (Adaptive state) สร้างระบบเศรษฐกิจการเมืองปลายเปิด ปรับกฎระเบียบกติกาสถาปัตยกรรมขึ้น โดยเฉพาะรัฐธรรมนูญที่สร้างวัฒนธรรมทางการเมืองแบบการมองคนไม่เท่าเทียมซึ่งส่งผลต่อการกำหนดนโยบายที่มีลักษณะกีดกันคนบางกลุ่มออกจากกระบวนการนโยบาย ในขณะที่เดียวกันสถาบันไม่ทางการ เช่น ค่านิยม ธรรมเนียมประเพณี ประชาสังคมเข้มแข็ง หรือทุนทางสังคมที่ฝังลึกก่อให้เกิดผลพวงของการเลือกปฏิบัติระบบบรรณ/ชนชั้นหรืออคติและเป็นส่วนเสริมบทบาทของสถาบันทางการจึงควรเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของสถาบันทางการและไม่ทางการ โดยให้ชุดข้อมูลใหม่แก่สังคมใหม่ ใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการนำเสนอภาพและปรับมุมมองของคนในสังคม ว่าแรงงานข้ามชาติเป็นส่วนหนึ่งของระบบเศรษฐกิจ ไม่แย่งงานคนไทยแต่เข้ามาเพื่อสนับสนุนหรือรับผิดชอบงานที่แรงงานไทยเลือกไม่ทำ เพื่อลดอคติจากความกลัวการสูญเสีย รวมถึงนำชี้ให้นายจ้างเห็นถึงผลลัพธ์จากอคติการเลือกปฏิบัติ เมื่อนายจ้างกดค่าแรง ไม่ดูแลสวัสดิการของแรงงาน และไม่นำแรงงานเข้าสู่ระบบประกันสังคม เพื่อลดต้นทุนทางธุรกิจแต่ต้องรับผลเสียในระยะยาว คือ การด้อยประสิทธิภาพของกระบวนการผลิต ในทางตรงกันข้าม แนวทางสำหรับสถาบันทางการอาจเริ่มจากการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจและสังคม เมื่อการแพร่ระบาดยุติลงหน้าที่ของรัฐเวชกรรมต่างลดลงตามด้วย แต่การดำเนินนโยบายตามแนวคิดเสรีนิยมยังคงอยู่ในด้านการลดต้นทุน รัฐจึงสามารถใช้แรงจูงใจจากการลดงบประมาณหรือแรงจูงใจจากความท้าทายใหม่อย่างมาตรการกีดกันทางการค้าของประเทศพัฒนาแล้วในด้านสิทธิพื้นฐานของแรงงาน ยึดถือคุณค่าของแรงงานในฐานะที่ช่วยขับเคลื่อนภาคการส่งออก รวมถึงเปิดโอกาสให้ภาคเอกชนที่ได้รับสิทธิพิเศษหรือผลตอบแทนส่วนเกินจากการร่วมมือกับรัฐ ทั้งนี้ แม้ว่ารัฐกระจายหน้าที่การดูแลสุขภาพของแรงงานข้ามชาติให้เอกชนบางส่วน แต่รัฐยังคงมีบทบาทในการแทรกแซงเพื่อให้กลุ่มคนเปราะบางสามารถเข้าถึงบริการได้ในราคาที่เหมาะสม โดยไม่ดำเนินการจนลดแรงจูงใจหรือค่าเช่าในระบบตลาดมากจนทำให้โรงพยาบาลเอกชนไม่ให้บริการด้านสุขภาพ ลดความสามารถในการแข่งขัน จนกระทบต่อผู้รับบริการ นอกจากนี้ รัฐยังต้องทำหน้าที่กำกับให้การบังคับใช้นโยบายในแต่ละพื้นที่ไม่ลักลั่น โดยกำหนดการให้รางวัลและโทษ (Carrot and stick) ซึ่งหากรัฐมีความสามารถในการดำเนินการข้างต้นจะทำให้ได้รับผลประโยชน์ทางการเมืองที่ครองอำนาจอยู่ได้ (เสถียรภาพและคะแนนเสียง) ที่อาจเป็นอีกหนึ่งแรงจูงใจให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสถาบันทางการ รวมถึงต้องกำหนดนโยบายที่เอื้ออำนวยต่อชนชั้นแรงงานมากกว่ากลุ่มทุน

ในทางกลับกันผู้รับผลของนโยบายสามารถสร้างแรงกระตุ้นโดยเป็นพลังนอกสภาต่อผู้จากเบื้องล่างสร้างแรงกดดันอย่างต่อเนื่องเพื่อให้เกิดพื้นที่แลกเปลี่ยนและสร้างฉันทามติผ่านระบบประชาธิปไตย

2. การปรับโครงสร้างรับมือกับให้สามารถรองรับกับวิกฤตทางสุขภาพในอนาคต และจัดการกับความขัดแย้ง

โครงสร้างองค์กรที่ถูกจัดตั้งขึ้นแล้วอย่าง ศบค. ควรปรับเปลี่ยนองค์ประกอบคณะกรรมการให้เชื่อมโยงกับศูนย์ปฏิบัติการด้านสาธารณสุขหรือโครงสร้างเดิมที่อยู่ของกระทรวงและเพิ่มเติมผู้เชี่ยวชาญในหลากหลายกลุ่มองค์กรอิสระ ผู้แทนพรรคการเมืองที่มีความยึดโยงกับประชาชนรวมถึงในระดับท้องถิ่น เพื่อลดการผูกขาดอำนาจความรู้ ลดข้อจำกัดทางโครงสร้างของระบบราชการ ลดต้นทุนการเข้าถึงกระบวนการทางการเมือง และลดบทบาทชนชั้นนำหรือกลุ่มผลประโยชน์ที่มีเส้นสายเชื่อมโยงกับรัฐ ทั้งนี้ เมื่อสามารถสร้างพื้นที่และให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการกำหนดนโยบายแนวทางสุขภาพร่วมกันแล้วจะส่งผลสืบเนื่องสู่การลดความขัดแย้งในสังคมได้ เนื่องจากเงื่อนไขทางโครงสร้างจากการขาดส่วนร่วมในกระบวนการกำหนดนโยบายมีนัยสำคัญต่อการจัดวางระดับของชนชั้น หากเกิดโครงสร้างภายใต้ความสัมพันธ์แบบใหม่ทำให้รู้สึกถึงความเป็นอันหนึ่งอันเดียว และลดความเปราะบางทางสังคมลงได้

บรรณานุกรม

- International Labour Organization. (2019). TRIANGLE in ASEAN Quarterly Briefing Note: Thailand (January-March 2019).https://www.ilo.org/sites/default/files/wcmsp5/groups/public/@asia/@ro-bangkok/documents/publication/wcms_732443.pdf
- Standing, G. (1999). Global labour flexibility: Seeking distributive justice. St. Martin's Press.
- The Bangkok Insight. (2020, December 21). Public Health announces 382 new COVID-19 cases, warns of potential lockdown. <https://www.thebangkokinsight.com/news/politics-general/covid-19/508062/>
- กองเผยแพร่และประชาสัมพันธ์, กระทรวงแรงงาน. (2564). <https://www.mol.go.th/news/เปิดแล้ว-ศูนย์ฉีดวัคซีนแคมป์คนงาน-ที่สนามไทย-ญี่ปุ่น-ดินแดง-และลุมพินีทาวเวอร์-ถ-วิภาวดี-9-31-ส-ค-นี้>
- กองเศรษฐกิจการแรงงาน, สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2564). รายงานสถานการณ์ภาวะเศรษฐกิจ การแรงงานระหว่างประเทศ และการเคลื่อนย้ายแรงงานระหว่างประเทศ ไตรมาสที่ 1/2564. <http://warning.mol.go.th/uploadFile/pdf/pdf-2022-08-29-1661761146.pdf>
- จิราภรณ์ ไพโรถื่อน และบุศรินทร์ เลิศขลิทสกุล. (2566). การเข้าถึงสวัสดิการทางสังคมของแรงงานข้ามชาติชาวเมียนมาที่ถูกกฎหมายภายใต้สภาวะ “ความเป็นอื่น” ที่คงอยู่ในช่วงการระบาดของโควิด-19. วารสารพัฒนศาสตร์, 6(2), 23-42.
- ชูพักตร์ สุทธิสา (2556). วิธีชีวิตแรงงานข้ามชาติลาวในภาคอุตสาหกรรม. มูลนิธิโตโยต้าประเทศไทย, มูลนิธิโครงการตำราสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์.

- ชัยสุรัมย์ ธรรมบุษดี. (2555). เศรษฐกิจการเมืองว่าด้วยสวัสดิการสำหรับแรงงานข้ามชาติ : กรณีศึกษาแรงงานพม่าในจังหวัดสมุทรปราการ. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐศาสตร์]. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2021). ประเมินผลงานกลางเทอมรัฐบาลประยุทธ์ 2: การควบคุมการระบาดของโควิด-19 และการบริหารจัดการวัคซีน. <https://tdri.or.th/2021/07/report-2years-prayut-cabinet2/>
- สุพัตรา ตันติจรีพันธ์. (2555). การวิเคราะห์เชิงเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการบริหารจัดการแรงงานข้ามชาติในประเทศไทย: การศึกษาแรงงานพม่าในพื้นที่จังหวัดเชียงใหม่เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยแม่โจ้.
- สำนักบริหารแรงงานต่างด้าว กรมการจัดหางาน. (2566). สถิติการทำงานของคนต่างด้าวประจำเดือนตุลาคม 2566. https://www.doe.go.th/prd/alien/statistic/param/site/152/cat/82/sub/73/pull/sub_category/view/list-label
- สำนักปลัดกรุงเทพมหานคร. (2020). การวิเคราะห์สถานการณ์ข่าวจากหนังสือพิมพ์และสื่อออนไลน์. <https://circular.bangkok.go.th/doc/20201222/212.pdf>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2565). การสำรวจแรงงานนอกระบบ พ.ศ. 2565. https://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/%E0%B8%94%E0%B9%859%E0%B8%B2%E0%B8%99%E0%B8%AA%E0%B8%B1%E0%B8%87%E0%B8%84%E0%B8%A1/%E0%B8%AA%E0%B8%B2%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B9%81%E0%B8%A3%E0%B8%87%E0%B8%87%E0%B8%B2%E0%B8%99/Informal_work_force/2565/summary_65.pdf
- ราชกิจจานุเบกษา. (2021). คำสั่งศูนย์บริหารสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด-19) ที่ 3/2564. http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2564/E/041/T_0071.PDF

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร

Factors Influencing the Retention of Educational Personnel

at Raintree International School Sathorn

กนกศรี เกียรติโพธิ์ชัย¹ และ วราภรณ์ ไทยมา²¹หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม, kanoksri.kia@spumail.net

²หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

มหาวิทยาลัยศรีปทุม, waraporn.th@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร 2) เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร 3) เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันในการทำงานที่มีต่อการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามมีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร จำนวนทั้งสิ้น 45 คน โดยทำการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 จากจำนวนประชากรทั้งสิ้น 50 คน มีค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ 0.977 การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาโดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานโดยใช้การวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานการวิจัยกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย พบว่า 1) บุคลากรส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงานในระดับมาก โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรอยู่ในระดับมาก 2) ความผูกพันในการทำงานของบุคลากรอยู่ในระดับมาก โดยด้านความรู้สึกรักมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด 3) ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงาน และ 4) ปัจจัยด้านความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาการเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรผ่านการทำงานเป็นทีม การจัดกิจกรรมสร้างความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ในด้านการบริหารทรัพยากร ควรจัดสรรทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอ พัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กร และส่งเสริมการ

พัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง อีกทั้งควรจัดโครงการลดความเครียดจากการทำงาน กำหนดภาระงานที่เหมาะสม และพัฒนาระบบให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเสริมสร้างความผูกพันและรักษาบุคลากรให้คงอยู่กับองค์กรในระยะยาว

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการทำงาน ความผูกพันในการทำงาน การคงอยู่ในการทำงาน

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the level of work motivation among educational personnel at Raintree International School, Sathorn, 2) to examine the level of work engagement among educational personnel at Raintree International School, Sathorn, 3) to investigate the indirect effects of work environment and resource management factors on work retention through work engagement among educational personnel at Raintree International School, Sathorn, and 4) to analyze the influence of work engagement on work retention among educational personnel at Raintree International School, Sathorn. This research is a quantitative study using a 5-point rating scale questionnaire as a data collection tool. The sample consisted of 45 educational personnel at Raintree International School, Sathorn, representing 90% of the total population of 50 staff members, selected through random sampling. The questionnaire reliability coefficient was 0.977. Data were analyzed using descriptive statistics (frequency, percentage, mean, and standard deviation) path analysis to examine causal relationships, and verify the consistency between research hypotheses and empirical data.

The findings revealed that: 1) most personnel demonstrated high levels of work motivation, with both work environment and resource management factors at high levels, 2) work engagement was high, with the emotional aspect showing the highest mean score, 3) work environment and resource management factors had indirect effects on job retention through work engagement, and 4) work engagement factors significantly influenced educational personnel retention at a level of 0.01.

Therefore, school administrators should strengthen interpersonal relationships through team-based approaches, relationship-building activities, and participatory decision-making. Regarding resource management, they should ensure adequate resource allocation, develop effective internal communication systems, and promote continuous professional development. Additionally, they should implement stress reduction programs, establish

appropriate workload distributions, and develop efficient counseling systems to enhance organizational commitment and promote long-term personnel retention.

Keywords : work motivation, work engagement, work retention

บทนำ

ปัจจุบันสถานศึกษาหลายแห่งประสบปัญหาในการบริหารงานบุคคลที่เกิดจากการลาออกและโอนย้ายของบุคลากรทางการศึกษา ส่งผลกระทบต่อการขาดแคลนบุคลากรในการปฏิบัติงาน เป็นเหตุให้เกิดการบั่นทอนประสิทธิภาพของสถานศึกษาเป็นอย่างมาก การลาออกของบุคลากรนั้นเป็นสิ่งที่องค์กรไม่สามารถหลีกเลี่ยงและถือเป็นปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อการจัดการ การที่โรงเรียนมีอัตราการเข้า-ออกของครูและบุคลากรสูงและเกิดสภาวะการขาดแคลนครูและบุคลากร ย่อมส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ซึ่งปัญหาส่วนใหญ่เกิดจากปัญหาในด้านผลตอบแทนของครู ได้แก่ สวัสดิการ เงินเดือนที่ยังไม่จ่ายเต็มตามวุฒิ หรือจ่ายเงินเดือนเต็มแต่มีการเรียกคืนบางส่วน ครูที่มีความสามารถจะได้รับค่าตอบแทนที่ต่ำกว่าข้าราชการครูหลายเท่า เกิดเป็นความไม่ภูมิใจในอาชีพเพราะไม่มีความมั่นคงจึงลาออกทำให้เกิดการขาดแคลนครูและบุคลากรส่งผลเสียต่อการจัดการเรียนการสอน ในการบริหารหรือการปฏิบัติงานภายในองค์กรนั้น มนุษย์ถือเป็นทรัพยากรที่สำคัญ และการจะได้ทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพนั้น นอกจากองค์กรจะต้องกำหนดแนวทางในการพัฒนาและรักษาทรัพยากรมนุษย์ให้สามารถทำงานให้แก่องค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพและคงอยู่กับองค์กรอย่างยาวนานแล้ว การสร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่พนักงานในฐานะผู้ปฏิบัติงานนั้นยังถือเป็นสิ่งสำคัญอีกหนึ่งที่อาจจะเป็นส่วนช่วยในการลดปัญหาของการลาออกจากงานได้ (HR NOTE, 2564)

แรงจูงใจในการทำงานเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีความสำคัญในการบริหารจัดการทรัพยากรมนุษย์ เพื่อนำพาให้องค์กรสู่ความสำเร็จ (เกวลี พวงศรี, 2557) ในสภาวะที่ต้องแข่งขันกันเพื่อความอยู่รอด การนำนโยบายทรัพยากรมนุษย์มาใช้ในองค์กรเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากขึ้นจึงเป็นสิ่งสำคัญ มนุษย์จัดเป็นทรัพยากรที่มีความสำคัญที่ผู้บริหารขององค์กรจะต้องสรรหาและธำรงรักษาไว้ให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่ (กุลิสรา บุญมาเครือ, 2559) แรงจูงใจทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงานและเป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลเกิดการกระทำหรือมีการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม การสร้างแรงจูงใจจึงเปรียบเสมือนเครื่องมือในการแก้ไขปัญหา สามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมที่ไม่พึงประสงค์ของพนักงานได้

ด้วยปัญหาและความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์ สาทร์ เพื่อนำผลการศึกษามาเป็นแนวทางในการวางแผนและจัดการบุคลากรในองค์กร กำหนดแนวทางการพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมให้บุคลากรทางการศึกษามีความมั่นคงและเจริญก้าวหน้าในอาชีพ เกิดความผูกพันและการคงอยู่ในองค์กรที่ยาวนานขึ้น

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาท
2. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาท
3. เพื่อศึกษาปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาท
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันในการทำงานที่มีต่อการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาท

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงานเป็นพลังหรือแรงผลักดันทั้งภายนอกและภายในตัวบุคคลที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมที่กระตือรือร้น และรักษาพฤติกรรมนั้นไว้ (Daft, 2000) ด้านองค์ประกอบของแรงจูงใจ โดยเฉพาะแรงจูงใจในการปฏิบัติงานนั้น เฮอร์ซเบิร์ก และคณะ (Herzberg, Mausner, and Snyderman, 1959) ได้เสนอทฤษฎีสองปัจจัย แบ่งปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจเป็น 2 ประเภท คือ ปัจจัยจูงใจ (Motivational Factor) และปัจจัยค้ำจุน (Hygiene Factor) ซึ่งปัจจัยทั้งสองส่งผลต่อความพึงพอใจและการคงอยู่ในงานของบุคลากร

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กรเป็นความรู้สึกของพนักงานที่แสดงตนเป็นหนึ่งเดียวกับองค์กร มีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกองค์กรคนอื่น ๆ และเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อปฏิบัติภารกิจขององค์กร Meyer & Allen (1997) แบ่งความผูกพันต่อองค์กรเป็น 3 ด้าน ได้แก่ ความผูกพันด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อเนื้อ และความผูกพันในฐานะบรรทัดฐาน

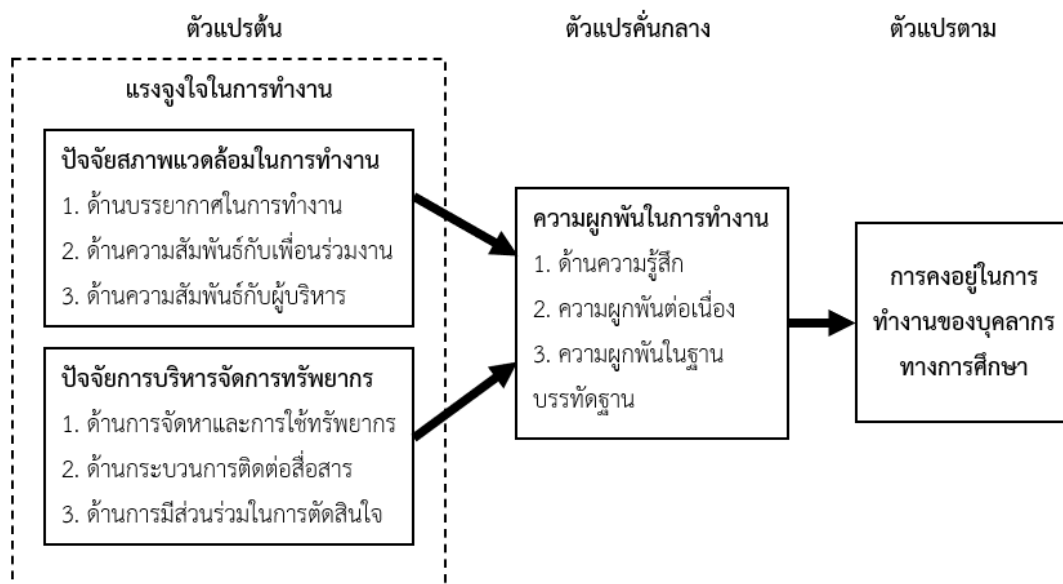
แนวคิดเกี่ยวกับการคงอยู่ในงาน

การคงอยู่ในงานหมายถึงการที่บุคคลมีความพึงพอใจและเต็มใจที่จะปฏิบัติงานในองค์กรเป็นระยะเวลาโดยไม่ได้คิดลาออก โดย Taunton, Krampitz & Wood (1989) ระบุปัจจัยที่มีผลต่อการคงอยู่ 4 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านบุคลากร ภาระงาน องค์กร และผู้บริหาร

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้ประยุกต์ขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎี 3 แนวคิด ได้แก่ แนวคิดแรงจูงใจในการทำงานของ Hoy and Miskel (1996) และ Steers (1977) ในด้านการบริหารจัดการทรัพยากร ประกอบด้วย การจัดหาและใช้ทรัพยากร กระบวนการติดต่อสื่อสาร และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ แนวคิดด้านสภาพแวดล้อมในการปฏิบัติงานของ Astin and Lee (1972) ที่เน้นบรรยากาศในการทำงาน ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และแนวคิดความผูกพันองค์กรของ Meyer & Allen (1997) ซึ่งประกอบด้วย ความผูกพันด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อเนื้อ และความผูกพันในฐานะบรรทัดฐาน จาก

การศึกษาแนวคิดทฤษฎีดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยได้กำหนดปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษา โดยมีตัวแปรต้น คือ แรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน และปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร ตัวแปรคั่นกลาง คือ ความผูกพันในการทำงาน และตัวแปรตาม คือ การคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษา เพื่อวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงานที่มีผลต่อความคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษา สามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร
2. ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร
3. ปัจจัยด้านความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบแผนการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เป็นการวิจัยเพื่อสำรวจตัวแปร เพื่อนำผลมาอธิบายการเกิดขึ้นของปรากฏการณ์ของตัวแปรนั้นโดยมุ่งเน้นการวิจัยเพื่อหาความมีอิทธิพลของตัวแปร

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ครู ครูผู้ช่วย ครูพี่เลี้ยง เจ้าหน้าที่ฝ่ายการเงิน เจ้าหน้าที่ฝ่ายบุคคล และเจ้าหน้าที่ฝ่ายธุรการของโรงเรียนนานาชาติเรนท์ริ สาทร์ จำนวนทั้งสิ้น 50 คน (ข้อมูลฝ่ายบุคคล, โรงเรียนนานาชาติเรนท์ริ สาทร์, 2567) และทำการสุ่มตัวอย่างร้อยละ 90 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 45 คน

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษา (จากการสังเคราะห์งานวิจัยของสุรพล สุวรรณแสง (2553), อุดม ใจบัณฑิต (2555), อารียา สดาร์ตัน (2556), วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์ (2558), นิศาชล ภูมิพื้นผล (2559), รัตน์สินี รื่นนุสาน, และ จุไรรัตน์ สุตรุ่ง (2560), อนงค์ศิริ โรจนโสดม, ภาวดี อนันต์นาวิ, และ สุวิชัย โกศัยยะวัฒน์ (2561), จิราพร โสตกแก้ว (2565), และภณทิลา ธนกิจวัช (2565) นำมาทำเป็นแบบสอบถามโดยผ่านผู้เชี่ยวชาญ) เป็นเครื่องมือในการวิจัยเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล โดยโครงสร้างแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะของแบบสอบถามมีให้เลือกตอบ (Checklist) จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านบรรยากาศในการทำงาน ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านความสัมพันธ์กับผู้บริหาร

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านการจัดหาและการใช้ทรัพยากร ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันในการทำงาน จำนวน 15 ข้อ ได้แก่ ด้านความรู้สึก ความผูกพันต่อเนื้อ และความผูกพันในฐานบรรทัดฐาน

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการวิจัยครั้งนี้ การหาค่า IOC ได้ค่าอยู่ระหว่าง 0.60 - 1.00 ถือว่ามีความตรงเชิงเนื้อหาและจากนั้นได้มีการทดสอบโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 30 คน ถูกนำมาวิเคราะห์คุณภาพด้านความเที่ยงตรงแบบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ได้เท่ากับ 0.977 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการศึกษาต่อไปได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เป็นการศึกษาข้อมูลโดยใช้โปรแกรม SPSS และ AMOS เพื่อทดสอบสมมติฐานงานวิจัย โดยใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ผลทางสถิติการวิเคราะห์เส้นทาง

(Path Analysis) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ และตรวจสอบความสอดคล้องระหว่างสมมติฐานการวิจัย กับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลการวิจัย

จากการศึกษาวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียน นานาชาติเรนท์รี สาทร ผลจากการศึกษาข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศ หญิง (ร้อยละ 93.33) อยู่ในช่วงอายุ 31-40 ปี (ร้อยละ 40.00) และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.00) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-30,000 บาท (ร้อยละ 46.67)

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น		
	M	SD	ผลลัพธ์
1. ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน	4.16	0.65	มาก
2. ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร	4.11	0.73	มาก
รวม	4.13	0.67	มาก

จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนนานาชาติ เรนท์รี สาทร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=4.13$, $SD=0.67$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าปัจจัย สภาพแวดล้อมในการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.16$, $SD=0.65$) รองลงมา คือปัจจัยการบริหารจัดการ ทรัพยากร ($M=4.11$, $SD=0.73$) โดยทั้งสองปัจจัยอยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน

ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น			
	M	SD	ผลลัพธ์	อันดับ
1. ด้านบรรยากาศในการทำงาน	4.16	0.63	มาก	2
2. ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.28	0.75	มาก	1
3. ด้านความสัมพันธ์กับผู้บริหาร	4.05	0.86	มาก	3
รวม	4.16	0.65	มาก	

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียน นานาชาติเรนท์รี สาทร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=4.16$, $SD=0.65$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.28$, $SD=0.75$) รองลงมา คือ ด้านบรรยากาศในการ ทำงาน ($M=4.16$, $SD=0.63$) และด้านความสัมพันธ์กับผู้บริหาร ($M=4.05$, $SD=0.86$) ตามลำดับ โดยทุกด้าน อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในด้านบรรยากาศในการทำงานแสดงให้เห็นว่า บุคลากรทางการศึกษา โรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร ให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแสงสว่างและการ ถ่ายเทอากาศ ($M=4.58$, $SD=0.66$) รวมถึงพื้นที่ทำงานที่เหมาะสม ($M=4.47$, $SD=0.73$) ในด้านความสัมพันธ์

กับเพื่อนร่วมงาน พบว่า การได้รับข้อเสนอแนะจากเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดข้อผิดพลาดมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.44$, $SD=0.87$) สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง สำหรับความสัมพันธ์กับผู้บริหาร บุคลากร รู้สึกได้รับความไว้วางใจในการปฏิบัติงานสำคัญ ($M=4.11$, $SD=0.83$) และได้รับคำแนะนำที่เป็นประโยชน์ ($M=4.09$, $SD=0.92$) แสดงให้เห็นถึงภาวะผู้นำที่เน้นการสนับสนุนและให้คำปรึกษา

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร

ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร	ระดับความคิดเห็น			
	M	SD	ผลลัพธ์	อันดับ
1. ด้านการจัดหาและการใช้ทรัพยากร	4.09	0.79	มาก	2
2. ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร	4.28	0.74	มาก	1
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.94	0.88	มาก	3
รวม	4.11	0.73	มาก	

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=4.11$, $SD=0.73$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสารมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.28$, $SD=0.74$) รองลงมา คือ ด้านการจัดหาและการใช้ทรัพยากร ($M=4.09$, $SD=0.79$) และด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($M=3.94$, $SD=0.88$) ตามลำดับ โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในด้านการจัดหาและการใช้ทรัพยากร บุคลากรให้ความสำคัญกับการจัดสรรตำแหน่งที่เอื้อต่อความสำเร็จของงาน ($M=4.29$, $SD=0.99$) และกระบวนการคัดเลือกบุคลากรที่มีความสามารถ ($M=4.16$, $SD=0.90$) ด้านกระบวนการติดต่อสื่อสาร พบว่า การทำงานเป็นทีมมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.49$, $SD=0.89$) และมีการเปิดโอกาสให้สื่อสารระหว่างหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง ($M=4.33$, $SD=0.83$) สะท้อนวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการทำงานร่วมกัน ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ บุคลากรมีโอกาสดูความคิดเห็นในการทำงาน ($M=4.11$, $SD=0.86$) และได้เข้าร่วมประชุมกับผู้บริหาร ($M=4.09$, $SD=0.90$) แต่การมีส่วนร่วมในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงานวิชาการยังมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($M=3.40$, $SD=1.21$)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันในการทำงาน

ความผูกพันในการทำงาน	ระดับความคิดเห็น			
	M	SD	ผลลัพธ์	อันดับ
1. ด้านความรู้สึกรัก	4.16	0.79	มาก	1
2. ความผูกพันต่อเนื้อเรื่อง	4.00	0.83	มาก	3
3. ความผูกพันในฐานะบรรทัดฐาน	4.03	0.84	มาก	2
รวม	4.07	0.78	มาก	

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($M=4.07$, $SD=0.78$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า

ด้านความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด (M=4.16, SD=0.79) รองลงมาคือด้านความผูกพันในฐานบรรทัดฐาน (M=4.03, SD=0.84) และด้านความผูกพันต่อเนื่อง (M=4.00, SD=0.83) ตามลำดับ โดยทุกด้านอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อในด้านความรู้สึก บุคลากรมีความรู้สึกเข้มแข็ง กระฉับกระเฉง และภาคภูมิใจในการทำงานที่โรงเรียนในระดับสูงสุด (M=4.36, SD=0.88, 0.91) แต่มีความพึงพอใจต่อผลตอบแทนในระดับต่ำสุด (M=3.80, SD=1.01) ด้านความผูกพันต่อเนื่อง บุคลากรแสดงความยินดีที่จะปกป้องชื่อเสียงของโรงเรียนในระดับสูงสุด (M=4.49, SD=0.76) แต่มีแนวโน้มที่จะย้ายหากมีทางเลือกที่ดีกว่า (M=3.67, SD=1.15) สะท้อนถึงความผูกพันเชิงผลประโยชน์ที่ยังไม่เข้มแข็งเท่าที่ควร ด้านความผูกพันในฐานบรรทัดฐาน บุคลากรแสดงความยินดีที่จะตอบแทนบุญคุณโรงเรียน (M=4.18, SD=0.86) และรู้สึกไม่ถูกต้องที่จะลาออกในช่วงเวลานี้ (M=4.09, SD=0.97) แสดงให้เห็นถึงความผูกพันเชิงจริยธรรมที่มีต่อองค์กร

ผลการวิเคราะห์การคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร ระหว่างปี พ.ศ. 2565-2567 พบว่า มีอัตราการเข้าทำงานทั้งสิ้น 38 อัตรา โดยตำแหน่งครูผู้ช่วยมีสัดส่วนสูงสุด (ร้อยละ 34.21) รองลงมา คือ ตำแหน่งครู (ร้อยละ 31.58) ในขณะที่มีอัตราการออกจากงานทั้งสิ้น 27 อัตรา โดยพบว่า ตำแหน่งครูผู้ช่วยมีอัตราการลาออกสูงสุด (ร้อยละ 40.74) รองลงมา คือ บุคลากรทางธุรการ (ร้อยละ 22.22)

จากความสัมพันธ์ของตัวแปรดังกล่าว แสดงให้เห็นว่าแม้บุคลากรจะมีความผูกพันทางด้านความรู้สึกและบรรทัดฐานในระดับสูง แต่ปัจจัยด้านผลตอบแทนและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจที่อยู่ในระดับต่ำกว่า อาจส่งผลกระทบต่อความผูกพันต่อเนื่องและการคงอยู่ของบุคลากร โดยเฉพาะในกลุ่มครูผู้ช่วยซึ่งเป็นบุคลากรใหม่ขององค์กร

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ทางสภาพแวดล้อมในการทำงาน

Path Analysis	DE	IE	TE	ผลการทดสอบสมมติฐาน
สภาพแวดล้อมในการทำงาน → ความผูกพันในการทำงาน	.0202**	-	.0202**	ยอมรับ
สภาพแวดล้อมในการทำงาน → การคงอยู่ในการทำงาน	-	0.081**	0.081**	ยอมรับ
ความผูกพันในการทำงาน → การคงอยู่ในการทำงาน	.0401**	-	.0401**	ยอมรับ

หมายเหตุ ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในการทำงานของสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร จากตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) พบว่าสภาพแวดล้อมในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการทำงาน (DE=0.202, p<0.01)

และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน (IE=0.081, $p<0.01$) ในขณะที่ความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อการคงอยู่ในการทำงาน (DE=0.401, $p<0.01$) แต่ไม่พบอิทธิพลทางอ้อม โดยมีค่าอิทธิพลรวมเท่ากับอิทธิพลทางตรง (TE=0.401, $p<0.01$)

ตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ทางการบริหารจัดการทรัพยากร

Path Analysis	DE	IE	TE	ผลการทดสอบสมมติฐาน
การบริหารจัดการทรัพยากร → ความผูกพันในการทำงาน	.0793**	-	.0793**	ยอมรับ
การบริหารจัดการทรัพยากร → การคงอยู่ในการทำงาน	-	0.318**	0.318**	ยอมรับ
ความผูกพันในการทำงาน → การคงอยู่ในการทำงาน	.0401**	-	.0401**	ยอมรับ

หมายเหตุ ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร์ จากตารางที่ 6 ผลการวิเคราะห์เส้นทางแสดงให้เห็นว่า การบริหารจัดการทรัพยากรมีอิทธิพลทางตรงต่อความผูกพันในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ (DE=0.793, $p<0.01$) และมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงานผ่านความผูกพันในการทำงาน (IE=0.318, $p<0.01$) ในขณะที่ความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลทางตรงต่อการคงอยู่ในการทำงาน (DE=0.401, $p<0.01$) แต่ไม่พบอิทธิพลทางอ้อม โดยมีค่าอิทธิพลรวมอย่างมีนัยสำคัญ (TE=0.401, $p<0.01$)

ตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เส้นทาง (Path Analysis) ปัจจัยด้านความผูกพันในการทำงาน

ความมีอิทธิพลระหว่างตัวแปร	Regression Weights				R ²
	Estimate	S.E.	t	p	
ความผูกพันในการทำงานกับการคงอยู่ของบุคลากร	0.401	.0034	11.679**	0.000	0.024

หมายเหตุ ** หมายถึง ระดับนัยสำคัญที่ 0.01

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยด้านความผูกพันในการทำงานมีอิทธิพลต่อการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาของโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร์ จากตารางที่ 7 ผลการวิเคราะห์เส้นทางระหว่างความผูกพันในการทำงานและการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนนานาชาติเรนท์รี สาทร์ แสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.401$, $t=11.679$, $p<0.01$) ผลการวิเคราะห์พบว่า

ความผูกพันในการทำงานสามารถอธิบายความแปรปรวนของการคงอยู่ในการทำงานได้ร้อยละ 2.4 ($R^2=0.024$) โดยมีค่าความคลาดเคลื่อนมาตรฐานค่อนข้างต่ำ ($S.E.=0.034$)

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงานจากปัจจัยสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการทรัพยากร โดยเฉพาะด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นจากการได้รับข้อเสนอแนะจากเพื่อนร่วมงานเมื่อเกิดข้อผิดพลาด ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Alderfer (1969) ที่กล่าวว่า ความสัมพันธ์เป็นความต้องการทางสังคมที่สำคัญในการทำงาน นอกจากนี้ บรรยากาศการทำงานที่เหมาะสมทั้งด้านกายภาพและอุปกรณ์ที่ทันสมัยมีส่วนส่งเสริมประสิทธิภาพการทำงาน โดยบุคลากรให้ความสำคัญกับสภาพแวดล้อมทางกายภาพ โดยเฉพาะแสงสว่างและการถ่ายเทอากาศ รวมถึงพื้นที่ทำงานที่เหมาะสม สะท้อนให้เห็นว่าโรงเรียนมีการจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการปฏิบัติงานของบุคลากร ในด้านการบริหารจัดการทรัพยากร พบว่าด้านกระบวนการสื่อสารและการทำงานเป็นทีมมีความสำคัญสูงสุด โดยเฉพาะการทำงานเป็นทีม และการเปิดโอกาสให้สื่อสารระหว่างหน่วยงานอย่างต่อเนื่อง สะท้อนให้เห็นถึงวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นการทำงานร่วมกัน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg (1993) ที่กล่าวถึงปัจจัยค่าจูงใจที่ช่วยรักษาแรงจูงใจในการทำงาน ส่วนด้านความผูกพันในการทำงาน พบว่าบุคลากรมีความผูกพันระดับสูง โดยเฉพาะด้านความรู้สึกรักและบรรทัดฐาน ที่บุคลากรมีความรู้สึกเข้มแข็ง กระฉับกระเฉง และภาคภูมิใจในการทำงาน บุคลากรแสดงความยินดีที่จะตอบแทนบุญคุณโรงเรียน และรู้สึกไม่ถูกต้องที่จะลาออกในช่วงเวลานี้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Meyer & Allen (1997) เกี่ยวกับความมุ่งมั่นทั้งด้านทัศนคติและพฤติกรรม ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมและการบริหารจัดการไม่ได้มีอิทธิพลโดยตรงต่อการคงอยู่ในการทำงานของบุคลากร แต่ส่งผลทางอ้อมผ่านความผูกพันในการทำงานของบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของ สติรพร เชาว์นชัย (2564) ที่พบว่าการคงอยู่ในการทำงานของครูโรงเรียนเอกชนจังหวัดพิษณุโลกอยู่ในระดับมาก โดยเกิดจากการที่ผู้บริหารสนับสนุนให้ครูได้ทำงานร่วมกันและปฏิบัติต่อคณะครูอย่างเป็นกันเอง จนเกิดความรู้สึกรักและผูกพันต่อโรงเรียน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พลลภ จิระโร (2563) ที่พบว่าแรงจูงใจในการทำงานของครูและบุคลากรทางการศึกษาโรงเรียนในสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจังหวัดชุมพรโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ดังนั้น การรักษาบุคลากรให้คงอยู่จึงควรให้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันผ่านการจัดการสภาพแวดล้อมและทรัพยากรที่เหมาะสม โดยเฉพาะการสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนาความสัมพันธ์ การส่งเสริมการทำงานเป็นทีม และการเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ซึ่งจะนำไปสู่การคงอยู่ในการทำงานของบุคลากรอย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ผลจากการวิจัยระดับแรงจูงใจในการทำงาน พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่มีแรงจูงใจในการทำงานในระดับมาก ($M=4.13$) โดยปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.16$) รองลงมา คือ ปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากร ($M=4.11$) ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการทำงานเป็นทีมและจัด

กิจกรรมเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากร เพื่อสร้างบรรยากาศการทำงานที่เป็นมิตรและเกิดความไว้วางใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ควรพัฒนาระบบการจัดการความเครียดและการให้คำปรึกษาแก่บุคลากรที่มีประสิทธิภาพ ควบคู่ไปกับการเพิ่มการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจของบุคลากร โดยเฉพาะในประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างการบริหารงานวิชาการ รวมทั้งควรพัฒนาระบบการบริหารจัดการความสัมพันธ์ระหว่างผู้บริหารและบุคลากรให้มีความใกล้ชิดมากขึ้น เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม

2. ผลจากการวิจัยระดับความผูกพันในการทำงาน พบว่า บุคลากรมีความผูกพันในระดับมาก ($M=4.07$) โดยด้านความรู้สึกมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($M=4.16$) ผู้บริหารควรดำเนินการจัดการทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง โดยเริ่มจากการพัฒนาระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการให้มีความเหมาะสมและแข่งขันได้ เนื่องจากบุคลากรมีแนวโน้มจะย้ายงานหากมีทางเลือกที่ดีกว่า ควบคู่ไปกับการจัดทำแผนความก้าวหน้าในสายอาชีพ (Career Path) ที่ชัดเจน โดยเฉพาะตำแหน่งครูผู้ช่วยที่มีอัตราการลาออกสูงถึงร้อยละ 40.74 นอกจากนี้ควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบการดูแลและพี่เลี้ยง (Mentoring System) สำหรับบุคลากรใหม่ พร้อมทั้งจัดให้มีการฝึกอบรมเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง มีระบบการให้คำแนะนำปรึกษาที่ชัดเจนและมีประสิทธิภาพ รวมถึงการกำหนดภาระงานและขอบเขตความรับผิดชอบของบุคลากรแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน เพื่อช่วยในการปรับตัว การเรียนรู้งาน ลดอัตราการลาออก และส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายขององค์กร

3. ผลจากการวิจัยปัจจัยสภาพแวดล้อมในการทำงานและปัจจัยการบริหารจัดการทรัพยากรมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงาน ผลการวิเคราะห์เส้นทาง พบว่า ทั้งสองปัจจัยมีอิทธิพลทางอ้อมต่อการคงอยู่ในการทำงาน โดยส่งผ่านความผูกพันในการทำงาน ผู้บริหารควรบริหารจัดการสภาพแวดล้อมในการทำงานและทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดสรรทรัพยากรและสิ่งอำนวยความสะดวกให้เพียงพอต่อการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งรักษามาตรฐานการจัดสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสม ทั้งด้านกายภาพและการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงาน นอกจากนี้ควรพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กรให้มีประสิทธิภาพ และเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การดำเนินการดังกล่าวจะช่วยให้บุคลากรเกิดความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร สามารถปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ ดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ บุคลากรเกิดความพึงพอใจและตัดสินใจคงอยู่ในองค์กรต่อไป

4. ผลจากการวิจัยอิทธิพลของความผูกพันในการทำงานที่มีต่อการคงอยู่ในการทำงาน พบว่า มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\beta=0.401, p<0.01$) การสร้างความผูกพันในองค์กรควรให้ความสำคัญกับการดูแลคุณภาพชีวิตของบุคลากร โดยการจัดกิจกรรมที่ช่วยลดความเครียดและส่งเสริมคุณภาพชีวิตอย่างต่อเนื่อง ควบคู่ไปกับการพัฒนาระบบการให้คำปรึกษาที่มีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรมีการสนับสนุนการทำงานอย่างใกล้ชิด เพื่อสร้างความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร รวมทั้งพัฒนาระบบการยกย่องชมเชยที่เหมาะสมเพื่อสร้างขวัญกำลังใจในการทำงาน การดำเนินการเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความผูกพันของบุคลากรต่อองค์กรและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานโดยรวม

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยควรขยายขอบเขตการศึกษาไปสู่การวัดดัชนีความสุขในการทำงาน (Work Happiness Index) และการตอบสนองความต้องการของบุคลากร เพื่อพัฒนาเครื่องมือในการประเมินและปรับปรุงกลยุทธ์การรักษาบุคลากร
2. ควรพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยให้ครอบคลุมปัจจัยภายในและภายนอกองค์กรที่หลากหลายมากขึ้น อาทิ ความภูมิใจในองค์กร และความปลอดภัยในการทำงาน โดยใช้วิธีแบบผสมผสาน (Mixed Methods) ที่รวมการวิจัยเชิงปริมาณและการสัมภาษณ์เชิงลึก เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมและสะท้อนความเป็นจริงในทุกมิติ
3. การศึกษาในอนาคตควรพิจารณาตัวแปรเพิ่มเติมที่อาจส่งผลต่อการคงอยู่ของบุคลากร เช่น วัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำ คุณภาพชีวิต ดุลยภาพระหว่างชีวิตส่วนตัวและการทำงาน (Work-Life Balance) และประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน เพื่อให้เข้าใจปรากฏการณ์การคงอยู่ของบุคลากรได้อย่างลึกซึ้งยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กอบกุล ต๊ะปะแสง. (2563). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูและบุคลากร โรงเรียนเบญจมราชูทิศ ราชบุรี. [รายงานการวิจัย]. สาขาการบัญชีคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เกวลี พวงศรี. (2557). การศึกษาปัจจัยคุณสมบัติส่วนบุคคล แรงจูงใจ และสภาพแวดล้อมในการ ทำงานที่มีต่อความผูกพันต่อองค์กร: กรณีศึกษา บริษัท วินสัน กรุ๊ป [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- จิราพร โสตะแก้ว. (2565). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในงานอาชีพของข้าราชการครูสังกัด กรุงเทพมหานคร [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- ณัฐดนัย ไทยถาวร. (2561). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูโรงเรียนระดับประถมศึกษา จังหวัดสระบุรี [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- นิตาชล ภูมิพันธ์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการคงอยู่ของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท เดลแมกซ์ แมชชีนเนอรี จำกัด. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี].
- บุศกุล. (2567). โรงเรียนนานาชาติเรนทรี สาทร.
- พัลลภ จิระโร. (2563). แรงจูงใจในการทำงานคุณภาพของผู้เรียนโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น. วารสารการวัดประเมินผล สถิติและการวิจัยทางสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 1(2), 33-44.
- ภัณฑิลา ธนกิจธวัช. (2565). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจคงอยู่ในงานของครูโรงเรียนเอกชนในระบบที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดนครปฐม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- รัตน์สินี รื่นนุสาน, และ จุไรรัตน์ สุดรุ่ง. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ของครูโรงเรียนประจำสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. วารสารอิเล็กทรอนิกส์ทางการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 13(4). 374-387.

- วรินทร์ ทรงเกียรติศักดิ์. (2558). ปัจจัยสภาพแวดล้อม ปัจจัยความปลอดภัย และปัจจัยแรงจูงใจในการทำงาน ที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานโรงงานและหน่วยสนับสนุนของโรงงานน้ำตาล สหเรือ่ง จำกัด จังหวัดมุกดาหาร. [การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].
- สถิรพร เขาวนชัย. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการคงอยู่ในการทำงานของครูโรงเรียนเอกชนจังหวัดพิษณุโลก. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม, 15(1), 158-168.
- สุรพล สุวรรณแสง. (2553). ปัจจัยการคงอยู่ของครูโรงเรียนเอกชนในระบบที่จัดการศึกษาขั้นพื้นฐานในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาปทุมธานี เขต 2. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต].
- อนงค์ศิริ โรจนโสดม, ภาวดี อนันต์นาวี, และ สุวิชัย โกศัยยะวัฒน์. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของครูโรงเรียนสังกัดองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. วารสารบัณฑิตศึกษา, 17(76). 56-66.
- อารียา สตาร์ตัน. (2556). การจัดสภาพแวดล้อมในสถานศึกษาของโรงเรียนสังกัดกรุงเทพมหานคร สำนักงานเขตราชเทวี. [สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ].
- อุดม ใจบัณฑิต. (2555). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การของครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ใน 3 จังหวัดภาคใต้ตอนล่าง. [การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช].
- Astin A.W. (1972). *The College Environment*. New York: America Council on Education.
- Alderfer, & Clayton P. (1979). *A New Theory of Human Needs Organizational Behavior and Performance* (4th ed.). New York: Mc Graw - Hill.
- Herzberg, F., & Mausner, B., & Snyderman, B. (1993). *The motivation to work*. New Brunswick: Transaction Publishers.
- Hoy, W.K., & Miskel, C.G. (1996). *Education Administration: Theory, Research, and Practice* (5th ed.). McGraw-Hill.
- Meyer, J., & Allen, N. (1997). *Commitment in the Workplace: Theory, Research, and Application* (2nd ed.). Sage Publications, Thousand Oaks.
- Robbins, S. (1993). *Organizational Behavior* (6th ed.). Prentice Hall, Englewood Cliffs.
- Steers, R.M., & Porter Lyman W. (1983). *Motivation and work Behavior* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Taunton, R.L., & Krampitz, S.D., & Woods, C. Q. (1989). Manager impact on retention of hospital staff: Part 1. *The Journal of nursing administration*, 19(3), 14-19.

การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพฯ
Participation in Educational Quality Assurance of Personnel at Central International School, Bangkok

เดือนเต็ม นิธิกรสกุล¹ ณัฐชัย ศรีเอี่ยม² และ วราภรณ์ ไทยมา³

¹หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, duantem.nit@spu.net

²หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, nuttachai.sr@spu.ac.th

³หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา

วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม, waraporn.th@spu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี และ 2) วิเคราะห์ SWOT analysis (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ เก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด 52 คน ประกอบด้วยบุคลากรสายวิชาการ 24 คน และสายสนับสนุน 28 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามที่ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ เพื่อวัดระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา มีค่าความเชื่อมั่น 0.94 และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค 0.97 และ 2) แบบสอบถามปลายเปิดเพื่อรวบรวมข้อมูลสำหรับการวิเคราะห์ SWOT analysis (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.73$, $\sigma = 0.01$) โดยด้านการปฏิบัติตามแผน (Do) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\mu = 4.44$, $\sigma = 0.03$) รองลงมาคือด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act) ($\mu = 3.58$, $\sigma = 0.04$) ส่วนด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Plan) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ($\mu = 3.40$, $\sigma = 0.06$) ผลการวิเคราะห์ SWOT analysis (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) พบจุดแข็งคือบุคลากรมีทัศนคติเชิงบวก มีวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง และใช้เทคโนโลยีทันสมัย จุดอ่อนคือการบริหารจัดการภาระงานไม่เหมาะสม ขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับเกณฑ์ และปัญหาการสื่อสารระหว่างแผนก โอกาสคือการใช้เครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันและองค์กรนานาชาติ และโอกาสพัฒนาศักยภาพบุคลากร อุปสรรคคือความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษาและการเปลี่ยนแปลงนโยบาย

ข้อเสนอแนะ สถานศึกษาควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการวางแผน พัฒนาระบบแรงจูงใจ ลดภาระงาน และจัดการอบรมเพื่อเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการประกันคุณภาพการศึกษา

คำสำคัญ : การมีส่วนร่วม, การประกันคุณภาพการศึกษา, วงจร PDCA

Abstract

The objectives of this research aimed to: 1) analyze the level of participation in educational quality assurance among personnel at Central International School, and 2) conduct a SWOT analysis (Strengths, Weaknesses, Opportunities, and Threats) of personnel participation in educational quality assurance. This survey research collected data from a total population of 52 personnel, consisting of 24 academic staff and 28 support staff. The research instruments comprised two parts: 1) a 5-level rating scale questionnaire to evaluate participation levels in educational quality assurance, with a reliability of 0.94 and Cronbach's alpha coefficient of 0.97, and 2) open-ended questions for SWOT analysis data collection. Data was analyzed using percentages, mean, standard deviations, and content analyses.

The findings revealed that: the overall participation level was high ($\mu = 3.73$, $\sigma = 0.01$). The implementation phase (Do) showed the highest mean ($\mu = 4.44$, $\sigma = 0.03$), followed by the improvement phase (Act) ($\mu = 3.58$, $\sigma = 0.04$), while the planning phase (Plan) was the lowest mean ($\mu = 3.40$, $\sigma = 0.06$). The SWOT analysis revealed strengths including positive staff attitudes, strong teamwork culture, and modern technology usage; weaknesses in workload management, lack of in-depth understanding of criteria, and interdepartmental communication issues; opportunities in networking with international institutions and staff development possibilities; and threats from cultural and language differences and policy changes.

Recommendations included promoting participation in planning, developing incentive systems, reducing workload, and providing training to enhance understanding of educational quality assurance.

Keywords : Participation, Educational Quality Assurance, PDCA Cycle

บทนำ

การประกันคุณภาพการศึกษาถือเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาและยกระดับคุณภาพการศึกษา โดยมีกรอบกฎหมายรองรับตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 มาตรา 47 และ 48 ที่กำหนดให้สถานศึกษาต้องมีระบบการประกันคุณภาพทั้งภายในและภายนอก และยังสอดคล้องกับกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561 ที่กำหนดให้โรงเรียนในระบบนานาชาติต้องจัดระบบประกันคุณภาพภายในให้สอดคล้องกับมาตรฐานของชาติ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2561) ในการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษา วงจรคุณภาพ PDCA ของเดมมิ่ง (Deming, 1986) ถือเป็นเครื่องมือสำคัญที่ต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ประกอบด้วย การวางแผน (Plan) การดำเนินงาน (Do) การตรวจสอบ (Check) และ

การพัฒนาปรับปรุง (Action) โดยการประกันคุณภาพการศึกษาไม่ได้เป็นเพียงการปฏิบัติตามกฎหมายเท่านั้น แต่เป็นกระบวนการสำคัญที่มีวัตถุประสงค์ในการตรวจสอบและประเมินผลการดำเนินงาน เพื่อสร้างความมั่นใจแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในคุณภาพการศึกษา ซึ่งจำเป็นต้องได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายในทุกขั้นตอน (ลัดดาวรรณ ญ ระนอง, 2559)

โรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นโรงเรียนขนาดเล็กที่มุ่งจัดการศึกษาที่มีคุณภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของสังคม พบว่าแม้จะได้รับการประเมินคุณภาพภายนอกจากสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษาในระดับ "ดี" แต่ยังมีข้อจำกัดในการดำเนินงานประกันคุณภาพ โดยเฉพาะปัญหาการมีส่วนร่วมของบุคลากรในขั้นตอนต่างๆ และการวางแผนที่ไม่ชัดเจน เกิดการทำงานที่ซ้ำซ้อน (รายงานการประเมินคุณภาพภายนอก โรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี, 2564-2565) ทั้งนี้ ความสำเร็จของการประกันคุณภาพการศึกษานั้นจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรทุกฝ่าย ไม่ใช่เพียงผู้บริหารเท่านั้น เนื่องจากการบริหารแบบมีส่วนร่วมจะช่วยสร้างความรับผิดชอบ แรงจูงใจ และความภาคภูมิใจในการปฏิบัติงาน (Doe & Smith, 2021) ดังนั้นเพื่อให้การบริหารงานประกันคุณภาพการศึกษา เป็นไปตามเป้าหมายที่กำหนด ผู้ศึกษาจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพสถานศึกษา เพื่อนำผลการศึกษามีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพสถานศึกษาที่ได้มาปรับปรุงและนำไปสู่การพัฒนา การวิจัยครั้งนี้จะให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี ซึ่งเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษา หน่วยงานต้นสังกัด สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการศึกษา โดยใช้การวิเคราะห์ SWOT (การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ) เป็นเครื่องมือในการประเมินสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก เพื่อค้นหาจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ข้อมูลนี้จะช่วยในการวางแผน ควบคุม ส่งเสริม และปรับปรุงการดำเนินงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษาให้มีประสิทธิภาพสูงขึ้น ช่วยในการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และกลยุทธ์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา นอกจากนี้ ยังช่วยเสริมสร้างเจตคติที่ดีในการประกันคุณภาพการศึกษาให้กับผู้ที่เกี่ยวข้อง และเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาในปีการศึกษาถัดไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพมหานคร ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA
2. เพื่อวิเคราะห์ SWOT analysis การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพมหานคร ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA

แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎี ในการมีส่วนร่วม

แนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องจากนักวิชาการหลายท่าน โดยมีรากฐานสำคัญจากทฤษฎีด้านแรงจูงใจและความต้องการของมนุษย์ เริ่มจากเฮิร์ซเบิร์กที่อธิบายว่าการมีส่วนร่วมเกิดจากปัจจัยสองประการ คือ ปัจจัยจูงใจที่สร้างความพึงพอใจ และปัจจัยสุขอนามัยที่ป้องกันความไม่พึงพอใจในการทำงาน (Herzberg, 1968) แนวคิดนี้ได้รับการเสริมด้วยทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด ที่ชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมเกิดจากการตอบสนองความต้องการพื้นฐาน 3 ประการ ได้แก่ ความต้องการความสำเร็จ อำนาจ และความสัมพันธ์ ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้เกิดการมีส่วนร่วมในองค์กร (McClelland, 1961) ในมิติของการปฏิบัติ Cohen และ Uphoff (2024) ได้เสนอองค์ประกอบสำคัญของการมีส่วนร่วม 4 ด้าน ได้แก่ การร่วมตัดสินใจ การร่วมดำเนินงาน การร่วมรับผลประโยชน์ และการร่วมประเมินผล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปริศนา จิณวงศ์ (2556) ที่แบ่งระดับการมีส่วนร่วมเป็น 5 ระดับ เริ่มจากไม่มีส่วนร่วม การรับรู้ การร่วมคิด การร่วมปฏิบัติ จนถึงระดับสูงสุด ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการมีส่วนร่วมเป็นผลมาจากการตอบสนองความต้องการขั้นพื้นฐานไปจนถึงขั้นสูงสุด และมีระดับการมีส่วนร่วมที่แตกต่างกัน ความเข้าใจนี้จะนำไปสู่การพัฒนาและส่งเสริมการมีส่วนร่วมที่มีประสิทธิภาพในองค์กรต่อไป

แนวคิดการประกันคุณภาพสถานศึกษา

การประกันคุณภาพสถานศึกษาเป็นกระบวนการพัฒนาคุณภาพการศึกษาที่มีกฎหมายรองรับตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 โดยกำหนดให้สถานศึกษาจัดให้มีระบบการประกันคุณภาพทั้งภายในและภายนอก (พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ, 2542) การประกันคุณภาพภายในเป็นการควบคุมติดตาม และประเมินคุณภาพการจัดการศึกษาโดยสถานศึกษาและหน่วยงานต้นสังกัด ประกอบด้วย การดำเนินงาน 6 ด้านหลักตามกฎกระทรวง ได้แก่ การกำหนดมาตรฐานการศึกษา การจัดทำแผนพัฒนา การดำเนินงานตามแผน การประเมินผลและตรวจสอบ การติดตามผล และการจัดทำรายงานประเมินตนเอง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2561)

หลักการสำคัญของการประกันคุณภาพภายในคือ การกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ โดยใช้วงจรคุณภาพ PDCA เป็นเครื่องมือในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง มีเป้าหมายเพื่อสร้างความมั่นใจให้ผู้เกี่ยวข้องว่าผู้เรียนจะได้รับการศึกษาที่มีคุณภาพตามมาตรฐาน (Moen & Norman, 2009) การประกันคุณภาพภายนอกดำเนินการโดยสำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (สมศ.) เพื่อประเมินคุณภาพและให้การรับรองมาตรฐานการศึกษา โดยพิจารณาจากรายงานการประเมินตนเอง และการตรวจเยี่ยมสถานศึกษา เพื่อนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาอย่างต่อเนื่อง (บุรพพร กาบุญ และชลกนก โฆษิตคณิน, 2560)

แนวคิดและทฤษฎีวงจร PDCA

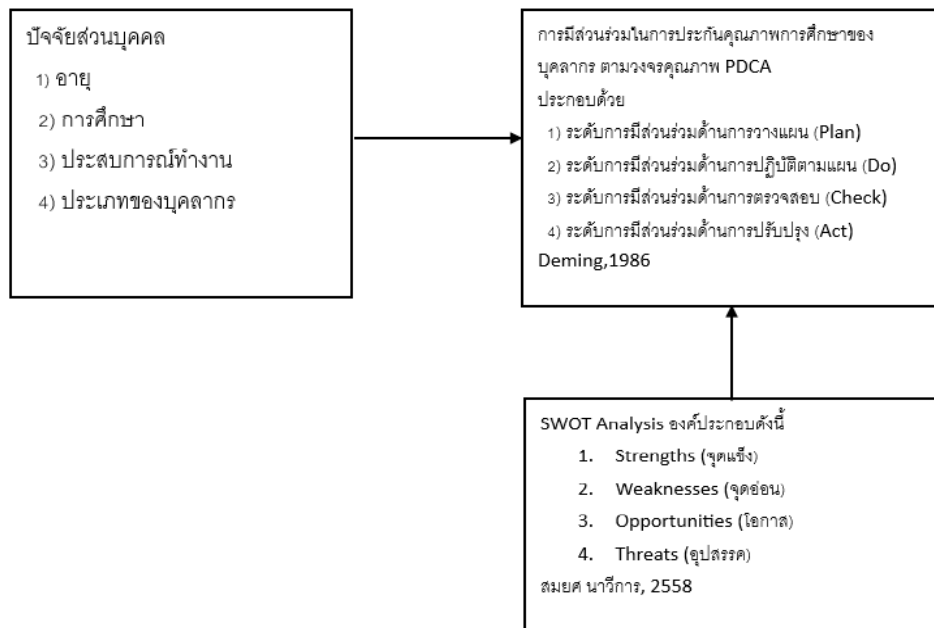
วงจร PDCA เป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาคุณภาพอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง ที่พัฒนาขึ้นโดย Dr. Walter Shewhart และเผยแพร่โดย Dr. William Edwards Deming ในช่วงทศวรรษ 1950 (Moen &

Norman, 2009) โดยประกอบด้วย 4 ขั้นตอนที่เชื่อมโยงกันเป็นวงจร เริ่มจากขั้นตอนการวางแผน (Plan) ที่มีการกำหนดเป้าหมาย วิเคราะห์สภาพปัญหาและความต้องการ เพื่อนำมาจัดทำแผนปฏิบัติการ จากนั้นเข้าสู่ขั้นปฏิบัติ (Do) ที่ดำเนินการตามแผนที่วางไว้ พร้อมเก็บรวบรวมข้อมูลและบันทึกผลการดำเนินงาน ต่อด้วยขั้นตรวจสอบ (Check) ที่ประเมินผลโดยเปรียบเทียบกับเป้าหมาย วิเคราะห์ปัญหาอุปสรรคที่พบ และขั้นสุดท้ายคือการปรับปรุง (Act) ที่นำผลการประเมินมากำหนดมาตรฐานใหม่ ปรับปรุงแก้ไขส่วนที่มีปัญหา และวางแผนการดำเนินงานในระยะต่อไป (Isniah, Purba & Debora, 2020) การใช้วงจร PDCA อย่างต่อเนื่องจะช่วยให้การพัฒนาคุณภาพเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะมีการตรวจสอบและปรับปรุงอยู่เสมอ ทำให้เกิดการพัฒนายั่งยืน สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้รับบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Johnson, 2016) สอดคล้องกับแนวทางการประเมินของ สมศ. ที่นำวงจร PDCA มาเป็นกรอบในการประเมินคุณภาพภายนอกสถานศึกษา เพื่อพัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาของสถานศึกษาให้สูงขึ้น (สำนักงานรับรองมาตรฐานและประเมินคุณภาพการศึกษา (องค์การมหาชน), 2564)

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ได้แนวคิดและทฤษฎีหลายประการมาเป็นรากฐานในการพัฒนารอบแนวคิดการวิจัยอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการนำแนวคิดและทฤษฎีการมีส่วนร่วมของ Cohen และ Uphoff (2024) ซึ่งได้นำเสนอองค์ประกอบการมีส่วนร่วมทั้ง 4 ด้านมาเป็นพื้นฐานในการกำหนดตัวแปรการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ ควบคู่ไปกับการใช้ทฤษฎีแรงจูงใจของเฮิร์ซเบิร์กที่อธิบายถึงปัจจัยจูงใจและปัจจัยสุขอนามัย รวมถึงทฤษฎีความต้องการของแมคคลีแลนด์เกี่ยวกับความต้องการความสำเร็จ อำนาจ และความสัมพันธ์ มาเป็นแนวทางในการอธิบายปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากร นอกจากนี้ แนวคิดการประกันคุณภาพสถานศึกษาที่มีหลักการสำคัญสามประการ ได้แก่ การกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วม และความรับผิดชอบที่ตรวจสอบได้ ได้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบในการศึกษาการมีส่วนร่วมของบุคลากร โดยมีแนวทางการประกันคุณภาพตามพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติเป็นพื้นฐานในการกำหนดขอบเขตการศึกษา สำหรับทฤษฎีวงจร PDCA ของ Deming ได้ถูกนำมาใช้เป็นกรอบหลักในการกำหนดตัวแปรตามทั้ง 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน (Plan) การปฏิบัติตามแผน (Do) การตรวจสอบ (Check) และการปรับปรุง (Act)

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ ผ่านแบบสอบถามถึงการมีส่วนร่วมของบุคลากรกลุ่มประชากร โดยได้กำหนดต้น ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ 1) อายุ 2) การศึกษา 3) ประสบการณ์ทำงาน 4) ประเภทของบุคลากร ตัวแปรตาม 4 ด้าน ตามแนวคิดการวงจรการบริหารงานคุณภาพวงจร PDCA (Deming, 1986) ได้แก่ 1) การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน (Plan) 2) การมีส่วนร่วมด้านการปฏิบัติตามแผน (Do) 3) การมีส่วนร่วมด้านการตรวจสอบ (Check) 4) การมีส่วนร่วมด้านการปรับปรุง (Act)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

- 1.การมีส่วนร่วมด้านการวางแผน (Plan) 2.การมีส่วนร่วมด้านการดำเนินงาน (Do)
3. การมีส่วนร่วมด้านการตรวจสอบ (Check) และ 4.การมีส่วนร่วมด้านการปรับปรุง (Act)

วิธีดำเนินการวิจัย

1. แบบแผนการวิจัย

การวิจัยเรื่องการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรีนี่ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมีการดำเนินการเป็น 2 ระยะ คือ การเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูล และการวิเคราะห์ SWOT เพื่อนำไปสู่การพัฒนาการประกันคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษา

2. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยคือบุคลากรทั้งหมดของโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรีนี่ จำนวน 52 คน ประกอบด้วยบุคลากรสายวิชาการ (ครูผู้สอน) 24 คน และบุคลากรสายสนับสนุน 28 คน โดยไม่มีการสุ่มตัวอย่างเนื่องจากใช้ประชากรทั้งหมด

3. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้น แบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่ (1) แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เป็นแบบตรวจสอบรายการ (2) แบบสอบถามการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาตามวงจร PDCA เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ครอบคลุม 4 ด้าน และ (3) คำถามปลายเปิดเกี่ยวกับ SWOT analysis จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรคในการมีส่วนร่วม

4. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

ในการศึกษาครั้งนี้ การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือดำเนินการโดยให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาและหาค่า IOC โดยมีค่าความเชื่อมั่นที่ 0.94 ได้มีการทดสอบโดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) กับตัวอย่างอื่น ๆ ที่มีลักษณะใกล้เคียงกันจำนวน 30 คน ถูกนำมาวิเคราะห์คุณภาพด้านความเที่ยงตรงแบบความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) ใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่า ได้เท่ากับ 0.97 แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่จะดำเนินการศึกษาต่อไปได้

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย (บุญชม ศรีสะอาด, 2563) ดังนี้

ค่าเฉลี่ย 4.51 - 5.00 หมายถึง มีส่วนร่วมในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 3.51 - 4.50 หมายถึง มีส่วนร่วมในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 2.51 - 3.50 หมายถึง มีส่วนร่วมในระดับปานกลาง

ค่าเฉลี่ย 1.51 - 2.50 หมายถึง มีส่วนร่วมในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.50 หมายถึง มีส่วนร่วมในระดับน้อยที่สุด

2. การวิเคราะห์ข้อมูลจากคำถามปลายเปิดโดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 สถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรีตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 71.15 มีอายุ 20-30 ปี มากที่สุด และมีอายุระหว่าง 51-60 ปี น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.85 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษา ระดับปริญญาตรี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 80.77 และมีวุฒิการศึกษาปริญญาโท น้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 3.85 ส่วนใหญ่มีประสบการณ์การทำงาน 1-5 ปี และมากกว่า 5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 44.23 และส่วนใหญ่เป็นสายสนับสนุน มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 53.85

ตอนที่ 2 การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา

จากการศึกษาการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทริล ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA โดยการวิเคราะห์หาค่าเฉลี่ย (Mean: μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation: σ) ระดับของระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ผลการวิเคราะห์ ข้อมูล ปรากฏดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ การศึกษา ในภาพรวม

การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา	ระดับการมีส่วนร่วม		
	μ	σ	ระดับ
1. ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Plan)	3.40	0.06	ปานกลาง
2. ด้านการปฏิบัติตามแผน (Do)	4.44	0.03	มาก
3. ด้านการตรวจสอบหรือการประเมิน (Check)	3.50	0.05	ปานกลาง
4. ด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act)	3.58	0.04	มาก
รวม	3.73	0.01	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\mu = 3.73$, $\sigma = 0.01$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมาก 2 ด้าน และปานกลาง 2 ด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการปฏิบัติตามแผน (Do) ($\mu = 4.44$, $\sigma = 0.03$) รองลงมาคือ ด้านการ ปรับปรุงและพัฒนา (Act) ($\mu = 3.58$, $\sigma = 0.04$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Plan) ($\mu = 3.40$, $\sigma = 0.06$)

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ การศึกษา ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Plan)

ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Plan)	ระดับการมีส่วนร่วม		
	μ	σ	ระดับ
1. ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา	3.48	1.35	ปานกลาง
2. ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงาน/โครงการที่สอดคล้องมาตรฐานการศึกษา	3.48	1.21	ปานกลาง
3. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดเป้าหมาย มาตรฐาน และนโยบาย การประกันคุณภาพการศึกษา	3.44	1.30	ปานกลาง
4. ท่านมีส่วนร่วมในการเสนอแนวทางการเตรียมความพร้อมการประกันคุณภาพการศึกษา	3.42	1.35	ปานกลาง
5. ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและวางแผนการจัดการ ความเสี่ยงในการประกันคุณภาพการศึกษา	3.17	1.28	ปานกลาง
รวม	3.40	0.01	ปานกลาง

จากตารางที่ 2 พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านการวางแผนปฏิบัติงาน (Planning) ในภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.40$, $\sigma = 0.01$) และเมื่อพิจารณารายข้อพบว่า อยู่ในระดับปานกลางทั้ง 5 รายการ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ระดับแรกคือ ท่านมีส่วนร่วมในการวางแผนงานด้านการประกันคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.48$, $\sigma = 1.35$) ท่านมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนงาน/โครงการที่สอดคล้อง มาตรฐานการศึกษา ($\mu = 3.48$, $\sigma = 1.21$) และท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดเป้าหมาย มาตรฐาน และนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.44$, $\sigma = 1.30$) ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์ความเสี่ยงและวางแผนการจัดการความเสี่ยงในการประกันคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.17$, $\sigma = 1.28$)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ระดับของการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านการปฏิบัติตามแผน (Do)

ด้านการปฏิบัติตามแผน (Do)	ระดับการมีส่วนร่วม		
	μ	σ	ระดับ
1. ท่านปฏิบัติงานตามนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน	4.42	0.98	มาก
2. ท่านปฏิบัติงานตามแผนงาน/โครงการ ที่ส่งเสริมผู้เรียนเป็นสำคัญ	4.37	0.97	มาก
3. ท่านให้ความร่วมมือในทุกกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน	4.56	0.94	มากที่สุด
4. ท่านมีความมุ่งมั่นปฏิบัติตามแผนงานประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้บรรลุเป้าหมาย	4.38	1.01	มาก
5. ท่านให้ความร่วมมือในการนิเทศ กำกับ ติดตามการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ	4.46	0.94	มาก
รวม	4.44	0.03	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านการปฏิบัติตามแผน (Do) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\mu = 4.44$, $\sigma = 0.03$) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 1 รายการ และระดับมาก 4 รายการ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ระดับแรกคือ ท่านให้ความร่วมมือในทุกกิจกรรมการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน ($\mu = 4.56$, $\sigma = 0.94$) ท่านให้ความร่วมมือในการนิเทศ กำกับ ติดตามการดำเนินการตามแผนงาน/โครงการ ($\mu = 4.46$, $\sigma = 0.94$) และท่านปฏิบัติงานตามนโยบายการประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียน ($\mu = 4.42$, $\sigma = 0.98$) ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านปฏิบัติงานตามแผนงาน/โครงการ ที่ส่งเสริมผู้เรียนเป็นสำคัญ ($\mu = 4.37$, $\sigma = 0.97$)

ตารางที่ 4 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ การศึกษาด้านการตรวจสอบหรือการประเมิน (Check)

ด้านการตรวจสอบหรือการประเมิน (Check)	ระดับการมีส่วนร่วม		
	μ	σ	ระดับ
1. ท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากผล การดำเนินงานของโรงเรียน	3.52	1.28	มาก
2. ท่านจัดทำรายงานการปฏิบัติตามแผนงาน/โครงการเพื่อรวบรวม เป็นสารสนเทศ	3.48	1.24	ปานกลาง
3. ท่านมีส่วนร่วมในการประชุมตรวจสอบและเตรียมรับการตรวจ ประเมินคุณภาพการศึกษา	3.56	1.23	มาก
4. ท่านมีส่วนร่วมในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตามแนว ทิศทางการประกันคุณภาพการศึกษา	3.37	1.34	ปานกลาง
5. ท่านมีส่วนร่วมในการนำผลการประเมินไปใช้ในการวางแผน พัฒนาคุณภาพการศึกษา	3.56	1.23	มาก
รวม	3.50	0.05	ปานกลาง

จากตารางที่ 4 พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านการตรวจสอบหรือ การประเมิน (Check) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.50$, $\sigma = 0.05$) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ใน ระดับมาก 3 รายการ และระดับปานกลาง 2 รายการ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ระดับแรกคือ ท่านมี ส่วนร่วมในการประชุมตรวจสอบและเตรียมรับการตรวจประเมินคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.56$, $\sigma = 1.23$) ท่านมีส่วนร่วมในการนำผลการประเมินไปใช้ในการวางแผนพัฒนาคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.56$, $\sigma = 1.23$) และท่านมีส่วนร่วมในการวิเคราะห์จุดเด่นและจุดที่ควรพัฒนาจากผลการดำเนินงานของโรงเรียน ($\mu = 3.52$, $\sigma = 1.28$) ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการตรวจสอบผลการปฏิบัติงานตามแนว ทิศทางการประกันคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.37$, $\sigma = 1.34$)

ตารางที่ 5 แสดงค่าเฉลี่ย (μ) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ) ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพ การศึกษาด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act)

ด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act)	ระดับการมีส่วนร่วม		
	μ	σ	ระดับ
1. ท่านมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	3.44	1.27	ปานกลาง
2. ท่านร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	3.63	1.21	มาก
3. ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการศึกษา	3.67	1.29	มาก
4. ท่านมีส่วนร่วมในการปรับปรุงการดำเนินงานของบุคลากรในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา	3.56	1.30	มาก
5. ท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานจากผลการตรวจประเมิน	3.62	1.25	มาก
รวม	3.58	0.44	มาก

จากตารางที่ 5 พบว่า บุคลากรมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา ด้านการปรับปรุงและพัฒนา (Act) ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\mu = 3.58, \sigma = 0.44$) และเมื่อพิจารณารายชื่อ พบว่า อยู่ในระดับมาก 4 รายการ และระดับปานกลาง 1 รายการ รายการที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด 3 ระดับแรกคือ ท่านมีส่วนร่วมในการดำเนินการตามแผนพัฒนาปรับปรุงคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.67, \sigma = 1.29$) ท่านร่วมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.63, \sigma = 1.21$) และท่านเข้าร่วมประชุมเพื่อกำหนดแนวทางปรับปรุงแก้ไขการปฏิบัติงานจากผลการตรวจประเมิน ($\mu = 3.62, \sigma = 1.25$) ส่วนรายการที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านมีส่วนร่วมในการเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ผลการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ($\mu = 3.44, \sigma = 1.27$)

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ SWOT การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากร

โรงเรียนนานาชาติเซนต์ทรี กรุงเทพมหานคร ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA (คำถามปลายเปิด)

การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) จากแบบสอบถามปลายเปิดเป็นข้อมูลตามองค์ประกอบ SWOT (จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค) การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากร ปรากฏผลดังนี้

1. จุดแข็ง (Strengths) พบว่าสามารถจัดกลุ่มคำตอบได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ด้านทัศนคติและความพร้อมของบุคลากรและ ด้านการทำงานเป็นทีม โดยในด้านทัศนคติและความพร้อมของบุคลากร พบว่าบุคลากรส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการประกันคุณภาพการศึกษา มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ในการทำงาน ในด้านการทำงานเป็นทีม พบว่าองค์กรมีวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการทำงานร่วมกัน และมีการสนับสนุนซึ่งกันและกัน ส่วนด้านการจัดการเรียนการสอน มีจุดเด่นที่หลักสูตรทันสมัย สื่อการสอนมีคุณภาพ และมีเทคโนโลยีที่ทันสมัย

2. จุดอ่อน (Weaknesses) สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 3 ประเด็นหลัก คือ ด้านการบริหารจัดการ ด้านความรู้ความเข้าใจ และด้านการสื่อสาร โดยด้านการบริหารจัดการพบปัญหาสำคัญคือภาระงานที่มากเกินไป การจัดสรรเวลาที่ไม่เหมาะสม และการขาดระบบการจูงใจที่เป็นรูปธรรม ด้านความรู้ความเข้าใจพบว่าบุคลากรบางส่วนยังขาดความเข้าใจเชิงลึกเกี่ยวกับเกณฑ์การประกันคุณภาพ และการอบรมยังไม่เพียงพอ ส่วนด้านการสื่อสารพบปัญหาด้านภาษาในการประสานงานและการสื่อสารระหว่างแผนกที่ไม่มีประสิทธิภาพ

3. โอกาส (Opportunities) จากการวิเคราะห์พบว่ามี 2 กลุ่มโอกาสสำคัญ คือ ด้านเครือข่ายความร่วมมือและด้านการพัฒนา โดยด้านเครือข่ายความร่วมมือ โรงเรียนมีความร่วมมือที่ดีกับสถาบันการศึกษาอื่น องค์กรนานาชาติ และมีเครือข่ายผู้ปกครองที่เข้มแข็ง ส่วนด้านการพัฒนา มีโอกาสในการอบรม สัมมนา และการศึกษาดูงานจากภายนอก

4. อุปสรรค (Threats) สามารถจัดกลุ่มได้เป็น 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ ด้านนโยบาย ด้านการแข่งขัน และด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรม โดยด้านนโยบายพบว่าการเปลี่ยนแปลงนโยบายการศึกษาบ่อยครั้ง ทำให้ต้องปรับตัวตาม ด้านการแข่งขันพบว่าการแข่งขันที่สูงในตลาดการศึกษานานาชาติ และมีความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจที่อาจส่งผลกระทบต่องบประมาณ ส่วนด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมพบว่าความหลากหลายทางวัฒนธรรมและภาษาของทั้งเป็นอุปสรรคในการสื่อสารและการดำเนินงาน

อภิปรายผลการศึกษา

จากผลการศึกษา สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้ ระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทริล ตามวงจร PDCA โดยภาพรวมพบว่า มีระดับการมีส่วนร่วมแตกต่างกันในแต่ละด้าน โดยด้านการปฏิบัติ (Do) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\mu = 4.44$, $\sigma = 0.03$) แสดงให้เห็นถึงการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานที่เข้มแข็ง สอดคล้องกับวุฒิพงษ์ ชินศรี (2564) ที่พบว่าด้านการปฏิบัติมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเนื่องจากครุมีความเข้าใจในกระบวนการและมีส่วนร่วมในการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ ในขณะที่ด้านการวางแผน (Plan) และการตรวจสอบ (Check) อยู่ในระดับปานกลาง ($\mu = 3.40$ และ 3.50 ตามลำดับ) สะท้อนถึงข้อจำกัดในการมีส่วนร่วมเชิงนโยบายของบุคลากรระดับปฏิบัติการ (Johnson, 2021) อย่างไรก็ตาม ด้านการปรับปรุง (Act) อยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นว่าบุคลากรมีส่วนร่วมในการนำผลการประเมินมาพัฒนางานอย่างต่อเนื่อง

และผลการอภิปรายการวิเคราะห์ SWOT analysis ของการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรโรงเรียนนานาชาติเซนต์ทริล กรุงเทพมหานคร ตามวงจรการบริหารงานคุณภาพ PDCA พบว่าโรงเรียนมีจุดแข็งสำคัญคือบุคลากรที่มีทัศนคติที่ดีและพร้อมพัฒนา มีวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมที่เข้มแข็ง รวมถึงมีเครือข่ายความร่วมมือที่หลากหลาย อย่างไรก็ตาม ยังมีจุดอ่อนที่ต้องพัฒนาคือระบบการบริหารจัดการที่ยังไม่มีประสิทธิภาพเท่าที่ควร โดยเฉพาะในด้านการจัดการภาระงานและการสื่อสาร รวมถึงข้อจำกัดด้านภาษาของบุคลากร ในด้านโอกาส โรงเรียนได้เปรียบจากการมีเครือข่ายความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาและองค์กรนานาชาติ มีการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย และมีโอกาสในการพัฒนาศักยภาพบุคลากร

ข้อเสนอแนะที่ได้จากงานวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่าการมีส่วนร่วมด้านการวางแผนมีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\mu = 3.40$, $\sigma=0.01$) โดยควรเปิดโอกาสให้บุคลากรทุกระดับได้มีส่วนร่วมในการวางแผนและกำหนดนโยบายมากขึ้น อาจจัดตั้งคณะทำงานที่มีตัวแทนจากทุกฝ่าย และสร้างช่องทางการรับฟังความคิดเห็นที่หลากหลาย
2. จากผลการวิเคราะห์ SWOT analysis สถานศึกษาควรส่งเสริมการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภายนอก โดยใช้จุดแข็งด้านทัศนคติเชิงบวกและวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีมของบุคลากรเป็นฐานในการพัฒนา เพื่อแลกเปลี่ยนความรู้และประสบการณ์ด้านการประกันคุณภาพการศึกษานอกจากนี้ควรพัฒนาระบบบริหารจัดการที่มีความยืดหยุ่น สามารถปรับตัวได้ตามสถานการณ์และนโยบายที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะในประเด็นการประกันคุณภาพการศึกษา รวมถึงควรนำเทคโนโลยี

สารสนเทศที่ทันสมัยมาใช้ในการพัฒนาระบบการสื่อสารภายในองค์กร เพื่อลดอุปสรรคด้านความแตกต่างทางวัฒนธรรมและภาษา และเพิ่มประสิทธิภาพในการประสานงานระหว่างหน่วยงาน

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการวิจัยเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาระหว่างโรงเรียนนานาชาติที่มีขนาดและบริบทใกล้เคียงกัน รวมถึงการเปรียบเทียบรูปแบบการบริหารจัดการการประกันคุณภาพระหว่างโรงเรียนที่มีผลการประเมินในระดับต่างกัน เพื่อค้นหาปัจจัยแห่งความสำเร็จและแนวปฏิบัติที่ดี
2. เนื่องจากผลการวิจัยพบว่าเป็นทั้งจุดอ่อนและอุปสรรคสำคัญคือในการดำเนินงาน ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาระบบการจูงใจที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนนานาชาติ เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษา และควรศึกษาปัจจัยความสำเร็จในการบริหารจัดการความร่วมมือกับเครือข่ายการศึกษานานาชาติเพื่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญที่พบจากการวิจัย

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2561). แนวทางการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพการศึกษา ตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ: สำนักทดสอบทางการศึกษา สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.
- สุจินต์ ดาววีระกุล (2558). การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของบุคลากรมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร].
- ดิเรก อนันต์. (2556). การมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพการศึกษาของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์].
- ทิพย์ชนก มณีนวล. (2564). การพัฒนาการมีส่วนร่วมของครูในการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในโรงเรียนบ้านในเหมือง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี].
- บุญชม ศรีสะอาด. (2563). การวิจัยเบื้องต้น (พิมพ์ครั้งที่ 10). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- บุรพร กาบุญ และ ชลชนก โฆษิตคณิน. (2560). การประกันคุณภาพการศึกษา: การพัฒนาเพื่อการขับเคลื่อนคุณภาพสู่อนาคต. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยธนบุรี, 11(26), 7-13.
- ละมุล รอดขวัญ. (2557). การดำเนินงานประกันคุณภาพการศึกษาในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชุมพร เขต 2 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี].

- วรารณ ไทยมา. (2565). การพัฒนารูปแบบการประกันคุณภาพการศึกษาตามมาตรฐานสากลโรงเรียนนานาชาติ. วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี, 18(4), 236-248.
- สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน (2562). แนวดำเนินการประกันคุณภาพภายใน สถานศึกษา ประเภทสามัญศึกษาตามกฎกระทรวงการประกันคุณภาพการศึกษา พ.ศ. 2561. กรุงเทพฯ : องค์การค้ำของ สกสศ. ลาดพร้าว
- สิริรัตน์ พรหมปั้น. (2566). การศึกษาการมีส่วนร่วมในการประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 1. วารสารมหาจุฬานาครธรรมศน์, 10(5), 239-251.
- อธิภัทร ทองพัฒน์. (2560). การมีส่วนร่วมของครูในการประกันคุณภาพภายในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาศุโขทัย เขต 2 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี].
- อนงค์ สีนุศิริ. (2560). การดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาของสถานศึกษาขนาดเล็ก ระดับการศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเขต 3 จังหวัดชลบุรี. [วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา].
- อรุณี ศิริสุขไพบูลย์. (2558). การมีส่วนร่วมของครูในการดำเนินงานประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 5 [วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี].
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). Participation's place in rural development: Seeking clarity through specificity. *World Development*, 8(3), 213-235.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study.
- Isniah, S., Purba, H. H., & Debora, F. (2020). Plan do check action (PDCA) method: Literature review and research issues. *Jurnal Sistem dan Manajemen Industri*, 4(1), 72-81.
- Johnson, C. N. (2016). The benefits of PDCA. *Quality Progress*, 49(1), 45.
- Likert, R. (1961). *New patterns of management*. McGraw-Hill.
- Moen, R., & Norman, C. (2009). Evolution of the PDCA Cycle. Asian Network for Quality Conference. Tokyo.

อิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

INFLUENCE OF WELL-BEING ON ORGANIZATIONAL COMMITMENT

A UNIVERSITY CASE STUDY

จิรัชยา สมบัติปัน¹ เดชนันต์ บังกิโล² และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ³¹มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 6651203255@lamduan.mfu.ac.th²มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, dej-anan@mfu.ac.th³มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, chachaya@mfu.ac.th**บทคัดย่อ**

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะ และศึกษาอิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรมหาวิทยาลัย ประกอบด้วย พนักงานสายบริหารวิชาการ พนักงานสายวิชาการ พนักงานสายปฏิบัติการ และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 403 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสุขภาวะที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 และพบว่าสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : สุขภาวะ, ความผูกพันต่อองค์กร

Abstract

This quantitative study aimed the level of opinions regarding well-being and investigate the influence of well-being on organizational commitment in a case study of a university. A sample of 403 employees, including academic and administrative staff, operational staff, and temporary workers, was surveyed. Descriptive statistics (frequency, percentage, mean, standard deviation) and inferential statistics (multiple regression analysis) were employed to analyze the data.

The findings revealed that several dimensions of well-being significantly influenced organizational commitment at the 0.01 level: Career well-being in terms of opportunities for personal growth and development; Community well-being related to the work environment; Social well-being concerning positive relationships with coworkers; Career well-being regarding career advancement; and Community well-being related to PM2.5 air pollution. Additionally, Social well-being in terms of relationships with supervisors significantly influenced organizational commitment at the 0.05 level.

Keywords : Well-being, Organizational Commitment

บทนำ

ปัจจุบัน องค์กรต่างๆ ทั่วโลกต่างให้ความสำคัญกับการพัฒนาอย่างยั่งยืนตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ขององค์การสหประชาชาติ ซึ่งประกอบด้วย 17 เป้าหมายหลัก ครอบคลุมมิติการพัฒนาทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยเฉพาะอย่างยิ่ง เป้าหมายที่ 3 Good Health and Well-Being ที่มุ่งเน้นการสร้างหลักประกันการมีสุขภาพที่ดีและส่งเสริมความเป็นอยู่ที่ดีสำหรับทุกคนในทุกช่วงวัย เป้าหมายนี้ครอบคลุมประเด็นสำคัญหลายด้าน เช่น การลดอัตราการเสียชีวิตของมารดาและทารก การยุติการแพร่ระบาดของโรคเอดส์ วัณโรค และมาลาเรีย ตลอดจนการส่งเสริมสุขภาพจิตและความเป็นอยู่ที่ดี ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาประเทศและองค์กร เนื่องจากประชากรที่มีสุขภาพที่ดีย่อมส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงาน การเรียนรู้ และการพัฒนาเศรษฐกิจโดยรวม

มหาวิทยาลัยแห่งนี้ เป็นสถาบันอุดมศึกษาชั้นนำของประเทศไทย ได้ตระหนักถึงความสำคัญของการพัฒนาที่ยั่งยืนและได้ร่วมเป็นส่วนหนึ่งในการขับเคลื่อนตามเป้าหมาย SDGs ของสหประชาชาติส่งผลให้มหาวิทยาลัยได้รับการจัดอันดับจาก THE Impact Ranking 2024 ซึ่งเป็นการจัดอันดับมหาวิทยาลัยทั่วโลก ตามเกณฑ์การดำเนินงานที่สอดคล้องกับ SDGs โดยมหาวิทยาลัยแห่งนี้ได้รับการจัดอันดับเป็นอันดับที่ 11 ร่วมของไทย และอันดับที่ 401 – 600 ของโลก จากมหาวิทยาลัยทั้งหมด 2,031 แห่ง ใน 125 ประเทศ นอกจากนี้ ในด้าน SDGs 3 Good Health and Well Being มหาวิทยาลัยยังได้รับการจัดอันดับที่ 17 ร่วมของประเทศ ไทย มหาวิทยาลัยแห่งนี้ยังคงยึดมั่นในการสืบสานพระราชปณิธานของสมเด็จพระศรีนครินทราบรมราชชนนี “ปลูกป่า สร้างคน” โดยมุ่ง “สร้างคน สร้างความรู้ สร้างคุณภาพ สร้างคุณธรรม และอนุรักษ์ธรรมชาติ” และมุ่งหวังให้มหาวิทยาลัยแห่งนี้เป็นที่พึ่งทางปัญญาของสังคม สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพเพื่อเป็นกำลังสำคัญในการพัฒนาประเทศได้อย่างยั่งยืน โดยการบรรลุตามแนวทางข้างต้น มหาวิทยาลัยได้จัดทำแผนพัฒนาบุคลากรประจำปีงบประมาณ 2566 ในประเด็นยุทธศาสตร์การสร้างความรู้ความผูกพันในองค์กรอย่างยั่งยืน เพื่อให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยมีความเป็นอยู่ที่ดี ดังวิสัยทัศน์ของมหาวิทยาลัยที่ว่า “มหาวิทยาลัยชั้นนำของอาเซียนที่ได้รับการยอมรับในระดับนานาชาติ มุ่งมั่นพัฒนาเพื่อความเป็นอยู่ที่ดีและอนาคตที่ยั่งยืน” The University for Well-Being and Sustainable Future.

มหาวิทยาลัยมีบุคลากรจำนวน 2,744 คน ประกอบด้วย พนักงานสายบริหารวิชาการ จำนวน 51 คน พนักงานสายวิชาการ จำนวน 754 คน พนักงานสายปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป จำนวน 1,642 คน และลูกจ้างชั่วคราวรายเดือน จำนวน 297 คน โดยมีอัตราการลาออกที่เพิ่มสูงขึ้นระหว่างปี 2560 – 2566 โดยคิดเป็น 6.66 % ณ สิ้นปี พ.ศ. 2566 จึงนับเป็นสิ่งที่ควรศึกษาว่ามีสาเหตุมาจากสิ่งใด นอกจากนี้ ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับอิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง โดยตรง ซึ่งเป็นช่องว่างทางการวิจัยที่สำคัญ เนื่องจากความผูกพันต่อองค์กรถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานและความสำเร็จขององค์กร

ประกอบกับในปัจจุบันปัญหามลภาวะทางอากาศถือเป็นปัญหาสำคัญประการหนึ่งโดยเฉพาะปัญหาหมอกควัน ซึ่งเป็นปัญหาที่คู่กับจังหวัดเชียงราย รวมทั้งจังหวัดอื่นๆ ในภาคเหนือตอนบน ซึ่งจะประสบปัญหาหมอกควันในช่วงเดือนธันวาคม-เมษายน ของทุกปี ส่งผลกระทบโดยตรงต่อสุขภาพอนามัยของประชาชนในพื้นที่ รวมไปถึงบุคลากรและนักศึกษาของมหาวิทยาลัย โดยจะทำให้เกิดการระคายเคืองต่อดวงตาและระบบทางเดินหายใจ หรืออาจนำไปสู่โรคมะเร็งในระยะยาว ส่วนใหญ่สาเหตุหลักเกิดจากการเผาในที่โล่งและไฟไหม้ป่า (สิทธิชาติ สมตา และคณะ, 2018) นอกจากนี้ด้วยลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่มีอาณาเขตติดต่อกับประเทศเพื่อนบ้านจึงได้รับผลกระทบมลภาวะหมอกควันข้ามแดน จึงเป็นปัญหาที่ปฏิเสธและหลีกเลี่ยงไม่ได้ จนทำให้บุคลากรลาออก ย้ายที่อยู่อาศัยไปทำงานในจังหวัดที่ไม่ประสบปัญหาหมอกควัน ตลอดจนค่าใช้จ่ายในการป้องกันสุขภาพและรักษาพยาบาลที่บุคลากรในมหาวิทยาลัยต้องแบกรับเพื่อป้องกันและรักษาสุขภาพอันเนื่องมาจากผลกระทบของปัญหานี้

จากปัญหาดังกล่าวทั้งหมดข้างต้น ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาถึงอิทธิพลของสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง เพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาและปรับปรุงการดำเนินงานด้านทรัพยากรบุคคล โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านการส่งเสริมคุณภาพชีวิต การทำงาน สุขภาวะ และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงาน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับสุขภาวะ

สุขภาวะ หมายถึงภาวะที่สมบูรณ์ทั้งทางด้าน ร่างกาย จิตใจ สังคม และปัญญา ที่เชื่อมโยงกันเป็นองค์รวมอย่างสมดุล (พ.ร.บ.สุขภาพแห่งชาติ, 2550) โดยสุขภาวะหรือ Well-Being คือภาวะที่เป็นสุข ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่สุขภาวะทางหน้าที่การงาน สุขภาวะทางสังคม สุขภาวะทางการเงิน สุขภาวะทางกาย และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อม (ประคัลภ์ ปันพหลังกูร, 2565) ซึ่งสอดคล้องกับ (O'Donnell MP, 1989 อ้างถึงใน Thapanop Kerdawangnetr) ที่ให้ความหมายของสุขภาวะ (Well-being) ว่าหมายถึง ภาวะที่เป็นสุขทั้งทางกาย (physical) ทางจิต (mental) ทางสังคม (Social) ทางจิตวิญญาณ (Spiritual) และทางสติปัญญา (Intellectual) ด้วยเหตุนี้ สุขภาวะจึงเป็นดุลยภาพ ซึ่งหมายถึงองค์ประกอบทั้ง 5 มิติ มาสัมพันธ์กันอย่างถูกต้องและลงตัว ในขณะที่ Rath and Harter (2010) ที่อธิบายถึงความผาสุกหรือความอยู่ดีมีสุขของพนักงานในการทำงานว่ามีรายละเอียดที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน 5 ประการ ดังนี้ ความอยู่ดีมีสุขทาง

อาชีพ (Career Well-Being) ความอยู่ดีมีสุขทางสังคม (Social Well-Being) ความอยู่ดีมีสุขทางการเงิน (Financial Well-Being) ความอยู่ดีมีสุขด้านจิตใจ (Psychological Well-Being) และ ความอยู่ดีมีสุขทางสภาพแวดล้อม (Community Well-Being) นอกจากนี้ กนกนภัส วัชรเมณีกุล (2565) ยังให้ความหมายขององค์กรสุขภาวะว่า เป็นองค์กรที่มีการส่งเสริมและพัฒนาคนในองค์กรให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี ครอบคลุมทั้งด้าน ภายใจ สังคม และจิตปัญญา ซึ่งจะนำไปสู่ผลลัพธ์การมีสุขภาพที่ดีอย่างยั่งยืน

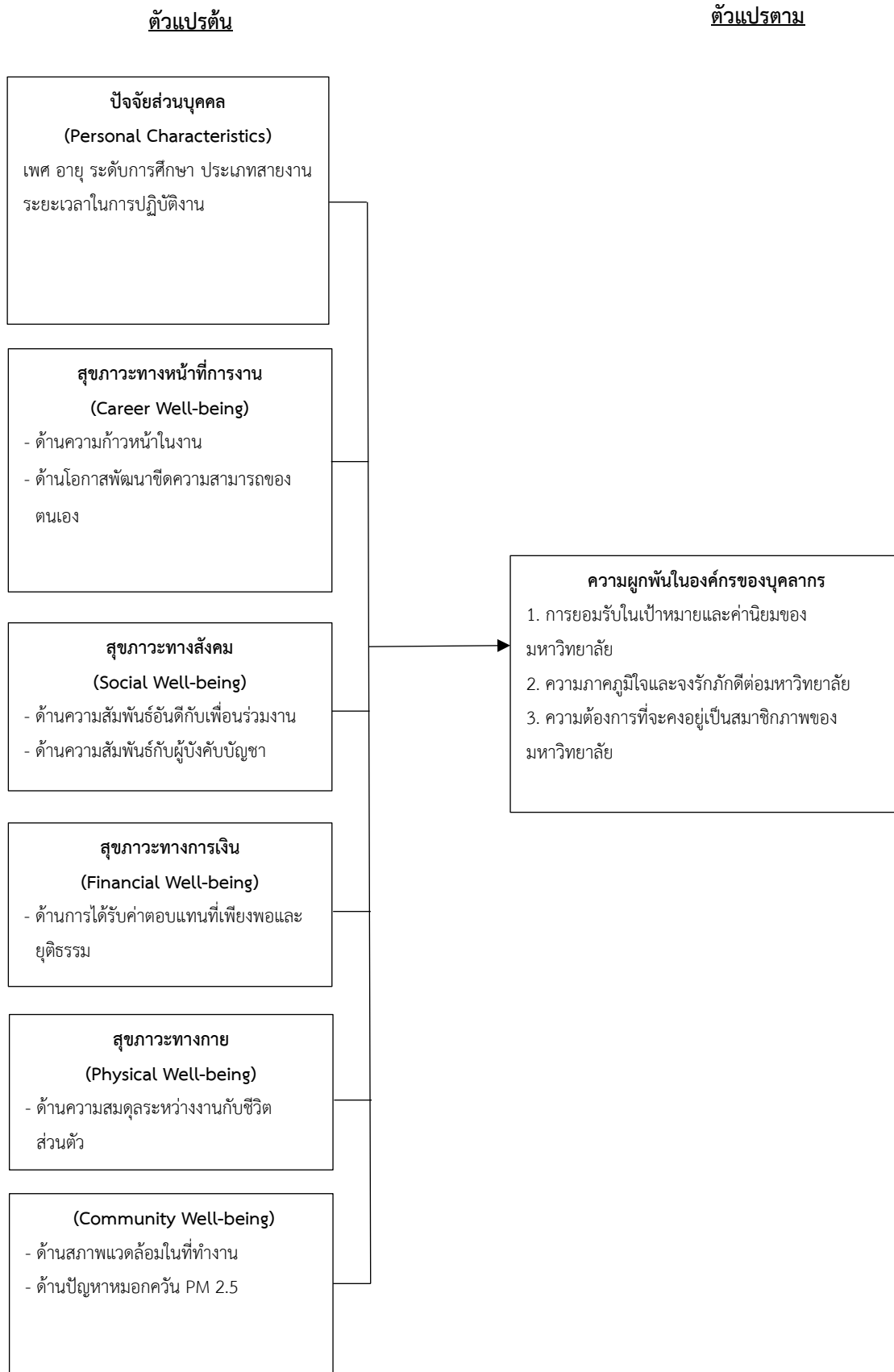
ดังนั้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า สุขภาวะในบริบทของผู้ปฏิบัติงานในองค์กร หมายถึงภาวะที่ มีความเป็นอยู่ที่ดี มีความสุขที่ประกอบไปด้วย 5 ด้าน ได้แก่สุขภาวะทางหน้าที่การงาน สุขภาวะทางสังคม สุขภาวะทางการเงิน สุขภาวะทางกาย และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นปัจจัยในการศึกษาในครั้งนี้

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความผูกพันในองค์กร

ความผูกพันต่อองค์กร หมายถึงความความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลและองค์กร เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่สมาชิกมีต่อองค์กร รู้สึกว่าตนได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวพันและเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการยอมรับในองค์กร จึงมีความศรัทธา รวมถึงความจงรักภักดีและตั้งใจที่จะใช้ความพยายามที่มีอยู่ทำงานเพื่อบรรลุเป้าหมาย และต้องการที่จะดำรงไว้ ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป ตลอดจนมีการแสดงพฤติกรรมที่บ่งชี้ว่าตนเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร พร้อมทั้งทุ่มเทแรงกายแรงใจเพื่อให้องค์กรบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ (สมจิตร จันทรเพ็ญ, 2557) และผู้วิจัยยังได้ศึกษาถึง ความผูกพันต่อองค์กร ว่าหมายถึง ความสัมพันธ์ที่เหนียวแน่นของสมาชิกในองค์กรและเป็นพฤติกรรมที่สมาชิกในองค์กรที่มีค่านิยมที่กลมกลืนกับสมาชิกคนอื่นๆ แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์กร และเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร ซึ่งประกอบด้วย การยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความเต็มใจที่จะทุ่มเท ความพยายามในการปฏิบัติงานเพื่อองค์กร และความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกภาพขององค์กร (Steers อ้างถึงใน สุภาพรภิตตินันท์ทะเลศิลป, 2554)

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสามารถสรุปได้ว่า ความผูกพันองค์กร หมายถึงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นระหว่างบุคคลและองค์กร เป็นทัศนคติหรือความรู้สึกที่มีต่อองค์กร รู้สึกว่าเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีการยอมรับในเป้าหมายขององค์กร จึงมีความศรัทธารวมถึงความจงรักภักดีและต้องการที่จะดำรงไว้ ซึ่งการเป็นสมาชิกขององค์กรนั้นต่อไป ซึ่งประกอบด้วยปัจจัย 3 ด้าน ได้แก่ การยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมขององค์กร ความภาคภูมิใจและจงรักภักดีต่อองค์กร และความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกภาพขององค์กร ซึ่งผู้วิจัยได้นำมาเป็นปัจจัยในการศึกษาในครั้งนี้

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ บุคลากรของมหาวิทยาลัย ประกอบด้วยพนักงานสายบริหารวิชาการ พนักงานสายวิชาการ พนักงานสายปฏิบัติการและวิชาชีพและบริหารทั่วไป และลูกจ้างชั่วคราว จำนวน 403 ชุด

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าว โดยใช้ตารางของ Yamane(1967) ที่มีความเชื่อมั่นอยู่ที่ร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อน ± 5 จากการคำนวณข้างต้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในงานวิจัยนี้ เท่ากับ 353 ชุด

การเก็บและรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิดทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำไปทดลองใช้กับพนักงานของมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง จำนวน 30 ชุดจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสัมพันธ์ (Item-Total Statistics) ของคำถามรายข้อและคะแนนรวมรายด้าน แล้วจึงวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) รายด้านและความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยลักษณะของบุคคล ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบเลือกรายการ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทสายงาน และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะทางหน้าที่การงาน ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน (Walton, 1974 อ้างถึงใน กัญญา บุคดาจันทร์, 2563) มาปรับใช้ คือด้านความก้าวหน้าในงาน และ ด้านโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง จำนวน 8 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.814 และ 0.908 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะทางสังคม ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของปัจจัยด้านการปฏิบัติงาน (สุภาพรกิตติ นันทศิลป์, 2554) มาปรับใช้คือด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานและด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา จำนวน 12 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.929 และ 0.928 ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะทางการเงิน ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน (Walton, 1974 อ้างถึงใน กัญญา บุคดาจันทร์, 2563) มาปรับใช้คือด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม จำนวน 6 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.926

ส่วนที่ 5 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะทางกาย ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบคุณภาพชีวิตการทำงาน (Walton, 1974 อ้างถึงใน กัญญา บุคดาจันทร์, 2563) มาปรับใช้คือด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว จำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.862

ส่วนที่ 6 แบบสอบถามเกี่ยวกับสุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน (วีรชดา แสงชาติ, 2557) และ (อัญมณี ศรีปลาด ,2564) และองค์ประกอบด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 (พิลาสลักษณ์ ชุ่มตา, 2557) (โสภณ เอี่ยมณีรัตนกุล, 2562) และ (วันทนีย์ รุ่งเรืองวัฒนกุล , 2565) มาปรับใช้ จำนวน 9 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.761 และ 0.772 ตามลำดับ

ส่วนที่ 7 แบบสอบถามเกี่ยวกับความผูกพันองค์กรของมหาวิทยาลัยผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบด้านการยอมรับในเป้าหมายและค่านิยมของมหาวิทยาลัย ความภาคภูมิใจและจงรักภักดีต่อมหาวิทยาลัย และความต้องการที่จะคงอยู่เป็นสมาชิกภาพของมหาวิทยาลัย (สุภาพรภักดิ์ นันทะศิลป์, 2554) มาปรับใช้จำนวน 16 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.906 0.856 และ 0.913 ตามลำดับ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้ใช้การแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรของมหาวิทยาลัยผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ Google Form และ แบบสอบถามกระดาษ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สุขภาวะทางกายด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 กับความผูกพันในองค์กรกรณีศึกษา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 251 คน คิดเป็นร้อยละ 62.28 มีช่วงอายุ 25 – 38 ปี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 55.58 เป็นพนักงานสายปฏิบัติการวิชาชีพและบริหารทั่วไป จำนวน 332 คน คิดเป็นร้อยละ 82.38 มีวุฒิการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน คิดเป็นร้อยละ 64.02 และมีระยะเวลาในการปฏิบัติงานในช่วง 1 – 5 ปี จำนวน 121 คน คิดเป็นร้อยละ 30.02

ข้อมูลสุขภาวะที่มีผลต่อความผูกพันองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะ

ปัจจัยของสุขภาวะ (N=403)	\bar{x}	S.D.	ความหมาย	อันดับที่
สุขภาวะทางหน้าที่การงาน	3.66	0.714	ระดับมาก	5
ด้านความก้าวหน้าในงาน				
สุขภาวะทางหน้าที่การงาน	3.97	0.670	ระดับมาก	2
ด้านโอกาสและพัฒนาชีวิต				
ความสามารถของตนเอง				
สุขภาวะทางสังคม	4.00	0.728	ระดับมาก	1
ด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อน				
ร่วมงาน				
สุขภาวะทางสังคม	3.95	0.708	ระดับมาก	3
ด้านความสัมพันธ์กับ				
ผู้บังคับบัญชา				
สุขภาวะทางการเงิน	3.36	0.825	ระดับมาก	7
ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่				
เพียงพอและยุติธรรม				
สุขภาวะทางกาย	3.50	0.756	ระดับมาก	6
ด้านความสมดุลระหว่างงานกับ				
ชีวิตส่วนตัว				
สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม	3.94	0.654	ระดับมาก	4
ด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน				
สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม	3.36	0.755	ระดับมาก	7
ด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5				
ภาพรวม	3.72	0.498	ระดับมาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับสุขภาวะอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานมากที่สุด รองลงมาคือสุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาชีวิตความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงาน ด้านความก้าวหน้าในงาน สุขภาวะทางการเงิน ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 สุขภาวะทางกายและสุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม ตามลำดับ

ตารางที่ 2 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรกรณีศึกษา มหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง

ปัจจัยของสุขภาวะ (N=403)	ค่าสัมประสิทธิ์					Tolerance	VIF
	B	S.E.	Beta	t	Sig.		
ค่าคงที่	0.280	0.146		1.914	0.056		
สุขภาวะทางหน้าที่การงาน ด้านความก้าวหน้าในงาน	0.160	0.038	0.189	4.226	0.000**	0.458	2.185
สุขภาวะทางหน้าที่การงาน ด้านโอกาสและพัฒนาชีวิต	0.323	0.037	0.359	8.635	0.000**	0.528	1.892
ความสามารถของตนเอง							
สุขภาวะทางสังคม ด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อน ร่วมงาน	0.209	0.031	0.252	6.835	0.000**	0.672	1.487
สุขภาวะทางสังคม ด้านความสัมพันธ์กับ ผู้บังคับบัญชา	-0.084	0.036	-0.099	-2.320	0.021*	0.503	1.987
สุขภาวะทางการเงิน ด้านการได้รับค่าตอบแทนที่ เพียงพอและยุติธรรม	0.012	0.031	0.017	0.394	0.694	0.509	1.963
สุขภาวะทางกาย ด้านความสมดุลระหว่างงานกับ ชีวิตส่วนตัว	0.018	0.029	0.023	0.641	0.522	0.708	1.413
สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน	0.217	0.035	0.236	6.132	0.000**	0.619	1.616
สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5	0.097	0.028	0.121	3.411	0.001**	0.726	1.377

$R^2 = 0.639$, Adjust $R^2 = 0.632$, $F = 87.276$, Sig. of $F = 0.000$, * = 0.05, ** = 0.01

จากตารางที่ 2 ค่า Adjust R^2 เท่ากับ 0.632 แสดงว่า สุขภาวะทั้ง 8 ด้าน ประกอบด้วย สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาชีวิตความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม สุขภาวะทางกายด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 สามารถอธิบายถึงความมีอิทธิพลต่อความผูกพันองค์กรของบุคลากรมหาวิทยาลัยได้ ร้อยละ 63.20

ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย แสดงให้เห็นว่า ความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะและความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในด้านต่างๆ พบว่า สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนา

ขีดความสามารถของตนเองมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งมากที่สุด รองลงมา ได้แก่ สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 สุขภาวะทางกายด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว สุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่าง สุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง พบว่าตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อความผูกพันในองค์กรอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 ในส่วนของสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของสุขภาวะที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.72 ได้แก่ สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา สุขภาวะทางสภาพแวดล้อม ด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน สุขภาวะทางกายด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว สุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 ตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างสุขภาวะกับความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง มีผลสรุปดังนี้

สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 มีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ตามลำดับ ซึ่งสอดคล้องกับ อังคณา รนานุภาพพันธุ์ (2565) ที่พบว่าปัจจัยคุณภาพชีวิตส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร ในทิศทางเดียวกัน ได้แก่ ความก้าวหน้าและมั่นคงในงาน รวมไปถึงผลการวิจัยนี้ยังสอดคล้องกับ สุภาพร กิตตินันทศิลป์ (2554) ที่พบว่าความมั่นคงในงาน ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักงาน

เศรษฐกิจการเกษตร โดยตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถพยากรณ์ความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 61.20 และสอดคล้องกับ วรรณยา สารานุกรมกิจ (2565) ที่พบว่าปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสูงศักดิ์ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลกระทบต่อความยั่งยืนในบุคลากรภาครัฐในกรุงเทพมหานคร จากการศึกษา ยังพบข้อสังเกตว่าสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์กร องค์กรกรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่ง อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 แสดงให้เห็นว่าสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชามีผลกระทบเชิงลบกับความผูกพันในองค์กร แสดงถึงความสัมพันธ์ที่ไม่ดีกับผู้บังคับบัญชาส่งผลทำให้พนักงานรู้สึกถึงการเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและความผูกพันกับองค์กรลดลง และจากการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่าสุขภาวะทางการเงินด้านการได้รับค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม และสุขภาวะทางกายด้านความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว พบว่าไม่มีอิทธิพลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษามหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ แสดงให้เห็นถึงการที่มหาวิทยาลัยแห่งนี้มีการให้พิจารณาเลื่อนขั้นเงินเดือนเป็นไปตามเกณฑ์ของหน่วยงาน ให้ค่าตอบแทนที่เพียงพอและยุติธรรม มีการให้สวัสดิการแก่บุคลากรอย่างเพียงพอต่อความต้องการพื้นฐาน ตลอดจนแสดงให้เห็นถึงการที่มหาวิทยาลัยมีความยืดหยุ่นในการทำงานให้กับบุคลากรมี work Life Balance ที่ดี และบุคลากรมีความพึงพอใจในวันหยุดที่ได้ใช้เวลากับครอบครัวโดยไม่ต้องนำงานกลับไปทำที่บ้าน

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ชี้ให้เห็นว่าสุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านโอกาสและพัฒนาขีดความสามารถของตนเอง สุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านสภาพแวดล้อมในที่ทำงาน สุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงาน สุขภาวะทางหน้าที่การงานด้านความก้าวหน้าในงาน และสุขภาวะทางสภาพแวดล้อมด้านปัญหาหมอกควัน PM 2.5 มีอิทธิพลโดยตรงต่อความผูกพันในองค์กร โดยเฉพาะอย่างยิ่งสุขภาวะทางสังคมด้านความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ดังนั้นเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากร มหาวิทยาลัยควรเผยแพร่ผลการวิจัยนี้ให้ผู้บริหารและบุคลากรระดับสูงรับทราบ เพื่อให้เกิดความเข้าใจและเห็นความสำคัญของการดูแลสุขภาวะ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสัมพันธ์ภายในองค์กร ควรสร้างช่องทางสื่อสารที่เปิดกว้าง เปิดโอกาสให้บุคลากรได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ รวมถึงจัดกิจกรรมที่ส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา เพื่อสร้างความไว้วางใจและความเข้าใจซึ่งกันและกัน นอกจากนี้ ควรนำผลการวิจัยไปพัฒนานโยบายและมาตรการที่เกี่ยวข้อง เพื่อปรับปรุงกระบวนการทำงานและส่งเสริมคุณภาพชีวิตของบุคลากรให้ดียิ่งขึ้น ซึ่งจะนำไปสู่การเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและการบรรลุเป้าหมายขององค์กรในระยะยาว

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมของมหาวิทยาลัย ได้แก่สายบริหาร วิชาการ สายวิชาการ สายปฏิบัติการ และลูกจ้างชั่วคราวรายเดือน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า ควรให้มีการแยกศึกษาเพิ่มโดยเจาะจงสายงาน เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่เจาะจงกลุ่มที่และมีความแม่นยำมากขึ้น

2. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง มหาวิทยาลัยควรทำการสำรวจความเห็นของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามความพึงพอใจและความต้องการของบุคลากรด้านสุขภาวะ และนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงแนวทางการดำเนินงานให้สอดคล้องกับสถานการณ์ปัจจุบัน

3. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในภาพรวม ควรศึกษาปัจจัยของสุขภาวะโดยแยกเป็นแต่ละด้าน เพื่อจะได้นำผลการวิเคราะห์ที่ตรงประเด็นและแม่นยำ โดยเฉพาะเพื่อนำไปสู่การวางนโยบายหรือแนวทางการดำเนินงานต่อไป

บรรณานุกรม

กัญญา บุคตาจันทร์. (2563). คุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสายสนับสนุน สังกัดโรงพยาบาลนครพนม. ปรียญรัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

กนกนภัส วัชรเมณีกล. (2565). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสุขภาวะที่ดีและความสุขภายในองค์กรเพื่อความยั่งยืน ในกลุ่มพนักงาน บริษัทโทรคมนาคมแห่งหนึ่งในประเทศไทย. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ชุลีวรรณ โชติวงษ์ และคณะ. (2565). ปัจจัยด้านความคาดหวังของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กร. วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม. 2(3). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.

ทิพย์สุคนธ์ จงรักษ์ และคณะ. (2557). อิทธิพลของคุณลักษณะงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร ความพึงพอใจในงานและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร. วารสารบัณฑิตศึกษา. 8(1). มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์.

ทรงสมร โสตะ. (2560). สุขภาวะทางจิตความคิดเชิงบวกคุณค่าของงานและความผูกพันต่อองค์กรของครูในโรงเรียนมัธยมศึกษาเขตอำเภอปากเกร็ด จังหวัดนนทบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต(จิตวิทยาชุมชน)). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. ทำไมเรื่องสุขภาวะ Well – being ของพนักงานจึงเป็นสิ่งที่ “ควรให้ความสำคัญ”, Brightside People Team. (2022). สืบค้น 31 มกราคม 2567, <https://www.brightsidepeople.com>.

ณัฐธิดา จันทราสินธุ์. (2565). การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่มีผลกระทบต่อความยั่งยืนในกลุ่มวัยเริ่มทำงาน. สารนิพนธ์ปริญญาการศึกษามหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.

ตรีภพ ชินบุรณ์. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยสายสนับสนุน มหาวิทยาลัยนครพนม. วารสารมหาวิทยาลัยนครพนม. 7(3).

นุชรัตน์ สติത്യสุวรรณ และจักรพันธ์ กิตติณรัตน์. (2566). อิทธิพลของความผูกพันที่ส่งผลต่อความผูกพันของบุคลากรสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร. วารสารวิชาการ วิจัยและนวัตกรรม. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช. 3(1).

ภัทรฉัตร รุ่งแสง และ จารุกฤษณ์ เรืองสุวรรณ. (2566). ความผูกพันต่อองค์กรของกำลังพลทหารนาวิกโยธินกองพันทหารราบที่ 1 รักษาพระองค์ กรมทหารราบที่ 1 กองพลนาวิกโยธิน.

- บุญลิตา บุญเกื้อ. (2565). การศึกษาปัจจัยพื้นฐานเพื่อส่งเสริมสุขภาวะสำหรับสำนักงานเก่า
ในกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์นี้สถาปัตยกรรมศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปาริชาติ เยพิทักษ์ และธีระวัฒน์ จันทิก. (2559). การรับรู้การสนับสนุนขององค์กรและความพอใจในงานที่มี
ผลต่อความผูกพันขององค์กร. วารสารสาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ มหาวิทยาลัย
ศิลปากร 9(1).
- ปรเมศวร์ พิทยเจริญวงศ์ และทิพย์วัลย์ สุรินยา. (2566). การปรับตัว กับสุขภาวะทางจิตใจของนิสิต
ปริญญาตรีชั้นปีที่ 1 มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตบางเขน. *วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์
มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์*, 4(1), 55-72.
- พิลาสลักษณ์ ชุ่มตา. (2557). ทศนคติของประชาชนต่อนโยบายการจัดการปัญหาหมอกควันของจังหวัดลำปาง.
วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- รัฐปกัด บุญเที่ยง. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความผูกพันขององค์กร กรณีศึกษา: บุคลากรสำนักงานการกีฬา
แห่งประเทศไทย. *วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์*. 4(2).
- เรวดี สิริภาพ. (2562). รูปแบบการพัฒนาสุขภาวะเชิงพุทธบูรณาการของพนักงานบริษัท. *ดุชนิพนธ์ปริญญา
พุทธศาสตร์ดุชนิพนธ์บัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.*
- วันนิวัต พรหมสุวรรณ และคณะ. (2565). *วารสารวิชาการศรีปทุม* ชลบุรี. 18(3). *วารสารวิชาการศรีปทุม*. ชลบุรี.
- วันทนี รุ่งเรืองวัฒนกุล. (2565). การศึกษาความเต็มใจง่ายเพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่น PM 2.5 ใน
พื้นที่จังหวัดเชียงใหม่. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. เชียงใหม่.
- วรณพงค์ บุญศิริธรรมชัย และ พลอย สุดอ่อน. (2565). สุขภาวะของพนักงานหลังจากการปรับโครงสร้างของ
องค์กรที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของพนักงาน. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์ สมาคมเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*.5(1).
- วิริยาภรณ์ แก้วเกิด และคณะ. (2560). การดำเนินงานเพื่อสร้างความสุขและความผูกพันของพนักงานใน
องค์กรสุขภาวะต้นแบบ. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 1(2). 15-18.
- วรญา สารานิชกิจ. (2565). การศึกษาปัจจัยด้านสุขภาวะที่ดีและความสุขขององค์กรที่ส่งผลกระทบต่อความ
ยั่งยืน ในบุคลากรภาครัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. *สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต.
มหาวิทยาลัยมหิดล.*
- สุจิตรา แนใหม่. (2565). การจัดการทรัพยากรมนุษย์และความเป็นอยู่ที่ดีของพนักงานที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพ
การปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรมไฟฟ้า จังหวัดปทุมธานี.
- สุภาพรภิตติ นันทะศิลป์. (2554). ความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักงานเศรษฐกิจการเกษตร.
วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- สมจิตร จันท์เพ็ญ. (2557). ความผูกพันต่อองค์กรของเจ้าหน้าที่สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน (องค์กร
มหาชน). *ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.*

- โสภณ เอี่ยมณิรัตน์กุล. (2562). การศึกษาความเต็มใจจ่ายเพื่อลดปัญหามลพิษทางอากาศจากฝุ่น PM 2.5 สำหรับพื้นที่ในกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพมหานคร.
- ศิรดา บุญเรือง. (2566). ศึกษาองค์ประกอบที่เสริมสร้างชีวิตทางการเงินที่ดี (Financial Well-Being) ของพนักงานเจเนอเรชันวายในบริษัทเอกชนแห่งหนึ่ง. สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ศราวุธ โภชนะสมบัติ. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความผูกพันในองค์กรของบุคลากร. สำนักงานป้องกันควบคุมโรคที่ 8. จังหวัดนครสวรรค์.
- ศุภันธุ์ ศรีอุทัยสุข. (2560). กรอบคิดและสุขภาวะ : การวิเคราะห์อภิมาน. วิทยานิพนธ์ปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อังคณา รานานุภาพพันธุ์ และ ชุตาทพร สอนภักดี. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความอยู่ดีมีสุขของพนักงานในเขตกรุงเทพมหานคร. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ. 9(2).
- อัญมณี ศรีปลาด และ สุรวี ศุนาลัย. (2565). สภาพแวดล้อมในการทำงานและคุณลักษณะของงานที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานกลุ่มเจเนอเรชันวายในกรุงเทพมหานคร. วารสารสุทธิปริทัศน์. 36(2).
- อรฉัตร วรรณวิจิตร. (2561). ได้ทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง. หน้า 97.
- ประคัลภ์ ปั่นทพลังกูร. (2564). บริษัทฝึกอบรมและสัมมนาธรรมนิติ จำกัด. สืบค้น 2 กุมภาพันธ์ 2567, <https://www.dst.co.th>.
- Walton, Richard E. (1974). Improving the Quality of work Life. Harvard Business Review.

ส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงราย

The Effect of the 4E Marketing Mix and Attitudes on Consumer
Intentions to Choose Clean Food Restaurants in Chiang Rai

ทิพเนตร มงคลการุณิก¹ ชัชชญา ยอดสุวรรณ² และ ปิยะนาฏ จันทร์กระจ่าง³

¹มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 6651203258@lamduan.mfu.ac.th

²กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และการงานอีเว้นท์, chachaya@mfu.ac.th

³กลุ่มวิจัยด้านการท่องเที่ยว การบริการ และการงานอีเว้นท์, piyanart.jun@mfu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาส่วนประสมการตลาด 4E ที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายและศึกษาทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย ซึ่งเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ผู้บริโภคทั่วไปที่เคยรับประทานอาหารคลีนในจังหวัดเชียงราย จำนวน 400 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างของส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมการตลาด 4E ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค และที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ ด้านการสร้างความคุ้มค่า และการเผยแพร่ และทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ความเข้าใจและความรู้สึก

คำสำคัญ : อาหารคลีน, ส่วนประสมการตลาด, ทัศนคติ

Abstract

This study aims to examine the influence of the 4E marketing mix on consumer intentions to choose clean food restaurants, as well as the effect of attitudes on this intention among consumers in Chiang Rai, Thailand. Using a quantitative approach, data were collected from a sample of 400 general consumers who had previously consumed clean food within the

province. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were employed, alongside inferential statistics specifically, multiple regression analysis to test the relationships between the 4E marketing mix, attitudes, and purchasing behavior toward clean food.

The results indicate that the 4E marketing mix significantly impacts consumer purchasing behavior in clean food. Among the factors examined, one independent variable extensive accessibility was significant at the 0.05 level, while three variables, namely experience creation, exchange, and relationship building, were significant at the 0.01 level. Additionally, attitudes significantly influenced purchasing behavior, with two key variables understanding and emotions also showing significance at the 0.01 level. These findings highlight the role of the 4E marketing mix and consumer attitudes in shaping purchasing behaviors for clean food in Chiang Rai.

Keywords : Clean Food, the 4E Marketing Mix, Attitudes

บทนำ

กระแสอาหารและเครื่องดื่มเพื่อสุขภาพเป็นเทรนด์ที่ไม่เคยหายไปจากกระแสสังคม ในช่วงโลกได้เผชิญหน้ากับปัญหาการแพร่ระบาดของโควิด-19 ที่ผ่านมา ส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมและการดำเนินชีวิตของผู้คนเป็นวงกว้างทำให้ผู้คนตระหนักถึงโรคร้ายต่างๆมากขึ้นและหันมาใส่ใจสุขภาพของตนเองอย่างจริงจัง จากการสำรวจโดย Euromonitor พบว่า ประชากรคนไทย 1 ใน 4 กำลังควบคุมอาหาร โดยร้อยละ 65 ให้ความสำคัญกับส่วนผสมที่ดีต่อสุขภาพมากขึ้น (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2567) โดยหนึ่งในอาหารสุขภาพที่ได้รับความนิยมคืออาหารคลีนหรืออาหารที่ผ่านกระบวนการปรุงแต่งให้น้อยที่สุด

ธุรกิจอาหารคลีนฟู้ด (Clean food) เป็นธุรกิจอาหารที่มีเมนูหลักเป็นวัตถุดิบจากธรรมชาติที่ปราศจากสารเจือสีหรือสารปรุงแต่งโดยเน้นหลักโภชนาการและมีการกำหนดปริมาณแคลอรีในแต่ละมื้ออาหารที่ควบคุมได้ ซึ่งในปัจจุบันมีผู้ประกอบการจำนวนมาก เข้ามาแข่งขันในธุรกิจอาหารคลีนฟู้ด โดยมีกลุ่มลูกค้าเป้าหมายที่สำคัญ คือ กลุ่มผู้บริโภคที่รักสุขภาพหรือผู้บริโภคที่ออกกำลังกายต้องการการเสริมกล้ามเนื้อหรือลดน้ำหนัก เช่น นักเพาะกาย เป็นต้น

จังหวัดเชียงราย เป็นจังหวัดหนึ่งในภาคเหนือของประเทศไทย มีประชากรรวมทั้งสิ้น 1,298,566 คน โดยมีเพศชาย 629,528 คน เพศหญิง 669,038 คน (สถิติการบริการด้านการทะเบียนราษฎร, 2567) ในส่วนของธุรกิจอาหารคลีนฟู้ดส่วนใหญ่ล้วนไม่มีหน้าร้านเป็นหลักแหล่ง นิยมเปิดเป็นแบบรับออเดอร์ Delivery จากการผลักดันของผู้ว่าราชการจังหวัดเชียงรายได้ขับเคลื่อนโครงการ “เชียงรายเมืองแห่งสุขภาพ” (Chiang Rai Wellness City) เพื่อเตรียมความพร้อมในการขับเคลื่อนจังหวัดเชียงรายให้เป็นพื้นที่พิเศษในการพัฒนาอุตสาหกรรม Wellness และฟื้นฟูเศรษฐกิจหลังจากการแพร่ระบาดของโรค Covid-19 (สำนักงาน

ประชาสัมพันธจังหวัดเชียงราย, 2566) โครงการ "เชียงรายเมืองแห่งสุขภาพ" ได้รับการออกแบบเพื่อส่งเสริมการพัฒนาธุรกิจและบริการที่เน้นสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของประชาชนในพื้นที่ เช่น ธุรกิจอาหารคลีนฟู๊ด การบริการสปา และการดูแลสุขภาพแบบองค์รวม โดยมีเป้าหมายให้จังหวัดเชียงรายกลายเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับผู้สนใจการรักษาสุขภาพและการพักผ่อนอย่างมีคุณภาพ อีกทั้งยังเป็นการสร้างบรรทัดฐานทางสังคม ในเชิงบวกให้กับผู้บริโภค พร้อมทั้งส่งเสริมให้เกิดความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารเชิงสุขภาพ รวมถึงร้านอาหารคลีนด้วย โดยผู้บริโภคที่มีแนวคิดที่จะดูแลสุขภาพจึงมีแนวโน้มที่จะปรับเปลี่ยนความตั้งใจไปสู่พฤติกรรมการซื้อจริงได้มากขึ้น (Thompson, van Gelderen และ Keppler, 2563) จากข้อมูลดังกล่าว กระแสนิยมการดูแลสุขภาพในปัจจุบันมีเพิ่มมากขึ้นเรื่อย ๆ ธุรกิจอาหารคลีนจึงเป็นอีกหนึ่งธุรกิจที่น่าสนใจ

ผู้วิจัยจึงได้ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย โดยใช้ส่วนประสมการตลาด 4E และทัศนคติที่มีผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค เป็นแนวทางให้ผู้ประกอบการเข้าใจความต้องการของผู้บริโภค เป็นเครื่องมือสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพสำหรับธุรกิจอาหารคลีนในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำและสร้างความพึงพอใจให้กับลูกค้าในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอาหารคลีน

การศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวคิดเกี่ยวกับอาหารคลีน (Clean Food) ซึ่งความหมายอาหารคลีน โดย กิตณา แมคเค็นเนน อาจารย์ประจำภาควิชาโภชนาการและการกำหนดอาหาร คณะสหเวชศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย อธิบายว่า อาหารคลีน คือ อาหารที่มาจากวัตถุดิบตามธรรมชาติที่ไม่ผ่านกรรมวิธีแปรรูป ไม่ใส่สารสังเคราะห์ต่าง ๆ ที่ใช้ปรับแต่งสี กลิ่นรสชาติ และเนื้อสัมผัสของอาหาร รวมถึงสารกันเสียทั้งหลาย ที่สำคัญอาหารต้องสดและสะอาด (กรุงเทพฯธุรกิจ, 2566) และยังเป็นอาหารที่ให้คุณค่าโภชนาการครบทั้ง 5 หมู่ ได้แก่ โปรตีน คาร์โบไฮเดรต ไขมันวิตามินเกลือแร่ ในสัดส่วนที่เพียงพอเหมาะสมกับความต้องการของร่างกาย (อ้างถึงในชินชิตรา อินทจักรและสรารุช อนันตชาติ, 2565)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาดแบบ 4E

ส่วนประสมการตลาดแบบ 4E หมายถึง กลยุทธ์ทางการตลาดยุคใหม่ ที่มีเทคโนโลยีล้ำสมัย การใช้โซเชียลมีเดีย หรือการทำธุรกรรมออนไลน์ที่หลากหลายขึ้นที่ ซึ่งได้พัฒนาต่อยอดมาจาก 4P กับ 4C มาเป็น 4E Marketing ที่เน้นสร้างประสบการณ์ที่ดี หรือ Customer Experience มากกว่าส่วนอื่น ยิ่งทำให้พวกเขาารู้สึกดีและประทับใจแบรนด์มากเท่าไรก็ยิ่งส่งผลดีให้แบรนด์มากเท่านั้น ซึ่งก็ไม่ใช่แค่ในตัวสินค้าหรือบริการ แต่มันคือทุกขั้นตอน ไม่ว่าจะเป็นการสื่อสาร การสร้างจุดยืน การดีไซน์ ตัวสินค้าหรือบริการไปจนถึงหลังการขาย เพราะธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในยุคนี้คือธุรกิจที่สามารถเข้าไปนั่งในใจลูกค้าได้มากกว่าธุรกิจที่เน้นแค่การขาย เพราะเมื่อคุณสามารถเข้าไปอยู่ในใจลูกค้าได้ก็สามารถอยู่ในตลาดในระยะยาวได้ (อ้างในเจตน์ เลิศจรรณวิทย์, 2566) ส่วนประสมทางการตลาด 4E มี 4องค์ประกอบ ได้แก่ องค์ประกอบที่หนึ่ง การมอบประสบการณ์ (Experience) จากการขายคุณสมบัติของตัวสินค้า (Product) เมื่อในอดีตก็ได้ถูกพัฒนาและให้ความสำคัญกับ

การสร้างประสบการณ์ (Experience) ให้กับผู้ใช้สินค้า ซึ่งประสบการณ์นั้นจะเป็นทั้งความสุข ผลลัพธ์ที่ตรงตามความคาดหวังหรือมากกว่าความคาดหวัง รวมถึงความภาคภูมิใจที่ได้จากการใช้สินค้านั้นๆ และยังรวมไปถึงบรรยากาศแวดล้อมต่างๆ เช่น บรรยากาศภายในร้านค้า ความใส่ใจของพนักงาน รวมถึงการบริการ เป็นต้น องค์ประกอบที่สอง การสร้างความคุ้มค่า (Exchange) จากการวางกลยุทธ์ด้านราคา (Price) เมื่อในอดีตมาสู่การรับรู้และมีการแลกเปลี่ยนคุณค่า (Exchange Value) ของสินค้ามากกว่าการแข่งขันด้านราคา ดังนั้นคุณภาพของสินค้า ราคา และสิ่งที่ลูกค้าจะได้รับนั้นต้องมีความสอดคล้องกัน ซึ่งคุณค่านั้นจะสะท้อนให้เห็นถึงคุณค่าของแบรนด์ด้วยเช่นเดียวกัน องค์ประกอบที่สาม การเข้าถึงผู้บริโภค (Everywhere) ด้วยการเข้ามาของโลกออนไลน์ทำให้มีช่องทางการขาย (Place) ที่หลากหลายมากขึ้นในการซื้อสินค้าหรือบริการ และมันเข้าถึงลูกค้าได้ง่ายมากขึ้น ดังนั้นการอำนวยความสะดวกให้ลูกค้าได้มีทางเลือกในการซื้อสินค้าจะเป็นตัวตัดสินความสำเร็จให้กับธุรกิจในอนาคต ไม่ว่าจะเป็นออฟไลน์ ออนไลน์ โซเชียลมีเดียต่างๆ และองค์ประกอบที่สี่ การเผยแพร่ (Evangelism) โปรโมชัน (Promotion) และการลดแลกแจกแถมอาจไม่สามารถทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีกับแบรนด์ (Brand Loyalty) หรือสินค้าไปได้ตลอด ซึ่งจำเป็นต้องเปลี่ยนลูกค้าให้กลายเป็นสาวก และเกิดการบอกต่อ (Evangelism) โดยพื้นฐานนั้นต้องมาจากคุณภาพสินค้า การบริการ การดูแลลูกค้าผสมผสานกับการจัดกิจกรรมที่ส่งมอบคุณค่าให้กับลูกค้าได้ (ปรีดี นกุลสมปรารถนา, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทัศนคติ (Attitude Component)

ทัศนคติ หมายถึง ส่วนหนึ่งของความคิดเห็นที่เกิดจากความเชื่อต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ประสบการณ์หรือองค์ความรู้ของแต่ละบุคคลที่ได้เรียนรู้หรือสะสมมา และมีความแตกต่างกันไปตามพื้นฐานความรู้ความสามารถของแต่ละบุคคล (อึ้งในวิโรจน์ สุวรรณประไพ, 2565) โดยทัศนคติมีแบ่งออกเป็น 3 องค์ประกอบ ได้แก่ (1) ด้านส่วนของความเข้าใจ (Cognitive Component) เป็นองค์ประกอบด้านความรู้ การรับรู้หรือประสบการณ์ ส่งผลต่อความรู้สึกของบุคคล และแสดงออกมาในรูปแบบความเชื่อ โดยที่ความเชื่อที่แตกต่างกันก็จะส่งผลต่อการแสดงพฤติกรรมที่แตกต่างกันออกไป (2) ด้านส่วนของความรู้สึก (Affective Component) เป็นองค์ประกอบด้านอารมณ์อาจเกิดขึ้นก่อนที่จะได้รับความรู้หรือประสบการณ์ก็ได้ ความรู้สึกเป็นการตอบสนองเชิงอารมณ์โดยรวมที่บุคคลมีต่อสินค้าหรือบริการนั้น ซึ่งออกมาในรูปแบบความชอบ ความกลัว ความโกรธ ความเกลียด เป็นองค์ประกอบของทัศนคติที่มีผลเกี่ยวพันต่อการแสดงออกของบุคคล (3) ด้านส่วนของพฤติกรรม (Conative Component หรือ Doing หรือ Behavior) เป็นองค์ประกอบด้านพฤติกรรม เกิดเมื่อมีความรู้สึกต่อสิ่งใด ๆ ก็ส่งผลต่อการตอบสนองตามความรู้สึกนั้น ๆ อาจเกิดขึ้นก่อนความรู้ความเข้าใจ หรือเกิดขึ้นหลังจากมีความรู้ความเข้าใจต่อสิ่งนั้น ซึ่งเป็นเหตุผลให้เกิดการกระทำ (สุมัยยา นาคนาวา, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความตั้งใจเลือกซื้อ

ความตั้งใจซื้อ (Purchase intention) หมายถึง การที่ผู้บริโภคพร้อมและมีความต้องการซื้อสินค้าอย่างใดอย่างหนึ่งที่สอดคล้องกับความต้องการ ซึ่งความตั้งใจซื้อเกิดจากทัศนคติและความไว้วางใจของผู้บริโภคต่อประเภทสินค้า ตรายี่ห้อและการบริการ (อึ้งในฉัตรชัย อินทสังข์และศศิฉาย พิมพ์พรรคและอภิ คำเพราะ, 2562)

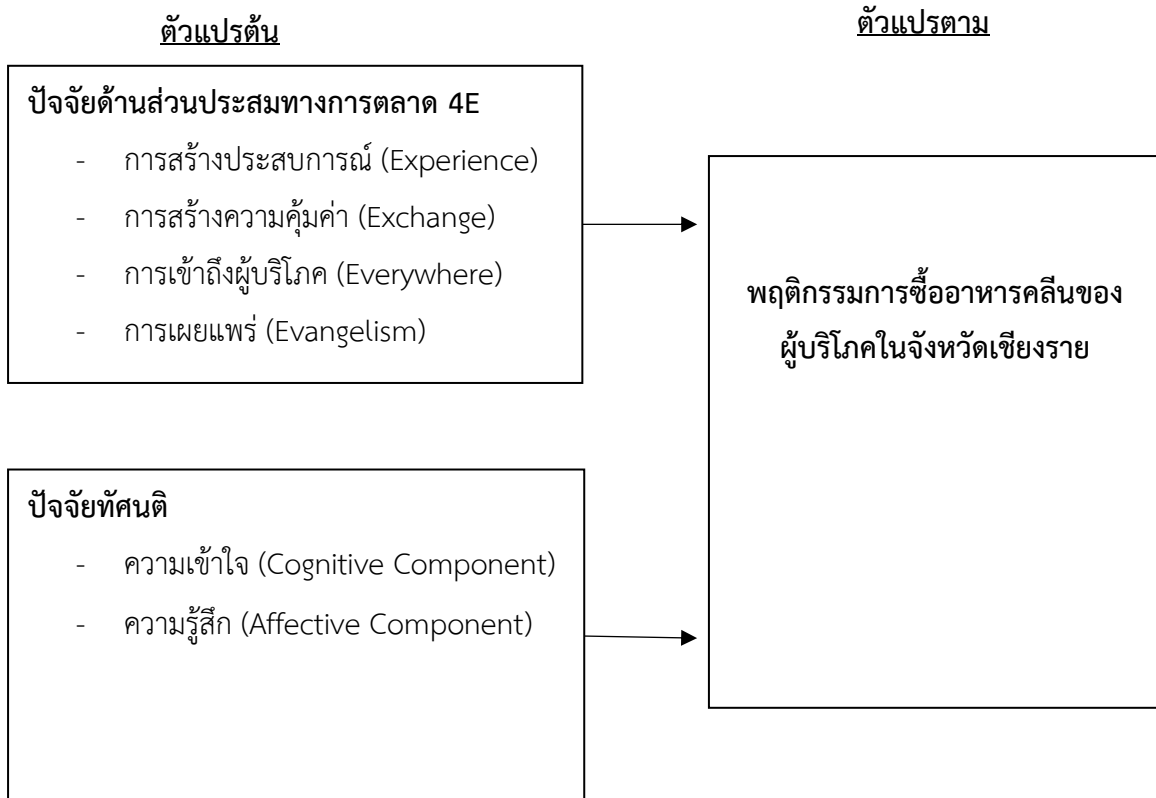
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ (Demography) หมายถึง ข้อมูลคุณลักษณะส่วนตัวของผู้บริโภคประกอบไปด้วย เพศ อายุ ศาสนา สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ เพื่อเป็นเครื่องมือในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย และสามารถว่าโครงสร้างส่วนผสมทางการตลาดได้ตรงกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมายได้มากที่สุด (สุมัยยานาคานาวา, 2564)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการณ์การซื้อ

พฤติกรรมการณ์การซื้อของผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับการหาสินค้า การเลือกซื้อ การประเมิน และการตัดสินใจซื้อ รวมถึงการชักชวนและแนะนำผู้อื่นให้ซื้อด้วย โดยพฤติกรรมการณ์เหล่านี้มุ่งตอบสนองความต้องการส่วนบุคคล และขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการณ์การซื้อ เช่น ความเชื่อมั่นในสินค้าหรือบริการ คุณภาพของข้อมูลที่ได้รับ และประสบการณ์ที่มีต่อสินค้าหรือบริการนั้นๆ (ทศพล บรรลือสิน, 2560)

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E มีผลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย
2. ปัจจัยทัศนคติมีผลต่อพฤติกรรมการณ์การซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษารั้งนี้ คือ ประชากรกลุ่มลูกค้าที่อาศัยภายในจังหวัดเชียงรายที่เคยรับประทานอาหารคลีน จำนวน 400 ชุด

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้ทำการสุ่มตัวอย่าง โดยเน้นกลุ่มที่อาศัยหรือใช้ชีวิตประจำวันในเขตบ้านคู่และบริเวณมหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีร้านอาหารคลีนและชุมชนที่สนใจด้านสุขภาพอย่างหนาแน่น เช่น นักศึกษา บุคลากรทางการศึกษา และวัยทำงานที่มีไลฟ์สไตล์ใส่ใจสุขภาพ การเก็บข้อมูลในพื้นที่นี้สะท้อนพฤติกรรมบริโภคอาหารคลีนได้ดี เนื่องจากผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าวมีแนวโน้มบริโภคอาหารคลีนมากกว่าพื้นที่อื่นในจังหวัดเชียงราย ทั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าว โดยใช้สูตรการคำนวณของคอกซ์แรน (Cochran, 1977 อ้างถึงในเจตน์ เลิศจรูญวิทย์, 2566) โดยกำหนดความเชื่อมั่น ที่ร้อยละ 95 ทำให้ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างประมาณ 385 คน เพื่อรองรับความคลาดเคลื่อนหรือข้อมูลที่อาจไม่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ โดยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง จำนวน 2 ท่าน ตรวจสอบความตรงของเนื้อหา โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ และผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ได้ผ่านการพิจารณาไปทดสอบความเชื่อมั่นก่อนนำไปใช้จริง จำนวน 30 ชุด โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้ ค่าความเที่ยงของแบบสอบถามรวมทั้งชุด เท่ากับ 0.934 ซึ่งถือว่าเป็นที่ยอมรับในการวิจัย เนื่องจากมีค่าไม่น้อยกว่า 0.70 แสดงให้เห็นว่าข้อคำถามในแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือได้

การวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาด 4E กับพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย และทัศนคติกับพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ผลการวิจัย

ข้อมูลปัจจัยทางประชากรศาสตร์

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีอายุระหว่าง 20 ปี ถึง 30 ปี จำนวน 268 คน คิดเป็นร้อยละ 67.0 และกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรายได้ไม่น้อยกว่าหรือเท่ากับ 10,000 บาท จำนวน 254 คน คิดเป็นร้อยละ 63.5

ตารางที่ 1 ข้อมูลค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการซื้อ

พฤติกรรมการซื้อ	ระดับพฤติกรรมการซื้อ					\bar{X}	S.D.	แปลผล
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด			
1. ท่านบริโภคอาหารคลีนเป็นประจำ	78 (19.5)	102 (25.5)	134 (33.5)	58 (14.5)	28 (7.0)	3.36	1.155	ระดับปานกลาง
2. ท่านมักจะซื้ออาหารคลีนไว้รับประทานเอง	84 (21.0)	130 (32.5)	115 (28.7)	45 (11.3)	26 (6.5)	3.50	1.135	มาก
3. ท่านมักจะซื้ออาหารคลีนไปเป็นของฝากผู้อื่น	80 (20.0)	91 (22.8)	96 (24.0)	72 (18.0)	61 (15.3)	3.14	1.342	ระดับปานกลาง
4. ท่านจะแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้ออาหารคลีนเหมือนกับที่ท่านซื้อ	102 (25.5)	112 (28.0)	129 (32.3)	37 (9.3)	20 (5.0)	3.60	1.113	มาก
รวม						3.40	1.186	ระดับปานกลาง

จากตารางที่ 1 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับแนะนำบุคคลอื่นให้ซื้ออาหารคลีนเหมือนกับที่ท่านซื้อมากที่สุด รองลงมาคือ ซื้ออาหารคลีนไว้รับประทานเอง ตามลำดับ

ข้อมูลส่วนประสมการตลาด 4E ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย
ตารางที่ 2 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด 4E

ส่วนประสมการตลาด 4E (N=400)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านการสร้างประสบการณ์	4.08	0.874	มาก
ด้านการสร้างความคุ้มค่า	4.23	0.826	มากที่สุด
ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค	4.11	0.860	มาก
ด้านการเผยแพร่	4.11	0.864	มาก
ภาพรวม	4.13	0.856	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับส่วนประสมการตลาด 4E อยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับด้านการสร้างความคุ้มค่ามากที่สุด รองลงมาคือด้านการเผยแพร่ ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค และด้านการสร้างประสบการณ์ ตามลำดับ

ตารางที่ 3 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาด 4E กับพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนที่มีผลต่อผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ส่วนประสมการตลาด 4E (N=400)	ค่าสัมประสิทธิ์					Tolerance	VIF
	B	S.E.	Beta	t	Sig.		
ค่าคงที่	1.563	0.313		4.992	<0.001		
ด้านการสร้างประสบการณ์	0.332	0.114	0.226	2.903	0.004**	0.362	2.763
ด้านการสร้างความคุ้มค่า	-0.531	0.131	-0.365	-4.042	<0.001**	0.268	3.736
ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค	0.249	0.116	0.178	2.152	0.032*	0.320	3.120
การเผยแพร่	0.415	0.121	0.290	3.431	<0.001**	0.307	3.257

Adjust R² = 0.128 SEE = 0.991 F = 15.592, * = 0.05, ** = 0.01

จากตารางที่ 3 จากการวิเคราะห์ค่าสหพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ดังตารางที่ 4.15 พบว่าไม่เกิดปัญหาเนื่องจากค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร และค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร (Hair et al., 2009) ในขณะเดียวกัน พบว่าค่า Adjust R² เท่ากับ 0.128 สามารถอธิบายได้ว่า ส่วนประสมการตลาด 4E ทั้ง 4 ตัวแปรสามารถช่วยในการประมาณการพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายได้ร้อยละ 13.6

จากผลการวิเคราะห์ค่า Beta (ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของส่วนประสมการตลาด 4E ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายโดยปัจจัยที่มีค่า Beta สูง หมายความว่าปัจจัยนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายมาก ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ สามารถเรียงลำดับจาก มาก ไป น้อย ได้แก่ ด้านการสร้างความคุ้มค่า ($\beta = 0.365$) การเผยแพร่ ($\beta = 0.290$) การสร้างประสบการณ์ ($\beta = 0.226$) และด้านการเข้าถึงผู้บริโภค ($\beta = 0.178$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างส่วนประสมการตลาด 4E ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 มีจำนวน 1 ตัวแปร ได้แก่ ด้านการเข้าถึงผู้บริโภค และที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 3 ตัวแปร ได้แก่ การสร้างประสบการณ์ ด้านการสร้างความคุ้มค่า และการเผยแพร่

ข้อมูลทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย

ตารางที่ 4 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับทัศนคติ

ทัศนคติ (N=400)	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความเข้าใจ	3.89	0.900	มาก
ความรู้สึก	3.40	1.186	ระดับปานกลาง
ภาพรวม	3.65	1.054	มาก

จากตารางที่ 4 กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับความเข้าใจอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับความเข้าใจด้านการนำไปใช้ประโยชน์มากที่สุด รองลงมาคือ ความรู้สึก ตามลำดับ

ตารางที่ 5 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติกับพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนที่มีผลต่อผู้บริโภคใน
จังหวัดเชียงราย

ทัศนคติ (N=400)	ค่าสัมประสิทธิ์					Tolerance	VIF
	B	S.E.	Beta	t	Sig.		
ค่าคงที่	-0.503	0.196		-2.559	0.011		
ความเข้าใจ	0.431	0.063	0.334	6.809	0.004**	0.515	1.943
ความรู้สึกรู้สึก	0.575	0.064	0.439	8.945	<0.001**	0.515	1.943

$R^2 = 0.508$, Adjust $R^2 = 0.506$, $F = 205.213$, Sig. of $F = <0.001$, * = 0.05, ** = 0.01

จากตารางที่ 5 จากการวิเคราะห์ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ ดังตารางที่ 4.16 พบว่าไม่เกิดปัญหา เนื่องจากค่า VIF มีค่าน้อยกว่า 10 ทุกตัวแปร และค่า Tolerance มีค่ามากกว่า 0.1 ทุกตัวแปร (Hair et al., 2009) ในขณะเดียวกัน พบว่าค่า Adjust R^2 เท่ากับ 0.506 สามารถอธิบายได้ว่า ทัศนคติทั้ง 2 ตัวแปร สามารถช่วยในการประมาณการพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายได้ร้อยละ 50.6%

จากผลการวิเคราะห์ค่า Beta (ค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย) ซึ่งเป็นค่าที่แสดงถึงความสัมพันธ์ของทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย โดยปัจจัยที่มีค่า Beta สูง หมายความว่า ปัจจัยนั้นส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายมาก ซึ่งจากผลการวิเคราะห์ สามารถเรียงลำดับจาก มาก ไป น้อย ได้แก่ ความรู้สึก ($\beta = 0.439$) และความเข้าใจ ($\beta = 0.334$) ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างทัศนคติที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย พบว่าตัวแปรอิสระที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 มีจำนวน 2 ตัวแปร ได้แก่ ความเข้าใจและความรู้สึก

อภิปรายผล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อส่วนประสมการตลาดแบบ 4E อยู่ในระดับที่มาก ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะธุรกิจอาหารคลีน เป็นธุรกิจอาหารคลีนเป็นธุรกิจบริการที่มุ่งเน้นการตอบสนองต่อความคาดหวังของลูกค้า ซึ่งทำให้ผู้บริโภคคาดหวังที่จะได้รับบริการที่มีคุณค่าและคุ้มค่ากับราคาที่จ่ายไป นอกจากนี้ การเน้นการเผยแพร่ที่ดีแก่ลูกค้า การสร้างประสบการณ์ที่ดี และการให้ความสำคัญกับการเข้าถึงผู้บริโภคอย่างสะดวก ก็ล้วนเป็นปัจจัยที่ช่วยกระตุ้นความสนใจและความพึงพอใจของลูกค้า สอดคล้องพรชนก พิเรนทรและสุพิชา บุรณะวิทยากรณ์ (2566) ที่ได้ศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดแบบ 4E ของผู้ประกอบการร้านกาแฟ ขนมเบเกอรี่ ขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มากเช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการเช่นเดียวกับธุรกิจอาหารคลีน

ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E ด้านการสร้างความคุ้มค่ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับโชติกา อ่วมอุ่มและสุเมธ ธูดารัตระกุล (2566) มีความสัมพันธ์เชิงสาเหตุกับกระบวนการตัดสินใจรับชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์

(E-Sports) ของผู้ชมกลุ่มเจเนอเรชันซีในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยในครั้งนี้ จากผลการศึกษาดังกล่าวปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E ด้านการสร้างความคุ้มค่ามีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ความคาดหวังของผู้บริโภคต่อคุณค่าและความคุ้มค่าของบริการได้เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้บริโภคในยุคนี้มองหาบริการที่สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะตัวได้อย่างตรงจุดและมีความยืดหยุ่นในราคาที่เหมาะสม สอดคล้องกับแนวความคิดของ Konhäusner, et al. (2021) กล่าวถึงกระบวนการแลกเปลี่ยนทางคุณค่า ซึ่งรวมถึงต้นทุนเวลาที่ลูกค้าต้องเสียไป (Time Cost) และความเป็นธรรมในแง่ของราคาหรือคุณค่าที่สมเหตุสมผล (Fairness) โดยให้ความสำคัญต่อการสร้างความสมดุลในประสบการณ์การแลกเปลี่ยน

อีกทั้ง จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E ด้านการเผยแพร่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับกาญจน์ระวี อนันตอักรกุล (2565) ที่ได้ศึกษาพบว่าส่งผลต่อความตั้งใจซื้อ และการซื้อซ้ำอาหาร จากรถอาหารเคลื่อนที่ฟู้ดทรัคอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบันผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเผยแพร่ที่ดีกับผู้ให้บริการมากขึ้น สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของ พนิดา ตันศิริ (2566) ที่ศึกษาพบว่า จะเลือกซื้อโดยพิจารณาจากกิจกรรมที่เปิดให้มีส่วนร่วมอย่างต่อเนื่องและข้อเสนอส่งเสริมการขายที่ดึงดูดใจ

อีกส่วนหนึ่ง จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E ด้านการสร้างประสบการณ์มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับเจตน์ เลิศจรูญวิทย์ (2566) ที่ได้ศึกษาพบว่ามียุทธศาสตร์การตัดสินใจซื้อซาลาเปาโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ความสำคัญของการสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในการเลือกใช้บริการมีบทบาทมากขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจบริการอย่างร้านอาหารคลีน สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของอุมาวรรณ วาทกิจ(2566) ที่ศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมากกว่าร้อยละ 53.2 มองว่าหากมีการสร้างประสบการณ์ให้กับลูกค้า เพื่อการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

นอกเหนือจากนี้ จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4E ด้านการเข้าถึงผู้บริโภคมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงราย สอดคล้องกับบุษยมาศ วงศ์เรียน (2566) ที่ได้ศึกษาพบว่าพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการโรงแรมในอำเภอเมืองจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเข้าถึงข้อมูลและบริการที่สะดวกสบายและครอบคลุมมากขึ้น การเข้าถึงผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์และช่องทางสื่อสารที่หลากหลายช่วยให้ผู้บริโภคสามารถประเมินและตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ง่ายขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มร้านอาหารคลีน ที่มักนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ สอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยของธนธร สันติชาติ (2565) ศึกษาพบว่า ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่เห็นว่าช่องทางบริหารจัดการหน้าและการประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่หลากหลายช่องทางทั้งแบบออนไลน์และออฟไลน์เป็นปัจจัยสำคัญที่ดึงดูดให้คนเข้าร่วมงานมากขึ้น

ปัจจัยทัศนคติ

จากผลการศึกษาวิจัย พบว่ากลุ่มตัวอย่างให้ความสำคัญต่อทัศนคติ อยู่ในระดับที่มาก ทั้งนี้ เนื่องจากผู้บริโภคในปัจจุบันมักให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการที่ตรงกับค่านิยมส่วนบุคคล โดยเฉพาะในกลุ่มคนที่มี

ความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับโภชนาการ สอดคล้องวิไลพรรณ วัฒนพงศ์และฉันทนา ปาปัดถา (2565) ที่ได้ศึกษาพบว่ากลุ่มเป้าหมายมีระดับความคิดเห็นต่อด้านทัศนคติ ของกลุ่มผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครมาก เช่นเดียวกัน ซึ่งเป็นธุรกิจบริการเช่นเดียวกับธุรกิจอาหารคลีน

ในขณะเดียวกัน จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนทัศนคติ ด้านความเข้าใจ มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับศุภณัฐ สุรสกุลวัฒน์ (2564) ที่ได้ศึกษาพบว่าส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเจในเขตกรุงเทพและปริมณฑล ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ซึ่งแตกต่างจากผลการวิจัยในครั้งนี้ จากผลการศึกษาดังกล่าวปัจจัยส่วนทัศนคติ ด้านความเข้าใจมีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ผู้บริโภคในพื้นที่เชียงรายมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับอาหารคลีนมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพและโภชนาการ สอดคล้องกับแนวความคิดของ Schiffman และ Kanuk (2000, p. 200) กล่าวถึง การที่ความเข้าใจของผู้บริโภคและการรับรู้ถึงคุณประโยชน์จากผลิตภัณฑ์หรือบริการ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อและการเลือกใช้บริการของผู้บริโภค

อีกทั้ง จากผลการศึกษาวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนทัศนคติ ด้านความรู้สึกรู้สึก มีผลต่อพฤติกรรมการซื้ออาหารคลีนของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงรายอย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับวันวิสาข์ น้อยเฉลิม (2566) ที่ได้ศึกษาพบว่า การตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะในปัจจุบัน ผู้บริโภคมีความคาดหวังที่จะได้รับความสุขจากการบริโภคอาหาร ไม่ใช่เพียงเรื่องรสชาติหรือประโยชน์ต่อสุขภาพจากการบริโภคอาหารเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสร้างอารมณ์เชิงบวกในการรับประทานด้วย สอดคล้องกับแนวความคิดของ Quan and Wang (2004) กล่าวถึง ความรู้สึกและอารมณ์ที่เกิดขึ้นระหว่างการบริโภคมีบทบาทสำคัญต่อการรับรู้ประสบการณ์และการสร้างความผูกพันกับบริการ

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารคลีนควรมีที่พนักงานมีความรู้เรื่องโภชนาการสามารถให้คำแนะนำได้ ร้านมีบริการจัดเมนูพิเศษปรับแต่งให้เหมาะสมตามโภชนาการของลูกค้าแต่ละท่าน การบริการของร้านมีคุณค่าเหมาะสมต่อการนำไปบอกต่อ รวมไปถึงการให้ความช่วยเหลือเมื่อมีปัญหาระหว่างการให้บริการในร้าน รวมถึงการสร้างบรรยากาศร้านที่อบอุ่นและเป็นมิตร จะช่วยดึงดูดและสร้างความประทับใจได้อย่างยั่งยืน ธุรกิจควรให้ความสำคัญกับการให้บริการที่เน้นคุณค่าทางสุขภาพ อีกทั้งผู้ประกอบการในธุรกิจอาหารคลีนควรมีการจัดทำข้อมูลโภชนาการที่ชัดเจนและครบถ้วน พร้อมให้ความรู้เกี่ยวกับประโยชน์ของอาหารคลีน เพื่อสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นแก่ลูกค้าในการเลือกบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพ การสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นและเป็นกันเองในร้านจะช่วยเสริมสร้างความรู้สึกเชิงบวกและความผูกพันระหว่างลูกค้าและธุรกิจ

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมด้วยรูปแบบงานวิจัยเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก หรือการวิจัยแบบผสมผสาน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกมากขึ้น ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเข้าใจ

ในปัจจุบันที่ส่งผลต่อความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนและสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ด้านการตลาดที่เหมาะสมยิ่งขึ้น

2. งานวิจัยนี้เน้นการศึกษาในพื้นที่จังหวัดเชียงราย ควรทำการวิจัยเพิ่มเติมในพื้นที่อื่นๆ ของประเทศไทยเพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์ระหว่างผู้บริโภคในภูมิภาคต่างๆ เช่น ภาคกลาง ภาคใต้ หรือภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ทั้งนี้เพื่อศึกษาความแตกต่างในความตั้งใจเลือกใช้บริการร้านอาหารคลีนที่อาจเกิดจากความแตกต่างทางวัฒนธรรมและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละภูมิภาค

บรรณานุกรม

กาญจนา ธีระวี อนันต์อัครกุล. (2565). รูปแบบการดำเนินชีวิต และส่วนประสมทางการตลาดรูปแบบใหม่ (4Es) ที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อและการซื้อซ้ำอาหารจากรถอาหารเคลื่อนที่ – ฟู้ดทรัค. วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย

กรุงเทพธุรกิจ. (2567). “7 “เทรนด์พฤติกรรมกรกินของคนไทย” 2567 ใส่ใจอาหารสุขภาพ 66% ออกกำลังกาย.”. www.bangkokbiznews.com/lifestyle /food/1109389.

กรุงเทพธุรกิจ. (2566). “มือใหม่ เริ่มต้นกิน “อาหารคลีน” อย่างไร ให้สุขภาพดี.”. www.bangkokbiznews.com/health/well-being/1100640#google_vignette. Accessed 14 May 2024.

ชนิษฐา อินทจักรและสรารุช อนันตชาติ (2565) “อิทธิพลของปัจจัยกำหนดพฤติกรรมผู้บริโภคต่อความตั้งใจในการบริโภคอาหารคลีนของผู้บริโภค”. กรุงเทพฯ:มหาวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

ฉัตรชัย อินทสังข์และศศิฉาย พิมพ์พรรคและอภิ คำเพราะ. (2562). การรับรู้คุณภาพการบริการ: ความตั้งใจซื้อผลิตภัณฑ์บนการพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย

เจตน์ เลิศจรรุณวิทย์. (2566). ส่วนประสมการตลาดแบบ 4E ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาโบราณในอำเภอเมืองจังหวัดสุโขทัย. การค้นคว้าอิสระนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

โชติกา อ่วมอุ่มและสุเมธ จุฑารัตระกุล (2566). ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างส่วนประสมการตลาด (4Es) กับกระบวนการตัดสินใจรับชมกีฬาอิเล็กทรอนิกส์ (E-Sports) ของผู้ชมกลุ่มเจนเอเรชั่นวายและกลุ่มเจนเอเรชั่นซี ในประเทศไทย. วารสารรัชต์ภาคย์ Vol.17 No.52

ทศพล บรรลือสิน. (2560). คุณภาพของเว็บไซต์ ความไว้วางใจที่ส่งผลต่อการเข้าร่วมของผู้บริโภคและพฤติกรรมกรซื้อ ของข้าราชการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา: การบริการขนมไทยแบบส่งถึงที่ผ่านทางออนไลน์. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

ธนธร สันติชาติ (2565). ส่วนประสมทางการตลาด 4Es สำหรับงานอีเวนต์เซิร์ฟสเก็ตในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี ปีที่ 16 ฉบับที่ 3

นุกุลสมปรารณา ปรีดี. (2564)“รู้จักกลยุทธ์การตลาดแบบ 4E – Popticles.com.” Popticles, <https://www.popticles.com/marketing/4e-marketing-strategy/>

- พรชนก พิเรนทรและสุพิชา บุรณะวิทยาภรณ์. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของผู้ประกอบการร้านอาหารแฟรนไชส์ ขนบเบเกอรี่ ขนาดกลางและขนาดย่อม ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. วิทยาลัยดุสิตธานี
- พนิดา ตันศิริ (2567). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- วันวิสาข์ น้อยเฉลิม (2566). อิทธิพลของการรับรู้ข้อมูล ทักษะคนคิด และพฤติกรรมที่มีต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงอาหารของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดภูเก็ต. วารสารร่วมพฤษภรณ์ มหาวิทยาลัยเกริก
- วิไลพรรณ วัฒนพงศ์และฉันทนา ปาปัดถา. (2565). ทักษะคนคิดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหารคลีนเพื่อสุขภาพ ในช่วงสถานการณ์ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ในกรุงเทพมหานคร. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร
- วิโรจน์ สุวรรณประไพ. (2565). ทักษะคนคิดที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของบุคลากรภาครัฐในหน่วยงานเทศบาลเมืองกระบี่. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์
- สถิติการบริการด้านการทะเบียนราษฎร. (2567). “สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร.”
stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/mainpage.
- สุมัยยา นาคนาวา. (2564). ทักษะคนคิด พฤติกรรม และส่วนผสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อทัศนคติการใช้บริการร้านอาหารฮาลาลของผู้บริโภคที่ไม่ใช่มุสลิม. วิทยาลัยดุสิตธานี
- สำนักงานประชาสัมพันธ์จังหวัดเชียงราย. (2566). “จังหวัดเชียงราย จับมือภาครัฐภาคเอกชน ขับเคลื่อน “เชียงรายเมืองแห่งสุขภาพ” (Chiang Rai Wellness City) ตามวิสัยทัศน์ประเทศ มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน.”. chiangrai.prd.go.th/th/content/category/detail/id/9/iid/228136.
- ศุภณัฐ สุรสกุลวัฒน์. (2564). ได้วิจัยเรื่อง ส่วนผสมทางการตลาด ค่านิยม และทัศนคติ ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารเจในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- อุมาวรรณ วาทกิจ. (2566). ส่วนผสมทางการตลาด 4Es ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าสินค้าอุปโภคบริโภคของผู้บริโภคผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ
- Konhäusner, P., Shang, B., & Dabija, D.-C. (2021). Application of the 4Es in online crowdfunding platforms: A comparative perspective of Germany and China. *Journal of Risk and Financial Management*, 14(2), 1-19.
- Quan and Wang (2004). Towards a structural model of the tourist experience: an illustration from food experiences in tourism. *Tourism Management*
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2000). *Consumer behavior* (7th ed.). Upper Saddle River, N.J. Prentice Hall.
- Thompson, N. A., van Gelderen, M., และ Keppler, L. (2020). No Need to Worry Anxiety and Coping in the Entrepreneurship Process. *Frontiers in Psychology*, 11. doi:10.3389/fpsyg.2020.00398.

ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพ
ของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย

Relationship of motivation, competency and career characteristics in work
Development of regular soldiers Royal Thai Armed Forces Headquarters

อวยพร แก้วคำสอน¹ เสาวลักษณ์ นิกรพิทยา² และ รุ่งสรรค์ อินทน์จันทน์³

¹สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, auyporn069@gmail.com

²สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, sauwalucknik@hotmail.com

³สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม, rungsun_injun@hotmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงาน 2) เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาสมรรถนะ 3) เพื่อศึกษาระดับลักษณะอาชีพ และ 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพ ใช้กลุ่มตัวอย่าง คือ ทหารกองประจำการ และเหล่าทัพ กองบัญชาการกองทัพไทย จำนวน 267 คน จากการใช้สูตรทาโร ยามาเน่ ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติสัมพันธ์เพียร์สัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .01

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ระดับการพัฒนาสมรรถนะที่ของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) ระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง และ 4) ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .678

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะ ลักษณะอาชีพ

ABSTRACT

The research objectives were: 1) to study the level of motivation at work 2) to study the level of competency development 3) to study the level of occupational characteristics and 4) to study the relationship with motivation at work. Developing competency and occupational characteristics. Royal Thai Armed Forces Headquarters Using a sample group of 267 soldiers from the regular army and the Royal Thai Armed Forces Headquarters using the Taro Yamane formula, a questionnaire was used to collect data.

Statistics used in data analysis include frequency distribution, percentage, mean, standard deviation. Pearson coefficient statistics with a statistical significance of .01

The research results found that: 1) the level of motivation in the work of regular military personnel Royal Thai Armed Forces Headquarters Overall, it is at a high level. 2) The level of competency development of regular soldiers. Royal Thai Armed Forces Headquarters found that the overall level was at a high level. 3) Level of occupational characteristics of regular soldiers. Royal Thai Armed Forces Headquarters Overall it was at a moderate level. And 4) Work motivation relationship. Development of competency and career characteristics of regular soldiers Royal Thai Armed Forces Headquarters Overall, the relationship was at a moderate level, equal to .678

Keywords : motivation, competency, career characteristics

บทนำ

ตลาดแรงงานของไทยเป็นตลาดที่เน้นใช้แรงงานราคาถูก ส่วนหนึ่งมาจากโครงสร้างทางเศรษฐกิจที่ได้พึ่งพาการส่งออกเป็นตัวขับเคลื่อน จึงต้องพยายามรักษาขีดความสามารถของการแข่งขันของ สินค้าไทยโดยมากด ต้นทุนการผลิตให้ต่างจากค่าแรงราคาถูก ประกอบกับการผลิตสินค้าส่งออกของไทย ส่วนใหญ่เป็นประเภทรับจ้างผลิตตามแบบที่ลูกค้ากำหนด สินค้าที่ผลิตออกมาจึงมีมูลค่าเพิ่มแก่คนไทยค่อนข้างน้อย ในด้านความคุ้มครองทางสวัสดิภาพและสังคมแก่แรงงานยังไม่ครอบคลุมและกว้างขวาง เพียงพอ เนื่องจากแรงงานส่วนใหญ่กว่าร้อยละ 60 เป็นแรงงานนอกระบบ ส่งผลให้แรงงานส่วนใหญ่ยังคง ตกอยู่ในความยากจน โดยเฉพาะแรงงานในภาคเกษตร และในชนบท การย้ายถิ่นเพื่อทำงานยังคงมีอยู่ จำนวนมากและอาจส่งผลกระทบต่อภาวะการขาดแคลนแรงงาน ทหารมีความสำคัญต่อประเทศโดยการที่ประเทศชาติมีความเข้มแข็ง มีความสามารถ มีความแข็งแกร่งด้วยการฝึกฝนทั้งด้านกำลังกาย กำลังใจ เพื่อเป็นประโยชน์ในการป้องกันประเทศ สามารถที่จะรักษาประเทศ ต่อต้านการรุกรานของฝ่ายใดก็ตาม เนื่องจากส่วนมากหลังปลดประจำการมีอาชีพรับจ้างและว่างงาน จึงทำให้เศรษฐกิจโดยรวมของประเทศไม่มีการพัฒนา กองทัพได้ตระหนักถึง ทหารกองประจำการในช่วงเวลาที่เข้ามารับใช้ จุดเริ่มต้นการตอบแทนคือการให้ความรู้ทางวิชาการ และวิชาชีพ รวมทั้งวินัยให้กับทหารกองประจำการและสิ่งสำคัญยิ่งเมื่อพวกเขาออกไปแล้ว จะต้องมีส่วนให้เขาทำด้วย กองวิชาทั่วไปได้เร่งเห็นปัญหา จึงถือได้ว่าการจัดงานวันนัดพบแรงงานทหาร เป็นการตอบโจทย์ที่สำคัญในชีวิตของเขา

ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ผดาสวัสดิ์ วุฒิมานานนท์ (2560) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการ,เปรียบเทียบ คุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์ปลดประจำการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล จัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาคุณภาพชีวิตทหาร เกณฑ์หลังปลดประจำการ ประชากร คือ ทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการที่มีภูมิลำเนาในอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง จำนวน 138 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานการทดสอบค่าเอฟ และทดสอบความแตกต่างด้วยวิธีการ แบบแอลเอสดี โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิต ของทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านสังคม ด้านเศรษฐกิจ ด้านคุณลักษณะทหารอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความพึงพอใจต่อกองทัพอู่ในระดับมาก ทหารเกณฑ์ปลดประจำการ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันมีคุณภาพชีวิตไม่แตกต่างกัน โดยมีข้อเสนอแนะว่ากองทัพอู่ควรสนับสนุนการประกอบอาชีพ หลังปลดประจำการและควรสร้างช่องทางติดต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างกองทัพอู่กับทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการมีขึ้นช่วงศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิต คุณภาพชีวิตในการทำงาน และพฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ : กรณีศึกษาข้าราชการ นายทหารประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ที่ 3 พบว่า 1) ข้าราชการนายทหารชั้นประทวนในสังกัดกรมทหาร ปืนใหญ่ที่ 3 มีระดับคุณภาพในการทำงาน และ พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การอยู่ในระดับสูง 2) อิทธิพลของคุณภาพชีวิตสามารถพยากรณ์พฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการนายทหาร ประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ที่ 3 ได้ร้อยละ 17.0 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 อิทธิพลของ คุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถพยากรณ์พฤติกรรม การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของข้าราชการนายทหาร ประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ที่ 3 ได้ร้อยละ 28.5 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 อิทธิพลของ คุณภาพชีวิตและคุณภาพชีวิตในการทำงานสามารถ ร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ องค์การของข้าราชการนายทหารประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ที่ 3 ได้ ร้อยละ 30.7 อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ระดับ.05 3) คุณภาพชีวิตในการทำงานของ ข้าราชการนายทหารประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ ที่ 3 มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของ องค์การ สูงกว่าคุณภาพชีวิตของข้าราชการนายทหาร ประทวนในสังกัดกรมทหารปืนใหญ่ที่ 3

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย
2. เพื่อศึกษาระดับการพัฒนาสมรรถนะที่ของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย
3. เพื่อศึกษาระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย

การทบทวนวรรณกรรม

มีแนวคิด ทฤษฎีที่สำคัญๆ ดังนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับอาชีพ กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน (2567) ให้ความหมายของคำว่า อาชีพ หมายถึง งานประกอบการค้า งานที่ใช้วิชาชีพหรืองานอื่นๆ ซึ่งบุคคลใดบุคคลหนึ่งกระทำอยู่ แต่ไม่หมายความถึงอุตสาหกรรม สถานการณ์ทำงานหรือประสบการณ์ในการทำงานของผู้ปฏิบัติงานนั้นๆ

1.1 ความสำเร็จในอาชีพ โดยสุนิกร เปรมศรี (2557, น.17) ให้ความหมายว่าความสำเร็จในอาชีพ คือการที่บุคคลรับรู้ หรือประเมินตนเองในแง่ความรู้สึกและความคิดเห็นได้ว่าเกิดประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เป็นไปตามที่ตนเองได้กำหนดเป้าหมายไว้ ฮาริสและอ็อกบอนน่า (Harris & Ogbonna, 2006, pp.44) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จในอาชีพ คือ ความจริงที่เกิดขึ้นหรือการรับรู้ของตัวบุคคลในความสำเร็จที่ได้รับมาจากผลของประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล

1.2 การพัฒนาอาชีพ ฮาริสและอ็อกบอนน่า (Harris & Ogbonna, 2006, pp.44) ให้ความหมายว่า ความสำเร็จในอาชีพ คือ ความจริงที่เกิดขึ้นหรือการรับรู้ของตัวบุคคลในความสำเร็จที่ได้รับมาจากผลของประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล

1.3 ประเภทของอาชีพ เรื่องนี้ครูรี (สืบค้น <https://blogkruree2014.wordpress.com/author/kruree2014/>, วันที่ 26 สิงหาคม 2567) โดยเรื่องนี้ ได้แบ่งประเภทอาชีพออกเป็น 4 อาชีพ ได้แก่ อาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการและการให้บริการ) อาชีพรับจ้าง อาชีพงานฝีมือ และอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่ของรัฐ

2. แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน โดยเสนาะ ตีเขาร (2553, น. 208) กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงาน หมายถึงแรงผลักดัน แรงกระตุ้นที่เกิดจากความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่องค์การจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงานซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วยปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐานได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานความเจริญเติบโตในการทำงานปัจจัยสุขอนามัย นโยบาย และการบริหารงานขององค์กร ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสภาพการทำงานความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและความมั่นคง

2.1 ทฤษฎีแรงจูงใจในการทำงานเอ เอช มาสโลว์ (A. H. Maslow) (อ้างในสิทธิพร สุทร และคณะ, 2567, 14-15 น.) ทฤษฎีลำดับชั้นของแรงจูงใจของมาสโลว์ (Maslow's hierarchical theory of motivation) ชั้นที่ 1 ความต้องการของร่างกาย ชั้นที่ 2 ความต้องการความปลอดภัย ชั้นที่ 3 ความต้องการด้านสังคม ชั้นที่ 4 ความต้องการการยกย่อง และชั้นที่ 5 ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต

3. แนวคิดเกี่ยวกับพัฒนาสมรรถนะ ซึ่งสำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2550, น.7) ได้ให้ความหมายไว้ว่า สมรรถนะคือ คุณลักษณะเชิงพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากความรู้ ทักษะ/ความสามารถและคุณลักษณะอื่นๆ ที่ทำให้บุคคลสามารถสร้างผลงานได้โดดเด่นกว่าเพื่อนร่วมงานอื่นๆ ในองค์กร กล่าวคือ การที่บุคคลจะแสดงสมรรถนะใดสมรรถนะหนึ่งได้ มักจะต้องมีองค์ประกอบของทั้งความรู้ ทักษะ/ความสามารถและคุณลักษณะอื่นๆ ตัวอย่าง เช่น สมรรถนะบริการที่ดี ซึ่งอธิบายว่า “สามารถให้บริการที่ผู้รับบริการที่ต้องการได้” นั้น หากขาดองค์ประกอบต่าง ๆ ได้แก่ ความรู้ในงานหรือทักษะที่เกี่ยวข้อง (เช่น ต้องหาข้อมูลจากคอมพิวเตอร์) และคุณลักษณะของบุคคลที่เป็นคนใจเย็น อดทนขอช่วยเหลือผู้อื่นแล้ว บุคคลก็ไม่อาจจะแสดงสมรรถนะของ “บริการที่ดี” ด้วยการให้บริการตามที่ได้รับบริการต้องการได้

3.1 องค์ประกอบของสมรรถนะเควิด แมคเคลแลนค์ (David C. McClelland. 1960) ได้เสนอแนวความคิด เกี่ยวกับองค์ประกอบของสมรรถนะ ไว้มี 5 ประการ คือ 1. ความรู้ คือ ความรู้เฉพาะในเรื่องที่ต้องรู้ เป็นความรู้ที่เป็นสาระสำคัญ เช่น ความรู้ด้านเครื่องยนต์ เป็นต้น 2. ทักษะ คือ สิ่งที่ต้องการให้ทำได้อย่างมี

ประสิทธิภาพ เช่น ทักษะทาง คอมพิวเตอร์ ทักษะทางการถ่ายทอดความรู้ เป็นต้น ทักษะที่เกิดขึ้นนั้นมาจากพื้นฐานทางความรู้ และสามารถปฏิบัติได้อย่างแคล่วคล่องว่องไว 3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง คือ เจตคติ ค่านิยม และความคิดเห็น เกี่ยวกับภาพลักษณ์ของตน หรือสิ่งที่บุคคลเชื่อว่าตนเองเป็น เช่น ความมั่นใจในตนเอง เป็นต้น 4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล เป็นสิ่งที่อธิบายถึงบุคคลนั้น เช่น คนที่หน้าเชื่อถือและไว้วางใจได้หรือมีลักษณะเป็นผู้นำ เป็นต้น 5. แรงจูงใจ/เจตคติ เป็นแรงจูงใจหรือแรงขับภายใน ซึ่งทำให้ บุคคลแสดงพฤติกรรมที่มุ่งไปสู่เป้าหมาย หรือมุ่งสู่ความสำเร็จ เป็นต้น

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่างวิจัย คือ ทหารกองประจำการ และเหล่าทัพ กองบัญชาการกองทัพไทย จำนวน 800 คน คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane. 1973, p. 727) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 267 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องแรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะ และลักษณะอาชีพ และกำหนดขอบเขตคำถามให้ครอบคลุมกรอบแนวคิด วัตถุประสงค์ เนื้อหาและรายละเอียดที่เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะ กับลักษณะอาชีพของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย สร้างแบบสอบถามโดยแบ่งเป็น 5 ตอน ตามวิธีการของ Likert ประกอบด้วย 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำนวน 75 ข้อ โดยการศึกษาแนวคิดทฤษฎี กำหนดขอบเขตคำถาม สร้างแบบสอบถาม เสนออาจารย์ที่ปรึกษาและทดลองใช้ (Try Out) โดยจะนำมาทำการทดสอบหาค่าอำนาจจำแนกของแบบสอบถามและการหาค่าสัมประสิทธิ์อย่างง่ายระหว่างรายข้อกับรวมทุกข้อ (Item-total Correlation) โดยวิธีของ Cronbach เพื่อให้ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งหมด .982

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล ขอนหนังสือรับรองและแนะนำตัวผู้วิจัยจากคณะรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม มีผู้ช่วยวิจัยจำนวน 3 คน ผู้วิจัยและผู้ช่วยผู้วิจัยดำเนินการแจกและเก็บแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างจนครบตามจำนวน 267 คน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการทำงาน ระดับการพัฒนาสมรรถนะ และระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมและเป็นรายด้าน แล้วนำมาเทียบตามเกณฑ์ 5 ระดับ ดังนี้

4.21 – 5.00	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจ/สมรรถนะ/ลักษณะอาชีพ มากที่สุด
3.41 – 4.20	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจ/สมรรถนะ/ลักษณะอาชีพ มาก
2.61 – 3.40	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจ/สมรรถนะ/ลักษณะอาชีพ ปานกลาง
1.81 – 2.60	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจ/สมรรถนะ/ลักษณะอาชีพ น้อย
1.00 – 1.80	หมายถึง	ระดับแรงจูงใจ/สมรรถนะ/ลักษณะอาชีพ น้อยที่สุด

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยใช้สถิติการหาความสัมพันธ์ด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อย่างง่ายของเพียร์สัน (Pearson' s Product Moment Correlation) ดังนี้ (Walte , 1971, p. 121)

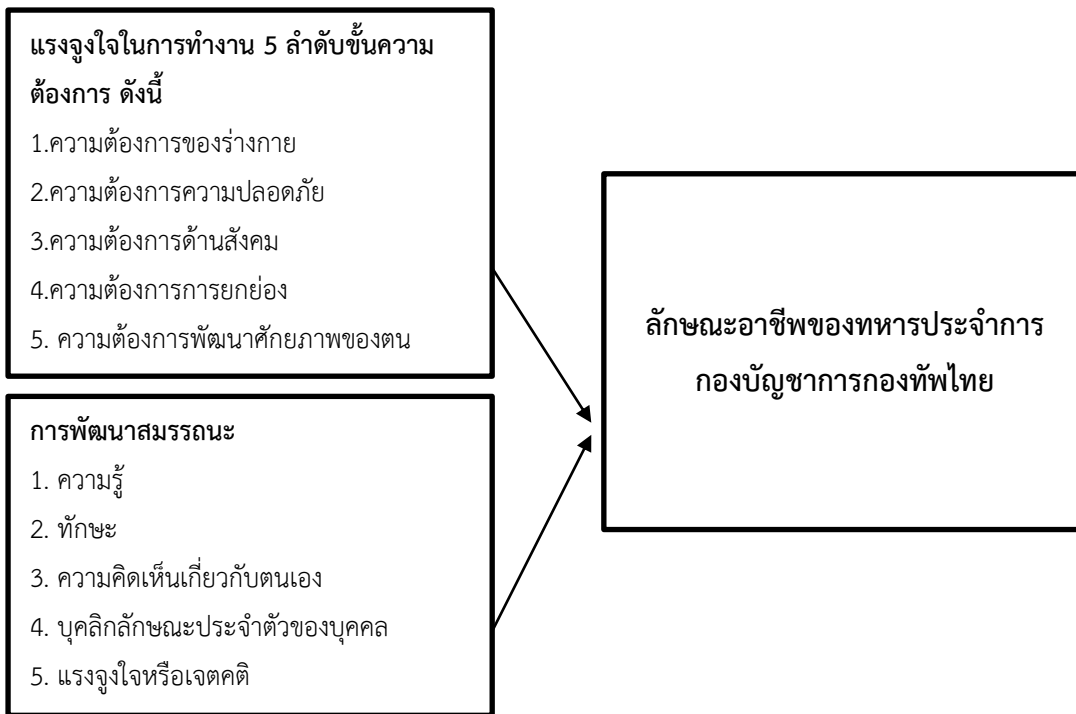
ตารางที่ 1 ค่าระดับของความสัมพันธ์

ค่า rxy	ระดับของความสัมพันธ์
.91 - 1.00	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
.71 - .90	มีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
.51 - .70	มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
.31 - .50	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
.00 - .30	มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก

5. สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ของความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย ผู้วิจัยใช้สถิติสัมประสิทธิ์เพียร์สัน (Pearson' s Product Moment Correlation) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

กรอบแนวคิดในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ศึกษาทฤษฎีแรงจูงใจลำดับความต้องการตามระดับชั้นตามแนวคิดของมาสโลว์ (สิทธิพร สุนทร และคณะ, 2567. น.14-15) การพัฒนาสมรรถนะ ตามหลักแนวคิดของ McClelland (1960) และ ลักษณะอาชีพ ตามแนวคิดครูรี (สืบค้น <https://blogkruree2014.wordpress.com/author/kruree2014/>, วันที่ 26 สิงหาคม 2567) ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีอายุ 21-22 ปี จำนวน 127 คน คิดเป็นร้อยละ 47.60 มีระดับการศึกษาส่วนใหญ่เป็นระดับมัธยมศึกษาหรือเทียบเท่า จำนวน 179 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 และมีต้นสังกัดส่วนใหญ่ สังกัดอื่น ๆ จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 29.60

2. ระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความต้องการความปลอดภัย รองลงมา คือ ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต มีความต้องการด้านสังคม ความต้องการการยกย่องและความต้องการของร่างกาย ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมและรายด้าน

แรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความต้องการของร่างกาย	3.50	0.71	มาก
2. ความต้องการความปลอดภัย	4.06	0.76	มาก
3. ความต้องการด้านสังคม	3.63	0.81	มาก
4. ความต้องการการยกย่อง	3.53	0.84	มาก
5. ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต	3.80	0.76	มาก
รวม	3.70	0.65	มาก

3. ระดับการพัฒนาสมรรถนะที่ของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ ความรู้ รองลงมา คือ บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง แรงจูงใจหรือเจตคติ และทักษะ ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับการพัฒนาสมรรถนะของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวมและรายด้าน

การพัฒนาสมรรถนะของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. ความรู้	3.83	0.73	มาก
2. ทักษะ	3.69	0.81	มาก
3. ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง	3.73	0.74	มาก
4. บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล	3.75	0.75	มาก
5. แรงจูงใจหรือเจตคติ	3.72	0.72	มาก
รวม	3.74	0.68	มาก

4. ระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน อยู่ในระดับมาก 1 ด้าน คือ อาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) และอยู่ในระดับปานกลาง 4 ด้าน เรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ อาชีพรับจ้าง รองลงมา คือ อาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ อาชีพงานฝีมือ และอาชีพอิสระ (การให้บริการ) ดังตารางที่ 4

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทยโดยรวม และรายด้าน

ลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย	\bar{X}	S.D.	การแปลผล
1. อาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ)	3.51	0.79	มาก
2. อาชีพอิสระ (การให้บริการ)	3.17	0.91	ปานกลาง
3. อาชีพรับจ้าง	3.31	0.90	ปานกลาง
4. อาชีพงานฝีมือ	3.23	0.95	ปานกลาง
5. อาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ	3.29	0.93	ปานกลาง
รวม	3.30	0.79	ปานกลาง

5. ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระโดยรวมแรงจูงใจในการทำงานและการพัฒนาสมรรถนะ โดยรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง เท่ากับ .678 และมีความสัมพันธ์สูงสุดกับตัวแปรตาม คือ อาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ เท่ากับ .821 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง และมีความสัมพันธ์ต่ำสุดกับอาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) เท่ากับ .652 โดยมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง โดยความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการของร่างกายและความต้องการความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และทักษะ แรงจูงใจหรือเจตคติ บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ความรู้ ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ความต้องการการยกย่อง และความต้องการด้านสังคม มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังตารางที่ 5

ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะกับลักษณะอาชีพของ ทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย โดยรวม รายด้านระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม

ตัวแปร	Y ₁ อาชีพ อิสระ (เจ้าของ กิจการ)	Y ₂ อาชีพ อิสระ(การ ให้บริการ)	Y ₃ อาชีพ รับจ้าง	Y ₄ อาชีพ งาน ฝีมือ	Y ₅ อาชีพ รับ ราชการ ฯ	Y _{รวม} ลักษณะ อาชีพ
X ₁ ความต้องการของร่างกาย	.335**	.421**	.394**	.397**	.370**	.434**
X ₂ ความต้องการความปลอดภัย	.361**	.311**	.321**	.278**	.358**	.366*
X ₃ ความต้องการด้านสังคม	.476**	.442**	.428**	.475**	.503**	.525**
X ₄ ความต้องการการยกย่อง	.476**	.450**	.481**	.474**	.507**	.540**
X ₅ ความต้องการประสบความสำเร็จ สูงสุดในชีวิต	.536**	.407**	.499**	.431**	.531**	.541**
X ₆ ความรู้	.616**	.520**	.473**	.448**	.526**	.580**
X ₇ ทักษะ	.638**	.561**	.483**	.476**	.524**	.602**
X ₈ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง	.628**	.493**	.491**	.440**	.548**	.583**
X ₉ บุคลิกลักษณะประจำตัวของ บุคคล	.650**	.551**	.469**	.455**	.534**	.596**
X ₁₀ แรงจูงใจหรือเจตคติ	.656**	.538**	.461**	.461**	.563**	.601**
X _{รวม} โดยรวมแรงจูงใจในการทำงาน และการพัฒนาสมรรถนะ	.652**	.705**	.801**	.784**	.821**	.678**

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมอยู่ระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กองบัญชาการกองทัพไทย ได้มีการตอบสนองความต้องการต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นของร่างกาย ความปลอดภัย ด้านสังคม การยกย่องและความต้องการในการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ได้เป็นอย่างดี พิจารณาได้จากตารางที่ 2 จะพบว่า ทุกด้านมีผลอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.50-4.06 โดยเฉพาะด้านความปลอดภัย สอดคล้องกับแนวคิดเสนาะ ดิยาวี (2553, น. 208) กล่าวว่า แรงจูงใจในการทำงานเป็นแรงผลักดัน แรงกระตุ้นที่เกิดจากความตองการที่จะได้รับการตอบสนองต่อสิ่งกระตุ้นที่องค์กรจัดให้ ซึ่งก่อให้เกิดพฤติกรรมในการทำงานซึ่งสิ่งสนองเหล่านี้จะประกอบไปด้วย ปัจจัยแห่งความต้องการพื้นฐานได้แก่ ความสำเร็จในการทำงานความเจริญเติบโตในการทำงานปัจจัยสุขอนามัย

นโยบาย และการบริหารงานขององค์กร ค่าจ้างเงินเดือนที่ได้รับ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานสภาพการทำงาน ความสัมพันธ์กับบังคับบัญชาและความมั่นคงในการทำงาน ไม่สอดคล้องกับผดาสวัสดิ์ วุฒิมานานนท์ (2559) การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการเปรียบเทียบ คุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์ปลดประจำการผลการวิเคราะห์ความแปรปรวนโดยการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิต ของทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ระดับการพัฒนาสมรรถนะของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย
ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ กองบัญชาการกองทัพไทยได้ทำหลายๆ อย่างในการดูแลทหารกองประจำการระหว่างอยู่ในการประจำการ หากพิจารณาตารางที่ 3 จะพบว่าการพัฒนาทุกๆ ด้าน ทักความรู้ ทักชะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกประจำตัวของบุคคลและแรงจูงใจหรือเจตคติ มีค่าเฉลี่ยตั้งแต่ 3.69-3.83 และมีความใกล้เคียงกัน หากพิจารณารายละเอียดเป็นรายข้อจะพบเพิ่มเติมว่าการพัฒนาสมรรถนะ ความรู้เกี่ยวกับวิชาการ การวางแผนและการจัดการทำได้ระดับมาก ทักชะการนำเสนอในสังคม กลุ่ม สาธารณะ การพูด การเจรจาต่อรองและการสื่อสาร) การสร้างค่านิยมที่ดี มีเจตคติที่ดี ความมั่นใจในตนเอง ภาพลักษณ์ที่ดี ล้วนแต่ทำได้ในระดับมาก ส่งผลให้ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ซึ่งชูชัย สมितिไกร (2552, น.27-28) เห็นว่าคุณลักษณะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานของบุคคล ได้แก่ ความรู้ ทักชะความสามารถและคุณลักษณะอื่น ๆ เช่น อุบนิสัย ทักคนคติ บุคลิกภาพ เป็นต้น ต้องมีความเหมาะสมสอดคล้องกับวิสัยทัศน์ ค่านิยม และเป้าหมายขององค์กร เพื่อให้การปฏิบัติงานในหน้าที่ของบุคคลเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมถึงต้องสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานสูงจากบุคคลที่มีผลการปฏิบัติงานต่ำได้ สอดคล้องกับสิปปวัสน์ โมระกรานต์ (2561, บทคัดย่อ) ศึกษา แนวทางการพัฒนาสมรรถนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับนายทหารชั้นประทวน กรณีศึกษาสำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารบก ผลการวิจัย พบว่า ในด้านสมรรถนะหลักของกองทัพบกกำลังพลนั้น กำลังพลมีความเข้าใจและสามารถปฏิบัติได้เป็นอย่างดี และในส่วนของสมรรถนะตามตำแหน่งงานนั้น กำลังพลมีความเห็นว่าควรที่จะมีการพัฒนาทักชะความสามารถ โดยรับการฝึกอบรมจากผู้เชี่ยวชาญภายนอก

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ระดับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย
ผลการวิจัยพบว่า โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะลักษณะอาชีพอิสระ(การให้บริการ) อาชีพรับจ้าง อาชีพงานฝีมือ และอาชีพราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นอาชีพทั่วไปที่มีโอกาสเข้าทำงานหลังปลดประจำการได้ (ตารางที่ 4) ผู้ตอบแบบสอบถามจึงมองว่าเป็นลักษณะอาชีพที่มีโอกาสอยู่แล้ว เช่น อาชีพที่ทหารกองประจำการเห็นว่าอยู่ในระดับปานกลาง คือ เป็นชาวนา ชาวไร่ ทำสวนผลิตสินค้าเอง และเจ้าของกิจการแปรรูป อาชีพการให้บริการความสะอาด ความปลอดภัย การบริการซักรีด ช่างซ่อมสิ่งของต่างๆ เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้า บ้าน การขายของออนไลน์ ทำ Titok ฟรีแลนซ์ ซึ่ง Bellah, et al. (1996, p.35) อาชีพหรือการทำงานเป็นวิธีการหาเงินและการสร้างความเป็นอยู่ของตนเอง ซึ่งจะเป็นตัวกำหนดสถานะทางเศรษฐกิจ ความปลอดภัยของตนเอง และในแง่ของอาชีพ การประกอบอาชีพคือหนึ่งในสิ่งที่จะช่วยให้เกิดความก้าวหน้าในชีวิต และความก้าวหน้าทางการงาน ซึ่งจะเป็นสิ่งที่กำหนดสถานะทางสังคม ความรู้สึกรู้สีกมีอำนาจมากขึ้น และ

ความสามารถในการทำให้ความภูมิใจในตัวเอง เกิดขึ้นได้ด้วยตัวเอง ทหารประจำการอาจยังไม่เห็นถึงความสำเร็จของอาชีพหรือชีวิตหลังปลดประจำการ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 4 ความสัมพันธ์แรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ความต้องการของร่างกาย ความต้องการความปลอดภัย ความต้องการด้านสังคม ความต้องการการยกย่องและความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิตและการพัฒนาสมรรถนะ ประกอบด้วย ความรู้ ทักษะ ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล และแรงจูงใจหรือเจตคติ กับลักษณะอาชีพ ประกอบด้วย อาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) อาชีพอิสระ (การให้บริการ) อาชีพรับจ้าง อาชีพงานฝีมือและอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ ของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย อยู่ในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยพบ ความต้องการของร่างกายและความต้องการความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ และ ทักษะ แรงจูงใจหรือเจตคติ บุคลิกลักษณะประจำตัวของบุคคล ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ความรู้ ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต ความต้องการการยกย่อง และความต้องการด้านสังคม มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะความต้องการของร่างกายมีความสัมพันธ์ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็นอาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) อาชีพอิสระ (การให้บริการ) อาชีพรับจ้าง อาชีพงานฝีมือและอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ อยู่ในระดับต่ำทั้งหมด คือมีค่าสหสัมพันธ์เพียร์สันรายด้านอยู่ระหว่าง .330-.421 จะต่ำมาก โดยเฉพาะความสัมพันธ์กับอาชีพอิสระ(เจ้าของกิจการ) มีค่าความสัมพันธ์เพียง .335 สะท้อนให้เห็นว่าความต้องการในระดับร่างกายหรือขั้นพื้นฐานเชื่อมโยงกับอาชีพน้อย สอดคล้องกับตารางการลักษณะอาชีพ 2) ความต้องการความปลอดภัย ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ มีความสัมพันธ์ในทุกด้านไม่ว่าจะเป็น อาชีพรับจ้างและอาชีพงานฝีมือ อยู่ในระดับต่ำมาก มีค่าความสัมพันธ์เพียง .278 ส่วนอาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) อาชีพอิสระ (การให้บริการ) และอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ อยู่ในระดับต่ำ ซึ่งเรื่องนี้ อาจเป็นพหาลักษณะกองบัญชาการกองทัพไทย มีลักษณะงานที่มีหน้าที่ควบคุม อำนาจการ สั่งการ และกำกับดูแล การดำเนินงานของส่วนราชการในกองทัพไทย ในการเตรียมกำลัง การป้องกันราชอาณาจักร และการดำเนินการเกี่ยวกับการใช้กำลังทหารตามอำนาจหน้าที่ของกระทรวงกลาโหมให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดมีผู้บัญชาการทหารสูงสุดจึงทำให้การสัมพันธ์กับอาชีพอื่นต่ำ โดย Inkson, Dries, & Arnold (2015, p.24) อาชีพเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจตลอดเวลา การรักษาสอดคล้องระหว่างชีวิตการทำงานกับการแบ่งเวลา ซึ่ง 3) ทักษะ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ ทักษะสัมพันธ์อาชีพอิสระ (เจ้าของกิจการ) อาชีพอิสระ (การให้บริการ) และอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ อยู่ในระดับปานกลาง และโดยรวมก็อยู่ในระดับปานกลาง .602 จึงทำให้มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง 4) แรงจูงใจหรือเจตคติ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมี 3 อาชีพที่มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง คือ อาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ อาชีพอิสระทั้งการเป็นเจ้าของกิจการและการให้บริการ โดยทั้งนี้ Holland (1985, pp.18-22) กล่าวว่าบุคลิกลักษณะเป็นการแสดงให้เห็นถึงรูปแบบพฤติกรรมที่เป็นผลมาจากการเติบโตของบุคคลในวัฒนธรรมของสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อสรุปข้อมูลพื้นฐานของ

ประสบการณ์แต่ละรูปแบบเพื่อนำไปสู่ลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล เพื่อแสดงให้เห็นว่าประสบการณ์ของแต่ละรูปแบบจะนำไปสู่ลักษณะเฉพาะแต่ละแบบได้อย่างไร และลักษณะเฉพาะแต่ละแบบจะนำไปสู่พฤติกรรมของบุคคลได้อย่างไร 6) ความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเอง ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะมี 2 อาชีพ คือ อาชีพอิสระการเป็นเจ้าของกิจการและอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ โดยฮาริสและอ็อกบอนน่า (Harris & Ogbonna, 2006, pp.44) ความจริงที่เกิดขึ้นหรือการรับรู้ของตัวบุคคลในความสำเร็จที่ได้รับมาจากผลของประสบการณ์ในการทำงานของแต่ละบุคคล ซึ่งทหารกองประจำการจะต้องมีความคิดเห็นเกี่ยวกับตนเองในการรับรู้ถึงอาชีพหลังปลดประจำการให้ได้

ส่วน 7) ความรู้ ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพอิสระการเป็นเจ้าของกิจการและอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ เป็น 2 อาชีพที่มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง สอดคล้องกับสุกัญญา รัศมีธรรมโชติ (2551, น.17) ความรู้ที่ทำให้บุคคลผู้นั้นทำงานในความสำเร็จของตนได้ดีกว่าผู้อื่น โดยผดาสวัสดิ์ วุฒิมานานนท์ (2559) การระดับคุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการเปรียบเทียบ คุณภาพชีวิตของทหารเกณฑ์ปลดประจำการจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล, จัดทำข้อเสนอแนะการพัฒนาคุณภาพชีวิตทหาร เกณฑ์หลังปลดประจำการ โดยมีข้อเสนอแนะว่ากองทัพควรสนับสนุนการประกอบอาชีพ หลังปลดประจำการและควรสร้างช่องทางติดต่อข้อมูลข่าวสารระหว่างกองทัพกับทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการ 9) ความต้องการการยกย่อง ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจ เป็นอาชีพที่มีความสัมพันธ์ปานกลาง .507 โอลส์ เมบี และโรเบิร์ตสัน ความสำเร็จในอาชีพพบว่าองค์ประกอบที่มีผลต่อความสำเร็จในอาชีพ ได้แก่ ตัวแปรด้านบุคคล ลักษณะหัวหน้างาน และอายุงาน ซึ่งตัวแปรเหล่านี้ส่งผลต่อความผูกพันในอาชีพ และความผูกพันในอาชีพได้ส่งผลต่อความสำเร็จในอาชีพ และ 10) ความต้องการด้านสังคม ผลการวิจัยพบว่า มีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐาน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ อาชีพรับราชการหรือเจ้าหน้าที่รัฐหรือรัฐวิสาหกิจทั้งอาชีพผู้นำในหมู่บ้าน ชุมชน เช่น ผู้ใหญ่บ้าน อาสาสมัครตำรวจ ทหาร ครูปกครอง เช่น งานอำเภอ ท้องถิ่น นอกนั้นมีความสัมพันธ์ในระดับต่ำทั้งหมด จึงทำให้ถ่วงเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำไปใช้

1.1 ระดับแรงจูงใจในการทำงานของทหารกองประจำการ รายด้าน พบว่า ความต้องการประสบความสำเร็จสูงสุดในชีวิต มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสูงสุด ดังนั้นจึงควรส่งเสริมการจัดให้มีรางวัลหรือการยกย่องให้แก่ทหารประจำการในการทำงานได้สำเร็จและงานที่มีคุณค่าให้แก่องค์กร

1.2 ระดับการพัฒนาสมรรถนะของทหารกองประจำการ รายด้าน พบว่า ความรู้ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสูงสุด ดังนั้นควรมีการส่งเสริมสมรรถนะความรู้ให้กับทหารประจำการ เช่น ด้านวิชาการ ด้านการวางแผนและการจัดการ ด้านเทคโนโลยี สื่อและดิจิทัลต่าง ๆ

1.3 ระดับการพัฒนาสมรรถนะของทหารกองประจำการ รายด้าน พบว่า แรงจูงใจหรือเจตคติ มีค่าเฉลี่ยอยู่ในลำดับสุดท้าย ดังนั้นควรมีกิจกรรมกระตุ้นพฤติกรรมในการทำงาน ความสัมพันธ์ และทัศนคติของทหารประจำการเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการทำงาน การพัฒนาสมรรถนะ ด้านทักษะ กับลักษณะอาชีพของทหารกองประจำการ มีระดับความสัมพันธ์กันในอันดับสูงที่สุด ดังนั้นควรมีการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจทักษะอาชีพกับลักษณะอาชีพของทหารประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทย เพื่อขยายผลให้แก่การพัฒนาการทำงานของทหารกองประจำการ กองบัญชาการกองทัพไทยให้ดียิ่งขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2567). คำศัพท์ด้านแรงงาน. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2567. สืบค้นจาก <https://www.labour.go.th/index.php/companent/seoglossary/1-dictionary/o>
- ครุรี. (2567). เรียงการงานอาชีพกับครุรี. เข้าถึงเมื่อวันที่ 26 สิงหาคม 2567. สืบค้น <https://blogkruree2014.wordpress.com/author/kruree2014/>,
- ชูชัย สมितिไกร. (2552). การสรรหา การคัดเลือกและการประเมินผลการปฏิบัติงานของบุคลากร. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธนภรณ์ พรรณราย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. สารนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. สงขลา: มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- ผดาสวัสดิ์ วุฒิมานานนท์. (2559). คุณภาพชีวิตทหารเกณฑ์หลังปลดประจำการ : ศึกษากรณีทหารเกณฑ์ที่มีภูมิลำเนาในอำเภอสามโก้ จังหวัดอ่างทอง. วิทยานิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์. พระนครศรีอยุธยา: จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.
- ศุภชัย ยาวประภาส. (2546). การบริหารงานบุคคลภาครัฐไทย : กระแสใหม่และสิ่งท้าทาย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เสนาะ ตีเยาว์. (2553). แรงจูงใจกับความสำเร็จในงาน. เข้าถึงเมื่อวันที่ 20 กรกฎาคม 2567. สืบค้นจาก <https://www.swk.ac.th/stech/pictureslupload/LANG52.pdf>
- สิทธิพร สุนทร และคณะ. (2567). รัฐประศาสนศาสตร์. ขอนแก่น : คลังนานาวิทยา.
- สิปปวิสัน โมระกรานต์. (2561). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานสำหรับนายทหารชั้นประทวน กรณีศึกษาสำนักจิตวิทยา กรมกิจการพลเรือนทหารบก. การค้นคว้าอิสระ รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาบริหารรัฐกิจและกิจการสาธารณะ สำหรับนักบริหาร. กรุงเทพฯ : มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2551). แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency Based Learning. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: ศิริวัฒนาพริน.
- สุนิทร เปรมศรี. (2557). ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันในงาน การรับรู้ความสำเร็จในอาชีพและบรรยากาศองค์การที่มีผลต่อการพัฒนาตนเองของพยาบาลสถาบันจิตเวชศาสตร์. วิทยานิพนธ์ บัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน. (2550). คู่มือการกำหนดสมรรถนะในราชการพลเรือน: คู่มือสมรรถนะหลัก. นนทบุรี: บริษัทประชุมช่าง จำกัด.
- Bellah, R., Madsen, R., Sullivan, W., Swidler, A., & Tipton, S. (1996). *Habits of the Heart*. Berkeley: University of California Press.
- Harris, L. C., & Ogbonna, E. (2006). Approaches to career success: an exploration of surreptitious career-success strategies. *Human resource management*, 45(1), 43-65.
- Holland, John L. (1985). *Making vocational choices: a theory of vocational personalities and work environments* (2nd ed.). New Jersey: Prentice-Hall.
- Inkson, K., Dries, N., & Arnold, J. (2015). *Understanding Careers* (2nd ed.). London: SAGE.
- McClelland, David C. (1960). *The Achieving Society*. New York: D. Van Nostrand Company Inc.
- Schermerhorn Hunt and Osborn. (2003). *Management*. (7^{ed}). New York: John Wiley & Sons.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics : An introduction analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row international.

การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนและศักยภาพการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัดร้อยเอ็ดด้วย
เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

Analysis of Cost>Returns and Product Potential of Thung Kula Rong Hai Jasmine rice in
Roi Et Province through Technological Drone and Seeding Machine

พิภพพล ศิริไปล์¹ คมกริช วงศ์แข² และ อุทิศ พงศ์จิรวัดนา³

¹มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, pipobbonsiripai@gmail.com

²มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, komkrit.w@acc.msu.ac.th

³มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, utis.s@acc.msu.ac.th

บทคัดย่อ

ข้าวเป็นสินค้าเกษตรที่รัฐบาลต้องใช้งบประมาณในการช่วยเหลือมากกว่าสินค้าเกษตรชนิดอื่น เนื่องจากราคาพึ่งพิงราคาตลาดโลก ผลผลิตข้าวของไทยอยู่ในระดับต่ำเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่ง การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการผลิตเพื่อลดต้นทุน เพิ่มผลตอบแทนและเพิ่มปริมาณผลผลิตจึงเป็นสิ่งจำเป็น งานวิจัยนี้ได้ทำการวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนและศักยภาพการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัดร้อยเอ็ดด้วยเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนระหว่างเกษตรกรที่ใช้เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดกับการผลิตทั่วไป และศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ โดยเก็บตัวอย่างจำนวน 12 รายผลการศึกษพบว่าเกษตรกรที่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์มีผลผลิตต่อไร่ และผลตอบแทนสุทธิต่อไร่สูงกว่าเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป และมีต้นทุนการผลิตที่ต่ำกว่า รวมทั้งต้นทุนและผลตอบแทนแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิต ได้แก่ ปริมาณการใช้ปุ๋ย และการใช้เทคโนโลยี ขณะที่ปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ ปริมาณการใช้เมล็ดพันธุ์ ประสบการณ์ในการทำเกษตร ระดับการศึกษา และการใช้ยาปราบศัตรูพืชและวัชพืช ไม่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ ผลการศึกษาได้ข้อสรุปว่าการใช้เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ช่วยลดต้นทุน เพิ่มผลตอบแทนและผลผลิต เกษตรกรจึงควรพิจารณาใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและรายได้ นอกจากนี้หน่วยงานภาครัฐควรนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางการพัฒนาข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ต่อไป

คำสำคัญ : ต้นทุน-ผลตอบแทน ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

Abstract

Rice is an agricultural product that requires more government support compared to other crops because its price depends heavily on the global market. Additionally, Thailand's rice yield is relatively low when compared to competitors. Recognizing the importance of

applying technology and innovation to produce value-added agricultural products, this study analyzed cost-returns and product potential of Thung Kula Rong Hai Jasmine rice in Roi Et. The study focuses on the application of agricultural drones and seed sowing machines. 32 Samples were collected to analyze and compare the costs and returns between using agricultural drones and seeders versus traditional farming methods, and to investigate factors affecting the yield of Jasmine rice from Thung Kula Rong Hai. The findings indicate that farmers who utilized agricultural drones and seed sowing machines achieved higher yields per rai, greater returns per rai, and higher net returns per rai compared to traditional farmers. Cost and return differences were statistically significant. Factors affecting rice yield include fertilizer usage and technology adoption, while other factors such as seed quantity, farming experience, education level, and the use of pesticides and herbicides showed no significant impact.

In conclusion, the use of agricultural drones and seed sowing machines helps reduce costs, increase yields, and generate higher profits. Farmers should consider using these technologies in the production of Thung Kula Rong Hai Jasmine rice to improve efficiency and increase income. Additionally, government agencies should utilize the study results as a guideline for the continued development of Thung Kula Rong Hai Jasmine rice.

Keywords : Tung Kula Rong-Hai Thai Hom Mali Rice , cost-return , Technological Drone and Seeding Machine

บทนำ

ภาคเกษตรมีความสำคัญต่อเศรษฐกิจและสังคมไทยอย่างมากโดยเฉพาะการจ้างงาน ซึ่งเห็นได้ชัดในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ อย่างไรก็ตาม ภาคเกษตรเผชิญปัญหาเชิงโครงสร้าง เช่น การสูงวัยของเกษตรกร รายได้ต่ำ และหนี้ครัวเรือนสูง รัฐบาลได้ใช้เงินจำนวนมากในการช่วยเหลือเกษตรกร โดยเฉพาะในโครงการประกันรายได้ข้าว ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาระยะสั้น หากพิจารณาถึงการแก้ปัญหาในระยะยาว หากรัฐบาลต้องการเพิ่มรายได้ของเกษตรกรสามารถทำได้สองวิธี คือ เพิ่มผลผลิตต่อไร่ หรือเพิ่มราคา ซึ่งไทยยังมีผลผลิตต่อไร่ต่ำกว่าประเทศคู่แข่ง (แสดงดังภาพที่ 1) การใช้เทคโนโลยี เช่น โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ จึงเป็นทางเลือกที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต ลดต้นทุน และเพิ่มผลผลิต ส่วนในด้านราคาข้าวของไทยพึ่งพิงราคาข้าวในตลาดโลกค่อนข้างมาก จากปริมาณผลผลิตข้าวโลกทั้งหมด 513.96 ล้านตัน ประเทศไทยผลิตข้าวได้เพียง 19.88 ล้านตัน หรือคิดเป็นร้อยละ 3.87 ของปริมาณผลผลิตข้าวโลก (แสดงดังภาพที่ 2) ดังนั้น ไม่ว่าไทยจะทำกิจกรรมอะไรก็ตามในระบบเศรษฐกิจจะส่งผลกระทบต่อราคาข้าวในตลาดโลกน้อยมาก เกษตรกรผู้ปลูกข้าวทั่วไปจะมีรายได้เพิ่มขึ้นได้น้อยตามไปด้วย แต่หากเกษตรกรเลือกที่จะผลิตสินค้าเกษตรที่สามารถสร้างความ

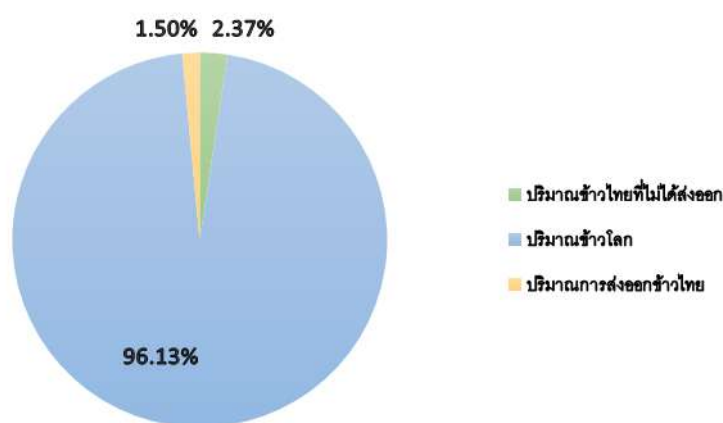
แตกต่างกันให้ตนเอง และสามารถกำหนดราคาได้เอง เช่น สินค้าเกษตรอัตลักษณ์พื้นถิ่น เกษตรปลอดภัย เกษตรชีวภาพ และเกษตรแปรรูป เป็นต้น เกษตรกรก็จะมีโอกาสสร้างรายได้เพิ่มขึ้น

ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการนำระบบเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาประยุกต์ใช้ในการผลิตสินค้าที่สร้างมูลค่าอย่างสินค้าเกษตรอัตลักษณ์ (GI) จึงสนใจศึกษาถึงข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ โดยเน้นศึกษาวิเคราะห์การผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เปรียบเทียบระหว่างกลุ่มที่นำเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์มาประยุกต์ใช้กับกลุ่มเกษตรกรที่มีรูปแบบการผลิตแบบทั่วไป เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเกษตรอัตลักษณ์ด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยี



ที่มา : ธนากรแห่งประเทศไทย (2564)

ภาพที่ 1 ผลผลิตต่อไร่ของไทยเปรียบเทียบกับผู้ผลิตหลักของโลก



ที่มา : รวบรวมข้อมูลจากสมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย

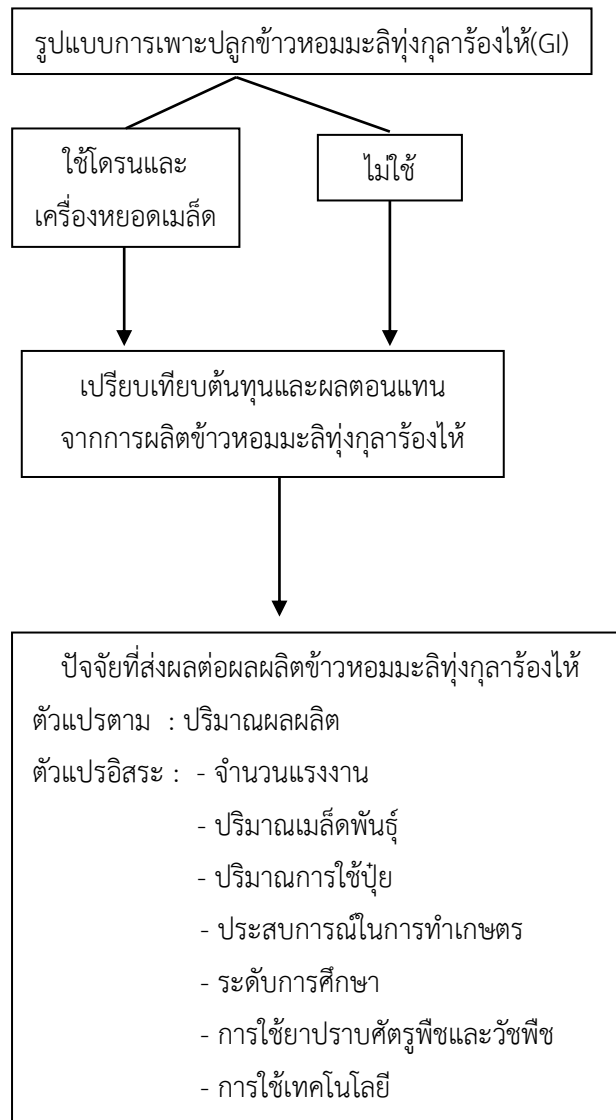
ภาพที่ 2 การเปรียบเทียบปริมาณการส่งออกข้าวไทย ปริมาณผลผลิตข้าวไทยที่ไม่ได้ส่งออก และปริมาณผลผลิตข้าวโลก

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยนี้ได้ศึกษาวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องใน 4 ด้าน ได้แก่ 1) สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) งานวิจัยของ ฐารตี วงศ์ษา (2557) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าสินค้าที่มี GI ช่วยสร้างการรับรู้คุณค่าและชื่อเสียงให้กับสินค้า โดย สินค้า GI มีบทบาทสำคัญในการกำหนดลักษณะเฉพาะที่ทำให้สินค้าโดดเด่น และสร้างมูลค่าเพิ่มผ่านความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของชลิยา ทาแกง (2560) ศึกษาอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์อาข่าที่ถูกนำมาสร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจในกระบวนการผลิตกาแฟดอยช้าง โดยอาข่าได้รับการยอมรับเป็นผู้เชี่ยวชาญด้านกาแฟและผู้อนุรักษ์สิ่งแวดล้อม อัตลักษณ์นี้ถูกแปลงเป็นสัญลักษณ์ทางการตลาดจนกาแฟดอยช้างมีชื่อเสียงและสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มได้ในระดับนานาชาติ 2) ต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตสินค้าเกษตร การศึกษาของ มณฑิรา อุบลเลิศกุล (2555) แสดงให้เห็นว่า การผลิตข้าวที่มี GI (ข้าวสังข์หยด) มีต้นทุนการผลิตสูงกว่า แต่สามารถสร้างผลตอบแทนสูงกว่าเมื่อเทียบกับข้าวทั่วไป ความแตกต่างนี้เกิดจากการใช้ทรัพยากรและเทคโนโลยีที่แตกต่างกันในกระบวนการผลิต 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตพืชผลทางการเกษตร งานวิจัยของ ประมัตต์จ ใสสะอาด และคณะ (2564) ระบุว่าปัจจัย ได้แก่ จำนวนแรงงาน รายได้สุทธิและต้นทุนการผลิตมีผลต่อประสิทธิภาพการผลิต และการใช้เทคโนโลยีสามารถทดแทนแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิตข้าวสังข์หยด ส่วนของวิจัยของ Elvina et al. (2024) ที่พบว่าขนาดที่ดิน ค่าแรงงาน การใช้ปุ๋ย และการใช้เมล็ดพันธุ์ มีอิทธิพลต่อปริมาณผลผลิตข้าว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Waluyati et al. (2018) ที่พบว่า ขนาดที่ดิน การใช้ปุ๋ย สารเคมี และความสามารถในการเข้าถึงเครดิตมีอิทธิพลต่อปริมาณผลผลิตข้าว และ 4) เทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการเกษตร งานวิจัยของ ไพโรจน์ นะเที่ยง (2556) และ Umeda, Yoshikawa, and Seo (2022) แสดงให้เห็นว่าการใช้เทคโนโลยี เช่น เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์และอากาศยานไร้คนขับ (UAV) สามารถลดต้นทุนการผลิต เพิ่มผลผลิต และช่วยแก้ปัญหาขาดแคลนแรงงานได้

จากการศึกษาวรรณกรรม พบว่า ยังขาดการวิจัยเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีในกระบวนการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ โดยเฉพาะเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ ซึ่งเป็นช่องว่างการวิจัยที่นำไปสู่การศึกษาในครั้งนี้เพื่อพัฒนาการผลิตสินค้าอัตลักษณ์ด้วยนวัตกรรมทางเทคโนโลยี.

กรอบแนวคิด



ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อวิเคราะห์ต้นทุน ผลตอบแทน และปัจจัยที่ส่งผลต่อผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ โดยมีรายละเอียดวิธีการดังนี้:

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ เกษตรกรที่ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ในอำเภอเกษตรวิสัย จังหวัดร้อยเอ็ด ซึ่งได้รับการรับรองสิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ (GI) ในปี 2564 มีจำนวน 174 ราย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้มีจำนวน 32 ราย คิดเป็นร้อยละ 18 ของประชากรทั้งหมด ซึ่งเป็นการใช้เกณฑ์ในการประมาณขนาดกลุ่มตัวอย่างจากจำนวนประชากร (บุญชม ศรีสะอาด, 2535: 38) จากนั้นจะแบ่งเป็น 2 กลุ่ม กลุ่มละ 16 ราย โดยใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Sampling) สำหรับกลุ่มที่ใช้เทคโนโลยีและกลุ่มที่ผลิตแบบทั่วไป

3. การสร้างแบบสอบถาม แบบสอบถามแบ่งเป็น 2 ตอน ได้แก่ตอนที่ 1: ข้อมูลทั่วไปของเกษตรกร เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และตอนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับต้นทุนและผลตอบแทน เช่น ค่าแรงงาน ค่าวัสดุ ค่าเช่าที่ดิน และปริมาณผลผลิต แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ (IOC)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล จะใช้แบบสอบถามในการรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 32 ราย โดยข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกนำไปวิเคราะห์ทางสถิติ

5. การวิเคราะห์ผล ใช้สถิติเชิงพรรณนา เช่น ค่าเฉลี่ย ร้อยละ และสถิติเปรียบเทียบ (Independent T-Test) เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลต้นทุนและผลตอบแทน นอกจากนี้ยังวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อผลผลิตโดยใช้สมการถดถอยเชิงซ้อนตามแนวคิดของคอปป์-ดักลาส (Cobb-Douglas)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลงานวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์ต้นทุน-ผลตอบแทนและศักยภาพการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัดร้อยเอ็ดด้วยเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

ผู้วิจัยได้นำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามลำดับ ดังนี้

1. ผลการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการผลิต

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้จังหวัดร้อยเอ็ด ระหว่างเกษตรกรที่มีการใช้และไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ (ณ ความชื้น 15%)

หน่วย : บาทต่อไร่

รายการ	ต้นทุนการผลิตที่ใช้โดรนและเครื่องหยอด (A)	ต้นทุนการผลิตแบบทั่วไป (B)	ส่วนต่าง (A-B)
1. ต้นทุนผันแปร	2,38.891	3,310.47	-419.09
1.1 ค่าแรงงาน	1,23.660	1,481.99	178.24
1.2 ค่าวัสดุและค่าสาธารณูปโภค	1,71.133	1,716.92	-583.21
1.3 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุน	44.97	56.111	-14.12
2. ต้นทุนคงที่	1,074.11	1,031.16	-4.57
2.1 ค่าใช้ที่ดิน	1,000.00	1,000.00	0.00
2.2 ค่าเสื่อมอุปกรณ์ทางการเกษตร	75.10	74.14	-3.99
2.3 ค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์	99.0	57.1	-0.58
3. ต้นทุนรวมต่อไร่	3,12.903	4,79.326	-423.67
4. ต้นทุนรวมต่อกิโลกรัม	47.8	154.3	-5.07

รายการ	ต้นทุนการผลิต ที่ใช้โดรนและ เครื่องหยอด (A)	ต้นทุนการผลิต แบบทั่วไป (B)	ส่วนต่าง (A-B)
5. ผลผลิตต่อไร่ (กิโลกรัม)	90.460	53.319	141.37
6. ราคาที่เกษตรกรขายได้ (บาท/กก.)	105.4	105.4	0.00
7. ผลตอบแทนต่อไร่	6,65.475	4,40.489	1,986.25
8. ผลตอบแทนสุทธิต่อไร่	2,572.53	61.162	2,409.92
9. ผลตอบแทนสุทธิต่อกิโลกรัม	58.5	51.0	5.07

ที่มา: จากการสำรวจ

หมายเหตุ : * รวมต้นทุนค่าจ้างขับโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

จากการเปรียบเทียบต้นทุนและผลตอบแทนจากการผลิตหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ระหว่างเกษตรกรที่มีและไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์สามารถสรุปได้ว่า เกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ที่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ มีต้นทุนรวมทั้งหมด 3,903.12 บาทต่อไร่ ต่ำกว่าเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ที่ไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ที่มีต้นทุนรวมทั้งหมด 4,326.79 บาทต่อไร่ เท่ากับ 423.67 บาทต่อไร่ โดยต้นทุนผันแปร คือ ค่าแรงงาน มีต้นทุนสูงกว่าเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ที่ไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ เนื่องจากค่าแรงงานจะรวมไปถึงค่าจ้างขับโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ ซึ่งมีค่าจ้างที่สูงกว่าเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไปที่มีการใช้แรงงานตนเองหรือใช้วิธีหว่านข้าว ทั้งนี้ การใช้เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์จะทำให้ประหยัดเมล็ดพันธุ์มากกว่าการหว่านข้าว ซึ่งสะท้อนออกมาในต้นทุนค่าวัสดุและค่าสาธารณูปโภคที่เกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไปมีต้นทุนที่สูงกว่าเกษตรกรที่ใช้โดรนฯและเครื่องหยอดฯ เท่ากับ 583.21 บาทต่อไร่ ส่วนต้นทุนคงที่ ได้แก่ ค่าเสื่อมอุปกรณ์ทางการเกษตร และค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ ต่ำกว่าเกษตรกรผู้ผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ที่ไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ เนื่องจากเกษตรกรในกลุ่มที่ใช้โดรนและเครื่องหยอดฯ จะมีการจ้างบริการทางการเกษตรมากกว่าทำเอง ดังนั้น ค่าเสื่อมอุปกรณ์และค่าเสียโอกาสเงินลงทุนอุปกรณ์ถึงต่ำกว่าเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป

เมื่อพิจารณาผลตอบแทนจากการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ของเกษตรกรที่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ พบว่า มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 460.90 กิโลกรัม ราคาที่เกษตรกรขายได้เฉลี่ยทั้งสองกลุ่มเท่ากับ 14.05 บาทต่อกิโลกรัม ได้รับผลตอบแทน 6,475.65 บาทต่อไร่ และผลตอบแทนสุทธิเท่ากับ 2,572.53 บาทต่อไร่ ในขณะที่เกษตรกรที่ไม่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ มีผลผลิตเฉลี่ยต่อไร่ 319.53 กิโลกรัม ได้รับผลตอบแทน 4,489.40 บาทต่อไร่ และผลตอบแทนสุทธิเท่ากับ 162.61 บาทต่อไร่ จะเห็นได้ว่าการผลิตแบบใช้โดรนฯและเครื่องหยอดฯ ทำให้เกษตรกรมีผลผลิตต่อไร่สูงกว่าการผลิตแบบทั่วไปเท่ากับ 141.37 กิโลกรัม ได้รับผลตอบแทนสูงกว่าเท่ากับ 1,986.25 บาทต่อไร่ และผลตอบแทนสุทธิสูงกว่า

เท่ากับ 2,409.92 บาทต่อไร่ เนื่องจากเกษตรกรที่มีการใช้โดรนการเกษตร สามารถพ่นสารเคมี ปุ๋ยน้ำ หรือฮอร์โมน ได้อย่างทั่วถึง และผลของการใช้เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ทำให้เกิดการกระจายตัวของเมล็ดพันธุ์ที่สม่ำเสมอและอยู่ในระยะห่างที่เหมาะสม ทำให้ต้นข้าวเจริญเติบโตได้ดีกว่า อีกทั้งการใช้เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ทำให้ประหยัดต้นทุนด้านค่าวัสดุเมล็ดพันธุ์ อีกด้วย นอกจากนี้กลุ่มเกษตรกรที่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์จะนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีต่างๆ มาประยุกต์ใช้ด้วย เช่น การใส่ฮอร์โมนไข่ ยาคลุมหญ้า และการดูแลเอาใจใส่ที่มากกว่ากลุ่มเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป จึงส่งผลให้เกษตรกรที่มีการใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ได้รับผลตอบแทนในเชิงเศรษฐกิจที่ดีกว่า (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 21 ผลการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent T-Test)

ประเด็นการเปรียบเทียบ	เกษตรกรที่ใช้เทคโนโลยี		เกษตรกรทั่วไป		t-stat.	P-Value
	\bar{x}	S.D.	\bar{x}	S.D.		
ต้นทุนการผลิต	2,918.57	346.11	3,334.45	789.08	-1.931	0.063
ผลตอบแทน	6,513.44	2231.36	4,564.74	1380.56	2.971	0.006

ที่มา : จากการคำนวณจากโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

อย่างไรก็ตามผู้วิจัยได้ทำการทดสอบความแตกต่าง โดยการทดสอบค่าเฉลี่ยของประชากรสองกลุ่มที่เป็นอิสระกัน (Independent T-Test) ดังตารางที่ 2

สมมติฐานทางสถิติ :ด้านต้นทุนการผลิต (1

$H_0 : \mu_{Techno(1)} = \mu_{Non-Techno(1)}$ เกษตรกรที่ผลิตโดยใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป มีต้นทุนในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ไม่แตกต่างกัน

$H_1 : \mu_{Techno(1)} \neq \mu_{Non-Techno(1)}$ เกษตรกรที่ผลิตโดยใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป มีต้นทุนในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้แตกต่างกัน

P-Value (ความน่าจะเป็น) = 0.063, ค่าแอลฟา (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า P-Value มากกว่าค่าอัลฟา (ระดับนัยสำคัญ) จึงยอมรับ H_0 ปฏิเสธ H_1 อย่างไรก็ตามหากพิจารณาที่ระดับนัยสำคัญความเชื่อมั่น) 1.090%) ผลการทดสอบจะปฏิเสธ H_0 นั่นคือต้นทุนการผลิตแตกต่างกัน

สมมติฐานทางสถิติ :ด้านผลตอบแทนการผลิต (2

H0 : $\mu_{Techno(2)} = \mu_{Non-Techno(2)}$ เกษตรกรที่ผลิตโดยใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป มีผลตอบแทนในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ไม่แตกต่างกัน

H1 : $\mu_{Techno(2)} \neq \mu_{Non-Techno(2)}$ เกษตรกรที่ผลิตโดยใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ผลิตแบบทั่วไป มีผลตอบแทนในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้แตกต่างกัน

P-Value (ความน่าจะเป็น) = 0.006, ค่าแอลฟา (ระดับนัยสำคัญ) = 0.05 ดังนั้น ค่า P-Value น้อยกว่าค่าแอลฟา (ระดับนัยสำคัญ) จึงปฏิเสธ H0 ยอมรับ H1 ผลตอบแทนในการผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้แตกต่างกัน

จากผลการทดสอบความแตกต่าง (Independent T-Test) จึงสรุปได้ว่า ต้นทุนเกษตรกรที่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ไม่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($1.0\alpha=0.1$) หรือความเชื่อมั่น 90% ส่วนผลตอบแทนของเกษตรกรที่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์กับเกษตรกรที่ไม่ใช้ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ($0.1\alpha=0.01$) หรือระดับความเชื่อมั่น 99%

2. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

ผู้ศึกษาจะวิเคราะห์และสรุปผลการศึกษาจากแนวคิดการผลิตของคobb-ดักลาส (Cobb-Douglas) จากสมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Linear Regressions) ภายใตฟังก์ชันลอการิทึม (Logarithm: ln) และประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares :OLS) ด้วยแบบจำลองดังนี้

$$\ln Y = \beta_0 + \beta_1 \ln Labor + \beta_2 \ln Fertilizer + \beta_3 \ln Seed + \beta_4 \ln Exp + \beta_5 Education + \beta_6 Herbicide + \beta_7 Techno + \varepsilon$$

เมื่อ Y คือ ปริมาณผลผลิตต่อไร่ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ (กิโลกรัม/ไร่)

Labor คือ จำนวนแรงงานที่ใช้ในการเพาะปลูก (คน/ไร่)

Fertilizer คือ ปริมาณปุ๋ย (กิโลกรัม/ไร่)

Seed คือ ปริมาณเมล็ดพันธุ์ (กิโลกรัม/ไร่)

Exp คือ ประสบการณ์ในการทำการเกษตร (ปี)

Education คือ ระดับการศึกษา (ตัวแปรหุ่น)

โดย Education = 0 คือ ระดับการศึกษาต่ำกว่ามัธยมศึกษา

Education = 1 คือ ระดับการศึกษาสูงกว่าหรือเท่ากับมัธยมศึกษา

Herbicide คือ การใช้ยาปราบศัตรูพืชและวัชพืช (ตัวแปรหุ่น)

โดย Herbicide = 0 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้ยาปราบศัตรูพืชและวัชพืช

Herbicide = 1 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ยาปราบศัตรูพืชและวัชพืช

Techno คือ การใช้เทคโนโลยี (ตัวแปรหุ่น)

โดย Techno = 0 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

Techno = 1 คือ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้โดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์

3. สรุปและอภิปรายผลการศึกษาระยะที่ส่งผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

จากการทดสอบตัวแปรอิสระที่มีผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ โดยการใช้สมการถดถอยเชิงซ้อน (Multiple Linear Regressions) ภายใต้ฟังก์ชันลอการิทึม (Logarithm: ln) และประมาณค่าด้วยวิธีกำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares :OLS) มีผลการทดสอบ ดังนี้

ตารางที่ 3 ผลการประมาณค่าสมการถดถอยปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
lnLabor	0.060705	0.091387	0.664268	0.5129
lnFertilizer	0.120501	0.047947	2.513202	0.0191
lnSeed	0.003868	0.152327	0.025395	0.9799
lnExp	-0.158149	0.100277	-1.577113	0.1279
Education	0.091912	0.122559	0.749941	0.4606
Herbicide	-0.128255	0.102371	-1.252845	0.2223
Techno	0.388900	0.196192	1.982247	0.0590
C	6.087348	0.625594	9.730504	0.0000
R² = 0.3391	Adjust R² = 0.1464	F = 1.7595	Durbin-Watson= 1.8171	

ที่มา : จากการคำนวณผ่านโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบตัวแปรอิสระที่มีผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ พบว่า มีตัวแปรอิสระที่มีนัยสำคัญทางสถิติ ณ ระดับนัยสำคัญที่ 0.1 คือ ตัวแปร Techno หรือการใช้เทคโนโลยี ส่วนตัวแปรที่มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 คือ ตัวแปร lnFertilizer หรือปริมาณการใช้ปุ๋ย ค่าประสิทธิภาพการทำนาย (R squared) เท่ากับ 0.3391 และค่าประสิทธิภาพในการทำนายที่มีการปรับตัวแล้ว (Adjusted R square) เท่ากับ 0.1464

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงซ้อนและอภิปรายผล ดังนี้ 1) ปริมาณการใช้ปุ๋ย หากเกษตรกรใช้ปุ๋ยเพิ่มขึ้น ร้อยละ 1 จะส่งผลให้ผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.1205 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ทั้งนี้ การใช้ปุ๋ยเคมีมีผลต่อการเจริญเติบโตและสมบูรณ์ของต้นข้าว ส่งผลให้ปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้เพิ่มขึ้น และ 2) การใช้เทคโนโลยี ปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้กรณีเกษตรกรมีการใช้เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ในการผลิต มีปริมาณผลผลิตมากกว่ากรณีที่ไม่ใช้เทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ เท่ากับร้อยละ 0.3889 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.1 ทั้งนี้ การใช้โดรนการเกษตรส่งผลให้มีการกระจายตัวของปุ๋ยน้ำหรือการฉีดพ่นยา ใน

อัตราที่สม่ำเสมอมากกว่าการหว่านปุ๋ย หรือการฉีดพ่นยา ในรูปแบบทั่วไป อีกทั้ง การใช้เครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ ในการเพาะปลูกยังทำให้ต้นข้าวมีระยะห่างที่สม่ำเสมอและเหมาะสมต่อการเจริญเติบโตของต้นข้าว มากกว่า การเพาะปลูกโดยการหว่านซึ่งมีระยะห่างของต้นข้าวที่ไม่เหมาะสม จากทั้งสองเหตุผลทำให้กรณีการใช้ เทคโนโลยีมีปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้มากกว่ากรณีที่ไม่ใช้เทคโนโลยี ส่วนปัจจัยอื่นๆ ได้แก่ จำนวนแรงงาน ปริมาณเมล็ดพันธุ์ ประสบการณ์ในการทำการเกษตร ระดับการศึกษา และการใช้ยาฆ่าแมลง ไม่มีผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.1

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) เกษตรกร ควรใช้นวัตกรรมทางเทคโนโลยีโดรนการเกษตรและเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ ในการเพาะปลูกสินค้าอัตลักษณ์ข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ จังหวัดร้อยเอ็ด เพราะจะทำให้ได้กำไรจากการผลิต มากกว่าไม่ใช้

2) เกษตรกร ควรใช้ปุ๋ย ในขนาดหรือปริมาณที่เหมาะสมในการเพาะปลูกข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้ เนื่องจากปริมาณการใช้ปุ๋ยมีผลต่อปริมาณผลผลิตข้าวหอมมะลิทุ่งกุลาร้องไห้

บรรณานุกรม

L R Waluyati, J. A. (2018). Demand of organic fertilizer at rice cultivation in Klaten Regency.

IOP Conference Series: Earth and Environmental Science. doi:10.1088/1755-

1315/215/1/012001

Shotaro Umeda, N. Y. (2022). Cost and Workload Assessment of Agricultural Drone Sprayer: A Case Study of Rice Production in Japan. *Sustainability*, 14.

Tri Shinta Elvina, A. S. (2023). Analysis of factors influencing rice production in Labuhan Batu district. *Journal of social research*, 2(9).

ไพโรจน์ นะเที่ยง. (2556). ผลจากการใช้เทคโนโลยีเครื่องหยอดเมล็ดพันธุ์ข้าวสำหรับการปลูกข้าวแบบนํ้าตาม.

สืบค้นจาก <https://www.journal.nu.ac.th/JCDR/article/view/505/462>

ฐารดี วงศ์ษา. (2557). สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์และส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์กับการรับรู้คุณค่าตราสินค้าชามโก๋ลำปาง. สืบค้นจาก <http://it.nation.ac.th/research/ntu/files/5601131052210f.pdf>

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2564). สรุปชุดการดำเนินงานและนโยบายเพื่อการขยายผล โครงการนำร่องการส่งเสริมการผลิตข้าว ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัลและ เกษตรแม่นยำเชื่อมโยงตลาด. สืบค้นจาก

[https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-](https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/20221004-Social-Lab-Rice.pdf)

[publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/20221004-Social-Lab-](https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/20221004-Social-Lab-Rice.pdf)

[Rice.pdf](https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/research/discussion-paper-and-policy-paper/20221004-Social-Lab-Rice.pdf)

ปรมัตตจ ใสสะอาด เฉลิมพล จตุพร และมนูญ โต้ะยามา. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการผลิตข้าวสังข์หยดของเกษตรกรในอำเภอเมือง จังหวัดพัทลุง. สืบค้นจาก https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jmhs1_s/article/view/245402/169558

มณฑิรา อุบลเลิศกุล. (2555). ประสิทธิภาพการผลิตข้าวสังข์หยดภายใต้ระบบสิ่งป่งชี้ทางภูมิศาสตร์. สืบค้นจาก https://kukrdb.lib.ku.ac.th/proceedings/kucon/search_detail/download_digital_file/13074/172878

สมาคมผู้ส่งออกข้าวไทย. (2565). Word rice trade. สืบค้นจาก <http://www.thairiceexporters.or.th/world%20rice%20trade.htm>

ปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย

FACTORS AFFECTING PURCHASE DECISIONS

FOR ELECTRIC VEHICLE (EV) CARS IN THAILAND

ประภาส เอ็งเดชากร¹ เดชอนันต์ บังกิโล² และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ³¹มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 6651203265@lamduan.mfu.ac.th²มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, dej-anan@mfu.ac.th³มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, chachaya@mfu.ac.th**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ซึ่งประกอบไปด้วย การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี ทักษะการที่มีต่อการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม การรับรู้ความเสี่ยง และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว การขายโดยการใช้พนักงานขาย การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยคือ ผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ที่มีอายุตั้งแต่ 21-59 ปี จำนวน 318 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานคือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย

ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) และปัจจัยด้านการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ประกอบด้วย การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TAM) การส่งเสริมการขาย (IMC) การขายโดยการใช้พนักงานขาย (IMC) ขณะที่ การรับรู้ความเสี่ยง (TAM) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : รถยนต์ไฟฟ้า การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

Abstract

This research aims to study factors affecting the decision to purchase electric vehicles (EVs) in Thailand. The study examines Technology Acceptance Model (TAM) factors including perceived usefulness perceived ease of use attitude toward use social influence and perceived risk along with Integrated Marketing Communication (IMC) factors including advertising sales

promotion public relations and publicity personal selling and direct and online marketing. The sample group used in this research is Electric vehicle (EV) users in Thailand aged 21-59 years 318 sets. Using descriptive statistics such as frequency percentage mean and standard deviation. and inferential statistics are Statistics used in the analysis to test the multiple regression hypothesis to test the relationship between factors affecting the decision to purchase electric vehicles (EV) in Thailand.

The research findings revealed that factors from Technology Acceptance Model (TAM) and Integrated Marketing Communication (IMC) that significantly influenced the decision to purchase Electric Vehicles (EV) in Thailand at the 0.01 statistical significance level included Perceived Usefulness (TAM) Sales Promotion (IMC) and Personal Selling (IMC). Meanwhile Perceived Risk (TAM) influenced the decision to purchase Electric Vehicles (EV) in Thailand at the 0.05 statistical significance level.

Keywords : Electric Vehicle (EV) Technology Acceptance Model (TAM) Integrated Marketing Communication (IMC)

บทนำ

ความผันผวนของราคาน้ำมันจากปัจจัยทางเศรษฐกิจ เช่น ความขัดแย้งทางการเมืองระหว่างประเทศ การลดกำลังการผลิตของโอเปก และความต้องการน้ำมันที่เพิ่มขึ้นหลังโควิด ส่งผลให้เทคโนโลยีรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ซึ่งใช้งานแทนน้ำมันได้รับความสนใจมากขึ้น เนื่องจาก EV มีแนวโน้มจะกลายเป็นมาตรฐานใหม่ในอนาคต ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับ EV ยังมีโอกาสเติบโตอย่างมากในประเทศไทยและต่างประเทศ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย เพื่อให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรม EV และสำรวจความพร้อมของคนไทยต่อการใช้รถยนต์ไฟฟ้าประเภทแบตเตอรี่

จากการทบทวนวรรณกรรมจะเห็นได้ว่ามีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับ ปัจจัยในการเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) อย่างมากมาย ในประเด็นต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นประเด็นเกี่ยวกับประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps-7Ps คุณลักษณะผู้ทรงอิทธิพล การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) นโยบายของรัฐ/นโยบายสาธารณะ ซึ่งผู้วิจัยมองเห็นว่างานวิจัยบางตัวได้ทำออกมาแล้ว และบางงานวิจัยเป็นเพียงการศึกษาในด้านประชากรศาสตร์ ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps-7Ps หรือไม่ก็เป็นการศึกษาในแต่ละด้าน เช่น ในด้านการรับรู้ ด้านการใช้งาน ตลอดจนเป็นการศึกษาเพียงในแต่ละจังหวัด แต่ละกลุ่มเป้าหมาย

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นช่องว่างทางการวิจัยที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาเรื่อง ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ว่ามีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมงานวิจัยต่างๆแล้วเห็นว่ามีผลสำคัญใน

การศึกษาทางวิจัย เพื่อนำไปต่อยอดในการพัฒนาด้านส่งเสริมการขาย หรือเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้า และประยุกต์ใช้องค์ความรู้นำไปใช้ได้ ซึ่งงานวิจัยนี้จะครอบคลุมประชากรในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ รถยนต์ไฟฟ้า (EV)

รถยนต์ไฟฟ้า (EV) ใช้มอเตอร์ไฟฟ้าขับเคลื่อนโดยพลังงานจากแบตเตอรี่หรืออุปกรณ์เก็บพลังงานไฟฟ้าอื่นๆ ต่างจากรถยนต์สันดาปภายในที่มีการเผาไหม้ ช่วยลดมลพิษต่อสิ่งแวดล้อม แบตเตอรี่แบบชาร์จไฟได้ถูกคิดค้นโดย Gaston Plante นักฟิสิกส์ชาวฝรั่งเศส และในปี 1884 Thomas Parker ได้สร้างรถยนต์ไฟฟ้าคันแรกในอังกฤษ ต่อมาในปี 1888 Flocken Electrowagen ชาวเยอรมันได้พัฒนารถยนต์ไฟฟ้าเช่นกัน รถยนต์ไฟฟ้าได้รับความสนใจเพิ่มขึ้นในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดยเฉพาะเมื่อเกิดวิกฤตราคาน้ำมันในปี 1990 รถยนต์ไฟฟ้ามีหลายประเภท เช่น Plug-in Electric Vehicle (PEV) และ Battery Electric Vehicle (BEV) ซึ่งใช้พลังงานไฟฟ้าเพียงอย่างเดียว

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับ แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (A Technology Acceptance Model หรือ TAM)

เป็นทฤษฎีที่ได้รับการยอมรับในงานวิจัยอย่างแพร่หลาย โดย Davis Bagozzi and Warshaw ได้นำเสนอโมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ในปี ค.ศ. 1989 โดยเป็นทฤษฎีที่มีการต่อยอดจากทฤษฎีการอธิบายด้วยเหตุผล หรือ Theory of Reasoned Action: TRA (Fishbein & Ajzen ,1975) ประกอบไปด้วย

การรับรู้ว่ามีประโยชน์ (Perceived Usefulness) หมายถึงการรับรู้ว่าเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและประโยชน์ในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับหรือความตั้งใจที่จะใช้เทคโนโลยี งานวิจัยหลายชิ้นยืนยันว่าการรับรู้ถึงประโยชน์มีผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้งาน (Koul & Eydgahi 2018; Park et al. 2018; Emsenhuber 2012)

การรับรู้ว่าง่ายต่อการใช้ (Perceived Ease of Use) หมายถึงระดับความคาดหวังว่าเทคโนโลยีควรใช้งานง่าย เรียนรู้ได้ไม่ยาก และไม่ต้องใช้ความพยายามมาก งานวิจัยระบุว่าการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี (Koul & Eydgahi 2018; Emsenhuber 2012) เช่น การซื้อของออนไลน์ในจีนที่ผู้สูงอายุต้องการเว็บไซต์ที่ใช้งานง่ายและมีระบบชำระเงินหลากหลาย เช่นเดียวกับการขับรถยนต์ไฟฟ้า หากระบบใช้งานง่ายและเข้าใจได้รวดเร็ว จะช่วยเพิ่มความสนใจและความตั้งใจใช้ โดยเฉพาะกลุ่มเบบี้บูมเมอร์ที่เน้นการเข้าถึงง่ายและเรียนรู้ด้วยตนเอง (กรณษา แสนละเอียด และคณะ 2560)

ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (Attitude Toward Using) คือ ทัศนคติและความโน้มเอียงทางจิตวิทยาที่แสดงออกโดยการประเมินระดับความชอบหรือไม่ชอบเทคโนโลยี (Eagly & Chaiken,1993) ซึ่งทัศนคติที่ผู้ใช้มีต่อเทคโนโลยี จะส่งผลต่อการนำเทคโนโลยีไปใช้

อิทธิพลทางสังคม (Social Influence) คือ การที่พฤติกรรม ความคิด หรือความเชื่อของบุคคลหนึ่ง ได้รับผลจากบุคคลอื่น เช่น บุคคลแวดล้อมหรือบุคคลที่มีชื่อเสียง งานวิจัยระบุว่าอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยี โดยผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับภาพลักษณ์ที่ดีจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้า (Emsenhuber 2012; Tonpradit 2017) กรณศึกษา แสตนละเอียดย และคณะ 2560 ได้กล่าวว่า อิทธิพลทางสังคมเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้เทคโนโลยีของผู้บริโภค โดยพบว่า อิทธิพลทางสังคมที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญมากที่สุดคือ การที่ผู้บริโภคเชื่อว่าการใช้รถยนต์ไฟฟ้าจะสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้ตนเอง ทั้งนี้ Tonpradit (2017) ได้อธิบายเพิ่มว่า อิทธิพลทางสังคมจะส่งผลต่อกลุ่มที่มีรายได้ปานกลางมากกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูง

การรับรู้ความเสี่ยง (Perceived Risk) คือ การประเมินความเสี่ยงที่ผู้บริโภคอาจเผชิญเมื่อตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการ โดยแต่ละคนมีความสามารถในการประเมินแตกต่างกัน หากผู้บริโภครู้สึกว่ามีความเสี่ยงสูง เช่น อาจไม่คุ้มค่าหรือเกิดความเสียหาย จะชะลอการตัดสินใจเพื่อค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (Marketeer 2546) Forsythe & Shi (2003) ระบุว่าผู้บริโภคจะยอมรับเทคโนโลยีเมื่อเชื่อว่ามีความเสี่ยงต่ำ

แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC)

การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ตาม Kotler และ Lane (2009) คือ การวางแผนธุรกิจที่รวมกลยุทธ์การสื่อสารต่าง ๆ เช่น การโฆษณา การส่งเสริมการขาย และการประชาสัมพันธ์ ให้สอดคล้องกันเพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาดสูงสุด บริษัทต้องพิจารณาการรับรู้ของผู้บริโภคจากหลายช่องทางเพื่อสื่อสารได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด เสรี วงษ์มณฑา (2547) ให้คำนิยามการสื่อสารทางการตลาดบูรณาการ โดยแบ่งการเปิดรับการสื่อสารของมนุษย์เป็นช่องทางการสื่อสารได้ดังนี้

การโฆษณา (Advertising): การสื่อสารข้อมูลผ่านสื่อดิจิทัลและอนาล็อก เช่น หนังสือพิมพ์ วิทยุ และออนไลน์ เพื่อประชาสัมพันธ์องค์กร ผลิตภัณฑ์ หรือบริการ โดยต้องมีกลยุทธ์สร้างสรรค์ ยุทธวิธี และกลยุทธ์สื่อที่สอดคล้องกัน

การส่งเสริมการขาย (Sales Promotion): การใช้เครื่องมือระยะสั้นเพื่อกระตุ้นการขายทันที โดยมุ่งเน้น 3 กลุ่มเป้าหมาย ได้แก่ ผู้บริโภค (Consumer Promotion) คนกลาง (Trade Promotion) และพนักงานขาย (Sales Force Promotion)

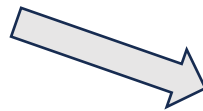
ประชาสัมพันธ์ (Public Relations): การสื่อสารเพื่อสร้างภาพลักษณ์องค์กรหรือผลิตภัณฑ์ และให้ความรู้แก่ผู้บริโภคเพื่อสร้างความเข้าใจ

การขายโดยพนักงานขาย (Personal Selling): การสื่อสารแบบตัวต่อตัวเพื่อแจ้งข้อมูลและจูงใจผู้บริโภค โดยใช้บุคคลหรือตัวแทนขาย พร้อมกลยุทธ์การจัดการและฝึกอบรมพนักงานขาย

การตลาดทางตรงและออนไลน์ (Direct and Online Marketing): การติดต่อสื่อสารตรงถึงลูกค้าเป้าหมายผ่านสื่อ เช่น แคตตาล็อก ไปรษณีย์ และสื่อออนไลน์ เพื่อกระตุ้นการตอบสนองและปิดการขาย

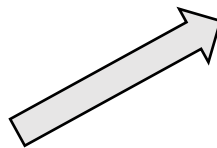
กรอบแนวความคิดในการศึกษา

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม

การตัดสินใจเลือกซื้อรถไฟฟ้า(EV) ในประเทศไทย



สมมติฐานของการวิจัย

- 1.ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย
- 2.ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) มีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ประชากรอายุ 21-59 ปี ที่อาศัยในประเทศไทย ซึ่งครอบคลุม Gen X Gen Y และ Gen Z และสามารถขับซื้อรถยนต์ได้ตามที่กฎหมายกำหนด โดยจะทำการสอบถามข้อมูลแบบสุ่มทางออนไลน์ จำนวน 400 ชุด และผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์(เป็นผู้ใช้รถยนต์ไฟฟ้า) จำนวน 318 ชุด เพื่อศึกษาความคิดเห็นเกี่ยวกับการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างจำนวนดังกล่าว เนื่องจากประชากรมีขนาดใหญ่ไม่สามารถทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัดได้ จึงใช้การคำนวณแบบกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบจำนวนประชากรจากสูตรของ Cochran (1953) ดังนี้

$$\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{(e^2)}$$

- เมื่อ n คือ จำนวนของกลุ่มตัวอย่าง
 P คือ สัดส่วนที่ต้องการจากการสุ่มประชากรทั้งหมด (0.05)
 e คือ สัดส่วนความคาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง (0.05)
 Z คือ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ มีค่าเท่ากับ 1.96 ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ระดับ 0.05)

แทนค่า $\text{สูตร } n = \frac{P(1-P)(Z^2)}{(e^2)}$

$$n = 384.16 \text{ หรือ } 385 \text{ คน}$$

ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องใช้อย่างน้อย 385 ตัวอย่าง โดยมีค่าความผิดพลาดไม่เกินร้อยละ 5 ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ดังนั้นผู้วิจัยจึงใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์เงื่อนไขที่กำหนดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ดังนั้นการกำหนดกลุ่มประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้จึงกำหนดสัดส่วนประชากรในประเทศไทย ที่ 400 ตัวอย่าง

การเก็บและรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำไปทดลองใช้ผ่าน Google Form ด้วยการแชร์ลิ้งค์ ในสื่อออนไลน์ เช่นเพจ Facebook WebBoard ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้า จำนวน 30 ชุดจากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสัมพันธ์ (Item Total Statistics) ของคำถามรายข้อ และคะแนนรวมรายด้าน แล้วจึงวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) รายด้านและความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

คำถามคัดกรอง ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบเลือกรายการ ประกอบด้วย ใช่ ไม่ใช่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบเลือกรายการ ประกอบด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับการใช้รถยนต์ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบเลือก รายการ ประกอบด้วย ผู้ที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อรถยนต์คันแรกมากที่สุด วัตถุประสงค์หลักในการใช้รถยนต์ ความถี่ในการใช้รถยนต์ต่อสัปดาห์ จำนวนระยะทางที่ใช้รถในแต่ละสัปดาห์

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยในด้านต่างๆ

ส่วนที่ 3.1 แบบจำลองการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของปัจจัยด้านดังต่อไปนี้ การรับรู้ถึงประโยชน์ (หนึ่งฤทัย รัตนาพร, 2562) และ(ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) มาปรับใช้ จำนวน 7 ข้อ ความง่ายต่อการใช้งาน (หนึ่งฤทัย รัตนาพร, 2562) มาปรับใช้ จำนวน 6 ข้อ ทักษะคติที่มีประโยชน์ต่อการ ใช้ (หนึ่งฤทัย รัตนาพร, 2562) มาปรับใช้ จำนวน 4 ข้อ อิทธิพลทางสังคม (วิศรุต ทังเพชร, 2560) และ(หนึ่ง ฤทัย รัตนาพร, 2562) มาปรับใช้ จำนวน 6 ข้อ การรับรู้ความเสี่ยง (หนึ่งฤทัย รัตนาพร, 2562) มาปรับใช้ จำนวน 6 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.852, 0.843, 0.668, 0.835, 0.924 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3.2 ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ผู้วิจัยได้นำองค์ประกอบของปัจจัยด้าน ดังต่อไปนี้ การโฆษณา (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) มาปรับใช้ จำนวน 4 ข้อ การส่งเสริมการขาย (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) และ(ทศมงคล พงศ์พันธ์, 2564) มาปรับใช้ จำนวน 5 ข้อ การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) มาปรับใช้ จำนวน 5 ข้อ การขายโดยการใช้พนักงานขาย (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) และ (ทศมงคล พงศ์พันธ์, 2564) มาปรับใช้ จำนวน 5 ข้อ การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) และ(วรเชษฐ์ แสงอรุณ, 2564) มาปรับใช้ จำนวน 5 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.744, 0.882, 0.732, 0.853, 0.809 ตามลำดับ

ส่วนที่ 3.3 การตัดสินใจเลือกซื้อ รถไฟฟ้า (EV) (ภราดร ตุ่นแก้ว, 2563) และ(ณัฐพล เต๋นยุกต์, 2565) มาปรับใช้ จำนวน 6 ข้อ มีค่าความเชื่อมั่น 0.773

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและการวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้ใช้การแจก แบบสอบถามผ่านช่องทาง Google Form ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยการแจกลิงค์ แบบสอบถามตามสื่อออนไลน์ เช่นเพจ Facebook WebBoard ที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้า และใช้โปรแกรม สำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณ ในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์ จากการใช้เทคโนโลยี การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี ทักษะคติที่มีต่อการใช้งาน อิทธิพลทาง สังคม การรับรู้ความเสี่ยง และการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการโฆษณา การส่งเสริม การขาย การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว การขายโดยการใช้พนักงานขาย และการตลาดทางตรงและ การตลาดออนไลน์กับการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV)

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) (N = 318)	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TAM)	4.0845	0.26886	เห็นด้วย	2
การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี (TAM)	4.0335	0.31287	เห็นด้วย	8
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (TAM)	4.1171	0.29627	เห็นด้วย	1
อิทธิพลทางสังคม (TAM)	3.9874	0.38187	เห็นด้วย	9
การรับรู้ความเสี่ยง (TAM)	3.9843	0.40276	เห็นด้วย	10
การโฆษณา (IMC)	4.0653	0.34944	เห็นด้วย	4
การส่งเสริมการขาย (IMC)	4.0509	0.30107	เห็นด้วย	6
การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (IMC)	4.0585	0.33583	เห็นด้วย	5
การขายโดยใช้พนักงานขาย (IMC)	4.0805	0.37433	เห็นด้วย	3
การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ (IMC)	4.0497	0.33007	เห็นด้วย	7
ภาพรวม	4.0512	0.33534	เห็นด้วย	

จากตารางที่ 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) อยู่ในระดับเห็นด้วย โดยให้ความสำคัญกับทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (TAM) มากที่สุด และรองลงมาคือการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TAM) การขายโดยใช้พนักงานขาย (IMC) การโฆษณา (IMC) การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว (IMC) การส่งเสริมการขาย (IMC) การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ (IMC) การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี (TAM) อิทธิพลทางสังคม (TAM) การรับรู้ความเสี่ยง (TAM) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression) องค์ประกอบแยกทางด้าน

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) (N = 318)	ค่าสัมประสิทธิ์					Tolerance	VIF
	B	S.E.	Beta	t	Sig.		
ค่าคงที่	0.944	0.231		4.084	0.000		
การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TAM)	0.546	0.065	0.504	8.408	0.000**	0.428	2.338
การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี (TAM)	0.080	0.052	0.086	1.546	0.123	0.498	2.009
ทัศนคติที่มีต่อการใช้งาน (TAM)	-0.095	0.055	-0.096	-1.714	0.088	0.487	2.052
อิทธิพลทางสังคม (TAM)	-0.039	0.041	-0.052	-0.969	0.333	0.540	1.850
การรับรู้ความเสี่ยง (TAM)	-0.078	0.033	-0.108	-2.338	0.020*	0.721	1.388

ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้อ รถยนต์ไฟฟ้า (EV) (N = 318)	ค่าสัมประสิทธิ์					Tolerance	VIF
	B	S.E.	Beta	t	Sig.		
การโฆษณา (IMC)	-0.023	0.042	-0.027	-0.546	0.586	0.618	1.619
การส่งเสริมการขาย (IMC)	0.184	0.050	0.190	3.695	0.000**	0.581	1.722
การประชาสัมพันธ์และการให้ ข่าว (IMC)	0.053	0.044	0.061	1.217	0.225	0.606	1.651
การขายโดยการใช้พนักงานขาย (IMC)	0.130	0.038	0.167	3.404	0.001**	0.637	1.571
การตลาดทางตรงและการตลาด ออนไลน์ (IMC)	0.014	0.043	0.016	0.323	0.747	0.634	1.578

$R^2 = 0.528$ Adjust $R^2 = 0.513$ $F = 34.339$ Sig. of $F = 0.000$ * = 0.05 ** = 0.01

จากตารางที่ 2 พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ในเชิงบวกได้แก่ การรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี (TAM) (Beta = 0.504) การส่งเสริมการขาย (IMC) (Beta = 0.190) การขายโดยการใช้พนักงานขาย (IMC) (Beta = 0.167) และในเชิงลบได้แก่ การรับรู้ความเสี่ยง (TAM) (Beta = -0.108) ส่วนปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ได้แก่ การรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี ทักษะคนที่มีการใช้งาน อิทธิพลทางสังคม การโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์

จากตารางที่ 2 ค่า Adjust R^2 เท่ากับ 0.513 แสดงว่า ปัจจัยทั้ง 10 ด้าน ตามตารางสามารถอธิบายถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ได้ร้อยละ 51.30

จากตารางที่ 2 ค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย แสดงให้เห็นว่าความสัมพันธ์ระหว่างการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) กับปัจจัยในด้านต่างๆ พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย มากที่สุด รองลงมาได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการส่งเสริมการขาย การขายโดยการใช้พนักงานขาย ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ถึงขั้นตอนวิธีการใช้งานง่ายของเทคโนโลยี ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว การตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ การโฆษณา ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านอิทธิพลทางสังคม ทักษะคนที่มีการใช้งาน การรับรู้ความเสี่ยง ตามลำดับ

จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่าง ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ถึงประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการส่งเสริมการขาย การขายโดยการใช้พนักงานขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 ขณะที่ปัจจัย

การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นเกี่ยวกับ ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ภาพรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0376 ส่วนปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ภาพรวมอยู่ในระดับ เห็นด้วย และมีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.0608

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย มีผลสรุปดังนี้

ผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี รวมถึงปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการส่งเสริมการขาย และการขายโดยใช้พนักงานขาย มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 และปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ความเสี่ยง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ หนึ่งฤทัย รัตนพร (2562) ที่พบว่าปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยีในด้านการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความเสี่ยงส่งผลต่อการเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล เช่นเดียวกับ ภราดร ตุ่นแก้ว (2563) ที่พบว่าปัจจัยด้านทัศนคติและการรับรู้ รวมถึงปัจจัยด้านการขายโดยพนักงานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์ FOMM ONE นอกจากนี้ ทศมงคล พงศ์พันธ์ (2564) ยังพบว่าปัจจัยด้านพนักงานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล อีกทั้งยังสอดคล้องกับ ณิชพล เด่นยุกต์ (2565) ที่พบว่าปัจจัยการรับรู้ประโยชน์ในการใช้เทคโนโลยีมีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าสัญชาติจีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

และผลการวิเคราะห์พบว่า ปัจจัยการยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM) ในด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งาน และอิทธิพลทางสังคม รวมถึงปัจจัยการสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการ (IMC) ในด้านการโฆษณา การประชาสัมพันธ์และการให้ข่าว ตลอดจนการตลาดทางตรงและการตลาดออนไลน์ ไม่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ซึ่งผลดังกล่าวแตกต่างกับ หนึ่งฤทัย รัตนพร (2562) ที่พบว่าปัจจัยด้านความง่ายในการใช้งาน ทัศนคติต่อการใช้งาน และอิทธิพลทางสังคม ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของกลุ่ม Generation Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล นอกจากนี้ ทศมงคล พงศ์พันธ์ (2564) พบว่าปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถจักรยานยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวายในพื้นที่เดียวกัน เช่นเดียวกับ ณิชพล เด่นยุกต์ (2565) ที่พบว่า

การรับรู้ความง่ายในการใช้งานและอิทธิพลทางสังคมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าสัญชาติจีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ ซึ่งชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยี (TAM) การส่งเสริมการขาย (IMC) การขายโดยใช้พนักงานขาย (IMC) รวมถึงการรับรู้ความเสี่ยง (TAM) มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในประเทศไทย ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่า ควรให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย (IMC) การขายโดยใช้พนักงานขาย (IMC) การรับรู้ความเสี่ยง (TAM) โดยเฉพาะในมิติการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานเทคโนโลยี เพื่อส่งเสริมกระบวนการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ของผู้บริโภคให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นอกจากนี้ ควรมีการศึกษาวิเคราะห์เพิ่มเติมถึงข้อจำกัดและประเด็นของผลวิเคราะห์ที่แตกต่างกับงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งสังเคราะห์ประเด็นที่สอดคล้องกัน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ต่อไป

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยครั้งต่อไป:

1. กระจายแบบสอบถามให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่สมดุลในด้านวัย เพศ และรายได้ หากมีงบประมาณและเวลาเพียงพอ เพื่อให้ได้ผลการวิจัยที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น
2. นำการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ไปต่อยอดกับงานวิจัยด้านอื่นที่มีความเกี่ยวข้องกับ การยอมรับนวัตกรรมและเทคโนโลยี (TAM)
3. ปรับงานวิจัยให้สอดคล้องกับการตลาดแบบบูรณาการและแนวโน้มของการตลาดในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรณษา แสนละเอียด พิรภาว์ ทวีสุข และ ศรีไพร ศักดิ์รุ่งพงศากุล (2560). การยอมรับเทคโนโลยีที่มี อิทธิพลต่อแนวโน้มความตั้งใจ ในการใช้บริการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ของกลุ่ม เบบี้บูมเมอร์ใน กรุงเทพมหานคร . วารสารปัญญาภิวัฒน์ 9(3) 3-15.
- จิราพร เกลาเกลี้ยง. (2566). อิทธิพลของผู้ทรงอิทธิพลผ่านช่องทางออนไลน์ ที่มีต่อความไว้วางใจในแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้า การค้นคว้าแบบอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- ทิมมพร ทวีเดช. (2563). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบบเตอเรียของผู้อาศัยในจังหวัดปราจีนบุรี. สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ วิทยาเขตปราจีนบุรี.
- ณัฐพล เค้นยุกต์. (2565). การยอมรับเทคโนโลยีและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า สัญชาติจีนของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในประเทศไทย. ค้นคว้าอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ทศมงคล พงศ์พันธ์. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้า ของกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล. คั่นคว่ำอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธนาคารกรุงศรีอยุธยาจำกัด (มหาชน). (2565). รถยนต์ไฟฟ้า: ความต้องการและโอกาสที่กำลังมาถึง [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/ev-survey-22>
- ธัญญลักษณ์ พลวัน สุพรรณษา กุลแก้ว และ ณัฐสิทธิ์ เกิดศรี. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีและ ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี QR Code ของกลุ่มประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยาลัย การจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- แนวโน้มของตลาดรถยนต์ไฟฟ้า. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://gideon-one.com/news/trends-of-the-electric-vehicles-evs-in-2021>
- บริษัท ไทยเร็นท์อโต้ไค์คาร์ จำกัด. รถยนต์ไฟฟ้า [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://www.thairentecocar.com/16178058/%E0%B8%A3%E0%B8%96%E0%B8%A2%E0%B8%99%E0%B8%95%E0%B9%8C%E0%B9%84%E0%B8%9F%E0%B8%9F%E0%B9%89%E0%B8%B2>
- บริษัท ไวซ์ไซท์ (ประเทศไทย) จำกัด. (2565). ส่งเทรนด์รถยนต์ไฟฟ้ามาแรงต้อนรับงาน Motor Show 2022. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://wisesight.com/news/evcar2022/>
- ภราดร ตุ่นแก้ว. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์ FOMM ONE ในเขต กรุงเทพมหานคร. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ลดาอำไพ กิมแก้ว. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคจากสื่อโฆษณาประเภทวิดีโอผ่านผู้มี อิทธิพลบนสังคมออนไลน์. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- วรเชษฐ์ แสงอรุณ. (2564). กลยุทธ์การขับเคลื่อนการเลือกใช้รถยนต์ไฟฟ้าของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต (การจัดการสิ่งแวดล้อม) คณะบริหารการพัฒนาสิ่งแวดล้อม สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วิศรุต ทังเพชร. (2560). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าประเภทแบตเตอรี่ ของกลุ่มเจนเอเรชั่น เอ็กซ์และเจนเอเรชั่นวาย ในกรุงเทพฯและปริมณฑล. คั่นคว่ำอิสระ. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะ พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). รถยนต์ BEV ปี 66-67 คาดยอดขายเร่งตัว... สวนทางตลาด. [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Bev-CIS3437-FB-09-10-2023.aspx>

- ศักรินทร์ ต้นสุพงษ์. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับแอปพลิเคชัน. การค้นคว้าอิสระ. วิทยาศาสตร์
มหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศและการจัดการ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- สวทช. (2560). รายงานการศึกษา เรื่อง “อุตสาหกรรมยานยนต์ไฟฟ้า” [ระบบออนไลน์] แหล่ง
ที่มา. <https://waa.inter.nstda.or.th/prs/pub/EV.pdf>
- สินมั่นคง. (2565). น้ำมันแพงเพราะอะไร? เปิดสาเหตุน้ำมันแพง 2565. [ระบบออนไลน์] แหล่ง
ที่มา. <https://www.smk.co.th/newsdetail/2876>
- สำนักงานพัฒนา วิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งชาติ. (2558). การประเมินเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้า.
[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://waa.inter.nstda.or.th/stks/pub/2015/20151222-electric-vehicle.pdf>
- เสรี วงษ์มณฑา. (2547). ครบเครื่องเรื่องการสื่อสารการตลาด. กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- หนึ่งฤทัย รัตนพร. (2562). การศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติต่อการเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของกลุ่มคนเจนเนอเรชัน
X และ Y ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระ.บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะ
พาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- Gide on one. (2021). ส่องจำนวนรถยนต์ไฟฟ้า (EV) ในไทย และแนวโน้มของตลาดรถยนต์ไฟฟ้าในปี 2021.
[ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา. <https://gideon-one.com/news/trends-of-the-electric-vehicles-evs-in-2021>
- E-book เจาะเทรนด์โลก 2022.Generations [ระบบออนไลน์] แหล่งที่มา.
https://article.tcdc.or.th/uploads/file/ebook/2564/10/desktop_th/EbookFile_33202_1634128759.pdf?fbclid=IwY2xjawGCpjZleHRuA2FlbQIxMAABHW6ZoN54895VAMgAav3D1Js6rdlinVaN6CRA5bR63CH9Hq-kiWTDlhawA_aem_8M3NfQa7pVQcFwiWv443XA

Consumer Preferences for the Aesthetic Appearance of Oak Wood Surfaces: A Cross-Cultural Study of Thai and Expatriate Consumers in Thailand

Mingkwan Phoosomboon¹ and Jul Thanasrivanitchai²

¹Kasetsart University, Mingkwan.p@ku.th

²Kasetsart University, jul.t@ku.th

Abstract

This study examines the factors influencing consumer preferences for oak wood surfaces among Thais and expatriates in Thailand, with a focus on the role of price exposure. Using purposive sampling, 400 participants (200 Thais and 200 expatriates) completed a survey assessing their preferences before and after being exposed to product prices. Data analysis, conducted using Pearson chi-square and McNemar-Bowker tests, revealed that industry of employment and cultural background significantly shaped preferences in both stages. While gender and age had no significant impact initially, age became a significant factor post-price exposure. The findings show that individuals in industries such as real estate, property development, and home décor, along with cultural background, play critical roles in preference formation. Additionally, price exposure influenced consumer decisions, aligning with Kahneman and Tversky's reference point theory, where the most expensive option made cheaper alternatives appear more appealing. These results emphasize the importance of demographic and cultural factors in marketing oak wood products. Future research should explore additional demographic variables, sustainability considerations, and psychological influences to deepen understanding of consumer behavior in the wood products market.

Keywords : 3 words: Consumer Preference, Price Awareness, Mcnemar Test

Introduction

The COVID-19 pandemic has significantly reshaped living standards and consumer behaviors, particularly in housing preferences and home design. The shift towards working from home has heightened the importance of home environments, driving increased demand for larger, better-ventilated homes with natural lighting and access to greenery (Heath, 2023; Gur, 2022). These preferences align with growing environmental awareness and modern design trends such as Nordic, Minimal, and Japandi, which emphasize natural and sustainable

materials like wood (Janejai, 2022). Among these materials, oak wood is highly favored for its strength, aesthetic appeal, and versatility, making it a dominant choice in the flooring industry and interior design globally (Home's Society, 2023; Dorris, 2023.).

The global wood industry is expanding rapidly, driven by increasing demand for sustainable materials and the growth of real estate markets (Wood Products Global Market Report, 2023). The Asia-Pacific region, including Thailand, plays a significant role in this sector. In Thailand, the rising demand for oak wood products highlights differences in consumer preferences compared to markets like the U.S. and Europe. While Thai consumers tend to prioritize aesthetics influenced by local cultural trends, international markets often focus on durability and uniformity.

Thailand is also home to a significant expatriate population of over 2 million, who have moved to settle or work in the country (Siam Commercial Bank, 2022). This group, alongside Thai consumers, contributes to the demand for wood products, particularly in the luxury real estate segment (Thansettakji, 2024). Cultural differences between these groups may influence preferences for oak wood surfaces, such as knottiness, grain patterns, and finish types, as noted in prior research (Marchal et al., 1994). With the growing expatriate population and the influence of global flooring trends, manufacturers face challenges in aligning material sourcing, processing, and grading to meet the diverse preferences of domestic and international consumers. A lack of understanding of these preferences could limit their ability to effectively serve the domestic market and capitalize on its potential.

This study then focuses on 1) examining consumer preferences for oak wood surfaces, particularly in Thailand and 2) whether the product's price could influence consumer preferences for the aesthetic properties of oak wood surfaces. The findings will provide valuable insights for manufacturers and traders to better cater to market demands.

The significance of this research lies in its potential to provide valuable insights into the aesthetic preferences of Thai consumers and expatriates residing in Thailand. These findings can aid wood manufacturers, furniture designers, and interior décor professionals in optimizing material use, refining product development, and crafting targeted marketing strategies to better meet the needs of these distinct consumer groups. By addressing this knowledge gap, the study contributes to enhancing the competitiveness and sustainability of Thailand's wood product industry in both domestic and international markets.

Literature Review

Understanding consumer behavior is crucial for analyzing preferences, as it encompasses the psychological, social, and cultural factors influencing how individuals select products and services (Blackwell et al., as cited in Sethna, 2023). Modern consumers are increasingly informed, using diverse media to make decisions, making it essential for manufacturers and retailers to understand consumer needs to remain competitive. The Stimulus-Organism-Response (S-O-R) model (Kotler & Keller, 2016) helps explain how marketing stimuli interact with external factors, influencing consumer responses such as product selection and purchase timing.

This study focuses on oak wood flooring, renowned for its unique natural characteristics such as color variations, mineral streaks, knots, and wormholes. These attributes enhance its aesthetic appeal while maintaining consistent performance and quality (Valenti Flooring, 2015; Janine & Michael, 2022). The National Wood Flooring Association (NWFA) defines grading standards for Red and White Oak based on appearance. The three common grades include Select Grade, which features small knots, wormholes, and minor character marks with subtle color variations; No. 1 Common Grade, characterized by prominent color differences and noticeable natural and manufacturing imperfections like knots and open checks; and Rustic Grade, which highlights pronounced natural and manufacturing variations, ideal for spaces seeking a character-rich, contrasting look.

Research on oak wood surface preferences reveals various influencing factors. Marchal and Mothe (1994) found that oak wood's knots were a key factor, with gender differences in preference—females favored knotty surfaces, while professionals preferred more transparent, plain surfaces. Høibø, et al. (2018) found that cultural background had limited impact on preferences, with regional and lifestyle factors being more influential. Broman (2001) highlighted that familiarity with grain patterns and repeated exposure shaped aesthetic preferences for oak wood. These studies show that factors such as knots, grain patterns, gender, age, occupation, and cultural norms all play a role in shaping consumer preferences for oak wood appearance, providing valuable insights for wood products manufacturers and marketers.

Conceptual Framework

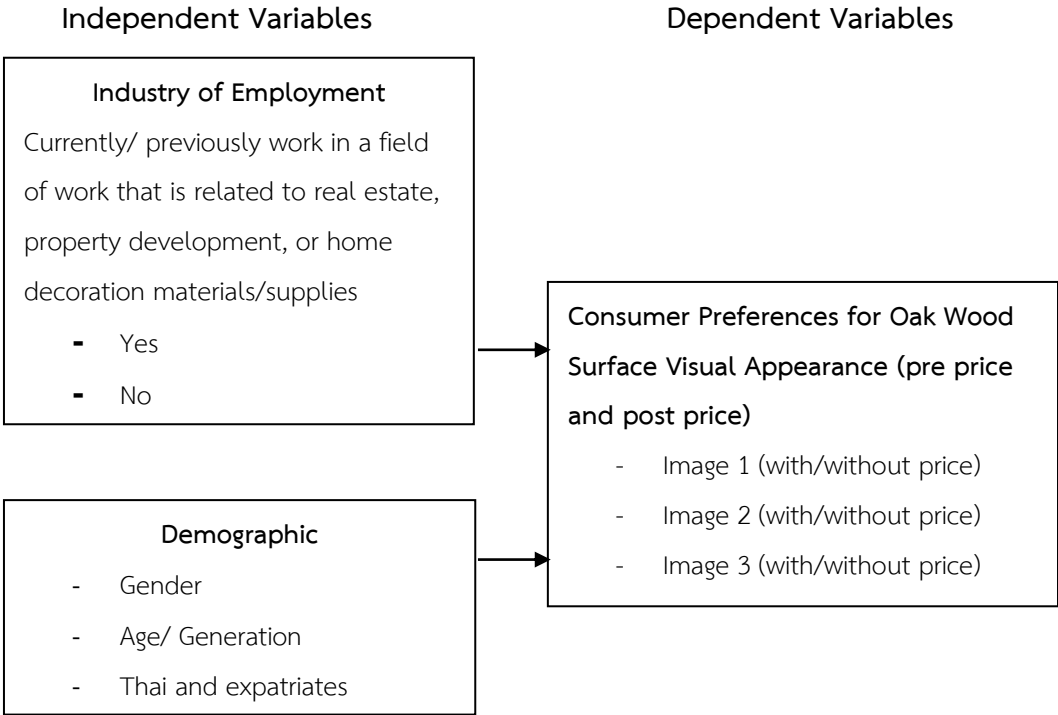


Figure 1: Research Framework

The framework includes of independent variables: Gender, age/generation, cultural background, and industry of employment, specifically whether the respondent works in real estate, property development, or industries that involve with home decoration supplies/material. We expect these variables to influence the dependent variables, specifically the consumer preference for oak wood surface appearances in the two settings: Pre-price exposure and post-price exposure.

Research Methodology

This study uses a survey research approach to gather data from two groups: Thais born and raised in Thailand, and expatriates living in Thailand. A sample size of 400 participants, with 200 from each group, was chosen using non-probability purposive sampling. Data will be collected through online questionnaires distributed via Line groups, private messages, email, and outreach to existing company customers of researcher.

The questionnaire, developed from the study of Marchal and Mothe (1994), consists of two sections: demographic information (eight questions, with two additional questions for expatriates) and oak wood surface preferences. Participants will select their preferred surface from three graded images (Select grade, No. 1 Common grade, and Rustic grade) before and

after price exposure. In the post-price exposure stage, prices and an example budget will be shown to aid understanding.

Select grade (1,750 Baht/sq.m.) No.1 Common grade (1,350Baht/sq.m.) Rustic grade (1, 150Baht/sq.m.)



Figure 2: three graded images of oak wood surfaces (Select grade, No. 1 Common grade, and Rustic grade)

Participants will be informed of the study's purpose, confidentiality measures, potential risks, and benefits before providing voluntary informed consent. Data will be analyzed using SPSS software, with a Chi-square test to examine interactions between demographic factors and surface preferences. McNemar's Test will assess shifts in preferences from pre-price to post-price exposure within demographic groups showing significant associations.

Result Analysis

The analysis will be conducted in two stages: the pre-price exposure stage and the post-price exposure stage, focusing on each independent variable, including industry of employment, gender, age, and cultural background.

1. People preferences towards oak wood surfaces (industry of employment)

Table 1 Cross tabulation between industry of employment and oak wood surfaces preferences before and after price exposure

Work in related field to real estate	Pre-Price				Post-Price			
	Oak Wood Surfaces			Total	Oak Wood Surfaces			Total
	Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
Yes	112	29	8	149	81	55	13	149
No	144	65	42	251	99	97	55	251
Total	256	94	50	400	180	152	68	400
Chi-Square Tests	Pearson Chi-square value 15.933 ^a ; df 2; P-value <.001				Pearson Chi-square value 14.264 ^a ; df 2; P-value <.001			

Table 1 indicates that the Pearson chi-square values in the Asymp. Sig. (2-tailed) columns are below the p-value threshold of 0.05, demonstrating a statistically significant association between industry of employment and preferences for oak wood surfaces, both before and after price exposure. This leads to the rejection of the null hypothesis, confirming that individuals currently or previously employed in industries such as real estate, property development, or home decoration materials/supplies significantly influence their preferences for oak wood surfaces. Since the findings reveal that industry experience impacts preferences for oak wood surfaces, it is suggested that marketing strategies be tailored to appeal to individuals within these industries. Businesses can emphasize technical features, durability, or design elements that resonate with professional expertise. Collaborating with industry professionals for endorsements or case studies could further strengthen the product's appeal and credibility within this segment.

2. People preferences towards oak wood surfaces (gender)

Table 2 Cross tabulation between gender and oak wood surfaces preferences before and after price exposure

Gender	Pre-Price				Post-Price			
	Oak Wood Surfaces			Total	Oak Wood Surfaces			Total
	Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
Male	134	49	24	207	103	67	37	207
Female	122	45	26	193	77	85	31	193
Total	256	94	50	400	180	152	68	400
Chi-Square Tests	Pearson Chi-square value 0.323 ^a ; df 2; P-value 0.851				Pearson Chi-square value 5.934 ^a ; df 2; P-value 0.051			

Table 2 shows that the Pearson chi-square value in the Asymp. Sig. (2-tailed) column exceeds the p-value threshold of 0.05, indicating no statistically significant association between gender and preferences for oak wood surfaces, both before and after price exposure. This supports the null hypothesis, confirming that gender does not significantly impact preferences for oak wood surfaces. Since the findings demonstrate that gender does not influence preferences for oak wood surfaces, it is suggested that marketing and product positioning strategies focus on universal appeals rather than gender-specific targeting. Emphasizing factors

such as design, quality, and price-value relationships that resonate across all genders can help optimize marketing efforts and reach a broader audience effectively.

3. People preferences towards oak wood surfaces (age)

Table 3 Cross tabulation between age and oak wood surfaces preferences before and after price exposure

Age	Pre-Price				Post-Price			
	Oak Wood Surfaces			Total	Oak Wood Surfaces			Total
	Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
21-29	37	14	2	53	19	28	6	53
30-44	121	40	30	191	78	74	39	191
45-90	52	21	10	83	39	29	15	83
Above 60	46	19	8	73	44	21	8	73
Total	256	94	50	400	180	152	68	400
Chi-Square Tests	Pearson Chi-square value 6.316 ^a ; df 2; P-value 0.389				Pearson Chi-square value 14.459 ^a ; df 2; P-value 0.025			

Table 3 reveals that before consumers were exposed to product prices, the Pearson chi-square value in the Asymp. Sig. (2-tailed) column was 0.389, exceeding the p-value threshold of 0.05. This indicates no statistically significant association between age and preferences for oak wood surfaces in the pre-price exposure stage. However, after price exposure, the Pearson chi-square value dropped to 0.025, which is below the p-value threshold of 0.05. This demonstrates a statistically significant association between age and preferences for oak wood surfaces in the post-price exposure stage. Since the findings show that age does not influence preferences for oak wood surfaces prior to price exposure but becomes a significant factor after price exposure, it is suggested that businesses focus on segmenting their pricing strategies and promotional efforts by age group.

4. People preferences towards oak wood surfaces (cultural background)

Table 4 Cross tabulation between Thais and expatriates and oak wood surfaces preferences before and after price exposure

	Pre-Price				Post-Price			
	Oak Wood Surfaces			Total	Oak Wood Surfaces			Total
	Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
Thai	147	39	14	200	110	71	19	200
Expatriate	109	55	36	200	70	81	49	200
Total	256	94	50	400	180	152	68	400
Chi-Square Tests	Pearson Chi-square value 18.044 ^a ; df 2; P-value <.001				Pearson Chi-square value 22.782 ^a ; df 2; P-value <.001			

The analysis in Table 4 shows that the Pearson chi-square values in the Asymp. Sig. (2-tailed) column are below the p-value threshold of 0.05 for both pre-price and post-price exposure. This confirms a statistically significant association between cultural background and preferences for oak wood surfaces. Since the findings reveal that cultural background—whether Thai or expatriate—significantly influences preferences for oak wood surfaces both before and after price exposure, it is suggested that businesses tailor their marketing strategies to reflect these cultural differences. For example, promotional materials and product presentations could emphasize design aesthetics or functional benefits that align with the specific preferences of each cultural group. Additionally, pricing strategies and communication should be adjusted to resonate effectively with the values and expectations of Thais and expatriates, ensuring broader appeal and market success.

Table 5: McNemar Test Comparison of Pre-Price and Post-Price Results Among Individuals Based on Their Employment Status in Real Estate, Property Development, or Home Decoration Materials/Supplies Industries (Current, Past, or Unrelated Employment)

		Work related				Not relate			
		Post Price			Total	Post Price			Total
		Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
Pre Price	Surface 1	78	29	5	112	91	39	14	144
	Surface 2	2	25	2	29	6	54	5	65
	Surface 3	1	1	6	8	2	4	36	42
	Total	81	55	13	149	70	81	49	251
Chi-Square Tests	McNemar-Bowker Test value 26.516; df 3; P-value <.001				McNemar-Bowker Test value 33.311; df 3; P-value <.001				

The analysis highlights distinct preference patterns for oak wood surfaces based on industry experience and the impact of price exposure. Among 149 participants with real estate or related industry experience, 112 initially preferred Surface 1, with 78 retaining it after price exposure, while 29 switched to Surface 2, and 5 to Surface 3. Similarly, of 251 participants without industry experience, 144 initially preferred Surface 1, with 91 maintaining their choice, 39 switching to Surface 2, and 14 to Surface 3.

The McNemar-Bowker Test values (<0.001) confirm a statistically significant shift in preferences after price exposure. These findings indicate that price exposure significantly influences consumer preferences for oak wood surfaces regardless of industry of employment. Manufacturers then should adapt strategies to these insights by emphasizing product value and features to retain preferences among industry professionals while highlighting pricing benefits and comparative advantages to guide the general population's decisions effectively.

Table 6: McNemar Test Comparison of Pre-Price and Post-Price Results Between Thais and Expatriates

		Thai				Expatriate			
		Post Price			Total	Post Price			Total
		Surface 1	Surface 2	Surface 3		Surface 1	Surface 2	Surface 3	
Pre Price	Surface 1	105	35	7	147	64	33	12	109
	Surface 2	3	35	1	39	5	44	6	55
	Surface 3	2	1	11	14	1	4	31	36
Total		110	71	19	200	70	81	49	200
Chi-Square Tests	McNemar-Bowker Test value 29.725; df 3; P-value <.001					McNemar-Bowker Test value 30.339; df 3; P-value <.001			

The analysis shows significant changes in oak wood surface preferences among Thai and expatriate participants after price exposure. Among 200 Thai participants, 147 initially preferred Surface 1, with 105 retaining this choice after price exposure, while 35 switched to Surface 2, and 7 to Surface 3. Similarly, among 200 expatriates, 109 initially chose Surface 1, with 64 retaining it, while 33 switched to Surface 2, and 12 to Surface 3. The McNemar-Bowker Test values (<0.001) also confirm a statistically significant impact of price on preferences.

The results highlight the importance of price sensitivity. Manufacturers should focus on affordability and value to appeal to Thai consumers, while emphasizing quality and cost-effectiveness to attract expatriates. Providing clear surface comparisons can help facilitate informed decisions and ensure offerings meet the diverse preferences of these groups.

Discussion

This study identifies key factors shaping consumer preferences for oak wood surfaces, particularly the influence of employment industry, cultural background, and price exposure. Consistent with previous research (Marchal & Mothe, 1994), professionals in real estate and related industries exhibited a preference for planks with minimal knots, favoring plain, transparent surfaces perceived as more appealing to clients. Gender had no significant impact on preferences, suggesting that personal taste plays a larger role in consumer choices. Age only became a significant factor when combined with price exposure.

Cultural background emerged as a critical factor, with Thai and expatriate consumers displaying different preferences. This difference is likely due to varying aesthetic values and

cultural influences. Moreover, the study found that price exposure significantly impacted preferences, with Surface 1—the most expensive choice—acting as a reference point. As per Kahneman and Tversky's (1979) reference point theory, more affordable options appeared more attractive once consumers saw the higher price of Surface 1. The McNemar-Bowker Test results further validate these findings, showing a strong correlation between price exposure and preference shifts for both industry of employment and cultural background. These results underscore the importance of understanding demographic factors and price sensitivity when marketing oak wood products.

Recommendations

This study suggests that marketers should develop strategies tailored to specific industries and cultural backgrounds, focusing particularly on consumers within the real estate, property development, and home decoration sectors. Additionally, addressing the distinct preferences of Thai consumers and expatriates is essential for effective targeting. Pricing strategies should account for the impact of price exposure on consumer preferences, incorporating clear price breakdowns and promotions to influence decision-making. Manufacturers are encouraged to segment their product offerings to meet the varying needs of consumers based on factors such as age, industry, and cultural background.

To promote the diverse styles of oak wood surfaces, it is vital to educate consumers—especially Thai people and those working in relevant industries—about the durability of oak wood. Marketers should emphasize that the grade of oak wood does not directly determine its durability. Efforts should focus on informing consumers about the aesthetic appeal and durability of all oak wood grades—Select, No. 1 common, and rustic. This can be achieved through educational campaigns, including workshops, online content, and product demonstrations that highlight the quality and longevity of each grade. By dispelling any misconceptions about grade differences, businesses can enhance consumer confidence and guide them in making informed, durable choices without concern for the grade affecting the wood's performance.

Future Research Suggestions

1. **Exploring Other Demographic Factors:** Future research could investigate the impact of additional demographic variables, such as income, education level, and household

size, on consumer preferences for oak wood surfaces. These factors may offer further insights into the underlying preferences across different segments.

2. Impact of Sustainability and Eco-Friendliness: Given the increasing consumer interest in sustainability, future research could examine how environmental factors, such as sustainability certifications or eco-friendly production methods, influence consumer preferences for wood surfaces.
3. Psychological and Emotional Factors: Future research could explore the psychological and emotional drivers behind consumer choices, such as aesthetic appeal, nostalgia, or connection to nature, and how these factors contribute to preferences for oak wood surfaces.

References

- Broman, N. O. (2001). Aesthetic properties in knotty wood surfaces and their connection with people's preferences. *Journal of Wood Science*, 47, 192-198.
- Different Grades of Hardwood Flooring. (2015). Retrieved from [http://www.valentiflooring.com]
- Dorris, J. (2023, November 9). These 8 Trends Will Define 2024 Interiors, Says 1stDibs. Retrieved from [http://www.architecturaldigest.com]
- Embracing The Future: Interior Design Trends For 2024. (2023, October 12). Retrieved from [http://www.linkedin.com]
- Gur, M. (2022). Post-pandemic lifestyle changes and their interaction with resident behavior in housing and neighborhoods: Bursa, Turkey. *Journal of Housing and the Built Environment*, 37(10), DOI:10.1007/s10901-021-09897-y
- Heath, K. (2024, February 9). How Did COVID Affect the Housing Market?. Retrieved from [www.fastexpert.com]
- Høibø, O., & Nyrud, A. Q. (2010). Consumer perception of wood surfaces: the relationship between stated preferences and visual homogeneity. *Journal of Wood Science*, 56, 276-283.
- Janejai, T. (2022, November 29). ไม้เท่านั้นดีจริง?: รู้จัก ‘WoodDen’ แบรินต์ไม้ที่สนับสนุนการใช้ไม้จากป่าเพื่อความยั่งยืนของโลก. Retrieved from [http://thematter.co]
- Janine & Michael (2022, January 12). Understanding Wood Flooring Grades. Retrieved from [http://info.floordecorct.com]

- Kahneman, D. (1992). Reference points, anchors, norms, and mixed feelings. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*. 51(2), 296-312.
- Kotler, P. & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
- Marchal, R., & Mothe, F. (1994). Appréciation du bois de chêne (*Quercus robur* L, *Quercus petraea* Liebl) par les consommateurs et les professionnels français du bois. *Annals of Forest Science*, 51(3) 213-231. DOI: 10.1051/forest:19940302
- Setha, Z. (2023). *CONSUMER BEHAVIOUR*. SAGE Publications Ltd.
- Wood Products Market Opportunities and Strategies to 2023. (2024). Retrieved from [<http://www.researchandmarkets.com>]
- เจาะลูกค้าต่างชาติในไทย เริ่มอย่างไร ‘เข้าใจ เข้าถึง’. (2024). Retrieved from [<http://www.scb.co.th>]
- เทรนด์ก่อสร้างปี67 บ้านลักซ์วีร์ ดีมานด์พุ่ง คอนโดแฝง ออฟฟิศ -รีเทล ปรับตัว. (2024, March 10). Retrieved from [<http://www.thansettakij.com>]

บทบาทของการลงทุนโดยตรงจากต่างประเทศต่อคุณภาพของสิ่งแวดล้อมของประเทศในเอเชีย

The Roles of Inward FDI on Environmental Quality in Asian Countries

Onpreeya Kunthong¹ and Sineenat Sermcheep²

¹Faculty of Economics, Chulalongkorn University, onpreeya.toey@gmail.com

²Faculty of Economics, Chulalongkorn University, Sineenat.S@Chula.ac.th

Abstract

This study examines the roles of foreign direct investment (FDI) in shaping environmental quality across 32 Asian countries, classified into lower-middle, upper-middle, and high-income groups, over the period 1990–2020. Environmental degradation is analyzed through CO₂ emissions and PM_{2.5} levels, employing the STIRPAT model model to analyze the relationship between FDI and environmental quality, considering factors such as energy intensity, economic growth, population, industrialization, trade, and government regulations. Using panel ARDL estimation, the study examines the long- and short-run impacts of FDI on environmental quality. The findings reveal that FDI exerts a significant long-run influence on environmental quality, with evidence supporting both the pollution haven and pollution halo hypotheses, depending on the income group and pollutant type. In contrast, the short-run effects of FDI are less pronounced and vary across contexts. These results underscore the nuanced role of FDI in driving environmental outcomes in Asia and provide critical insights for policymakers aiming to balance economic growth with environmental sustainability.

Keywords : 1) Environmental Quality, 2) Foreign Direct Investment (FDI), 3) Pollution Haven/Halo Hypothesis

1. Introduction

Environmental Quality has become a top global concern due to its far-reaching impacts on human well-being, biodiversity, and economic prosperity. The World Economic Forum's 2024 Global Risks Report highlights extreme weather as the most likely global crisis (WEF, 2024). Moreover, the Sustainable Development Goals (SDGs) emphasize environmental protection for a sustainable future. While factors like urbanization, industrialization, and population growth are known to influence environmental quality (Pandya, 2021), the role of Foreign Direct Investment (FDI) remains debated.

FDI is a significant driver of economic growth, contributing to job creation, technology transfer, and infrastructure development (Borensztein et al., 1998; Chakraborty & Nunnenkamp, 2008; Li & Liu, 2005; Otchere et al., 2016; Wang, 2009; Zhang, 2001). However, its environmental impact remains controversial, especially given the rise of FDI inflows into emerging markets over the past two decades (Jugurnath & Emrith, 2018). While FDI bolsters economic growth and skill development in host countries, recent discourse highlights the need for sustainable FDI practices that align with environmental preservation goals. Previous research on the relationship between FDI and the environment often explores two contrasting scenarios: The Pollution Haven Hypothesis which suggests that FDI can worsen environmental degradation by encouraging firms to relocate to countries with lenient regulations. In contrast, the Pollution Halo Hypothesis argues that FDI promotes cleaner technologies and better practices in host countries, the concept was first introduced by Copeland and Taylor (1994).

Understanding the environmental impact of FDI is essential as nations seek to balance attracting foreign investment with safeguarding their environment. This makes it critical to investigate the role FDI plays in influencing environmental quality, particularly in Asia – a region that received 39.1% of global FDI inflows in 2021 (UNCTAD, 2022). Asia's rapid economic growth and diverse institutional frameworks present unique challenges and opportunities for studying the FDI-environment relationship. Despite the remarkable economic progress and varying stages of development in Asia (Nayyar, 2019), the region faces pressing environmental challenges, including air pollution, increasing vulnerability to natural disasters, and biodiversity loss, which translate into higher economic costs and could ultimately hinder future growth. Given the complex relationship between development and FDI (Wijethunga et al., 2023), this study examines how inward FDI impacts environmental quality in Asia, addressing a gap in the literature by using both PM_{2.5} and CO₂ emissions as key indicators. Employing the STIRPAT model framework (Ehrlich & Holdren, 1971), This study aims to provide nuanced insights into the interplay of population dynamics, economic affluence, and technological advancements.

2. Literature Review

Studies on FDI's environmental impact often explore between the Pollution Haven Hypothesis (PHH) and the Pollution Halo Hypothesis (PHHH), first introduced by Copeland and Taylor (1994). While on the Pollution Haven Hypothesis (PHH) which argues that FDI can lead to environmental degradation, as multinational corporations may seek out countries with lax environmental regulations to reduce production costs. This hypothesis posits that FDI can exacerbate pollution and resource depletion, particularly in developing countries with weak

regulatory frameworks. Conversely, the Pollution Halo Hypothesis (PHHH) argues that FDI can have a positive impact on the environment. Foreign firms may bring cleaner technologies, more efficient production processes, and stricter environmental standards to host countries. This can lead to reduced pollution, improved resource management, and a more sustainable development path.

However, the empirical evidence on the FDI-environment relationship remains mixed. Studies in developed countries often support the PHHH, citing technology transfers and improved practices (Boateng et al., 2024; Caetano & Marques, 2024). In contrast, the research in developing economies frequently align with the PHH, linking FDI to increased pollutions (Baek, 2016; Boateng et al., 2024; Caetano & Marques, 2024; Ochoa-Moreno et al., 2021). These variations reflect differences in study structures, groups, variables, and econometric techniques. For instance, Boateng et al. (2024), using panel data (2000–2018) and IV-GMM methods across income groups, found that FDI can reduce CO_2 emissions, though the effect depends on measurement methods. Similarly, Caetano and Marques (2024), employing Panel ARDL on 35 high- and middle-income countries (1995–2019), observed that FDI increases environmental degradation in middle-income groups but reduces it in high-income groups for CO_2 and PM2.5 emissions.

Asia's rapid industrialization and urbanization have positioned it as a focal point for global FDI inflows, making it critical to examine how these investments impact environmental quality in the region. Previous studies often focus on CO_2 emissions as a measure of environmental degradation, reflecting broader climate impacts (Abbasi et al., 2023; Ochoa-Moreno et al., 2021). However, this approach overlooks localized issues like air pollution, where PM2.5 concentrations provide valuable insights (Caetano & Marques, 2024; Cheng et al., 2020). Despite severe air pollution challenges in Asia, research incorporating PM2.5 data remains limited, especially when considering the region's income diversity. This study aims to bridge these gaps by employing the Panel ARDL approach to analyze CO_2 and PM2.5 simultaneously, offering differentiated insights into FDI's short- and long-term environmental impacts across income groups in Asia. Such an analysis can guide policymakers in fostering sustainable development while addressing both global and localized environmental challenges.

3. Research Data & Methodology

This study examines the impact of FDI on environmental quality in Asia using the STIRPAT model, an extension of the IPAT framework (I: pollutants, P: population, A: affluence, T: technology) introduced by (York et al., 2003), which captures the effects of human actions

on environmental quality through demographics, economic growth, and technological advancement (Solarin et al., 2017). By employing this model, the study aims to provide a more comprehensive understanding of the relationship between FDI and environmental quality, accounting for key aspects and potential costs associated with environmental changes.

A panel dataset of 32 Asian countries, classified by income levels based on the World Bank's (2022) GNI per capita, is used. To address heteroscedasticity, the model is log-transformed:

$$\ln I = \ln a + b \ln P + c \ln A + d \ln T + \ln \epsilon$$

Building on Dietz and Rosa (2003), the model uses Population Density (PD) to measure population (P), GDP per capita (GDP) to measure affluence (A). Technology (T) is further disaggregated into Foreign Direct Investment (FDI) and Energy Intensity (ENE). This study extends the STIRPAT framework by incorporating additional control variables: Regulatory Quality (RGQ), Industrialization Level (IND), and Trade Openness (TO). To analyze the effects of FDI on environmental quality, we will use two models: CO₂ emissions and PM_{2.5} dependent variables. The study employs the STIRPAT log-log model, which is structured as follows:

$$\begin{aligned} \ln CO_{it} &= \alpha_0 + \alpha_1 \ln FDI_{it} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln PD_{it} + \alpha_4 \ln RGQ_{it} + \alpha_5 \ln IND_{it} + \alpha_6 \ln TO_{it} + \alpha_7 \ln ENE_{it} + \epsilon_{it} \\ \ln PM_{it} &= \alpha_0 + \alpha_1 \ln FDI_{it} + \alpha_2 \ln GDP_{it} + \alpha_3 \ln PD_{it} + \alpha_4 \ln RGQ_{it} + \alpha_5 \ln IND_{it} + \alpha_6 \ln TO_{it} + \alpha_7 \ln ENE_{it} + \epsilon_{it} \end{aligned}$$

CO represents per capita CO₂ emissions, PM represent the level of PM_{2.5} concentrations (micrograms per cubic meter), FDI is Foreign Direct Investment inflows (BoP, current USD), GDP is proxied by GDP per capita, PD is Population Density (people per sq. km of land), RGQ is the Regulatory Quality Index, IND is Industry value-added (% of GDP), TO is trade openness (exports + imports as % of GDP), and ENE is energy intensity (megajoules of primary energy per dollar of GDP). While, *i* reflects the countries in each income group, and *t* is the time period chosen for this study lies between 1990 to 2020.

Table 3.1: Descriptions of variables

Variable Type	Variables	Measure	Notation	Expected Sign
Dependent	Environmental Quality	CO2 emissions (metric tons per capita)	CO	
Dependent	Environmental Quality	PM2.5 (micrograms per cubic meter)	PM	
Independent	Foreign direct investment	Foreign direct investment, net inflow (BoP, current US\$)	FDI	+,-
	Gross Domestic Product			
Control	Product	GDP per capita (Current US\$)	GDP	+/-
Control	Population Density	People per sq. km of land area	PD	+/-
Control	Regulatory quality	Regulatory Quality Index (-2.5 to 2.5)	RgQ	-
Control	Industrialization	Industry (including construction), value added (% of GDP)	IND	+
Control	Trade Openness	Sum of exports and imports of goods and services (% of GDP)	TO	+/-
Control	Energy Intensity	Amount of primary energy (consumed per dollar of GDP)	ENE	+

*All data comes from the World Development Indicators (WDI)

To conduct the analysis, this study follows the approaches outlined in sections 3.1, 3.2, and 3.3:

3.1 Cross-Sectional Dependency Test

Globalization has significantly interconnected countries worldwide through the trade of goods and services, highlighting its importance and economic impacts (Sabir et al., 2020). Addressing cross-sectional dependence is crucial, as shocks or disturbances in one country often impact others. In line with previous studies (Abbasi et al., 2023), this study examines cross-sectional dependency among selected Asian countries using the Breusch-Pagan and Pesaran dependency tests.

3.2 Panel Unit root

As cross-sectional dependence is primarily driven by omitted variable bias, simultaneous correlations among residuals, and spatial spillover effects (Pedroni, 2001). Therefore, it is crucial to examine the stationarity of the variables. This study conducted a panel unit root test to evaluate the stationarity of the variables. Both first-generation tests, including LLC (Levin, Lin, and Chu), IPS (Im, Pesaran, and Shin), Fisher-ADF (FADF), and Fisher-Phillips-Perron (FPP), were applied. To address the presence of cross-sectional dependencies, second-generation tests, such as CIPS and CADF, were also employed. This is because first-generation unit root tests become inappropriate in the presence of cross-sectional dependencies, as they can introduce significant biases into the estimated results.

3.3 Panel Autoregressive Distributed Lag

This study relies on the Panel ARDL method on the dataset for Asian countries, categorized by income groups. The Pooled Mean Group (PMG) method, introduced by Pesaran et al. (1999), will be applied within the Panel ARDL framework. This approach aligns with the methodology of Abbasi et al. (2023), who used it to examine the pollution haven hypothesis, pollution halo

effect, and Environmental Kuznets Curve across various Asian countries. Thus, for this study, the model is based on the following equations:

$$\ln CO_{it} = \beta_0 + \sum_{j=0}^q \beta_{1i} \ln FDI_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{2i} \ln ENE_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{3i} \ln GDP_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{4i} \ln PD_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{5i} \ln IND_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{6i} \ln TO_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{7i} \ln RGQ_{itj} + \sum_{j=1}^p \beta_{8i} \ln CO_{itj} + \mu_i + u_{it} \quad \text{--- (1)}$$

$$\ln PM_{it} = \beta_0 + \sum_{j=0}^q \beta_{1i} \ln FDI_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{2i} \ln ENE_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{3i} \ln GDP_{it-j} + \sum_{j=0}^q \beta_{4i} \ln PD_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{5i} \ln IND_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{6i} \ln TO_{itj} + \sum_{j=0}^q \beta_{7i} \ln RGQ_{itj} + \sum_{j=1}^p \beta_{8i} \ln PM_{itj} + \mu_i + u_{it} \quad \text{--- (2)}$$

Where $\beta_{1i}, \beta_{2i}, \beta_{3i}, \beta_{4i}, \beta_{5i}, \beta_{6i}, \beta_{7i}$ and β_{8i} are the unknown parameters corresponding to the lagged independent variables, while include foreign direct investment ($\ln FDI_{it-j}$), energy consumption ($\ln ENE_{it-j}$), GDP per capita ($\ln GDP_{it-j}$), population density ($\ln PD_{it-j}$), industrialization ($\ln IND_{it-j}$), trade openness ($\ln TO_{it-j}$), and regulatory quality ($\ln RGQ_{it-j}$). Respectively, as well as the lagged dependent variables ($\ln CO_{it-j}$) and ($\ln PM_{it-j}$).

4. Empirical results and discussion

The analysis begins with a cross-sectional dependency test for each variable in the model, as presented in Appendix A Table A1, which confirms the presence of cross-sectional dependence among the variables. Consequently, relying solely on first-generation unit root tests is insufficient. Appendix A Table A2 reports the results of the CIPS and CADF tests, revealing that IND, TO, RGQ, and lnENE are non-stationary at level but stationary at first difference, while lnCO, lnPM, lnFDI, lnGDP, and lnPD are stationary at level. This indicates a mixed order of integration, I(1) and I(0). Therefore, the panel ARDL technique is employed to estimate the long-run and short-run cointegrating relationships, as detailed in Table 4.1.

Table 4.1: Panel ARDL Estimation Results (with t-stats)

Variable	Asia		Lower-Middle Income		Upper-Middle Income		High-Income	
	CO2 Model (1)	PM Model (2)	CO2 Model (1)	PM Model (2)	CO2 Model (1)	PM Model (2)	CO2 Model (1)	PM Model (2)
LR equation								
FDI	0.214 *** (7.210)	0.014 *** (2.717)	0.060 *** (3.191)	0.027 *** (3.3264)	0.290 *** (8.222)	0.015 (1.3396)	-0.031 *** (-2.736)	0.043 *** (2.993)
ENE	0.376 ** (2.437)	0.018 (1.136)	-0.107 ** (-1.194)	0.128 *** (3.1922)	0.174 (0.739)	-0.046 (-1.3315)	0.202 * (1.951)	0.281 *** (3.897)
GDP	0.188 *** (3.440)	-0.027 ** (-2.519)	0.448 *** (8.700)	-0.104 *** (-4.1817)	0.223 *** (2.813)	-0.009 (-0.4608)	-0.083 (-1.362)	0.111 *** (2.783)
PD	0.288 *** (3.855)	0.026 *** (3.120)	-0.372 *** (-6.765)	0.064 *** (3.9366)	0.767 ** (2.583)	0.042 *** (2.7889)	0.172 *** (3.720)	-0.220 *** (-5.298)
IND	0.009 * (1.748)	-0.001 (-1.079)	0.008 * (1.166)	-0.003 (-1.3681)	-0.002 (-0.314)	-0.002 (-1.1104)	-0.004 (-0.859)	0.030 *** (6.464)
TO	0.009 *** (5.238)	0.000 (-1.520)	0.008 *** (5.988)	0.000 (-0.3177)	0.019 *** (7.711)	0.001 ** (2.3554)	-0.002 *** (-3.169)	0.003 *** (5.314)
RGQ	0.103 (1.277)	-0.017 (-0.927)	-0.115 (-1.131)	0.042 (0.6334)	-0.307 ** (-2.536)	-0.178 *** (-4.0859)	-0.014 (-0.211)	0.102 (1.328)
C	-7.971 *** (-14.096)	3.111 *** (35.209)	-2.963 *** (-7.678)	3.276 *** (22.6710)	-11.993 *** (-7.642)	2.804 *** (16.5926)	2.660 *** (3.633)	0.524 (1.572)
SR equation								
COINTEQ	-0.062 *** (-3.310)	-0.458 *** (-9.3757)	-0.112 *** (-4.375)	-0.448 *** (-5.2514)	-0.088 * (-1.915)	-0.550 *** (-4.4054)	-0.142 ** (-2.372)	-0.640 *** (-4.674)
FDI	0.0001 (0.021)	0.001 (0.0584)	0.007 (0.970)	0.021 (1.1830)	-0.018 * (-1.808)	-0.003 (-0.2694)	0.008 (1.015)	-0.004 (-0.209)
ENE	0.341 *** (5.299)	-0.145 (-0.4244)	0.341 *** (3.186)	-0.605 (-1.1040)	0.446 *** (3.009)	0.092 (0.6706)	0.202 ** (2.557)	-0.415 (-0.984)
GDP	0.173 *** (4.280)	0.356 * (1.8224)	0.138 * (1.934)	0.404 * (1.8400)	0.154 *** (3.536)	-0.047 (-0.2400)	0.172 (1.221)	0.281 (0.973)
PD	0.759 (1.333)	1.471 (0.9012)	-0.480 (-0.560)	-0.718 (-0.3282)	0.632 (0.968)	1.243 (0.7563)	-0.067 (-0.124)	11.409 (1.074)
IND	0.001 (0.471)	-0.021 ** (-2.1479)	-0.001 (-0.237)	-0.039 * (-1.9636)	0.005 (1.373)	-0.003 (-0.2259)	0.001 (0.245)	-0.014 *** (-3.783)
TO	0.001 * (1.799)	-0.002 (-0.5625)	0.001 (0.622)	0.001 (0.2770)	0.000 (0.092)	-0.002 (-0.7478)	0.001 (1.213)	-0.007 (-0.702)
RGQ	0.028 (1.396)	-0.020 (-0.3847)	0.040 ** (2.390)	0.184 (1.3903)	0.045 (0.759)	0.082 * (1.8331)	0.051 ** (2.115)	-0.091 *** (-2.719)

* The level of significance at 10%

**The level of significance at 5%

***The level of significance at 1%

The results highlight the significant role of FDI in shaping environmental quality across Asia, with outcomes varying by pollutant and income group. For the overall Asia group, FDI shows a statistically significant positive relationship with both CO_2 and PM2.5 emissions in the long run, supporting the pollution haven hypothesis. Similarly, in the lower-middle-income group, FDI remains positively associated with both emissions, reinforcing this hypothesis. In the upper-middle-income group, FDI is positively significant in the CO_2 model but not in the PM2.5 model in the long run. However, in the short run, it exhibits weak statistical significance with a negative relationship for the CO_2 model. For high-income countries, the results suggest a shift towards the pollution halo hypothesis in the CO_2 model, where FDI positively influences environmental quality in the long run. Conversely, the PM2.5 model continues to support the pollution haven hypothesis in the long run. Across all income groups, FDI generally lacks significance in the short run.

Control variables provide additional insights. Energy intensity (ENE) generally increases CO_2 emissions in Asia but has mixed effects by income group, such as reducing CO_2 but increasing PM2.5 emissions in lower-middle-income countries. GDP per capita positively influences CO_2 emissions across Asia in the long run but shows varying effects on PM2.5 emissions: it decreases PM2.5 in lower-middle-income countries while increasing it in high-income countries. Population density (PD) also exhibits diverse long-run effects, increasing both CO_2 and PM2.5 emissions for the entire Asia group. However, its impact varies by income group and pollutant, with notable negative effects on CO_2 emissions in lower-middle-income countries.

5. Limitation and Future Approach

It is important to acknowledge the limitations of this study. Particularly, this study's limitations due to data availability, such as the specific data period and pollutant measurements, may impact the analysis and introduce biases. Future research could expand the scope to include additional pollutants and a broader timeframe. While key control variables like energy intensity and regulatory quality were considered, limitations in data availability prevented the inclusion of other influential factors like political stability, environmental policy, and technological innovation. Additionally, the aggregation of income groups may oversimplify the diversity within each group. Future research could benefit from more in-depth approaches, such as country-specific case studies or subgroup analyses, to better capture intra-group variations. Addressing these areas would contribute to a more comprehensive understanding of the complex relationship between FDI and environmental degradation.

6. Conclusion and Recommendations

This study examined the impact of FDI on environmental quality across 32 Asian countries, categorized into lower-middle, upper-middle, and high-income groups, over the period 1990–2020. Environmental degradation was measured using CO_2 emissions and PM2.5 levels, while controlling for energy intensity, GDP per capita, population density, industrialization level, trade openness, and regulatory quality. To address cross-sectional dependency, we employed second-generation unit root tests to determine the order of integration for the selected variables. The findings revealed a mixed order of integration, necessitating the use of the panel ARDL approach to explore the long-run relationship between FDI and environmental quality. The results confirmed the presence of both the pollution haven and pollution halo hypotheses, varying by income group and environmental measure. Notably, FDI demonstrated strong statistical significance in influencing environmental quality in the long run, while its short-run effects were weaker and less consistent.

Among the control variables, energy intensity emerged as a key factor, generally increasing CO_2 emissions across Asia but showing mixed effects depending on income group. For example, in lower-middle-income countries, energy intensity reduced CO_2 emissions but increased PM2.5 levels. GDP per capita also had diverse effects, positively influencing CO_2 emissions across Asia in the long run but displaying varied impacts on PM2.5 emissions. Specifically, higher GDP decreased PM2.5 levels in lower-middle-income countries while increasing them in high-income countries. Population density exhibited similarly diverse long-run effects, increasing both CO_2 and PM2.5 emissions across the region, but with notable negative effects on CO_2 emissions in lower-middle-income countries.

Overall, this study underscores the nuanced relationship between FDI and environmental quality, shaped by income level, pollutant type, and time horizon. The findings provide critical insights for policymakers aiming to balance economic development with environmental sustainability in Asia. Moreover, regarding the policy recommendations, in lower-middle-income countries, policymakers should focus on promoting cleaner industrial technologies to mitigate the increase in PM2.5 levels and encourage green FDI to maintain reductions in CO_2 emissions. For upper-middle-income countries, strengthening regulatory frameworks and incentivizing renewable energy adoption are critical to counteracting FDI-driven environmental degradation. In high-income countries, targeted policies are needed to address the rise in PM2.5 levels associated with FDI, such as stricter air quality standards and

investments in advanced pollution control technologies. Tailored approaches for each income group can help achieve a balance between economic growth and environmental sustainability.

Appendix A

Table A1. Cross Dependency Test on Variables

Variables	Breusch-Pagan LM	Pesaran CD
ln(FDI)	5176.258 ***	13.659 ***
ln(ENE)	5423.435 ***	33.864 ***
ln(GDP)	10305.486 ***	99.432 ***
ln(PD)	9968.909 ***	61.353 ***
IND	3224.524 ***	5.949 ***
TO	2554.576 ***	13.821 ***
RGQ	5065.647 ***	0.797

Table A2. First & Second Generation Unit Root Test for the whole dataset

	First- Generation				Second- Generation	
	LLC	IPS	ADF	PP	CIPS	CADF
I(0)						
lnCO	-3.543 ***	-1.149	98.116 ***	141.930 ***	-2.221 **	-2.221 ***
lnPM	-1.646 **	-0.47	69.195	177.982 ***	-3.197 ***	-2.780 ***
lnFDI	-5.765 ***	-3.779 ***	119.803 ***	187.259 ***	-2.0144	-2.712 ***
lnGDP	-1.807 **	2.685	42.325	47.444	-2.369 ***	-2.901 ***
lnPD	-5.766 ***	0.256	99.373 ***	339.447 ***	-2.336 ***	-2.373 ***
IND	-1.529 *	-0.495	81.906 *	61.204	-1.454	-1.652
TO	-1.733 **	-1.441 *	73.726	101.277 ***	-1.416	-1.814
RGQ	-0.87	-0.453	65.783	122.041 ***	-1.665	-1.379
lnENE	0.6161	2.0911	38.71565388	37.3750799	0.34	0.228
I(1)						
lnCO	-6.100 ***	-9.016 ***	205.420 ***	440.192 ***	-3.207 ***	-3.207 ***
lnPM	-12.022 ***	-7.142 ***	174.563 ***	423.711 ***	-4.627 ***	-3.787 ***
lnFDI	-9.455 ***	-15.657 ***	374.073 ***	678.955 ***	-3.164 ***	-4.376 ***
lnGDP	-9.555 ***	-11.828 ***	272.059 ***	407.384 ***	-3.199 ***	-3.748 ***
lnPD	-1.214	-4.718 ***	156.895 ***	174.072 ***	-2.460 ***	-2.879 ***
IND	-7.504 ***	-11.684 ***	279.686 ***	489.141 ***	-2.957 ***	-3.385 ***
TO	-10.557 ***	-14.126 ***	319.917 ***	524.711 ***	-2.481 ***	-3.598 ***
RGQ	-5.021 ***	-8.900 ***	197.359 ***	509.069 ***	-2.877 ***	-4.493 ***
lnENE	-13.610 ***	-14.011 ***	308.560 ***	597.485 ***	-4.339 ***	-3.237 ***

* The level of significance at 10%

**The level of significance at 5%

***The level of significance at 1%

Reference

- Abbasi, M. A., Nosheen, M., & Rahman, H. U. (2023). An approach to the pollution haven and pollution halo hypotheses in Asian countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(17), 49270-49289. <https://doi.org/10.1007/s11356-023-25548-x>
- Baek, J. (2016). A new look at the FDI–income–energy–environment nexus: Dynamic panel data analysis of ASEAN. *Energy Policy*, 91, 22-27. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.enpol.2015.12.045>
- Boateng, E., Annor, C. B., Amponsah, M., & Ayibor, R. E. (2024). Does FDI mitigate CO2 emissions intensity? Not when institutional quality is weak. *Journal of Environmental Management*, 354, 120386. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2024.120386>
- Borensztein, E., De Gregorio, J., & Lee, J. W. (1998). How does foreign direct investment affect economic growth? *Journal of International Economics*, 45(1), 115-135. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-1996\(97\)00033-0](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0022-1996(97)00033-0)
- Caetano, R. V., & Marques, A. C. (2024). Nonlinear relationships between Foreign Direct Investment decisions and environmental degradation in high- and middle-income countries. *Journal of Industrial and Business Economics*, 51(1) , 135- 188. <https://doi.org/10.1007/s40812-023-00282-0>
- Chakraborty, C., & Nunnenkamp, P. (2008). Economic Reforms, FDI, and Economic Growth in India: A Sector Level Analysis. *World Development*, 36(7) , 1192- 1212. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2007.06.014>
- Cheng, Z., Li, L., & Liu, J. (2020). The impact of foreign direct investment on urban PM2.5 pollution in China. *Journal of Environmental Management*, 265, 110532. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2020.110532>
- Copeland, B., & Taylor, M. S. (1994). North-South Trade and the Environment. *The Quarterly Journal of Economics*, 109(3), 755-787. <https://EconPapers.repec.org/RePEc:oup:qjecon:v:109:y:1994:i:3:p:755-787>.
- Dietz, T., & Rosa, E. A. (2003). Rethinking the Environmental Impacts of Population , Affluence and Technology '.
- Jugurnath, B., & Emrith, A. (2018). IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ENVIRONMENT DEGRADATION

- EVIDENCE FROM SIDS COUNTRIES. *The Journal of Developing Areas*, 52(2) , 13- 26.
<https://www.jstor.org/stable/26417011>
- Li, X., & Liu, X. (2005). Foreign Direct Investment and Economic Growth: An Increasingly Endogenous Relationship. *World Development*, 33(3), 393-407.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2004.11.001>
- Ochoa-Moreno, W.-S., Quito, B. A., & Moreno-Hurtado, C. A. (2021). Foreign Direct Investment and Environmental Quality: Revisiting the EKC in Latin American Countries. *Sustainability*, 13(22).
- Otchere, I., Soumaré, I., & Yourougou, P. (2016). FDI and Financial Market Development in Africa. *The World Economy*, 39(5), 651-678.
<https://doi.org/https://doi.org/10.1111/twec.12277>
- Pedroni, P. (2001). Fully modified OLS for heterogeneous cointegrated panels. In *Nonstationary panels, panel cointegration, and dynamic panels* (pp. 93- 130). Emerald Group Publishing Limited.
- Pesaran, M. H., Shin, Y., & Smith, R. P. (1999). Pooled mean group estimation of dynamic heterogeneous panels. *Journal of the American statistical Association*, 94(446), 621-634.
- Sabir, S., Qayyum, U., & Majeed, T. (2020). FDI and environmental degradation: the role of political institutions in South Asian countries. *Environmental Science and Pollution Research*, 27(26), 32544-32553. <https://doi.org/10.1007/s11356-020-09464-y>
- Solarin, S. A., Al-Mulali, U., Musah, I., & Ozturk, I. (2017). Investigating the pollution haven hypothesis in Ghana: an empirical investigation. *Energy*, 124, 706-719.
- UNCTAD. (2022). *UNCTAD Handbook of Statistics 2022 - Economic trends*. Retrieved 14 November 2024 from https://unctad.org/system/files/official-document/tdstat47_FS09_en.pdf
- Wang, M. (2009). Manufacturing FDI and economic growth: evidence from Asian economies. *Applied Economics*, 41(8), 991-1002. <https://doi.org/10.1080/00036840601019059>
- WEF. (2024). *The Global Risks Report 2024*. W. E. Forum.
https://www3.weforum.org/docs/WEF_The_Global_Risks_Report_2024.pdf
- Wijethunga, A. W. G. C. N., Rahman, M. M., & Sarker, T. (2023). Financial development and environmental quality in developed countries: a systematic literature review. *Environmental Science and Pollution Research*, 30(56), 118950-118963.
<https://doi.org/10.1007/s11356-023-30557-x>

- York, R., Rosa, E. A., & Dietz, T. (2003). STIRPAT, IPAT and ImPACT: analytic tools for unpacking the driving forces of environmental impacts. *Ecological Economics*, 46(3), 351-365.
[https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0921-8009\(03\)00188-5](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0921-8009(03)00188-5)
- Zhang, K. (2001). Does Foreign Direct Investment Promote Economic Growth? Evidence from East Asia and Latin America. *Contemporary Economic Policy*, 19.
<https://doi.org/10.1111/j.1465-7287.2001.tb00059.x>

กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย
SIVA MODEL MARKETING AND PERCEIVED VALUE INFLUENCING THE CONSUMER'S
PURCHASING DECISIONS OF COSMETICS' THAI BRAND

นรพร อนุชัย¹ เดชอนันต์ บังกิโล² และ ชัชชญา ยอดสุวรรณ³

¹มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, 6651203263@lamduan.mfu.ac.th

²มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, dej-anan@mfu.ac.th

³มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง, chachaya@mfu.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษาในงานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษากลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ซึ่งประกอบไปด้วย ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาแก้ไขปัญหาผู้บริโภค (Customer Solution), การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลของโปรโมชั่นเท่านั้น (Customer Information), คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value), การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ (Customer Access) และการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคือ ผู้ใช้เครื่องสำอางในประเทศไทยจำนวน 398 ชุด โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาคือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมานคือ สถิติที่ใช้ ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย

ผลการวิจัยพบว่า แบบสอบถามเกี่ยวกับกลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และ 0.01 โดยมีปัจจัยประกอบด้วย ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ตามลำดับ

คำสำคัญ : กลยุทธ์การตลาดแบบเน้นลูกค้าเป็นหลัก (SIVA Model), ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมาแก้ไขปัญหาผู้บริโภค (Customer Solution), การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลของโปรโมชั่นเท่านั้น (Customer Information), คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value), การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ (Customer Access)

Abstract

The objective of this research was to investigate SIVA Model marketing and Perceived value influencing the consumers' purchasing decisions of cosmetics' Thai brand. This study focused on four key elements: Customer Solution (products designed to address consumer needs), Customer Information (providing product information beyond promotions), Customer Value (perceived benefits to the customer), and Customer Access (product availability). The target sample consisted of 398 Thai cosmetic users. Descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation, were employed to analyze the data. Moreover, inferential statistics, specifically multiple regression analysis, were utilized to test the hypotheses regarding the relationships between the factors influencing the purchase decisions of Thai cosmetic brands.

The research findings reveal that the questionnaire on SIVA marketing strategy significantly influences the purchasing decision of Thai cosmetic brands, with a statistical significance level of $p = 0.05$ and $p = 0.01$. Contributing factors include: product attractiveness (significant at $p = 0.01$), satisfaction with Thai cosmetic products (significant at $p = 0.01$), product credibility (significant at $p = 0.05$), comprehensive product information (significant at $p = 0.01$), value for money (significant at $p = 0.01$), and product accessibility (significant at $p = 0.01$)

Keywords : SIVA, SIVA MODEL, Customer Solution, Customer Information, Customer Value, Customer Access

บทนำ

นายกสมาคมผู้ผลิตเครื่องสำอางไทยเปิดเผยกับ “ฐานเศรษฐกิจ” ว่า แนวโน้มอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยในปี 2567 เรียกได้ว่า “หืดขึ้นคอ” ถึงแม้ภาพรวมจะเติบโตขึ้นทุกปีแต่เป็นการเติบโตที่ไม่สูงมากนัก เนื่องจากผลกระทบจากทั้งปัจจัยภายนอกและปัจจัยภายใน ถือเป็นอุตสาหกรรมที่น่าเสียดาย เพราะประเทศไทยเป็นผู้ผลิตและส่งออกที่แข็งแกร่งในภูมิภาคอาเซียน ทั้งนี้ตลาดสินค้าเกี่ยวกับความงามของประเทศไทยมีมูลค่ากว่า 2.46 แสนล้านบาท แบ่งเป็นการผลิตขายในประเทศ 85% นำเข้ามาจำหน่าย 15% และส่งออก 28% โดยมีตลาด สกินแคร์สัดส่วน 44% แฮร์แคร์ 16.7% บอดี้แคร์ 13.7% ผลิตภัณฑ์ดูแลช่องปาก (ออร์ัลแคร์) 12.3% เครื่องสำอาง 9.3% สินค้าเกี่ยวกับผู้ชาย 7.5% และน้ำหอม 4.3%

กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA หรือ โมเดล SIVA ได้แก่ Solutions Information Value และ Access SIVA Model ได้ถูกเปิดตัวในปี พ.ศ. 2548 โดย Chekitan Dev และ Don Schultz โมเดลส่วนประสมการตลาด 4Ps ที่รู้จักกันดี (product price place และ promotion) ของการจัดการการตลาดถูกแทนที่ด้วยโมเดล SIVA ที่มีความต้องการหรือมีลูกค้าเป็นศูนย์กลาง แนวคิดคือการทำซ้ำ 4Ps ในลักษณะที่สอดคล้องกับภูมิทัศน์ การตลาดในปัจจุบัน ซึ่งชุมชนมีอิทธิพลต่อการสร้างแบรนด์มากกว่าธุรกิจ จาก 4P สู่ SIVA Model ได้แก่ Product เปลี่ยนเป็น Solution, Promotion เปลี่ยนเป็น Information, Price เปลี่ยนเป็น Value และ Place เปลี่ยนเป็น Access ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง แบรนด์ไทย โดยมีปัจจัย 4 ด้านคือ Solution Information Value และ Access ซึ่ง SIVA Model เป็นกลยุทธ์การตลาดแบบมุ่งเน้นผู้บริโภคเข้ามาช่วยและยังเป็นที่รู้จักไม่มากนักในประเทศไทย พร้อมทั้งตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึงปัจจัยในการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย โดยปัจจัยดังกล่าวนั้นคือ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์ สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ตามลำดับ เพื่อสำรวจว่ากลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อหรือไม่ และนำผลการศึกษาไปใช้ประโยชน์ต่อในอุตสาหกรรมเครื่องสำอางหรืออุตสาหกรรมอื่นๆ เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ตรงตามความต้องการ

จากการทบทวนงานวิจัยจะเห็นได้ว่ามีผู้ที่ทำการศึกษาวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดแบบ SIVA แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Customer solution (4C) รวมถึงแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) ซึ่งผู้วิจัยมองว่าแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดแบบ SIVA ยังไม่เป็นที่นิยมศึกษาหรือรู้จักมากนักในไทย แต่อย่างไรก็ตามมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเชื่อมโยงกัน

ด้วยเหตุนี้ จึงเป็นโอกาสสำคัญที่ทำให้ผู้วิจัยสนใจในการศึกษาเรื่อง กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย โดยศึกษาในกรอบ ผลิตภัณฑ์ที่สร้างขึ้นมากำกับปัญหาผู้บริโภค (Customer Solution), การให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลของโปรโมชั่นเท่านั้น (Customer Information), คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) และ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ (Customer Access) ซึ่งเป็นสิ่งที่ทางผู้วิจัยได้ศึกษาวรรณกรรมวิจัยต่างๆ แล้วเห็นว่ามีสำคัญในการศึกษางานวิจัย เพื่อนำไปต่อยอดในการพัฒนาการตลาดหรือเป็นแหล่งข้อมูลในการศึกษาค้นคว้าและประยุกต์ใช้องค์ความรู้ต่อไปได้ ซึ่งงานวิจัยนี้จะครอบคลุมประชากรในประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตลาดแบบ SIVA

Abhishek Sengupta กล่าวว่า การมีอยู่ของธุรกิจใดๆ ก็ตามเป็นสิ่งที่ลูกค้าต้องพิสูจน์ให้เห็น ลูกค้าอาจเป็นผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าและ/หรือบริการหรือลูกค้าแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) ในระบบเศรษฐกิจแบบตลาดธุรกิจเจริญเติบโตได้โดยการสร้างผลิตภัณฑ์และการให้บริการที่ผู้บริโภคอยากที่จะจ่าย ดังนั้น การกำหนดความต้องการของลูกค้าจึงเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับความสามารถในการทำกำไรของบริษัทในอนาคต ในปัจจุบันนี้ธุรกิจจำนวนมากมุ่งเน้นไปที่ลูกค้า (หรือการวางแนวคิดที่มุ่งพัฒนาการตลาดเพื่อสนองความพอใจเสนอคุณค่าที่เหนือกว่าคู่แข่ง) สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าธุรกิจมีพื้นฐานการดำเนินงานและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ตามความต้องการของผู้บริโภค บริษัทต่างๆ มีความพร้อมที่จะตอบสนองความต้องการของตนได้ดีขึ้น เมื่อพวกเขานำกรอบความคิดที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลักและให้ความสำคัญกับความต้องการของลูกค้ามาเป็นอันดับแรก กลยุทธ์ที่เน้นลูกค้าเป็นศูนย์กลางดังกล่าวเป็นรากฐานของโมเดล SIVA บริษัทที่มุ่งเน้นลูกค้าจะต้องคำนึงถึงมุมมองของลูกค้าเสมอ SIVA เป็นกลยุทธ์ที่มีโครงสร้างสำหรับการตลาดที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก (Solution, Information, Value, Access) วิธีนี้จะเปลี่ยนชื่อและเปลี่ยนคำมาจาก 4P เพื่อให้มีความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก

จาก 4P สู่ SIVA Model Product เปลี่ยนเป็น Solution

- Product เปลี่ยนเป็น Solution

สิ่งที่จัดทำให้ในสถานการณ์นี้ขับเคลื่อนโดยความต้องการของลูกค้า ลูกค้าเป็นผู้กำหนดผลิตภัณฑ์แทนที่จะเป็นบริษัท เป็นความรับผิดชอบของการตลาดที่จะต้องแน่ใจว่าลูกค้าต้องการอะไรและถ่ายทอดข้อมูลนี้ไปยังธุรกิจเพื่อที่พวกเขาจะได้สร้างสินค้าที่ตรงกับความต้องการของพวกเขา การนำเสนอ Solution ที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า หมายความว่าคุณทำมากกว่าแค่การขายผลิตภัณฑ์ บริการดำเนินการทุกวัน

- Promotion เปลี่ยนเป็น Information

ให้ความรู้ที่ผู้บริโภคต้องการเพื่อประเมินว่าสินค้าหรือบริการนั้นมีคุณค่าและราคาไม่แพงสำหรับพวกเขาหรือไม่ แทนที่จะโพสต์โฆษณา บริการจำนวนมากดำเนินการตามหลักการนี้มาโดยตลอด ลูกค้ากำหนดเวลาการเยี่ยมชม "เพื่อค้นหาข้อเท็จจริง" เพื่อเรียนรู้เพิ่มเติมเกี่ยวกับบริการ (เช่น ให้บริการโดยแพทย์หรือทนายความ) และค่าใช้จ่าย พวกเขาตัดสินใจว่าจะเป็นผู้ป่วยหรือลูกค้าหรือไม่ โดยพิจารณาจากข้อมูลนี้

- Price เปลี่ยนเป็น Value

SIVA สนับสนุนการกำหนดราคาสินค้าและบริการตามมูลค่าที่พวกเขามอบให้กับลูกค้า แทนที่จะใช้ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ในการดำเนินการดังกล่าว เนื่องจากบริการเป็นสินค้าที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งไม่สามารถประเมินมูลค่าได้จากวัตถุดิบเท่านั้น ราคาของบริการจึงมักถูกกำหนดในลักษณะนี้

- Place เปลี่ยนเป็น Access

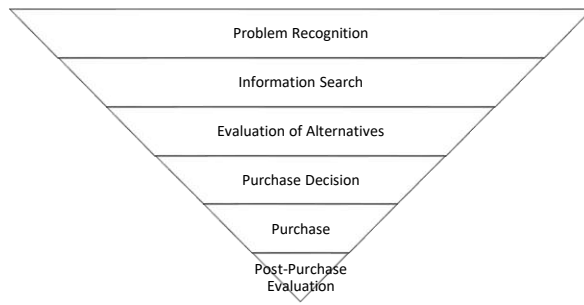
การให้ผู้บริโภคเข้าถึงสินค้าและบริการได้ทุกที่ทุกเวลาที่ต้องการ แทนที่จะกำหนดข้อกำหนดด้านสถานที่ คือประเด็นสำคัญของเรื่องนี้ ทุกวันนี้แม้แต่ช่างเสริมสวยก็มีความสุขที่ได้ทำผมที่บ้าน แทนที่จะบังคับให้คุณไปที่ร้านเสริมสวย ผู้ให้บริการรายอื่นเสนอข้อมูลและบริการออนไลน์

S M MONJURUL ISLAM กล่าวว่า องค์ประกอบทางการตลาดโดยทั่วไปประกอบด้วย 4P คือ Product, Promotion, Price และ Place นอกจากนี้ยังมีองค์ประกอบอื่นอีก 3 ประการ ได้แก่ บรรจุภัณฑ์ การวางตำแหน่ง(Positioning) และผู้คนรวมอยู่ด้วย ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาด นักการตลาดควรปฏิบัติตามองค์ประกอบเหล่านี้เพื่อสร้างความแตกต่างจากคู่แข่ง นักการตลาดจะต้องมีการตัดสินใจแตกต่างกันในระดับของกลยุทธ์การตลาด เช่น คุณลักษณะใดที่ควรรวมอยู่ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ข้อมูลใดที่ควรใช้ในการจัดทำโปรโมชั่น เพื่อเพิ่มยอดขาย เป็นต้น ซึ่งในตอนนี้กลยุทธ์การตลาดแบบ 4P ได้มีการเปลี่ยนชื่อเป็น SIVA marketing (Solution, Information, Value และ Access) โดยเป็นแนวทางการตลาดที่เน้นลูกค้าเป็นหลัก กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA จึงถือได้ว่าเป็นการประยุกต์ใช้ในแนวทางปฏิบัติในทางการตลาด เพื่อพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้ประสบความสำเร็จ

Patty Mulder (2022) กล่าวว่า SIVA model คืออะไร? ลูกค้าให้เหตุผลกับการมีอยู่ของบริษัทใดๆ ไม่มากก็น้อย ลูกค้าอาจเป็นลูกค้าแบบธุรกิจกับธุรกิจ (B2B) หรือผู้บริโภคที่ซื้อผลิตภัณฑ์และ/หรือบริการ ด้วยการคิดในลักษณะที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลักและให้ความสำคัญกับลูกค้าเป็นอันดับแรก บริษัทต่างๆ จึงสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตนได้ดีขึ้น โมเดล SIVA มีพื้นฐานอยู่บนแนวทางที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก การคิดจากมุมมองของลูกค้าเป็นสิ่งสำคัญสำหรับธุรกิจที่มุ่งเน้นลูกค้าเป็นหลัก โมเดล SIVA เป็นโมเดลเชิงปฏิบัติ ซึ่งย่อมาจาก Solution, Information, Value และ Access ในหลายกรณี โมเดล SIVA ได้รับการกล่าวถึงในลักษณะเดียวกับส่วนประสมทางการตลาด หรือที่เรียกว่า McCarthy's 4 P's SIVA Model และส่วนประสมการตลาดของ 4P เป็นโมเดลที่ถูกนำมาวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมายได้ดียิ่งขึ้น ส่วนประสมทางการตลาดแบบดั้งเดิมนั้นขึ้นอยู่กับความคิดเชิงผลิตภัณฑ์ ซึ่งเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์ ราคา โปรโมชั่น และสถานที่ ในตลาดและสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งความปรารถนาและความต้องการของผู้บริโภคมีความสำคัญมากขึ้น โมเดล SIVA นำเสนอเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับบริษัทต่างๆ ความสำคัญของโมเดลอยู่ที่แนวทางที่มุ่งเน้นลูกค้า การได้มาซึ่งลูกค้าเป็นขั้นตอนแรก หลังจากนั้นการรักษาลูกค้ารายนั้นไว้เป็นขั้นตอนที่สองที่สำคัญ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process)

การรู้ถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process) จะช่วยให้นักการตลาดเข้าใจในขั้นตอนการตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการของผู้บริโภคอย่างละเอียดตั้งแต่จุดแรกไปจนถึงสิ้นสุดกระบวนการ ซึ่งจะช่วยให้คุณวางแผนไม่ว่าจะเป็นตั้งแต่การผลิตสินค้าหรือบริการ การวางแผนการตลาด ตั้งแต่กระบวนการแรกเริ่มไปจนถึงการดึงดูดให้เกิดการกิจกรรมทางการขายขึ้น เรามาทำความรู้จักกับกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคที่มีอยู่ด้วยกัน 6 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักรู้ถึงปัญหา (Problem Recognition) การค้นหาข้อมูลเพิ่มเติม (Information Search) ประเมินทางเลือกอื่นๆ (Evaluation of Alternatives) เข้าสู่กระบวนการตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) ซื้อสินค้าหรือบริการ (Purchase) และการประเมินหลังการซื้อสินค้า (Post-Purchase Evaluation)



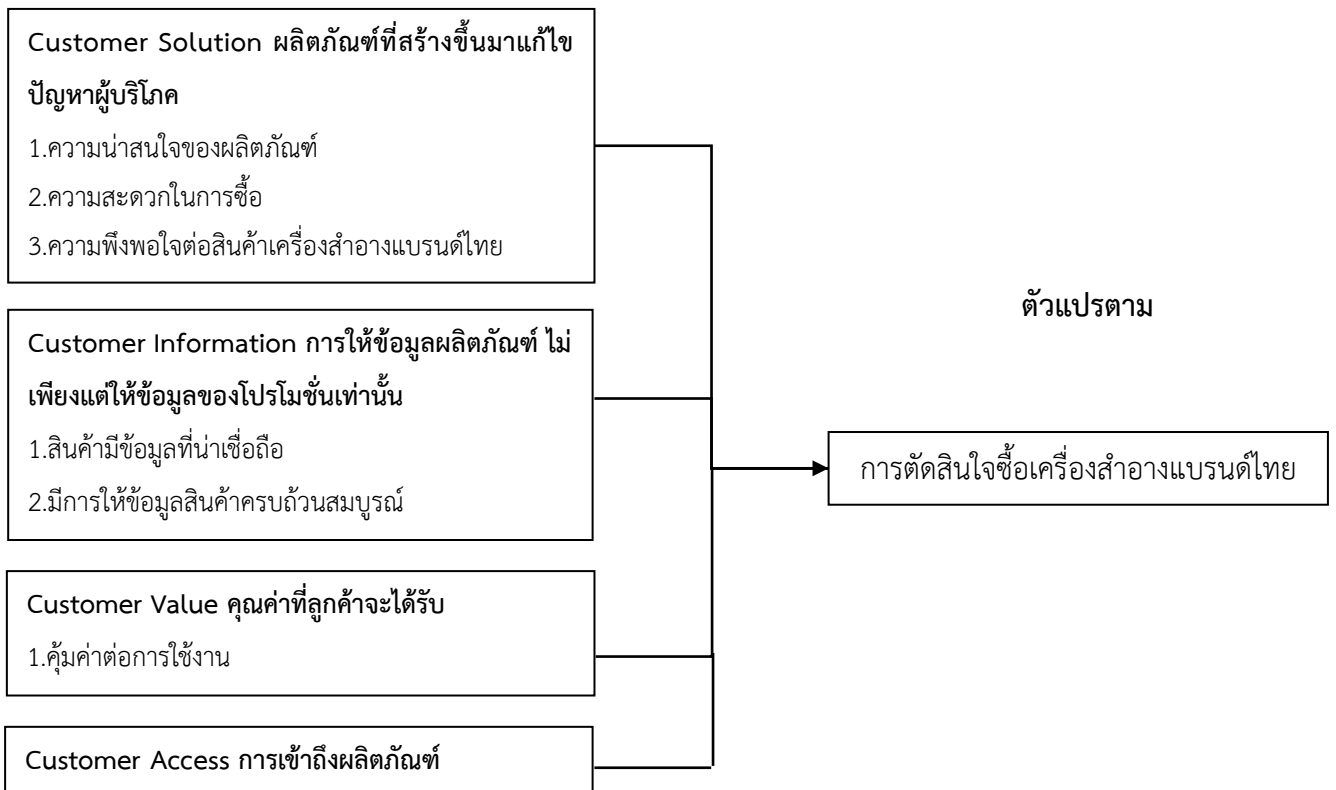
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับ Customer solution (4C)

ADSIDEA กล่าวว่า Customer Solutions – สินค้าช่วยแก้ไขได้ตรงจุด ก่อนที่เราจะแนะนำลูกค้าควรสอบถาม วิเคราะห์ความต้องการจากพฤติกรรมการใช้งานของลูกค้าเป็นหลัก เพราะแต่ละคนมีความต้องการที่แตกต่างกัน เช่น ต้องรู้ว่าลูกค้าใช้โทรศัพท์ทำอะไรบ้าง เพื่อที่เราจะได้ช่วยเหลือได้ตรงกับการใช้งาน เพิ่มความพึงพอใจในตัวสินค้ามากขึ้นไปอีก ผู้สูงอายุอาจจะชอบแบบปุ่มใหญ่ๆ ชัดๆ กดง่าย หน้าจอใหญ่อ่านง่ายสบายตา เด็กวัยรุ่นอาจจะชอบใช้เล่นเกม เน้นขนาดหน้าจอที่เหมาะสม ภาพคมชัด เล่น Social Media เข้าแอปพลิเคชันได้รวดเร็ว สปีดอินเทอร์เน็ตทันใจวัยรุ่น สิ่งที่เราต้องทำคือ เลือกสินค้าที่เหมาะสมกับการใช้งานให้มากที่สุด

Bigwork กล่าวว่า กลยุทธ์ 4C พิชิตใจลูกค้า เข้าใจผู้บริโภคปัจจุบัน นอกจาก 4P ที่เป็นหลักกลยุทธ์ของ ผู้ดำเนินธุรกิจทุกประเภทมาเสมอ อีกหนึ่งหลักสำคัญที่จะช่วยเพิ่มยอดขายสิ่งซื้อ หรือเรียกใช้บริการเพิ่มขึ้น นั่นคือ กลยุทธ์ 4C Customer, Cost, Convenience และ Communications ที่จะยึดลูกค้าหรือผู้บริโภคเป็นหลักสำคัญ Customer/ลูกค้า คือ สินค้าและบริการจะต้องตรงความต้องการ หรือการมองหาสินค้าของลูกค้า เพื่อการรวบรวมข้อมูลลูกค้าในตลาด ว่าเขาอยากได้แบบใด หรือมีปัญหาในสิ่งไหน เพื่อเสนอความต้องการให้ตรงจุด การทำความเข้าใจลูกค้าของคุณเป็นสิ่งสำคัญ สิ่งนี้เกี่ยวข้องกับการรู้ความต้องการ ความชอบ พฤติกรรมและความคาดหวังของพวกเขา ด้วยการพัฒนาความเข้าใจอย่างลึกซึ้งซึ่งเกี่ยวกับกลุ่มเป้าหมายของคุณ คุณสามารถปรับแต่งผลิตภัณฑ์หรือบริการของคุณให้ตรงตามความต้องการเฉพาะของพวกเขาได้ ซึ่งอาจเกี่ยวข้องกับการสร้างบุคลิกของผู้ซื้อ การทำวิจัยตลาด และการวิเคราะห์ความคิดเห็นของลูกค้า

กรอบแนวความคิดในการศึกษา

ตัวแปรต้น



สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยหรือไม่

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยในประเทศไทย จำนวน 404 ชุด และผ่านเกณฑ์การวิเคราะห์จำนวน 398 ชุด

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดตัวอย่างดังกล่าว โดยใช้สูตรของ Cochran (1953) สูตรคือ

$$n = \frac{p(1-p)z^2}{d^2}$$

โดยมีความน่าเชื่มน้อยที่ร้อยละ 95 และมีค่าความคลาดเคลื่อน ± 5 จากการ คำนวณข้างต้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในงานวิจัยนี้ เท่ากับ 398 ชุด

การเก็บและรวบรวมข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้เป็นแบบสอบถามซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา แล้วนำไปทดลอง ใช้กับผู้ใช้เครื่องสำอางแบรนด์ไทยจำนวน 30 ชุด จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาหาค่าความสัมพันธ์ (Item Total Statistics) ของคำถามรายข้อและคะแนนรวมรายด้าน แล้วจึงวิเคราะห์ความเชื่อมั่น (Reliability) รายด้าน

และความเชื่อมั่นทั้งฉบับโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม ดังนี้

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 6 ข้อ ลักษณะของเครื่องมือแบบเลือกรายการประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ และรายได้ต่อเดือน

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามพฤติกรรมการซื้อของผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 9 ข้อ ลักษณะของเครื่องมือแบบเลือกรายการและสามารถเลือกได้มากกว่า 1 ข้อ ประกอบด้วย เครื่องสำอางแบรนด์ไทยที่รู้จัก ปัจจุบันใช้เครื่องสำอางแบรนด์ใดบ้าง ช่องทางในการซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ประเภทของเครื่องสำอางแบรนด์ไทยที่ท่านเลือกซื้อ บุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ราคาที่ซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยต่อครั้ง วัตถุประสงค์ในการซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย และเหตุผลหลักที่ทำให้ท่านเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย

ส่วนที่ 3 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความสำคัญของปัจจัยในด้านต่างๆ ประกอบด้วย

3.1 ผลลัพธ์ที่สร้างขึ้นมากำกับปัญหาผู้บริโภค (Customer Solution) ได้แก่ ความน่าสนใจของผลลัพธ์ (ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2562) ความสะดวกในการซื้อ (อุษณีย์ เสวกวีศรี, 2023) และความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย (ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2562) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.889 0.960 และ 0.914 ตามลำดับ

3.2 การให้ข้อมูลผลลัพธ์ ไม่เพียงแต่ให้ข้อมูลของโปรโมชั่นเท่านั้น (Customer Information) ได้แก่ สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ (ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2562) และมีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์ (จรรย์ช อินทรอุดมและพิเชษฐ์ พรหมใหม่, 2023) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.970 และ 0.961 ตามลำดับ

3.3 คุณค่าที่ลูกค้าจะได้รับ (Customer Value) (ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู หิรัญญสมบุรณ์, 2562) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.957

3.4 การเข้าถึงผลลัพธ์ (Customer Access) (อุษณีย์ เสวกวีศรี, 2023) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.917

3.5 การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย (ณัฐชา ประवालปัทมกุล, 2555) โดยมีค่าความเชื่อมั่น 0.884

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูล เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยนี้ได้ใช้การแจกแบบสอบถามในรูปแบบ Google Form ให้กับผู้ทำแบบสอบถามผ่าน 2 ช่องทาง ได้แก่ Instagram และ Facebook ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงสถิติ ซึ่งใช้สถิติเชิงพรรณนา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน คือ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์เพื่อทดสอบสมมติฐานถดถอยเชิงพหุคูณในการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่าง ความน่าสนใจของผลลัพธ์, ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย, สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ, มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์, สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน และการเข้าถึงผลลัพธ์

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 การทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์, ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย, สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ, มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์, สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์

ปัจจัย	ค่าสัมประสิทธิ์			t	Sig.	Collinearity Statistics	
	B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์	.136	.042	.139	3.243	.001**	.307	3.261
ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย	.116	.040	.128	2.911	.004**	0.29	3.412
สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ	.103	.051	.111	2.011	.045*	0.185	5.404
มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์	.183	.045	.199	4.025	.000**	0.232	4.308
สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน	.194	.047	.215	4.160	.000**	0.211	4.732
การเข้าถึงผลิตภัณฑ์	.171	.045	.176	3.787	.000**	0.262	3.818

$R^2 = 0.780$, Adjust $R^2 = 0.776$, $F = 197.275$, Sig. of $F = 0.000$, * = 0.05, ** = 0.01

จากข้อมูลในตารางที่ 1 เป็นตารางที่แสดงผลลัพธ์จากการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ ซึ่งเป็นเครื่องมือทางสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น 6 ตัว นั่นคือ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์, ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย, สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ, มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์, สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์

ค่าสัมประสิทธิ์ แสดงให้เห็นว่าปัจจัยใดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยมากที่สุด พบว่า ปัจจัยด้านสินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยมากที่สุด รองลงมาได้แก่ มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย และสินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ ตามลำดับ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์ของสมการถดถอย ดังนี้ 0.139 0.128 0.111 0.199 0.215 และ 0.176 ตามลำดับ จากการวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณระหว่างกลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA กับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย พบว่าตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 จำนวน 5 ปัจจัย ได้แก่ สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ความ

น่าสนใจของผลิตภัณฑ์ และความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ตัวแปรต้นที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 1 ปัจจัย ได้แก่ สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ

ค่า t-value มีความสอดคล้องกับค่า Sig หรือมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถบอกได้ว่าผลกระทบของตัวแปรต้น(ปัจจัย)แต่ละตัวที่มีต่อตัวแปรตาม(การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย)นั้น น่าเชื่อถือหรือไม่ จากผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ มีค่า t เท่ากับ 3.243 ค่า Sig เท่ากับ 0.001 ซึ่งน้อยกว่า 0.05 หมายความว่า ปัจจัยความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์มีความน่าเชื่อถือ แสดงว่ายังมีความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์เท่าไร ผู้บริโภคยังมีแนวโน้มในการซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยมากขึ้นเท่านั้น ปัจจัยความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทยมีค่า t เท่ากับ 2.911 ค่า Sig เท่ากับ 0.004 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ปัจจัยสินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือ มีค่า t เท่ากับ 2.011 ค่า Sig เท่ากับ 0.045 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ปัจจัยมีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์มีค่า t เท่ากับ 4.025 ค่า Sig เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ปัจจัยสินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีค่า t เท่ากับ 4.160 ค่า Sig เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 และปัจจัยการเข้าถึงผลิตภัณฑ์มีค่า t เท่ากับ 3.787 ค่า Sig เท่ากับ 0.000 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.01 ซึ่งกล่าวได้ว่าตัวแปรต้น (ปัจจัย) ทั้งหมดนั้นมีความน่าเชื่อถือต่อตัวแปรตาม (การตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับเท่ากับ 0.05 และ 0.01

การอภิปรายผลและข้อเสนอแนะ

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยกลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.77 และมีปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ สินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งาน มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์ การเข้าถึงผลิตภัณฑ์ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย และสินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือตามลำดับ

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเรื่องกลยุทธ์การตลาดแบบ SIVA ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย มีผลสรุปดังนี้ ความน่าสนใจของผลิตภัณฑ์ ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย สินค้ามีข้อมูลที่น่าเชื่อถือและสินค้ามีความคุ้มค่าต่อการใช้งานมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู ทิรัญญูสมบูรณ์ (2562) ที่ประเภทเครื่องสำอางมีอิทธิพลต่อความสวยงามดึงดูดใจ คุณสมบัติพิเศษของคุณภาพเครื่องสำอางแบรนด์ไทย (ความพึงพอใจต่อสินค้าเครื่องสำอางแบรนด์ไทย) มีอิทธิพลต่อเหตุผลที่เลือกซื้อ ความน่าเชื่อถือมีอิทธิพลต่อเหตุผลที่เลือกซื้อและลักษณะการใช้งานมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการใช้งานผู้บริโภค มีการให้ข้อมูลสินค้าครบถ้วนสมบูรณ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับ ธานรัช อินทรอุดมและพิเชษฐ์ พรหมใหม่ (2023) ที่พบว่าการแสดงรายละเอียดสินค้ามีผลต่อการเลือกใช้บริการการออกแบบกราฟฟิกบนบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์ และการเข้าถึงผลิตภัณฑ์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทย อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และสอดคล้องกับ อุษณีย์ เสวกวัชร (2023) ที่พบว่า

ความสะดวกในการซื้อของผู้บริโภคส่งผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า กรณีศึกษาร้านหนังสือ ซีเอ็ดบุ๊ค สาขา โอเชียน จังหวัดชุมพร

ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

จากผลการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะว่าหากต้องการพัฒนาเครื่องสำอางแบรนด์ไทย ควรพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีคุณภาพและคุ้มค่าต่อการใช้งาน สื่อสารข้อมูลผลิตภัณฑ์ให้ชัดเจนและน่าเชื่อถือ ปรับปรุงช่องทางการจัดจำหน่ายให้เข้าถึงผู้บริโภคได้ง่ายขึ้น และสร้างโปรโมชั่นที่ตอบโจทย์ความต้องการของผู้บริโภค

ข้อเสนอแนะในงานวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษากลุ่มตัวอย่างของผู้ใช้เครื่องสำอางซึ่งไม่ได้มีการแบ่งประเภทของเครื่องสำอางอย่างชัดเจน ผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่าควรให้มีการแบ่งประเภทของเครื่องสำอางอย่างชัดเจน เพื่อที่จะได้เจาะจงกลุ่มและมีความแม่นยำมากขึ้น

2. การศึกษางานวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาในช่วงระยะเวลาหนึ่ง หากต้องการพัฒนากลยุทธ์การตลาด ควรมีการทำแบบสอบถามอย่างต่อเนื่อง เพื่อติดตามความพึงพอใจของลูกค้าและนำข้อมูลที่ได้ไปปรับปรุงกลยุทธ์เพื่อที่จะได้ตอบสนองความต้องการของลูกค้ามากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กนกณัฐ องค์กรละชัย และคณะ. (2023). สัญลักษณ์ผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าของแบรนด์และกระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- กฤษฎา เขียววิวัฒน์สุข และคณะ. (2022). ปัจจัยคุณค่าตราสินค้าและส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยผ่านร้านสะดวกซื้อ 7-Eleven ของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
- ฐานเศรษฐกิจ. (2024). ชงรัฐหนุน 'เครื่องสำอาง' ไทย เป็น Soft Power ตลาด 2.4 แสนล. ส่งสัญญาณโตแรง. ค้นจาก <https://www.thansettakij.com/business/marketing/586996>
- ณรงค์ พิณวานิช. (2018). อิทธิพลของคุณภาพการบริการ มูลค่าประสบการณ์ที่เพิ่มขึ้น และความเสียหายที่พนักงานขายลดลงต่อความภักดีของลูกค้าต่อร้านขายยาในกรุงเทพฯ และปริมณฑล. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธารรัช อินทรอุดมและพิเชษฐ์ พรหมใหม่. (2023). ความพึงพอใจของลูกค้าต่อการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ปุ๋ยอินทรีย์เชิงพาณิชย์ Customer's Satisfaction towards the Development of Commercial Organic Fertilizer Packaging. มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.

- ณัฐชา ประवालปัทมกุล. (2555). พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของนักศึกษาหญิงระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร วิทยาเขตสารสนเทศเพชรบุรี. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ปรีดี นุกุลสมปรารถนา. (2564). กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Buying Process). ค้น จาก <https://www.popticles.com/marketing/consumer-buying-process/>
- ประภา กุลเกียรติประวัติและกตัญญู หิรัญญสมบุรณ์. (2562). ระดับความคิดเห็นในคุณภาพของเครื่องสำอางแบรนด์ไทยของผู้ใช้ เครื่องสำอางในเขตภาคกลางของประเทศไทย OPINION LEVEL ON THE QUALITY IN THAI BRAND COSMETIC OF USER IN CENTRAL REGION OF THAILAND. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- ปิตินันท์ ควะชาติ และ อัจฉรวรรณ งามญาณ. (2016). กระบวนการสู่ความภักดีลูกค้าของศูนย์การค้าใน จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- วิสุทธิ วิมลธรรม และ ชาดยา นิลพลับ. (2021). ความสำเร็จของระบบสารสนเทศที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีโมบายแบงก์กิ้ง กรณีศึกษาลูกค้าธนาคารเพื่อการเกษตรและสหกรณ์การเกษตรจังหวัด ชัยภูมิ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน
- สุทธิพิศ ประทุม และคณะ. (2023). ส่วนประสมทางการตลาด 4C's ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเพชรของผู้บริโภคในประเทศไทยผ่านช่องทางออนไลน์. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์.
- อริสา เหล่าวิชา. (2013). กลยุทธ์การจัดการตลาดเชิงกิจกรรม Event Marketing Strategy. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- อารยา ดารารัตน์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ไทยผ่านช่องทางออนไลน์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- อุษณีย์ เสวกวัชร. (2023). การประยุกต์ใช้กลยุทธ์ทางการตลาด 4C'S ที่นำไปสู่ความพึงพอใจของลูกค้าร้านหนังสือ. สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง.
- Abhishek Sengupta. (2022). What is SIVA Model of Marketing?. ค้นจาก <https://www.tutorialspoint.com/what-is-siva-model-of-marketing#:~:text=S.I.V.A.%20is%20a%20structured%20strategy,to%20put%20the%20client%20first.>
- ADSIDEA. (2019). การเพิ่มยอดขายให้ธุรกิจ ด้วยส่วนผสมทางการตลาด 4P, 4C, 4E. ค้นจาก [https://adsidea.net/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/#:~:text=\(1C\)%20Customer%20Solution%20%E2%80%93%20%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2,%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%](https://adsidea.net/%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B9%80%E0%B8%9E%E0%B8%B4%E0%B9%88%E0%B8%A1%E0%B8%A2%E0%B8%AD%E0%B8%94%E0%B8%82%E0%B8%B2%E0%B8%A2%E0%B9%83%E0%B8%AB%E0%B9%89%E0%B8%98%E0%B8%B8%E0%B8%A3%E0%B8%81%E0%B8%B4%E0%B8%88/#:~:text=(1C)%20Customer%20Solution%20%E2%80%93%20%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%E0%B9%89%E0%B8%B2,%E0%B8%AA%E0%B8%B4%E0%B8%99%E0%B8%84%)

E0%B9%89%E0%B8%B2%E0%B8%A1%E0%B8%B2%E0%B8%81%E0%B8%82%E0%B8%B6%E0%B9%89%E0%B8%99%E0%B9%84%E0%B8%9B%E0%B8%AD%E0%B8%B5%E0%B8%81

Beauty Cosmet. (2021). 10 แบรินด์เครื่องสำอางไทยราคาถูกที่สาวๆต้องเลิฟ. ค้นจาก <https://www.beautycosmet.com/cream-brand/10-cheap-thai-cosmetic-brands/>

BIGWORK. (2021). กลยุทธ์ 4C พิชิตใจลูกค้า เข้าใจผู้บริโภค. ค้นจาก <https://bigworkthailand.com/blog/4c>

Jitpisut Boonmak. (2023). 5 กลยุทธ์การตลาดเครื่องสำอางปี 2023. ค้นจาก <https://www.linkedin.com/pulse/5-%E0%B8%81%E0%B8%A5%E0%B8%A2%E0%B8%97%E0%B8%98%E0%B8%81%E0%B8%B2%E0%B8%A3%E0%B8%95%E0%B8%A5%E0%B8%B2%E0%B8%94%E0%B9%80%E0%B8%84%E0%B8%A3%E0%B8%AD%E0%B8%87%E0%B8%AA%E0%B8%B3%E0%B8%AD%E0%B8%B2%E0%B8%87%E0%B8%9B-2023-jitpisut-boonmak/>

Muhammad Faisal Sultan. (2023). Green Marketing Mix Form the Perspective of Service Sector:Leveraging Marketing of Services with Green-SIVA Marketing Mix Elements. Khadim Ali Shah Bukhari Institute of Technology (KASBIT), Pakistan

Patty Mulder. (2022). SIVA model. ค้นจาก <https://www.toolshero.com/marketing/siva-model-marketing-mix/>

S M MONJURUL ISLAM. (2018). SIVA Model of Marketing. ค้นจาก <https://www.linkedin.com/pulse/siva-model-marketing-s-m-monjurul-islam/>

ประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว

Personal Factors Influencing Work Performance

at the Department of Women's Affairs and Family Development

สุพัตรา วุฒิกัญจนกุล¹ และ วิลาสินี จินตลิติตี²

¹วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, s66563833004@ssru.ac.th,

²วิทยาลัยการเมืองและการปกครอง มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, vilasinee.ji@ssru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว และเปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และจ้างเหมาบริการ จำนวน 164 คน ด้วยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ทดสอบสมมติฐานด้วยการใช้ t-test สำหรับตัวแปรเพศ และ f-test (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรอายุ ประเภทบุคลากร และระยะเวลาการทำงาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร และระยะเวลาการทำงานแตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมบุคลากรในด้านทักษะการบริหารจัดการงบประมาณ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า ควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับความสำคัญและปริมาณของภารกิจที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะภารกิจที่ต้องการงบประมาณเพิ่มขึ้นในบางช่วง หรือกรณีที่เป็นนโยบายเร่งด่วน เพื่อให้การดำเนินงานไม่สะดุด

คำสำคัญ : ประสิทธิภาพ, ประสิทธิภาพการทำงาน, กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว

Abstract

This research aimed to study the level of work efficiency among personnel and compare work efficiency of these personnel categorized by personal factors. This quantitative study collected data from 164 participants, including government officers, permanent employees, government-employed personnel, and contracted staff, using simple random sampling. Data were analyzed using frequency distribution, percentage, mean, and standard deviation. Hypotheses were tested using t-tests for the gender variable and f-tests (One-way ANOVA) for the variables of age, type of personnel, and length of service. The findings

revealed that 1) the work performance of personnel at the Department of Women's Affairs and Family Development was at a high level, and 2) personal factors, such as gender, age, personnel type, and length of service, showed no significant differences in work efficiency. Based on the research findings, it is recommended that the Department of Women's Affairs and Family Development support personnel training in budget management, cost analysis, and resource optimization. The department should also increase flexibility in budget allocation to align with the importance and volume of tasks, especially for activities requiring additional funding during specific periods or urgent policy implementations, to ensure smooth operations.

Keywords : Efficiency, Performance, Department of Women's Affairs and Family Development

บทนำ

ในปัจจุบันองค์กรทั้งภาครัฐและภาคเอกชนต้องเผชิญกับสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเป็นปัจจัยสำคัญในการบรรลุเป้าหมายที่องค์กรได้กำหนดไว้ การที่องค์กรจะสามารถปรับตัวและดำเนินงานให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวได้นั้น จำเป็นต้องอาศัยปัจจัยทางการบริหารที่สำคัญ 4 ประการประกอบด้วยทรัพยากรมนุษย์ (Man) เงิน (Money) วัสดุอุปกรณ์ (Material) และการบริหารจัดการ (Management) ประสิทธิภาพในการทำงานพิจารณาได้จากคุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่าย โดยต้องสามารถใช้ต้นทุนหรือปัจจัยการนำเข้าให้น้อยที่สุดประหยัดเวลามากที่สุด ใช้ความพยายาม และความสามารถ ในการปฏิบัติงานให้เกิดความรวดเร็วและถูกต้อง ทำงานได้สำเร็จภายในระยะเวลาและใช้งบประมาณตามที่กำหนดไว้ ตลอดจนปฏิบัติตามได้ตรงกับมาตรฐาน บรรลุวัตถุประสงค์ และเป้าหมายที่ตั้งไว้ (ประทีป แสงแพร, ทองฟู ศิริวงศ์, สมพล พุ่มหว่า, 2562) ดังนั้น ประสิทธิภาพในการทำงานจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างและวัดผลได้เป็นอย่างดี

กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ภายใต้กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ มีภารกิจในการพัฒนาศักยภาพและคุ้มครองสิทธิสตรี รวมถึงผู้แสดงออกแตกต่างจากเพศโดยกำเนิด ส่งเสริมความเสมอภาคระหว่างเพศ เสริมสร้างความเข้มแข็งให้ครอบครัว ป้องกันและแก้ปัญหาความรุนแรงในครอบครัว รวมถึงเป็นศูนย์กลางข้อมูลด้านสตรี ครอบครัว และความเสมอภาคระหว่างเพศ แต่จากการดำเนินงานที่ผ่านมาพบว่าบุคลากรขาดการคิดสร้างสรรค์งานใหม่ ๆ การคิดค้นนวัตกรรมในการปรับปรุงกระบวนการจัดการและถ่ายทอดองค์ความรู้ที่จำเป็นในกระบวนการต่าง ๆ (กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, กองยุทธศาสตร์และแผนงาน, 2567)

จากปัญหาดังกล่าวข้างต้น จึงมีความจำเป็นที่จะต้องศึกษาประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นแนวทางในการเสริมสร้างศักยภาพและประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรให้พร้อมรับมือกับสถานการณ์ที่ซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

นอกจากนี้ ยังสามารถนำผลการศึกษาไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงและพัฒนากระบวนการบริหารจัดการขององค์กร เพื่อสนับสนุนการทำงานให้บรรลุภารกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประสิทธิภาพ

ความหมาย

สำนักงานคณะกรรมการข้าราชการพลเรือน (2552) กล่าวถึง ประสิทธิภาพการทำงานโดยทั่วไป หมายถึง การทำงานที่ประหยัดได้ผลงานที่รวดเร็ว มีคุณภาพ คุ่มค่ากับการใช้ทรัพยากรในด้านการเงิน คน อุปกรณ์ และเวลา ดังนั้น ประสิทธิภาพจึงเป็นสิ่งที่สามารถสร้างให้เกิดขึ้นได้และสามารถวัดได้ในทางปฏิบัติ โดยจะวัดประสิทธิภาพจากปัจจัยนำเข้ากระบวนการหรือผลผลิตที่ออกมา โดยวัดอย่างใดอย่างหนึ่งหรือหลายอย่างประกอบกัน

สุรรัตน์ คำชมุพ (2563) อธิบายว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน หมายถึง ผลงานการปฏิบัติงานของแต่ละบุคคล ที่ประเมินได้จากปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่ายในการดำเนินงาน

อัครเดช ไม้จันทร์ (2560) กล่าวว่า ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หมายถึง การปฏิบัติงานโดยใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดหรือเสียค่าใช้จ่ายต่ำสุด ให้บรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร

จากความหมายของประสิทธิภาพการทำงานข้างต้น ผู้วิจัยสามารถสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพการทำงาน หมายถึง ความสามารถในการทำงานในระดับที่สูงสุดโดยใช้ทรัพยากรน้อยที่สุด ความสามารถในการดำเนินงานหรือปฏิบัติงานตามที่กำหนดให้เสร็จสิ้นโดยใช้วิธีการที่ดีที่สุด การทำงานแต่ละงานให้เสร็จสิ้นได้อย่างถูกต้อง รวมถึงการใช้เทคนิคและเครื่องมือที่ถูกต้อง เหมาะสม และมีการจัดการเวลาที่ดี

องค์ประกอบของประสิทธิภาพ

Peterson and Plowman (1953) สรุปองค์ประกอบของประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน 4 ข้อ ประกอบด้วย 1) คุณภาพ (Quality) คุณภาพของงานจะต้องมีคุณภาพสูง ผู้ผลิตและผู้ใช้ได้ประโยชน์ คุ่มค่า และมีความพึงพอใจ 2) ปริมาณงาน (Quantity) ปริมาณของงานที่เกิดขึ้นจะต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน 3) เวลา (Time) เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการ เหมาะสมกับงานและทันสมัย 4) ค่าใช้จ่าย (Costs) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานทั้งหมดจะต้องเหมาะสมกับงาน และวิธีการคือ จะต้องลงทุนน้อยให้ได้ผลกำไรมากที่สุด

กฤตภาคิน มิ่งโสภาและนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2564) อธิบายว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน มีองค์ประกอบ 4 ข้อ คือ (1) คุณภาพของงาน (2) ปริมาณงาน (3) เวลา (4) ค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ ต้องใช้ทั้ง 4 ข้อนี้ได้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด ถึงจะเรียกว่ามีประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

โดยผู้วิจัยได้นำแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) ประกอบด้วย 1) คุณภาพ (Quality) 2) ปริมาณงาน (Quantity) 3) เวลา (Time) 4) ค่าใช้จ่าย (Costs) มาใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัย เนื่องจากแนวคิดของ Peterson and Plowman (1953) ให้ความสำคัญกับการใช้ทรัพยากร กระบวนการ

ทำงาน และผลลัพธ์ของการทำงาน โดยเน้นว่าประสิทธิภาพไม่ใช่เพียงแค่การใช้ทรัพยากรน้อยที่สุดเท่านั้น แต่ต้องสร้างคุณภาพและความคุ้มค่าให้กับการทำงาน จึงเหมาะสมที่นำมาใช้วิเคราะห์และประเมินประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว เพื่อประเมินความสามารถของบุคลากรในการขับเคลื่อนการดำเนินงานของกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวอย่างมีประสิทธิภาพ

ลักษณะสำคัญของประสิทธิภาพ

สมพิศ สุขแสน (2556, น. 35) ได้กล่าวถึง คนทำงานที่มีประสิทธิภาพควรมีลักษณะ ดังนี้

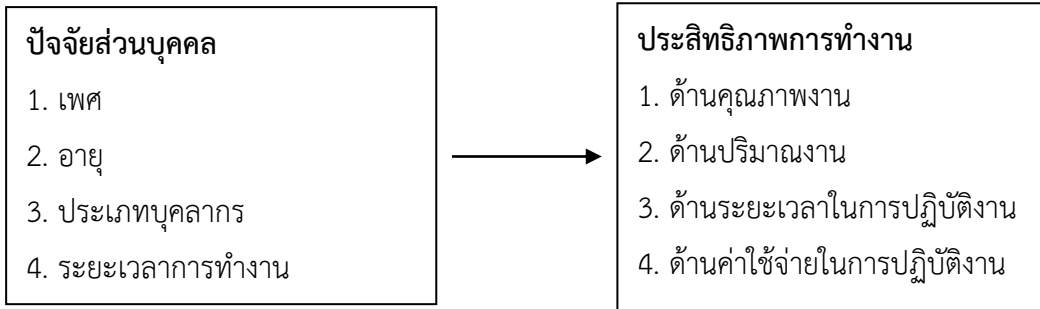
- 1) ความฉับไว หมายถึง การใช้เวลาได้อย่างดีที่สุด รวดเร็ว ไม่ทำงานล่าช้า นั่นคือ คนที่มีประสิทธิภาพ ควรทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา หรืองานบริการ ผู้รับบริการย่อมต้องการความรวดเร็ว ดังนั้น ผู้ให้บริการจะต้องสร้างวัฒนธรรมการให้บริการแบบเบ็ดเสร็จจุดเดียว
- 2) ความถูกต้องแม่นยำ หมายถึง การผิดพลาดในงานน้อย มีความแม่นยำในกฎ ระเบียบ ข้อมูลตัวเลข หรือสถิติต่าง ๆ ไม่เลินเล่อ จนทำให้เกิดความเสียหายแก่องค์กร
- 3) ความรู้ หมายถึง การมีองค์ความรู้ในงานดี รู้จักศึกษาหาความรู้ในเรื่องงานที่ทำอยู่ตลอดเวลา คนที่มีประสิทธิภาพควรแสวงหาความรู้อยู่ตลอดเวลา และสามารถนำความรู้นั้นมาปรับปรุงการทำงานให้ดีขึ้น
- 4) ประสบการณ์ หมายถึง การรอบรู้หรือรู้รอบด้านจากการได้เห็น ได้สัมผัส ได้ลงมือปฏิบัติบ่อย ๆ การเป็นผู้มีประสบการณ์ในการทำงานสูง จะทำงานผิดพลาดน้อย
- 5) ความคิดสร้างสรรค์ หมายถึง การคิดเริ่มสิ่งใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กร เช่น คิดระบบการให้บริการที่ลดขั้นตอนการประเมินผลการปฏิบัติงานแบบใหม่ การบริหารงานแบบเชิงรุก เป็นต้น

การวัดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

สำนักงาน ก.พ. (2552) ได้กำหนดตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของข้าราชการด้านประสิทธิผล ประสิทธิภาพ หรือผลสัมฤทธิ์ เพื่อใช้ประกอบการประเมินผลการปฏิบัติราชการ โดยแบ่งออกเป็น 4 ประเภท คือ

- 1) ประเภทที่มุ่งเน้นปริมาณงาน พิจารณาจำนวนผลงานหรือชิ้นงานที่ทำเสร็จ
- 2) ประเภทที่มุ่งเน้นคุณภาพของงาน พิจารณาความถูกต้อง ประณีต เรียบร้อยของผลงาน เปรียบเทียบกับมาตรฐานของงาน
- 3) ประเภทที่มุ่งเน้นเวลาที่งานสำเร็จหรือทันการณ์ พิจารณาเวลาที่ใช้ปฏิบัติงานเทียบกับมาตรฐานที่กำหนด
- 4) ประเภทที่มุ่งเน้นความประหยัดหรือความคุ้มค่าในการใช้ทรัพยากร พิจารณาการประหยัด วัสดุอุปกรณ์ ต้นทุน หรือค่าใช้จ่ายในการทำงาน การระวัง รักษา เครื่องมือเครื่องมือให้เสียหาย

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวส่วนกลาง จำนวน 284 คน (กองการเจ้าหน้าที่ กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ข้าราชการ ลูกจ้างประจำ พนักงานราชการ และจ้างเหมาบริการ ที่ปฏิบัติงานในกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ส่วนกลาง ซึ่งกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยคำนวณจากสูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie and Morgan (1970) ในการวิจัยครั้งนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 164 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยอาศัยหลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) เกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ประเภทบุคลากร และระยะเวลาการทำงาน แบบสอบถามเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการทำงาน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพงาน 2) ด้านปริมาณงาน 3) ด้านเวลา และ 4) ด้านค่าใช้จ่าย ซึ่งผู้วิจัยได้จัดทำขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การเก็บข้อมูล ดำเนินการแจกแบบสอบถามให้กับบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวส่วนกลาง และดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถาม แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

การวิเคราะห์ผล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการทางสถิติทั้งเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

1. สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ใช้อธิบายข้อมูลที่ส่วนบุคคล ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้อธิบายข้อมูลประสิทธิภาพการทำงาน

2. สถิติอ้างอิง การทดสอบสมมติฐานใช้การทดสอบ t-test สำหรับตัวแปรเพศ และ f-test (One-way ANOVA) สำหรับตัวแปรอายุ ประเภทบุคลากร และระยะเวลาการทำงาน

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 68.90 มีอายุระหว่าง 30 – 40 ปี คิดเป็นร้อยละ 50.00 เป็นข้าราชการ/ลูกจ้างประจำ คิดเป็นร้อยละ 60.40 และมีระยะเวลาการทำงานระหว่าง 5 – 10 ปี คิดเป็นร้อยละ 33.54

ระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, S.D.=.45) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ลำดับแรก คือ ด้านเวลา อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.95$, S.D.=.56) รองลงมา คือ ด้านปริมาณงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.90$, S.D.=.52) ด้านคุณภาพงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.87$, S.D.=.54) และด้านค่าใช้จ่าย อยู่ในระดับมาก ($\bar{x}=3.74$, S.D.=.55) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการทดสอบสมมติฐาน
บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 1 เพศของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ที่แตกต่างกัน จะมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 2 อายุของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ที่แตกต่างกัน จะมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 3 ประเภทบุคลากรของกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ที่แตกต่างกัน จะมีประสิทธิภาพการทำงานแตกต่างกัน	ปฏิเสธ
สมมติฐานย่อยที่ 4 ระยะเวลาการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวที่แตกต่างกัน หรือไม่	ปฏิเสธ

จากตารางแสดงผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกันจะมีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

การอภิปรายผล

1. ระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับแนวคิดของ Peterson & Plowman (1953) ที่ระบุว่า องค์ประกอบของประสิทธิภาพในการทำงานประกอบด้วย คุณภาพของงานต้องมีคุณภาพสูง ให้ประโยชน์ทั้งผู้ผลิตและผู้ใช้ ปริมาณงานต้องเป็นไปตามความคาดหวังของหน่วยงาน เวลาที่ใช้ต้องเหมาะสมกับงาน ทันสมัย และถูกต้อง

ตามหลักการ และค่าใช้จ่ายต้องสมเหตุสมผล ลงทุนน้อยเพื่อให้ได้ผลกำไรสูงสุด และกฤตภาคิน มิ่งโสภาและ นพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2564) มองว่า การทำงานจะมีประสิทธิภาพได้นั้น คุณภาพของงาน ปริมาณงาน เวลา และค่าใช้จ่าย ต้องถูกใช้อย่างเกิดประโยชน์สูงสุด นอกจากนี้ ยังเป็นไปตามตัวชี้วัดการปฏิบัติงานของสำนักงาน ก.พ. (2552) ที่เน้นความสำคัญของ ปริมาณงาน โดยพิจารณาจำนวนชิ้นงานที่เสร็จสมบูรณ์ คุณภาพของงาน โดยพิจารณาความถูกต้องและความประณีตเทียบกับมาตรฐาน เวลาที่งานสำเร็จ เทียบกับเวลามาตรฐานที่กำหนด และความคุ้มค่า โดยพิจารณาจากความประหยัดทรัพยากรในการทำงาน และการรักษาอุปกรณ์ การที่บุคลากร กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว มีระดับประสิทธิภาพการทำงานมาก สะท้อนให้เห็นถึงความสามารถและความพร้อมของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ในการดำเนินงานที่สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กรที่กำหนดไว้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การจัดสรรเวลาในการทำงานของบุคลากรเป็นไปอย่างเหมาะสม โดยคำนึงถึงลักษณะงานแต่ละประเภท นอกจากนี้ ยังมีการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มความรวดเร็ว ความสะดวกในการปฏิบัติงาน บุคลากรมีความเชี่ยวชาญในหน้าที่รับผิดชอบของตน ซึ่งเป็นผลมาจากการได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องจากองค์กร ช่วยลดความผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นจากการทำงาน นอกจากนี้ การแบ่งงานและหน้าที่ที่ชัดเจนภายในหน่วยงาน การจัดโครงสร้างองค์กรและการกระจายงานที่เหมาะสม ทำให้แต่ละหน่วยงานมีบทบาทและหน้าที่ที่ชัดเจนสอดคล้องกับภารกิจหลักของกรม ส่งผลให้การทำงานมีความคล่องตัว และมีความชัดเจน ทั้งหมดนี้ได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารที่มุ่งเน้นการนำเทคโนโลยีและการมีทรัพยากรที่ใช้ในการทำงานที่ทันสมัย ตลอดจนการสนับสนุนการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรอย่างสม่ำเสมอ ส่งผลให้บุคลากรได้รับการพัฒนาทักษะการทำงานอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ยังส่งเสริมการทำงานร่วมกันระหว่างหน่วยงานต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ

สำหรับระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวที่มีมากที่สุด คือ ด้านเวลา ตามแนวคิดของ Peterson & Plowman (1953) ที่ระบุว่า เวลาที่ใช้ในการดำเนินงานจะต้องอยู่ในลักษณะที่ถูกต้องตามหลักการเหมาะสมกับงานและทันสมัย จากผลการวิจัยพบว่า การที่บุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวมีประสิทธิภาพการทำงานด้านเวลามากที่สุด เนื่องมาจากปัจจัยแวดล้อมในการทำงานที่สนับสนุนให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ ผู้บริหารสูงสุดของหน่วยงานมีบทบาทสำคัญในการมอบหมายภารกิจและการแบ่งส่วนการทำงานอย่างเหมาะสม ทำให้บุคลากรสามารถปฏิบัติตามนโยบายต่าง ๆ ได้อย่างเป็นระบบ โดยมีแผนปฏิบัติการรายปีที่จัดทำขึ้นเพื่อให้การดำเนินงานบรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ อีกทั้งยังได้มีการเร่งรัดและติดตามการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการ รวมถึงการรายงานความก้าวหน้าในที่ประชุมประจำเดือน นอกจากนี้ บุคลากรในระดับสำนัก กอง มีทักษะการวางแผนที่ดีในการวางแผนและลำดับความสำคัญของงาน พร้อมทั้งมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานและขั้นตอนที่ได้รับมอบหมายอย่างชัดเจน มีการกำหนดเวลาการทำงานที่ยืดหยุ่น มีอุปกรณ์ เครื่องมือที่ทันสมัยช่วยให้บุคลากรสามารถดำเนินงานได้รวดเร็วขึ้น เทคโนโลยีที่นำมาใช้ในการปฏิบัติงานช่วยลดความซ้ำซ้อนและเพิ่มความสะดวกในขั้นตอนต่าง ๆ ส่งผลให้การจัดการเวลาและกระบวนการทำงานมีประสิทธิภาพและตอบสนองต่อความต้องการขององค์กรได้อย่างเต็มที่ ดังที่ สมพิศ สุขแสน (2556) กล่าวว่า คนทำงานที่มีประสิทธิภาพควรมีความฉับไว ใช้เวลาได้ดีที่สุด รวดเร็ว ไม่ทำงานล่าช้า ทำงานให้เสร็จตามกำหนดเวลา สอดคล้องกับบรรพต กิติสุนทร (2562) ที่เห็นว่า

บุคลากรปฏิบัติงานด้วยความรวดเร็ว ถูกต้อง ครบถ้วนและเป็นไปด้วยความเรียบร้อย รู้จักการบริหารเวลาในการปฏิบัติงานได้เป็นอย่างดี ทำให้ผลงานที่ออกมามีคุณภาพ และบุคลากรมีความรับผิดชอบต่อนหน้าที่ปฏิบัติงานได้ตามเวลาที่กำหนดเมื่อเทียบกับมาตรฐานขององค์กร และสามารถปฏิบัติงานที่ได้รับมอบหมายอย่างเร่งด่วนได้ด้วยความรวดเร็ว ฉับไว สอดคล้องกับผลการศึกษาของณัฐพร ฉายประเสริฐ (2560) ที่ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี พบว่าระดับความสำคัญด้านประสิทธิภาพการปฏิบัติงานทุกด้านอยู่ในระดับมาก โดยด้านเวลามีระดับความสำคัญสูงสุด และผลการศึกษาของสายัน ปิติควร (2562) ได้ศึกษาภาวะผู้นำและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท วาลีโอคอมพอร์ดแอนโดรฟ์วิง แอสซิสแทนซ์ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) พบว่า ผลการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง โดยด้านเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด เนื่องจากพนักงานมีการจัดสรรระยะเวลาที่เหมาะสมในการปฏิบัติงานตามแผนที่กำหนดไว้เพื่อให้เกิดผลของงานตามความต้องการของลูกค้า โดยงานที่ทำมีความถูกต้องและเรียบร้อยเป็นไปตามเกณฑ์เมื่อเทียบกับมาตรฐานที่กำหนดไว้ อุปกรณ์ที่ใช้ในการผลิตเป็นไปตามมาตรฐานที่กำหนด มีการตรวจสอบคุณภาพของงานก่อนการส่งมอบให้กับลูกค้าเพื่อเป็นการควบคุมคุณภาพของงาน และทำงานได้ตามความเหมาะสมต่อความสามารถและจำนวนของพนักงานตามที่ได้วางแผนไว้

ส่วนระดับประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวที่มีน้อยที่สุด คือ ด้านค่าใช้จ่าย แม้ประสิทธิภาพด้านค่าใช้จ่ายจะน้อยกว่าด้านอื่น ๆ แต่ยังอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้ เกิดจากข้อจำกัดทางด้านงบประมาณที่องค์กรได้รับ ซึ่งทำให้บุคลากรต้องเผชิญกับความท้าทายในการดำเนินงานภายใต้ทรัพยากรที่มีจำกัด ส่งผลให้ต้องมีการวางแผนและประมาณการค่าใช้จ่ายงบประมาณอย่างรัดกุม เมื่อได้รับการจัดสรรงบประมาณจำเป็นต้องวางแผนการใช้จ่ายให้เหมาะสมตามปริมาณภารกิจที่ต้องดำเนินการ มีการรายงานผลการเบิกจ่าย ในแต่ละโครงการ กิจกรรม ของหน่วยงาน เพื่อให้มั่นใจว่าการใช้นั้นเป็นไปอย่างคุ้มค่า ประหยัด พร้อมทั้งยังรักษาประสิทธิภาพในการดำเนินงาน นอกจากนี้ กรมยังมีหน่วยงานที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบการใช้จ่ายงบประมาณ รวมไปถึงการใช้วัสดุ อุปกรณ์ที่ใช้ในการทำงานด้วย แสดงถึงความพยายามในการใช้ทรัพยากรและงบประมาณที่ดี แม้จะมีข้อจำกัดแต่ยังสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. เปรียบเทียบประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้าน เพศ อายุ ประเภทบุคลากร และระยะเวลาการทำงาน ที่แตกต่างกัน มีประสิทธิภาพการทำงานไม่แตกต่างกัน ซึ่งสามารถอภิปรายผลได้ว่า กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวมีการวางแผนการบริหารและพัฒนาบุคลากรอย่างมีประสิทธิภาพ โดยจัดทำแผนปฏิบัติการบริหารและพัฒนาบุคลากรรายปี ที่ครอบคลุมการพัฒนาศักยภาพบุคลากรทุกคน แสดงให้เห็นถึงการให้ความสำคัญกับความเสมอภาคและการพัฒนาอย่างยั่งยืนผ่านการฝึกอบรมที่ต่อเนื่อง เช่น โครงการพัฒนาทักษะข้าราชการและบุคลากรภาครัฐสำหรับศตวรรษที่ 21 มีการจัดทำคู่มือและมาตรฐานการปฏิบัติงานที่ชัดเจน เช่น คู่มือการปฏิบัติงานกระบวนการ การเบิกจ่ายเงินอุดหนุนตามโครงการพัฒนาทักษะอาชีพแก่สตรีและครอบครัว ช่วยให้บุคลากรสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความเข้าใจในกระบวนการทำงานเหมือนกัน ไม่ว่าจะ

บุคลากรจะมีความแตกต่างในด้านเพศ อายุ หรือระยะเวลาการทำงาน การมีมาตรฐานการปฏิบัติงานที่เป็นระบบ ช่วยลดความแตกต่างในด้านประสิทธิภาพการทำงานระหว่างกลุ่มบุคลากรต่าง ๆ โดยทุกคนสามารถทำงานได้ตามมาตรฐานเดียวกัน นอกจากนี้ โอกาสที่เท่าเทียมกันในการพัฒนาและการฝึกอบรมยังช่วยลดช่องว่างระหว่างบุคลากรที่มีความแตกต่างในปัจจัยส่วนบุคคล ทำให้บุคลากรทุกคนมีแรงจูงใจในการทำงาน และมีส่วนร่วมในกระบวนการทำงานอย่างเต็มที่ ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับที่สูง สอดคล้องกับพิชานุกูลสิทธิ์ วงศ์กระจ่าง (2557) ที่กล่าวว่า เพศ อายุ อายุงาน ต่างกันมีประสิทธิภาพงานที่ออกมาอยู่ในระดับที่เหมือนกัน เนื่องจากการฝึกอบรมในเรื่องของกระบวนการผลิตที่เหมือนกัน พนักงานได้ใช้ประสบการณ์ทำงานเพื่อเรียนรู้ลักษณะการทำงานที่ถูกต้อง มีการกำหนดการทำงานที่มีเป้าหมายที่ชัดเจนโดยหัวหน้างานและมีการวัดผลงานทุก ๆ ปี และตรงกับผลการศึกษาของธนภรณ์ พรรณราย (2564) ที่พบว่า ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลพบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ระยะเวลาการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกันมีประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่แตกต่างกัน ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับเกียรติพงศ์ ศิริณีภาวงศ์ (2564) ที่พบว่า ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของพนักงานธนาคาร ได้แก่ เพศ อายุ ระดับ การศึกษา สถานภาพ และระยะเวลาการทำงานที่ต่างกัน ไม่มีผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สาย บัตรเครดิต สำนักงานใหญ่

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะสำหรับเป็นแนวทางในการวางแผนพัฒนาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว ดังนี้

1. กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวควรสนับสนุนให้มีการฝึกอบรมบุคลากรในด้านทักษะการบริหารจัดการงบประมาณ การวิเคราะห์ค่าใช้จ่าย และการใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการใช้งบประมาณและทรัพยากรต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการทำงาน ทั้งนี้ จะช่วยให้บุคลากรสามารถบริหารจัดการงบประมาณได้อย่างรัดกุม ปรับปรุงกระบวนการทำงานให้มีความเป็นระบบมากขึ้น ช่วยลดการสูญเสียทรัพยากรโดยไม่จำเป็น

2. กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวควรพิจารณานำระบบการจัดการทรัพยากรภายในองค์กร (Enterprise Resource Planning - ERP) เข้ามาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการงบประมาณและทรัพยากรของหน่วยงาน ลดปัญหาการขาดแคลนทรัพยากร มีงบประมาณที่เหมาะสมตามปริมาณงานที่ต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ความต้องการและปัญหาปัจจุบันเพื่อประเมินความเหมาะสมของระบบกับโครงสร้างขององค์กรและทรัพยากรที่มีอยู่ พร้อมคาดการณ์ผลลัพธ์ที่ต้องการ

3. ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เสนอแนะหรือแสดงความคิดเห็นต่อการดำเนินงาน โดยเฉพาะในส่วนที่มีผลกระทบต่อการทำงานโดยตรง จะช่วยเสริมความรู้สึกรับผิดชอบในงานและเพิ่มความภาคภูมิใจในการทำงาน ทั้งในด้านการบริหารงานและการใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ

4. กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัวควรเพิ่มความยืดหยุ่นในการจัดสรรงบประมาณให้สอดคล้องกับความสำคัญและปริมาณของภารกิจที่เกิดขึ้น โดยเฉพาะภารกิจที่ต้องการงบประมาณเพิ่มขึ้นในช่วง หรือ กรณีที่เป็นนโยบายเร่งด่วน เพื่อให้การดำเนินงานไม่สะดุด

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาปัจจัยสนับสนุนหรืออุปสรรคที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานของบุคลากรกรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว เช่น แรงจูงใจในการทำงาน ความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนร่วมงาน เป็นต้น เพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนาแนวทางส่งเสริมการทำงานให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- กฤตภาคิน มิ่งโสภาและนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2564). แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานบุคลากรสายสนับสนุนของมหาวิทยาลัยเอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดปทุมธานี. รายงานสืบเนื่องจากการประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติครั้งที่ 16 ปีการศึกษา 2564 (น.1615-1634). ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต. <https://rsujournals.rsu.ac.th/index.php/rgrc/article/view/2572>
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2559). ภารกิจ อำนาจหน้าที่. <https://dwf.go.th/contents/151>
- กรมกิจการสตรีและสถาบันครอบครัว. (2567). เอกสารรายงานการวิเคราะห์สภาพแวดล้อม (Swot Analysis) เกียรติพงษ์ ศิริณีภาวงศ์. (2564). ภาวะผู้นำและองค์กรแห่งความสุขที่มีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์กรและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานธนาคารกรุงเทพ สายบัตรเครดิต สำนักงานใหญ่. (สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ณัฐพร ฉายประเสริฐ. (2560). ความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการทรัพยากรมนุษย์ กับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานโรงงานอุตสาหกรรม จังหวัดปทุมธานี.
- ธนภรณ์ พรรณราย. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสงขลา. (สารนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- บรรพต กิตติสุนทร. (2562). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรโรงพยาบาลกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร. เอกสารงานประชุมวิชาการระดับชาติ ครั้งที่ 11 มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม. หน้า 1264 – 1276.
- ประทีป แสงแพร, ทองฟู ศิริวงศ์ และสมพล หุ่นหว่า (2562). ภาวะผู้นำมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน กรณีศึกษาร้านอาหารไทยแห่งหนึ่งในเขตสาทร. วารสารนักบริหาร Executive Journal, 39(2), หน้า 66-81.
- พิชาญสิทธิ์ วงศ์กระจ่าง. (2557). อิทธิพลของภาวะผู้นำแบบการเปลี่ยนแปลงต่อประสิทธิภาพการทำงาน: กรณีศึกษา บริษัท เอ็มพีเอ็ม เทคโนโลยี (ไทยแลนด์) จำกัด. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต) มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

- สมพิศ สุขแสน. (2556). เทคนิคการวางแผนกลยุทธ์.(เอกสารประกอบการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการการเขียนโครงการ). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์.
- สมใจ ลักษณะ. (2546). การพัฒนาประสิทธิภาพในการทำงาน. กรุงเทพมหานคร : คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- สายัน ปิติควร. (2562). ภาวะผู้นำและแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อผลการปฏิบัติงานของพนักงานฝ่ายผลิต บริษัท วาลีโอคอมฟอร์ตแอนด์ไดร์ฟวิง แอสซิสแทนซ์ซิสเต็มส์ (ประเทศไทย) จำกัด. (ค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- สุรรัตน์ คำขมพู. (2563). ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานสรรพากร พื้นที่ กรุงเทพมหานคร 23. (วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- สำนักงาน ก.พ. (2552) คู่มือการประเมินผลการปฏิบัติราชการ: ภาพรวมระบบบริหารผลงานและระบบประเมินผลการปฏิบัติราชการ. นนทบุรี: พี.เอ.ลีฟวิง จำกัด
- อัครเดช ไม้จันทร์. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมติดตั้งเครื่องจักรสายการผลิตในจังหวัดสงขลา.(วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). จังหวัดสงขลา. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement, 30(3), 607–610.
- Peterson, E., & Plowman, E.G. (1953). Business organization and management. Illinois: Irwin.

แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

Working Motivations of Village Public Health Volunteers' performance

in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province

อารยา เมืองช้าง

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail : arraya.mue@ku.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 305 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในระดับสูง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าตัวแปรทางด้าน อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และความรอบรู้ด้านสุขภาพ มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ตัวแปรทางด้าน สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : แรงจูงใจในการทำงาน อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านและความรู้ด้านสุขภาพ

Abstract

The objectives of this research were (1) to study the level of working motivations in village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province. (2) to determine factors affected their working motivations. village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province (3) to compare the motivation for the performance of village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province and to application by personal factors and to study the Health Literacy and the motivation for the performance of village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province.

The sample was 305 people in village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province . Data were collected by using questionnaires. Statistics used to analyze the data were frequency, percentage, Mean, Standard Deviation, t-test, one-way ANOVA and Pearson Product-Moment Correlation coefficient. The level of significance was set at 0.05.

The findings revealed that, level of working motivations of village public health volunteers' performance in Amphoe Domebang Nangbuat Suphanburi Province. was high hypothesis testing, age, level of education, occupation and Health Literacy caused difference in the working motivations. The level of significance for statistical testing was 0.05. And marital status and income per month, did not cause any difference in the working motivations. The level of significance for statistical testing was 0.05.

Keywords : Working motivations, Village health volunteers and Health literacy

บทนำ

ประเทศไทย นับได้ว่าการขยายตัวของสังคมเมืองเข้าสู่สังคมชนบทเพิ่มขึ้นสภาพปัญหาทางด้านสุขภาพรวมถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่กระทบกับสุขภาพเป็นไปอย่างซับซ้อนมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา โดยเฉพาะพฤติกรรมสุขภาพที่เปลี่ยนไปรวมถึงการเปลี่ยนผ่านเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ ตลอดจนปัญหาสุขภาพอันอาจเกิดจากสิ่งแวดล้อม และกระแสของการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่ ทันสมัย รวดเร็ว ทำให้คุณภาพชีวิตและสุขภาพประชาชนทุกกลุ่มวัย ต้องเผชิญหน้ากับความเสื่อมถอยของสุขภาพกาย ใจ และสังคม การแก้ปัญหาจึงควรเน้นให้ประชาชนสามารถแสดงบทบาท ในการดูแลสุขภาพตน ครอบครัว ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ซึ่งมีบุคลากรที่มีบทบาทและเป็นกำลังหลักที่มีส่วนร่วมสำคัญและมีความใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด คือ อาสาสมัครสาธารณสุขไทย ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการเสริมสร้างพลัง การมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่าง ๆ การสร้างเสริมสุขภาพ ป้องกันโรค การรักษา และการฟื้นฟูสภาพ ด้านสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม เพื่อมุ่งให้ประชาชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีและยั่งยืน (สุชาติ อินทรกำแหง ณ ราชสีมา, 2564)

กระทรวงสาธารณสุขได้ตระหนักถึงผลกระทบของปัญหา ด้านความรู้ด้านสุขภาพของประชาชน หากประชาชนมีความรอบรู้ด้านสุขภาพต่ำ จะส่งผลกระทบต่อความสามารถใน การดูแลสุขภาพของตนเอง ประสบความยากลำบากในการตัดสินใจ เกี่ยวกับ ทางเลือกในการปฏิบัติตนด้านสุขภาพ และขาดทักษะในการเลือกรับสื่อ รวมถึงการประเมิน ความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับจากสื่อต่างๆ ในสังคม ทำให้มีความเสี่ยงในการเกิดโรคสูงขึ้น โดยเฉพาะโรคไม่ติดต่อ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมของประชาชน ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลที่สูงขึ้น ตลอดจนภาระที่เพิ่มขึ้นต่อหน่วยบริการสุขภาพ ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับการดำเนินงานของ อสม. ในการขับเคลื่อนการทำงานสุขภาพภาคประชาชน จากบทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จะเห็นได้ว่า อาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้านเป็นบุคคลสำคัญที่จะทำหน้าที่ ในการขับเคลื่อนการดำเนินงานสร้างเสริมสุขภาพ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชน โดยการมีส่วนร่วม

ของครอบครัว ชุมชน ท้องถิ่น และหน่วยงานองค์กรพัฒนาชุมชนต่างๆ ดังนั้นการเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญของระบบสุขภาพ (ทรยศนีย์ บุญมัน, 2564)

ด้านแรงจูงใจเป็นปัจจัยที่มีความจำเป็นต่อการปฏิบัติงานของบุคคลเนื่องจากผลงานที่ได้ จะมีคุณภาพและประสิทธิภาพเพียงใดนั้นขึ้นอยู่กับสิ่งจูงใจและความสามารถในการทำงานของบุคคลนั้น ดังนั้นการจูงใจที่เหมาะสมตามความต้องการของบุคคลและทำให้บุคคลนั้นมีแรงจูงใจในการทำงานอย่างเต็มความสามารถ จะส่งผลให้งานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้นสอดคล้องกับการศึกษาของ (ภูมเรศ ศรีระวงศ์, 2555; สุวัฒน์ วงศ์ปฏิมาพร, 2553; อมรมิตร มงคลเคหา, 2552) ที่พบว่า การได้รับการยกย่อง/ยอมรับนับถือลักษณะของงานความรับผิดชอบต่องานมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน นอกจากนี้การศึกษาของ (พรธนา ศรีพิทักษ์, 2551) พบว่าความสำเร็จในการทำงานความมั่นคงในงานมีความสัมพันธ์กับการปฏิบัติงานสาธารณสุขของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อีกทั้งจากการศึกษาของ (อภิสิทธิ์ บุญเกิด, 2553; ชาตรี จันทร์ตา, 2552) พบว่าการนิเทศติดตามงานมีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 73,576 คน มีการแบ่งเขตการปกครองส่วนภูมิภาคย่อยออกเป็น 14 ตำบล และมีจำนวนอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รวมทั้งอำเภอเดิมบางนางบวชแล้วสิ้น ทั้งหมด 1,731 คน ซึ่งเป็นจำนวนที่ไม่เพียงพอ เมื่อเทียบกับจำนวนประชากรทั้งหมดของพื้นที่ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี อสม. ต้องรับผิดชอบคนในพื้นที่ประมาณ 42 คน ต่อ อสม. 1 คน ด้วยจำนวนของ อสม. ที่น้อยนั้น อาจมีสาเหตุมาจากคุณสมบัติของผู้ที่จะเข้ามาเป็น อสม. หรือประเด็นในเรื่องของค่าตอบแทนที่ไม่เหมาะสมกับปริมาณงานที่ได้รับมอบหมาย

จากข้อมูลข้างต้น ผู้ศึกษา จึงมีความสนใจและเห็นความสำคัญเกี่ยวกับการศึกษา เรื่องของ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวชจังหวัดสุพรรณบุรี โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี (2) เปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี เพื่อนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัย ไปเป็นแนวทางการพัฒนาศักยภาพให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ให้มีความพร้อมในการปฏิบัติงานตามบทบาทและหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย ที่ดียิ่งขึ้นต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน หรือที่เราเรียกกย่อ ๆ ว่า อสม. นั้น เป็นรูปแบบหนึ่งของการมีส่วนร่วมของประชาชนในการดูแลสุขภาพของตนเอง ครอบครัว และชุมชน โดย ผ่านกระบวนการอบรมให้ความรู้จากเจ้าหน้าที่สาธารณสุข และการปฏิบัติงานด้วยความเสียสละต่อประชาชนในหมู่บ้าน กระทรวงสาธารณสุข

ได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ปี พ.ศ. 2520 เป็นต้นมา อสม. จึงเพิ่มจำนวนมากขึ้นตามลำดับจนครอบคลุมหมู่บ้าน ในชนบทและชุมชนเมืองกว่า 1 ล้านคน แม้ว่าพลังของ อสม. อาจจะถูกเล็กน้อยตั้งแต่เกิดรวมเม็ดทรายเมื่อยาม กระจายอยู่ตามหมู่บ้านและชุมชนต่าง ๆ แต่เมื่อมีการรวมตัวเป็นกลุ่มก้อนเป็นชมรมฯ พลังเหล่านี้ก็มีความมั่นคง ตั้งภูมามาพร้อมที่จะต่อสู้ และก้าวนำไปสู่การพัฒนาด้านสุขภาพและคุณภาพชีวิตของภาคประชาชน (สำนักงาน สาธารณสุขบางกะพุ่ม, 2566)

ความหมายของแรงจูงใจ

แรงจูงใจ หมายถึง ความเต็มใจที่จะ ใช้พลังเพื่อปฏิบัติงานอย่างหนึ่งอย่างใดให้ประสบผลสำเร็จ เป็นสิ่งสำคัญ ที่เป็นตัวเร่งหรือเสริมการปฏิบัติงานของมนุษย์เพื่อให้ไปถึงวัตถุประสงค์ที่มีรางวัลเป็นเป้าหมาย บริส (Beach, 1965) สำหรับ กิติ ตยัคคานนท์ (2532 : 78) กล่าวว่าแรงจูงใจ เป็นพลังที่อยู่ในตัวบุคคลแต่ละคนซึ่งทำหน้าที่เร้าและ กระตุ้นให้มีการเคลื่อนไหว เพื่อให้บุคคลนั้นดำเนินการใดๆ ไปในทิศทางที่จะนำไปสู่เป้าหมาย ส่วน แซนฟอร์ด และ ไรท์แมน (Sanford and wrightman, 1970) กล่าวว่าแรงจูงใจเป็นความรู้สึกซึ่งไม่อาจหยุดนิ่งได้ เป็นพลังอะไรก็ตาม ที่ให้มนุษย์อยู่ภายใต้การชักจูงของบางสิ่งและทำให้มนุษย์กระทำกิจกรรมใดกิจกรรมหนึ่งลงไป เพื่อทดแทนพลัง บางสิ่งบางอย่าง ในทัศนะของ สเตียร์ และพอร์เตอร์ (Steers and Porter, 1979) ได้ให้ความหมายของแรงจูงใจไว้ คือแรงจูงใจ หมายถึง สิ่งที่เป็นพลังกระตุ้นให้แต่ละบุคคลกระทำพฤติกรรม เป็นสิ่งที่ช่วยสนับสนุนรักษาพฤติกรรม นั้นๆ ให้คงอยู่

ทฤษฎีสองปัจจัยของเฮร์เบอร์ก (Herzberg's Two-Factors Theory)

Herzberg (1959: 44-45) ได้วิจัยเพื่อศึกษาคำตอบมูลเหตุ ของแรงจูงใจในทราทำงานเมื่อ ปี ค.ศ. 1958 โดยการสัมภาษณ์วิศวกร และนักบัญชี ในเมืองพิตต์สเบิร์ก ประเทศสหรัฐอเมริกา จำนวน 200 คน เกิดความ พึงพอใจในงานและไม่พึงพอใจในงาน มี 2 องค์ประกอบ คือ

1. ปัจจัยกระตุ้นหรือจูงใจ (Motivator factors) เป็นปัจจัยที่เกี่ยวพันโดยตรงกับงานที่ปฏิบัติปัจจัยจูงใจนี้จะถูกใช้ สำหรับสร้างแรงจูงใจให้มากยิ่งขึ้น ซึ่งถ้ามีปัจจัยจูงใจมากเท่าใด ความพึงพอใจและแรงจูงใจในการทำงาน ก็จะมีมากขึ้น เท่านั้น ปัจจัยจูงใจเหล่านี้เป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับตัวงานและความสำเร็จก้าวหน้าในงานที่มีอยู่ 5 ชนิด คือ

1.1 ความสำเร็จในการทำงาน (Achievement) หมายถึง การที่บุคคลทำงานตามความสามารถแห่งสติปัญญา ได้อย่างอิสระ จนได้รับความสำเร็จเป็นอย่างดีเกิดความรู้สึกภูมิใจและปลาบปลื้มในผลสำเร็จแห่งงานนั้น

1.2 การยอมรับนับถือ (Recognition) หมายถึง การได้รับการยอมรับจากผู้บังคับบัญชา จากเพื่อน จากผู้มาขอรับคำปรึกษา หรือจากบุคคลในหน่วยงาน ในรูปแบบของการยกย่องชมเชยแสดงความยินดี การให้กำลังใจ หรือการยอมรับในความสามารถ

1.3 ลักษณะของงาน (Work Itself) หมายถึง งานที่น่าสนใจ ทำหาย ต้องอาศัยความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ หรือเป็นงานที่มีสามารถทำได้โดยลำพังเพียงผู้เดียว

1.4 ความรับผิดชอบ (Responsibility) หมายถึง ความพึงพอใจที่ได้รับมอบหมายให้รับผิดชอบงาน และมีอำนาจในการรับผิดชอบได้อย่างเต็มที่

1.5 ความก้าวหน้า (Advancement) หมายถึง ผลหรือการมองเห็นการเปลี่ยนแปลงในสถานภาพ ของบุคคลในสถานที่ทำงาน เช่น การได้รับการเลื่อนตำแหน่งและได้ศึกษาหาความรู้เพิ่มเติม

2. ปัจจัยอนามัย (Hygiene factors) เป็นปัจจัยที่มีใช้สิ่งจูงใจโดยตรงในการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน ตลอดจนไม่เป็นสิ่งกระตุ้นให้บุคคลกระตือรือร้นในการทำงานมากยิ่งขึ้น แต่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นที่จะป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในการทำงาน ซึ่งสาเหตุอันเกิดจากสภาพแวดล้อม โดยไม่เกี่ยวข้องกับส่วนประกอบของงานเลย ปัจจัยเหล่านี้ประกอบด้วย 11 ประการดังนี้

2.1 เงินเดือน หมายถึง ความพึงพอใจในเงินเดือนหรือความพึงพอใจต่อเงินเดือนที่เพิ่มขึ้น

2.2 โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต หมายถึง การที่บุคคลได้รับการแต่งตั้งโยกย้ายตำแหน่งภายในหน่วยงานหรือองค์การแล้ว ยังหมายถึงสถานการณ์ที่บุคคลได้รับความก้าวหน้าในทักษะหรือวิชาชีพของเขา ดังนั้นจึงหมายความรวมถึงการที่บุคคลได้รับสิ่งใหม่ ๆ เพื่อเป็นการเพิ่มพูนทักษะ ที่จะช่วยเอื้อต่อวิชาชีพของเขา

2.3 ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชา คือการติดต่อพบปะกัน โดยทางกริยาหรือวาจา แต่มิได้หมายความรวมถึงการยอมรับนับถือหรือการให้ผู้ใต้บังคับบัญชาได้เปลี่ยนแปลงสถานะ หรือตำแหน่ง

2.4 ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา หมายถึง การติดต่อไม่ว่าจะเป็นทางกริยาหรือวาจาที่แสดงถึงความสัมพันธ์อันดีต่อกัน

2.5 สถานะของอาชีพ หมายถึง ลักษณะของสถานะที่เป็นองค์ประกอบทำให้บุคคลเกิดความรู้สึกต่องาน เช่น การมีเลขานุการ การมีรถประจำตำแหน่ง การมีอภิสิทธิ์ต่าง ๆ

2.6 ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน มีลักษณะเช่นเดียวกับความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและผู้ใต้บังคับบัญชา

2.7 นโยบายและการบริหารงาน หมายถึง การจัดการและการบริหารขององค์การ เช่น การที่บุคคลจะต้องทราบว่าเขาทำงานให้ใคร นั่นคือ นโยบายขององค์การที่จะต้องเป็นที่แน่ชัดเพื่อให้บุคคลดำเนินงานได้ถูกต้อง

2.8 สภาพการทำงาน ได้แก่ สภาพทางกายภาพ เช่น แสง เสียง อากาศ ห้องอาหารห้องน้ำชั่วโมงการทำงาน รวมทั้งลักษณะสิ่งแวดล้อมอื่น ๆ เช่น อุปกรณ์ หรือเครื่องมือต่าง ๆ

2.9 ความเป็นส่วนตัว หมายถึง สถานการณ์ซึ่งลักษณะบางประการของงานส่งผลต่อชีวิตส่วนตัวในลักษณะที่ผลนั้นเป็นองค์ประกอบหนึ่ง ที่ทำให้บุคคลมีความรู้สึกอย่างไรอย่างหนึ่งต่องานของเขา เช่น ถ้าองค์การต้องการให้บุคคลย้ายที่ทำงานใหม่อาจจะไกล และทำให้ครอบครัวต้องลำบาก เป็นต้น

2.10 ความมั่นคงในงาน หมายถึง ความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อความมั่นคงของงาน เช่น ระยะเวลาของงาน ความมั่นคงหรือไม่มั่นคงขององค์การ เป็นต้น

2.11 วิธีการปกครองบังคับบัญชา หมายถึง ความรู้ความสามารถของผู้บังคับบัญชา ในการดำเนินงาน หรือความยุติธรรมในการบริหารงาน อาจรวมหมายถึง ความเต็มใจหรือไม่เต็มใจของผู้บังคับบัญชาในการที่จะให้คำแนะนำหรือมอบหมายความรับผิดชอบต่าง ๆ ให้แก่ลูกน้อง

ความสำคัญของความรู้ด้านสุขภาพ

ความรู้ด้านสุขภาพ (Health Literacy) คือ การพัฒนาและเสริมสร้างให้ประชาชนมีความรู้ด้านสุขภาพ จะเป็นการสร้าง และพัฒนาขีดความสามารถระดับบุคคลในการธำรงรักษาสุขภาพตนเองอย่างยั่งยืน มีการขึ้นาระบบสุขภาพ ที่สอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของประชาชน มีการแลกเปลี่ยนข้อมูลสุขภาพของตนเอง ร่วมกับผู้ให้บริการ และสามารถคาดการณ์ความเสี่ยงด้านสุขภาพที่อาจเกิดขึ้นได้ รวมทั้งกำหนดเป้าประสงค์ในการดูแลสุขภาพตนเอง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการจัดการโรคเรื้อรังที่กำลังเป็นปัญหาระดับโลก ดังนั้น องค์การอนามัยโลก ระบุว่า

หากประชากรส่วนใหญ่ของประเทศมีระดับความรู้ด้านสุขภาพต่ำย่อมจะส่งผลต่อสภาวะสุขภาพในภาพรวม กล่าวคือ ประชาชนขาดความสามารถในการดูแลสุขภาพของตนเอง จำนวนผู้ป่วยด้วยโรคเรื้อรังจะเพิ่มขึ้น ทำให้ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลเพิ่มสูงขึ้น ต้องพึ่งพาบริการทางการแพทย์ และการรักษาโรคที่มีราคาแพง โรงพยาบาล และหน่วยบริการสุขภาพจะต้องมีภาระหนักในด้านการรักษาพยาบาล จนทำให้เกิดข้อจำกัดในการทำงานส่งเสริมสุขภาพและไม่อาจสร้างความเท่าเทียมในการเข้าถึงบริการอย่างสมบูรณ์ได้ (กองสุขศึกษา, 2561)

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรมงานวิจัยข้างต้น และกำหนดตัวแปรที่ใช้ศึกษา สามารถสรุปแนวคิดในการวิจัยแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ได้ดังนี้

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยส่วนบุคคล

1. อายุ
2. ระดับการศึกษา
3. สถานภาพสมรส
4. อาชีพ
5. รายได้

ความรู้ด้านสุขภาพ

1. การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ
2. ความรู้ ความเข้าใจ
3. ทักษะการสื่อสาร
4. ทักษะการจัดการตนเอง
5. ทักษะการตัดสินใจ
6. การรู้เท่าทันสื่อ

ตัวแปรตาม

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

1. ปัจจัยจูงใจ
 - ความสำเร็จในการทำงาน
 - การยอมรับนับถือ
 - ลักษณะของงาน
 - ความรับผิดชอบ
 - ความก้าวหน้า
2. ปัจจัยค้ำจุน
 - เงินเดือน
 - โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต
 - ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชา
 - ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา
 - สถานะของอาชีพ
 - ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน
 - นโยบายและการบริหารงาน
 - สภาพการทำงาน
 - ความเป็นส่วนตัว
 - ความมั่นคงในงาน
 - วิธีการปกครองบังคับบัญชา

สมมติฐานการวิจัย

1. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีอายุต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน
2. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน

3. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีสถานภาพสมรสต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน
 4. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีอาชีพต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน
 5. อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่มีรายได้ต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานแตกต่างกัน
 6. ความรอบรู้ด้านสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน
- ระเบียบวิธีวิจัย**

1. ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 1,731 คน (ข้อมูลจากโรงพยาบาลเดิมบางนางบวช ตำบลเขาพระ อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ณ เดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2567)

2. จำนวนตัวอย่าง/วิธีการคำนวณตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 ตัวอย่าง

3. การเลือกตัวอย่าง เมื่อได้จำนวนของกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษาในแต่ละแขวงแล้ว ผู้วิจัยเลือกตัวอย่างโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ แล้วนำแบบสอบถามแจกตามกลุ่มตัวอย่างให้ครบตามจำนวน 305 ตัวอย่าง

4. การสร้างแบบสอบถาม โดยใช้แนวคิดทฤษฎีสองปัจจัยของเฮอริเบิร์ก (Herzberg's Two-Factors Theory) เกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการทำงาน ประกอบด้วย ปัจจัยกระตุ้นหรือจูงใจ และปัจจัยอนามัย และบูรณาการแบบสอบถามจากแบบประเมินความรอบรู้ด้านสุขภาพ ของกรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข (2557) โดยนำมาอ้างอิงในการจัดทำแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล และ ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ จำนวน 24 ข้อ ในส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จำนวน 48 ข้อ โดยทั้ง 3 ส่วนมีรายละเอียด ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง (เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ และรายได้)

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามที่เกี่ยวกับความรอบรู้ด้านสุขภาพ จำนวน 24 ข้อ โดยแบ่งความถี่ของระดับความรอบรู้ด้านสุขภาพออกเป็น 3 ระดับ (ความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดที่ 1.33) ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.33 คือ ความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับต่ำ 2) คะแนนเฉลี่ย 2.34-3.66 คือ ความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) คะแนนเฉลี่ย 3.67-5.00 หมายถึง ความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับสูง

ส่วนที่ 3 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จำนวน 48 ข้อ โดยแบ่งความถี่ของระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานออกเป็น 3 ระดับ (ความกว้างของอันตรภาคชั้นกำหนดที่ 1.33) ได้แก่ 1) คะแนนเฉลี่ย 1.00-2.33 คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับต่ำ 2) คะแนนเฉลี่ย 2.34-3.66 คือ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง และ 3) คะแนนเฉลี่ย 3.67-5.00 หมายถึง แรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูงผลการวิจัย

5. การเก็บรวบรวมข้อมูล โดยนำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้วไปแจกให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำนวน 305 คน ซึ่งใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมแบบสอบถามในเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2567

6. การวิเคราะห์ผล โดยรวบรวมข้อมูลและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม จากนั้นนำข้อมูลไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านอำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ซึ่งสามารถสรุปผลการวิจัยได้ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ปัจจัยด้านบุคคล)

(n = 305)

	ข้อมูลทั่วไป	จำนวน (คน)	ร้อยละ
อายุ	ไม่เกิน 25 ปี	9	3.0
	26-35 ปี	29	9.5
	36-45 ปี	102	33.4
	46-55 ปี	128	42.0
	56 ปีขึ้นไป	37	12.1
ระดับการศึกษา	ประถมศึกษา	77	25.2
	มัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส.	184	60.3
	ปริญญาตรีขึ้นไป	44	14.4
สถานภาพสมรส	โสด	91	29.8
	สมรส	214	70.2
อาชีพ	ธุรกิจส่วนตัว / ค้าขาย / เจ้าของกิจการ	75	24.6
	รับจ้าง	99	32.5
	เกษตรกร	106	34.8
	อื่นๆ	25	8.2
รายได้ต่อเดือน	ไม่เกิน 10,000 บาท	100	32.8
	10,001-15,000 บาท	113	37.0
	15,001-20,000 บาท	74	24.3
	20,000 บาทขึ้นไป	18	5.9

ผลการศึกษาด้านข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ส่วนใหญ่มีอายุ 46 - 55 ปี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 รองลงมา คือ อายุ 36 - 45 ปี จำนวน 102 คน คิดเป็นร้อยละ 33.4 โดยส่วนใหญ่มีการศึกษาในระดับมัธยมศึกษา / ปวช. / ปวส. จำนวน 184 คน คิดเป็นร้อยละ 60.3 รองลงมา คือ กลุ่มที่

มีการศึกษาในระดับประถมศึกษา จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 ในด้านของสถานภาพสมรส ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 70.2 รวมทั้งมีอาชีพเกษตรกร จำนวน 106 คน คิดเป็นร้อยละ 34.8 รองลงมา คือ กลุ่มที่มีอาชีพรับจ้าง จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 และส่วนใหญ่มีรายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท จำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 37.0

ตารางที่ 2 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ในด้านความรอบรู้ด้านสุขภาพ เป็นรายด้าน และโดยรวม (n = 305)

ความรอบรู้ด้านสุขภาพ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1. การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ	4.36	0.369	สูง
2. ความรู้ ความเข้าใจ	4.38	0.368	สูง
3. ทักษะการสื่อสาร	4.37	0.382	สูง
4. ทักษะการจัดการตนเอง	4.37	0.382	สูง
5. ทักษะการตัดสินใจ	4.38	0.370	สูง
6. การรู้เท่าทันสื่อ	4.40	0.370	สูง
รวม	4.38	0.373	สูง

ผลการวิจัยพบว่า อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีความรอบรู้ด้านสุขภาพอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.38 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการรู้เท่าทันสื่อ มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ 4.40 และด้านการเข้าถึงข้อมูลสุขภาพและบริการสุขภาพ มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 4.36

ตารางที่ 3 แสดง ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเป็นรายด้าน และโดยรวม (n = 305)

ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
1.ความสำเร็จในการทำงาน	4.45	0.353	สูง
2.การยอมรับนับถือ	4.51	0.391	สูง
3.ลักษณะของงาน	4.46	0.342	สูง
4.ความรับผิดชอบ	4.45	0.376	สูง
5.ความก้าวหน้า	4.49	0.366	สูง
6.เงินเดือน	4.44	0.380	สูง
7.โอกาสที่จะได้รับความก้าวหน้าในอนาคต	4.46	0.335	สูง
8.ความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้บังคับบัญชา	4.53	0.366	สูง
9.ความสัมพันธ์กับผู้ใต้บังคับบัญชา	4.54	0.370	สูง
10.สถานะของอาชีพ	4.37	0.382	สูง
11.ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.50	0.354	สูง
12.นโยบายและการบริหารงาน	4.42	0.375	สูง

ตารางที่ 3 (ต่อ)

(n = 305)

ปัจจัยที่สร้างแรงจูงใจ	\bar{X}	S.D.	ระดับแรงจูงใจ
13.สภาพการทำงาน	4.44	0.343	สูง
14.ความเป็นส่วนตัว	4.26	0.397	สูง
15.ความมั่นคงในงาน	4.49	0.346	สูง
16.วิธีการปกครองบังคับบัญชา	4.52	0.307	สูง
รวม	4.46	0.215	สูง

ผลการวิจัยพบว่า อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง มีค่าเฉลี่ยรวม 4.46 ซึ่งเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ 4.54 และด้านความเป็นส่วนตัว มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ 4.26

การตอบวัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 4 แสดงระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

(n = 305)

คำถาม	\bar{X}	S.D.	ระดับความรู้ความเข้าใจ
คำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน จำนวน 48 ข้อ	4.46	0.215	สูง

การตอบวัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล โดยผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับความรู้ด้านสุขภาพ แตกต่างกัน มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน แตกต่างกัน ในขณะที่ กลุ่มตัวอย่างที่มีสถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน แตกต่างกัน มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การตอบวัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

ตารางที่ 5 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างความรู้ด้านสุขภาพกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุข ประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี

(n = 305)

ตัวแปร	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	
	สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	Sig.
ความรู้ด้านสุขภาพ	0.676**	0.000*

ผลการวิจัย พบว่า ความรอบรู้ด้านสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดสุพรรณบุรี เนื่องจากการมีความรอบรู้ด้านสุขภาพ ที่มากทำให้มีประสบการณ์ความชำนาญ ก่อให้เกิดความเชี่ยวชาญในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ ยังมีส่วนในการได้รับการยอมรับนับถือจากอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่ปฏิบัติงานร่วมกัน ทำให้มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมากขึ้นตามไปด้วย เหตุนี้จึงทำให้ความรอบรู้ด้านสุขภาพ มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในทิศทางเดียวกันและมีความสัมพันธ์ระดับสูง (0.676) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

จากผลการวิจัย เรื่องแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรีในครั้งนี้พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานในระดับสูง ความรู้ด้านสุขภาพมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่สูงเช่นกัน และเพื่อเป็นการส่งเสริม สนับสนุนสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานเพิ่มมากขึ้น เพื่อใช้เป็นแนวทางในการวางแผนปรับปรุงการทำงาน กำหนดแนวทางการพัฒนาการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ผู้วิจัยขอเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านทักษะความรู้ด้านสุขภาพ หน่วยบริการสาธารณสุขที่เกี่ยวข้อง (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัด, สำนักงานสาธารณสุขอำเภอ, โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบล) อาจจะมีการจัดทำโครงการการพัฒนาทักษะ ฝึกอบรมสัมมนาเชิงปฏิบัติการ ให้สอดคล้องตามองค์ประกอบของความรอบรู้ด้านสุขภาพ เพื่อเพิ่มความรู้และยกระดับให้กับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ให้หลากหลายสามารถนำไปดูแลสุขภาพของคนในชุมชน
2. ด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ในภาพรวมของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับสูง แต่การเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานนั้นก็มีความสำคัญ เช่น การได้รับการยอมรับนับถือจากอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านที่ปฏิบัติงานร่วมกัน การให้รางวัลและคำชมเชย นั้นจะทำให้มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน มากขึ้น และหากมีการส่งเสริมให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน มีการพัฒนาตนเอง สนับสนุนให้ฝึกอบรมเพื่อเพิ่มความรู้ความสามารถจะนำไปสู่ ความสามัคคีและร่วมมือกันปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กรได้
3. ด้านสถานะของอาชีพ องค์กรควรจัดให้มีตำแหน่งหน้าที่การงาน หรือการยกระดับสถานะของอาสาสมัครตามตำแหน่ง เพื่อให้อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน เกิดความรู้สึกภาคภูมิใจต่องานที่ทำ ทำให้รู้สึกว่าการอาชีพที่เขาทำเป็นอาชีพที่มีที่มั่ง เกียรติ และศักดิ์ศรี เป็นที่ยอมรับนับถือจากสังคม เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน
4. ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชาและเพื่อนร่วมงาน ผู้บังคับบัญช ควรให้คำแนะนำ และความช่วยเหลือเมื่อการปฏิบัติงานมีปัญหา อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ควรมีความสามัคคี ร่วมมือกันในการปฏิบัติงาน เพื่อที่จะรักษาระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานราชการให้อยู่ในระดับสูงต่อไป
5. ด้านสภาพชีวิตส่วนตัวมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ดังนั้น องค์กรจะสามารถรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพให้อยู่กับองค์กรได้ แรงจูงใจจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการทำงานเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนและกระตุ้นให้เกิดกำลังใจ ความตั้งใจ เต็มใจที่จะปฏิบัติงานให้เต็มกำลังความสามารถ และนำไปสู่ความสำเร็จอย่าง

มีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลที่ดีกับองค์กร แรงจูงใจจึงเป็นกุญแจสำคัญซึ่งจะนำองค์กรไปสู่ความสำเร็จขององค์กร

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

1. การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี ไม่สามารถอธิบายแรงจูงใจของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ทั้งหมดได้ ในการวิจัยครั้งต่อไปควรเป็นการศึกษาเปรียบเทียบอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ของส่วนอื่นๆ ของประเทศ ซึ่งจะทำให้ได้ความชัดเจนมากยิ่งขึ้น
2. การวิจัยในครั้งต่อไปควรมีการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ เพิ่มเติม นอกจากตัวแปรในงานวิจัยครั้งนี้เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้น เช่น ประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการปฏิบัติงาน ความผูกพันต่อองค์กร ขวัญกำลังใจในการปฏิบัติงาน การได้รับการสนับสนุนทางสังคม เป็นต้น

บรรณานุกรม

- กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2557). การพัฒนาและใช้เครื่องมือประเมินความรู้ด้านสุขภาพของคนไทยวัยผู้ใหญ่ในการปฏิบัติตามหลัก 3อ.2ส. สถาบันวิจัยพฤติกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข. (2561). การเสริมสร้างและประเมินความรู้ด้านสุขภาพและพฤติกรรมสุขภาพ. นนทบุรี. กองสุขศึกษา กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.
- กิติ ตยัตคานนท์. (2532). เทคนิคการสร้างภาวะผู้นำ. กรุงเทพฯ บริษัทเซซส์สตูดิโอ จำกัด
- ชาติรี จันทร์ตา. 2552. ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเทศบาลตำบลหางดง จังหวัดเชียงใหม่. วิทยานิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต. เชียงใหม่: บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ทรศนีย์ บุญมั่น. 2564. ปัจจัยที่มีผลต่อความรู้ด้านสุขภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจังหวัดสุโขทัย. วิทยานิพนธ์เสนอบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- พรธนา ศรีพิทักษ์. 2551. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านอำเภอโคกชัยจังหวัดนครราชสีมา. วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาการพัฒนาสุขภาพชุมชน. นครราชสีมา: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ภูมเรศ ศรีระวงศ์. 2554. ปัจจัยที่มีผลต่อศักยภาพของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการดำเนินงานหมู่บ้านจัดการสุขภาพจังหวัดอำนาจเจริญ. วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตร์มหาบัณฑิตสาขาวิชาการสร้างเสริมสุขภาพ. อุบลราชธานี: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

สำนักงานสาธารณสุขบางกระทู้. 2566. คู่มือการดำเนินงานภาคประชาชน (อสม.) ตามภารกิจหลักและภารกิจสนับสนุน. คู่มือปฏิบัติงานตามภารกิจหลักและภารกิจสนับสนุนของสำนักงานสาธารณสุขบางกระทู้ อำเภอบางกระทู้. จังหวัดพิษณุโลก.

สุชาดา อินทรกำแหง ณ ราชสีมา. 2564. บทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุขไทยวารสารวิจัยและพัฒนา ด้านสุขภาพ. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครราชสีมาปีที่ 7 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม – ธันวาคม 2564).

สุวัฒน์ วงศ์ปฎิมาพร. 2553. แรงจูงใจที่มีผลต่อการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน จังหวัดชัยภูมิตามโครงการส่งเสริมอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเชิงรุก จังหวัดชัยภูมิ. วิทยานิพนธ์ปริญญาสาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารสาธารณสุข. ขอนแก่น: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยขอนแก่น.

อภิสิทธิ์ บุญเกิด. 2553. ปัจจัยที่มีผลต่อการปฏิบัติหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ในตำบลบ้านสวนอำเภอเมืองจังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชาการบริหารงานยุติธรรมและสังคม. ชลบุรี: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยบูรพา.

อมรมิตร มงคลเคหา. 2552. ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในเขตพื้นที่เทศบาลตำบลนิเวศน์ อำเภอธัญบุรีจังหวัดร้อยเอ็ด. วิทยานิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิตสาขาวิชารัฐศาสตร์. มหาสารคาม: บัณฑิตวิทยาลัยมหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

Beach, D. S. (1965). Personnel Management People at Work. New York : The Macmillan.

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

Sanford Fillmore H. and Lawrence s. Wrightman. (1970). Psychology. 3rd ed. Belmont : Books Cole.

Streere, Richard M. and Lyman W. Porter. (1979). Motivation and Work Behavior. 2nd ed. New York : McGraw - Hill.

การศึกษาระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย
กรณีศึกษา : โรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา

A STUDY OF MEDIA LITERACY OF PARENTS AND SMARTPHONE/TABLET USE AMONG
PRESCHOOL CHILDREN: A CASE STUDY IN A PRIVATE SCHOOL, SONGKHLA PROVINCE

ณัฐธา บางสุวรรณ¹ นนทสรวง กสิปผິง² และ อธิวัฒน์ เจียวิวรรธน์กุล³

¹สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล, nattha.pwa@gmail.com

²สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล, nonthasruang.kle@mahidol.ac.th

³สถาบันแห่งชาติเพื่อการพัฒนาเด็กและครอบครัว มหาวิทยาลัยมหิดล, athiwat.jia@mahidol.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสถานการณ์ระดับการรู้เท่าทันสื่อในผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย มีกลุ่มตัวอย่างเข้าร่วมวิจัย 191 คน เป็นผู้ปกครองจากโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา เครื่องมือที่ใช้วิจัย คือ แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต ของเด็กปฐมวัยและการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง โดยอ้างอิงแบบสอบถามการรู้เท่าทันสื่อของ ปกรณ์ ประจัญบาน และอนุชา กอนพ่วง เพื่อสะท้อนทักษะการรู้เท่าทันสื่อ 5 ทักษะ ได้แก่ ทักษะการเข้าถึง การวิเคราะห์ การประเมินสื่อ การสร้างสรรค์ และการมีส่วนร่วม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงบรรยาย การเปรียบเทียบความแปรปรวนของประชากรสองกลุ่ม สถิติไคสแควร์ และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว ผลการศึกษาพบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยฯ รวมรายด้านอยู่ในระดับดี ด้านทักษะการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการประเมินสื่ออยู่ในระดับดี ทักษะการสร้างสรรค์และทักษะการมีส่วนร่วมอยู่ในระดับปานกลาง ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และพบว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครองและเด็กปฐมวัย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : การรู้เท่าทันสื่อ, สมาร์ทโฟน, แท็บเล็ต

Abstract

The objective of this study was to investigate the parents' media literacy situation and preschool children's smartphone/tablet use. The sample of this study was 191 parents of students in a private school in Songkhla Province. The research instrument was the questionnaire on preschool children's smartphone/tablet use behavior and parents' media literacy. The

questionnaire used in this study was based on the media literacy questionnaire developed by Pakorn Prachanban and Anucha Kornphuang to reflect five media literacy skills including access, analytical, evaluation, creative, and participation skills. Data were analyzed through descriptive statistics, F-Test, Chi-Square and One-way ANOVA. The results of this study were as follows: Overall sample parents' media literacy was at a good level. When individual aspects were considered, access skills, analytic skills, and evaluation skills were at a good level. Creative skills and participation skills were at a moderate level. In terms of demographic factors, the sample parents with different age, education, monthly income had different media literacy with a statistical significance level of .05. It was found that sample parents' media literacy was not related to time spent by sample preschool children to use smartphone/tablet. While duration of using smartphone/tablet daily of sample parents and preschool children were related each other with a statistical significance level of .05.

Keywords : MEDIA LITERACY, SMARTPHONE, TABLET

บทนำ

ในยุคที่อุปกรณ์การสื่อสารพัฒนาไปอย่างไม่หยุดยั้งและเข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวัน ทำให้ประชากรส่วนใหญ่ทุกเพศทุกวัยสามารถเข้าถึงอุปกรณ์เคลื่อนที่อย่างสมาร์ทโฟน (Smartphone) แท็บเล็ต (Tablet) ได้อย่างแพร่หลาย จากรายงานของ Ericsson ConsumerLab (2013) พบว่า ผู้บริโภคในบริเวณตัวเมืองของประเทศไทยมีอัตราการเข้าถึงสมาร์ทโฟนเพิ่มขึ้นเท่าตัวจาก 17% ในปี พ.ศ. 2555 เป็น 36% ในปี พ.ศ. 2556 และเข้าถึงแท็บเล็ตจาก 2% ในปี พ.ศ.2555 เป็น 7% ในปี พ.ศ.2556 อัตราการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตที่เพิ่มขึ้นนี้ทำให้ผู้คนเข้าถึงอินเทอร์เน็ต สื่อสังคมออนไลน์ แชนท์ และวิดีโอสตรีมมิ่งได้มากขึ้น ในขณะที่มีรายงานจากการประชุมของ The American Psychiatric Association's (APA's) ประจำปี 2013 Jonghun Lee (2013) พบว่าการใช้สมาร์ทโฟนในกลุ่มเด็กและวัยรุ่นประเทศเกาหลีใต้มีอัตราเพิ่มขึ้นจาก 7.5% ในปี พ.ศ.2552 เป็น 67% ในปี พ.ศ.2555 และให้ความเห็นว่า อัตราการใช้สมาร์ทโฟนที่สูงขึ้นของเด็กจะเป็นประเด็นทางสังคมเพราะมีการตั้งข้อสังเกตด้านผลกระทบทางลบต่อการเรียน หลังจากสำนักงานการศึกษากรุงโซลพบว่า 6.5% ของวัยรุ่นเกาหลีรายงานว่าพวกเขาได้รับผลกระทบจากการใช้สมาร์ทโฟนมากเกินไป และการใช้งานที่มากเกินไปอาจพบความเกี่ยวข้องกับภาวะซึมเศร้า ขณะที่อรุณรุ่ง ศิริเจริญ (2557) ได้ให้ทัศนะถึงผลกระทบหากเด็กติดสมาร์ทโฟนว่า การติดสมาร์ทโฟน จะเป็นสิ่งที่ขัดขวางพัฒนาการของเด็กและรบกวนกิจวัตรประจำวันของพวกเขาได้ เช่น ตื่นสาย อ่อนเพลียในตอนเช้า หมดความสนใจในกิจกรรมรอบตัว เนื่องจากสนใจแต่จะเล่นสมาร์ทโฟน เมื่อไม่ได้เล่นสมาร์ทโฟนจะรู้สึกหงุดหงิดหรือหงุดหงิด ซึ่งสาเหตุของการติดสมาร์ทโฟนและแท็บเล็ต แบ่งเป็น 2 สาเหตุหลักคือ 1. การหลั่งของสารโดปามีน (Dopamine) เมื่อเด็กได้ทำกิจกรรมแปลกใหม่ และ 2. พ่อแม่ของเด็กเอง เพราะส่วนใหญ่ พ่อแม่ คือคนให้เด็กได้สัมผัสกับสมาร์ทโฟนเป็นครั้งแรก การเล่นเกมที่เกินพอดีเกิดจากพ่อแม่ให้

สมาร์ทโฟนเป็นของเล่นแก่เด็กและเพื่อต้องการให้เด็กหยุดอยู่กับที่เมื่อพ่อแม่ไม่มีเวลาให้ รวมทั้งพ่อแม่ไม่ทราบถึงอันตรายจากการเล่นสมาร์ทโฟนอย่างต่อเนื่องหลายชั่วโมง ดังนั้น สาเหตุของการที่เด็กติดสมาร์ทโฟนนั้นเกิดจากการหลงของสารโดปามีนแล้ว ยังเกิดจากพ่อแม่ บุคคลใกล้ชิดตัวเด็ก ที่จะเป็นผู้เอาใจใส่ให้เด็กมีการเล่นสมาร์ทโฟนให้อยู่ในขอบเขตและระยะเวลาที่เหมาะสม (อรุณรุ่ง ศิริเจริญ, 2557) ถึงแม้ปัจจุบันแอปพลิเคชันหรือสื่อจากหน้าจอมีความดึงดูดใจให้เด็กจดจ่อได้นาน บทบาทของผู้ปกครองจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการควบคุมดูแลการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของบุตรหลานให้มีการใช้งานได้อย่างเหมาะสม หากผู้ปกครองตระหนักถึงผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นและตั้งกฎเกณฑ์การใช้อุปกรณ์ที่ชัดเจน ตามคำแนะนำของ American Academy of Pediatrics (2013) เช่น กำหนดระยะเวลาการใช้งาน จำกัดแอปพลิเคชันที่เด็กสามารถเข้าถึงได้ ร่วมทำกิจกรรมกับเด็กเพื่อช่วยในการเรียนรู้และสร้างความสัมพันธ์ที่ดี รวมถึงการเป็นแบบอย่างที่ดีในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตโดยการไม่ใช้งานหน้าจอมากเกินไป การรู้เท่าทันสื่อ จึงเป็นทักษะที่สำคัญสำหรับผู้ปกครองในยุคปัจจุบัน การเรียนรู้และตระหนักรู้ถึงผลกระทบจากสื่อที่มีต่อตนเองและเด็กปฐมวัย จะช่วยให้ผู้ปกครองสามารถดูแลเด็กได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้เด็กสามารถเติบโตได้อย่างมีพัฒนาการที่สมวัย มีสุขภาพที่ดีทั้งร่างกายและจิตใจไปพร้อมกับการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีให้เป็นเครื่องมือที่ส่งเสริมพัฒนาการและพัฒนาขีดความสามารถในการเรียนรู้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผู้วิจัยจึงมีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาสถานการณ์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย เพื่อให้ผู้ปกครองและผู้ดูแลเด็กได้เห็นความสำคัญในการพัฒนาตนเองให้รู้เท่าทันสื่อและนำไปสู่การเป็นผู้ช่วยเหลือส่งเสริมพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็กให้เหมาะสมตามวัย

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการรู้เท่าทันสื่อ

European Commission (2007), Canadian Council on Learning (2008), และ UNESCO-Teacher Training (2008) ให้ความหมายที่สอดคล้องกันว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง (access) เข้าใจ (understand) ประเมิน (evaluate) และสร้างสรรค์ (create) เนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลายภายใต้บริบทที่แตกต่างกัน (European Commission, Canadian Council on Learning, UNESCO-Teacher Training อ้างถึงใน Oxstrand, 2009)

บุพผา เมฆศรีทองคำ (2554) ได้สรุปว่า “การรู้เท่าทันสื่อ” หมายถึง ความสามารถของแต่ละบุคคลในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ ประเมิน และ สร้างเนื้อหาสื่อในรูปแบบที่หลากหลาย ด้วยความตระหนักถึงผลกระทบของสื่อโดยไม่ถูกรอบงำจากสื่อ และสามารถเสริมสร้างพลังอำนาจของตนเองเพื่อให้สามารถใช้สื่อเป็นประโยชน์ต่อการเรียนรู้และการดำรงชีวิตของทั้งต่อตนเอง ครอบครัว ชุมชนและสังคม (บุพผา เมฆศรีทองคำ, 2554)

ดังนั้น สรุปได้ว่า การรู้เท่าทันสื่อ หมายถึง ความสามารถในการเข้าถึง เข้าใจ ตีความ และประเมินเนื้อหาสื่อด้วยความตระหนักรู้ถึงผลกระทบของสื่อ เพื่อไม่ให้ถูกสื่อครอบงำ และสามารถสร้างอำนาจของตนเองให้มีความสามารถใช้สื่อได้อย่างมีประโยชน์ต่อการดำรงชีวิตทั้งต่อตนเองและสังคม

องค์ประกอบความรู้เท่าทันสื่อ

Center for Media Literacy (2008) ได้ระบุและอธิบายทักษะที่จำเป็นในการรู้เท่าทันสื่อทั้งหมด 5 ทักษะ ดังนี้

1. ทักษะในการเข้าถึง (Access Skill)
2. ทักษะการวิเคราะห์ (Analyze Skill)
3. ทักษะการประเมินเนื้อหาสาร (Evaluate Skill)
4. ทักษะการสร้างสรรค์ (Create Skill)
5. ทักษะการมีส่วนร่วม (Participate Skill) (Center for Media Literacy, 2008 อ้างถึงใน บุษพา

เมฆศรีทองคำ, 2554)

ระดับการรู้เท่าทันสื่อ

เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ (เอื้อจิต วิโรจน์ไตรรัตน์ อ้างถึงใน กวิสรา ทองดี และ สุรพล บุญลือ, 2557) กำหนดระดับการรู้เท่าทันสื่อออกเป็น 4 ระดับ จากการศึกษาความหมายของผู้รับสารจากสื่อ สื่อวิทยุโทรทัศน์ วิทยุกระจายเสียง สื่อหนังสือพิมพ์ สื่ออินเทอร์เน็ต ดังนี้

- ระดับที่ 1 ความตระหนัก (Awareness)
- ระดับที่ 2 ความเข้าใจ (Comprehension)
- ระดับที่ 3 การวิเคราะห์ (Analyze)
- ระดับที่ 4 การประเมิน (Evaluation) การตัดสินใจ (Judgment)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ

Buckingham และคณะ (2005) และ Livingstone และคณะ (2007) (Buckingham et al, 2005 และ Livingstone et al, 2007 อ้างถึงใน บุษพา เมฆศรีทองคำ, 2554) กล่าวถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ ดังนี้

1. อายุ (Age)
2. สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม (Socio-Economic Status: SES) หมายถึง รายได้ การศึกษาและระดับชั้นทางสังคม
3. เพศ (Gender)
4. ความพิการหรือการไร้ความสามารถ (Disability)
5. การออกแบบของเทคโนโลยีและเนื้อหา (Design)
6. ความตระหนักของผู้บริโภค (Consumer Awareness)
7. คุณค่าที่รับรู้ได้ (Perceived Value)
8. ความสามารถในตน (Self-Efficacy)
9. เครือข่ายทางสังคม (Social Networks)
10. ส่วนประกอบทางครอบครัว (Family Composition)
11. สถานที่ทำงาน (Work)
12. ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่เกี่ยวข้องกับสถาบัน (Institutional Stakeholders)

สถานการณ์การใช้สื่อในครอบครัว

ปัจจุบันเด็กทั่วโลกต่างตกอยู่ในท่ามกลางวัฒนธรรมสื่อที่ถือเป็นสิ่งแวดล้อมและปัจจัยส่งเสริมการเรียนรู้ของเด็ก ไม่ว่าจะเป็นเรื่องทีวีที่เปรียบเสมือนเพื่อนประจำบ้านของเด็ก ซึ่งพบว่า เด็กส่วนใหญ่ใช้เวลาดูโทรทัศน์โดยเฉลี่ยประมาณ 3-5 ชั่วโมง ไม่รวมสื่ออินเทอร์เน็ตและโทรศัพท์มือถือที่มีแนวโน้มมาแทนที่สื่ออื่น ๆ ในเร็ววันนี้ (อมรวิชัย นาครพรรพ, 2557) ข้อมูลจากการสำรวจวัฒนธรรมการใช้ชีวิตของเด็กและเยาวชนเรื่อง "ชีวิตไซเบอร์" ในโครงการความร่วมมือระหว่างกระทรวงวัฒนธรรมกับสถาบันรามจิตติ สำรวจกลุ่มตัวอย่างเด็กและเยาวชนทั้งสิ้น 3,360 คน พบว่า เด็กใช้เวลาหนึ่ง 1 ใน 3 ของชีวิตกับสื่อเทคโนโลยีต่าง ๆ เช่น คุยโทรศัพท์ เช็กอีเมล ค้นข้อมูลหรืออ่านข่าวในอินเทอร์เน็ต แชน ดูหนังจากซีดี วีซีดี วิดีโอ เล่นเกมคอมพิวเตอร์ รวมกันกว่า 7 ชั่วโมงต่อวัน โดยพฤติกรรมการใช้สื่อนี้สามารถก่อให้เกิดความเสี่ยงด้านสุขภาพในแง่ของการเหนื่อยล้าอ่อนเพลียจากการใช้เวลากับสื่อนานเกินไป หรือในบางกรณี เช่น เด็กติดเกมอาจเสี่ยงต่อการอดหลับอดนอนเพราะเสพสื่อมากเกินไป มีความเสี่ยงต่ออาการสมองฝ่อ เด็กร้อยละ 41.4 บอกว่าใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อความบันเทิงมากกว่าความรู้ ขณะที่เด็กเล็กใช้เวลาเฉลี่ยกว่า 3 ชั่วโมงกับการดูทีวี ทั้งที่มีข้อมูลเชิงงานวิชาการเสนอว่าการดูทีวีเกิน 2 ชั่วโมงของเด็กเล็กจะมีผลต่อสมองและพัฒนาการของเด็ก (อรอุมา อาสารินทร์, 2557)

Channel News Asia ประเทศสิงคโปร์ รายงานว่า เด็กในวัยที่กำลังพัฒนาการ อายุ 1-5 ปี ที่มีการใช้สมาร์ทโฟนและอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์เป็นประจำ จะส่งผลกระทบต่อทักษะการเคลื่อนไหว พัฒนาการทางสติปัญญาและทางสังคม เช่นเดียวกับแท็บเล็ต แท็บเล็ตไม่สามารถทดแทนการเล่นแบบเดิมได้ เช่น การวาดเขียน ด้วยสีเทียน การเล่นนอกบ้าน การเล่นเกมปริศนา และการอ่านหนังสือ ซ้ำยังมีผลเสียต่อเด็กอีกด้วย (สรวาน เออร์บาด อ้างถึงใน TheAsianparent Thailand, 2558)

American Academy of Pediatrics (2013) มีข้อเสนอแนะต่อผู้ปกครองว่า ควรจำกัดเวลาการใช้สื่อของเด็กไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน ไม่ควรให้เด็กอายุต่ำกว่า 2 ปี เข้าถึงสื่อทุกชนิด จดวางโทรทัศน์และเครื่องมือสื่อสารที่สามารถเข้าอินเทอร์เน็ตได้ไว้นอกห้องนอนของเด็ก ดูแลการเข้าถึงสื่อของเด็ก รวมถึงเว็บไซต์ต่าง ๆ ที่เด็กจะสามารถเข้าไปดูได้ เช่น Social media มีการใช้เวลาร่วมกันในการใช้สื่อกับเด็กและวัยรุ่น ไม่ว่าจะเป็นการดูโทรทัศน์หรือภาพยนตร์ และใช้เวลานั้นร่วมพูดคุยแลกเปลี่ยนกันเพื่อสร้างเวลาคุณภาพให้กับครอบครัว ตั้งข้อตกลงภายในครอบครัวให้เวลารับประทานอาหารกับเวลานอนเป็นช่วงเวลาที่ปราศจากการใช้สื่อทุกชนิด รวมถึงโทรศัพท์มือถือ ทั้งนี้ เพื่อเป็นการป้องกันไม่让孩子ใช้เวลาส่วนใหญ่ไปกับเครื่องมือสื่อสาร ที่จะเป็นสิ่งกัซัดขวางพัฒนาการและการเรียนรู้ของเด็ก หรือก่อให้เกิดพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมในอนาคต

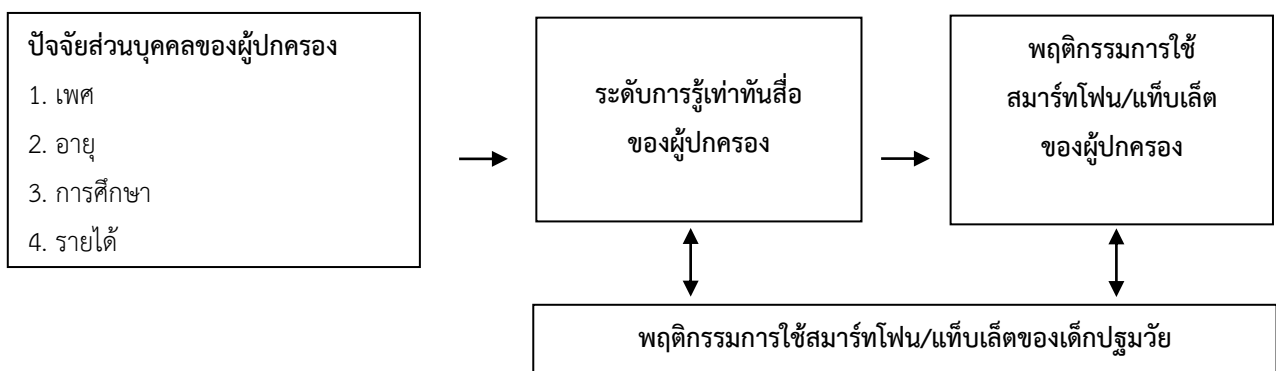
นางพาง ลิมสุวรรณ (2559) อธิบายไว้ว่า เนื่องจากเด็กต้องอาศัยการเลี้ยงดูของผู้ใหญ่เป็นเวลานานหลายปีจึงสามารถช่วยตนเองและพึ่งตนเองได้ ฉะนั้นการเลี้ยงดูและการอบรมเด็กจึงเป็นปัจจัยที่สำคัญยิ่งในการจะทำให้เด็กมีความสุขกายและใจดีเต็มที่ตามศักยภาพสูงสุด (Maximum potential) ของเด็กแต่ละคน การที่จะเป็นเช่นนี้ได้พ่อแม่หรือผู้เลี้ยงดูเด็กต้องสามารถเลี้ยงดูและอบรมเด็กได้อย่างเหมาะสม

การอบรมหรือฝึกวินัยในเด็กจึงต้องเริ่มต้นจากการเริ่มสัมพันธ์ที่ดีกับเด็ก ให้ความรัก ความเอาใจใส่ มีการตอบสนองที่ดีต่อความต้องการทางจิตใจของเด็ก และข้อสำคัญคือ การที่ผู้ปกครองเป็นแบบอย่างที่ดี

ในขณะที่สถานการณ์พัฒนาการเด็กปฐมวัยในประเทศไทย (อายุ 0-5 ปี) ที่มีจำนวนทั้งสิ้น 5,346,592 คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2553) ในรอบ 15 ปีที่ผ่านมา สุริยเดว ทรีปาตี (2557) พบว่า เด็กปฐมวัยประมาณร้อยละ 30 หรือ 1 ใน 3 ของเด็กเล็กในประเทศมีพัฒนาการล่าช้า ซึ่งถือว่ามีจำนวนที่สูงมาก โดยพบว่ามีพัฒนาการทางภาษาล่าช้า ถึงร้อยละ 20 ตามด้วยพัฒนาการทางปฏิภานไหวพริบและการเข้ากับสังคม อีกร้อยละ 5 ซึ่งพัฒนาการทั้ง 2 ด้านมีผลต่อระดับสติปัญญา ส่งผลต่อการเรียนรู้ทั้งด้านทักษะการอ่าน เขียน คิดคำนวณ และไอคิว สาเหตุที่ทำให้เด็กเล็กมีพัฒนาการล่าช้า มาจาก 3 สาเหตุ คือ 1. ขาดภาวะโภชนาการที่ดีและมีคุณค่า 2. ปัจจัยการเลี้ยงดูหรือคนเลี้ยงมีปัญหาโดยเฉพาะในครอบครัวเดียวที่มีถึงร้อยละ 30 มีโอกาสการเลี้ยงดูลูกน้อย เด็กจึงอยู่ในความดูแลของพี่เลี้ยงเด็กสถานรับเลี้ยงเด็ก และศูนย์เด็กเล็ก ซึ่งจุดรับฝากเด็กควรมีกระบวนการพัฒนาเด็กที่มีคุณภาพ 3. การใช้สื่อโทรทัศน์หรือสมาร์โฟนกับเด็กอายุต่ำกว่า 3 ปี 3 ขวบปีแรกควรหยุดการใช้สื่อเทคโนโลยี แต่ควรใช้วิธีเล่นนิทานหรือการเล่นเพื่อกระตุ้นประสาทสัมผัสทั้งหมด (สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน, ยูนิเซฟ ประเทศไทย, 2557)

จากสถานการณ์พัฒนาการเด็กปฐมวัยที่กล่าวมา เด็กไทยส่วนหนึ่งยังมีพัฒนาการล่าช้า ซึ่งเกิดจากหลายปัจจัย การที่เด็กได้เข้าถึงและใช้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น สมาร์โฟนและแท็บเล็ตมากขึ้น อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่ก่อผลกระทบต่อพัฒนาการให้ไม่เป็นไปตามวัย ซึ่งคนที่จะสามารถหยิบบรรยากาศหรือให้เด็กเข้าถึงสื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพหรือไม่ขึ้นอยู่กับผู้ปกครอง หากผู้ใหญ่มีความสามารถในการรู้เท่าทันสื่อแล้ว จะสามารถดูแลการใช้สื่อของบุตรหลานให้มีปริมาณการใช้ที่เหมาะสมได้เช่นกัน ในขณะที่เด็กจะเกิดการเรียนรู้จากการดูแลของผู้ปกครอง สอดคล้องกับทฤษฎีของ ไวก็อตสกี ที่อธิบายว่า พื้นที่รอยต่อพัฒนาการ (Zone of Proximal Development) คือ ระยะห่างระหว่างระดับพัฒนาการที่แท้จริง ซึ่งกำหนดโดยลักษณะการแก้ปัญหาของแต่ละบุคคลกับระดับของศักยภาพแห่งพัฒนาการ ซึ่งพื้นที่รอยต่อพัฒนาการในวันนี้ จะเป็นระดับของพัฒนาการในวันพรุ่งนี้ อนุใดก็ตามที่เด็กสามารถทำได้โดยอยู่ภายใต้ความช่วยเหลือในวันนี้ วันพรุ่งนี้เด็กจะสามารถทำได้ด้วยตัวของเขาเอง เพียงได้รับการเรียนรู้ที่ดีก็จะนำมาซึ่งพัฒนาการที่เจริญขึ้น (Vygotsky, 1978 อ้างถึงใน Proud N. Boonrak, 2013)

กรอบแนวคิดการวิจัย



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ปกครองส่งผลให้มีระดับการรู้เท่าทันสื่อที่แตกต่างกัน
2. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยชิ้นนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive sampling) จากกลุ่มประชากรที่เป็นผู้ปกครองของเด็กอายุ 3 ปี ถึง อายุ 5 ปี 11 เดือน 29 วัน จำนวน 366 คน ในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา โดยใช้การคำนวณสูตรของทาโร ยามาเน่ (Yamane, 1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% โดยยอมให้เกิดความคาดเคลื่อนได้ไม่เกินร้อยละ 0.05 จึงได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 191 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต ของเด็กปฐมวัยและการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ประกอบด้วยข้อคำถาม 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปและการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) สอบถามถึงพฤติกรรมการใช้ ลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย รวมทั้งเงื่อนไขการใช้งานที่ผู้ปกครองมีต่อเด็ก

ส่วนที่ 2 ข้อมูลเกี่ยวกับการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครอง เป็นแบบเลือกตอบ (Checklist) ประกอบไปด้วยข้อคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมและลักษณะการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครอง

ส่วนที่ 3 การรู้เท่าทันสื่อ ประกอบด้วยข้อคำถามย่อย จำนวน 25 ข้อที่เกี่ยวกับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง มีลักษณะการตอบคำถามเป็นมาตราประมาณค่า Likert Scale และให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) แบ่งคำตอบ ออกเป็น 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด

การแปลผลคะแนนของข้อคำถามในส่วนของการรู้เท่าทันสื่อ ผู้วิจัยได้แบ่งระดับการรู้เท่าทันสื่อ ไว้ดังนี้			
มีคะแนนระหว่าง	4.21 - 5.00	หมายถึง	รู้เท่าทันสื่อระดับดีมาก
มีคะแนนระหว่าง	3.41 - 4.20	หมายถึง	รู้เท่าทันสื่อระดับดี
มีคะแนนระหว่าง	2.61 - 3.40	หมายถึง	รู้เท่าทันสื่อระดับปานกลาง
มีคะแนนระหว่าง	1.81 - 2.60	หมายถึง	รู้เท่าทันสื่อระดับพอใช้
มีคะแนนระหว่าง	1.00 - 1.80	หมายถึง	รู้เท่าทันสื่อระดับควรปรับปรุง

การสร้างเครื่องมือในการวิจัย

ผู้วิจัยทบทวนวรรณกรรม ข้อมูลเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยปรับใช้แบบสอบถามจากการวิจัยและพัฒนาแบบวัดทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา ของ โดยปกรณ์ ประจัญบาน

และอนุชา กอนพ่วง ปกรณ์ ประจัญบาน (2558) และแบบสอบถามข้อมูลการใช้งานสมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครอง และเด็กปฐมวัยจาก Parent survey protocol childrearing and Digital Media Questionnaire จากงานวิจัยเรื่อง EU Kids online โดย Sonia Livingstone, The London school of Economics and Political science (Livingstone, 2010) นำแบบสอบถามทดสอบความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน โดยให้การหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC: Item –Objective Congruence) คัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าเฉลี่ยดัชนีความสอดคล้องที่มากกว่า 0.50 ขึ้นไปมาใช้ และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยนำแบบสอบถามที่ผ่านการหาค่าความเที่ยงตรงไปทดลองใช้กับกลุ่มผู้ปกครองที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะใช้ในงานวิจัย จำนวน 30 คน แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยนี้ มีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของคำถามแต่ละข้ออยู่ระหว่าง 0.90-0.91 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟารวมทุกข้อที่ 0.92 หลังจากนั้น จึงปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้สมบูรณ์ เช่น ข้อคำถามที่เกิดความกำกวม ทำให้กลุ่มตัวอย่างไม่แน่ใจว่าควรตอบคำถามนี้ได้มากกว่า 1 ข้อ หรือเลือกตอบเพียงข้อเดียว แล้วจึงนำแบบสอบถามไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัยต่อไป

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บข้อมูลโดยให้ผู้ปกครองหรือผู้ดูแลใกล้ชิดเด็กไม่ต่ำกว่า 6 เดือน ตอบแบบสอบถามพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยและการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้สถิติเชิงพรรณนาหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของการใช้สมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยและผู้ปกครอง ใช้การทดสอบสถิติไคสแควร์ (Chi-square) ในการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองกับระยะเวลาในการใช้สมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของเด็ก รวมทั้งใช้การวิเคราะห์ความแตกต่างความแปรปรวนของสองประชากร (F-Test) และวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (ANOVA) เพื่อทดสอบค่าความแตกต่างระหว่างกลุ่ม

ผลการวิจัย

1. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง

ตารางที่ 1 แสดงข้อมูลระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองรวมทั้ง 5 ทักษะ

ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ	\bar{X}	SD	ระดับการรู้เท่าทันสื่อ
1. ทักษะการเข้าถึง	3.93	.64	ดี
2. ทักษะการวิเคราะห์	3.87	.56	ดี
3. ทักษะการประเมินสื่อ	3.92	.60	ดี
4. ทักษะการสร้างสรรค์	3.27	.76	ปานกลาง
5. ทักษะการมีส่วนร่วม	3.32	.78	ปานกลาง
รวม	3.66	.56	ดี

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ปกครองมีระดับการรู้เท่าทันสื่อในภาพรวมอยู่ในระดับดี เมื่อพิจารณาเป็นรายทักษะ พบว่า มีระดับการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับดีและระดับปานกลาง เรียงตามลำดับได้ดังนี้ 1. ทักษะการเข้าถึง 2. ทักษะการประเมินสื่อ 3. ทักษะการวิเคราะห์ 4. ทักษะการมีส่วนร่วม และ 5. ทักษะการสร้างสรรค์

2. ผลการทดสอบสมมติฐานความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ปกครอง พบว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อระหว่างผู้ปกครองเพศหญิงและเพศชายมีค่าเฉลี่ยคะแนนไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ในขณะที่พบว่าความแตกต่างระหว่างอายุ ระดับการศึกษา และรายได้ของผู้ปกครอง มีระดับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3. ผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

ตารางที่ 2 แสดงความสัมพันธ์ระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย	ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง	
	χ^2	p
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน	19.34	.50
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์	20.43	.06

จากตารางที่ 2 ระยะเวลาที่เด็กปฐมวัยใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน และระยะเวลาที่เด็กปฐมวัยใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ มีค่า p มากกว่า 0.05 หมายความว่า ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

4. ความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองกับระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

ตารางที่ 3 แสดงความสัมพันธ์ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครองกับระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย	ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองต่อวัน	
	χ^2	p
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน	52.58	.001**
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์	32.45	.006**

** = $p < .01$

จากตารางที่ 3 พบว่า ระยะเวลาที่ผู้ปกครองใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน กับ ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของเด็กปฐมวัย และ ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัย มีค่า p น้อยกว่าระดับนัยสำคัญที่ .01 จึงหมายความว่า ระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของเด็กปฐมวัย และ ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน

ของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตารางที่ 4 แสดงความสัมพันธ์ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของผู้ปกครองกับระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

พฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย	ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองต่อสัปดาห์	
	χ^2	p
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวัน	16.23	.37
ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์	47.88	.000**

** = $p < .01$

จากตารางที่ 4 พบว่า ระยะเวลาที่ผู้ปกครองใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ กับ ระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของเด็กปฐมวัย มีค่า $p = .37$ มากกว่าระดับนัยสำคัญที่ .05 จึงหมายความว่า ระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของเด็กปฐมวัย

ในขณะที่พบว่า ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัย โดยมีค่า $p = .000$ น้อยกว่า .01 จึงหมายความว่า ระยะเวลาในการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

สรุปและอภิปรายผล

1. สถานการณ์ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองของเด็กปฐมวัยในโรงเรียนเอกชนแห่งหนึ่งในจังหวัดสงขลา อยู่ในระดับดี แต่ในด้านทักษะการสร้างสรรค์ และทักษะการมีส่วนร่วมยังควรได้รับการส่งเสริม

จากผลการศึกษาในระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองนี้ มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของ กิติมา สุรสุนธิ ศึกษาเรื่อง การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ในปี 2555 โดยมีกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 25-27 ปี มีอาชีพประกอบธุรกิจส่วนตัว โดยมีระดับการศึกษาปริญญาตรีและต่ำกว่าปริญญาตรีในจำนวนที่เท่ากัน พบว่า จำนวนกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีส่วนมากมีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาปริญญาตรีส่วนมาก มีการรู้เท่าทันสื่ออยู่ในระดับมาก (กิติมา สุรสุนธิ, 2555) ซึ่งมีความแตกต่างกับการการศึกษาของ วิโรจน์ ศรีหิรัญ ศึกษาเรื่อง ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร เมื่อปี พ.ศ.2551 พบว่า ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง (วิโรจน์ ศรีหิรัญ, 2551)

ถึงแม้การวิจัยครั้งนี้ จะมีผลระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองในระดับดี ก็ยังคงพบว่า ทักษะที่กลุ่มตัวอย่างควรได้รับการส่งเสริมอย่างยิ่ง คือ ทักษะการสร้างสรรค์และทักษะการมีส่วนร่วม เนื่องจากมีค่าเฉลี่ยระดับ

การรู้เท่าทันสื่อที่เป็นสองอันดับสุดท้าย ดังนั้น กลุ่มผู้ปกครองจึงควรได้รับความรู้ความเข้าใจเรื่องการรู้เท่าทันสื่อในทักษะการสร้างสรรค์และการมีส่วนร่วมเพิ่มมากขึ้น

2. ผู้ปกครองที่มีอายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่แตกต่างกัน มีระดับการรู้เท่าทันสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

จากข้อทดสอบคะแนนการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองเพศหญิงและเพศชายมีค่าไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ Buckingham และคณะ เมื่อปี 2005 และ Livingstone และคณะ เมื่อปี 2007 ที่อธิบายไว้ว่า เพศ เป็นปัจจัยหนึ่งที่มีนัยสำคัญที่เชื่อมโยงกับทักษะระดับสูงที่เพิ่มขึ้นโดยอยู่บนพื้นฐานของการเข้าถึงสื่อ เช่น เพศชาย มีโอกาสในการสร้างสรรค์เนื้อหาสื่อในเว็บไซต์และสื่อชุมชนมากกว่าเพศหญิง (Buckingham et al และ Livingstone et al อ้างถึงใน บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2554) แต่ผลทดสอบมีความสอดคล้องกันในเรื่อง อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ที่เป็นส่วนหนึ่งของปัจจัยด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคม ซึ่ง Buckingham et al และ Livingstone et al อธิบายไว้ว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมมีผลต่อการเข้าถึง เข้าใจและการสร้างสรรค์ในมิติของการรู้เท่าทันสื่อ ส่วนการศึกษามีความสำคัญอย่างมากต่อความเข้าใจอย่างพินิจพิเคราะห์ (Buckingham et al และ Livingstone et al อ้างถึงใน บุบผา เมฆศรีทองคำ, 2554) ซึ่งการที่พบผลทดสอบว่า เพศ ไม่สอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการรู้เท่าทันสื่อ นั้น อาจเกิดจากการทดสอบในกลุ่มตัวอย่างที่เล็กและมีการสุ่มแบบเฉพาะเจาะจง จึงทำให้ผลการทดสอบไม่สามารถออกมาเป็นตัวแทนประชากรหรือไม่สามารถสรุปเป็นข้อเท็จจริงได้

อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ปัจจัยส่วนบุคคลจะเป็นปัจจัยหนึ่งที่มีส่วนให้ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองมีความแตกต่างกัน แต่ถ้าหากบุคคลมีความสนใจและพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อของตนเองและใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการสร้างเวลาคุณภาพกับบุตรหลานได้ จะส่งผลให้เป็นผู้รู้เท่าทันสื่อและมีความสามารถในการใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ นำไปสู่การเป็นผู้ดูแลและเป็นแบบอย่างในการใช้สื่อที่เหมาะสมให้กับบุตรหลานของตนต่อไป

3. ระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ไม่มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย

จากการวิเคราะห์ผล ไม่พบความสัมพันธ์กันระหว่างระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยในส่วนของระยะเวลา แต่กลับพบความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครองกับการเลือกแอปพลิเคชันพัฒนาทักษะของเด็กให้เด็กใช้จากการทดสอบทางสถิติเพิ่มเติม และพบว่าระดับการรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาที่ผู้ปกครองใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ซึ่งอาจสะท้อนให้เห็นว่า การรู้เท่าทันสื่อของผู้ปกครอง ไม่ได้เป็นสิ่งที่ส่งผลหรือมีความสัมพันธ์โดยตรงกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็ก แต่ส่งผลต่อการใช้อุปกรณ์ของตนเอง

4. ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครองและเด็กปฐมวัย มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้น ควรส่งเสริมให้ผู้ปกครองมีการใช้สื่ออย่างเหมาะสมเพื่อให้ผู้ปกครองเป็นผู้แนะนำดูแลการใช้สื่อต่อเด็กได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด

ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างระยะเวลาการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองกับระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย พบว่า ระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครอง มี

ความสัมพันธ์กับระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของเด็กปฐมวัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 รวมทั้งพบว่า ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และ พบว่า ระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของผู้ปกครอง มีความสัมพันธ์กับระยะเวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อสัปดาห์ของเด็กปฐมวัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาของ Nikken & Schols (2015) ศึกษากลุ่มเด็กอายุ 0-7 ปี ที่มีการใช้ TV, Computer, Game Consoles และ Touchscreen โดยพบความสัมพันธ์ว่า เด็กจะใช้คอมพิวเตอร์และอุปกรณ์หน้าจอสัมผัสลดลงเมื่อผู้ปกครองมีการใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์มากกว่าเดิม และกิจกรรมที่เด็กใช้ มีความสัมพันธ์กับรูปแบบการดูแลการใช้สื่อของผู้ปกครอง แต่จากการวิเคราะห์ข้อมูลครั้งนี้ แม้จะพบว่าระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตต่อวันของผู้ปกครองและระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยมีความสัมพันธ์กัน แต่ยังไม่สามารถบอกได้ว่าเป็นความสัมพันธ์ในทิศทางใด ซึ่งจากผลการวิจัยที่พบความสัมพันธ์นี้ อาจกล่าวได้ว่า ผู้ปกครองถือว่าเป็นตัวแปรสำคัญในการส่งเสริมให้เด็กสามารถเข้าถึงสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตได้มากหรือน้อย หากผู้ปกครองมีความรู้ความเข้าใจด้านการใช้สื่อกับเด็กได้ อย่างเหมาะสมก็จะเป็นผลประโยชน์ที่เด็กจะได้รับประสบการณ์การเรียนรู้โดยมีสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตเป็นเครื่องมือช่วยส่งเสริมพัฒนาการของเด็กต่อไป

จากผลการวิจัยนี้ที่พบว่า ระยะเวลาการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองและเด็กปฐมวัยมีความสัมพันธ์กัน สิ่งที่น่าสนใจจากการวิจัยนี้คือ ผู้ปกครองเป็นผู้ที่สามารถส่งเสริมให้เด็กสามารถเข้าถึงสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตได้ ไม่ว่าจะเป็นการอนุญาตให้เด็กใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต การให้เด็กเล่นเกมบนสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ต, หรือ การเลือกแอปพลิเคชันให้เด็กใช้ ซึ่งการจะส่งเสริมให้เด็กเข้าถึงสื่อได้นั้นมาจากการเลี้ยงดูของผู้ปกครอง จากงานวิจัยของ ชาญวิทย์ พรนภดล (2552) ได้พบว่า ปัจจัยการเลี้ยงดูของผู้ปกครอง เป็นปัจจัยที่ส่งผลและมีอิทธิพลอย่างมากที่จะทำให้เด็กติดเกมหรือเป็นปัจจัยที่จะลดโอกาสการติดเกมของเด็กได้ หากผู้ปกครองมีการตั้งกฎกติกา มีการจำกัดเวลาในการเล่น (ชาญวิทย์ พรนภดล, 2552)

ถึงแม้งานวิจัยนี้จะพบความสัมพันธ์ระหว่างการรู้เท่าทันสื่อกับผู้ปกครองมีการเลือกแอปพลิเคชันพัฒนาทักษะการเรียนรู้ให้เด็กใช้ ซึ่งปัจจุบันได้มีเนื้อหาในแอปพลิเคชันที่พัฒนาขึ้นให้เหมาะสมกับเด็กและผู้ปกครองได้ให้ความเห็นว่า การให้เด็กใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตจากแอปพลิเคชันที่ผู้ปกครองเลือกให้ จะส่งผลดีต่อตัวเด็ก เนื่องจากทำให้เด็กได้พัฒนาทักษะการเรียนรู้ เช่น ตัวอักษรต่าง ๆ การอ่านออกเสียง รวมถึงการเรียนรู้ภาษาอังกฤษผ่านแอปพลิเคชัน เป็นต้น แต่อีกด้านหนึ่ง ถ้าหากผู้ปกครองให้เด็กใช้เวลาในการใช้สมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตมากเกินไป อาจสร้างผลกระทบต่อสุขภาพของเด็กได้โดยเฉพาะผลกระทบต่อสายตา เนื่องจากการจ้องหน้าจอนาน และยิ่งสมาร์ทโฟนนั้นเป็นเครื่องมือที่มีหน้าจอนขนาดเล็กจะสามารถส่งผลกระทบต่อสุขภาพเด็กได้ ซึ่งผู้วิจัยมีความเห็นว่าไม่ว่าผู้ปกครองจะอนุญาตให้เด็กมีการใช้งานสมาร์ทโฟน/แท็บเล็ตเพื่อทำกิจกรรมใด การตั้งกติกาและกำหนดเวลาการใช้งานให้ไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน ยังคงเป็นเรื่องที่ควรปฏิบัติ ดังการแนะนำจากชมรมจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่นแห่งประเทศไทย (2557) ได้แนะนำว่า ผู้ปกครองควรประเมินความพร้อมของตนเองเพื่อที่จะเป็นแบบอย่างที่ดีสำหรับเด็ก ร่วมกันกำหนดกติกาการใช้อินเทอร์เน็ต และติดตามควบคุมให้เป็นไปตามข้อตกลงอย่างเหมาะสม กำหนดการใช้งานอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์น้อยกว่า 1 ชั่วโมงต่อวันในวันธรรมดา และไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน ใน

วันหยุดเสาร์-อาทิตย์ ไม่ให้เด็กใช้อินเทอร์เน็ตและเครือข่ายสังคมออนไลน์ในช่วง 1 ชั่วโมงก่อนเข้านอน เนื่องจาก อารมณ์บวกรอนของเด็กรู้สึกได้, ฝึกวินัยให้เด็กมีความสามารถในการควบคุมตนเองในการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยี สารสนเทศและอินเทอร์เน็ต, เด็กและวัยรุ่นควรได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนการใช้อินเทอร์เน็ตทุกครั้ง ครอบครัวควรมีแนวทางเดียวกันในการเลี้ยงดู เพื่อให้เด็กเชื่อฟังและไม่สับสน และต้องมีความสม่ำเสมอ เอาจริง กับกติกา ในบ้าน ซึ่งหากผู้ปกครองสามารถเป็นแบบอย่างที่ดีและสร้างวินัยให้แก่เด็กได้ จะส่งผลให้ผู้ปกครองและเด็กนั้นใช้สื่อ ที่มีอยู่ได้อย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผู้ปกครอง ควรศึกษาเรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อให้มากยิ่งขึ้น เพื่อเป็นการเพิ่มทักษะการเรียนรู้เท่าทันสื่อให้แก่ตนเอง เพื่อเป็นผู้ดูแลการใช้งานสื่อชนิดต่าง ๆ ของบุตรหลาน เป็นตัวอย่างที่ดีในการใช้สื่อและเป็นผู้แนะนำการใช้งานให้เด็กสามารถใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการตั้งกฎการใช้งานสื่อเพื่อให้เด็กใช้งานสื่อได้อย่างเหมาะสม เช่น เด็กจะต้องได้รับอนุญาตจากผู้ปกครองก่อนใช้สื่อทุกครั้ง สร้างข้อตกลงในการใช้งานต่อวันกับเด็ก จำกัดเนื้อหาการเข้าถึง รวมทั้งให้คนในครอบครัวดูแลวินัยเด็กให้เป็นไปในแนวทางเดียวกัน และส่งเสริมให้เด็กมีกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น ขวนเด็กเล่นกีฬา วาดภาพระบายสี ทำกิจกรรมกลางแจ้ง เป็นต้น

2. โรงเรียน ควรมีการจัดอบรมให้ความรู้เรื่องการเรียนรู้เท่าทันสื่อและการใช้สื่ออย่างเหมาะสมแก่กลุ่มผู้ปกครอง คอยกระตุ้นและผลักดันให้ผู้ปกครองเห็นความสำคัญของการใช้สื่อได้อย่างสร้างสรรค์ เหมาะสม และมีคุณภาพ

3. ผู้ให้บริการด้านสื่อออนไลน์ มีการตรวจสอบอายุผู้เข้าใช้งาน โดยผู้เข้าใช้งานจะต้องทำการล็อกอินเข้าระบบทุกครั้ง ในขณะที่ผู้ให้บริการสื่อออนไลน์ มีการกำหนดระยะเวลาการใช้งานไม่เกิน 2 ชั่วโมงต่อวัน

4. หน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรมีนโยบายส่งเสริมการเรียนรู้ให้ประชาชนมีความรู้เท่าทันสื่อ โดยมีกลุ่มเป้าหมายเป็นคนทุกวัย เพื่อส่งเสริมให้ประชาชนมีค่านิยมการใช้สื่อได้อย่างมีวิจารณญาณ ส่งเสริมให้ผู้ผลิตสื่อมีการผลิตสื่อเพื่อพัฒนาเด็กให้มากยิ่งขึ้น รวมทั้งควบคุมเนื้อหาของสื่อ มีการจัด Rating การเข้าถึงสื่อให้ชัดเจนและบังคับใช้อย่างเข้มงวดและเพิ่มพื้นที่ลานกลางแจ้งในแต่ละชุมชน เพื่อให้ครอบครัวและเด็กได้มีพื้นที่ในการทำกิจกรรมร่วมกันให้มากขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาระดับการเรียนรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มผู้ปกครองและพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัยในประเทศไทยในเชิงคุณภาพเป็นที่น่าสนใจ เนื่องจากการให้กลุ่มตัวอย่างได้อธิบายในบางคำถามที่เกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของผู้ปกครองและเด็กปฐมวัย เช่น เหตุผลที่อนุญาตให้เด็กใช้งานสมาร์ตโฟน/แท็บเล็ต ทักษะคิดของผู้ปกครองที่มีต่อการใช้งานสมาร์ตโฟน/แท็บเล็ตของเด็กปฐมวัย เป็นต้น ซึ่งจะช่วยให้ได้ข้อมูลที่แท้จริง ลึกซึ้ง และเกิดประโยชน์ต่องานวิจัย รวมทั้ง อาจได้ข้อค้นพบที่น่าสนใจ

ข้อจำกัดในงานวิจัย

การศึกษาครั้งนี้ เป็นกรณีศึกษาเพียงโรงเรียนเดียวในจังหวัดสงขลา ดังนั้น เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สามารถเป็นตัวแทนอธิบายกลุ่มประชากรได้ จึงควรทำการวิจัยในกลุ่มประชากรที่ใหญ่ขึ้น และทำการสุ่มตัวอย่างอย่างเป็นขั้นตอน เพื่อให้ได้ตัวแทนประชากรและสามารถอภิปรายผลที่จะชี้ให้เห็นแนวโน้มสถานการณ์การรู้เท่าทันสื่อในกลุ่มผู้ปกครองและนำไปสู่การส่งเสริมการรู้เท่าทันสื่อในระดับนโยบายต่อไป

บรรณานุกรม

- กวิศรา ทองดี, สุรพล บุญลือ. (2557). การพัฒนาระดับการรู้เท่าทันสื่อโดยใช้ชุดฝึกอบรมแบบผสมความจริง เรื่อง การรู้เท่าทันสื่อโฆษณาสำหรับเด็ก และเยาวชน. ค้นเมื่อ 6 ธันวาคม 2559, จาก http://www.e-trainingvec.com/ncet2015/proceeding/ncet2015_44.pdf
- กิติมา สุรสนธิ. (2555). การรู้เท่าทันสื่อกับการมีส่วนร่วมทางการเมือง. วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิต, 6(2), 43-62
- ชาญวิทย์ พรนภดล และสำนักคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ. (2552). การศึกษาหาปัจจัยป้องกันการติดเกมในเด็กและวัยรุ่น. ค้นเมื่อ 21 สิงหาคม 2560 จาก <http://www1.si.mahidol.ac.th/Healtygamer/>
- ชาญวิทย์ พรนภดล และคณะ. คำแนะนำสำหรับผู้ปกครอง เรื่อง การใช้อินเทอร์เน็ตของเด็กและวัยรุ่น ชมรมจิตแพทย์เด็กและวัยรุ่นแห่งประเทศไทย. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: มีเดียโซน พรินต์ติ้ง; 2557
- นางพงา ลี้มสุวรรณ. (2559). จิตวิทยาการเลี้ยงดูและอบรมเด็ก. ค้นเมื่อ 8 กันยายน 2559, จาก <http://rama4.mahidol.ac.th/ramamental/?q=generaldoctor/06032014-1417>
- บุปผา เมฆศรีทองคำ. (2554). การรู้เท่าทันสื่อ:การก้าวทันบนโลกข่าวสาร. วารสารนักบริหาร. 31(1), 117-123.
- ปกรณัม ประจัญบาน, อนุชา กอนพวง. (2558). การวิจัยและพัฒนาแบบวัตทักษะในศตวรรษที่ 21 ด้านการรู้เท่าทันสื่อของนักเรียนชั้นมัธยมศึกษา. Journal of Education Naresuan University. 18(1), 144-154.
- วิโรจน์ ศรีหิรัญ. (2551). รายงานวิจัยเรื่อง ความรู้เท่าทันหนังสือพิมพ์ของประชาชนในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ศรีเรือน แก้วกวาง. จิตวิทยาพัฒนาการชีวิตทุกช่วงวัย (เล่ม 1) แนวคิดเชิงทฤษฎี-วัยเด็กตอนกลาง พิมพ์ครั้งที่ 9. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์; 2549.
- สถาบันวิจัยสังคมจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, สำนักงานส่งเสริมสังคมแห่งการเรียนรู้และคุณภาพเยาวชน, ยูนิเซฟ ประเทศไทย. (2557). เปิดสถานการณ์เด็กปฐมวัยพบ 1 ใน 3 ล่าช้า. สัมมนาการพัฒนาและดูแลเด็กปฐมวัยกับการคุ้มครองทางสังคม. ค้นเมื่อ 3 มีนาคม 2558 จาก <http://www.qf.or.th/Home/Contents/812>
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ การคาดประมาณประชากรของประเทศไทย 2543-2573. สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ; 2550.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2553). ประชากรจำแนกตามอายุรายปี เพศ และเขตการปกครองทั่วราชอาณาจักร พ.ศ. 2553.

องค์การยูนิเซฟประเทศไทย. การวิเคราะห์สถานการณ์เด็กและสตรี พ.ศ.2554. กรุงเทพมหานคร: องค์การยูนิเซฟประเทศไทย; 2554.

อมรวิชัย นาคทรพรพ. (2557). สถานการณ์เด็ก เยาวชน และ ผู้ด้อยโอกาสทางสังคม. สืบค้น เมื่อ 5 มีนาคม 2559, จาก <http://www.qlf.or.th/Home/Contents/147>

อรอุมา อาสารินทร์. (2557). สมาคมสื่อวิทยุเพื่อเด็กและเยาวชน. ผลกระทบสื่อออนไลน์. ค้นเมื่อ 5 มิถุนายน 2559, จาก <http://www.kidsradioclub.or.th/article/treatise/1125>

อุษา บิ๊กกินส์. (2554). ทักษะการรู้เท่าทันสื่อ เทคนิคขั้นตอนในการรู้เท่าทันสื่อและการวิเคราะห์สื่อ. แหล่งเรียนรู้เท่าทันสื่อและสารสนเทศแห่งประเทศไทย. ค้นเมื่อ 5 พฤษภาคม 2558 จาก http://www.milthailand.org/index.php?option=com_content&view=article&id=168%3A2011-09-06-04-30-58&catid=79%3A2011-08-29-15-57-41&Itemid=32&lang=th

American Academy of Pediatrics, Council on Children with Disabilities, Section on Development Behavioral Pediatrics, Bright Futures Steering Committee, Medical Home Initiatives for children With Special Needs Project Advisory Committee. Identifying infants and young children with developmental disorders in the medical home: An algorithm for development surveillance and screening. *Pediatrics* 2006; 118:405-20.

American Academy of Pediatrics. (2013). Children, Adolescents, and the Media. *Pediatrics*, 958-961.

Center for Media Literacy. (2008). Literacy for the 21st century: An overview & orientation guide to media literacy education (2nd ed.). Malibu, CA: Center for Media Literacy.

Deborah Brauser, 2013. Smartphone 'Addiction' May Affect Adolescent Development. June 29; 2016. <https://www.medscape.com/viewarticle/804666?form=fpf>

Linebarger, D.L., Walker, D. (2005). Infants' and toddlers' television viewing and language outcomes. *Am Behav Sci.*, 48(5):624-645.

Oxstrand, B. (2009). Media Literacy Education – A Discussion about Media Education in the Western Countries, Europe and Sweden. Doctor of Philosophy Thesis, University of Gothenburg.

Peter Nikken and Marjon Schols. (2015). How and why parents guide the media use of young children. *Journal of Child and Family Studies.*, 24(11).3423-3435

Proud N. Boonrak, (2013). ทฤษฎีไวก็อตสกี. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2559 จาก <https://www.slideshare.net/slideshow/ss-22554211/22554211>

Saiyai Sakawee. (2013). Smartphone usage among urban Thais doubles in past year, now at 36%. May 5; 2016 <https://www.techinasia.com/thailand-countries-highest-smartphone-tablet-usage-sea>

Sonia Livingstone. (2010). EU Kids online. The London school of Economics and Political science June 6; 2016. <https://lsedesignunit.com/EUKidsOnline/index.html?r=64>

TheAsiaParents Thailand. (2558). สมาร์ทโฟนมีโทษมากกว่ามีประโยชน์?. ค้นเมื่อ 9 พฤษภาคม 2559 จาก <http://th.theasianparent.com/สมาร์ทโฟนม์โทษมากกว่ามีประโยชน์/>

Yamane,T. (1973). Statistics: An Introductor Analysis. 3rd ed. New York: Harper and Row.

Zimmerman, F.J., Christakis, D. A., Meltzoff, A.N. (2007). Associations between media viewing and language development in children under age 2 years. J Pediatric, 151(4):364-368.

ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ
ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

The Marketing Mix (7Ps) of Thai Iced Tea Affecting Repeat Purchases by Consumers in
Mueang District, Surat Thani Province

ณัฐพงศ์ เพชรชูช่วย¹ และ สมพล พุ่งหว่า²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100041@rumail.ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1) พฤติกรรมการบริโภคชาไทยเย็น (2) ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่เกี่ยวข้องกับชาไทยเย็น (3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำ และ (4) ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาด (7P) กับการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในพื้นที่ดังกล่าว

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการเชิงปริมาณ โดยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างผู้บริโภคชาไทยเย็นจำนวน 400 คน ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผ่านแบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นจากแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้ถูกวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนาและการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (Stepwise)

ผลการทดสอบสมมติฐานงานวิจัย พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลในระดับสูงที่สุด (Beta= 0.311) รองลงมาคือด้านกระบวนการ (Beta= 0.271) ด้านบุคลากร (Beta= 0.214) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta= 0.096) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะ ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาคุณภาพชาไทยเย็น พร้อมสร้างกลยุทธ์การส่งเสริมการตลาดที่เหมาะสม เช่น การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์และการจัดโปรโมชั่นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ควรปรับปรุงกระบวนการให้บริการและบรรยากาศในร้านให้ดึงดูดลูกค้า เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำในระยะยาว

คำสำคัญ : ชาไทยเย็น, ส่วนประสมทางการตลาด (7P), การซื้อซ้ำ, การบริโภค

Abstract

Marketing Mix (7Ps) Factors Affecting Repurchase Decision of Thai Iced Tea Consumers in Muang District, Surat Thani Province

Research Objectives This research aimed to study (1) Thai iced tea consumption behavior, (2) marketing mix (7Ps) factors related to Thai iced tea, (3) factors affecting repurchase decisions, and (4) the relationship between marketing mix (7Ps) and consumer repurchase behavior in the specified area.

Methodology This quantitative research collected data from 400 Thai iced tea consumers in Muang District, Surat Thani Province, using a questionnaire developed from relevant concepts and theories. Data were analyzed using descriptive statistics and stepwise multiple regression analysis.

Hypothesis Testing Results The study found that all seven marketing mix factors - Product, Price, Place, Promotion, People, Process, and Physical Evidence - significantly influenced repurchase decisions at the 0.05 statistical significance level. Product had the highest impact (Beta = 0.311), followed by Process (Beta = 0.271), People (Beta = 0.214), and Promotion (Beta = 0.096), respectively.

Recommendations Business operators should prioritize Thai iced tea quality development and implement appropriate marketing promotion strategies, such as online advertising and continuous promotional campaigns. Additionally, service processes and store atmosphere should be improved to attract customers, enhance competitive advantage, and increase long-term repurchase opportunities.

Keywords : Thai Iced Tea, Marketing Mix (7Ps), Repurchase, Consumption

บทนำ

ที่มาของงานวิจัย

ในยุคปัจจุบัน พฤติกรรมการบริโภคของคนไทยเปลี่ยนแปลงไปตามความเจริญทางเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะในด้านอาหารและเครื่องดื่มที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น ชาไทยเย็น ซึ่งเป็นเครื่องดื่มที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวด้วยรสชาติหวานมันและความสดชื่น เป็นหนึ่งในเครื่องดื่มยอดนิยมที่แพร่หลายทั่วประเทศ ทั้งในร้านอาหาร ร้านกาแฟ และร้านริมทาง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ซึ่งมีการเติบโตด้านเศรษฐกิจและการท่องเที่ยว ส่งผลให้ธุรกิจเครื่องดื่มและอาหารแข่งขันกันสูง โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองที่เป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการในพื้นที่จึงต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์การตลาดอย่างต่อเนื่อง เพื่อรักษารฐานลูกค้า และความได้เปรียบในตลาด

ปัญหาการวิจัย

แม้ชาวไทยเย็นจะได้รับความนิยมอย่างกว้างขวาง แต่ธุรกิจร้านเครื่องดื่มในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ต้องเผชิญกับการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้นจากจำนวนร้านค้าที่มากขึ้น รวมถึงความคาดหวังของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปในด้านคุณภาพสินค้า ราคา และบริการ ปัจจัยเหล่านี้ส่งผลต่อความสามารถของร้านในการรักษาลูกค้าและกระตุ้นการซื้อซ้ำ ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างรายได้และความยั่งยืนให้กับธุรกิจ การศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำจึงมีความสำคัญ เพื่อค้นหากลยุทธ์ที่เหมาะสมสำหรับตลาดในพื้นที่ดังกล่าว

ความสำคัญของการวิจัย

การวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการร้านชาไทยเย็นเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ และด้านลักษณะทางกายภาพ ผลการศึกษาคือจะเป็นประโยชน์ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่ตอบสนองความต้องการของลูกค้า และเสริมสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาด นอกจากนี้ งานวิจัยยังมีส่วนช่วยสนับสนุนการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่และส่งเสริมเอกลักษณ์ของชาไทยเย็นในฐานะส่วนหนึ่งของวัฒนธรรมไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. ศึกษาพฤติกรรมการบริโภคชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
2. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
3. ศึกษาการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
4. ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค รวมถึงนำข้อมูลที่ได้ไปพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม โดยมีเป้าหมายเพื่อเพิ่มความสามารถในการแข่งขันในตลาดที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและตอบสนองต่อความคาดหวังของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องส่วนประสมทางการตลาด (7P)

ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix Factors) กล่าวคือ คอทเลอร์ (Kotler, 2545) ได้ให้ความหมายของส่วนประสมทางการตลาด หมายถึง เครื่องมือทางการตลาด ที่ บริษัทได้นำมาปรับใช้ เพื่อปฏิบัติตามขั้นตอนเพื่อให้ได้บรรลุเป้าหมายตามวัตถุประสงค์ ทางการตลาดที่กำหนดไว้ ประกอบด้วย

1. Product (สินค้า/บริการ) หมายถึง สิ่งที่จำเป็นและสนองความต้องการของมนุษย์ ซึ่งลูกค้าจะได้รับประโยชน์และคุณค่าของผลิตภัณฑ์นั้นๆ และเป็นสิ่งที่ธุรกิจนำเสนอให้กับตลาด แบ่งเป็น 2 ลักษณะ ผลิตภัณฑ์

ที่จับต้องได้และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (การบริการ) รวมถึงคุณลักษณะของผลิตภัณฑ์, คุณภาพ, การออกแบบ, และแบรนด์

2. Price (ราคา) หมายถึง คุณค่าของผลิตภัณฑ์ในรูปแบบที่เป็นตัวเงิน ลูกค้าจะเปรียบเทียบคุณค่า (Value) กับ ราคา (Price) ถ้าคุณค่าอยู่สูงกว่าราคาลูกค้าจะตัดสินใจซื้อ การตั้งราคาสำหรับสินค้าหรือบริการ รวมถึงกลยุทธ์การตั้งราคา เช่น การตั้งราคาแบบแข่งขัน, การตั้งราคาแบบพรีเมียม, หรือการเสนอราคาพิเศษ

3. Place (สถานที่) หมายถึงช่องทางการจัดจำหน่ายที่ทำให้สินค้าหรือบริการในการนำเสนอให้เข้าถึงลูกค้าได้ รวมถึงการเลือกสถานที่จำหน่ายและกลยุทธ์การกระจายสินค้า ซึ่งมีผลต่อการรับรู้ของลูกค้าในคุณค่าและคุณประโยชน์ของบริการ

4. Promotion (การส่งเสริมการขาย) หมายถึงกิจกรรมที่ใช้ในการสื่อสารกับลูกค้าเพื่อกระตุ้นการรับรู้และการตัดสินใจซื้อ เช่น การโฆษณา, การประชาสัมพันธ์, การตลาดดิจิทัล, และกิจกรรมส่งเสริมการขาย โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแจ้งข่าวหรือชักจูงให้เกิดทัศนคติและพฤติกรรมต่อผู้บริโภคสินค้า

5. People (บุคคล) หมายถึงบุคลากรที่มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้า สร้างความพึงพอใจและทัศนคติที่ส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า เช่น พนักงานขาย, ทีมบริการลูกค้า

6. Process (กระบวนการ) หมายถึงขั้นตอนและวิธีการที่ใช้ในการให้บริการลูกค้า ซึ่งส่งผลต่อประสบการณ์ของลูกค้า เช่น กระบวนการสั่งซื้อ, การจัดส่ง, การบริการหลังการขาย ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจ

7. Physical Evidence (หลักฐานทางกายภาพ) หมายถึง การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพให้กับลูกค้า เป็นสิ่งที่สามารถเห็นได้และช่วยยืนยันคุณภาพของบริการหรือสินค้า เช่น การตกแต่งสถานที่ให้บริการ, การออกแบบแพคเกจ, และเอกสารทางการตลาด

Oliver (1999) ได้อธิบายว่า การซื้อซ้ำเป็นหนึ่งในองค์ประกอบของความภักดีของลูกค้า โดยแบ่งความภักดีออกเป็น 4 ระดับ ได้แก่ ความภักดีด้านการรับรู้ (Cognitive Loyalty) ความภักดีด้านทัศนคติ (Affective Loyalty) ความภักดีด้านความตั้งใจ (Conative Loyalty) และความภักดีด้านพฤติกรรม (Action Loyalty) ซึ่งการซื้อซ้ำจัดอยู่ในความภักดีด้านพฤติกรรม

Hellier et al. (2003) ได้นิยามความตั้งใจซื้อซ้ำว่าเป็นการตัดสินใจของบุคคลเกี่ยวกับการซื้อซ้ำในสินค้าหรือบริการจากบริษัทเดิม โดยคำนึงถึงสถานการณ์ในปัจจุบันและสภาพแวดล้อมที่น่าจะเป็นไปได้

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

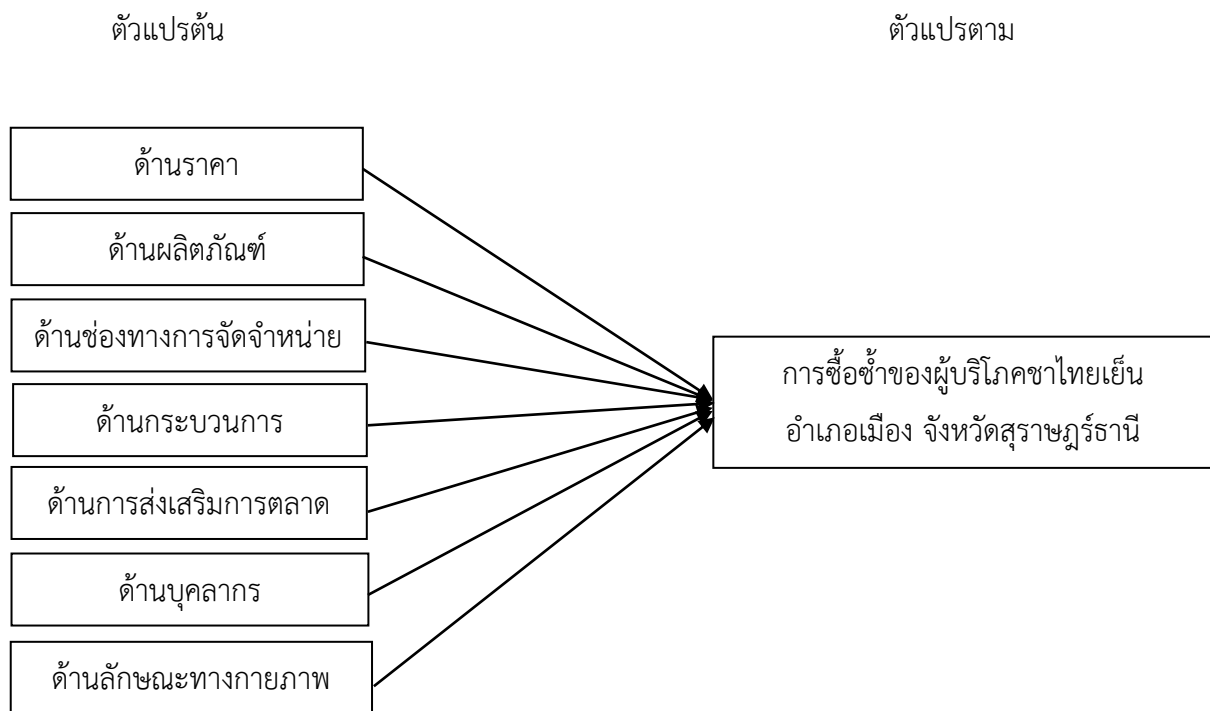
ศุภิสรา แก่นสี และคณะ (2565) ได้ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยยี่ห้อหนึ่งผ่านห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และการส่งเสริมการตลาดมีผลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยโดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความหลากหลายของผลิตภัณฑ์และการรับรู้อย่างต่อเนื่องของผลิตภัณฑ์

อภิชา บุญสวัสดิ์ (2559) ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่มีผลต่อการบริโภคซ้ำของลูกค้าร้านอาหารเซิร์ฟฟิช จอมเทียน พัทยา พบว่า ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการ

จัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านสิ่งแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการบริโภคซ้ำของลูกค้า ร้านอาหารเซิร์ฟฟิช จอมเทียน พัทยา เป็นเพราะว่าปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ซึ่งกิจกรรมผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่ กลุ่มลูกค้าเป้าหมายจึงทำให้ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับการบริโภคซ้ำโดยรวมมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับสูงซึ่งปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพมีผลต่อการบริโภคซ้ำของลูกค้าร้านอาหารเซิร์ฟฟิช จอมเทียน พัทยา มากที่สุด เนื่องจากทางร้านอาหารเซิร์ฟฟิช จอมเทียน พัทยาสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้านช่องทางการจัดจำหน่ายได้เป็นอย่างดี เหมาะกับยุคสมัยปัจจุบันที่เวลาเป็นเงินเป็นทอง ดังนั้นลูกค้าจึงให้ความสำคัญในการลดระยะเวลาในส่วนต่างๆ เพื่อให้ลูกค้ามีเวลาทำงานและทำกิจกรรมต่างๆ เพิ่มมากขึ้น ในส่วนด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ผู้บริโภคส่วนใหญ่ที่เข้ามาในร้านจะให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมทางกายภาพบริเวณรอบๆร้านเป็นอันดับแรก หากเกิดความประทับใจลูกค้าจึงจะเข้ามาในร้าน

บุญไทย แสงสุพรรณ (2562) เกี่ยวกับคุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค โดยเฉพาะในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งสามารถนำมาประยุกต์ใช้กับธุรกิจร้านชาไทยเย็นได้เช่นกัน เนื่องจากทั้งสองธุรกิจมีลักษณะที่คล้ายคลึงกันในแง่ของการเป็นธุรกิจเครื่องดื่ม

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

- 1.ด้านผลิตภัณฑ์ชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 2.ด้านราคาชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 4.ด้านกระบวนการชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 5.ด้านการส่งเสริมการตลาดชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 6.ด้านบุคลากรชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี
- 7.ด้านลักษณะทางกายภาพชาไทยแตกต่างกันเย็นส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ใช้การสำรวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) และวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากรกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ โดยเลือกผู้บริโภคน้ำชาไทยเย็นในพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่บริโภคน้ำชาไทยเย็น ซึ่งไม่ทราบขนาดจำนวนผู้บริโภคน้ำชาไทยเย็นอย่างชัดเจนว่ามีจำนวนเท่าไร

ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคเครื่องดื่มชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี แต่เนื่องจากขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้น ขนาดตัวอย่างจึงคำนวณได้จากสูตรไม่ทราบขนาดตัวอย่างของ Cochran โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ร้อยละ 95 และระดับค่าความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 ศึกษาระหว่างวันที่ โดยสูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \left(\frac{z}{2e} \right)^2$$

เมื่อ n = ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย

Z = ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96

e = ค่า % ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้กำหนดให้มีค่า 5%

แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2$$

$n = 384.16$

จากการคำนวณดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 คน

วิธีการสุ่มตัวอย่าง

ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประเภท Probability Sampling ด้วยวิธี Systematic Random Sampling กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยมีวิธีการส่งแบบสอบถามไปให้กับผู้บริโภคเครื่องดื่มชาไทยเย็นไทยในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีและมีการกระจายการเก็บข้อมูลหลายร้าน กระจายการเก็บข้อมูลหลายช่วงเวลา เพื่อให้ตัวอย่างมีความหลากหลาย

ขั้นตอนในการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในงานวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ศึกษา แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาแบบสอบถามให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์และกรอบแนวคิด นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญประเมิน IOC เพื่อขอคำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์

การวิเคราะห์ความเชื่อมั่นโดยใช้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่าทุกตัวแปรมีความเชื่อมั่นสูงกว่า 0.7 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่ยอมรับได้ โดยสามารถแปลความหมายแต่ละด้านได้ดังนี้ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\alpha = 0.954$) มีค่าความเชื่อมั่นสูงที่สุด แสดงถึงความสอดคล้องภายในของคำถามที่ใช้วัดด้านนี้อยู่ในระดับดีเยี่ยม ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ($\alpha = 0.939$) มีค่าความเชื่อมั่นรองลงมา ซึ่งถือว่าอยู่ในระดับดีมากด้านกระบวนการ ($\alpha = 0.931$) มีค่าความเชื่อมั่นในระดับดีมากเช่นกัน ด้านลักษณะทางกายภาพ ($\alpha = 0.834$), ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ($\alpha = 0.828$) แม้จะมีค่าต่ำกว่าด้านอื่นๆ แต่ยังคงอยู่ในระดับดี

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) โดยเป็นการตอบแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้บริโภคเครื่องดื่มชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในส่วนข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) รวบรวมข้อมูลจากเอกสาร หนังสือ บทความ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เมื่อเก็บแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยทำการตรวจสอบแบบสอบถามที่ได้รับคือ จำนวน 400 ชุด และได้ลงรหัส (Coding) แล้วนำมาประมวลด้านคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป SPSS เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้ตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานในการวิจัยในครั้งนี้

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ผล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Description analysis) ใช้ในการวิเคราะห์ในส่วนปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน และในส่วนพฤติกรรมในการบริโภคน้ำชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้ค่าแสดงค่าร้อยละ (Percentage) ในการวิเคราะห์ การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำมาวิเคราะห์ ในส่วนประสมทางการตลาด (7P) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้าน

ช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ การวิเคราะห์เชิงอนุมาน (Inferential statistic) เพื่อทดสอบสมมติฐาน โดยการวิเคราะห์หาอิทธิพลของตัวแปรโดยใช้สถิติวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ (Multiple regression analysis: MRA) เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปร

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ รายได้ต่อเดือน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีจำนวนทั้งหมด 400 คน ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง มีจำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 เป็นเพศชายจำนวน 165 คน คิดเป็นร้อยละ 41.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ซึ่งมีสัดส่วนมากกว่าเพศชาย

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี มีจำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 และช่วงอายุมากกว่า 50 ปีขึ้นไปมีจำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 21-30 ปี

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ มีจำนวน 119 คน คิดเป็นร้อยละ 29.8 และ ประกอบอาชีพอื่นๆ มีจำนวน 9 คน คิดเป็นร้อยละ 2.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้ระหว่าง 10,001 – 20,000 บาท จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 42.0 และไม่ระบุรายได้ มีจำนวน 21 คน คิดเป็นร้อยละ 5.3 ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ในช่วง 10,001 – 20,000 บาท

การวิเคราะห์พฤติกรรมในการบริโภคน้ำชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เคยบริโภคน้ำชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นจำนวน 359 คน คิดเป็นร้อยละ 89.8 เลือกร้านเครื่องดื่มที่เข้าใช้บริการจากโฆษณาทาง Social media เป็นจำนวน 203 คน คิดเป็นร้อยละ 50.7 ตัดสินใจเลือกบริโภคชาไทยเย็นเนื่องจากรสชาติถูกปาก เป็นจำนวน 113 คน คิดเป็นร้อยละ 28.2 บริโภคชาไทย 1-2 ครั้งต่อสัปดาห์ จำนวน 167 คน คิดเป็นร้อยละ 41.8 และมีค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการซื้อชาไทยเย็นต่อสัปดาห์ ต่ำกว่า 200 บาท จำนวน 193 คน คิดเป็นร้อยละ 48.3

การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ส่วนประสมทางการตลาด (7P)	ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (7P) (N=400)		
	ค่าเฉลี่ย	S.D.	การแปลผล
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	4.496	0.51813	ระดับมาก
ด้านราคา (X ₂)	4.458	0.52376	ระดับมาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X ₃)	4.4635	0.50805	ระดับมาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	4.3955	0.6554	ระดับมาก
ด้านบุคลากร (X ₅)	4.4995	0.53863	ระดับมาก
ด้านกระบวนการ (X ₆)	4.4886	0.51649	ระดับมาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ (X ₇)	4.5308	0.51233	ระดับมากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.4759	0.5389	ระดับมาก

ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านลักษณะทางกายภาพ มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.5308 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51233 รองลงมาคือ ด้านบุคลากร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.4995 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.53863 และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.3955 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.6554

การวิเคราะห์การซื้อชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

การซื้อชาไทยเย็นของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับความคิดเห็นต่อการซื้อชาไทย (N=400)		
	ค่าเฉลี่ย \bar{X}	S.D.	การแปลผล
ท่านจะเลือกชาไทยเย็นเป็นตัวเลือกแรกเมื่อต้องการบริโภคเครื่องดื่ม	4.40	0.701	ระดับมาก
ท่านจะแนะนำชาไทยเย็นให้กับคนรู้จัก	4.40	0.697	ระดับมาก
ท่านยังคงบริโภคชาไทยเย็นแม้จะมีราคาสูงขึ้นเล็กน้อย	4.39	0.717	ระดับมาก
ท่านมีความเชื่อมั่นในคุณภาพของเครื่องดื่มชาไทยเย็น	4.47	0.711	ระดับมาก
ท่านมีความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อชาไทยเย็นนี้อีก	4.50	0.683	ระดับมากที่สุด
รวมเฉลี่ย	4.432	0.7018	ระดับมาก

การวิเคราะห์การซื้อชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อชาไทยเย็นนี้อีก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.50 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.683 รองลงมาคือ ความเชื่อมั่นในคุณภาพของเครื่องดื่มชาไทยเย็น มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.47 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.711

และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ การบริโภคชาวไทยเย็นแม้จะมีราคาสูงขึ้นเล็กน้อย มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.39 ส่วน เบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.717

การวิเคราะห์โดยใช้สถิติแบบการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE (B)	Beta	t	Sig
ค่าคงที่ (Constant)	0.083	0.157		0.527	0.599
ด้านผลิตภัณฑ์ (X ₁)	0.348	0.056	0.311	6.174	0
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X ₄)	0.085	0.036	0.096	2.371	0.018
ด้านบุคลากร (X ₅)	0.231	0.077	0.214	3.015	0.003
ด้านกระบวนการ (X ₆)	0.305	0.076	0.271	4.036	0
R Square = 0.666 Adjusted R Square = 0.662 F = 196.501 Sig = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) ของส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาวไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า R Square = 0.666 สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของการซื้อซ้ำชาวไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ได้ 66.6% ส่วนที่เหลือ 33.4% เป็นผลมาจากปัจจัยอื่นๆ ที่ไม่ได้นำมาศึกษา ค่า Adjusted R Square = 0.662 เป็นค่าที่ปรับแล้วให้เหมาะสมกับขนาดตัวอย่างและจำนวนตัวแปรอิสระ ซึ่งมีค่าใกล้เคียงกับ R Square แสดงว่าแบบจำลองนี้มีความน่าเชื่อถือ ค่า Beta จะบอกถึงระดับอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาด (7P) คือ ด้านผลิตภัณฑ์ , ด้านราคา , ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย , ด้านการส่งเสริมการตลาด , ด้านบุคลากร , ด้านกระบวนการและด้านลักษณะทางกายภาพที่มีต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในรูปแบบที่สามารถเปรียบเทียบกันได้

ด้านผลิตภัณฑ์ (Beta = 0.311) ส่งผลมากที่สุด ด้านกระบวนการ (Beta = 0.271) ส่งผลรองลงมา

ด้านบุคลากร (Beta = 0.214) และด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.096) ส่งผลน้อยที่สุด

ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) รองลงมาคือด้านกระบวนการ (Process) และด้านบุคลากร (People) ตามลำดับ จากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.083 + 0.348 (X_1) + 0.085 (X_4) + 0.231 (X_5) + 0.305(X_6)$$

สมการทำนายในรูปของคะแนนมาตรฐาน (Standardized Regression Equation) จากผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ สามารถเขียนได้ดังนี้:

$$Z_y = \text{คะแนนมาตรฐานของการซื้อซ้ำของผู้บริโภค}$$

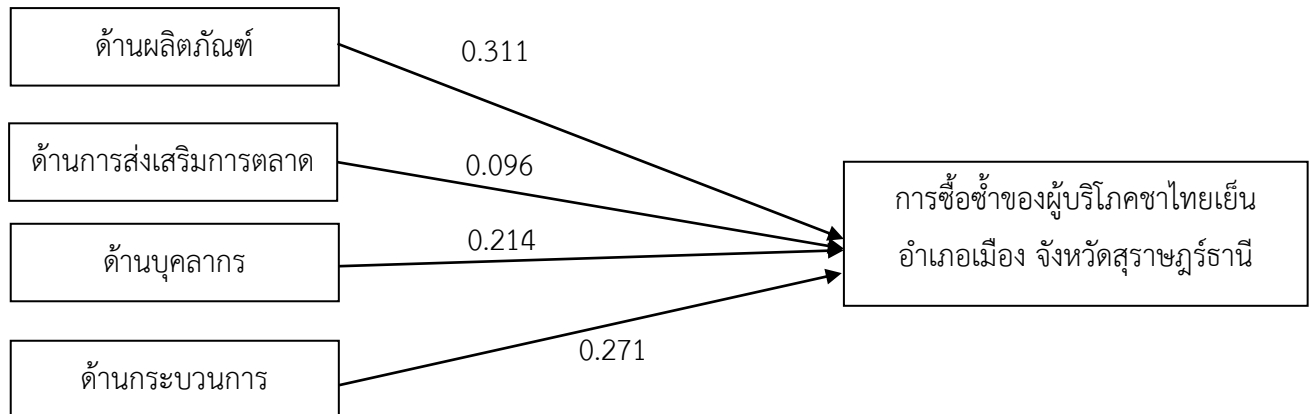
$$Z_{X_1} = \text{คะแนนมาตรฐานของด้านผลิตภัณฑ์ } (\beta = 0.311)$$

$$Z_{X_4} = \text{คะแนนมาตรฐานของด้านการส่งเสริมการตลาด } (\beta = 0.096)$$

$Zx_5 =$ คะแนนมาตรฐานของด้านบุคลิกภาพ ($\beta = 0.214$)

$Zx_6 =$ คะแนนมาตรฐานของด้านกระบวนการ ($\beta = 0.271$)

$Zy = 0.311 (Zx_1) + 0.096 (Zx_4) + 0.214 (Zx_5) + 0.271 (Zx_6)$



อภิปรายผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เห็นความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดที่ประกอบด้วย 7 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลิกภาพ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ซึ่งแต่ละปัจจัยมีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคชาวไทยเอ็นเอเอ ในการวิจัยในครั้งนี้พบว่า

1. ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) คุณภาพ รสชาติ และความสดใหม่ของชาไทยเอ็นเอเอเป็นปัจจัยที่มีผลสำคัญต่อการซื้อซ้ำ เนื่องจากรสชาติที่เป็นเอกลักษณ์และคุณภาพของวัตถุดิบสามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคได้ งานวิจัยกันยา หอแก้ว (2555) สนับสนุนว่าความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์เป็นจุดเริ่มต้นสำคัญที่ส่งผลให้เกิดความภักดีในตราสินค้า ผู้บริโภคที่ได้รับรสชาติและคุณภาพตรงกับที่คาดหวังจะมีแนวโน้มกลับมาซื้อซ้ำและกลายเป็นลูกค้าประจำของร้าน

2. ด้านราคา (Price) การตั้งราคาที่เหมาะสมกับคุณภาพของชาไทยเอ็นเอเอทำให้ผู้บริโภครู้สึกว่าคุณค่าและยินดีซื้อซ้ำ ในทำนองเดียวกัน งานวิจัยของ อริศรา มาธิสุทธิ์ และคณะ (2566) ระบุว่าราคาเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่กระตุ้นให้เกิดการซื้อ โดยเฉพาะหากราคาสอดคล้องกับคุณภาพ ผู้บริภคยอมมีแนวโน้มที่จะซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการเลือกซื้อของผู้บริโภคชาวไทยที่มักพิจารณาความคุ้มค่าเป็นหลัก

3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การมีช่องทางการจำหน่ายที่หลากหลายและเข้าถึงได้ง่าย ไม่ว่าจะเป็นร้านค้า หน้าร้าน หรือการสั่งซื้อออนไลน์ ช่วยเพิ่มความสะดวกให้ผู้บริโภค งานวิจัยของ จุฑามาศ ภูทอง และคณะ (2562) พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายที่สะดวกและทันสมัยเป็นปัจจัยสำคัญที่ผู้บริโภคพิจารณาเมื่อตัดสินใจซื้อซ้ำ การพัฒนาให้มีช่องทางการจำหน่ายที่ครอบคลุมทุกกลุ่มลูกค้าจึงช่วยให้ร้านชาไทยเอ็นเอเอสามารถสร้างฐานลูกค้าได้กว้างขวางขึ้น

4. ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) กลยุทธ์การส่งเสริมการตลาด เช่น การสะสมแต้ม การให้ส่วนลด หรือการใช้โปรโมชั่นต่างๆ ช่วยจูงใจให้ผู้บริโภคมีความสนใจในการกลับมาซื้อซ้ำ งานวิจัยของ ศุภิสรา แก่นสี และคณะ(2565) อธิบายว่า ช่องทางการสื่อสาร ทำให้ผู้บริโภคเกิดการรับรู้อย่างต่อเนื่องสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้และนำไปสู่พฤติกรรม การตัดสินใจกลับมาซื้อซ้ำ

5. ด้านบุคลากร (People) บุคลากรที่มีความรู้ ความเข้าใจในผลิตภัณฑ์ และมีทักษะในการบริการ ลูกค้า ส่งผลให้ผู้บริโภคได้รับประสบการณ์ที่ดีและจดจำการบริการที่อบอุ่น งานของ อังควิภา แนวจำปา และรัชณี งามระน้อย (2567) เน้นย้ำว่า บุคลากรที่เป็นมิตร สุภาพ และสามารถให้บริการได้อย่างมีประสิทธิภาพจะทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจและจดจำร้านนั้นๆ ได้ดีขึ้น การพัฒนาทักษะการบริการของบุคลากรจึงเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำของผู้บริโภค

6. ด้านกระบวนการบริการ (Process) การให้บริการที่รวดเร็วและมีประสิทธิภาพช่วยลดเวลาในการรอคอยและสร้างความพึงพอใจแก่ลูกค้า ธนภฤตวิ เลขรัตน์ (2562) สนับสนุนว่า การบริการที่รวดเร็วมีส่วนช่วยให้ลูกค้าพอใจและมีโอกาสกลับมาใช้บริการซ้ำ การพัฒนาระบบการจัดการร้านและการลดขั้นตอนที่ซับซ้อนจึงช่วยสร้างความสะดวกและรวดเร็วในกระบวนการบริการให้แก่ผู้บริโภค

7. ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) บรรยากาศของร้าน การตกแต่งที่มีเอกลักษณ์ และการรักษาความสะอาดของร้าน ล้วนเป็นปัจจัยที่สร้างความประทับใจให้ผู้บริโภคเมื่อเข้ามาใช้บริการ งานของบุญไทย แสงสุพรรณ (2562) แสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคที่ได้รับประสบการณ์ที่ดีจากบรรยากาศและสิ่งแวดล้อมภายในร้านจะมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การจัดสรรสิ่งแวดล้อมในร้านให้ดูดีและน่าสนใจเป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาด (7P) ของชาไทยเย็นที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภค ในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีพบว่า ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการซื้อซ้ำชาไทยเย็นของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ ดังนี้

1.ด้านผลิตภัณฑ์ควรพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์อย่างต่อเนื่อง ควรเน้นการใช้วัตถุดิบคุณภาพสูง และปรับปรุงสูตรชาไทยเย็นให้มีรสชาติที่โดดเด่น รวมถึงการเพิ่มเมนูใหม่ ๆ เพื่อให้ตรงกับความต้องการของลูกค้าที่หลากหลายและตอบสนองความนิยมที่เปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัย

2.ด้านการส่งเสริมการตลาดควรสร้างสรรคการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ ควรเพิ่มโปรโมชั่นในช่วงเวลาพิเศษ เช่น วันหยุดเทศกาลหรืองานสำคัญ และใช้สื่อออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์ รวมถึงการจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อสร้างการรับรู้แบรนด์และกระตุ้นให้ลูกค้าอยากกลับมาซื้อซ้ำ

3.ด้านบุคลากรควรมีฝึกอบรมพนักงานให้มีทักษะการบริการที่ดี ควรให้พนักงานทุกคนได้รับการฝึกอบรมอย่างสม่ำเสมอในการให้บริการลูกค้าด้วยความเอาใจใส่และทักษะการสื่อสารที่ดีเพื่อสร้างประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้าในทุกครั้งที่มาใช้บริการ

4.ด้านกระบวนการควรปรับปรุงกระบวนการบริการให้มีประสิทธิภาพ ควรพิจารณาใช้เทคโนโลยี เช่น การสั่งซื้อและชำระเงินแบบดิจิทัล เพื่อลดเวลาในการรอคอย รวมถึงการจัดคิวและการจัดการคำสั่งซื้อให้เป็นระเบียบและรวดเร็วเพื่อเพิ่มประสบการณ์ที่ดีให้กับลูกค้า

บรรณานุกรม

ศุภิสรา แก่นสี, สุนิสา มุมทอง, สีขารัตน์ แก้วถาวร, & มรกต จันทระระพ้อ. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยยี่ห้อหนึ่งผ่านห้างสรรพสินค้าบิ๊กซีของผู้บริโภคในจังหวัดปทุมธานี. วารสารการจัดการโซ่คุณค่าและกลยุทธ์ธุรกิจ, 1(2), 1-13.

อริศรา มาธิสุทธิ์, สุปรียา ราชตัน, & ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2566). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องดื่มชานมไข่มุกของผู้บริโภคในจังหวัดลำปาง. วารสารการตลาดไทย, 34(2), 45-59.

อังควิภา แนวจำปา, & รัชณี งามระน้อย. (2567). ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกร้านอาหารประเภทปิ้งย่างของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนครราชสีมา. วารสารบริหารธุรกิจ, 29(1), 101-115.

บุญไทย แสงสุพรรณ. (2562). คุณค่าของตราสินค้าและปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคกาแฟร้านคาเฟ่เมซอน. วารสารเศรษฐศาสตร์และการจัดการธุรกิจ, 17(3), 243-257.

กันยา หอแก้ว. (2555). ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องดื่มชาเขียวสำเร็จรูปของผู้บริโภคในเขตนิคมอุตสาหกรรมอมตะนคร จังหวัดชลบุรี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

นิโลบล ยิ่งแจ่มศิริ, และ ม.น.วิภา ผดุงสิทธิ์. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้ใช้บริการคาเฟ่สไตล์เกาหลีภายในพื้นที่กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนกฤตวิ เลขรัตน์. (2562). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการมาใช้บริการธุรกิจโจ๊กเปิดหม้อในกรุงเทพมหานคร และปริมณฑล.

ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยาง ในจังหวัดนครศรีธรรมราช
Marketing mix affecting consumer loyalty of rubber gloves in Nakhon Si Thammarat Province

ณวรรตม์ ราชคงแก้ว¹ และ สมพล พุ่งหว่า²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100038@ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาปัจจัยของส่วนประสมทางการตลาดของถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช 3) ศึกษาระดับความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช และ 4) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือกลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคถุงมือยางจำนวน 400 คน เก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่าง แบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) สุ่มตัวอย่าง แบบเจาะจง (Purposive Sampling) เลือกเฉพาะผู้บริโภคที่มีประสบการณ์เคยซื้อหรือใช้ถุงมือยาง และ การสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) หลังจากกำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ Stepwise ผลการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการบริโภคถุงมือยาง พบว่าผู้ใช้หลักคือผู้บริโภคในครัวเรือน มีการซื้อนานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง ซื้อครั้งละ 1-5 ก่อ่งใน วงเงินไม่เกิน 500 บาท วัตถุประสงค์หลักในการใช้งานคือเพื่อการทำงาน และมีพฤติกรรมการเปลี่ยนถุงมือทุกครั้ง 2) ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาดโดยรวมอยู่ในระดับมาก เป็นโดยด้านผลิตภัณฑ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือด้านการจัดจำหน่าย การส่งเสริมการตลาด และด้านราคา 3) ระดับความจงรักภักดีของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก 4) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี ร้อยละ 53.5 โดยมีด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านการจัดจำหน่าย และด้านราคา ตามลำดับ ระดับนัยสำคัญ 0.05 ซึ่งผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลไปวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เข้าใจพฤติกรรมการซื้อและการใช้งานของผู้บริโภค เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้ตรงความต้องการ

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, ความจงรักภักดีของผู้บริโภค, ถุงมือยาง

Abstract

The objectives of this research were to study 1) consumer behavior of rubber gloves in Nakhon Si Thammarat Province, 2) marketing mix factors of rubber gloves in Nakhon Si Thammarat Province, 3) level of consumer loyalty towards rubber gloves in Nakhon Si Thammarat Province, and 4) marketing mix factors affecting consumer loyalty of rubber gloves in Nakhon Si Thammarat Province.

The sample group consisted of 400 rubber glove consumers. Data was collected through questionnaires using non-probability sampling methods, specifically purposive sampling (selecting only consumers with experience in purchasing or using rubber gloves) and convenience sampling in Nakhon Si Thammarat province. The statistical analysis included frequency distribution, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The research findings revealed that. Regarding consumer behavior, the main users were household consumers and factory workers. Most made long-term purchases, buying every 3 months or longer, preferring to purchase 1-5 boxes per time with spending less than 500 baht. The primary purpose was for work use, with hygienic usage behavior of changing gloves after each use. The overall importance of marketing mix factors was rated at a high level, with product aspects receiving the highest mean score, followed by distribution, marketing promotion, and price. The level of consumer loyalty was found to be high. Marketing mix factors explained 53.5% of consumer loyalty, with promotion, distribution, and price aspects being significant predictors at the 0.05 significance level. These findings can be utilized by entrepreneurs to develop marketing strategies, understand consumer purchasing and usage behavior, and improve product development to meet consumer

Keywords : Marketing Mix, Consumer Loyalty, Rubber Glove

บทนำ

อุตสาหกรรมถุงมือยางเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยประเทศไทยได้ก้าวขึ้นมาเป็นหนึ่งในผู้ผลิตและส่งออกถุงมือยางรายใหญ่ของโลก (พรชัย ตระกูลวรานนท์, 2558) โดยเฉพาะในช่วงการระบาดของโรคโควิด-19 ที่ทำให้ความต้องการถุงมือยางเพิ่มสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในภาคการแพทย์ อุตสาหกรรมอาหาร และการใช้งานทั่วไป (สุรพงษ์ ไพสิฐพัฒนพงษ์, 2559) อย่างไรก็ตาม การเติบโตของอุตสาหกรรมนี้นำมาซึ่งการแข่งขันที่เพิ่มสูงขึ้น ทั้งจากผู้ผลิตภายในประเทศและต่างประเทศ โดยเฉพาะจากประเทศจีนและมาเลเซีย ซึ่งมีความได้เปรียบด้านต้นทุนการผลิต (เยาวดี แก้วสีทอง, 2557)

ส่งผลให้ผู้ประกอบการไทยต้องเผชิญกับความท้าทายในการรักษาส่วนแบ่งตลาดและความสามารถในการแข่งขัน

มูลค่าการส่งออกถุงมือยางของไทยเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2022 มีมูลค่าการส่งออกประมาณ 2,500 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นจาก 1,200 ล้านดอลลาร์สหรัฐในปี 2019 (กรมส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ, 2565)

การลงทุนและการขยายกำลังการผลิต ในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา มีการลงทุนขยายกำลังการผลิตถุงมือยางในประเทศไทยอย่างต่อเนื่อง โดยคาดว่าจะมีการเพิ่มกำลังการผลิตประมาณ 20-30% ภายในปี 2025 (สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน, 2565)

ในสภาวะการแข่งขันที่รุนแรงเช่นนี้ การสร้างและรักษาความจงรักภักดีของลูกค้า (Customer Loyalty) จึงเป็นกลยุทธ์ที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ญัฐพัชร ล้อประดิษฐ์ (2549) ชี้ให้เห็นว่าความจงรักภักดีของลูกค้าไม่เพียงแต่ช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษฐานลูกค้าเดิมไว้ได้ แต่ยังช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายฐานลูกค้าผ่านการบอกต่อและการแนะนำ (Word of Mouth) อีกด้วย นอกจากนี้ ลูกค้าที่มีความจงรักภักดีมักจะมีแนวโน้มไหวต่อราคาน้อยกว่า ซึ่งช่วยให้ธุรกิจสามารถรักษ้อัตรากำไรได้ดีขึ้นในสภาวะที่มีการแข่งขันด้านราคาสูง

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นเครื่องมือสำคัญที่ธุรกิจใช้ในการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคและสร้างความพึงพอใจ ซึ่งประกอบด้วย 4 ด้านหลัก ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2541) ในบริบทของอุตสาหกรรมถุงมือยาง การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดกับความจงรักภักดีของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ

การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดที่มีต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม อันจะนำไปสู่การเพิ่มความสามารถในการแข่งขันและการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Kotler และ Keller (2016) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคเป็นการศึกษาวิธีการที่บุคคล กลุ่ม และองค์กรเลือก ซื้อ ใช้ และกำจัดสินค้า บริการ แนวคิด หรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของตน

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2560) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมซึ่งผู้บริโภคทำการค้นหา การซื้อ การใช้ การประเมินผล การใช้สอยผลิตภัณฑ์ และการบริการ ซึ่งคาดว่าจะสนองความต้องการของเขา หรือหมายถึงการศึกษาถึงพฤติกรรม การตัดสินใจและการกระทำของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการซื้อและการใช้สินค้า

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด หรือ Marketing Mix เป็นแนวคิดหลักในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด ที่พัฒนาโดย E. Jerome McCarthy ในปี 1960 (Kotler & Keller, 2016) ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบหลัก หรือ "4Ps" ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion)

Kotler (2012) ได้นำเสนอแนวคิดส่วนประสมการตลาด หรือ Marketing Mix ซึ่งเป็นเครื่องมือพื้นฐานที่มีความสำคัญในการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาด โดยประกอบด้วย 4 ปัจจัยหลักที่เรียกว่า 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

ผลิตภัณฑ์ (Product) ผลิตภัณฑ์คือสิ่งของหรือบริการที่ธุรกิจนำเสนอเพื่อตอบสนองความต้องการและความปรารถนาของลูกค้า ไม่ใช่แค่เกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์เท่านั้น แต่ยังรวมถึงประโยชน์และคุณสมบัติที่นำเสนอด้วย

ราคา (Price) ราคาคือจำนวนเงินที่ลูกค้าต้องจ่ายเพื่อซื้อผลิตภัณฑ์ กลยุทธ์การกำหนดราคามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากส่งผลกระทบต่ออุปสงค์ ความสามารถในการทำกำไร และตำแหน่งทางการตลาดของผลิตภัณฑ์

การจัดจำหน่าย (Place) สถานที่หมายถึงวิธีการกระจายและทำให้ผลิตภัณฑ์พร้อมใช้งานสำหรับลูกค้า ซึ่งเกี่ยวข้องกับการเลือกช่องทางการจัดจำหน่ายที่เหมาะสมเพื่อให้แน่ใจว่าผลิตภัณฑ์เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

การส่งเสริมการตลาด (Promotion) คือโปรแกรมที่ประกอบด้วยวิธีการต่างๆ ที่ใช้ในการสื่อสารประโยชน์ของผลิตภัณฑ์และโน้มน้าวให้ลูกค้าซื้อ ซึ่งรวมถึงการโฆษณา โปรโมชันการขาย การประชาสัมพันธ์ และการตลาดดิจิทัล Digital Marketing

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค

Oliver (1999) ให้ความหมายว่า ความจงรักภักดีของผู้บริโภค คือ "ข้อผูกมัดอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำหรือให้การอุปถัมภ์สินค้าหรือบริการที่พึงพอใจอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ซึ่งลักษณะการซื้อจะซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิมหรือชุดของตราสินค้าเดิม การเปลี่ยนพฤติกรรมนี้จะได้รับอิทธิพลจากสถานการณ์ที่มีผลกระทบและความพยายามทางการตลาดที่มีศักยภาพทำให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง"

Kotler และ Keller (2016) กล่าวว่า ความจงรักภักดีของผู้บริโภค หมายถึง "ข้อผูกมัดเชิงลึกที่จะกลับมาซื้อหรือสนับสนุนสินค้าหรือบริการที่ชื่นชอบอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ทำให้เกิดการซื้อซ้ำในตราสินค้าเดิม แม้ว่าจะมีอิทธิพลทางสถานการณ์และความพยายามทางการตลาดที่มีแนวโน้มทำให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง"

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ให้ความหมายว่า ความจงรักภักดีต่อตราสินค้า หมายถึง "ความซื่อสัตย์หรือความผูกพันที่ผู้บริโภคมีต่อตราสินค้า ซึ่งเป็นผลมาจากทัศนคติที่ดี ความเชื่อมั่น และความประทับใจในสินค้า ทำให้ผู้บริโภคมีพฤติกรรมซื้อสินค้าในตราเดิมซ้ำๆ อย่างต่อเนื่อง และบอกต่อไปยังบุคคลอื่น"

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

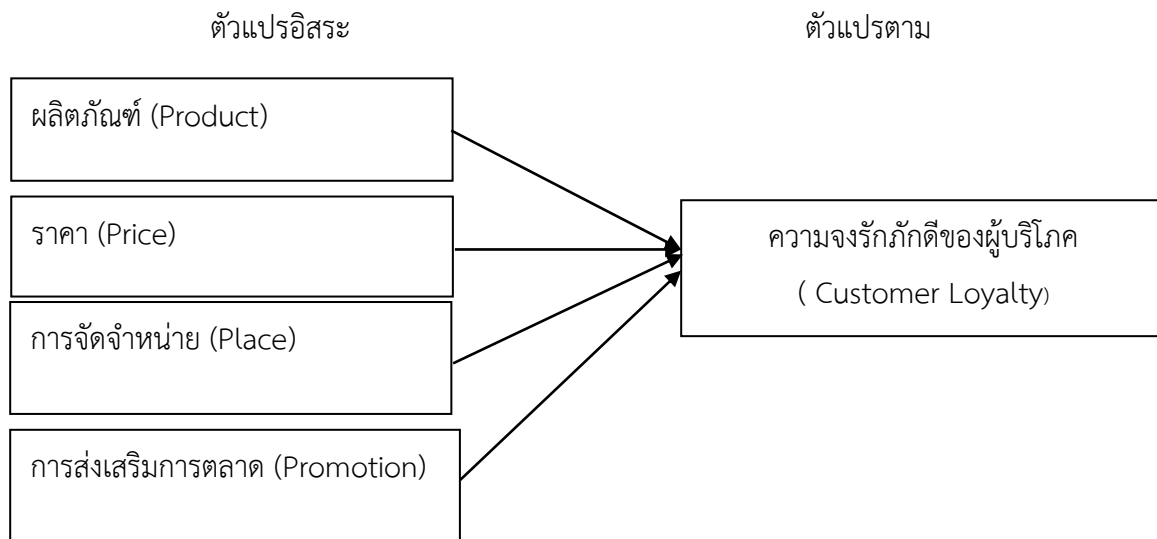
กมลทิพย์ นามมา, ผศ.ดร. ธนาวุฒิ ประกอบผล (2561) ได้ทำวิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มตัวอย่างคือ ผู้ที่ใช้รถยนต์ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 ตัวอย่าง ระดับความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมของผู้บริโภค โดยรวมอยู่ในระดับมากโดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.73 โดยผู้บริโภคมีระดับความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมด้านพฤติกรรมการร้องเรียนมากที่สุด ระดับส่วนประสมทางการตลาด โดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยมีความเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.93 โดยผู้บริโภคมีระดับส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด

ธันวา ไบนานา (2564) ได้ศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมการตลาดออนไลน์ต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าต่อแอปพลิเคชันบัวหลวง เอ็มแบงกิ้ง ธนาคารกรุงเทพ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่ ด้านส่วนประสมการตลาดออนไลน์ ผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับช่องทางการจัดจำหน่ายมากที่สุด ตามด้วยด้านราคา การสื่อสารทางการตลาด การรักษาความเป็นส่วนตัว ผลิตภัณฑ์ และการให้บริการแบบเจาะจง ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อวิเคราะห์อิทธิพลที่มีต่อความไว้วางใจ พบว่าปัจจัยสำคัญกลับเป็นด้านการส่งเสริมการตลาด ผลิตภัณฑ์ ราคา และการให้บริการแบบเจาะจง ในขณะที่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความภักดีคือการรักษาความเป็นส่วนตัว ช่องทางการจัดจำหน่าย และการให้บริการแบบเจาะจง นอกจากนี้ยังพบว่าความไว้วางใจมีผลโดยตรงต่อความภักดีของลูกค้า

กฤษฎดา เขียววัฒนสุข และสรณญา เข้มเจริญ (2566) ศึกษาวิจัยเรื่องเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ในด้านความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดบริการกับความภักดี พบว่าโดยภาพรวมมีความสัมพันธ์ในระดับสูงมาก โดยปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ระดับสูงได้แก่ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ กระบวนการให้บริการ การส่งเสริมการตลาด และราคา ขณะที่ด้านพนักงานและช่องทางการจัดจำหน่ายมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ที่น่าสนใจคือด้านผลิตภัณฑ์/บริการกลับไม่มีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้บริการ สะท้อนให้เห็นว่าในธุรกิจเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่ ปัจจัยด้านการบริการและประสบการณ์ของลูกค้ามีความสำคัญมากกว่าตัวผลิตภัณฑ์หรือบริการหลัก

วรรณวิสา ไชยหนองแซ่ (2567) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณหมู่เกาะล้านจังหวัดชลบุรีด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดพบว่ามีความสัมพันธ์กับความจงรักภักดีในระดับมากทุกด้าน โดยด้านการจัดจำหน่ายมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ตามด้วยด้านราคา การส่งเสริมการตลาด และผลิตภัณฑ์ตามลำดับ อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอิทธิพลที่ส่งผลต่อความจงรักภักดี พบว่าปัจจัยด้านราคากลับมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาดและด้านผลิตภัณฑ์ สะท้อนให้เห็นว่าแม้การจัดจำหน่ายจะได้รับการประเมินสูง แต่ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างแท้จริงคือการกำหนดราคาที่เหมาะสมและการส่งเสริมการตลาดที่ตรงกลุ่มเป้าหมาย

กรอบแนวคิด



รูปที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

- 1 ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ (Product) มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค
- 2 ปัจจัยด้านราคา (Price) มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค
- 3 ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค
- 4 ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภค

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยใช้เครื่องมือ ในการเก็บข้อมูลการศึกษา คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีการ ทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในครั้งนี้ได้แก่ผู้บริโภคที่เคยซื้อหรือใช้ถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน

กลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยในครั้งนี้คือ ผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) และใช้สูตรการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรที่ชัดเจนใช้สูตรของ ของ วิลเลียม เจมเมลล์ โคชราน (V.J. Cochran, 1977) ในการคำนวณขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมในการวิจัยครั้งนี้ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และค่าความผิดพลาดที่ยอมรับได้ไม่เกินร้อยละ 5 ทำให้ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และ เพื่อให้ข้อมูลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้นจึงเพิ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 16 คน ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 คน โดยใช้สูตร $n = (Z/2E)^2$ ในการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของประชากร

จากสูตร ดังนี้ $n = (Z/2E)^2$
 เมื่อ $n =$ ขนาดกลุ่มตัวอย่าง
 $Z =$ ค่าปกติมาตรฐานที่ได้จากตารางการแจกแจงแบบปกติมาตรฐาน
 (กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% ดังนั้นจะได้ค่า $Z = 1.96$)
 $E =$ ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับให้เกิดขึ้น (ระดับความเชื่อมั่น 95% ดังนั้นจะได้ค่า
 $E = 0.005$)
 แทนค่าในสูตรจะได้

$$n = (1.96/2 \times 0.005)^2$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 คน

การสุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยเลือก ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างสุ่มโดยวิธี แบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยพิจารณาเลือกเฉพาะผู้บริโภคที่มีประสบการณ์เคยซื้อหรือใช้ถุงมือยาง และ การสุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสะดวก (Convenience Sampling) หลังจากได้กำหนดการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่มีคุณสมบัติตามที่กำหนดในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ในวันเวลาที่ต่างกัน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือเครื่องมือที่ใช้เก็บรวบรวมข้อมูลซึ่งใช้แบบสอบถาม ในที่นี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ซึ่งได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน เป็นคำถามแบบเลือกตอบจำนวน 6 ข้อคำถาม ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช คำถามเป็นแบบเลือกตอบ (category) มีจำนวน 14 ข้อ ส่วนที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's ซึ่งประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์(Product) มีจำนวน 6 ข้อ ราคา(Price) มีจำนวน 6 ข้อ การจัดจำหน่าย (Place) มีจำนวน 6 ข้อ และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) มีจำนวน 6 ข้อ ลักษณะคำถามเป็นแบบ Likert Scale มี 5 ระดับ เป็นคำถามแบบ Rating Scale มี 5 ระดับ ส่วนที่ 4 ระดับความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช ลักษณะคำถามเป็นแบบ Liker Scale มี 5 ระดับ นั่นคือเป็นคำถามแบบ Rating Scale ซึ่งประกอบด้วยและมีจำนวน 10 ข้อ

- คะแนน ระดับความคิดเห็น
- | | |
|---|----------------------|
| 5 | เห็นด้วยอย่างยิ่ง |
| 4 | เห็นด้วย |
| 3 | ปานกลาง |
| 2 | ไม่เห็นด้วย |
| 1 | ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง |

โดยมีเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยแบบสอบถามแบบ Likert Scale ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับความคิดเห็น
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

ผู้วิจัยการตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา (confinity Validity) โดยการหาค่า IOC การทดสอบหา ค่าความเที่ยงตรงทางด้านเนื้อหาของแบบสอบถาม และความเหมาะสมของภาษาที่ใช้ ผู้วิจัยนำแบบสอบถาม ไปทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา โดยให้ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน ทำการตรวจประเมินผลแบบสอบถาม แต่ละ ข้อด้วยคะแนน 3 ระดับ

โดยเกณฑ์ในการเลือกใช้คำถามคือ หากมีค่าคะแนนมากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ($IOC \geq 0.6$) แสดงว่าข้อคำถาม นั้นสอดคล้องกับนิยามศัพท์ ซึ่งเป็นข้อคำถามที่ใช้ได้และหากต่ำกว่า 0.60 แสดงว่า ข้อคำถามนั้น ไม่สอดคล้อง กับนิยามศัพท์ ควรพิจารณาปรับปรุงหรือตัดทิ้ง ซึ่งผลการตรวจสอบพบว่าคำถามทุกข้อได้ค่า $IOC = 0.67$ ขึ้นไป

การตรวจสอบความเชื่อมั่น ข้อแบบสอบถามที่ได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้วไปทดลอง ใช้(Try Out) จำนวน 30 ชุด โดยทดสอบกับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จากนั้นนำแบบสอบถาม มาหาค่า ความเชื่อมั่น ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา (Alpha Coefficient) (Patsa Nuankhanay, 2016) ซึ่งค่าความ เชื่อมั่น จะต้องีค่าตั้งแต่(0.7) ขึ้นไป และมีผลการทดสอบค่าสัมประสิทธิ์มีค่ามากกว่า 0.70 ทุกตัวแปร ด้าน ผลผลิตภัณฑ์ $\alpha=0.825$ ด้านราคา $\alpha = 0.834$ ด้านการจัดจำหน่าย $\alpha = 0.801$ ด้านการส่งเสริมการตลาด $\alpha = 0.770$ และความจงรักภักดี $\alpha = 0.825$

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ส่วนประสมทางการตลาด	
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.825
2. ด้านราคา	.834
3. ด้านการจัดจำหน่าย	.801
4. ด้านการส่งเสริมการขาย	.770
รวมส่วนประสมทางการตลาด	.796
ความจงรักภักดี	.825

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยให้พนักงานสนามไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่ได้สร้างไว้แล้วกับกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้ทำการสุ่มมา

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติดังต่อไปนี้

1. ใช้ค่าร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มมีอย่าง ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1
2. ใช้ค่าเฉลี่ย \bar{x} และ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาดตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และใช้วิเคราะห์ความจงรักภักดี ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3
- 3 ใช้ Multiple Regression Analysis สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคกลุ่มมีอย่าง ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 โดยการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-4

ผลการวิจัย

ผลวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่าผู้ตอบคำถามส่วนใหญ่เป็น เพศหญิง จำนวน 296 คน คิดเป็นร้อยละ 74. มีอายุ 31-40 ปี จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 47.00 การศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 196 คน คิดเป็นร้อยละ 49.00 มีอาชีพพนักงานเอกชนและลูกจ้าง จำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 33.75 รายได้อยู่ในช่วง 10,001-20,000 บาท จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.75

การวิเคราะห์เกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคกลุ่มมีอย่างในจังหวัดนครศรีธรรมราช จากผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่มีความถี่ในการซื้อถุงมือยางนานกว่า 3 เดือนต่อครั้ง ร้อยละ 55.00 อาชีพที่ใช้งานถุงมือยาง พบว่าเป็นผู้บริโภคในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 29.50 วัตถุประสงค์การใช้งาน ใช้เพื่อการทำงานถึงร้อยละ 53.50 ผู้บริโภคส่วนใหญ่เปลี่ยนทุกครั้งที่ใช้ ร้อยละ 77.75 ชนิดถุงมือยางคือถุงมือยางธรรมชาติชนิดไม่มีแป้ง ร้อยละ 37.75 ซื้อครั้งละ 1-5 กล่อง คิดเป็นร้อยละ 88.50 ปัญหาที่พบคือสินค้าราคาแพง ร้อยละ 26.00 ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับคุณภาพ ร้อยละ 57.25 โดยส่วนใหญ่ซื้อตามความสะดวก ร้อยละ 40.50 ส่วนใหญ่เปรียบเทียบราคาแต่ไม่เสมอไป ร้อยละ 51.00 ในการค้นหาข้อมูล นิยมค้นหาทางออนไลน์ ร้อยละ 32.50 เมื่อพบปัญหา ส่วนใหญ่เลือกติดต่อบริการลูกค้าเพื่อขอคืนเงินหรือเปลี่ยนสินค้า ร้อยละ 37.75 ด้านช่องทางการซื้อ ร้านค้าออนไลน์ ร้อยละ 39.00 วงเงินในการซื้อน้อยกว่า 500 บาทต่อครั้ง คิดเป็นร้อยละ 82.00

ตารางที่ 2แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นส่วนประสมทางการตลาดของผู้บริโภค ในภาพรวม

ส่วนประสมทางการตลาด	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์	4.16	.527	มาก
ด้านราคา	3.20	.853	ปานกลาง
ด้านการจัดจำหน่าย	3.63	.542	มาก
ด้านการส่งเสริมการขาย	3.56	.553	มาก
รวม	3.64	.468	มาก

จากตารางที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยางในจังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมมีคะแนนเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีคะแนนเฉลี่ยมากที่สุด (\bar{x} = 4.16) รองลงมาคือ ด้านการจัดจำหน่าย (\bar{x} = 3.63) ด้านการส่งเสริมการขาย (\bar{x} = 3.56) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านราคา (\bar{x} = 3.20)

ตารางที่ 3 แสดงค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความ คิดเห็นต่อความจงรักภักดี

ความจงรักภักดี	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ความจงรักภักดี	3.53	.514	มาก

จากตาราง ที่ 3 ระดับความจงรักภักดีของผู้บริโภคอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 3.53)

ตารางที่ 4 แสดงการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาดกับความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยาง

Model	B	SE.	Beta	t	sig
ค่าคงที่	1.033	.132		7.817	.000*
ด้านราคา	.116	.030	.192	3.836	.000*
ด้านการจัดจำหน่าย	.251	.049	.264	5.110	.000*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.342	.048	.367	7.182	.000*

$R^2 = .538$, Adjusted $R^2 = .535$, $F = 154.008$, $Sig. = 0.000$

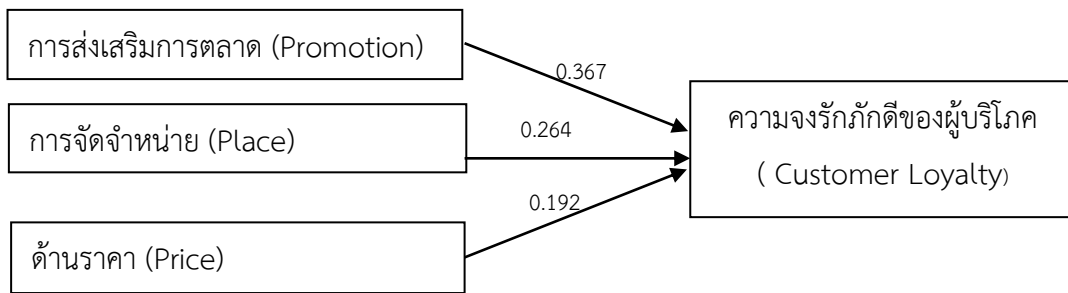
* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 Adjusted $R^2 = .535$ อธิบายได้ว่า ความจงรักภักดีของผู้บริโภคถุงมือยาง เป็นผลมาจากปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 3 ด้าน ซึ่งได้แก่ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการขาย คิดเป็นร้อยละ 53.5 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 ที่เหลืออีกร้อยละ 46.5 เป็นผลมาจากปัจจัยอื่น และจากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.033 + 0.116(\text{ราคา}) + 0.251(\text{การจัดจำหน่าย}) + 0.342(\text{การส่งเสริมการตลาด})$$

สมการพยากรณ์ในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน

$$Z_y = 0.367(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.264(\text{การจัดจำหน่าย}) + 0.192(\text{ราคา})$$



รูปที่ 2 ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคดูมีย่างในจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากรูปที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = 0.367) ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคดูมีย่างมากที่สุด รองลงมาคือ การจัดจำหน่าย (Beta = 0.264) และน้อยที่สุดคือ ด้านราคา (Beta = 0.192) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

1. ส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความจงรักภักดีของผู้บริโภค สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการสื่อสารและสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าในตลาดดูมีย่างสอดคล้องกับแนวคิดของ Armstrong et al. (2017) ที่เน้นความสำคัญของการสื่อสารการตลาดในการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า การให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์ที่ถูกต้อง การสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ และการมีบริการหลังการขายที่ดี และสอดคล้องกับงานวิจัยของ วรณวิสา ไชยหนองแข้ และโชคชัย สุเวชวัฒน์กุล (2567) เรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณหมู่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี ที่พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับ ความจงรักภักดี และสอดคล้องกับ พิมพ์ชนก จินวุฒิ (2561) เรื่อง ปัจจัยคุณภาพการให้บริการ และส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความภักดีของลูกค้าที่ซื้อแอลบ ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี พบว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาด 4P's มีอิทธิพลทางตรงต่อความภักดีของลูกค้าที่ซื้อแอลบ ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี ได้แก่ การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด

2. ส่วนประสมการตลาดด้านการจัดจำหน่ายส่งผลต่อเชิงบวกความจงรักภักดี สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและสะดวก สอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) ที่เน้นความสำคัญของความสะดวกในการเข้าถึงสินค้า โดยเฉพาะในสถานการณ์ที่ผู้บริโภคต้องการความมั่นใจในการหาซื้อสินค้าได้ง่าย ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ กมลทิพย์ นามมา และ ธนาวุฒิ ประกอบผล (2561) วิจัยเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่าส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมในเขตกรุงเทพมหานคร

3. ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาส่งผลเชิงบวกต่อความจงรักภักดี โดยมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นต่ำสุด สะท้อนให้เห็นว่าแม้ราคาจะมีอิทธิพลต่อความจงรักภักดี แต่ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการตัดสินใจของผู้บริโภค สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษดา เขียววัฒนสุขและสรณญา เข้มเจริญ (2566) ที่พบว่าปัจจัยส่วนประสม

การตลาดบริการด้านราคามีความสัมพันธ์กับความภักดีของผู้ใช้บริการโทรศัพท์เคลื่อนที่ในระดับที่ต่ำกว่าด้านอื่นๆ เช่น ด้านสภาพแวดล้อมทางกายภาพ ด้านกระบวนการให้บริการ และด้านส่งเสริมการตลาด

4. ส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ไม่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แม้จะมีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ($\bar{x}=4.16$) อาจเนื่องจากผู้บริโภคมองว่าเป็นสินค้าที่มีมาตรฐานการผลิตที่ใกล้เคียงกัน และผู้บริโภคอาจมองว่าคุณภาพของผลิตภัณฑ์เป็นปัจจัยพื้นฐานที่ต้องมี จึงไม่ใช่ปัจจัยที่ทำให้เกิดความจงรักภักดีโดยตรง สอดคล้องกับ แนวคิดของ Kano Model ที่อธิบายว่าคุณลักษณะพื้นฐานของผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งที่ลูกค้าคาดหวังว่าต้องมี (Must-be Requirements) จึงไม่สร้างความพึงพอใจพิเศษที่จะนำไปสู่ความจงรักภักดี

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านราคา ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้บริโภคผู้ใช้งานในจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามลำดับ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะว่า

1. ในด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้ผลิตภัณฑ์อย่างถูกต้องและปลอดภัย พร้อมทั้งพัฒนาระบบการสื่อสารผ่านช่องทางออนไลน์ให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ควรสร้างโปรแกรมสมาชิกเพื่อสะสมคะแนนและมอบสิทธิประโยชน์ต่างๆ รวมถึงจัดกิจกรรมให้ทดลองใช้ผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างประสบการณ์ตรง และมีข้อเสนอพิเศษสำหรับการซื้อในปริมาณมาก
2. ในด้านการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการควรขยายเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายให้ครอบคลุมทั่วจังหวัด พัฒนาระบบการสั่งซื้อออนไลน์และแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย เพิ่มจุดจำหน่ายในร้านสะดวกซื้อและร้านค้าทั่วไป ปรับปรุงระบบการจัดส่งให้รวดเร็วและติดตามได้ พร้อมทั้งรักษาระดับสต็อกสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของผู้บริโภค
3. ด้านราคา ควรพัฒนาระบบการชำระเงินให้หลากหลายรูปแบบ ทั้งเงินสด บัตรเครดิต และ e-wallet กำหนดราคาให้สอดคล้องกับคุณภาพและการรับรู้ของผู้บริโภค จัดทำโปรโมชั่นราคาพิเศษตามช่วงเทศกาล และมีราคาที่หลากหลายตามคุณภาพและปริมาณการสั่งซื้อ
4. ด้านผลิตภัณฑ์จะไม่มีอิทธิพลโดยตรงต่อความจงรักภักดี แต่มีค่าเฉลี่ยความคิดเห็นสูงสุด ผู้ประกอบการยังควรให้ความสำคัญกับการรักษามาตรฐานการผลิตให้ได้การรับรองคุณภาพอย่างต่อเนื่อง พัฒนาคุณภาพด้านความยืดหยุ่นและความทนทาน รวมถึงเพิ่มความหลากหลายของผลิตภัณฑ์เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่แตกต่างกัน การดำเนินการตามข้อเสนอแนะเหล่านี้จะช่วยเสริมสร้างความจงรักภักดีของผู้บริโภคต่อผลิตภัณฑ์ผู้ใช้งานในจังหวัดนครศรีธรรมราชได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- กมลทิพย์ นามมา และ ธนาวุฒิ ประกอบผล. (2561). ส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีในการเลือกใช้แบรนด์รถยนต์เดิมของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการบริหารและจัดการ*, 8(1), 13-34.
- กฤษดา เขียววัฒนสุข และสรญา เข้มเจริญ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการที่มีความสัมพันธ์ต่อความภักดีของผู้ใช้บริการเครือข่ายโทรศัพท์เคลื่อนที่. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, 13(1), 282-297.
- ชูชัย สมितिไกร. (2563). พฤติกรรมผู้บริโภค (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธันวา ไบนานา. (2564). อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดออนไลน์ต่อความไว้วางใจและความภักดีของลูกค้าต่อแอปพลิเคชันบัวหลวง เอ็มแบงก์กิ้ง ธนาคารกรุงเทพ ในอำเภอเมืองเชียงใหม่. *วารสารบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยขอนแก่น*, 5(2), 85-102.
- วรรณวิสา ไชยหนองแซ้. (2567). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลความจงรักภักดีต่อตราสินค้าในการเลือกที่พักแรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยบริเวณหมู่เกาะล้าน จังหวัดชลบุรี. *วารสารศิลปศาสตร์ราชมงคลสุวรรณภูมิ*, 6(2), 301-315.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดสำหรับธุรกิจบริการ. สืบค้นเมื่อ มีนาคม 2560, จาก <http://thesisavenus.blogspot.com/2008/09/marketing-mix-7ps.html>
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารการตลาดยุคใหม่. กรุงเทพมหานคร: บริษัทธรรมสาร จำกัด.
- Kotler, Phillip. and Armstrong, Gary. (1999). *Principle of Marketing*. 8th ed. Prentice-Hall, Inc.
- Kotler, P. (2012). *Marketing Management* (14th ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). *Principles of marketing* (17th ed.). Pearson.

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง
จังหวัดนครศรีธรรมราช

The marketing mix (7Ps) affecting repeat purchases of takeaway bakery product by
consumers in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat

สุนันท์ ชูวาณี¹ และ สมพล ทุ่งหว้า²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100037@ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาพฤติกรรมการบริโภค ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) และการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away รวมถึงศึกษาส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่างคือผู้บริโภคที่เคยซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away จำนวน 400 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 มี 5 ด้าน เรียงตามค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยจากมากไปน้อย ได้แก่ ด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด และด้านกระบวนการ โดยสามารถร่วมกันพยากรณ์การซื้อซ้ำได้ร้อยละ 53.3 ผลการวิจัยนี้สามารถนำไปใช้ในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดของธุรกิจเบเกอรี่ โดยเฉพาะการกำหนดราคาที่เหมาะสม การพัฒนาบุคลากร การเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่าย การจัดโปรโมชั่น และการปรับปรุงกระบวนการให้บริการ เพื่อเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำและสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน

คำสำคัญ : ส่วนประสมทางการตลาด, การซื้อซ้ำ, เบเกอรี่แบบ Take Away

Abstract

This research aimed to study consumer behavior, the marketing mix (7Ps), and repeat purchases of takeaway bakery products, as well as to examine the marketing mix factors influencing repeat purchases among consumers in Thung Song District, Nakhon Si Thammarat Province. The sample group consisted of 400 consumers who had previously purchased takeaway bakery products. Data were collected using questionnaires and analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The findings revealed that five marketing mix factors significantly influenced repeat purchases at a 0.05 statistical significance level. These factors, ranked by regression coefficient from highest to

lowest, are price, personnel, place (distribution), promotion, and process. Collectively, these factors could predict repeat purchases with an accuracy of 53.3%. This research can be applied to develop marketing strategies for bakery businesses, particularly in setting appropriate prices, improving personnel, expanding distribution channels, organizing promotions, and enhancing service processes to increase repeat purchase opportunities and gain a competitive advantage.

Keywords : Marketing Mix, Repurchase, Take Away Bakery

บทนำ

ในสภาวะปัจจุบันที่เศรษฐกิจและสังคมมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ธุรกิจร้านเบเกอรี่ได้กลายเป็นหนึ่งในธุรกิจที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีบทบาทสำคัญในตลาดอาหารของประเทศไทย จากข้อมูลของศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2565) พบว่า ตลาดเบเกอรี่ในประเทศไทยมีมูลค่ารวมสูงถึง 18,000 ล้านบาท และมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 4-5 ต่อปี โดยร้อยละ 35 ของมูลค่าตลาดมาจากเบเกอรี่แบบ Take Away การเติบโตดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและคุณภาพชีวิตมากขึ้น

จากการสำรวจของสมาคมการค้าธุรกิจร้านอาหาร (2564) พบว่าร้อยละ 65 ของผู้บริโภคนิยมซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away เพิ่มขึ้นจากปี 2563 ที่มีเพียงร้อยละ 45 โดยเฉพาะในเขตเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่มีกำลังซื้อสูง ซึ่งอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง เนื่องจากเป็นศูนย์กลางการค้าและการคมนาคมของภาคใต้ตอนกลาง มีประชากรหนาแน่น จากข้อมูลของสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) พบว่ามีประชากรมากกว่า 90,000 คน มีรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนสูงถึง 27,456 บาทต่อเดือน และมีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจร้อยละ 3.8 ต่อปี ส่งผลให้มีผู้ประกอบการร้านเบเกอรี่เปิดกิจการเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยในปี 2564 มีร้านเบเกอรี่ที่จดทะเบียนพาณิชย์มากกว่า 50 ราย เพิ่มขึ้นร้อยละ 25 จากปี 2563 (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช, 2564)

อย่างไรก็ตาม ในสภาวะที่มีการแข่งขันสูงและพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในด้านความต้องการความสะดวกสบายที่เพิ่มขึ้น การให้ความสำคัญกับสุขภาพและความปลอดภัยในการบริโภคมากขึ้น รวมถึงการใช้เทคโนโลยีและช่องทางออนไลน์ในการสั่งซื้อที่เพิ่มสูงขึ้น ธุรกิจเบเกอรี่จำเป็นต้องปรับตัวและพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดอย่างต่อเนื่องเพื่อรักษาฐานลูกค้าและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน (Kotler and Keller, 2016) การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการวางแผนกลยุทธ์ทางธุรกิจ ซึ่งส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) ช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคลากร (People) กระบวนการให้บริการ (Process) และลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งแต่ละปัจจัยล้วนมีผลต่อการตัดสินใจซื้อและการกลับมาซื้อซ้ำของผู้บริโภค

การซื้อซ้ำถือเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งสำหรับความสำเร็จในระยะยาวของธุรกิจ เนื่องจากการรักษาลูกค้าเดิมมีต้นทุนที่ต่ำกว่าการหาลูกค้าใหม่ถึง 5-25 เท่า นอกจากนี้ ลูกค้าที่มีความภักดีมักจะมีมูลค่าการซื้อที่สูงขึ้น และมีแนวโน้มที่จะแนะนำสินค้าหรือบริการให้กับผู้อื่น ซึ่งเป็นการช่วยขยายฐานลูกค้าโดยไม่ต้องลงทุนเพิ่ม

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างตรงจุด และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้ ผลการวิจัยยังสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาธุรกิจเบเกอรี่ในพื้นที่อื่นๆ ที่มีลักษณะคล้ายคลึงกัน และเป็นแนวทางในการศึกษาวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคในธุรกิจอาหารและเครื่องดื่มประเภทอื่นๆ ต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมผู้บริโภค

Schiffman และ Kanuk (2010) ให้ความหมายว่า พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง พฤติกรรมที่ผู้บริโภคแสดงออกในการแสวงหา การซื้อ การใช้ การประเมิน และการกำจัดทิ้งซึ่งสินค้า บริการ และแนวคิดต่างๆ ที่พวกเขาคาดว่าจะสามารถตอบสนองความต้องการของตนได้

ฉิมมพร ดอกบัว (2557) ให้ความหมายของพฤติกรรมผู้บริโภคว่า เป็นการตัดสินใจและการกระทำต่างๆ ของบุคคลเพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าหรือบริการสำหรับการบริโภค โดยมุ่งเน้นที่ตัวผู้ซื้อเป็นสำคัญ พฤติกรรมผู้บริโภคครอบคลุมถึงความรู้สึกและการจัดการข้อมูล ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Kotler (1997) อธิบายว่า “ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดสำคัญในทางการตลาดสมัยใหม่ที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนองความพึงพอใจแก่กลุ่มเป้าหมาย การใช้เครื่องมือนี้ถือเป็นการรวมการตัดสินใจทางการตลาดทั้งหมดเข้าด้วยกัน ส่วนประสมทางการตลาดแบ่งออกเป็น 7 กลุ่ม ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product), ด้านราคา (Price), ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place), ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion), ด้านบุคคลากร (People), ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Environment) และด้านกระบวนการ (Process) ซึ่งช่วยให้การสื่อสารไปยังผู้รับสารมีประสิทธิภาพสูงสุด

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการซื้อซ้ำ

Parasuraman et al. (1996) อธิบายว่าลูกค้าที่มีความตั้งใจที่จะกลับมาซื้อสินค้าหรือใช้บริการซ้ำในอนาคต เป็นผลจากประสบการณ์ที่ดีในการใช้บริการครั้งที่ผ่านมา ความตั้งใจนี้สะท้อนถึงความต้องการที่จะกลับมาใช้บริการอีกครั้ง รวมถึงลูกค้ายังสามารถบอกเล่าถึงสรรพคุณ ประโยชน์ หรือประสบการณ์ดี ๆ เกี่ยวกับสินค้าและบริการนั้น ๆ ให้กับบุคคลอื่นได้รับรู้ต่อไป

Kotler and Keller (2006) ระบุว่า "ความพึงพอใจหรือความไม่พึงพอใจที่ลูกค้ามีต่อสินค้า จะส่งผลต่อพฤติกรรมที่ตามมา หากลูกค้ารู้สึกพึงพอใจ มีโอกาสสูงที่พวกเขาจะกลับมาซื้อสินค้าซ้ำอีกครั้ง"

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ณัฐมน บัวพรมมี และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยยี่ห้อหนึ่ง ผ่านช่องทางห้างค้าส่งขนาดใหญ่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยของผู้บริโภค อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

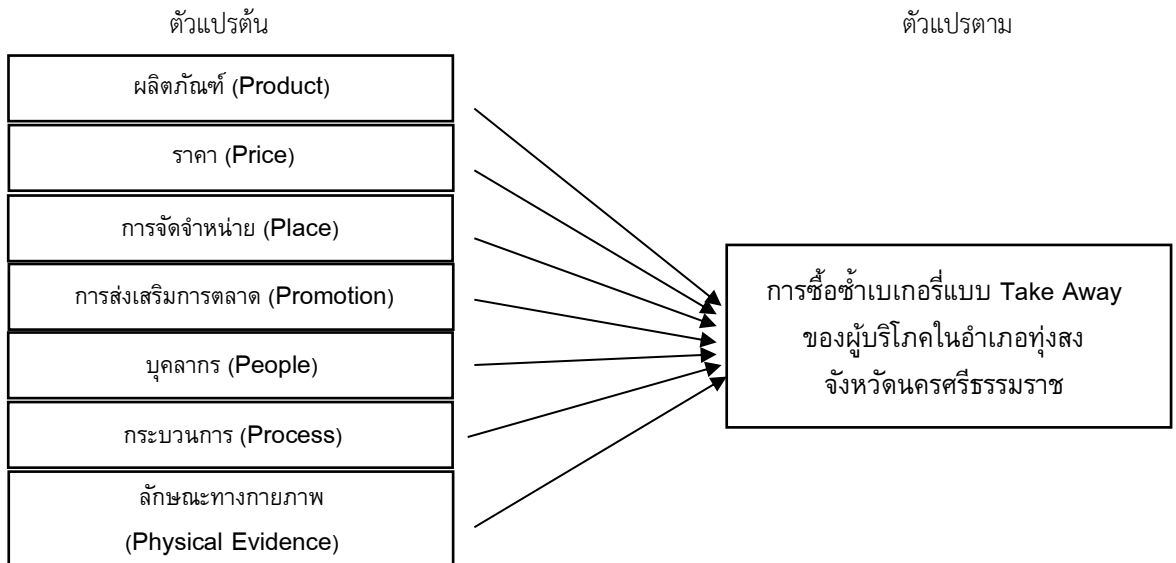
กฤษฎา เขียววัฒนสุข และคณะ (2566) ได้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผล ต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ: กรณีศึกษาแมคโดนัลด์ จังหวัดปทุมธานี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในด้านกระบวนการ ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านราคา และด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำแมคโดนัลด์ของผู้บริโภค ในจังหวัดปทุมธานีตามลำดับ

Alfonsius, Depari, and Huang (2021) ได้ ทำ การ ศึ กษา Marketing Mix and Repurchase Intention of Cafe Industry During Covid- 19: A Statistical and Data Mining Analysis ผล การ วิ จัย พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการจัดจำหน่าย มีผลเชิงบวกและมีนัยสำคัญต่อความพึงพอใจของลูกค้า ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดไม่มีผลต่อความพึงพอใจของลูกค้า ความพึงพอใจของลูกค้าส่งผลให้เกิดความตั้งใจในการซื้อซ้ำของลูกค้า

Iqbal, Ervianto, Yudiono, and Fahmi (2023) ได้ ทำ การ ศึ กษา Factor of Marketing Mix on Purchase Intention: An Empirical Research in Fashion Industry, Mojokerto Regency, East Java, Indonesia ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลน้อยมากต่อความตั้งใจซื้อ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ราคา และการส่งเสริมการตลาด มีผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความตั้งใจซื้อ

Rasyid, Yudiandri, Nurhab, Papilaya, and Heryadi (2023) ได้ ทำ การ ศึ กษา The Effect of Marketing Mix on Repurchase Intention of Hydroponic Farm Vegetable Products ผลการวิจัยพบว่า ตัวแปรด้านผลิตภัณฑ์ ราคา การส่งเสริมการตลาด บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ กระบวนการ และต้นทุน มีอิทธิพลโดยตรงต่อความพึงพอใจของผู้บริโภค และตัวแปรด้านการจัดจำหน่าย ลักษณะทางกายภาพ และการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ด้านราคาส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
5. ด้านบุคลากรส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
6. ด้านกระบวนการส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช
7. ด้านลักษณะทางกายภาพส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน การวิจัยนี้จึงใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัย

ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) และการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ร่วมกัน

สูตร
$$n = \left(\frac{Z}{2e} \right)^2$$

โดย $n =$ ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

$P =$ ค่าเปอร์เซ็นต์ที่ต้องการจะสุ่มจากประชากรทั้งหมด

$e =$ ค่าเปอร์เซ็นต์ความคลาดเคลื่อนจากการสุ่มตัวอย่าง

$Z =$ ระดับความเชื่อมั่นที่ผู้วิจัยกำหนดไว้ ซึ่งที่นิยมใช้กัน มี 2

ระดับ ได้แก่ ณ ระดับความเชื่อมั่น 95% Z มีค่าเท่ากับ 1.96

เมื่อนำมาแทนค่าในสูตร ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณได้ดังนี้

$$n = \left(\frac{1.96}{2(0.05)} \right)^2$$

$$n = 384.16$$

ขนาดของกลุ่มตัวอย่างคำนวณโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran สำหรับกรณีไม่ทราบขนาดประชากร โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากการเก็บข้อมูล ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลเพิ่มเป็น 400 คน

การเลือกกลุ่มตัวอย่างดำเนินการโดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญร่วมกับการสุ่มแบบเจาะจง มีขั้นตอนดังนี้

1. คัดเลือกร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ในอำเภอทุ่งสงแบบเจาะจง โดยเลือกร้านที่มียอดขายสูงและมีลูกค้าใช้บริการสม่ำเสมอจำนวน 10 ร้าน
2. กำหนดช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลที่แตกต่างกันในแต่ละวัน ได้แก่ ช่วงเช้า (9.00-12.00 น.) ช่วงบ่าย (13.00-16.00 น.) และช่วงเย็น (17.00-20.00 น.)
3. เก็บข้อมูลจากผู้บริโภคที่เคยซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away และสมัครใจตอบแบบสอบถาม โดยเก็บข้อมูลจากแต่ละร้านในสัดส่วนที่ใกล้เคียงกัน จนครบจำนวน 400 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire) ในที่นี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Category) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมบริการเบเกอรี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นแบบเลือกตอบ (Category) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 32 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการซื้อซ้ำเบเกอร์รี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัด นครศรีธรรมราช เป็นคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) จำนวน 5 ข้อ

โดยในส่วนที่ 3-4 มีลักษณะคำถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ดังนี้

- 1 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด
- 2 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยน้อย
- 3 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยปานกลาง
- 4 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมาก
- 5 คะแนน หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด

แบบสอบถามได้รับการพิจารณาและตรวจสอบความถูกต้องจากผู้ทรงคุณวุฒิเรียบร้อยแล้ว ผู้ศึกษานำ ค่าคะแนนเพื่อหาค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถาม โดยหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถาม (Index of Item – Objective Congruence : IOC) เกณฑ์ในการเลือกใช้ข้อคำถาม คือ หากมีค่าคะแนน มากกว่าหรือเท่ากับ 0.6 ($IOC \geq 0.6$) แสดงว่าสามารถนำข้อคำถามนั้นมาใช้ได้ ซึ่งค่า IOC ที่คำนวณได้เท่ากับ 1.00 แสดงว่าสามารถนำข้อคำถามนั้นมาใช้ในการวิจัยในครั้งนี้

ในการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟา ของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งค่าความเชื่อมั่นควรอยู่ในระดับที่มากกว่า 0.7 โดยได้ ค่าดังนี้ ด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.829 ด้านราคา เท่ากับ 0.903 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.810 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.761 ด้านบุคลากร เท่ากับ 0.917 ด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.863 และ ด้านลักษณะทางกายภาพ เท่ากับ 0.932 ส่วนการซื้อซ้ำ เท่ากับ 0.873

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยให้พนักงานสนามไปทำการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่ได้สร้างไว้แล้ว กับกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้ทำการสุ่มมา

การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ

1. ใช้ค่าความถี่ และ ค่าร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมกรบริโภคเบเกอร์รี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคใน อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และการซื้อซ้ำเบเกอร์รี่แบบ Take Away ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

3. ใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) สำหรับการวิเคราะห์ส่วน ประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำเบเกอร์รี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัด นครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 โดยการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-7

ผลการวิจัย

ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 66.25) มีอายุ 26-35 ปี (ร้อยละ 36.5) การศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 60.75) ประกอบอาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ (ร้อยละ 52.50) และมีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001-30,000 บาท (ร้อยละ 51.50)

พฤติกรรมการซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away ของกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่นิยมซื้อเค้ก (ร้อยละ 21) โดยเหตุผลหลักในการเลือกซื้อคือ รสชาติและคุณภาพของผลิตภัณฑ์ (ร้อยละ 21.97) ความถี่ในการซื้อเบเกอรี่ 3-4 ครั้งต่อสัปดาห์ (ร้อยละ 33.75) โดยซื้อจากร้านเบเกอรี่ทั่วไป (ร้อยละ 35.72) ซึ่งในแต่ละครั้งที่ซื้อจะมีค่าใช้จ่ายอยู่ที่ 50-100 บาท (ร้อยละ 43.25) และจะซื้อเป็นประจำ เพื่อบริโภคเองหรือบริโภคในครอบครัว (ร้อยละ 77.75)

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)

ส่วนประสมทางการตลาด(7Ps)	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	4.07	.492	มาก
ด้านราคา (Price)	3.01	1.012	ปานกลาง
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place)	3.63	.549	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	3.57	.564	มาก
ด้านบุคลากร (People)	3.69	.492	มาก
ด้านกระบวนการ (Process)	4.21	.385	มากที่สุด
ด้านลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence)	4.20	.338	มาก
ภาพรวม	3.80	.352	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ของร้านเบเกอรี่แบบ Take Away ในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านกระบวนการ รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านราคา

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของการซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away

การซื้อซ้ำเบเกอรี่แบบ Take Away	ค่าเฉลี่ย	S.D.	ระดับความคิดเห็น
จะซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away จากร้านเดิมอีกในอนาคต	3.51	.746	มาก
จะซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away มากขึ้นในอนาคต	3.56	.723	มาก
แม้ร้านอื่นจะมีราคาถูกกว่า ก็ยังจะซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away จากร้านเดิม	3.32	.688	ปานกลาง
ทุกครั้งที่ยากซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away จะเลือกซื้อจากร้านเดิม	3.42	.689	มาก
จะแนะนำให้เพื่อนหรือคนรู้จักมาซื้อเบเกอรี่แบบ Take Away จากร้านนี้	3.48	.736	มาก
รวม	3.46	.561	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อการซื้อซ้ำเบเกอร์รี่แบบ Take Away ของผู้บริโภคในอำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ จะซื้อเบเกอร์รี่แบบ Take Away มากขึ้นในอนาคต รองลงมาคือ จะซื้อเบเกอร์รี่แบบ Take Away จากร้านเดิมอีกในอนาคต และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือ แม้อันอื่นจะมีราคาสูงกว่า ก็ยังจะซื้อเบเกอร์รี่แบบ Take Away จากร้านเดิม

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ

	B	SE(B)	Beta	t	Sig.
(Constant)	.284	.275		1.032	.303
ด้านราคา	.131	.029	.237	4.559	.000*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	.196	.059	.192	3.320	.001*
ด้านการส่งเสริมการตลาด	.183	.056	.184	3.255	.001*
ด้านบุคลากร	.258	.058	.226	4.450	.000*
ด้านกระบวนการ	.110	.050	.075	2.188	.029*

R² Adjust = .533 F =92.036 Sig. = .000

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า R² Adjust = 0.533 แสดงว่า ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านกระบวนการ สามารถอธิบายความผันแปรของการซื้อซ้ำเบเกอร์รี่แบบ Take Away ได้ร้อยละ 53.3 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกร้อยละ 46.7 เกิดจากอิทธิพลของตัวแปรอื่นที่ไม่ได้นำมาศึกษา และจากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายได้ดังนี้

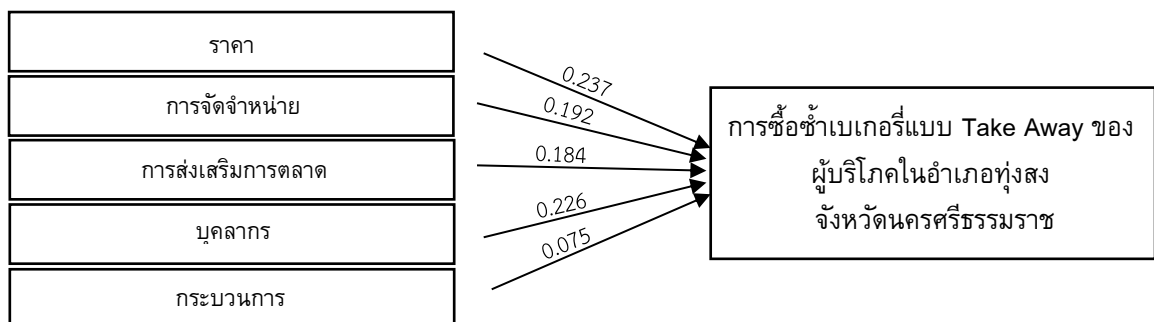
สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 0.284 + 0.131(\text{ราคา}) + 0.196(\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.183(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.258(\text{บุคลากร}) + 0.110(\text{กระบวนการ})$$

สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Y} = 0.237(\text{ราคา}) + 0.192(\text{ช่องทางการจัดจำหน่าย}) + 0.184(\text{การส่งเสริมการตลาด}) + 0.226(\text{บุคลากร}) + 0.075(\text{กระบวนการ})$$

สามารถสรุปตัวแบบ (Model) ที่ได้จากการวิจัยพร้อมสัมประสิทธิ์ถดถอยพยากรณ์ในรูปแบบคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้



จากรูปผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านราคา (Beta = 0.237) ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบ Take Away มากที่สุด รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (Beta = 0.226) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย

ผลการศึกษาส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบ Take Away มีประเด็นสำคัญในการอภิปรายดังนี้

ด้านราคาเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำมากที่สุด ($\beta = 0.237$) สอดคล้องกับงานวิจัยของ Alfonsius et al. (2021) และ Iqbal et al. (2023) ที่พบว่าราคามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อและความพึงพอใจของลูกค้า ซึ่งสามารถอธิบายได้ตามทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของ Kotler และ Keller (2016) ที่ระบุว่าราคาเป็นตัวกำหนดมูลค่าและคุณค่าของผลิตภัณฑ์ในมุมมองของผู้บริโภค โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจปัจจุบันที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับความคุ้มค่ามากขึ้น

ด้านบุคลากรส่งผลต่อการซื้อซ้ำเป็นอันดับที่สอง ($\beta = 0.226$) สอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock และ Wirtz (2016) ที่อธิบายว่าบุคลากรเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างความแตกต่างและความได้เปรียบในการแข่งขันของธุรกิจบริการ เนื่องจากบุคลากรเป็นจุดสัมผัสที่สำคัญระหว่างธุรกิจกับลูกค้า การที่พนักงานมีบุคลิกภาพที่ดี มีใจรักบริการ และสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะสร้างประสบการณ์ที่ดีและนำไปสู่การตัดสินใจซื้อซ้ำ

ด้านการจัดจำหน่ายส่งผลต่อการซื้อซ้ำเป็นอันดับที่สาม ($\beta = 0.192$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Alfonsius, et al. (2021) และ Rasyid et al. (2023) ที่พบว่าช่องทางการจัดจำหน่ายมีอิทธิพลโดยตรงต่อความตั้งใจซื้อซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะทำเลที่ตั้งสะดวกต่อการเดินทาง มีช่องทางการสั่งซื้อที่หลากหลาย และเวลาเปิด-ปิดที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ (2552) ที่กล่าวถึงความสำคัญของการเลือกทำเลที่ตั้งที่เหมาะสม ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการซื้อซ้ำเป็นอันดับที่สี่ ($\beta = 0.184$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ณัฐมน บัวพรหมมี และคณะ (2565) ที่พบว่าการส่งเสริมการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่างๆ และการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจช่วยกระตุ้นให้เกิดการซื้อซ้ำ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีของ Etzel, Walker, & Stanton (2007) ที่กล่าวว่าการส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างแรงจูงใจและความพึงพอใจในผลิตภัณฑ์

ด้านกระบวนการส่งผลต่อการซื้อซ้ำเป็นอันดับที่ห้า ($\beta = 0.075$) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษดา เขียววัฒนสุข และคณะ (2566) ที่พบว่าด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระบบการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย การรับผิดชอบเมื่อเกิดความผิดพลาด และระยะเวลาในการให้บริการที่เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lovelock & Wirtz (2016) เกี่ยวกับความสำคัญของกระบวนการให้บริการที่มีประสิทธิภาพประเด็นที่น่าสนใจคือด้านผลิตภัณฑ์และลักษณะทางกายภาพไม่ส่งผล

ต่อการซื้อซ้ำ ซึ่งอาจเป็นเพราะผู้ประกอบการมีมาตรฐานผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกัน และด้วยลักษณะการซื้อแบบ Take Away ทำให้ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับปัจจัยเหล่านี้มากกว่าด้านอื่นๆ

การตอบสมมติฐานการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ได้ตั้งสมมติฐานเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด(7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบเกอริ่แบบ Take Away ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า

สมมติฐานที่ 2-6 ได้รับการยอมรับ โดยพบว่าปัจจัยด้านราคา ด้านบุคลากร ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบเกอริ่แบบ Take Away อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 1 และ 7 ไม่ได้รับการยอมรับ โดยพบว่าปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และด้านลักษณะทางกายภาพไม่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบเกอริ่แบบ Take Away อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยนี้มีนัยสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในเชิงทฤษฎีได้ขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับพฤติกรรมซื้อซ้ำในธุรกิจเบเกอริ่ และในเชิงปฏิบัติได้ให้แนวทางสำหรับผู้ประกอบการในการจัดลำดับความสำคัญของการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาด

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการซื้อซ้ำแบบเกอริ่แบบ Take Away มี 5 ด้าน ดังนี้ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการ ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะตามลำดับความสำคัญของค่าสัมประสิทธิ์ถดถอย ดังนี้

1. ด้านราคา ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก โดยกำหนดราคาให้เหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณของผลิตภัณฑ์ มีป้ายแสดงราคาที่ชัดเจน ทำให้ผู้บริโภคตัดสินใจได้ง่าย และพิจารณาปรับราคาให้สอดคล้องกับต้นทุนและสภาวะการแข่งขัน
2. ด้านบุคลากร เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่สอง ควรพัฒนาโดยอบรมพนักงานให้มีความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์และการให้บริการ เน้นการพัฒนาบุคลิกภาพและมนุษยสัมพันธ์ในการให้บริการ และกำหนดมาตรฐานการแต่งกายให้สะอาด เรียบร้อย
3. ด้านการจัดจำหน่าย เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่สาม ควรปรับปรุงโดยเพิ่มช่องทางการสั่งซื้อที่หลากหลาย พัฒนาระบบการจัดส่งที่มีประสิทธิภาพ และกำหนดเวลาเปิด-ปิดให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่สี่ ควรดำเนินการโดยจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ และเหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมาย ใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่อง และสร้างระบบสมาชิกเพื่อรักษาฐานลูกค้าเดิม

5. ด้านกระบวนการ เป็นปัจจัยสำคัญอันดับที่ห้า ควรพัฒนาโดยเพิ่มช่องทางการชำระเงินที่หลากหลายและปลอดภัย กำหนดมาตรฐานการให้บริการที่รวดเร็ว และมีระบบการจัดการข้อร้องเรียนที่มีประสิทธิภาพ

การพัฒนาปัจจัยทั้ง 5 ด้านตามลำดับความสำคัญนี้ จะช่วยเพิ่มโอกาสในการซื้อซ้ำของผู้บริโภค และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันให้กับธุรกิจเบเกอรี่แบบ Take Away ในพื้นที่อำเภอทุ่งสง จังหวัดนครศรีธรรมราช

บรรณานุกรม

- กฤษดา เขียววัฒนสุข และคณะ. (2566). ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำ: กรณีศึกษาแมคโดนัลด์ จังหวัดปทุมธานี. *วารสารราชภัฏเพชรบูรณ์สาร*, 25(1), 13-24.
- ณัฐมน บัวพรมมี และคณะ. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อซ้ำผลิตภัณฑ์น้ำพริกเผาไทยยี่ห้อหนึ่งผ่านช่องทางห้างค้าส่งขนาดใหญ่ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดปทุมธานี. *วารสารเครือข่ายส่งเสริมการวิจัยทางมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 5(3), 19-31.
- ทิฆัมพร ดอกบัว. (2557). ปัจจัยที่มีอิทธิพลก่อนการตัดสินใจซื้อคอนโดมิเนียมสำหรับผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต).มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2565). แนวโน้มธุรกิจเบเกอรี่ปี 2565-2566. กรุงเทพฯ: ธนาคารกสิกรไทย.
- สมาคมการค้าธุรกิจร้านอาหาร. (2564). *รายงานสถานการณ์ธุรกิจร้านอาหารประจำปี 2564*. กรุงเทพฯ.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดนครศรีธรรมราช. (2564). *สถิติการจดทะเบียนธุรกิจในจังหวัดนครศรีธรรมราช ปี 2564*. นครศรีธรรมราช.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจภาวะเศรษฐกิจและสังคมของครัวเรือน พ.ศ. 2564 จังหวัดนครศรีธรรมราช. นครศรีธรรมราช.
- Alfonsius, A., Depari, G. S., & Huang, J. P. (2021). Marketing Mix and Repurchase Intention of Cafe Industry During Covid-19: A Statistical and Data Mining Analysis. *Jurnal Minds: Manajemen Ide Dan Inspirasi*, 8(2), 209-224.
- Iqbal, M., Ervianto, W., Yudiono, N., & Fahmi, M. R. A. (2023, August). Factor of Marketing Mix on Purchase Intention: An Empirical Research in Fashion Industry, Mojokerto Regency, East Java, Indonesia. In *Fifth Annual International Conference on Business and Public Administration (AICoBPA 2022)* (pp. 534-547). Atlantis Press.
- Kotler, P. (1997). *Marketing Management: Analysis, Planning, Implementation, and Control*. 9th Edition, Prentice Hall, Upper Saddle River.

Rasyid, A., Yudiandri, T. E., Nurhab, M. I., Papilaya, F., & Heryadi, D. Y. (2023). The Effect of Marketing Mix on Repurchase Intention of Hydroponic Farm Vegetable Products. *JEMSI (Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Akuntansi)*, 9(2), 376-381.

Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer behavior* (10th ed.). Prentice Hall.

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ใน
อำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช

Product Innovation and Service Quality Affecting Customer Loyalty of Furniture Stores
in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province

กรกนก กาญจนอุดม¹ และ สมพล พุ่มหว่า²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100032@rumail.ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการของร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2.ศึกษาความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และ 3.ศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นรูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เคยซื้อสินค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 400 คน สุ่มกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Accidental Selection

ผลการศึกษาพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีความคิดเห็นในเรื่องเฟอร์นิเจอร์มีดีไซน์สวยสะดุดตา มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด และมีความคิดเห็นเกี่ยวกับคุณภาพการให้บริการด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่ามี 4 ด้านที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยดังนี้ ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Beta=0.315) ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า (Beta=0.185) นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Beta=0.126) และ ด้านความพร้อมในการให้บริการ (Beta=0.125) ตามลำดับ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ร้านควรนึกถึงผลประโยชน์ของลูกค้าก่อนเสมอ โดยการแนะนำสินค้าอย่างซื่อสัตย์และคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้าแทนการเน้นยอดขายเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในเชิงบวกซึ่งจะส่งผลในเรื่องการแนะนำหรือบอกต่อให้กับคนรู้จักหรือญาติต่อไป

คำสำคัญ : นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คุณภาพการบริการ ความจงรักภักดี

Abstract

The study of product innovation and service quality affecting customer loyalty of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province aimed to 1. Study the product innovation and service quality of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province 2. Study the loyalty of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province and 3. Study the product innovation and service quality affecting customer loyalty of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. The research was quantitative research. Data was collected from a sample group who had purchased products from furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province 400 people. random sampling using Accidental Selection. The results of the study found that the sample group had the highest overall opinions on product innovation of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. The study found that the sample group's opinions regarding product innovation of furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province were at the highest level overall. The highest mean score was for opinions about furniture having eye-catching designs and modern aesthetics. The opinions on the quality of service in terms of customer response and service tangibility had the highest average value. The second most was on knowing and understanding customers. The results of the hypothesis testing found that customer understanding (Beta=0.315), customer response (Beta=0.185), product innovation (Beta=0.126) and Service quality consists of service readiness (Beta=0.125), and affecting customer loyalty in furniture stores in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. Stores should always think of customer benefits first by introducing products honestly and taking into account customer benefits instead of focusing on sales only so that customers feel positive which result in recommendations or word of mouth.

Keyword : Product innovation, service quality, loyalty

บทนำ

อุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ถือได้ว่าการแข่งขันสูงในปัจจุบัน ซึ่งเฟอร์นิเจอร์เป็นสินค้าสำหรับการตกแต่งบ้านที่สำคัญอย่างหนึ่ง ซึ่งปัจจุบันได้มีการออกแบบให้สอดคล้องกับยุคสมัยไม่ว่าจะรูปแบบคอนโดมิเนียมหรือบ้านแนวราบ ซึ่งการเติบโตของอุตสาหกรรมเฟอร์นิเจอร์ย่อมต้องเป็นไปตามการเติบโตของภาคอสังหาริมทรัพย์ และจากข้อมูลของศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์ ระบุว่าในปี 2567 ทิศทางธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์และส่วนประกอบในประเทศไทยคาดว่าจะมีแนวโน้มชะลอตัว ซึ่งตลาดอสังหาริมทรัพย์ที่เป็นปัจจัยสำคัญของยอดขายเฟอร์นิเจอร์ยังไม่ฟื้นตัว รวมไปถึงปริมาณกลุ่มลูกค้าที่ต้องการเปลี่ยนเฟอร์นิเจอร์ยังคง

ชะลอตัว ซึ่งกลุ่มที่ยังมีแนวโน้มฟื้นตัวได้จะเป็นกลุ่มลูกค้าที่มีกำลังซื้อสูง สำหรับตลาดอสังหาริมทรัพย์ราคาสูง ยังมีแนวโน้มเติบโตได้เนื่องจากธุรกิจเฟอร์นิเจอร์ยังเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจที่พัก โรงแรม ซึ่งยังคงมีความจำเป็นที่จะต้องมีการปรับปรุงห้องพักและสิ่งซื้อเฟอร์นิเจอร์เพิ่มเติมเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2567)

จากข้อมูลการจำหน่ายเฟอร์นิเจอร์ของประเทศไทยพบว่าในปี 2565 ธุรกิจผลิตเฟอร์นิเจอร์มีส่วนปริมาณการผลิตเพื่อส่งออกร้อยละ 69 ทั้งนี้สถานการณ์การส่งออกเฟอร์นิเจอร์ และส่วนประกอบในช่วง 9 เดือนแรกของปี 2566 มีมูลค่าการส่งออกที่ 940 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เป็นอัตราที่ลดลง 21% โดยเฉพาะการส่งออกเฟอร์นิเจอร์สำเร็จรูปที่ลดลงถึงร้อยละ 31 (นันทพงศ์ พันทวีศักดิ์, 2567) และด้วยยอดการจำหน่ายสินค้าเฟอร์นิเจอร์ที่ลดลง ผู้ประกอบการจึงจำเป็นต้องสร้างความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์โดยการพัฒนาสินค้าเฟอร์นิเจอร์ให้มีความทันสมัย สามารถสร้างความสะดวกสบายให้กับผู้ใช้งาน หรือที่เรียกว่า นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) ซึ่งถือได้ว่าเป็นการเพิ่มมูลค่าเชิงพาณิชย์ในตลาดได้เฟอร์นิเจอร์ได้ อย่างไรก็ตามเมื่อผู้ประกอบการมีการพัฒนาด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์แล้ว สิ่งที่สำคัญอีกประการที่ทำให้ธุรกิจสามารถอยู่รอดได้นั้นคือคุณภาพการให้บริการ การสร้างความพึงพอใจ และประทับใจให้กับลูกค้า ย่อมทำให้ลูกค้าเกิดความภักดีต่อร้านและกลับมาซื้อซ้ำในอนาคต

ปัจจุบันผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์จะต้องมีการปรับตัวให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงทั้งในเรื่องของนวัตกรรมและเทคโนโลยี รวมไปถึงการรักษาระดับมาตรฐานคุณภาพด้านการบริการเพื่อสร้างฐานลูกค้าใหม่ และรักษาฐานลูกค้าเดิมไว้ เพื่อให้ธุรกิจสามารถเติบโตเหนือคู่แข่งได้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์คุณภาพการบริการ และความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช พร้อมทั้งศึกษาถึงนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งในเขตพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นจังหวัดที่มีจำนวนประชากรมากเป็นอันดับที่ 8 ของประเทศ (สำนักทะเบียนกลาง, 2562) ประกอบกับมีสถานที่ท่องเที่ยว โรงแรมและที่พักเป็นจำนวนมาก ซึ่งทำให้แนวโน้มในการซื้อเฟอร์นิเจอร์เพิ่มขึ้นด้วยเช่นกัน ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญในการศึกษาข้อมูลดังกล่าวเพื่อเป็นประโยชน์ให้แก่ผู้ประกอบการธุรกิจเฟอร์นิเจอร์สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ในการพัฒนาและปรับปรุงธุรกิจให้สามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง

การทบทวนวรรณกรรม

ในการศึกษานวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อประกอบการศึกษา ดังนี้

1.แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์

นวัตกรรมเป็นสิ่งที่เกิดจากการใช้ความรู้ และความคิดสร้างสรรค์ที่มีประโยชน์ต่อเศรษฐกิจ และสังคม โดยมีกระบวนการเกิดจากความคิดของมนุษย์ เป็นการสร้างสิ่งที่มีอยู่เดิมให้กลายเป็นสิ่งใหม่ และมีความ

แตกต่างไปจากเดิมโดยอาศัยการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมรอบตัวให้ในการสร้างโอกาสใหม่ๆ นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (Product Innovation) เป็นการเปลี่ยนแปลงใน “ผลิตภัณฑ์หรือบริการ” ขององค์กรให้เกิดเป็นสินค้าหรือบริการที่ดียิ่งขึ้น เป็นการการสร้างผลิตภัณฑ์ชิ้นใหม่ หรือพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้นกว่าเดิม เช่น การปรับเปลี่ยนรูปแบบดีไซน์ของสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต และการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์สินค้า เป็นต้น (จตุพร สุธิสิริมงคล, 2562)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ เป็นการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่ผลิตขึ้นในเชิงพาณิชย์ให้มีการพัฒนาขึ้น หรือเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นมาใหม่ในตลาด นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออก 2 ประเภทคือ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (tangible product) โดยจะเป็นสินค้าทั่วไป เช่น รถยนต์รุ่นใหม่ เป็นต้น 2. ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (intangible product) โดยจะเป็นการบริการ (services) เช่น ธุรกิจการเงินธนาคารโดยผ่านทางโทรศัพท์ (telephone finance banking) เป็นต้น (อำนาจ วัดจินดา, 2560) และนวัตกรรมผลิตภัณฑ์เป็นการพัฒนาและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ ใหม่ทั้งในด้านของเทคโนโลยี วิธีการใช้และการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ที่มีอยู่เดิมให้มีประสิทธิภาพในการใช้งานและมีคุณภาพที่ดีขึ้น ซึ่งจะมีทั้งในรูปแบบของสินค้า และบริการ (Smith, 2006; Schilling, 2008)

สรุป นวัตกรรมนั้นจะเข้ามาช่วยในด้านการพัฒนาและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขันบนพื้นฐานของความแตกต่างทางธุรกิจ โดยการปรับเปลี่ยนรูปแบบดีไซน์ของสินค้า วัตถุดิบที่ใช้ในการผลิต นวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถแบ่งออก 2 ประเภทคือ 1. เป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ (tangible product) 2. ผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ (intangible product)

2.แนวคิดเกี่ยวกับและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพการบริการ

คุณภาพการบริการ เป็นความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้รับบริการ หรือระดับของความสามารถในการให้บริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการหรือผู้รับบริการ ทำให้เกิดความพึงพอใจจากบริการที่ได้รับ กาญจนา นิกรสังขพินิจ (2561) โดยคุณภาพการบริการตามแนวคิดของ Zeithaml, Berry, & Parasuraman (1996) แบ่งออกเป็น 5 ด้านดังนี้ 1. ความเป็นรูปธรรม (Tangibles) หมายถึง ลักษณะทางกายภาพที่ปรากฏให้เห็นถึงสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ได้แก่ บุคลากร อุปกรณ์ เครื่องมือ เอกสารที่ใช้ในการติดต่อสื่อสาร รวมทั้งสภาพแวดล้อมที่ทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าได้รับการดูแลห่วงใยและความตั้งใจจากผู้ประกอบการนั้น ๆ ได้ชัดเจน 2. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ (Reliability) หมายถึง ความสามารถในการให้บริการให้ตรงกับสัญญาที่ให้ไว้กับผู้ให้บริการ บริการที่ให้ไว้ทุกครั้งจะต้องมีความถูกต้อง เหมาะสมมีความสม่ำเสมอทำให้ผู้ใช้บริการรู้สึกว่าการบริการที่ได้รับนั้นมีความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ 3. ความตอบสนองต่อลูกค้า (Responsiveness) หมายถึง ความพร้อมและความเต็มใจในการให้บริการโดยสามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้อย่างทันท่วงที ผู้ใช้บริการ สามารถเข้ารับบริการได้ง่ายและได้รับความสะดวกจากการมาใช้บริการ 4. การให้ความเชื่อมั่น (Assurance) หมายถึง ความสามารถในการทำให้เกิดความเชื่อมั่น แก่ผู้ใช้บริการ ผู้ประกอบการจะต้องแสดงถึงทักษะ ความรู้ และความสามารถในการให้บริการ 5. การรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Empathy) หมายถึง ความสามารถในการดูแลเอาใจใส่ ลูกค้า ตามความต้องการที่แตกต่างกันของลูกค้าแต่ละบุคคล

สรุป จากข้อมูลที่ศึกษาจะพบว่าคุณภาพการให้บริการมีคุณลักษณะที่ เกี่ยวข้องกับการประเมินและ การนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับบริการในลักษณะทั้งภาพรวมและมิติ การรับรู้ การประเมินคุณภาพการ บริการจะมีรูปแบบของการเปรียบเทียบทัศนคติที่เกี่ยวข้องกับการบริการที่คาดหวังและการบริการตามที่ได้รับรู้ว่ามี ความ พึงพอใจมากเพียงใด

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวข้องกับความจงรักภักดีของลูกค้า

ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการเป็นพฤติกรรมการซื้อของผู้ใช้บริการ ที่แสดงผลทางบวกว่าเกิดจาก ความพึงพอใจในตราสินค้านั้น ๆ โดยอาจเกิดมาจากความพอใจส่วนบุคคลหรือคุณภาพของการบริการ ซึ่งจะสามารถทำให้องค์กร รักษาส่วนแบ่งการตลาด และความสัมพันธ์กับผู้ให้บริการในระยะยาว (พชร เกษโกศล และ จิตต์โสภิณ มีระเกตุ, 2562) โดย Zeithaml, Berry, & Parasuraman (1996) ได้แบ่งองค์ประกอบของความจงรักภักดีของลูกค้าไว้ดังนี้

1. ความตั้งใจใช้บริการ (Purchase Intention) หมายถึง ความพร้อมและความพฤติกรรม ของลูกค้าที่แสดงถึง ความต้องการหรือวางแผนการที่จะซื้อบริการหนึ่ง ๆ ในอนาคต 2. การบอกต่อ (Word of Mouth) หมายถึง กระบวนการที่ผู้คน แบ่งปันประสบการณ์ ข้อมูล และความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการ หรือประสบการณ์ ต่าง ๆ กันระหว่างกัน โดยทั่วไปแล้วจะเป็นการสื่อสารในชีวิตประจำวัน 3. ความอ่อนไหวต่อราคา (Price Sensitivity) หมายถึง ระดับความตอบสนองของลูกค้าต่อ การเปลี่ยนแปลงในราคาของสินค้าหรือบริการ ลูกค้าที่มีความอ่อนไหวต่อปัจจัยราคาสูงมักจะมีการตอบสนองมากต่อการเปลี่ยนแปลงในราคา 4. พฤติกรรม การร้องเรียน (Complaining Behavior) หมายถึง กิจกรรมที่ลูกค้าทำเพื่อแสดงถึงความไม่พอใจ การผิดหวัง หรือพบเจอปัญหาในกระบวนการซื้อหรือการบริการ

สรุป ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการเป็นการที่ลูกค้ารับรู้ถึงประสิทธิภาพของสินค้าหรือบริการและเกิด ความประทับใจ จึงทำให้กลับมาซื้อสินค้าหรือบริการซ้ำ นอกจากนี้อาจมีการแนะนำหรือบอกต่อให้กับคนรู้จัก และกลับมาซื้อสินค้าในปริมาณที่มากขึ้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุขสันต์ เสาทอง (2567) ศึกษาเรื่องคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา บริษัท ซีไอเอ็มพีไทย ออโต้ จำกัดในเขตจังหวัดนครราชสีมา ผลการศึกษาพบว่าผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการเข้าพบได้งานและความยืดหยุ่นในการให้บริการ ด้านการแก้ไขสถานการณ์ให้ กลับสู่ภาวะปกติและด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า อย่างมีนัยสำคัญทาง สถิติที่ 0.01

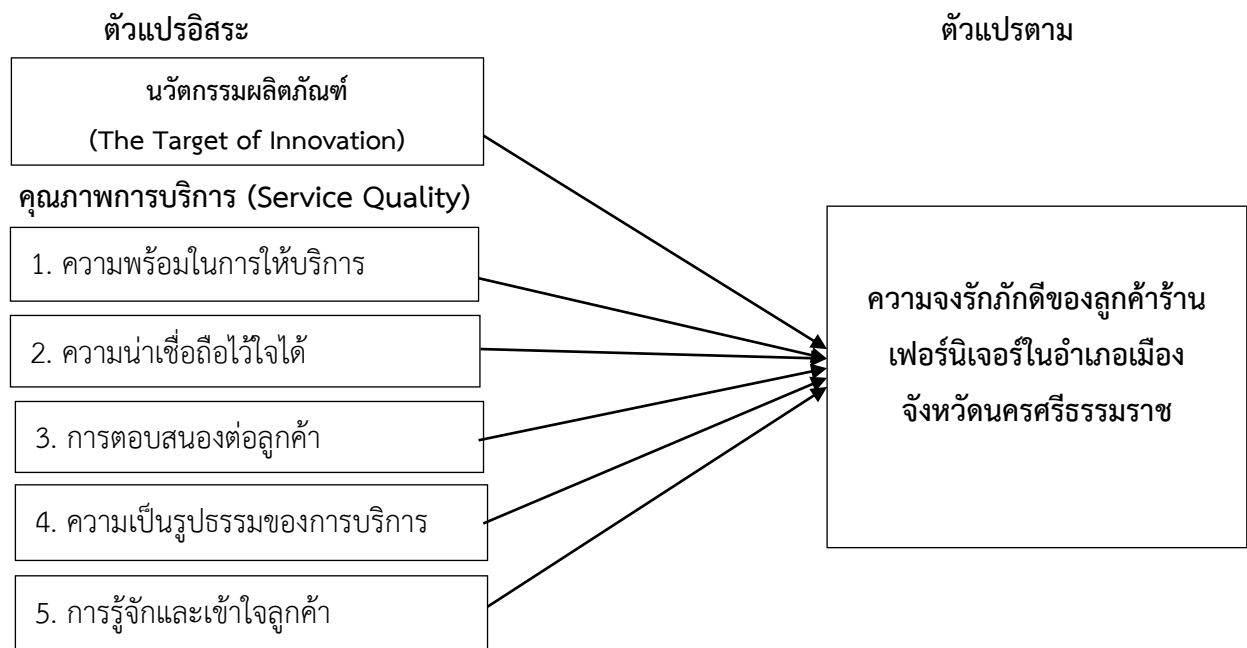
อัญธิกา ทิสาลี (2562) ศึกษาเรื่องคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่าตัวแปรคุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ เฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครได้ดีที่สุดคือด้านการรับรู้ต่อความต้องการของผู้บริโภค และผล

การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้านการรับรู้ต่อความต้องการของผู้บริโภค ด้านการให้ ความเชื่อมั่นต่อ ผู้บริโภค มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภคในเขต กรุงเทพมหานคร

Vijaya, Moeljadi and Rahayu (2021) ได้ศึกษาเรื่องผลกระทบของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และ คุณภาพบริการต่อความได้เปรียบทางการแข่งขันผ่านภาพลักษณ์ของบริษัท (กรณีศึกษา PT. TOYOTA ASTRA MOTOR ใน Malang Raya) ผลการศึกษาพบว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์สามารถเพิ่มข้อได้เปรียบในการแข่งขันได้ โดยตรงหรือผ่านการปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กร ในขณะที่คุณภาพการบริการสามารถเพิ่มความได้เปรียบ ในการแข่งขันได้โดยการปรับปรุงภาพลักษณ์ขององค์กรเท่านั้น

Budianto (2019) ได้ศึกษาเรื่องความภักดีของลูกค้า : คุณภาพของการบริการ โดยมุ่งเน้นศึกษา อิทธิพลของคุณภาพบริการต่อความภักดีของลูกค้าในตลาดสมัยใหม่ ผลการศึกษาพบว่าความภักดีของลูกค้า ได้รับอิทธิพลจากคุณภาพบริการ 38.30% ซึ่งคุณภาพของบริการส่งผลต่อความภักดีของลูกค้า โดยคุณภาพ บริการยิ่งดีขึ้น ลูกค้าก็จะยิ่งมีความภักดีมากขึ้น

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช
2. ความพร้อมในการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

3. ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

4. การตอบสนองต่อลูกค้าส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

5. ความเป็นรูปธรรมของการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

6. การรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผ่านการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ (Questionnaire) และทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในงานวิจัย คือ ลูกค้าผู้ใช้บริการร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช จึงได้ทำการคำนวณเพื่อกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ผู้วิจัยทำการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran ในการคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ดังนี้

สูตร	$n = \left(\frac{Z}{2e} \right)^2$
เมื่อ	n แทน จำนวนและขนาดกลุ่มตัวอย่าง
	Z แทน ค่าที่ระดับความเชื่อมั่น 95% หรือระดับนัยสำคัญ 0.05 โดย Z มีค่าเท่ากับ 1.96
	e แทน = ค่า % ความคาดเคลื่อนจากการสุ่มขนาดของกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งในที่นี้ กำหนดให้มีค่า 5%
	$n = \left(\frac{1.96}{2 \times 0.05} \right)^2$
	n = 384.16

ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 คน ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ตัวอย่าง เพื่อความสะดวกในการวิเคราะห์ผลข้อมูล ซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือไม่น้อยกว่า 384 คน โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบ Non Probability Sampling ด้วยวิธี Accidental Selection โดยเก็บข้อมูลจากลูกค้าที่มาใช้บริการร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชและจะต้องเป็นลูกค้าที่สมัครใจในการตอบแบบสอบถาม

ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยแบ่งออกเป็น 7 ตอนโดยได้ศึกษาและพัฒนาแบบสอบถามตามทฤษฎีนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ (อำนาจ วัดจินดา, 2560) ทฤษฎีที่เกี่ยวกับคุณภาพการบริการ และทฤษฎีเกี่ยวกับความจงรักภักดีของลูกค้า (Zeithaml, Bemy, & Parasuraman, 1996) โดยกำหนดขอบเขตเนื้อหาแบบสอบถามให้ครอบคลุมและสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ และกรอบแนวคิด และนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญประเมิน IOC และขอคำแนะนำเพื่อแก้ไขปรับปรุงข้อบกพร่องจนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์ และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่น ผู้วิจัยทดสอบ (Try out) กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อทดสอบหาค่าความน่าเชื่อถือ (Reliability) โดยใช้เทคนิคการวัดความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Internal Consistency Method) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's alpha โดยจะยอมรับการทดสอบเมื่อค่า Alpha มากกว่าหรือเท่ากับ 0.7 สรุปได้ดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	0.890
ความพร้อมในการให้บริการ	0.901
ความน่าเชื่อถือไว้วางใจได้	0.813

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์ Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถาม (ต่อ)

ตัวแปร	ค่าความเชื่อมั่น
การตอบสนองต่อลูกค้า	0.877
ความเป็นรูปธรรมของการบริการ	0.757
การรู้จักและเข้าใจลูกค้า	0.931
ความจงรักภักดีของลูกค้า	0.851

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

1. ใช้ค่าร้อยละ (%) ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล และวิเคราะห์พฤติกรรมทางเลือกซื้อเฟอร์นิเจอร์ของลูกค้า ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

2. ใช้ค่าเฉลี่ย (X) และส่วนปรนมาณมาตรฐานสำหรับการวิเคราะห์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ และคุณภาพการบริการของร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอ เมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 และใช้วิเคราะห์ความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

3. ใช้ Multiple Regression สำหรับการวิเคราะห์ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของ ลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยการทดสอบสมมติฐานข้อที่ 1-6

ผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ข้อมูลผลการวิจัยตามลำดับดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.เฟอร์นิเจอร์มีดีไซน์สวยสะดุดตา มีความทันสมัย	4.42	0.663	มากที่สุด
2.เฟอร์นิเจอร์มีคุณสมบัติป้องกันรอยนิ้วมือ และทนต่อรอยขีดข่วน	4.19	0.710	มาก
3.เฟอร์นิเจอร์ที่ผลิตจากไม้มีความทนทานต่อความชื้น ปราศจากเชื้อรา	4.18	0.779	มาก
4. เฟอร์นิเจอร์มีมาตรฐานได้รับการรับรองว่ามีความปลอดภัยต่อสุขภาพ	4.24	0.698	มากที่สุด
5. เฟอร์นิเจอร์มีนวัตกรรมวัสดุปิดผิวชนิดฟูดเกรตที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม	4.22	0.700	มากที่สุด
6.เฟอร์นิเจอร์มีการดีไซน์ให้สามารถใช้สอยได้อย่างคุ้มค่า	4.37	0.648	มากที่สุด
7.เฟอร์นิเจอร์มีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว	4.26	0.699	มากที่สุด

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์นวัตกรรมผลิตภัณฑ์ ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (ต่อ)

นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	\bar{x}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
8. มีการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานในด้านการใช้งานให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น	4.40	0.664	มากที่สุด
9.เฟอร์นิเจอร์มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการใช้งานอยู่เสมอ	4.39	0.651	มากที่สุด
10. เฟอร์นิเจอร์มีฟังก์ชันการใช้งานที่ครบครัน เช่น เตียงนอนมีพื้นรองรับการชาร์จพลังงานให้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์	4.34	0.746	มากที่สุด
โดยรวม	4.30	0.477	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษา พบว่า ผู้ใช้บริการมีความคิดเห็นเกี่ยวกับนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.30$) เมื่อพิจารณา

เป็นรายข้อ พบว่าเฟอร์นิเจอร์มีดีไซน์สวยสะดุดตา มีความทันสมัย มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.42$) รองลงมาคือมีการนำเทคโนโลยีมาผสมผสานในด้านการใช้งานให้มีความสะดวกสบายมากขึ้น ที่สุด ($\bar{X} = 4.40$) และรองลงมาคือเฟอร์นิเจอร์มีการสร้างนวัตกรรมใหม่ๆเพื่ออำนวยความสะดวกด้านการใช้งานอยู่เสมอ ($\bar{X} = 4.39$) ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1

คุณภาพการบริการ	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1.ด้านความพร้อมในการให้บริการ	4.14	0.628	มาก
2.ด้านความน่าเชื่อถือไวใจได้	4.18	0.622	มาก
3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	4.23	0.625	มากที่สุด
4.ด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ	4.23	0.642	มากที่สุด
5. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	4.20	0.618	มาก
รวม	4.19	0.378	มาก

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์คุณภาพการบริการของร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.19$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการตอบสนองต่อลูกค้าและด้านความเป็นรูปธรรมของการบริการ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.23$) รองลงมาคือด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า ($\bar{X} = 4.20$) รองลงมาคือด้านความน่าเชื่อถือไวใจได้ ($\bar{X} = 4.18$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านความพร้อมในการให้บริการ ($\bar{X} = 4.14$) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2

ความจงรักภักดี	\bar{X}	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการตั้งใช้ซื้อ	4.26	0.642	มากที่สุด
2. ด้านการบอกต่อ	4.26	0.701	มากที่สุด
3. ด้านพฤติกรรมการร้องเรียน	3.78	0.851	มาก
4. ด้านความอ่อนไหวต่อราคา	4.16	0.602	มาก
รวม	4.11	0.228	มาก

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.11$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านการตั้งใช้ซื้อและด้านการบอกต่อ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ซึ่งอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x}=4.26$) รองลงมาคือด้านความอ่อนไหวต่อราคา ($\bar{x}=4.16$) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุดคือด้านพฤติกรรมการร้องเรียน ($\bar{x}=3.78$) ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 5 แสดงการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณในรูปคะแนนดิบ (B) และคะแนนมาตรฐาน (Bata) สำหรับการถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์ความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3

ตัวแปร	B	Std.Error	β	t	Sig
(constant)	.850	.200		4.258	.000*
นวัตกรรมผลิตภัณฑ์	.151	.057	.126	2.662	.008*
ด้านความพร้อมในการให้บริการ	.113	.052	.125	2.176	.030*
ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า	.170	.057	.185	2.965	.003*
ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า	.291	.054	.315	5.360	.000*

*มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05

$$R^2 \text{ adjust}=0.461 \quad F\text{-Value} = 57.853 \quad \text{Sig} = 0.000$$

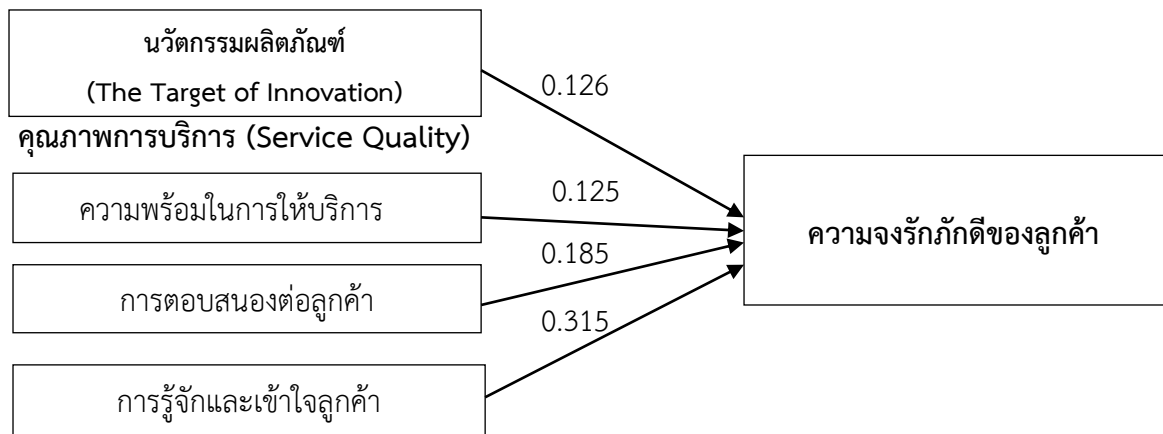
จากตาราง 5 พบว่า $R^2 \text{ adjust}=0.461$ แสดงว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์ คุณภาพการให้บริการด้านความพร้อมในการให้บริการ ด้านการตอบสนองต่อลูกค้า และด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า สามารถอธิบายความผันแปรของความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 46.1 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05 อีกร้อยละ 53.9 เป็นปัจจัยอื่น และจากการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์ถดถอยสามารถเขียนเป็นสมการทำนายได้ดังนี้

สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนดิบ

$$\text{ความจงรักภักดี} = 0.850 + 0.151(\text{นวัตกรรมผลิตภัณฑ์}) + 0.113(\text{ความพร้อมในการให้บริการ}) \\ + 0.170(\text{การตอบสนองต่อลูกค้า}) + 0.291(\text{การรู้จักและเข้าใจลูกค้า})$$

สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน

$$\text{ความจงรักภักดี} = 0.126(\text{นวัตกรรมผลิตภัณฑ์}) + 0.125(\text{ความพร้อมในการให้บริการ}) \\ + 0.185(\text{การตอบสนองต่อลูกค้า}) + 0.315(\text{การรู้จักและเข้าใจลูกค้า})$$



ภาพที่ 2 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการบริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า คุณภาพการให้บริการด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้า (Beta=0.315) ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราช รองลงมาคือด้านการตอบสนองต่อลูกค้า ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่านวัตกรรมผลิตภัณฑ์และคุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มีทั้งหมด 4 ด้าน ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านนวัตกรรมผลิตภัณฑ์ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ควรเพิ่มความหลากหลายของดีไซน์ เช่น การสร้างสรรค์เฟอร์นิเจอร์ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวและสะท้อนวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อเพิ่มความน่าสนใจ และสามารถดึงดูดลูกค้าได้

2. ด้านความพร้อมในการให้บริการส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ควรใช้ช่องทางออนไลน์ เช่น Facebook, Instagram และ TikTok ในการนำเสนอผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์ เพื่อสร้างการรับรู้และสามารถเข้าถึงลูกค้าได้เพิ่มมากขึ้น

3. ด้านการตอบสนองต่อลูกค้าส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่า ผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ควรมีข้อกำหนดและนโยบายที่ชัดเจนเกี่ยวกับการรับคืนสินค้าในกรณี queสินค้าเกิดการชำรุดระหว่างจัดส่ง หรือสินค้ามีตำหนิ ซึ่งควรมีขั้นตอนที่ง่ายและโปร่งใสสำหรับการเปลี่ยนหรือคืนสินค้าเพื่อให้ลูกค้าเกิดความเชื่อมั่นเพิ่มมากขึ้น

4. ด้านการรู้จักและเข้าใจลูกค้าส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าร้านเฟอร์นิเจอร์ ผู้วิจัยขอเสนอแนะว่าผู้ประกอบการร้านเฟอร์นิเจอร์ควรนึกถึงผลประโยชน์ของลูกค้าก่อนเสมอ โดยการแนะนำสินค้าอย่างซื่อสัตย์และคำนึงถึงผลประโยชน์ของลูกค้า เช่น การเสนอสินค้าที่คุ้มค่าและเหมาะสมให้กับลูกค้า แทนที่จะ

เน้นยอดขายเพียงอย่างเดียว เพื่อให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกในเชิงบวกซึ่งจะส่งผลในเรื่องการแนะนำ หรือบอกต่อให้กับคนรู้จักหรือญาติต่อไป

บรรณานุกรม

- กาญจนา นิกธสังขพิณิจ. (2561). คุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการรถตู้โดยสารประจำทางบุรีรัมย์ – นครราชสีมา (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลอีสาน.
- จตุพร สุธีสิริมงคล. (2562). นวัตกรรมการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการใช้บริการห้างสรรพสินค้าซีคอนบางแค(การศึกษาค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- นันทพงศ์ พันทวีศักดิ์. (2566). ธุรกิจผลิตภัณฑ์เฟอร์นิเจอร์. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://shorturl.asia/BuAOd>.
- เพชร เกษโกศล และ จิตต์โสภิณ มีระเกตุ. (2562). อิทธิพลของคุณภาพบริการและความพึงพอใจของผู้ใช้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการ โรงแรมและรีสอร์ท ในเขตพื้นที่ตำบลหมูสี อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชพฤกษ์, 4(3), 102-114.
- ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2567). ศูนย์ข้อมูลอสังหาฯ ชี้ 2 เดือนสุดท้ายปี67. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.reic.or.th/News/RealEstate/469157>.
- สำนักทะเบียนกลาง. (2562). จังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้น 14 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://shorturl.asia/HSvOh>
- สุขสันต์ เสาทอง. (2567). คุณภาพการให้บริการที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า กรณีศึกษา บริษัท ซีไอเอ็มบี ไทย ออโต้ จำกัด ในเขตจังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 18(1), 207-221.
- อัญธิกา ทิสาลี. (2562). คุณภาพการบริการที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานคร. สาขาการตลาด มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- อำนาจ วัดจินดา. (2560). การปรับพฤติกรรม. สืบค้น 2 ตุลาคม 2567, จาก https://hrcenter.co.th/file/columns/hr_f_20170512_154857.pdf.
- Budianto, A. (2019). Customer Loyalty: Quality of Service. *Journal of Management Review*, 3, 299-305.
- Schilling, M. A. (2008). *Strategic management of technological innovation* (2nd ed). New York: McGraw-Hill Education.
- Smith, D. (2006). *Exploring innovation*. Berkshire: McGraw-Hill Education.
- Vijaya, A. P., Moeljadi, & Rahayu, M. (2021). The effect of product innovation and service quality on competitive advantage mediated by company image (study at pt. toyota astra motor in malang raya). *International Journal of Business, Economics and Law*, 24(4), 148-154.
- Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, 60(2), 31-46.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

Factors Affecting the Efficiency of Procurement Management of Local Administrative
Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province

เบญจวรรณ พลสิทธิ์¹ และ ดารณี พลอยจั่น²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100027@rumail.ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

มหาวิทยาลัยรามคำแหง, daranee.p@rumail.ru.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการบริหารงานพัสดุต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 302 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โดยใช้สัมประสิทธิ์สหพันธ์ ผลการวิจัย พบว่า 1) ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.54$) 2) ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.67$) 3) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ 4) ปัจจัยการบริหารพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก ($r = .591$)

คำสำคัญ : การบริหารงานพัสดุ, ประสิทธิภาพ, องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ABSTRACT

The objectives of this research were: 1) To Study Demographic Factors of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province 2) to study supply management factors of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province, 3) to study Procurement management efficiency of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province, and 4) to study the relationship between Procurement management factors and Procurement management efficiency of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province. The sample consisted of 302 personnel from Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province. The research instrument was a questionnaire, and the statistics used for data analysis were frequency, percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient analysis. The research findings revealed that: 1) The overall supply management factors of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province were at the highest level ($\bar{x} = 4.54$), 2) The overall supply management efficiency of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province was at the highest level ($\bar{x} = 4.67$), 3) Different demographic factors affected the supply management efficiency of local administrative organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province with statistical significance at the .05 level, thus accepting the proposed hypothesis, 4) The overall Procurement management factors of Local Administrative Organizations in Ron Phibun District, Nakhon Si Thammarat Province showed statistical significance at .01 level with a moderate positive correlation ($r = .591$).

Keywords : Procurement Management, Efficiency, Local Administrative Organizations

บทนำ

การบริหารงานขององค์กรต่างๆไม่ว่าจะเป็นของรัฐหรือเอกชนปัจจัยที่สำคัญเกี่ยวข้อง 4 ประการ ได้แก่ คน เงิน วัสดุอุปกรณ์ และวิธีการจัดการวางแผน การบริหาร คือ กระบวนการวางแผน การจัดการองค์กร การสั่งการ และการควบคุมของบุคลากรในองค์กรและใช้ทรัพยากรอื่นๆเพื่อความสำเร็จขององค์กรที่วางไว้ (จรัสศรี บุญสอน, 2563)

ปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการองค์กรให้ประสบความสำเร็จในปัจจุบัน ได้แก่ กฎ ระเบียบ การบริหารงานขององค์กรนั้นสิ่งที่เป็นส่วนสำคัญคือ การบริหารงานพัสดุที่จะต้องดำเนินการจัดหาพัสดุให้

เหมาะสมต่อความต้องการขององค์กร หากองค์กรขาดการจัดการหาพัสดุ ที่ดีแล้วทำให้การทำงานย่อมเกิดความเสียหาย อีกประเด็นคืองานพัสดุเป็นงานที่มีการสนับสนุนให้เกิดโครงการต่างๆที่ได้วางแผนไว้โดยให้มีพัสดุเพียงพอและพร้อมใช้งานตลอดเวลา ทำให้โครงการดำเนินไปได้ (สุวลี ทูลเพิ่ม, 2562) งานพัสดุจึงถือเป็นงานที่มีส่วนสำคัญขององค์กรที่ต้องยึดตามกฎระเบียบ เพื่อให้งานพัสดุเป็นไปด้วยความเรียบร้อย และการบริหารงานพัสดุเป็นการดำเนินงานให้ได้มาซึ่งวัสดุอุปกรณ์เพื่อตอบสนองความต้องการ ขององค์กรให้ดำเนินการไปตามเป้าหมายที่วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งถ้าหากงานพัสดุไม่มีประสิทธิภาพก็จะทำให้การบริหารงานในองค์กรติดขัด รวมทั้งเกิดการสิ้นเปลืองงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้าง งานพัสดุจึงเป็นงานที่มีความเสี่ยงที่จะทำให้เกิดการผิดพลาด เพราะเป็นงานที่จะต้องเกี่ยวข้องกับกฎระเบียบและหนังสือสั่งการต่างๆที่ได้มีการปรับปรุงตลอดเวลาทำให้ผู้ปฏิบัติหน้าที่ต้องศึกษากฎระเบียบและหนังสือสั่งการอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งต้องปฏิบัติงานด้วยความโปร่งใสและยึดความถูกต้อง เป็นหลัก

การบริหารงานพัสดุเป็นงานที่มีขั้นตอนที่ยุกยากและมักจะเกิดข้อผิดพลาดบ่อยครั้งซึ่งส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยปัญหาและอุปสรรคที่เกิดขึ้นในการปฏิบัติงานพัสดุ คือ การจัดหาพัสดุไม่สามารถดำเนินการจัดให้เป็นไปตามระเบียบที่ได้กำหนดไว้และไม่ได้ดำเนินการให้เป็นไปตามขั้นตอนของงานพัสดุ การควบคุมพัสดุไม่ตรงตามบัญชีทะเบียนคุมสินทรัพย์ทำให้มีปัญหาเวลาที่จะมีการบำรุงรักษาซ่อมแซม สิ่งเหล่านี้จึงเป็นสาเหตุที่ทำให้ทางกรมบัญชีกลางได้ออกกฎระเบียบขึ้นมาเพื่อที่จะให้หน่วยงานได้ถือปฏิบัติไปในแนวทางเดียวกัน ได้มีการกำหนดให้ใช้พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ให้หน่วยงานหรือองค์กรได้ใช้ระเบียบพัสดุตัวเดียวกัน โดยได้กำหนดให้ทุกองค์กรต้องถือปฏิบัติตามระเบียบพัสดุ คือ ต้องเกิดความคุ้มค่าและมีคุณภาพในการใช้งาน มีความโปร่งใสในการจัดซื้อและเป็นไปตามแผนการจัดซื้อ มีประสิทธิภาพในการวางแผนการจัดซื้อและปฏิบัติตามขั้นตอนกระบวนการจัดซื้อจัดจ้าง และสามารถตรวจสอบขั้นตอนแต่ละขั้นตอนในการจัดซื้อจัดจ้างได้เพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตในขั้นตอนหรือกระบวนการจัดซื้อจัดจ้างของงานพัสดุได้

จากความสำคัญดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อ 1) เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ปัจจัยการบริหารงานพัสดุต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยนำผลการวิจัยมาใช้เป็นแนวทางสำหรับการพัฒนาปรับปรุงและส่งเสริมการบริหารงานพัสดุให้มีประสิทธิผลบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

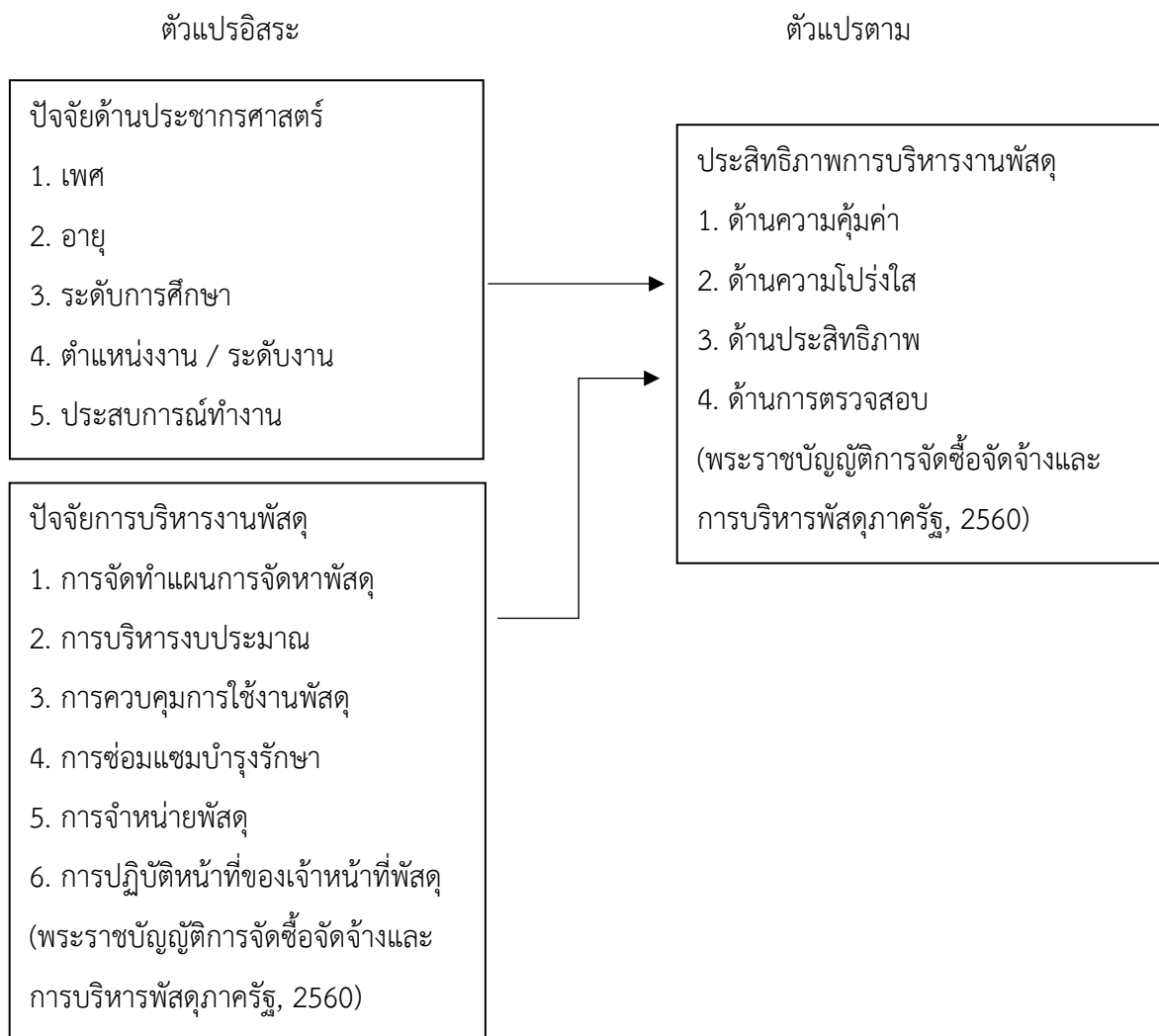
รุ่งทวี วงศ์ราษฎร์ (2559) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนบน พบว่า ผู้บริหาร ควรให้ความสำคัญต่อการบริหารงานพัสดุในด้านการซ่อมแซมบำรุงรักษาพัสดุ เพื่อตระหนักถึงการประหยัดค่าใช้จ่ายและรักษาประสิทธิภาพของพัสดุ หากไม่มีการซ่อมแซมบำรุงรักษา จะทำให้พัสดุเสียหายและเสื่อมสภาพเร็ว และทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ

เมวิกา รุ่งฉัตร (2562) ได้ศึกษาค้นคว้าเกี่ยวกับการสำรวจปัญหาในการบริหารพัสดุของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม พบว่า ปัญหาโดยรวม 6 ด้าน จากมากไปหาน้อย 1) ด้านการจำหน่ายอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือไม่มีสถานที่ในการจัดเก็บพัสดุที่รอการจำหน่าย 2) ด้านการเก็บรักษาและบันทึกอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือสถานที่ไม่เพียงพอ 3) ด้านการตรวจสอบอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือพัสดุสูญหายไม่สามารถหาตัวผู้รับผิดชอบได้ 4) ด้านการเบิกจ่ายอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือการเบิกจ่ายงบประมาณล่าช้าไม่เป็นไปตามที่กำหนด 5) ด้านการยืมอยู่ในระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือการนำพัสดุไปใช้โดยไม่รับอนุญาต 6) ด้านการบำรุงรักษาระดับปานกลาง ปัญหาที่พบคือไม่ได้ลงในทะเบียนซ่อมบำรุงรักษา

วิชญกรณ์ โคตรมี (2564, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ 1) ปัจจัยการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ โดยรวมอยู่ในระดับมาก 3) การบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬอย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .05 4) แนวทางการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล และความคุ้มค่านั้นควรสนับสนุนให้บุคลากรที่รับผิดชอบงานพัสดุเข้ารับการฝึกอบรมเพื่อจะได้มีความรู้ความเชี่ยวชาญงานพัสดุ ระเบียบเกี่ยวกับงานพัสดุอยู่เสมอ เพราะระเบียบปฏิบัติเกี่ยวกับพัสดุมีการแก้ไข ปรับปรุง หรือยกเลิกตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไป

เฉลิมชัย อุทการ (2563) ได้ทำการศึกษากรณีปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเจ้าหน้าที่ของมหาวิทยาลัยมหาสารคาม ค้นพบว่า การบริหารงานพัสดุ การจัดหาควบคุม ซ่อมแซม และการจำหน่าย มีความสัมพันธ์กัน ซึ่งได้แสดงให้เห็นว่า การบริหารงานพัสดุได้มีความสำคัญสร้างเสริมประสิทธิภาพของการบริหารงานพัสดุของเจ้าหน้าที่ ดังนั้น เจ้าหน้าที่ในมหาวิทยาลัยต้องให้ความสำคัญกับงานพัสดุ

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานการวิจัย ไว้ดังนี้

- ปัจจัยการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราชแตกต่าง

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรในการวิจัยครั้งนี้ คือ บุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช จำนวน 1,214 คน (สำนักงานท้องถิ่นจังหวัดนครศรีธรรมราช, 2566) โดยทำการคำนวณของกลุ่มตัวอย่างในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่มีจำนวนจำกัดที่นับได้ ใช้สูตร ทาโร ยามาเน (Taro Yamane, 1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง 302 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามส่วนคัดกรอง ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใน อำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา ตำแหน่ง ส่วนงานที่สังกัด ประสบการณ์ทำงาน ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัด นครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ด้านการจัดทำแผนการจัดหาพัสดุ ด้านการบริหารงบประมาณ ด้านการควบคุม การใช้งานพัสดุ ด้านการซ่อมแซมบำรุงรักษา ด้านการจำหน่ายพัสดุ ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่พัสดุ (วิชญกรณ์ โคตรมี, 2564) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้วิจัยกำหนดให้ผู้ตอบ แบบสอบถามระบุระดับปัจจัยการบริหารพัสดุ เป็นคะแนนในการตอบแบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ปัจจัยการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ปัจจัยการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ปัจจัยการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ปัจจัยการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ปัจจัยการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับน้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของ Likert scale ดังนี้ (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. 2553, หน้า 197) คือ

ส่วนที่ 4 ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ประกอบด้วย ด้านความคุ้มค่า ด้านความโปร่งใส ด้านประสิทธิภาพ ด้านการ ตรวจสอบ (วิชญกรณ์ โคตรมี, 2564) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้วิจัย กำหนดให้ผู้ตอบแบบสอบถามระบุระดับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ เป็นคะแนนในการตอบ แบบสอบถามออกเป็น 5 ระดับ ดังนี้

5 หมายถึง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับมากที่สุด

4 หมายถึง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับมาก

3 หมายถึง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับปานกลาง

2 หมายถึง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับน้อย

1 หมายถึง ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุอยู่ในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 1) ทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามตามเนื้อหา (IOC) ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดมีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยนำมาปรับปรุง แก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 2) วัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's

Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ .959 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 0.75) จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ 1) ได้มีหนังสือถึงหน่วยงานในสังกัด เรื่องอนุญาตให้ข้อมูลเพื่อการศึกษา จากนั้นได้ส่งแบบสอบถามไปยังกลุ่ม LINE ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ ร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ไปยังช่องทางดังนี้ - <https://line.me/ti/g/C9kMzcxgSE> , - <https://line.me/ti/g/-037BCnMiP> โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ online ผ่านระบบ Google Form 2) นำแบบสอบถามที่ได้กลับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ และสรุปผลการวิเคราะห์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์

ผลการวิจัย

ผลการวิจัย เรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ ร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สรุปดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 67.5 ซึ่งมีอายุระหว่าง 41 – 50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31.5 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 55.3 มีตำแหน่งเป็นข้าราชการ คิดเป็นร้อยละ 65.9 สังกัดสำนักปลัด คิดเป็นร้อยละ 33.4 มีประสบการณ์ทำงาน 16 ปีขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 28.5

2. ผลการวิเคราะห์ระดับปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ ร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 1 ระดับปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ด้านที่	ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ ร่อนพิบูลย์จังหวัดนครศรีธรรมราช	ระดับความคิดเห็น (N=302)		
		\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1	ด้านการจัดทำแผนการจัดหาพัสดุ	4.38	.399	มาก
2	ด้านการบริหารงบประมาณ	4.57	.377	มากที่สุด
3	ด้านการควบคุมการใช้งานพัสดุ	4.60	.327	มากที่สุด
4	ด้านซ่อมแซมบำรุงรักษา	4.48	.444	มาก
5	ด้านการจำหน่ายพัสดุ	4.66	.283	มากที่สุด
6	ด้านการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่พัสดุ	4.56	.357	มากที่สุด
รวม		4.54	.364	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด 4 ด้าน และระดับมาก 2 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านการจำหน่ายพัสดุ มีระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D.=.283) ด้านการควบคุมการใช้งานพัสดุมีระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.60$, S.D.=.327) และด้านการบริหารงบประมาณ มีระดับความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.57$, S.D.=.377) ตามลำดับ

3.ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช

ตารางที่ 2 ระดับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

ด้านที่	ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช	ระดับความคิดเห็น (N=302)		
		\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1	ด้านความคุ้มค่า	4.69	.353	มากที่สุด
2	ด้านความโปร่งใส	4.60	.395	มากที่สุด
3	ด้านประสิทธิภาพ	4.66	.352	มากที่สุด
4	ด้านการตรวจสอบ	4.73	.315	มากที่สุด
รวม		4.67	.353	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.67 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านการตรวจสอบ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.73$, S.D.=.315) ด้านความคุ้มค่า มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.69$, S.D.=.353) และด้านประสิทธิภาพ มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.66$, S.D.=.352) ตามลำดับ

4.ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยใช้สัมประสิทธิ์สหพันธ์ (Pearson correlation) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารงานพัสดุกับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก ($r = .591$)

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยภาพรวมบุคลากรขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีเพศต่างกัน มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้เนื่องจากผู้ปฏิบัติงานที่ต้องปฏิบัติงานเกี่ยวกับงานพัสดุหรือผู้ที่จะต้องประสานงานในการดำเนินการขั้นตอนเกี่ยวพัสดุ ส่วนมากจะเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย เพราะเพศหญิงจะเข้าใจกระบวนการบริหารงานพัสดุเป็นอย่างดี ปฏิบัติหน้าที่ที่ได้รับมอบหมายถูกต้องและเป็นไปตามระเบียบกฎหมาย

2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการจำหน่ายพัสดุ ด้านการควบคุมการใช้งานพัสดุ และด้านการบริหารงบประมาณ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุกรณ์ โคตรมี (2564, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ ปัจจัยการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ การควบคุมพัสดุ การแจกจ่าย และการจำหน่าย ตามลำดับ และสอดคล้องกับงานวิจัยของ เฉลิมชัย อุทการ (2563) ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของนักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัย พบว่า การบริหารงานพัสดุ การจัดหา การควบคุม การซ่อมแซม และการจำหน่าย โดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงานด้านงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพราะการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเริ่มจากการจัดทำแผนการจัดหาพัสดุ การบริหารงบประมาณ การควบคุมการใช้งานพัสดุ การซ่อมแซม บำรุงรักษา การจำหน่ายพัสดุ มีการปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ ที่กำหนดไว้อย่างเคร่งครัด เพื่อสนองความต้องการในการปฏิบัติงานของหน่วยงานให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ได้วางไว้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. จากผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอร่อนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด คือ ด้านการตรวจสอบ ด้านความคุ้มค่า และด้านประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุกรณ์ โคตรมี (2564, บทคัดย่อ) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลโดยรวมอยู่ในระดับมาก แต่เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านจากมากไปน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านการตรวจสอบ ด้านความโปร่งใส และด้านประสิทธิภาพประสิทธิผลตามลำดับ ซึ่งมีความสอดคล้องกับการปฏิบัติงานด้านงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้มี

ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานมากขึ้น เพราะการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นตามระเบียบงานพัสดุ ต้องมีความโปร่งใส มีประสิทธิภาพ และสามารถตรวจสอบได้

4. จากผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารงานพัสดุกับ ประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอรัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง และมีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิษณุกรณ์ โคตรมี (2564, หน้า 122) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการบริหารงานพัสดุมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับน้อยกว่า .05 มีความสัมพันธ์ในระดับน้อย และมีความสัมพันธ์ทางบวก และสอดคล้องกับงานวิจัย สุภารัตน์ บาลนาคม (2564, หน้า 135) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยทางการบริหารและประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุในโรงเรียน โดยรวม มีความสัมพันธ์ทางบวก มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิจัยจึงมีความสอดคล้องกันเพราะงานพัสดุมิมีความสำคัญทุกขั้นตอน ดังนั้นต้องมีการวางแผนให้ทันและตรงต่อการใช้งานและเจ้าหน้าที่พัสดุหรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการปฏิบัติงานพัสดุต้องมีความรู้ความเข้าใจในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี อีกทั้งงานพัสดุต้องมีหลักฐานและเอกสารที่เป็นปัจจุบันที่พร้อมจะตรวจสอบได้ตลอดเวลา

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอรัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช พบว่า ด้านการจำหน่ายพัสดุ ด้านการควบคุมการใช้งานพัสดุ ด้านการบริหารงบประมาณ มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในอำเภอรัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ดังนั้นผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ รัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรพัฒนาปัจจัยการบริหารงานพัสดุ ด้านการจำหน่ายพัสดุ โดยก่อนสิ้นปีงบประมาณได้มีการสำรวจทรัพย์สินที่หมดอายุการใช้ ไม่สามารถใช้งานได้ต่อไป กรณีที่นำกลับมาใช้โดยวิธีการซ่อมแซมบำรุงรักษา อาจจะทำให้สิ้นเปลืองงบประมาณ

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ รัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรพัฒนาปัจจัยการบริหารงานพัสดุ ด้านการควบคุมการใช้งานพัสดุ พบว่าสถานที่ในการจัดเก็บพัสดุไม่เพียงพอ จึงทำให้พัสดุนั้นเสียหายหรือสูญหายไป และการเบิกจ่ายพัสดุระหว่างกองไม่มีการลงทะเบียนคุมการเบิกจ่ายพัสดุ ดังนั้นควรมีการจัดหาพื้นที่ให้เพียงพอต่อการจัดเก็บ ทุกกองจะต้องเข้าใจหน้าที่และความรับผิดชอบในการควบคุมพัสดुरวมถึงจัดเตรียมเอกสารเพื่อให้การควบคุมพัสดุเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในอำเภอ รัตนพิบูลย์ จังหวัดนครศรีธรรมราช ควรพัฒนาปัจจัยการบริหารงานพัสดุ ด้านการบริหารงบประมาณ โดยในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างแต่ละครั้ง ควรจะมีการตรวจสอบราคาหรือมีการต่อรองราคาทุกครั้ง เพื่อที่จะได้ประหยัดงบประมาณในการจัดซื้อจัดจ้างแต่ละครั้ง

และในการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างแต่ละครั้ง ต้องมีการจัดทำประกาศลงเว็บไซต์ของหน่วยงานทุกครั้งเพื่อที่จะ
ได้ให้ประชาชนสามารถเข้ามาตรวจสอบข้อมูลในการจัดซื้อแต่ละครั้ง

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาวิจัยไปยังองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นเขตพื้นที่อื่น เพื่อเป็นการประเมิน
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานพัสดุ

2.2 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานพัสดุตามหลักธรรมาภิบาลขององค์กรปกครอง
ส่วนท้องถิ่น

บรรณานุกรม

กระทรวงการคลัง. (2560). ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ

พ.ศ. 2560. สืบค้นจาก <http://www.gprocurement.go.th>

กระทรวงการคลัง. (2560). พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ 2560. สืบค้นจาก

<http://www.gprocurement.go.th>

จรัสศรี เวียงสมุทร. (2559). ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานคลังขององค์การบริหารส่วน

ตำบลในเขตอำเภอสามชัย จังหวัดกาฬสินธุ์. (ปริญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตสาขาบริหารธุรกิจ).

บัณฑิตมหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

จรัสศรี บุญสอน. (2563). การพัฒนาประสิทธิภาพการควบคุมทรัพย์สินของมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

มณฑลธัญบุรี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

เฉลิมชัย อุทการ. (2563). ปัจจัยของการบริหารงานพัสดุที่มีต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของ

นักวิชาการพัสดุในมหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารการบัญชีและการจัดการมหาวิทยาลัย

มหาสารคาม, 12(1), 55-65.

เทศบาลตำบลเทพสถิต. (ม.ป.ป.). ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้าง. สืบค้น 4 พฤศจิกายน 2563,

จาก <http://www.thepsathit.go.th/doc/1504853081.pdf>

ธนวรรณ ทองคำสุก. (2559) ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการบริหารกับการบริหารงานพัสดุของโรงเรียน

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1. (หน้า 13).

พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา

นันทนา อนุเขตร. (2558). สภาพปัญหาการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนตำบลใน จังหวัด

นครสวรรค์.วารสารดุขภูมิต่างสังคมศาสตร์, 5(1)

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (2553). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.

เมวิกา รุ่งฉัตร (2562) การสำรวจปัญหาในการบริหารพัสดุของมหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม

- รุ่งทิwa วงศ์ราษฎร์. (2559). ความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารงานพัสดุที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพ การบริหารพัสดุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตภาคเหนือตอนบน. มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบัญชี มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.
- วิชณกรณ์ โคตมี. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของเทศบาลตำบลในเขตจังหวัดบึงกาฬ. มหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุนิสา ปิยะภาโส, เจษฎา นกน้อย และ สัญชัย ลั้งแท้กุล (2561). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 และประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุของบุคลากร: กรณีศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุภารัตน์ บาลนาคม. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- สุวลี ทูลเพิ่ม. (2562). การศึกษาความพึงพอใจในการใช้บริการงานพัสดุ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม. รายงานการวิจัย สำนักวิทยบริการ. บัณฑิตวิทยาลัย: มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- อัจฉราพร สิมมะลี. (2560). สภาพและปัญหาการบริหารงานพัสดุขององค์การบริหารส่วนตำบล ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. หลักสูตรปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุไทย: มุมมองจากสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และพฤติกรรม
 Factors Influencing the Happiness of Thai Older Adults: A Perspective from Health,
 Economic, Social, and Behavioral Aspects

เฉลิมพล จงวิฑูรกิจ¹ และ ยศ อมรกิจวิชัย²

¹วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, chalermphon.ckit@gmail.com

²วิทยาลัยประชากรศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, yot.a@chula.ac.th

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยการวิเคราะห์กำลังสองน้อยที่สุดธรรมดา ผู้วิจัยใช้ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติในการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28,702 คน ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยต่างๆ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสุขของผู้สูงอายุ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ และระดับการศึกษา เป็นตัวกำหนดความสุขที่สำคัญ ผู้สูงอายุหญิง ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูง และผู้สูงอายุที่มีสุขภาพดี มีแนวโน้มที่จะมีความสุขมากกว่า ปัจจัยทางเศรษฐกิจก็มีบทบาทสำคัญเช่นกัน ผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงและผู้สูงอายุที่เคยทำงานหรือเกษียณอายุพร้อมเบี้ยบำนาญมีความสุขมากกว่า ผู้สูงอายุที่มีการสนับสนุนทางสังคม เช่น การอาศัยอยู่กับครอบครัวหรือมีเครือข่ายทางสังคมที่แข็งแรง มีความสุขมากกว่า การศึกษานี้ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการตอบสนองความต้องการที่หลากหลายของผู้สูงอายุเพื่อปรับปรุงคุณภาพชีวิตโดยรวม การแทรกแซงเพื่อส่งเสริมสุขภาพกายและใจ การสนับสนุนทางสังคม และการรักษาความมั่นคงทางการเงิน สามารถช่วยเพิ่มคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในประเทศไทย

คำสำคัญ : ผู้สูงอายุ, ความสุข, สุขภาพ, การมีส่วนร่วมทางสังคม

Abstract

This study aims to investigate factors associated with the well-being of older adults in Thailand. Using a quantitative methodology by the Ordinary Least Squares, the study analyzed data from the National Statistical Office's survey of older adults in 2021. The sample consisted of 28,702 individuals aged 60 and above. The findings revealed that various factors significantly influence the well-being of older adults. Demographic factors, such as gender, age, and education level, were found to be significant predictors of well-being. Older women, older adults with higher education levels, and older adults with better health were more likely to report higher levels of well-being. Socioeconomic factors also played a crucial role. Older adults with higher incomes and those who were employed or retired with pensions reported

higher levels of well-being. Social support was another important factor, with older adults living with family members or having solid social networks reporting higher levels of well-being. The study highlights the importance of addressing the diverse needs of older adults to improve their overall well-being. Interventions aimed at promoting physical and mental health, providing social support, and ensuring financial security can contribute to a higher quality of life for older adults in Thailand.

Keywords : Older Adults, Happiness, Health, Social Participation

บทนำ

ปัญหาสังคมสูงอายุเป็นประเด็นสำคัญที่ทั่วโลกกำลังเผชิญหน้าอยู่ ณ ปัจจุบัน ประเทศต่างๆ ทั่วโลกมีแนวโน้มที่จะมีประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจและสังคมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2562) ข้อมูลจากมูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย (2564) ระบุว่า ณ ปี พ.ศ.2563 มีประชากรโลกประมาณ 7,795 ล้านคน โดยมีผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไปคิดเป็นร้อยละ 14 ของประชากรทั้งหมด หรือประมาณ 1,050 ล้านคน องค์การอนามัยโลก (WHO) คาดการณ์ว่าจำนวนประชากรสูงอายุจะเพิ่มขึ้นอย่างน้อยร้อยละ 3 ต่อปี จากข้อมูลของ Mice intelligence center (n.d.) ทวีปยุโรปมีสัดส่วนประชากรสูงอายุสูงที่สุดในโลก โดยคาดการณ์ว่าภายในปี พ.ศ.2573 จะมีประชากรสูงอายุคิดเป็นร้อยละ 25 ของประชากรทั้งหมดในทวีปยุโรป แม้ว่าทวีปแอฟริกาจะมีประชากรเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็ว แต่ก็คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนประชากรสูงอายุเพิ่มขึ้นเช่นกัน โดยอาจสูงถึง 3.1 พันล้านคนในปี พ.ศ. 2643

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่สำคัญอย่างรวดเร็ว ประเทศไทยได้ก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุ (Aged Society) มาตั้งแต่ปี พ.ศ.2548 จนถึงปี พ.ศ.2564 ประเทศไทยมีสัดส่วนประชากรกลุ่มผู้สูงอายุหรือมีอายุ 60 ปีขึ้นไปมากกว่า 12 ล้านคน คิดเป็นสัดส่วนราว 1 ใน 6 ของประชากรทั้งหมด ถือเป็นอันดับ 2 ในกลุ่มประเทศอาเซียน รองจากประเทศสิงคโปร์ (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2566) โดยในปี พ.ศ. 2565 จำนวนผู้สูงอายุมีมากกว่าเด็กอายุต่ำกว่า 15 ปี เป็นครั้งแรกในประวัติศาสตร์ (ระบบสถิติทางทะเลเบียน, ม.ป.ป.) สถานการณ์นี้สะท้อนให้เห็นว่าประเทศไทยกำลังก้าวเข้าสู่สังคมสูงอายุอย่างเต็มตัว ซึ่งส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม จากข้อมูลของกรมกิจการผู้สูงอายุ (2566) ประเทศไทยมีประชากรสูงอายุ (อายุ 60 ปีขึ้นไป) จำนวน 12.5 ล้านคน ในปี พ.ศ.2565 คิดเป็นร้อยละ 18.86 ของประชากรทั้งหมด ขณะที่อัตราการเกิดลดลงอย่างต่อเนื่อง โดยในปี พ.ศ.2565 มีอัตราการเกิดต่ำกว่า 600,000 รายต่อปี หรือคิดเป็นร้อยละ 0.18 เท่านั้น หากสถานการณ์ยังคงเป็นเช่นนี้ต่อไป ประชากรไทยโดยรวมจะเริ่มลดลง นอกจากนี้ คาดการณ์ว่าประเทศไทยกำลังกลายเป็นสังคมสูงอายุแบบสุดยอด (Super-aged Society) ซึ่งมีสัดส่วนประชากรอายุมากกว่า 65 ปี ถึงร้อยละ 20 หรือมีประชากรอายุมากกว่า 60 ปี กว่าร้อยละ 30 ภายในปี พ.ศ. 2584

สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อทุกภาคส่วนของสังคม ทั้งเศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม โดยเฉพาะผลกระทบต่อทางเศรษฐกิจและสังคม การเพิ่มขึ้นของจำนวนผู้สูงอายุส่งผลให้กำลังแรงงานลดลง ซึ่งอาจกระทบต่อการผลิตและการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ นอกจากนี้ ภาระค่าใช้จ่ายด้านสุขภาพของผู้สูงอายุที่เพิ่มขึ้นยังเป็นภาระสำคัญของระบบประกันสังคมและงบประมาณรายจ่ายสาธารณสุขของประเทศ ซึ่งเป็นการเพิ่มภาระประชากรวัยแรงงานที่มีแนวโน้มลดลงอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ปัญหาดังกล่าวยังส่งผลกระทบต่อการดูแลผู้สูงอายุ ความเหงาและโรคซึมเศร้าในผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นได้

นอกจากนี้ ประเทศไทยกำลังเผชิญกับปัญหาความสุขที่ลดลงอย่างต่อเนื่องในช่วง 4 ปีที่ผ่านมา จากรายงานความสุขโลก (World Happiness Report) พบว่า ดัชนีความสุขของไทยลดลงทุกปี โดยในปี พ.ศ. 2563 – ปี พ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีระดับความสุขภาพรวมอยู่ที่ 5.99 5.98 5.89 และ 5.84 จาก 10 คะแนน ตามลำดับ (World Happiness Report, 2020, 2021, 2022, 2023, 2024) โดยเฉพาะอย่างยิ่งหลังจากการระบาดของ COVID-19 ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงปัจจัยหลายอย่างที่ส่งผลกระทบต่อความสุขของคนไทย ทั้งนี้ในช่วงปี พ.ศ. 2564 เกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสุขของคนไทย โดยร้อยละ 54.13 มีความเครียดในระดับปานกลาง (SDG Move, 2564) ทั้งนี้ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อระดับความสุขของคนไทย เกิดขึ้นจากหลายปัจจัย เช่น ปัจจัยทางเศรษฐกิจ ปัจจัยด้านสุขภาพ ปัจจัยความไม่เท่าเทียมกันทางเพศและสังคม และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป ตลอดจนการเปลี่ยนแปลงมุมมองทัศนคติ ค่านิยม รวมไปถึงปัญหาเชิงโครงสร้างต่างๆ ซึ่งส่งผลกระทบต่อระดับความสุขของประชากรไทย (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่, 2566) ดังนั้น การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสุขของผู้สูงอายุไทย โดยวิเคราะห์ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติปี พ.ศ. 2564 ครอบคลุมทั้ง 5 ภาค เพื่อนำไปสู่การพัฒนานโยบายส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุ โดยเฉพาะปัจจัยด้านสุขภาพ การมีส่วนร่วมทางสังคม และพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน ว่าส่งผลกระทบต่อความสุขของผู้สูงอายุไทยอย่างไร โดยใช้ข้อมูลทุติยภูมิของสำนักงานสถิติแห่งชาติเป็นฐานในการวิเคราะห์

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

การศึกษารั้ครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยด้านสุขภาพ สังคม เศรษฐกิจ และปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อเป็นฐานข้อมูลในการวางแผนและพัฒนานโยบายที่ส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุให้มีประสิทธิภาพและมีความยั่งยืนในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีต ได้มีการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ปัจจัยต่าง ๆ กับความสุขของผู้สูงอายุ โดยงานวิจัยนี้ได้ทบทวนวรรณกรรมปัจจัยต่าง ๆ ที่สำคัญและมีความเกี่ยวข้องกับความสุขของผู้สูงอายุ ที่สำคัญดังนี้

1. ปัจจัยด้านสุขภาพ

การศึกษาเชิงประจักษ์ต่างๆ ชี้ให้เห็นว่า “สุขภาพ” มีความสัมพันธ์อย่างใกล้ชิดกับความสุข ในผู้สูงอายุ โดย Barreto (2014) ระบุว่า สถานะสุขภาพโดยรวมเป็นตัวกำหนดระดับความสุข ขณะที่ ศุภานารี, วรณพงษ์ และ จงรักษ์ (2561) ตลอดจน นงนภัส และคณะ (2562) พบว่า สุขภาพที่ดีส่งผลให้มีความสุขมากขึ้น นอกจากนี้ การเข้าถึงการรักษาพยาบาล ก็มีผลต่อความสุขเช่นกัน โดย Zhang & Ding (2018) พบว่า การมีประกันสังคมส่งผลดีต่อความสุขของผู้สูงอายุ อย่างไรก็ตาม Veenhoven (2008) กล่าวว่า ความสุขยังส่งผลดีต่อสุขภาพด้วยเช่นกัน โดยทำให้ผู้คนมีอายุยืนยาวขึ้น นอกจากนี้ประสิทธิภาพการทำงานของร่างกายก็มีผลต่อความสุขแตกต่างกัน โดย Higgs & Jones (2013) พบว่า การเคี้ยวอาหารช้าอาจส่งผลต่อความสุขในการรับประทานอาหาร ขณะที่ Horne และคณะ (2018) พบว่า ผู้สูงอายุที่มีปัญหาการได้ยินมักมีความสุขลดลง

พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน

งานวิจัยเชิงประจักษ์ต่างๆ ในอดีต ชี้ให้เห็นว่า กิจกรรมประจำวันของเรา มีผลต่อความสุขในชีวิตอย่างมาก ตัวอย่างเช่น การศึกษาของ Bardo & Cummings (2023) พบว่า ความสามารถทำกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างอิสระ จะทำให้มีความสุขมากขึ้น ในขณะที่การศึกษาของ Vicerra (2022) กลับพบว่า ผู้ที่มีข้อจำกัดในการทำกิจกรรมต่าง ๆ มักจะมีความสุขน้อยลง นอกจากนี้ พฤติกรรมในชีวิตประจำวันก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดระดับความสุข การศึกษาของ Zhang & Chen (2019) พบว่า แม้การออกกำลังกายเพียงเล็กน้อย ก็สามารถช่วยให้เรารู้สึกดีขึ้นได้ ส่วนการศึกษาของ Wahl และคณะ (2017) พบว่า การเลือกรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ เช่น ผัก ผลไม้ จะช่วยเพิ่มความสุขและคุณภาพชีวิต อย่างไรก็ตาม การศึกษาของ Chotchai & Multaphun (2019) และ Moore (2009) พบว่า พฤติกรรมเสี่ยง เช่น การดื่มแอลกอฮอล์และการสูบบุหรี่ ส่งผลให้ความสุขลดลง

2. การมีส่วนร่วมทางสังคม

การศึกษาเชิงประจักษ์ของ Azizi et al. (2017) พบว่าการมีส่วนร่วมทางสังคม ไม่ว่าจะผ่านทาง (เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมขององค์กร) หรือไม่เป็นทางการ (เช่น การพบปะเพื่อนฝูง) ล้วนส่งผลดีต่อความสุข นอกจากนี้ การศึกษาของ Chen et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่า ลักษณะของงานที่ทำก็มีส่วนสำคัญในการกำหนดระดับความสุขด้วยเช่นกัน นอกจากนี้ จากผลการศึกษาทั้ง Azizi et al. (2017) และ Chen et al. (2019) สรุปได้ว่า ปัจจัยทางสังคมมีอิทธิพลต่อความสุขของบุคคลอย่างมาก ทั้งการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่นในรูปแบบต่าง ๆ และสภาพแวดล้อมในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่ว่ามนุษย์เป็นสัตว์สังคม การได้มีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น และรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่มสังคม จะช่วยให้เรารู้สึกมีความสุขและพึงพอใจในชีวิตมากขึ้น

3. ปัจจัยอื่น ๆ

การศึกษาด้านหนี้สินของ รศรินทร์ เกรย์ และคณะ (2553) พบว่า ความรู้สึกเกี่ยวกับหนี้สินมีผลต่อความสุข โดยผู้ที่ไม่มีหนี้พบว่ามีความสุขมากที่สุด นอกจากนี้ ผู้ที่มีหนี้แต่ไม่รู้สึกรับภาระ จะมีความสุขรองลงมา และผู้ที่มีหนี้และรู้สึกเป็นภาระพบว่ามีความสุขน้อยที่สุด อย่างไรก็ตาม การศึกษาอื่น ๆ เช่น Jantsch & Veenhoven (2021) พบว่า หนี้สินโดยทั่วไปมีผลกระทบเชิงลบต่อความสุข นอกจากนี้การศึกษาปัจจัยด้านรายได้ของ นงนภัส พรหมมิ และคณะ (2562) รวมถึง Lee & Bae (2022) พบว่ารายได้ที่สูงขึ้นมี

ความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุขของผู้สูงอายุเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิต โดยปัจจัยที่เกี่ยวข้องมีความหลากหลาย นอกจากนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ รวมถึงปัจจัยทางสังคม เช่น สถานภาพสมรส และความสัมพันธ์ในครอบครัว ต่างส่งผลต่อระดับความสุข เช่น การศึกษาเชิงประจักษ์ของ รศรินทร์ เกรย์ และคณะ (2553) และ Azizi et al. (2017) พบว่าผู้หญิงมีความสุขมากกว่าผู้ชาย นอกจากนี้ โดยทั่วไปอายุที่เพิ่มขึ้นมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุข (นงนภัส พรหมมิ และคณะ, 2562; ศุภนารี วรรณพงษ์ และคณะ, 2561) หากวิเคราะห์ปัจจัยด้านระดับการศึกษาต่อความสุข พบว่า ระดับการศึกษาที่สูงขึ้นมักสัมพันธ์กับความสุขที่สูงขึ้น (Chen และคณะ, 2019) อย่างไรก็ตาม ในกลุ่มผู้สูงอายุไทย พบว่า ผู้ที่มีการศึกษาต่ำกว่าระดับประถมศึกษา/ประถมศึกษา และผู้ที่มีการศึกษาอื่น ๆ ไม่มีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนกับระดับความสุข นอกจากนี้ การศึกษาของ อรรถกร เฉยทิม และคณะ (2561) พบว่า สถานภาพสมรสไม่ได้มีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ หากวิเคราะห์ปัจจัยด้านความเชื่อทางศาสนา โดยเฉพาะหลักธรรมทางพุทธศาสนา เช่น เมตตา การเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ พบว่า มีส่วนช่วยให้เกิดความสุข (Kittiprapas, 2016) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานครและผู้ที่อยู่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาล พบว่ามีความสุขมากกว่า (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ส่วนรูปแบบการอยู่อาศัยนั้น ผลการศึกษาของ Sukontamarn และคณะ (2023) และ Hwang และ Sim (2021) วิเคราะห์ว่า การอยู่อาศัยกับครอบครัวหรือคู่สมรสส่งผลดีต่อความสุข

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลทุติยภูมิ (secondary data) จากแบบสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ทุกๆ 3 ปี โดยใช้วิธี Stratified Two-stage Sampling ในการเลือกกลุ่มตัวอย่าง โดยมีกรุงเทพมหานครและจังหวัด เป็น สตราตัม (Stratum) และกำหนดให้เขตแดนนับ (Enumeration Area : EA) เป็นหน่วยตัวอย่างขั้นที่หนึ่ง ส่วนครัวเรือนส่วนบุคคล เป็น หน่วยตัวอย่างขั้นที่สอง ทั้งนี้ งานวิจัยนี้ใช้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 77 สตราตัม แบ่งเป็น กรุงเทพมหานคร และจังหวัดอื่น ๆ นอกจากนี้ แต่ละสตราตัม แบ่งออกเป็น 2 สตราตัมย่อย ตามลักษณะการปกครองของกรมการปกครอง คือ ในเขตเทศบาล และนอกเขตเทศบาล ยกเว้นกรุงเทพมหานคร

โดยผู้วิจัยเลือกใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจฯ ประกอบด้วย ข้อมูลทั่วไป ตอนที่ 1 ลักษณะทั่วไปของสมาชิกในครัวเรือน ตอนที่ 3 การทำงาน รายได้ และการออม ตอนที่ 4 ลักษณะการอยู่อาศัย ตอนที่ 6 ภาวะสุขภาพและการดูแลสุขภาพ และตอนที่ 7 การเข้าร่วมกิจกรรม การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร และความพึงพอใจต่อบริการของรัฐ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28,702 คนทั่วประเทศ ระหว่างเดือนตุลาคมถึงธันวาคม 2564 งานวิจัยนี้ใช้ข้อมูลใช้โดยใช้วิธีการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) โดยที่มีความสัมพันธ์อยู่ในรูปเชิงเส้น (กฤษณนที จินดาวงศ์, 2563) และกำหนดให้ตัวแปรตาม คือ ระดับความสุขของผู้สูงอายุ และตัวแปรอิสระอธิบายปัจจัยต่าง ๆ เช่น ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ (เพศ, อายุ, ระดับการศึกษา, สถานภาพสมรส, ศาสนา, ภูมิภาค และอาศัยอยู่กับลูกหลาน) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ (หนี้สิน, รายได้ และการออม) ปัจจัยด้านสุขภาพ (การประเมินสุขภาพของตนเอง, สิทธิการเข้าถึงการรักษาสุขภาพ,

ประสิทธิภาพการรับรู้ของร่างกาย และการดำเนินกิจกรรมประจำวัน) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน (ออกกำลังกาย, กินผัก/ผลไม้, ดื่มสุราแอลกอฮอล์ และสูบบุหรี่) และ ปัจจัยการมีส่วนร่วมทางสังคม (การทำงาน, กลุ่มผู้สูงอายุ, กลุ่มฌาปนกิจสงเคราะห์, กลุ่มอาชีพ, กลุ่มแม่บ้าน, กลุ่มสหกรณ์/ออมทรัพย์, กลุ่มจิตอาสา และกลุ่มกิจกรรมร่วม เช่น ร้องเพลง กีฬา และเต้นรำ) เป็นต้น

2. แบบจำลองทางสถิติ

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression Analysis) ด้วยวิธีการวิเคราะห์กำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares) โดยมีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระและตัวแปรตาม โดยกลุ่มตัวแปรอิสระอธิบายในรูปเมทริกซ์ ประกอบด้วย 1) ปัจจัยด้านสุขภาพ 2) ปัจจัยด้านพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน 3) ปัจจัยด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม นอกจากนี้งานวิจัยนี้ยังศึกษา 4) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และ 5) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ ซึ่งกำหนดให้เป็นปัจจัยควบคุมที่สำคัญของงานวิจัยนี้

$$Y = \Gamma\beta + \Psi\beta + \Phi\beta + X\beta + Z\beta + \varepsilon \quad (1)$$

โดยที่ Y คือ เวกเตอร์ $n \times 1$ ของตัวแปรตาม (ระดับความสุข)

Γ คือ เมทริกซ์ $n \times p$ ของตัวแปร มิติด้านสุขภาพ ประกอบด้วยตัวแปร 1) การประเมินสุขภาพของตนเอง 2) สิทธิการเข้าถึงการรักษาสุขภาพ 3) ประสิทธิภาพการรับรู้ของร่างกาย (การมองเห็น การได้ยินเสียง การเคี้ยวอาหาร และการหกล้ม) และ 4) ดัชนีบาร์เทล (Barthel Index)

Ψ คือ เมทริกซ์ $n \times p$ ของตัวแปร มิติด้านพฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน ประกอบด้วยตัวแปร 1) การออกกำลังกาย 2) การกินผัก/ผลไม้ 3) การดื่มสุราแอลกอฮอล์และ 4) การสูบบุหรี่

Φ คือ เมทริกซ์ $n \times p$ ของตัวแปร มิติการมีส่วนร่วมทางสังคม ประกอบด้วยตัวแปร 1) การทำงาน 2) กลุ่มผู้สูงอายุ 3) กลุ่มฌาปนกิจสงเคราะห์ 4) กลุ่มอาชีพ 5) กลุ่มแม่บ้าน 6) กลุ่มสหกรณ์/ออมทรัพย์ 7) กลุ่มจิตอาสา และ 8) กลุ่มกิจกรรมร่วม เช่น ร้องเพลง กีฬา และเต้นรำ

X คือ เมทริกซ์ $n \times p$ ของตัวแปร มิติด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วยตัวแปร 1) เพศ 2) อายุ 3) ระดับการศึกษา 4) สถานภาพสมรส 5) ศาสนา 6) ภูมิภาค 7) ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล และ 8) รูปแบบการอยู่อาศัย (อยู่กับคู่สมรส อยู่กับบุตร อยู่กับบุตรเขย/บุตรสะใภ้ อยู่กับบุตรของบุตร และอยู่กับพี่น้อง/ญาติ)

Z คือ เมทริกซ์ $n \times p$ ของตัวแปร มิติด้านเศรษฐกิจ ประกอบด้วยตัวแปร 1) หนี้สิน 2) รายได้ และ 3) การออม

สรุปผลการวิจัย

จากผลการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ ด้วยวิธีด้วยการวิเคราะห์กำลังสองน้อยที่สุดธรรมดา ผู้วิจัยสามารถสรุปผลการวิเคราะห์ตามที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1: ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุไทย

ระดับความสุขของผู้สูงอายุ	Coef.	Std. Err.	t statistics
ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์			
เพศ (กลุ่มอ้างอิง: ชาย)			
หญิง	0.0478546	(0.0165479)	2.89***
อายุ			
	0.0043331	(0.0011216)	3.86***
ระดับการศึกษา (กลุ่มอ้างอิง: ไม่สำเร็จการศึกษา)			
ต่ำกว่าระดับประถมศึกษา/ประถมศึกษา	0.035086	(0.0283997)	1.24
มัธยมศึกษาตอนต้น	0.1583256	(0.0449913)	3.52***
มัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ต่ำกว่าอนุปริญญา/ ปวส./ปวท./อนุปริญญา	0.2245223	(0.042161)	5.33***
ปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี	0.1444767	(0.0454215)	3.18***
การศึกษาอื่น ๆ	-0.252528	(0.2575668)	-0.98
สถานภาพสมรส (กลุ่มอ้างอิง: โสด)			
สมรส	0.0708664	(0.0667076)	1.06
อื่นๆ	0.0137211	(0.0467812)	0.29
ศาสนา (กลุ่มอ้างอิง: พุทธ)			
อิสลาม	-0.084177	(0.0403179)	-2.09**
คริสต์	-0.1105886	(0.097708)	-1.13
ไม่มีศาสนาและอื่น ๆ	-1.004304	(0.8360415)	-1.20
ภูมิภาค (กลุ่มอ้างอิง: กรุงเทพฯและปริมณฑล)			
ภาคกลาง	0.0914768	(0.0427242)	2.14**
ภาคเหนือ	-0.0088162	(0.0438345)	-0.20
ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ	-0.0933974	(0.0439569)	-2.12**
ภาคใต้	0.1134246	(0.0450966)	2.52**
ในเขตเทศบาลและนอกเขตเทศบาล (กลุ่มอ้างอิง: ในเขตเทศบาล)			
นอกเขตเทศบาล	-0.0057851	(0.0144291)	-0.40
อยู่กับคู่สมรส (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน)			
อาศัยอยู่ด้วยกัน	-0.0349342	(0.0512483)	-0.68
อาศัยอยู่กับบุตร (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน)			
อาศัยอยู่ด้วยกัน	0.0293631	(0.0164268)	1.79*
อาศัยอยู่กับบุตรเขย/บุตรสะใภ้ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน)			
อาศัยอยู่ด้วยกัน	0.0905692	(0.0210652)	4.30***

ระดับความสุขของผู้สูงอายุ	Coef.	Std. Err.	t statistics
อาศัยอยู่กับบุตรของบุตร (หลาน) (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน)			
อาศัยอยู่ด้วยกัน	0.0599046	(0.0158194)	3.79***
อาศัยอยู่กับพี่/น้อง/ญาติ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้อาศัยอยู่ด้วยกัน)			
อาศัยอยู่ด้วยกัน	0.0084757	(0.026564)	0.32
ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ			
หนี้สิน (กลุ่มอ้างอิง: ตนเองมีหนี้)			
สมาชิกในครัวเรือนมีหนี้	0.0990395	(0.0256507)	3.86***
ตนเองและสมาชิกในครัวเรือนมีหนี้	-0.0924773	(0.030286)	-3.05***
ตนเองและสมาชิกในครัวเรือนไม่มีหนี้	0.1775116	(0.0232993)	7.62***
รายได้ (กลุ่มอ้างอิง: ต่ำกว่า 20,000 บาท)			
20,000 – 39,999 บาท	0.0823983	(0.0208843)	3.95***
40,000-59,999 บาท	0.0835133	(0.0238848)	3.50***
60,000 – 99,999 บาท	0.1628451	(0.0250911)	6.49***
ตั้งแต่ 100,000 บาท ขึ้นไป	0.2331592	(0.0271185)	8.60***
การออม (กลุ่มอ้างอิง: ไม่มีการออม)			
1- 25,000 บาท	0.0736623	(0.0209755)	3.51***
25,000 – 69,999 บาท	0.0266782	(0.0198548)	1.34
70,000 – 199,999 บาท	0.098853	(0.0226199)	4.37***
ตั้งแต่ 200,000 บาท ขึ้นไป	0.2974541	(0.0271955)	10.94***
ปัจจัยด้านสุขภาพ			
การประเมินสุขภาพของตนเอง (กลุ่มอ้างอิง: ดีมาก)			
ดี	-0.705736	(0.0405692)	-17.40***
ปานกลาง	-1.35979	(0.0412977)	-32.93***
ไม่ดี	-2.052131	(0.0470657)	-43.60***
ไม่ดีดีมาก	-3.217627	(0.090473)	-35.56***
สิทธิการเข้าถึงการรักษาสุขภาพ			
ประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง)			
(กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้รับสิทธิ)	0.0969041	(0.1196885)	0.81
ประกันสังคม/กองทุนเงินทดแทน			
(กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้รับสิทธิ)	0.1426236	(0.1357328)	1.05
ข้าราชการหรือข้าราชการบำนาญ			
(กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้รับสิทธิ)	0.3687057	(0.1215808)	3.03***

ระดับความสุขของผู้สูงอายุ	Coef.	Std. Err.	t statistics
รัฐวิสาหกิจ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้รับสิทธิ)	0.3512047	(0.1428285)	2.46**
หน่วยงานอิสระของรัฐ			
องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น และอื่นๆ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้รับสิทธิ)	0.313304	(0.1591587)	1.97**
การมองเห็น (กลุ่มอ้างอิง: ไม่เห็น)			
เห็นแบบชัดเจนและไม่ชัดเจน	0.5038215	(0.2049336)	2.46**
การได้ยินเสียง (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ได้ยิน)			
ได้ยินเสียงแบบชัดเจนและไม่ชัดเจน	-0.0084112	(0.2556797)	-0.03
การเคี้ยวอาหาร (กลุ่มอ้างอิง: ไม่สามารถเคี้ยวอาหาร)			
เคี้ยวอาหารได้และเคี้ยวอาหารได้บ้าง	0.231774	(0.0608886)	3.81***
การหกล้ม (กลุ่มอ้างอิง: ไม่เคยหกล้ม)			
เคยหกล้ม	-0.0978279	(0.0286071)	-3.42***
แนวทางการใช้ชีวิตแยกตามดัชนี Barthel ADL (กลุ่มอ้างอิง: เข้าสังคมได้ ($12 \leq \text{Barthel Index} \leq 20$))			
กลุ่มติดบ้าน ($16 \leq \text{Barthel Index} \leq 20$)	-0.9192995	(0.0816272)	-11.26***
กลุ่มติดเตียง ($\text{Barthel Index} \leq 4$)	-1.59156	(0.1372886)	-11.59***
ปัจจัยพฤติกรรมใช้ชีวิตประจำวัน			
ออกกำลังกาย (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ออกกำลังกาย)			
ออกกำลังกาย	0.2351805	(0.0158271)	14.86***
กินผัก/ผลไม้ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่รับประทาน)			
รับประทานผัก ผลไม้	0.1969939	(0.1079147)	1.83*
ดื่มสุราแอลกอฮอล์ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่ดื่ม)			
ดื่มสุรา	-0.0189677	(0.0243084)	-0.78
สูบบุหรี่ (กลุ่มอ้างอิง: ไม่สูบ)			
สูบบุหรี่	-0.0185624	(0.0273689)	-0.68
ปัจจัยการมีส่วนร่วมทางสังคม			
การทำงาน (กลุ่มอ้างอิง: ทำงาน)			
ไม่ทำงานและรอฤดูกาล	-0.0057134	(0.0178045)	-0.32
การเป็นสมาชิกและหรือเข้าร่วมของกลุ่ม/ชมรม			
เป็นสมาชิกและหรือเข้าร่วมของกลุ่ม/ชมรม (กลุ่มอ้างอิง: ไม่เป็น/ไม่เข้าร่วม)	0.0521933	(0.0173449)	3.01***
_cons	6.125859	(0.3866487)	15.84***

ที่มา: ผู้วิจัย

หมายเหตุ: *** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 1% ($p < 0.01$) ** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 5% ($p < 0.05$) * มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น ระดับ 10% ($p < 0.10$)

ปัจจัยด้านสุขภาพ

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 1 สรุปได้ว่าการประเมินสุขภาพของตนเองของผู้สูงอายุไทยและระดับความสุขของผู้สูงอายุมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผู้สูงอายุที่ประเมินสุขภาพของตนเองในระดับที่ไม่ดีมากๆ พบว่า มีระดับความสุขน้อยที่สุด ($\beta = -3.217627, p < 0.01$) รองลงมาได้แก่ ผู้สูงอายุที่ประเมินสุขภาพตนเองในระดับที่ไม่ดี ($\beta = -2.052131, p < 0.01$) ระดับปานกลาง ($\beta = -1.35979, p < 0.01$) และระดับดี ($\beta = -0.705736, p < 0.01$) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุที่ประเมินตนเองว่ามีสุขภาพในระดับดีมากๆ ตามลำดับ จากการวิเคราะห์คะแนนดัชนี Barthel ADL ซึ่งใช้ประเมินความสามารถในการทำกิจวัตรประจำวันของผู้สูงอายุ หรือผู้ที่มีความพิการ ได้แก่ การรับประทานอาหาร การล้างหน้า การเคลื่อนย้ายตัวเอง การใช้ห้องน้ำ การเดิน การใส่เสื้อผ้า การเดินลงบันได การอาบน้ำ การถ่ายอุจจาระ และการถ่ายปัสสาวะ มีความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 (โดยมีคะแนนสูงสุดคือ 20 คะแนน หมายถึงผู้สูงอายุสามารถทำกิจวัตรประจำวันได้ทุกอย่างด้วยตนเอง) ในการแบ่งแยกผู้สูงอายุไทยเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่มติดเตียง กลุ่มติดบ้าน และกลุ่มที่สามารถเข้าสังคมได้ตามปกติ การศึกษานี้ พบว่า ผู้สูงอายุในกลุ่มติดเตียงจะมีระดับความสุขน้อยที่สุด ($\beta = -1.59156, p < 0.01$) รองลงมาได้แก่ ผู้สูงอายุกลุ่มติดบ้าน ($\beta = -0.9192995, p < 0.01$) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุในกลุ่มที่สามารถเข้าสังคมได้ตามปกติ โดยมีระดับความสุขสูงที่สุด โดยผู้สูงอายุที่สามารถมองเห็นหรือมองเห็นแต่ไม่ชัดเจน จะมีระดับความสุขมากกว่ากลุ่มผู้สูงอายุที่มองไม่เห็นอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.05 ($\beta = 0.5038215, p < 0.05$) และผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเคี้ยวอาหารได้หรือเคี้ยวอาหารได้บ้าง พบว่ามีระดับความสุขมากกว่าผู้สูงอายุที่ไม่สามารถเคี้ยวอาหารได้ ($\beta = 0.231774, p < 0.01$) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่เคยมีประวัติหกล้ม พบว่า มีระดับความสุขที่น้อยกว่าผู้สูงอายุที่ไม่เคยมีประวัติหกล้ม ($\beta = -0.0978279, p < 0.01$) การศึกษานี้ ยังพบว่า ผู้สูงอายุที่ใช้สิทธิในการเข้าถึงการรักษาสุขภาพผ่านสวัสดิการจากรัฐ เช่น ข้าราชการหรือข้าราชการบำนาญ ($\beta = 0.3687057, p < 0.01$) รัฐวิสาหกิจ ($\beta = 0.3512047, p < 0.05$) และ หน่วยงานอิสระของรัฐ องค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ($\beta = 0.313304, p < 0.05$) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความสุขของผู้สูงอายุไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อย่างไรก็ตาม สิทธิการเข้าถึงการรักษาสุขภาพอื่น ๆ เช่น ประกันสุขภาพถ้วนหน้า (บัตรทอง) และ ประกันสังคม/กองทุนเงินทดแทน ไม่พบว่ามีความสัมพันธ์กับระดับความสุขของผู้สูงอายุไทยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

ปัจจัยพฤติกรรมใช้ชีวิตประจำวัน

ผลการศึกษานี้ พบว่า พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันของผู้สูงอายุไทยมีความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผู้สูงอายุไทยที่ออกกำลังกายพบว่ามีระดับความสุขมากกว่า เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุไทยที่ไม่ออกกำลังกาย ($\beta=0.2351805$, $p<0.01$) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุไทยที่รับประทานผัก/ผลไม้ จะมีระดับความสุขมากกว่า ผู้สูงอายุไทยที่ไม่ได้รับประทานผัก/ผลไม้ ($\beta=0.1969939$, $p<0.1$) โดยกำหนดให้ปัจจัยอื่น ๆ คงที่ อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุไทยที่ดื่มสุราแอลกอฮอล์และผู้สูงอายุไทยที่สูบบุหรี่ ไม่พบว่ามี ความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ปัจจัยการมีส่วนร่วมทางสังคม

จาก ตารางที่ 1 ผู้สูงอายุที่เป็นสมาชิกและ/หรือเข้าร่วมของกลุ่มชมรม พบว่ามีระดับความสุขมากกว่า ผู้สูงอายุที่ไม่เป็นสมาชิกและหรือเข้าร่วมกลุ่มหรือชมรมต่าง ๆ ($\beta=0.0521933$, $p<0.01$) อย่างไรก็ตาม การทำงานของผู้สูงอายุไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติแต่อย่างใด

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ

งานวิจัยนี้ พบว่า ปัจจัยทางการเงิน ได้แก่ หนี้สิน การออม และรายได้ มีความสัมพันธ์เชิงบวก อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความสุขของผู้สูงอายุไทย โดยผู้สูงอายุและสมาชิกในครัวเรือนไม่มีหนี้สินมีระดับความสุขมากกว่าเมื่อเทียบกับกรณีที่ผู้สูงอายุไม่มีหนี้ ($\beta=0.1775116$, $p<0.01$) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุและสมาชิกในครัวเรือนมีหนี้สินจะมีความสุขน้อยกว่าในกรณีที่ผู้สูงอายุมีหนี้ ($\beta=-0.0924773$, $p<0.01$) อย่างไรก็ตาม หากเฉพาะสมาชิกในครัวเรือนมีหนี้จะพบว่าผู้สูงอายุจะมีระดับความสุขมากกว่าในกรณีที่ตนเองมีหนี้สิน ($\beta=0.0990395$, $p<0.01$) การศึกษานี้ยังพบว่า ระดับการออมเงินที่สูงขึ้นส่งผลให้ระดับความสุขของผู้สูงอายุไทยสูงขึ้นตามไปด้วย โดยผู้สูงอายุที่มีเงินออมตั้งแต่ 200,000 บาทขึ้นไป ($\beta=0.2974541$, $p<0.01$) พบว่า มีระดับความสุขมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีเงินออม 70,000-199,999 บาท ($\beta=0.098853$, $p<0.01$) และผู้สูงอายุที่มีเงินออม 1-25,000 บาท ($\beta=-0.0736623$, $p<0.01$) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุที่ไม่มีเงินออม ยกเว้นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีการออม 25,000 - 69,999 บาท ซึ่งไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้งานวิจัยนี้ พบว่า ผู้สูงอายุไทยยังมีรายได้สูงขึ้น ระดับความสุขก็จะยิ่งสูงขึ้นตาม โดยที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้ตั้งแต่ 100,000 บาทขึ้นไปจะมีความสุขมากที่สุด ($\beta=0.2331592$, $p<0.01$) รองลงมาได้แก่ ผู้สูงอายุที่มีรายได้ 60,000-99,999 บาท ($\beta=0.1628451$, $p<0.01$) ผู้สูงอายุที่มีรายได้ 40,000-59,999 บาท ($\beta=0.2331592$, $p<0.01$) และผู้สูงอายุที่มีรายได้ 20,000-39,999 บาท ($\beta=0.0835133$, $p<0.01$) ตามลำดับ เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุที่มีรายได้ต่ำกว่า 20,000 บาทซึ่งเป็นกลุ่มที่มีระดับความสุขต่ำที่สุด

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

งานวิจัยนี้ ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา ระดับการศึกษา ภูมิภาค และรูปแบบการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุไทย กับระดับความสุขของ

ผู้สูงอายุไทย จากการศึกษา พบว่า ผู้สูงอายุเพศหญิงมีความสุขมากกว่าผู้สูงอายุเพศชายอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 0.01 ($\beta = 0.0478546$, $p < 0.01$) นอกจากนี้ การศึกษานี้พบว่า ผู้สูงอายุที่มีอายุเพิ่มขึ้น มีระดับความสุขเพิ่มขึ้น ($\beta = 0.0043331$, $p < 0.01$) หากวิเคราะห์ระดับการศึกษา พบว่า โดยผู้สูงอายุที่สำเร็จการศึกษาระดับมัธยมศึกษาตอนปลาย/ปวช./ต่ำกว่าอนุปริญญา/ปวส./ปวท./อนุปริญญา ($\beta = 0.2245223$, $p < 0.01$) มัธยมศึกษาตอนต้น อนุปริญญา ($\beta = 0.1583256$, $p < 0.01$) มัธยมศึกษาตอนต้นปริญญาตรี/สูงกว่าปริญญาตรี ($\beta = 0.1444767$, $p < 0.01$) มีระดับความสุขสูงกว่าผู้สูงอายุที่ไม่สำเร็จการศึกษา (ยกเว้นผู้สูงอายุที่มีระดับการศึกษาระดับประถมศึกษาและต่ำกว่าและผู้สูงอายุที่สำเร็จการศึกษาอื่น ๆ ไม่พบความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ) นอกจากนี้ ผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่นับถือศาสนาอิสลาม มีระดับความสุขน้อยกว่าผู้สูงอายุที่นับถือศาสนาพุทธ ($\beta = -0.084177$, $p < 0.05$)

นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในภาคใต้ ($\beta = 0.1134246$, $p < 0.05$) มีระดับความสุขสูงที่สุด รองลงมา ได้แก่ ภาคกลาง ($\beta = 0.0914768$, $p < 0.05$) เมื่อเปรียบเทียบกับผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ในขณะที่ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือมีความสุขน้อยกว่า ($\beta = -0.0933974$, $p < 0.05$) ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่กับบุตร ($\beta = 0.0293631$, $p < 0.1$) บุตรชาย/บุตรสะใภ้ ($\beta = 0.0905692$, $p < 0.01$) หรือ บุตรของบุตร (หลาน) ($\beta = 0.0599046$, $p < 0.01$) พบว่า มีระดับความสุขมากกว่าไม่ได้อยู่อาศัยกับบุตร บุตรชาย/บุตรสะใภ้ หรือหลาน ทั้งนี้ผลการวิจัยไม่พบความสัมพันธ์การอยู่อาศัยกับคู่สมรส ญาติพี่น้อง

อภิปรายผลการวิจัย

มุมมองด้านสุขภาพ และ ด้านพฤติกรรมใช้ชีวิตประจำวัน

ผลการศึกษาพบว่า ปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุกับระดับความสุขมีความสัมพันธ์เชิงลบ ผู้สูงอายุที่ประเมินสุขภาพของตนเองว่าดี จะมีความสุขมากกว่าผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่งความสามารถในการทำกิจวัตรประจำวัน (ADL) และสภาพร่างกายที่เกี่ยวข้องกับการรับรู้และการเคลื่อนไหว ผู้สูงอายุที่สามารถทำกิจวัตรประจำวันได้มากขึ้น จะมีความสุขมากกว่า ผู้ที่ข้อจำกัดด้านสุขภาพและการเคลื่อนไหว เช่น กลุ่มติดเตียงและกลุ่มติดบ้าน ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่สามารถดูแลตนเองได้อย่างมีอิสระ จะทำให้ตนเองมีความรู้สึกรับคุณค่าและมีความสุขเพิ่มขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ศุภนารี วรรณพงษ์ และ จงรักษ์ หงส์งาม (2561) และ นงนภัส พรหมมิ และคณะ (2562) ที่พบว่าผู้สูงอายุที่ไม่มีโรคประจำตัวส่วนใหญ่ (หรือมีสุขภาพที่ดี) จะมีระดับความสุขมากกว่าผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัว (หรือมีปัญหาสุขภาพ) นอกจากนี้ สภาพร่างกายของผู้สูงอายุ เช่น ความสามารถในการมองเห็น การเคี้ยวอาหาร และประวัติการหกล้ม ล้วนส่งผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุ สอดคล้องกับการศึกษาของ Vicerra (2022) ที่ระบุว่า บุคคลที่มีข้อจำกัดในการดำเนินกิจวัตรประจำวันมีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสุข ดังนั้นปัจจัยด้านปัญหาสุขภาพของผู้สูงอายุ พบว่า

จะส่งผลต่อคุณภาพชีวิตและความสุขโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเชิงประจักษ์ในอดีต เช่น การศึกษาของ Barreto (2014) ซึ่งอธิบายว่าสถานะสุขภาพเป็นตัวกำหนดระดับความสุขในผู้สูงอายุ

การศึกษานี้ ชี้ให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีสิทธิในการเข้าถึงการรักษาสุขภาพผ่านสวัสดิการจากรัฐ เช่น ข้าราชการหรือข้าราชการบำนาญ พนักงานรัฐวิสาหกิจ และพนักงานของหน่วยงานอิสระของรัฐ หรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น มีระดับความสุขสูงกว่าผู้สูงอายุที่ไม่ได้รับสิทธิ เนื่องจากสิทธิในการเข้าถึงการรักษาสุขภาพผ่านสวัสดิการจากรัฐ เช่น ข้าราชการหรือข้าราชการบำนาญ รัฐวิสาหกิจ และ หน่วยงานอิสระของรัฐ ตลอดจนองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น อาจมีขอบเขตความครอบคลุมที่กว้างกว่า เช่น การดูแลสุขภาพที่ครอบคลุม การบริการพิเศษต่าง ๆ ซึ่งอาจส่งผลให้ผู้รับบริการรู้สึกได้รับการดูแลเป็นพิเศษ และมีความต่อเนื่องและมั่นคงมากกว่าสิทธิประโยชน์อื่น ๆ ทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกอุ่นใจและวางแผนชีวิตได้ ส่งผลต่อระดับความสุขเมื่อยามเกษียณ ขณะที่สิทธิประโยชน์จากบัตรทองและประกันสังคมถึงแม้ว่าจะหลักประกันทางสุขภาพที่สำคัญและจำเป็น ณ ปัจจุบัน แต่อาจยังไม่เพียงพอในการเพิ่มระดับความสุขของผู้สูงอายุได้เท่าที่ควร อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษานี้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ Zhang & Ding (2018) ที่อธิบายว่าสวัสดิการประกันสังคมสามารถเพิ่มความสุขของครัวเรือนที่อาศัยอยู่ในเมืองและชนบทในประเทศจีน

ทั้งนี้ ผลงานวิจัยนี้ พบว่า พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวันส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุไทยอย่างมีนัยสำคัญ ผู้สูงอายุที่ออกกำลังกายและรับประทานผักผลไม้เป็นประจำจะมีระดับความสุขสูงกว่าผู้ที่ไม่ได้ออกกำลังกายและไม่รับประทานผักผลไม้บ่อย เนื่องจากการออกกำลังกายช่วยกระตุ้นการหลั่งสารแห่งความสุข (เอ็นโดรฟิน) ส่งผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นได้ การรับประทานผักและผลไม้เป็นประจำช่วยให้ร่างกายของผู้สูงอายุไทยได้รับสารอาหารที่จำเป็น ส่งผลให้สุขภาพโดยรวมดีขึ้น และลดความเสี่ยงต่อโรคต่าง ๆ ซึ่งส่งผลดีต่อความสุขทางอ้อม อย่างไรก็ตาม การดื่มสุราและการสูบบุหรี่ ไม่พบว่า มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับระดับความสุข ซึ่งอาจเป็นเพราะขนาดตัวอย่างที่ยังไม่เพียงพอ (ผู้สูงอายุไทยพบว่าดื่มสุราแอลกอฮอล์ ร้อยละ 12.8 และสูบบุหรี่เพียง ร้อยละ 9.16 เท่านั้น) ผลการศึกษานี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Zhang & Chen (2019) ที่พบว่า การออกกำลังกายเพียง 10 นาทีต่อสัปดาห์หรือ 1 วันต่อสัปดาห์สามารถช่วยเพิ่มระดับความสุขได้

มุมมองด้านการมีส่วนร่วมทางสังคม

ผลการวิจัยนี้พบว่าการมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มชมรมส่งผลให้ผู้สูงอายุมีระดับความสุขสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีที่กล่าวว่าการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมและการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตใจของมนุษย์ และสอดคล้องกับการศึกษาของ Azizi, Mohamadian, Ghajarieah & Moghadam (2017) ที่พบว่าการมีส่วนร่วมทางสังคมอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการมีความสัมพันธ์กับความสุข อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยยังไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนระหว่างการทำงานและระดับความสุขของผู้สูงอายุในกลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในงานวิจัยนี้

มุมมองด้านเศรษฐกิจ

นอกจากนี้ผลการวิจัยนี้ยังชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงบวกและมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างปัจจัยทางการเงิน ได้แก่ หนี้สิน การออม และรายได้ กับระดับความสุขของผู้สูงอายุไทย กล่าวคือ ผู้สูงอายุที่มีหนี้สินน้อย

หรือไม่มีหนี้สินเลย มีระดับความสุขสูงกว่าผู้สูงอายุที่มีหนี้สิน นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่มีระดับการออมและรายได้สูงขึ้น ก็มีแนวโน้มที่จะมีความสุขมากขึ้นตามไปด้วย การมีหนี้สินสร้างภาระทางการเงินและความเครียด ส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ ทำให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นคงและกังวลเกี่ยวกับอนาคต สอดคล้องกับการศึกษาของ รศรินทร์ เกรย์, วรชัย ทองไทย และ เรวดี สุวรรณพเก้า (2553) ที่อธิบายว่า ผู้ที่ไม่มีหนี้สินมีความสุขมากที่สุด นอกจากนี้การที่ผู้สูงอายุมีเงินออม สามารถช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถดำเนินชีวิตได้อย่างมีความมั่นคงทางการเงิน สามารถเข้าถึงทรัพยากรต่าง ๆ ได้อย่างเพียงพอ และมีความรู้สึกปลอดภัยในชีวิต ส่งผลให้ระดับความสุขสูงขึ้นได้ สอดคล้องกับการศึกษาของ เกลินี หมื่นไธสง และคณะ (2560) อธิบายว่าการออมมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความสุข เมื่อการออมเพิ่มขึ้น ระดับความสุขก็เพิ่มขึ้นตาม ผลการศึกษาจึงพบว่ารายได้ของผู้สูงอายุที่สูงขึ้น ยังช่วยให้ผู้สูงอายุสามารถตอบสนองความต้องการพื้นฐานและความต้องการทางสังคมได้อย่างครบถ้วน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นและมีความสุขมากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ นงนภัส พรหมมิ และคณะ (2562) และ Lee & Bae (2022) อธิบายไปในทางเดียวกันว่า รายได้มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสุข

มุมมองด้านประชากรศาสตร์

งานวิจัยนี้ยังพบว่าปัจจัยทางประชากรศาสตร์หลายประการมีผลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุไทย อย่างมีนัยสำคัญ โดยเฉพาะปัจจัยด้านเพศ อายุ ระดับการศึกษา ศาสนา ภูมิภาค และรูปแบบการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุไทย จากการวิเคราะห์พบว่าผู้สูงอายุที่เป็นผู้หญิงมีความสุขสูงกว่าผู้สูงอายุที่เป็นผู้ชาย สอดคล้องกับการศึกษาของ รศรินทร์ เกรย์ วรชัย ทองไทย และ เรวดี สุวรรณพเก้า (2553) ที่อธิบายว่า ผู้หญิงมีความสุขมากกว่าผู้ชาย ผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงพบว่ามีระดับความสุขสูงขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ Chen, Chen & Lin (2019) ที่พบว่าระดับการศึกษาสูงขึ้นส่งผลต่อความสุขสูงขึ้น และผู้ที่อาศัยอยู่ในบางภูมิภาค (ภาคใต้และภาคตะวันออกเฉียงเหนือ) มีแนวโน้มที่จะมีความสุขมากกว่าผู้สูงอายุที่อาศัยในกรุงเทพฯและปริมณฑล

นอกจากนี้ การอาศัยในภูมิภาคต่าง ๆ ที่มีระดับเศรษฐกิจที่ดี มีเครือข่ายสังคมที่แข็งแกร่ง และมีสภาพแวดล้อมที่ดี ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุเช่นกัน ซึ่งผลการวิจัยนี้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) ที่อธิบายว่า กรุงเทพมหานคร มีผู้สูงอายุที่มีระดับความสุขสูงกว่าภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย อาจมีสาเหตุมาจากปัจจัยด้านวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่นในแต่ละภูมิภาค มีอิทธิพลต่อมุมมองต่อชีวิตและความสุขของผู้สูงอายุที่แตกต่างกันอย่างแท้จริง มากกว่าการวิเคราะห์โดยพิจารณาโดยวัดเฉพาะภูมิภาคที่มีการพัฒนาทางเศรษฐกิจระดับสูง ที่มีโอกาสเข้าถึงทรัพยากรและบริการต่าง ๆ ได้มากกว่า นอกจากนี้งานวิจัยนี้ สถานภาพสมรสของผู้สูงอายุไทยไม่มีความสัมพันธ์กับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่า สถานภาพสมรส อาจไม่ได้เป็นปัจจัยที่สำคัญ แต่คุณภาพของความสัมพันธ์ในชีวิตของผู้สูงอายุเป็นสิ่งสำคัญต่อความสุข ผู้สูงอายุที่แต่งงานแล้ว แต่มีความสัมพันธ์ที่ไม่ราบรื่น อาจมีความสุขน้อยกว่าผู้สูงอายุที่โสด แต่มีความสัมพันธ์ที่ดีกับครอบครัว สอดคล้องกับการศึกษาของ อรรถกร เฉยทิม นวลฉวี ประเสริฐสุข และ อรุณปรีดิ์ เกิดในมงคล (2561) ที่พบว่า ผู้สูงอายุที่สถานภาพการสมรสต่างกันไม่มีผลต่อระดับความสุข รูปแบบการอยู่อาศัยของผู้สูงอายุไทย เช่น การอาศัยอยู่กับบุตร บุตรเขย/บุตรสะใภ้ และหลาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับระดับความสุขอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ การที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่กับ

บุตรหลานมีส่วนช่วยเพิ่มระดับความสุข เนื่องจากผู้สูงอายุได้รับการดูแลเอาใจใส่จากลูกหลาน มีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของครอบครัว ได้รับการสนับสนุนทางอารมณ์ และมีโอกาสสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม นอกจากนี้ การถ่ายทอดประสบการณ์และความรู้ยังทำให้ผู้สูงอายุรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง สอดคล้องกับการศึกษาของ Sukontamarn, Asadullah, Photphisutthiphong & Nguyen (2023) อธิบายว่า การที่ผู้สูงอายุอาศัยอยู่กับลูกอย่างน้อยหนึ่งคน จะมีระดับความสุขที่เพิ่มขึ้น

บทสรุปและข้อเสนอแนะเชิงนโยบาย

การศึกษานี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยเฉพาะปัจจัยด้านสุขภาพ พฤติกรรมการใช้ชีวิตประจำวัน และการมีส่วนร่วมทางสังคม โดยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณด้วยวิธีการวิเคราะห์กำลังสองน้อยที่สุด (Ordinary Least Squares) และใช้ข้อมูลจากสำมะโนทางสถิติแห่งชาติในการสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564 โดยมีกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป จำนวน 28,702 คน ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านสุขภาพ สังคม และเศรษฐกิจ โดยรวม มีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับระดับความสุขของผู้สูงอายุ

ผู้สูงอายุที่มีสุขภาพแข็งแรงและสามารถเข้าถึงบริการสุขภาพได้อย่างทั่วถึง มีความสุขมากกว่าผู้สูงอายุที่มีสุขภาพไม่ดี โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ความสามารถในการดูแลตนเองและการเข้าถึงสวัสดิการสุขภาพที่ดี มีผลต่อความรู้สึกมีคุณค่าและความสุขของผู้สูงอายุ การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มชมรมส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความสุขมากขึ้น เพราะการมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมสุขภาวะทางจิตใจ สถานะทางการเงินที่ดี เช่น การมีรายได้เพียงพอ การออม และไม่มีหนี้สิน ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีความมั่นคงและมีความสุขมากขึ้น ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา และภูมิภาค ถือเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อระดับความสุขของผู้สูงอายุเช่นกัน โดยผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะมีความสุขมากกว่าผู้ชาย และผู้สูงอายุที่มีการศึกษาสูงจะมีระดับความสุขสูงขึ้น

การส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุเป็นเรื่องที่สำคัญและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน การนำผลการวิจัยไปใช้ในการพัฒนานโยบายและโครงการต่าง ๆ จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อการสร้างสังคมสูงวัยที่ยั่งยืน เป็นเรื่องที่สำคัญและต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน อย่างไรก็ตาม หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ กรมกิจการผู้สูงอายุ (ผส.) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ กระทรวงสาธารณสุข และหน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ถือเป็นหน่วยงานภาครัฐที่สำคัญต่อการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโดยตรง ดังนั้น ภาครัฐควรดำเนินการ (1) ส่งเสริมการดูแลสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุทั้งเรื่องการเข้าถึงสิทธิ สวัสดิการ และกองทุน (2) ส่งเสริมการมีส่วนร่วมทางสังคม เช่น การเข้าร่วมกลุ่มกิจกรรมและชมรม (3) ส่งเสริมการออม การเพิ่มรายได้ และการจัดการหนี้สินของผู้สูงอายุ และ (4) ส่งเสริมการเข้าถึงบริการสุขภาพสำหรับผู้สูงอายุ โดยเฉพาะกลุ่มเปราะบาง เช่น ผู้สูงอายุที่มีรายได้น้อยหรือผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่คนเดียว นอกจากนี้การส่งเสริมสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุจำเป็นต้องมีการบูรณาการมาตรการในหลายด้าน ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพกายและใจ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการใช้ชีวิต การส่งเสริมการมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคม และการสนับสนุนด้านเศรษฐกิจ ซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและสร้างสังคมสูงวัยที่ยั่งยืน

ข้อจำกัดในการวิจัยครั้งนี้

การวิเคราะห์ข้อมูลเป็นแบบตัดขวาง (Cross-sectional data) จุดตัดอยู่ ณ เวลาใดเวลาหนึ่งที่ทำการศึกษา ทั้งนี้ความสุขสามารถเปลี่ยนแปลงได้ตลอด (พลวัต) ดังนั้นไม่สามารถอนุมานได้ว่าความสุขนี้จะยังอยู่เหมือนเดิมไม่เปลี่ยนแปลง นอกจากนี้ ผู้วิจัยได้เลือกชุดข้อมูลจากแบบสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ ทุก ๆ 3 ปี ทั้งนี้งานวิจัยนี้ดำเนินการในปี พ.ศ. 2567 โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยใช้ข้อมูลจากแบบสำรวจประชากรสูงอายุ ปี พ.ศ. 2564 ซึ่งเป็นข้อมูลล่าสุดที่สามารถเข้าถึงได้ในขณะนั้น อย่างไรก็ตาม สำหรับการวิจัยในอนาคต การใช้ข้อมูลแบบสำรวจประชากรสูงอายุ ปี พ.ศ. 2567 (ปัจจุบันมีการเผยแพร่เฉพาะบทสรุปผู้บริหารเท่านั้น) จะช่วยให้การวิเคราะห์มีความครอบคลุมมากขึ้น และนำไปสู่ข้อสรุปที่น่าเชื่อถือยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การวิจัยในอนาคต ควรมีการศึกษาประชากรสูงอายุเฉพาะกลุ่มเพิ่มเติม เช่น ผู้สูงอายุกลุ่มเปราะบาง หรือผู้สูงอายุกลุ่มแรงงาน เพื่อให้เห็นความแตกต่างจากภาพรวมของผู้สูงอายุในประเทศไทยและนำผลการศึกษามาเปรียบเทียบเพื่อนำผลการวิจัยไปใช้ปรับปรุงพัฒนาระบบการดูแลและส่งเสริมความสุขสำหรับผู้สูงอายุได้ตรงตามกลุ่มเป้าหมายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

- เกลินี หมั่นไธสง สุติมา มนต์ดี ภาวิณี จันทร์แจ่ม และธีรภรณ์ ลิมานนท์วรไชย. (2560). การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจในความสุขของประชาชนเขตเมืองและชนบท จังหวัดมหาสารคาม. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://hujmsu.msu.ac.th/pdfspllit.php?p=MTU5OTAxNDE3NC5wZGZ8NzItODU>
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2566). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2565. กรุงเทพมหานคร: บริษัท อมรินทร์ คอร์เปอเรชั่นส์ จำกัด (มหาชน).
- กฤษนนท์ จินดาวงศ์. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อปริมาณการให้สินเชื่อกฎการศึกษาธนาคารกรุงไทยจำกัด(มหาชน). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- นงนภัส พรหมมี นวรัตน์ สุวรรณผ่อง มธุรส ทิพยมงคลกุล และ จารุวรรณ หมั่นมี. (2562). ความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. *Journal of Mental Health of Thailand*, 27(2), 80-94.
- มูลนิธิสถาบันวิจัยและพัฒนาผู้สูงอายุไทย. (2564). สถานการณ์ผู้สูงอายุไทย พ.ศ. 2564. นครปฐม: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. (2566). 'สุขภาพที่ดี' คือจุดเริ่มต้นของ 'ความสุข'. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.masscomm.cmu.ac.th/สุขภาพที่ดี-คือจุดเริ่ม/>

- ระบบสถิติทางการทะเบียน. (ม.ป.ป.). ประชากรรายอายุ. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://stat.bora.dopa.go.th/stat/statnew/statMONTH/statmonth/#/view>
- ศรีรินทร์ เกรย์, วรชัย ทองไทย, และ เรวดี สุวรรณนพแก้ว. (2553). ความสุขเป็นสากล. กรุงเทพมหานคร: สถาบันวิจัยประชากรและสังคม มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2562). สังคมสูงวัยกับข้อเท็จจริงที่ควรรู้. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://library.parliament.go.th/index.php/th/>
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย พ.ศ. 2564. กรุงเทพมหานคร: กองสถิติสังคม สำนักงานสถิติแห่งชาติ.
- ศุภนารี วรรณพงษ์ และจรงค์ หงษ์งาม. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในชีวิตของผู้สูงอายุ กรณีศึกษา อำเภอเมือง จังหวัดขอนแก่น. วารสารเศรษฐศาสตร์และกลยุทธ์การจัดการ, 5(2), 21-32.
- อรรถกร เฉยทิม นวลฉวี ประเสริฐสุข และอรุปรีย์ เกิดในมงคล. (2561). ความสุขของผู้สูงอายุใน ชุมรม ผู้สูงอายุ เขตกรุงเทพมหานคร. วารสารสังคมศาสตร์บูรณาการ, 5(1), 85-108.
- Amornkitvikai, Y., Harvie, C., & Sangkaew, P. (2023). The role of wages, skills development and R&D on productivity: evidence from Thai manufacturing firms. *Journal of Economic Studies*, 50(2), 324-342.
- Azizi, M., Mohamadian, F., Ghajarieah, M. & Direkvand-Moghadam, A. (2017). The Effect of Individual Factors, Socioeconomic and Social Participation on Individual Happiness: A Cross-Sectional Study. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/pmc/articles/PMC5535462/>
- Barreto, P. D. S. (2014). Direct and indirect relationships between physical activity and happiness levels among older adults: A cross-sectional study. *Aging & mental health*, 18(7), 861-868.
- Higgs, S., & Jones, A. (2013). Prolonged chewing at lunch decreases later snack intake. *Appetite*, 62, 91-95.
- Kittiprapas, S. (2016). Buddhist Sustainable Development Through Inner Happiness. สืบค้นเมื่อวันที่ 28 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.academia.edu/45551080/>
- Lee, E. J. & Bae, M. S. (2022). The Relationship Between Social Capital, the Happiness of Others, and the Happiness of Korean Adults: A National Sample Study. *Psychiatry Investing*, 19(11), 958-964.
- Mice intelligence center. (n.d.). Aging Population and Global Trend. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://intelligence.bussineseventsthailand.com/files/insights/84815691249551.pdf>

- Mimura, Y. (2023). Save Today for a Happier Tomorrow: Associations Between Happiness and Financial Preparation in Japan. *Journal of Happiness Studies*, 24(3), 1261-1281.
- SDG Move. (2564). SDG Updates | สํารวจผลกระทบของโควิด-19 ต่อสุขภาพจิตของคนไทยใน 1 ปีที่ผ่านมา เพื่อดูแลสุขภาพจิตใจกันให้มากขึ้นในปี 2564. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.sdgmove.com/2021/01/13/sdg-updates-impact-covid-19-mental-health/>
- Sukontamarn, P., Asadullah, M. N., Photphisutthiphong, N., & Nguyen, Y. T. H. (2023). Happiness in Old Age: The Daughter Connection. *Journal of happiness studies*, 24, 1729–1757.
- Vicerra, P. M. M. (2022). Self-determination and physical functioning as mediators of the association between self-reported sensory impairments and happiness among older adults. *Experimental Aging Research*, 48(3), 274-286.
- World Happiness Report. (2023). World Happiness Report 2023. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2023/WHR+23.pdf>
- World Happiness Report. (2022). World Happiness Report 2022. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://worldhappiness.report/ed/2022/>
- World Happiness Report. (2021). World Happiness Report 2021. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2021/WHR+21.pdf>
- World Happiness Report. (2020). World Happiness Report 2020. สืบค้นเมื่อวันที่ 24 ตุลาคม 2567, จาก <https://happiness-report.s3.amazonaws.com/2020/WHR20.pdf>
- Zhang, J., & Ding, J. (2018). Happiness effect of the social security participation in urban and rural China: An empirical analysis based on CGSS 2015 data. สืบค้นเมื่อวันที่ 30 ตุลาคม 2567, จาก <https://www.atlantispress.com/proceedings/essaeme-18/25900411>

CHINA'S PRESTIGE: A CASE STUDY OF BRI IN MYANMAR AND VIETNAM

Anongpicha Puntong

E-mail: anongpichaap@hotmail.com

Abstract

This study examines how China's Belt and Road Initiative (BRI) influences China's prestige in Myanmar and Vietnam, focusing on the impacts of infrastructure development, economic collaboration, and diplomatic relations. By analyzing the responses of these two nations, the research evaluates how BRI projects shape perceptions of China's regional standing. While the concept of prestige is explored in various contexts, this thesis specifically frames it within the BRI context. Additionally, it investigates how weaker states like Myanmar and Vietnam perceive and react to China's growing influence. The findings reveal that although the BRI fosters economic growth, concerns over dependency and sovereignty persist, reflecting a balance of cooperation and cautious skepticism for Myanmar and Vietnam.

Keywords : China, BRI, Myanmar, Vietnam, Prestige, Southeast Asia, foreign policy, Belt and Road initiative

Background and Research Rationale

Prestige is a pivotal yet intangible force in international relations, often surpassing material power in shaping global influence. It reflects a psychological acknowledgment of a state's authority, rooted in collective perceptions rather than mere resource accumulation (Walt, 1987; Morgenthau, 1948). High-prestige states can subtly guide the behaviour of others, achieving their goals without coercion, relying instead on the perception of power rather than constant demonstration (Kacos, 2011). Prestige also encompasses a state's social standing, shaping its ability to set norms and assert authority in the global order (Barnett & Duvall, 2005).

Yuen Foong Khong's framework underscores that prestige is externally validated, with rising powers securing it through economic strength, military capability, public goods provision, and coalition-building (Khong, 2019). Within this context, China's Belt and Road Initiative (BRI) emerges as a strategic tool for building prestige, aligning economic expansion with influence-based goals. Rooted in its historical drive to overcome the "century of humiliation" (Lebow,

2008), the BRI echoes China's Silk Road legacy, linking infrastructure development with global leadership aspirations. Beyond infrastructure, the BRI fosters resource access, regional stability, and domestic prosperity while reinforcing the Communist Party's legitimacy and countering U.S. influence in the Asia-Pacific (Clarke, 2017; Tellis, 2017).

This study examines the BRI's contribution to China's pursuit of international prestige, framing it as a dual pathway encompassing economic and political dimensions. By focusing on Myanmar and Vietnam as case studies, the research explores how the BRI shapes perceptions of China's prestige, its capacity to set norms, and its ability to assert global leadership through prestige-driven strategies and how Vietnam and Myanmar respond to that prestige.

Literature review | How is the thesis filling the gap?

Existing studies have not utilized the concept of prestige to analyze or apply it specifically to the BRI initiative. They lack detailed exploration of how prestige is cultivated through avenues like political influence, norm acceptance, and economic strategies. Additionally, many studies overlook the role of domestic politics, while those that do address it fail to provide comparative perspectives between states for broader analysis.

This thesis addresses these gaps by using Myanmar and Vietnam as case studies for a comparative analysis. Both countries hold strategic importance for the development and success of the BRI. By framing the concept of prestige within the context of the BRI initiative, this thesis aims to provide a nuanced and responsive analysis that integrates domestic political dynamics and comparative insights, offering a fresh perspective distinct from previous works in other fields and contexts.

Conceptual framework

Figure 1

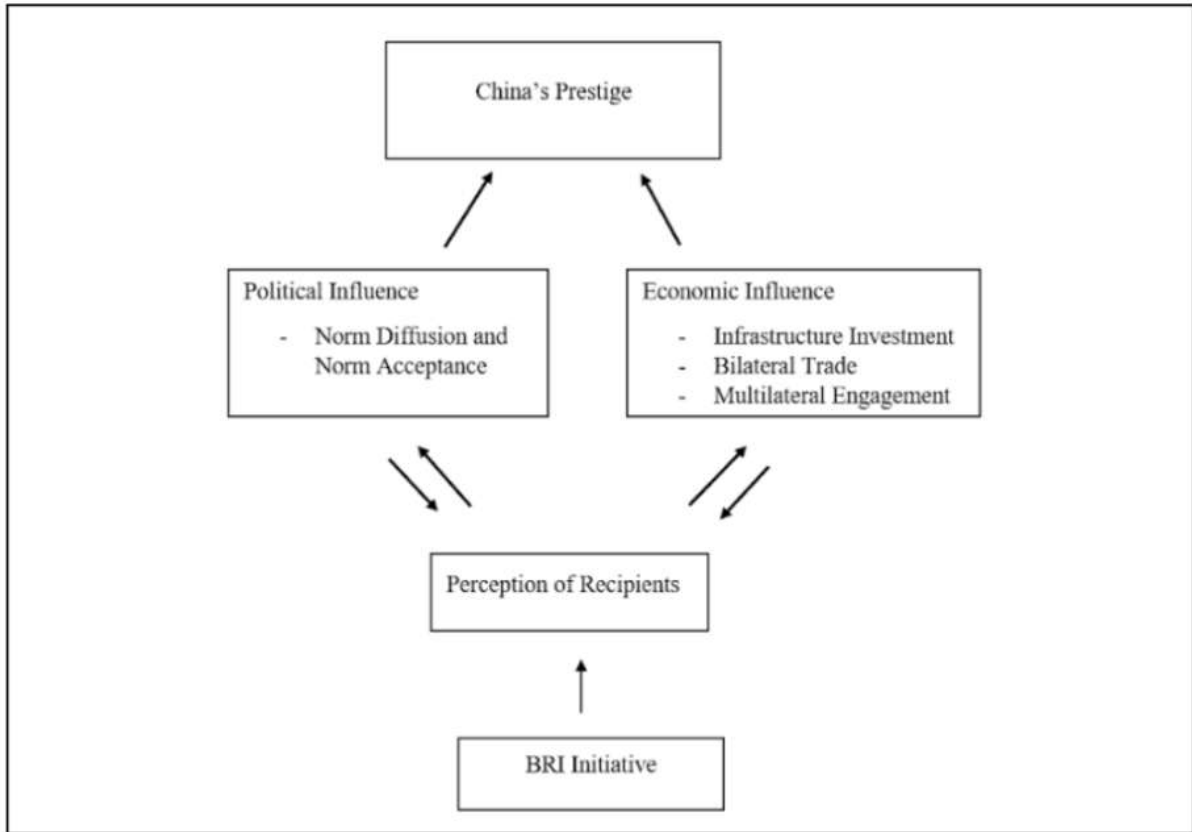


Figure 2

Balancing strategy (Full scale)	Hedging behaviors						Bandwagoning strategy (Full scale)
	Indirect balancing	Dominance-denial	Economic Diversification	Economic pragmatism	Binding engagement	Limited bandwagoning	
(To minimize security risk by forging military alignment & increasing armament, but without directly targeting any power, at least not explicitly) (Military hedge)	(To minimize political risk of subservience by cultivating balance of political power in the region) (Political hedge)	(To minimize economic risk of dependence by diversifying economic links) (Economic hedge)	(To maximize economic benefits by pragmatically forging commercial links)	(To maximize diplomatic benefits by engaging & binding a big power bilaterally & multilaterally)	(To maximize political benefits by selectively giving deference &/or selectively forging foreign policy collaboration)		
← Degree of limited prestige			Degree of prestige acceptance →				

For this study, prestige is the influence a state holds, recognized and accepted by other states, allowing it to shape their behaviors and achieve desired outcomes through mutually acknowledged power.

Figure 1 explores the relationship between the BRI initiative and China's prestige. The BRI, a cornerstone of China's foreign policy in Myanmar and Vietnam, extends beyond infrastructure development to bolster China's economic and political influence, enhancing its prestige globally. This process hinges on how recipient countries perceive China's power, as prestige is mutually constructed and requires acknowledgment by others. China's political and economic influence through the BRI— via norm acceptance, state-led development, infrastructure investment, bilateral trade, and multilateral engagement— drives its prestige-building efforts. The framework emphasizes that recipient states' responses to China's prestige, ranging from alignment to limited reaction, depend on whether they view it as stabilizing or threatening.

Figure 2 Kuik's framework on how Myanmar and Vietnam respond to China's BRI. Right-side behaviours indicate prestige acceptance, while left-side behaviours reflect prestige being limited. Greater hedging approaches suggest limitation of perceptions of China's prestige, while positive engagement indicates effective prestige-building. This framework captures the nuanced dynamics of ASEAN countries' foreign policies toward China.

Research Objectives

1. How do the BRI initiatives shape China's prestige in Myanmar and Vietnam
2. How has China's prestige through its BRI-related programs been perceived by states in Southeast Asia such as Myanmar and Vietnam

Hypotheses

Hypothesis 1: The BRI enhances China's prestige through economic and political channels, leveraging infrastructure investments, trade, and multilateral engagement to expand its influence in Myanmar and Vietnam. It enables China to play a political role in recipient states, where cooperation with China bolsters government legitimacy and political standing. This dual approach positions China as a key partner in regional development and governance, reinforcing its prestige.

Hypothesis 2: Myanmar and Vietnam's perceptions of China's prestige through the BRI vary based on their hedging behaviors. Following Kuik's framework, these responses range from economic pragmatism and binding engagement to limited bandwagoning, balanced by counterstrategies like economic diversification, dominance-denial, and indirect balancing. This mixed approach reflects a careful pursuit of BRI benefits while mitigating risks associated with China's growing influence.

Research Methodology

Research Design

The strengths of qualitative research—its ability to explore complex phenomena, contextual sensitivity, and integration of diverse data sources—are well-suited to addressing the study's objectives. Through in-depth case studies and the use of primary (e.g., speeches, treaties) and secondary sources (e.g., scholarly works, media), the research examines how China's Belt and Road Initiative (BRI) shapes its prestige in Myanmar and Vietnam and how this prestige is perceived.

Qualitative methods capture the nuanced interactions between BRI projects and the unique political, economic, and cultural contexts of these nations. They also document perceptions of prestige, addressing concerns like dependency and sovereignty that defy quantification. By applying frameworks such as Kuik's, the study categorizes responses ranging from economic pragmatism to geopolitical balancing, revealing how Myanmar and Vietnam engage with or hedge against China's growing influence. To understand how they perceive BRI and what their reactions therefore primary and secondary sources are serving context-sensitive insights into the BRI's impact on China's regional standing.

Data Sources

This study examines the Belt and Road Initiative (BRI) as a cornerstone of China's foreign policy under President Xi Jinping, focusing on its implementation from 2012 to 2020. Myanmar and Vietnam were selected as case studies to analyze their responses to the BRI due to their strategic locations, dynamic relationships with China, and pivotal roles in the initiative. The study employs comparative analysis to explore the differing outcomes of BRI implementation in these two countries.

Research Results

Vietnam and Myanmar's engagement with China's BRI reflects contrasting strategies shaped by their unique political contexts and strategic priorities.

Research question 1

Myanmar

Economic Pathway: Infrastructure development by key projects, including the Kyaukpyu deep-sea port and high-speed rail networks, demonstrate China's ability to invest in large-scale infrastructure that benefits both nations economically. These projects enhance trade flow and contribute to Myanmar's economic modernization. Dependency Dynamic by China's investments create an economic reliance that solidifies its role as a crucial partner, which in turn enhances its prestige. However, concerns over debt sustainability and sovereignty also emerge, complicating the perception of this partnership.

Political Pathway: Following Myanmar's 2021 coup, China's support for key infrastructure projects has helped bolster the legitimacy of Myanmar's ruling regime. This political engagement contributes to stability for China's investments, reinforcing its reputation as a reliable partner during times of political turbulence. Additionally, China's influence extends to the increased militarization in ethnic regions of Myanmar, reflecting its strategic interest in safeguarding its investments and strengthening its political influence.

China's ability to deliver on infrastructure and trade projects reinforces its image as a key regional player. However, Myanmar's local dissatisfaction over transparency and limited local benefits introduces skepticism. Balancing these perceptions is crucial for China to maintain its prestige in Myanmar.

Vietnam

Economic Pathway: Enhanced trade and logistics by the North-South Expressway and the urban railway in Ho Chi Minh City are key BRI projects that offer substantial economic benefits for Vietnam by enhancing trade, improving logistics, and fostering regional connectivity. However, the delays in projects such as the Hanoi Metro underscore the challenges that Vietnam faces in fully realizing the potential of BRI collaborations.

Political Pathway: Strategic engagement by Vietnam in BRI projects helps to ensure its active involvement in China's Belt and Road vision, contributing to its role in regional governance. While Vietnam is cautious in balancing its relationship with China due to sovereignty concerns, it uses BRI projects to secure benefits in terms of economic development

and regional influence. Moreover, it offers a form of geopolitical hedging, where the country balances its relationships with both China and other global powers like the United States, Japan, and India. While engaging with China on BRI projects, Vietnam remains cautious about over-reliance on China due to territorial disputes in the South China Sea.

BRI shapes China's prestige in Vietnam through economic cooperation and political engagement, but Vietnam's cautious approach reflects its efforts to balance the benefits of the BRI with concerns over sovereignty, environmental issues, and regional security.

Research question 2

Vietnam adopts cautious, political and economic hedging approaches to limit prestige from China which are dominance denial and economic diversification behaviours to balance economic benefits with sovereignty concerns. Selectively engaging in BRI projects, Vietnam prioritizes economic diversification and alliances with countries like Japan and the U.S. to reduce dependency on China. Vietnam has strengthened its trade relations through the Vietnam-EU Free Trade Agreement (2020) and Vietnam-UK Free Trade Agreement (2021). By January 2022, it had ratified 15 FTAs, aligning with its market diversification strategy and regional multilateral engagement, including the CPTPP. Geopolitical tensions, especially in the South China Sea, heightened Vietnam's skepticism, influencing its limited participation. Rising debt and concerns over the viability of BRI projects further shape its preference for private and AIIB-backed investments over large-scale Chinese loans. Major transportation projects, such as the North-South Expressway and urban railway in Ho Chi Minh City, are prioritized to enhance trade, logistics, and regional connectivity. However, delays in projects like the Hanoi Metro highlight challenges in managing BRI collaborations.

Myanmar embraces the BRI more openly, aligning with China to bolster its economy and strengthen the military-led State Administration Council's (SAC) legitimacy following the 2021 coup. It applies hedging approaches to accept prestige, which is economic pragmatism and binding engagement, to maximize the economic and diplomatic benefits. Key BRI projects in Myanmar, such as the downsized Kyaukpyu deep seaport, high-speed rail networks, the Myitsone Dam, and the China-Myanmar Oil and Gas Pipeline, form part of the China-Myanmar Economic Corridor (CMEC). To safeguard these investments, increased militarization has occurred in ethnic regions. The Myanmar government leverages BRI projects to bolster its legitimacy, citing economic benefits, but local dissatisfaction persists due to a lack of transparency and limited local benefits, as seen with the Myitkyina Economic Development

Zone Committee (MEDZC) in Kachin State. Additionally, the projects face criticism for their environmental impacts. Myanmar's dependence on China for infrastructure and investment raises sovereignty concerns, but the SAC regime's focus remains on maintaining stable ties and advancing stalled projects to attract foreign investment amid international isolation.

Comparative analysis

Economic Engagement

Vietnam sees the BRI as a way to enhance infrastructure, focusing on transport and energy while balancing investments from diverse sources like Japan, the EU, and the U.S. Its approach is cautious, aiming to avoid over-dependence on Chinese funding due to historical tensions and sovereignty concerns. **Myanmar** views the BRI as crucial for its economic development, especially in the infrastructure and energy sectors. It relies more heavily on China due to limited foreign investments post-coup, leading to local concerns about Chinese dominance in key sectors.

Geopolitical Strategies

Vietnam engages in BRI projects to boost its regional influence while protecting sovereignty. Actively strengthens ties with the U.S., especially in security matters, to balance China's influence, particularly over South China Sea issues. **Myanmar** prioritizes its relationship with China, driven by economic dependence and political alignment. While it also engages with ASEAN, Myanmar's reliance on China risks limiting its strategic autonomy within the BRI framework.

Public Perception

For Vietnam, public sentiment is cautious, with NGOs and civil society promoting accountability and environmental concerns related to Chinese projects. **For Myanmar**, public input on the BRI is limited, especially post-2021 coup, as civil society faces restrictions and risks in voicing dissent. The limited freedom for civil groups constrains public scrutiny and influence over BRI projects.

Recommendations

To apply longitudinal studies to evaluate the economic, social, and environmental impacts of BRI projects over time, incorporating comparative case studies to assess varying national responses. Public perception, shaped through surveys and media analysis, is crucial for understanding local attitudes toward Chinese investments and governance practices.

Examining the institutional capacity of ASEAN countries to manage foreign investments, alongside the role of civil society organizations in ensuring accountability, is essential for addressing governance challenges. Additionally, research should explore the impact of cultural diplomacy and people-to-people exchanges in enhancing mutual understanding and soft power. Finally, studies on environmental sustainability and the social effects of BRI projects, including resource usage, biodiversity loss, social cohesion, and equity, are vital for ensuring these initiatives promote inclusive and sustainable development.

References

- Barnett, M., & Duvall, R. (2005). *Power in international politics*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/s0020818305050016>
- Clarke, M. (2017). The Belt and Road Initiative: China's New Grand Strategy? *Asia Policy*, 24(1), 71-79. <https://doi.org/10.1353/asp.2017.0023>
- Kacos, S. (2011). *Reconstructing Respect: The Quest for Prestige in the International System* (Masters of Science in Political Science). Massachusetts Institute of Technology. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/4433364.pdf>
- Khong, Y. F. (2019). Power as prestige in world politics. *International Affairs*, 95(1), 119-142. <https://doi.org/10.1093/ia/iyy245>
- Lebow, R. (2008). *A Cultural Theory of International Relations*. Cambridge University Press.
- Morgenthau, H. J. (1948). *Politics among nations: The struggle for power and peace*. New York: Knopf.
- Walt, S. M. (1987). *The Origins of Alliances*. Cornell University Press. <http://www.jstor.org/stable/10.7591/j.ctt32b5fc>
- Ajit Singh. (2020). *The Myth of “Debt-Trap Diplomacy” and Realities of Chinese Development Finance*, *Third World Quarterly*, 42, p. 239.
- Dean, K. (2023). *Belt and road initiative in northern Myanmar: The local world of China's global investments*. *ASEAS - Advances in Southeast Asian Studies*, 16(2), 251-268. <https://doi.org/10.14764/10.ASEAS-0096>
- Emont, J., & Myo, M. (2018). *Chinese-funded port gives Myanmar a sinking feeling*. *The Wall Street Journal*, 15 August. <https://www.wsj.com/articles/chinese-funded-port-gives-myanmar-a-sinking-feeling-1534325404>

- Lwin, N. (2019). *Myanmar Signs 3 Agreements at Belt and Road Forum, The Irrawaddy*, 26 April. Retrieved from <https://www.irrawaddy.com/news/burma/deal-signed-bri-related-economic-zone-myanmars-kachin-state.html>
- Nanda. (2019). *Leader Urges People to Be More Open-Minded About Myitsone Dam, Myanmar Times*, 15 March. Retrieved from <https://www.mmtimes.com/news/leader-urges-people-be-more-open-minded-about-myitsone-dam.html>
- Patrick Meehan & Seng Lawn Dan. (2022). *Brokered Rule: Militias, Drugs, and Borderland Governance in the Myanmar- China Borderlands*, ahead-of-print *Journal of Contemporary Asia*, p. 1.
- Zhou, L. (2020). *Xi Jinping arrives in Myanmar for visit that aims to cement ties. South China Morning Post*, 17 January. Available at: <https://www.scmp.com/news/china/diplomacy/article/3046631/chinese-president-xi-jinping-arrives-myanmar-visit-aims-cement>
- Dang Minh Khoi. (2014). Vietnam-Japan: Broad and profound friendship. Retrieved from http://vccinews.com/news_detail.asp?news_id=29063
- Global Infrastructure Hub. (2017). *Global Infrastructure Outlook - Infrastructure investment needs - 50 countries, 7 sectors to 2040*. Retrieved from <https://d2rpq8wtqka5kg.cloudfront.net/389138/open20170919030300.pdf>
- Hiep, L. H., & ISEAS – Yusof Ishak Institute. (2018). *The Belt and Road Initiative in Vietnam: Challenges and prospects. ISEAS Perspective, 2018 No. 18*, 1–3. Retrieved from https://www.iseas.edu.sg/wp-content/uploads/pdfs/ISEAS_Perspective_2018_18@50.pdf
- Nguyen, T. T. (2016). *Accommodating the Dragon: Vietnam's Enduring Asymmetric Entanglements with China* (By Hong Kong Baptist University, W. Ting, J.-P. Cabestan, F. Chen, K. Sliwinski, K. Yi, & A. To). Retrieved from <https://scholars.hkbu.edu.hk/ws/portalfiles/portal/55020122/OA-0330.pdf>
- PwC Vietnam. (2022). *Vietnam economic outlook 2022*. Retrieved from <https://www.pwc.com/vn/en/publications/2022/220221-pwc-vietnam-outlook-en.pdf>
- Vietnam News. (2017, January 13). AIB eyes infrastructure development in Viet Nam. Retrieved February 26, 2018, from <http://vietnamnews.vn/economy/349672/aib-eyes-infrastructure-development-in-viet-nam.html>

Vietnamnet. (2017, May 16). President Tran Dai Quang concludes state visit to China. Retrieved February 26, 2018, from <http://english.vietnamnet.vn/fms/government/178416/president-tran-dai-quang-concludes-state-visit-to-china.html>

การศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้
 Study strategies for becoming a successful entrepreneur in the digital age in the
 southern border provinces

อุทัยรัตน์ มากยก¹ คุณากร นวลจันทร์² กิติพร มาสแก้ว³ ฐนภัทร อำพันทอง⁴
 นิมารูณี หะยิวาเงาะ⁵ สาธิตา แก้วเหล็ก⁶ และ วสันตนาวิณ หรินทร์ปพนวิษ⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 136668023@yru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ โดยใช้แบบสอบถามข้อมูลในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 60 คน ที่ประกอบธุรกิจแล้วประสบความสำเร็จในสามจังหวัดชายแดนใต้ และนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์โดยใช้ การหาความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน จากการศึกษา พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 37 คน ร้อยละ 61.7 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 35.0 ทายาทสืบทอดธุรกิจ จำนวน 40 คน ร้อยละ 66.7 ประเภทธุรกิจซื้อมาขายไป จำนวน 23 คน ร้อยละ 38.3 รายได้ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 24 คน ร้อยละ 40.0 เทคโนโลยีช่วยให้ประสบความสำเร็จมาก จำนวน 30 คน ร้อยละ 50.0 ด้านเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook, Instagram, Line, TikTok) จำนวน 49 คน ร้อยละ 81.7 อุปสรรคปัญหาด้านความปลอดภัย จำนวน 39 คน ร้อยละ 65.5 ขาดความรู้และทักษะ จำนวน 18 คน ร้อยละ 30.0 และขาดงบประมาณ จำนวน 17 คน ร้อยละ 28.3 ตามลำดับ

คำสำคัญ : นักธุรกิจ ยุคดิจิทัล ความสำเร็จของธุรกิจ สามจังหวัดชายแดนใต้

ABSTRACT

This research aims to study the guidelines for becoming a successful entrepreneur in the digital era in the three southern border provinces. Data was collected from a sample group of 60 individuals who have successfully established businesses in these provinces, using a questionnaire. The collected data was analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The study found that the majority of respondents were women, with 37 individuals (61.7%), aged 31–40, with 21 individuals (35.0%). A total of 40 individuals (66.7%) were business heirs. In terms of business type, 23 respondents (38.3%) were involved in buying and selling, with incomes between 50,001–80,000 baht for 24 respondents (40.0%). Technology was reported to be a significant success factor for 30 respondents (50.0%), especially in social media tools (e.g., Facebook, Instagram, Line, TikTok), with 49 respondents (81.7%) utilizing

these tools. The main obstacles were security issues, reported by 39 respondents (65.5%), lack of knowledge and skills by 18 respondents (30.0%), and budget constraints by 17 respondents (28.3%), respectively.

Keywords : Entrepreneur, Digital Era, Business Success, Southern Border Provinces

บทนำ

เศรษฐกิจไทยถูกขับเคลื่อนโดยการนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาใช้เพิ่มผลิตและประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยใช้เวลาน้อยลง พร้อมกับการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่สินค้าและบริการต่าง ๆ การค้าโลกภายใต้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในเสี้ยววินาที แม้ว่านโยบายขับเคลื่อนเศรษฐกิจบนฐานความรู้และบนฐานเศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์เป็นสิ่งที่หลายประเทศพึงปรารถนาโดยเฉพาะรายได้และการกระจายความมั่งคั่ง เนื่องจากประเทศที่มักปรับเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์แล้วส่วนใหญ่มีรายได้สูง เช่น ญี่ปุ่น อิตาลี ฝรั่งเศส กลุ่มประเทศในแถบสแกนดิเนเวีย เป็นต้น ในทางกลับกัน พบว่า เศรษฐกิจเชิงสร้างสรรค์อาจจะดูเหมือนไม่บรรลุเป้าหมายของเศรษฐกิจในด้านการมีเสถียรภาพเนื่องจากราคาสินค้าและบริการในหลายประเภทมีการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว พร้อมกับอาจมีความผันผวนของภาวะเศรษฐกิจ (สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) ถือได้ว่ายังน้อยกว่าการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยปัจจัยการผลิตและทรัพยากรธรรมชาติซึ่งขึ้นกับสภาพดินฟ้าอากาศและความเสี่ยงภัยจากธรรมชาติเท่านั้น ต่อมาโลกได้เปลี่ยนผ่านเข้าสู่ยุคการแข่งขันทางดิจิทัลอย่างรุนแรง (Digital disruption) ดังนั้น การนำเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเพิ่มประสิทธิภาพ สามารถทางนวัตกรรม การเผชิญความกล้าเสี่ยง และการทำงานเชิงรุกตลอดเวลาที่เกี่ยวข้องกับการนำเสนอสินค้าและบริการที่มีคุณค่าหลัก (Core value proposition) ต่อผู้บริโภคหรือลูกค้าได้อย่างถูกต้องและมีความพึงพอใจสูงสุดภายใต้เศรษฐกิจโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงทุกเสี้ยววินาทีจึงมองเป็นโอกาสของผู้ประกอบการไทยที่มีศักยภาพในการขยายธุรกิจเข้าสู่ตลาดโลกได้เพิ่มขึ้น (Kietsarapipop, 2015)

พื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ประกอบด้วยจังหวัดยะลา ปัตตานี และนราธิวาส เป็นพื้นที่ที่มีวิถีชีวิตขนบธรรมเนียมประเพณี ที่มีความแตกต่างกับภูมิภาคอื่น ๆ ของประเทศไทย ซึ่งประชาชนส่วนใหญ่นักถือศาสนาอิสลาม และมีประชาชนที่นับถือศาสนาพุทธเป็นกลุ่มส่วนน้อย (คณะกรรมการอิสระเพื่อความสมานฉันท์แห่งชาติ, 2549) นอกจากนี้สภาพปัญหาท้องถิ่นและปัจจัยด้านข้าราชการแล้ว การที่เน้นให้ทุกฝ่ายภาครัฐและภาคประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมของการกำหนดนโยบายอีกทั้งนโยบายควรมุ่งเน้นการพัฒนาในสังคมเป็นศูนย์กลางของการแก้ไขปัญหา หากเริ่มต้นด้วยการสำรวจความต้องการที่แท้จริงของประชาชนก่อน จะทำให้การแก้ไขปัญหาสามารถตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน (อาคม ใจแก้ว, 2533)

ปัจจุบันการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลเป็นกันได้อย่างง่ายดาย แต่บางธุรกิจก็ไม่ได้ประสบความสำเร็จสิ่งเหล่านี้ทำให้นักธุรกิจหลายคน ล้มละลาย ไม่ประสบความสำเร็จ แต่ก็ยังมีนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จเนื่องจากได้ทำการเจาะกลุ่มเป้าหมายฐานลูกค้าที่ต้องการอย่างแน่ชัด มีจุดตั้งจุดยืนของกิจการจึงทำให้กิจการเป็นไปอย่างที่ควรเป็น นักธุรกิจบางกลุ่มอาจจะคิดว่าการเป็นนักธุรกิจหน้าใหม่ไฟแรงจะสามารถก่อตั้งกิจการ

ได้โดยที่ไม่มีองค์ความรู้พื้นฐาน หรือ เข้าใจเกี่ยวกับเทคโนโลยีที่สามารถนำไปใช้ให้เกิดผล ทั้งในด้านการสร้างผลิตภัณฑ์ การบริการในโลกโซเชียลมีเดียและแพลตฟอร์มออนไลน์อื่น ๆ ที่จะสามารถเจาะกลุ่มเป้าหมายของกิจการได้ หากกิจการมีภูมิคุ้มกันที่มั่นคงก็จะทำให้กิจการดำเนินการไปต่อได้อย่างมั่นคง

ดังนั้นคณะผู้จัดทำวิจัยจึงได้ศึกษาถึงแนวทางการเป็นนักธุรกิจดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ เพื่อเป็นแรงผลักดันให้นักธุรกิจที่เปิดกิจการสามารถขับเคลื่อนธุรกิจให้เกิดผลกำไร รวมไปถึงสามารถสร้างความสำเร็จต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. ศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ประกอบการต้องเป็นทั้งผู้ลงทุน และผู้บริหาร โดยเป็นผู้วางแผน บริหารจัดการ ผู้ที่มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ กระตือรือร้น นำปัจจัยต่าง ๆ มาผสมผสานให้เกิดสินค้าใหม่ หาช่องทางการทำให้เกิดผลกำไร หรือปรับปรุงกระบวนการผลิตให้ดีขึ้น การดำเนินธุรกิจให้ประสบความสำเร็จนั้น คุณลักษณะของผู้ประกอบการถือว่ามียุทธพลที่สุดต่อการดำเนินธุรกิจ เพราะเป็นแนวพฤติกรรมการทำงานของธุรกิจโดยรวม ผู้ประกอบการจะต้องสามารถต่อสู้ หรือยืนหยัดได้กับทุกสถานการณ์ ผู้ประกอบการจะมีความพร้อมในการดำเนินอาชีพ และเป็นประโยชน์ ทำให้ทราบจุดเด่น และจุดด้อยของตนเอง ตลอดจนเป็นประโยชน์ในการพัฒนาความสามารถ และทักษะคุณลักษณะสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจประสบความสำเร็จยิ่งขึ้น (ฝนทิพย์ ชวโรสว, 2554) ความสำเร็จของผู้ประกอบการพิจารณาได้จากการเติบโตของธุรกิจ, ผลกำไรที่ได้, การวัดผลสำเร็จโดยเทียบผลงานกับเป้าหมายที่กำหนดจากความพึงพอใจในงาน หรือพิจารณาจากความสำเร็จในการคิดค้นผลิตภัณฑ์ (สุพาดา สิริกุดตา, 2556)

คุณลักษณะของผู้ประกอบการ ลักษณะที่แสดงให้เห็นได้อย่างชัดเจนว่าเป็นลักษณะพิเศษเฉพาะของผู้ประกอบการนั้น ๆ สามารถช่วยส่งเสริมและสนับสนุนการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจและการดำเนินธุรกิจให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ จนไปถึงธุรกิจสามารถเติบโตและประสบความสำเร็จได้ (วิมล เกตุเทียน, 2556) คุณลักษณะความสำเร็จของผู้ประกอบการที่สำคัญ 8 ประการ ดังนี้ (Michael Frese, 2000)

1. ความเป็นตัวของตัวเอง (Autonomy) คือ ความสามารถและความพยายามที่จะนำพาธุรกิจเข้าไปสู่อีกาสทางธุรกิจ สามารถพึ่งพาตนเอง ตัดสินใจได้ในสถานการณ์ที่บีบบังคับ

2. ความมีนวัตกรรม (Innovativeness) คือ การมีความคิดริเริ่มเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ และการนำเทคโนโลยีนวัตกรรม มาใช้ในกระบวนการผลิตและการดำเนินการบริหารจัดการธุรกิจ

3. ความกล้าเสี่ยง (Risk taking) คือ ความเต็มใจและความพร้อมของแต่ละบุคคลในการเข้าไปเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทางธุรกิจ

4. การแข่งขันเชิงรุก (Competitive Aggressive) คือ การสร้างอุปสรรคให้กับคู่แข่งในตลาดที่ต้องการเข้ามาแข่งขันในตลาดเดียวกันด้วยวิธีต่าง ๆ

5. ความมั่นคงสม่ำเสมอและใส่ใจในการเรียนรู้ (Stability and Learning Orientation) คือ การเรียนรู้จากประสบการณ์หรือความผิดพลาดที่เคยพบเจอ

6. แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ (Achievement Motivation) คือ พฤติกรรมที่มีความสนใจหรือชอบในความท้าทาย โดยถือว่าความท้าทายเป็นสิ่งจูงใจที่ทำให้สามารถทำงานได้ดีมากขึ้น

7. ความซื่อสัตย์ของผู้ประกอบการ (Personal Integrity) คือ การที่ผู้ประกอบการได้เรียนรู้ถึงความน่าไว้วางใจ รวมถึงความเชื่อถือของลูกค้าและผู้จัดหาวัตถุดิบ

8. คตินิยมประเพณีและแนวทางความคิดสมัยใหม่ (Traditionalism and Modernism) คือ ทศนคติที่มีต่อโลกธุรกิจ โดยมีความสนใจในเรื่องของธรรมเนียมประเพณี บริหารด้วยหลักของศาสนา

การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย การเลือกกลุ่มผู้บริโภคที่กิจการต้องการกระทำการค้าเป็นการกำหนดเป้าหมายทิศทางที่แน่ชัดในการกำหนดกลุ่มลูกค้าเพื่อจะได้กำหนดผลิตภัณฑ์ ราคา การจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาดให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย (ปณิศส ลัญชันนท. 2548 : 117)

การรู้ดิจิทัล คือ ทักษะ ความรู้ความสามารถในการใช้เครื่องมือ อุปกรณ์ และเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อเป็นตัวช่วยในการเข้าถึง จัดการบูรณาการ ประเมิน วิเคราะห์ สังเคราะห์ สร้างองค์ความรู้ใหม่ หรือพัฒนาองค์ความรู้เดิม การสื่อสารนำเสนอ ตลอดจนมีการพัฒนากระบวนการคิดควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยี โดยตระหนักถึงประเด็นที่เกี่ยวข้องด้านจริยธรรม (สิริกาญจน์ หัวใจฉ่ำ. 2563, น.24)

1. ทักษะด้านสารสนเทศ (Information Skill) เป็นความรู้ ทักษะในการจัดการสารสนเทศ บนเครือข่ายคอมพิวเตอร์ การกำหนดความต้องการ ระบุเรื่องที่ต้องการค้นหา วิธีการ/ กลยุทธ์ในการเข้าถึง

2. การใช้เครื่องมือดิจิทัล (Digital tools usage) ทักษะและความสามารถในการใช้งาน โปรแกรมคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน การติดต่อสื่อสาร การสร้างความร่วมมือและใช้ประโยชน์

3. การปรับรูปแบบดิจิทัล (Digital Transformation) ทักษะในการประมวลสารสนเทศมีเป้าหมายเพื่อสร้าง ปรับปรุง ออกแบบ ผลิตภัณฑ์ หรือนำเสนอสารสนเทศในรูปแบบใหม่

สภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ คือ ปัจจัยสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ได้แก่ ปัจจัยทางเศรษฐกิจ สภาพการเมือง ลักษณะของสังคมโครงสร้างของกฎหมาย นิเวศวิทยาและวัฒนธรรม สภาพแวดล้อมของเทคโนโลยี (ญัฐรดา เจริญสุขและสุวิต ศรีใหม่, 2561) สภาพแวดล้อมแบ่งออกได้เป็น 2 ประเภท ได้แก่ สภาพแวดล้อมภายใน และสภาพแวดล้อมภายนอก

องค์ประกอบของการตลาดดิจิทัล คือ การทำตลาดดิจิทัลกลายเป็นเรื่องสำคัญสำหรับธุรกิจทุกประเภท การทำการตลาดผ่านสื่อดิจิทัลมีด้วยกันหลายรูปแบบเป็นการทำการตลาดในรูปแบบของสื่อสังคมออนไลน์ การจัดแคมเปญ โปรโมชันเพื่อลงขายสินค้าผ่านเว็บไซต์ หรือแอปพลิเคชันต่าง ๆ ตลอดจนการซื้อโฆษณาเฟสบุ๊ก และกูเกิล แต่ส่วนใหญ่แล้วผู้ประกอบการหรือองค์กรธุรกิจมักประสบปัญหาในเรื่องผลตอบแทนซึ่งอาจจะไม่ได้ผลจากตามที่ต้องการเสมอไปโดยองค์ประกอบที่สำคัญสำหรับการตลาดดิจิทัล (Afrina et al., 2015 : 76) มีดังนี้

1. การโฆษณาผ่านสื่อออนไลน์ เป็นส่วนสำคัญของการทำตลาดดิจิทัลหรือเรียกอีกอย่างหนึ่งว่าการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตซึ่งบริษัทสามารถส่งข้อความเกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยการโฆษณาทางอินเทอร์เน็ตให้มีเนื้อหาและการโฆษณาที่ตรงกับความสนใจของผู้บริโภคมากที่สุด

2. การทำการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ ข้อความที่เกี่ยวข้องกับสินค้าและบริการจะถูกส่งผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ (e-mail) ไปยังผู้บริโภคที่มีอยู่หรือผู้บริโภคที่มีศักยภาพ ซึ่งถูกกำหนดให้เป็นการตลาดผ่านสื่ออิเล็กทรอนิกส์ นอกจากนี้แล้วการตลาดดิจิทัลทางตรงจะเป็นการใช้เพื่อการโฆษณา เพื่อสร้างแบรนด์และความภักดีของลูกค้าในการสร้างความไว้วางใจของลูกค้าและการตระหนักรู้ถึงแบรนด์ บริษัทหรือองค์กรธุรกิจ สามารถส่งเสริมการตลาดสินค้าและบริการโดยใช้อีเมลประกอบนี้เป็นการทำการตลาดดิจิทัลได้โดยง่ายและมีต้นทุนและค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับการทำการตลาด โดยใช้สื่อในรูปแบบอื่นๆ

3. สื่อสังคมออนไลน์ เป็นรูปแบบหนึ่งช่องทางของการตลาดดิจิทัลที่สำคัญที่สุดเนื่องจากเป็นเครื่องมือพื้นฐานทางการตลาดที่ช่วยให้ผู้คนสามารถสร้างและแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับข้อมูลรูปภาพ เกี่ยวกับสินค้าและบริการ โดยเครือข่ายสังคมออนไลน์รวมถึงสื่อต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก ทวิตเตอร์ ไลน์ไอดีและกูเกิลพลัส เป็นต้น

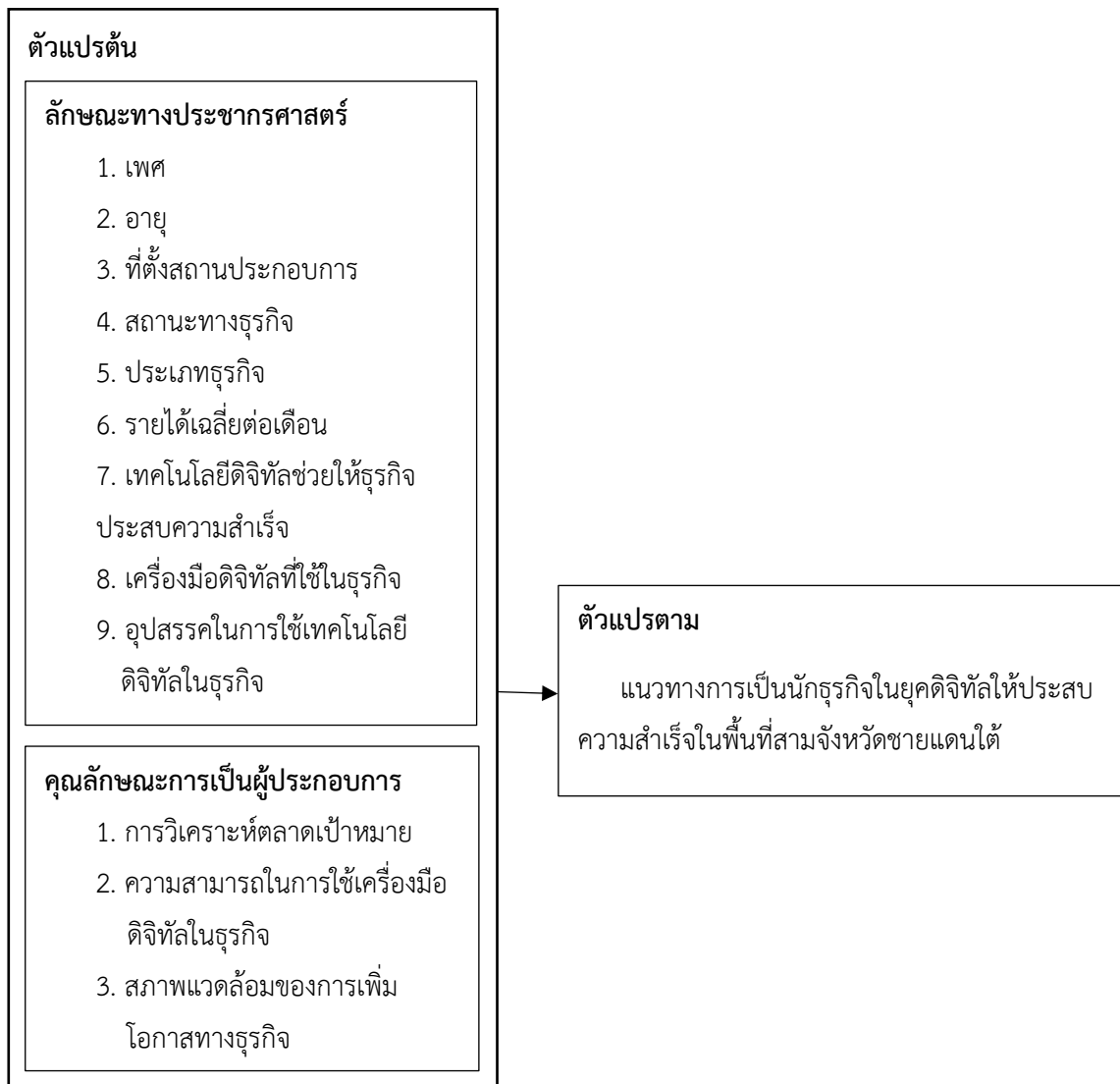
4. การส่งข้อความ เป็นวิธีการส่งข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าและบริการจากอุปกรณ์มือถือและ สมาร์ทโฟน โดยการใช้อุปกรณ์โทรศัพท์ทำให้บริษัทสามารถส่งข้อมูลในรูปแบบข้อความ (sms) รูปภาพ วิดีโอ หรือ เสียง (mms) การทำการตลาดผ่านมือถือ (short message service : sms) ได้รับความนิยมในช่วงต้นศตวรรษที่ 2000 ในยุโรปและบางส่วนของเอเชีย การส่งข้อความสามารถยืนยันการสั่งซื้อ การแจ้งเตือนการจัดส่งโดยใช้ข้อความเป็นหลักสำหรับการทำแคมเปญจะได้ผลลัพธ์ที่รวดเร็วและเป็นรูปธรรมมากขึ้นภายใต้เทคนิคที่บริษัทต่าง ๆ สามารถส่งข้อความทางการตลาดถึงลูกค้าได้แบบทันเวลา และมั่นใจได้ว่าข้อความนั้นจะถูกมองเห็น

5. การสร้างการตลาดพันธมิตร การตลาดแบบพันธมิตร คือ การตลาดแบบอิงตามผลการดำเนินงานในตลาดประเภทนี้บริษัทจะให้รางวัลแก่บริษัทในเครือสำหรับผู้เยี่ยมชมหรือลูกค้าแต่ละรายที่สามารถสร้างยอดขายหรือผลกำไรให้กับบริษัท

6. การทำเว็บไซต์ให้มีประสิทธิภาพและรองรับการค้นหาในหน้าแรก เป็นกระบวนการที่ส่งผลต่อการมองเห็นเว็บไซต์ หรือหน้าเว็บในการค้นหาลำดับต้นๆ หรือเป็นวิธีการปรับแต่งเว็บไซต์ซึ่งรวมถึงการปรับปรุงเนื้อหาที่เหมาะสมและการเพิ่ม ซึ่งเป็นลิงค์ ที่มีคุณภาพมายังเว็บไซต์เพื่อโปรโมทเว็บไซต์ให้ติดอยู่ในลำดับต้น ๆ

7. การลงโฆษณาบนหน้าผลการค้นหา การบริการโฆษณาออนไลน์ที่ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างแม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูงซึ่งการโฆษณาจะไปปรากฏอยู่ในหน้าแสดงผล การค้นหาของระบบค้นหา เมื่อผู้ใช้งานอินเทอร์เน็ตทำการคลิกที่โฆษณาเพื่อเข้าชมเว็บไซต์

กรอบแนวคิดวิจัย



วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่าง คือ นักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จ จำนวน 60 คน ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ ด้วยการแบ่งเป็น ยะลา 20 คน ปัตตานี 20 คน และ นราธิวาส 20 คน โดยมีการนำแบบสอบถามไปให้กรอกข้อมูล

ตัวแปรที่ใช้ในการวิจัย

1. ตัวแปรอิสระ หรือตัวแปรต้น
 - 1.1 ลักษณะทางประชากรศาสตร์
 - 1.1.1 เพศ
 - 1.1.2 อายุ
 - 1.1.3 ที่ตั้งสถานประกอบการ
 - 1.1.4 สถานะทางธุรกิจ

- 1.1.5 ประเภทธุรกิจ
- 1.1.6 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน
- 1.1.7 เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ
- 1.1.8 เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้ในธุรกิจ
- 1.1.9 อุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ

1.2 คุณลักษณะการเป็นผู้ประกอบการ

- 1.2.1 การวิเคราะห์ตลาดเป้าหมาย
- 1.2.2 ความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ
- 1.2.3 สภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

2. ตัวแปรตาม

ตัวแปรตามในการวิจัยครั้งนี้ คือ แนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

ประชากร กลุ่มตัวอย่างและเลือกตัวอย่าง

ประชากร ในการวิจัยคณะผู้วิจัยกำหนดประชากรเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มนักธุรกิจในยุคดิจิทัลที่ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ โดยแบ่งเป็น ยะลา จำนวน 20 คน ปัตตานี 20 คน และนราธิวาส จำนวน 20 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คณะผู้วิจัยเลือกใช้แบบสอบถาม 3 ส่วน เพื่อนำมาเก็บสถิติ โดยจะแบ่งคำถามดังนี้

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม
2. การประเมินความจำเป็นต่อการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้

3. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

การพัฒนาเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง
2. พัฒนาแบบสอบถาม ประกอบด้วย
 - ตอนที่ 1 ด้านความเข้าใจตลาดพื้นที่ จำนวน 5 ข้อ
 - ตอนที่ 2 ด้านความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ 6 ข้อ
 - ตอนที่ 3 ด้านสภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ 6 ข้อ
3. นำแบบสอบถามให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเบื้องต้น
4. นำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่านประเมิน เพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องหรือ IOC 0.66

การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) เป็นข้อมูลที่ได้เก็บรวบรวมแบบสอบถาม เรื่องศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ โดยผู้วิจัยได้ทำการเก็บข้อมูลด้วยการลงพื้นที่จริงในและนำแบบสอบถามเป็นกระดาษให้ผู้ประกอบการกรอกข้อมูล

2. ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) เป็นข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลเอกสารทางวิชาการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เอกสารจากผู้วิจัยท่านอื่นที่ได้ศึกษาไว้ก่อนแล้ว ซึ่งข้อมูลที่ได้จากการค้นคว้าแหล่งที่มาข้อมูลมีความน่าเชื่อถือ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้ในการสนับสนุนงานวิจัย

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัย ดังนี้

1) การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

2) การวิเคราะห์ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ สถิติที่ใช้ คือ ความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage)

3) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ สถิติที่ใช้ คือ ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 จำนวน และร้อยละของข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

	ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
เพศ	1) ชาย	23	38.3
	2) หญิง	37	61.7
อายุ	1) ต่ำกว่า 20 ปี	7	11.7
	2) 21 - 30 ปี	15	25.0
	3) 31 - 40 ปี	21	35.0
	4) มากกว่า 40 ปี	17	28.3
ที่ตั้งสถานประกอบการ	1) ยะลา	20	33.3
	2) ปัตตานี	20	33.3
	3) นราธิวาส	20	33.3
สถานะทางธุรกิจ	1) เป็นผู้ริเริ่มธุรกิจเอง	20	33.3
	2) ทายาทสืบทอดธุรกิจ	40	66.7

	ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	จำนวน	ร้อยละ
ประเภทของธุรกิจ	1) ธุรกิจผลิต	16	26.7
	2) ธุรกิจบริการ	21	35.0
	3) ธุรกิจซื้อมาขายไป	23	38.3
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	1) ต่ำกว่า 20,000 บาท	7	11.7
	2) 20,000 - 50,000 บาท	22	36.7
	3) 50,001 - 80,000 บาท	24	40.0
	4) 80,000 บาท ขึ้นไป	7	11.7
เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ	1) มาก	30	50.0
	2) ปานกลาง	26	43.3
	3) น้อย	4	6.7
เครื่องมือดิจิทัลที่ใช้ในธุรกิจ	1) เว็บไซต์	21	35.0
	2) โซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook, Instagram, Line, TikTok)	49	81.7
	3) การตลาดออนไลน์ (เช่น Google Ads, SEO)	22	36.7
	4) ระบบบริหารจัดการลูกค้า (CRM)	13	21.7
	5) ระบบบัญชีออนไลน์	31	51.7
	6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0
อุปสรรคในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในธุรกิจ	1) ขาดความรู้และทักษะ	18	30.0
	2) ขาดงบประมาณ	17	28.3
	3) การเข้าถึงเทคโนโลยีไม่สะดวก	11	18.3
	4) ขาดการสนับสนุนจากหน่วยงาน	15	25.0
	5) ปัญหาด้านความปลอดภัย	39	65.0
	6) อื่น ๆ (โปรดระบุ)	0	0

จากตารางที่ 1 จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 37 คน ร้อยละ 61.7 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 35.0 ทายาทสืบทอดธุรกิจ จำนวน 40 คน ร้อยละ 66.7 ประเภทธุรกิจซื้อมาขายไป จำนวน 23 คน ร้อยละ 38.3 รายได้ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 24 คน ร้อยละ 40.0 เทคโนโลยีช่วยให้ประสบความสำเร็จมาก จำนวน 30 คน ร้อยละ 50.0 ด้านเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook, Instagram, Line, TikTok) จำนวน 49 คน ร้อยละ 81.7 อุปสรรคปัญหาด้านความปลอดภัย จำนวน 39 คน ร้อยละ 65.5 ขาดความรู้และทักษะ จำนวน 18 คน ร้อยละ 30.0 และขาดงบประมาณ จำนวน 17 คน ร้อยละ 28.3

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความเข้าใจตลาดในพื้นที่

ด้านความเข้าใจตลาดพื้นที่	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
		มาตรฐาน	ความสำคัญ
1. ได้มีการวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมายตลาดดิจิทัล	4.35	0.73	มาก
2. การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค	4.33	0.70	มาก
3. สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคในตลาดดิจิทัล	4.05	0.76	มาก
4. ได้มีการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดดิจิทัล	4.06	0.77	มาก
5. ได้มีการขยายธุรกิจหรือเจาะตลาดใหม่ ๆ	3.96	0.82	มาก
รวม	4.15	0.51	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ด้านความเข้าใจตลาดพื้นที่ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 โดยได้มีการวิเคราะห์ตลาดและกลุ่มเป้าหมายตลาดดิจิทัล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.35 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 การศึกษาความต้องการและพฤติกรรมผู้บริโภค อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.33 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.70 ได้มีการวิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาดดิจิทัล อยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.06 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.77 สามารถระบุโอกาสและอุปสรรคในตลาดดิจิทัล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.05 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.76 และท่านมีการขยายธุรกิจหรือเจาะตลาดใหม่ ๆ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.96 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.82

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ

ด้านความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
		มาตรฐาน	ความสำคัญ
1. มีการนำ Microsoft Excel มาใช้ในการทำบัญชี	4.43	0.72	มาก
2. สามารถนำ Canva มาใช้ในการโปรโมทหรือโฆษณา	4.35	0.75	มาก
3. สามารถใช้เครื่องมือบนแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มยอดขาย	4.20	0.79	มาก
4. มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาจากข้อมูล Google Think	3.46	0.92	ปานกลาง
5. สามารถวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือดิจิทัล Google Analytics	3.41	0.94	ปานกลาง
6. สามารถนำกลยุทธ์ CRM มาใช้ในธุรกิจ	4.11	0.84	มาก
รวม	3.99	0.49	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ด้านความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 โดยมีการนำ

Microsoft Excel มาใช้ในการทำบัญชี อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.43 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.72 สามารถนำ Canva มาใช้ในการโปรโมทหรือโฆษณา อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.45 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.75 สามารถใช้เครื่องมือบนแพลตฟอร์มเพื่อเพิ่มยอดขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.20 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.79 สามารถนำกลยุทธ์ CRM มาใช้ในธุรกิจ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84 มีการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด โดยพิจารณาจากข้อมูล Google Think อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.46 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.92 และสามารถวิเคราะห์ผลลัพธ์จากการใช้เครื่องมือดิจิทัล Google Analytics อยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.94

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ด้านสภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ

ด้านสภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบน	ระดับ
		มาตรฐาน	ความสำคัญ
1. มีการเลือกประเภทของสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมกับสถานประกอบการ	4.36	0.68	มาก
2. มีการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน และมุ่งเน้นแบ่งปันคุณค่าที่เกิดขึ้นระหว่างกับผู้ประกอบการดิจิทัล	4.30	0.67	มาก
3. ได้จัดหาสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิมเพื่อเพิ่มยอดขาย	4.11	0.84	มาก
2. มีการพัฒนากลยุทธ์ในการทำกิจการเพื่อสร้างรายได้	4.25	0.81	มาก
5. มีการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการขาย	4.41	0.74	มาก
6. มีการรักษาความคล่องตัวให้ธุรกิจมั่นคง	4.38	0.73	มาก
รวม	4.30	0.45	มาก

จากตารางที่ 4 พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่า ด้านสภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 โดย มีการสร้างพันธมิตรเพื่อเพิ่มช่องทางการขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.41 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.74 มีการรักษาความคล่องตัวให้ธุรกิจมั่นคง อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.38 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.73 มีการเลือกประเภทของสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมกับสถานประกอบการ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.36 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.68 มีการมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าร่วมกัน และมุ่งเน้นแบ่งปันคุณค่าที่เกิดขึ้นระหว่างกับผู้ประกอบการดิจิทัล อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ

0.67 มีการพัฒนากลยุทธ์ในการทำกิจการเพื่อสร้างรายได้ อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.25 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.81 และจัดหาสภาพแวดล้อมใหม่จากธุรกิจดั้งเดิมเพื่อเพิ่มยอดขาย อยู่ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.11 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.84

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ พบว่าจำนวนผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 60 คน ส่วนใหญ่เป็นผู้หญิง จำนวน 37 คน ร้อยละ 61.7 อายุ 31 - 40 ปี จำนวน 21 คน ร้อยละ 35.0 ทายาทสืบทอดธุรกิจ จำนวน 40 คน ร้อยละ 66.7 ประเภทธุรกิจซื้อขายไป จำนวน 23 คน ร้อยละ 38.3 รายได้ 50,001 - 80,000 บาท จำนวน 24 คน ร้อยละ 40.0 เทคโนโลยีช่วยให้ประสบความสำเร็จมาก จำนวน 30 คน ร้อยละ 50.0 ด้านเครื่องมือโซเชียลมีเดีย (เช่น Facebook, Instagram, Line, TikTok) จำนวน 49 คน ร้อยละ 81.7 อุปสรรคปัญหาด้านความปลอดภัย จำนวน 39 คน ร้อยละ 65.5 ขาดความรู้และทักษะ จำนวน 18 คน ร้อยละ 30.0 และขาดงบประมาณ จำนวน 17 คน ร้อยละ 28.3

จากการศึกษาระดับความคิดเห็นต่อแนวทางการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จในพื้นที่สามจังหวัดชายแดนใต้ พบว่าด้านสภาพแวดล้อมของการเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.30 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.45 ด้านความเข้าใจตลาดพื้นที่ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.51 และด้านความสามารถในการใช้เครื่องมือดิจิทัลในธุรกิจ มีความสำคัญในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.99 ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 0.49 ซึ่งการเป็นนักธุรกิจในยุคดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ นักธุรกิจต้องเข้าใจสภาพแวดล้อมที่จะเพิ่มโอกาสทางธุรกิจ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ (ญัฐรดา เจริญสุขและสุวิต ศรีใหม่, 2561) ที่ระบุไว้ว่า การทำธุรกิจผ่านสื่อสังคมออนไลน์ หรือผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ นักธุรกิจต้องสามารถจัดสรรความหลากหลายของสินค้าและบริการ ทั้งอุปโภคและบริโภคอิเล็กทรอนิกส์ และจัดโปรโมชั่นสินค้าต่างๆ ซึ่งจะช่วยลดต้นทุนในการนำเสนอสินค้าและโฆษณาได้ และ Kim, Freein and Rao (2009) ได้ระบุถึงกระบวนการเชื่อใจถือเป็นกุญแจแห่งความสำเร็จของการขายสินค้าออนไลน์ โดยผู้ขายสินค้าออนไลน์จำเป็นต้องสร้างสภาพแวดล้อมให้ผู้บริโภคมีความมั่นใจในธุรกรรมออนไลน์ที่เกิดขึ้นบนแพลตฟอร์มหรือเครื่องมือที่ใช้

ข้อเสนอแนะ

1. ควรศึกษาคูณลักษณะของนักธุรกิจของมุสลิมที่ประสบความสำเร็จในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้
2. ควรศึกษาแนวทางการเตรียมความพร้อมของนักธุรกิจที่ประสบความสำเร็จในสามจังหวัดชายแดนภาคใต้สู่การเป็นธุรกิจส่งออก

บรรณานุกรม

- จุฑาทพร รัตน์โชคกุล. (2561). เส้นทางสู่ความสำเร็จในการเป็นผู้ประกอบการดิจิทัลที่ขายสินค้าออนไลน์. วิทยานิพนธ์ มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- ณัฐรดา เจริญสุขสุวิต ศรีใหม่. (2561) ระบบควบคุมเชิงกลยุทธ์สำหรับธุรกิจครอบครัว. วารสารการจัดการ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์, 7(1), 118- 127.
- ปณิศา ลัญชานนท์. 2548. หลักการตลาด (Principle of Marketing). กรุงเทพฯ:เพชรจรัสแสงแห่งโลกธุรกิจ.
- ฝนทิพย์ ฆารไสว, 2554 . คุณลักษณะของผู้ประกอบการที่ประสบความสำเร็จของธุรกิจโรงแรม ในจังหวัดภาคเหนือตอนล่างของไทย. วารสารวิทยาการจัดการและสารสนเทศศาสตร์มหาวิทยาลัยนเรศวร. 7(1), 39-50. ตุลาคม 2554 - มีนาคม 2555.
- สิริกัญจน์ หัวใจน้ำ. 2563. การพัฒนาตัวชี้วัดการรู้ดิจิทัล สำหรับนักศึกษาระดับปริญญาตรี.(วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศิลปากร, นครปฐม.
- สุพาดา สิริกุตตา. (2556). ความสำเร็จของผู้ประกอบการ (Success of Entrepreneurs). กรณีศึกษาผู้ประกอบการอุตสาหกรรมภาคกลางตอนบน. วารสารเกษตรศาสตร์, 34(3), 428-439. กันยายน - ธันวาคม 2556
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (2563). ดิจิทัลอีโคโนมี. สืบค้น 28 มกราคม 2563,จาก <https://www.etda.or.th/digital-economy.html>
- อาคม ใจแก้ว . 2533. “การนำนโยบายไปปฏิบัติในพื้นที่จังหวัดชายแดนภาคใต้ : ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อความสำเร็จ”, วิทยานิพนธ์ คณะรัฐประศาสนศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
- Afrina, Y., Sadia, T., and Kaniz, (2015). Eftiveness of Digital Marketing in the Challenging Age: An Empirical Study. International Journal of Management Science and Business Administration, 1(5), 69-80.
- Gupta, S., Kim, & H. (2009). Value-driven Internet: the mental accounting theory perspective. Psychology & Marketing, 27, 13-35
- Kietsarapipop, A. (2015) Digital economy, new economic drive policy. Retrieved January 27, 2020,fromhttps://library2.parliament.go.th/ejournal/content_af/2558/mar2558-2.pdf (in Thai)
- Kim, S., & Park, H. (2013). Effects of various characteristics of social commerce (scommerce) on consumers' trust and trust performance. International Journal of Information Management, 33(2), 318-332.
- Michael Frese. (2000). Success and failure of microbusiness owners in Africa.A Psychological Approach.

นโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น

(Anti-Corruption Policies in the Police Force:

Case Studies of South Korea, Taiwan, Hong Kong, and Japan)

ยศพร นาคสุข

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : 6380512829@student.chula.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยฉบับนี้เป็นการศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น โดยได้นำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับโครงสร้างและสถาบัน เพื่อศึกษาพัฒนาการและบริบทของนโยบายหรือกลไกการต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจของแต่ละประเทศ และนำแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการทุจริตมาใช้ในการศึกษาซึ่งประกอบด้วย ทฤษฎีสามเหลี่ยมทุจริต (Fraud Triangle) และแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) มาประยุกต์ใช้ในการสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาผลกระทบของนโยบายต่อต้านการทุจริตในตำรวจในแต่ละประเทศและปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors) ของนโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจของแต่ละประเทศ

การศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ: กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ที่ดำเนินการผ่านวิธีวิจัยเอกสาร (Documentary Research) โดยรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และสถิติต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง การศึกษานี้มุ่งเน้นการสำรวจความสัมพันธ์เชิงอำนาจ บริบททางสังคม สถานการณ์ทางการเมือง และมาตรการต่อต้านการคอร์รัปชันในแต่ละประเทศในปัจจุบัน เพื่อวิเคราะห์และสรุปปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของนโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจในทั้งสี่ประเทศที่เป็นกรณีศึกษา

ผลการศึกษาทั้งสี่ประเทศที่นำมาเป็นกรณีศึกษา พบว่าทั้งสี่ประเทศมีแนวทางการป้องกันการทุจริตในวงการตำรวจที่คล้ายคลึงกัน ได้แก่ 1) การปรับโครงสร้างภายในของหน่วยงานตำรวจ เช่น มีความโปร่งใส สามารถตรวจสอบได้ มีการพัฒนาบุคลากรและคัดเลือกบุคลากรที่มีศักยภาพ มีการปรับโครงสร้างเงินเดือนให้สอดคล้องกับค่าครองชีพ มีการสร้างขวัญกำลังใจและการกำหนดบทลงโทษที่ชัดเจน 2) หน่วยงานที่รับผิดชอบการปราบปรามการทุจริตของตำรวจ ซึ่งมีรูปแบบและอำนาจที่แตกต่างกัน เช่น ประเทศใดที่ไม่มีหน่วยงานอิสระดูแลภารกิจนี้โดยเฉพาะจะใช้กลไกทางสังคมและการบังคับใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือควบคุมการพฤติกรรมของเจ้าหน้าที่ตำรวจ ส่วนประเทศที่มีองค์กรอิสระเพื่อปราบปรามการทุจริตจะมีการตั้งในด้านการสืบสวน การป้องกัน และการเผยแพร่ความรู้ 3) คุณภาพชีวิตและการตอบสนองความต้องการด้านการเงินเป็นปัจจัยพื้นฐานต่อการตัดสินใจระทำการทุจริตในตำรวจ ทำให้การปฏิรูปโครงสร้างเงินเดือนของตำรวจมีผลต่ออัตราการทุจริตที่ลดลง

คำสำคัญ : Policy, Anti-Corruption, Police, South Korea, Taiwan, Hong Kong, Japan

บทนำ

การทุจริตเป็นปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นจากความสัมพันธ์เชิงอำนาจ โดยเฉพาะเมื่อผู้มีอำนาจใช้อำนาจในทางที่ผิดเพื่อแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตนหรือให้แก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย การทุจริตในหน่วยงานของรัฐไม่เพียงก่อให้เกิดความเสียหายต่อองค์กรและบั่นทอนความเชื่อมั่นของประชาชน แต่ยังส่งผลกระทบต่อวงกว้างต่อประเทศในหลายมิติ เช่น การลดลงของความเชื่อมั่นระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในด้านการลงทุนจากต่างชาติที่ต้องเผชิญต้นทุนที่เพิ่มขึ้นจากการจ่ายสินบน ส่งผลให้ภาพลักษณ์ของประเทศในเวทีโลกเสื่อมเสีย รวมถึงดัชนีความโปร่งใสนานาชาติ (Corruption Perceptions Index, CPI) อยู่ในอันดับต่ำ ซึ่งสะท้อนถึงความล้มเหลวในการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจในสายตาของประชาคมโลก

ยิ่งไปกว่านั้น หากการทุจริตเกิดขึ้นในวงการตำรวจ จะยิ่งบั่นทอนความน่าเชื่อถือของประเทศอย่างร้ายแรง เนื่องจากตำรวจเป็นอาชีพที่มีหน้าที่สำคัญในการบังคับใช้กฎหมายและรักษาความสงบเรียบร้อยในสังคม หากผู้ที่มีบทบาทในการบังคับใช้กฎหมายกลับใช้อำนาจในทางที่ผิด ความยุติธรรมในสังคมย่อมถูกตั้งคำถาม และอาจส่งผลให้ประชาชนสูญเสียความไว้วางใจในระบบยุติธรรมโดยรวม หลายประเทศจึงมีนโยบายหรือกฎหมายที่มุ่งป้องกันการทุจริต เช่น การกำหนดให้ตำรวจแสดงบัญชีทรัพย์สินตั้งแต่เข้ารับตำแหน่งจนเกษียณอายุ, การห้ามบุคคลที่มีหรือเคยมีคดีในครอบครัวเข้ารับราชการตำรวจ, ข้อกำหนดเกี่ยวกับการรับของขวัญของข้าราชการ และกฎหมายปกป้องพยานที่ให้ข้อมูลการทุจริตของเจ้าหน้าที่ตำรวจ บางประเทศยังจัดตั้งหน่วยงานที่มีหน้าที่ปราบปรามการทุจริตโดยเฉพาะ เช่น Anti-Corruption & Civil Rights Commission (ACRC) ของเกาหลีใต้, Taiwan's Agency Against Corruption (AAC) และ Independent Commission Against Corruption (ICAC) ของฮ่องกง ขณะเดียวกันประเทศญี่ปุ่นไม่มีหน่วยงานเฉพาะเรื่องการปราบปรามการทุจริต แต่ใช้กลไกทางกระบวนการยุติธรรมที่มีอยู่แล้ว โดยการกระจายอำนาจให้กับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เช่น คดีทุจริตในระดับท้องถิ่น จะมอบหมายให้อัยการและตำรวจในพื้นที่ดำเนินการ แต่หากเป็นคดีระดับชาติจะมีการมอบหมายให้อัยการพิเศษที่มีความเชี่ยวชาญในคดีทุจริตเข้ามาดำเนินการโดยตรง

เกาหลีใต้, ไต้หวัน, ฮ่องกง และญี่ปุ่น เป็นประเทศในภูมิภาคเอเชียที่มีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านการเมือง เศรษฐกิจ และสังคม จนสามารถก้าวหน้าทัดเทียมกับประเทศที่พัฒนาแล้วในฝั่งตะวันตก นอกจากนี้ ทั้งสี่ประเทศยังมีคะแนนใน Corruption Perceptions Index ที่อยู่ในอันดับต้น ๆ เมื่อเทียบกับ 180 ประเทศทั่วโลก แม้จะมีความคล้ายคลึงกันในด้านการพัฒนา แต่บริบททางสังคมของทั้งสี่ประเทศนั้นกลับแตกต่างกันในหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการปกครอง วัฒนธรรม หรือแม้กระทั่งวิธีการทำงานของหน่วยงานปราบปรามการทุจริต ดังนั้น ทั้งสี่ประเทศจึงถือเป็นตัวอย่างที่น่าสนใจในการศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริต โดยเฉพาะการทุจริตในวงการตำรวจ ซึ่งมักเกิดขึ้นได้ง่ายเนื่องจากตำรวจเป็นเจ้าหน้าที่รัฐที่มีหน้าที่บังคับใช้กฎหมาย

การศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริตในครั้งนี้จะใช้กรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้องกับสถาบันทางสังคม โดยเฉพาะสถาบันทางการเมือง เศรษฐกิจ และภาคประชาสังคม เพื่อทำความเข้าใจบริบททางสังคมและสถานการณ์การทุจริตในวงการตำรวจของแต่ละประเทศ นอกจากนี้ ยังจะใช้แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับ

พฤติกรรมการณ์ทุจริต เช่น ทฤษฎีสามเหลี่ยมทุจริต (Fraud Triangle) และแนวคิดการมีส่วนร่วมของประชาชน (Public Participation) เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความสำเร็จของนโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการค้าขายของเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น

บททวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องแบ่งการศึกษาออกเป็น 2 กลุ่ม ประกอบด้วย งานเขียนที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการค้าขาย และงานเขียนที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จ (Key Success Factors) ของนโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการค้าขาย

1. งานเขียนที่เกี่ยวข้องกับพัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการค้าขาย

พัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการค้าขายฮ่องกง

Ting Gong, Ian Scott และ Hanya Xiao (2023) ศึกษาการรับรู้ของสาธารณชนเกี่ยวกับประสิทธิภาพขององค์กรต่อต้านการทุจริต (ACAs) โดยใช้คณะกรรมการอิสระต่อต้านการคอร์รัปชัน (Independent Commission Against Corruption: ICAC) ของฮ่องกงซึ่งเป็นองค์กรต่อต้านการทุจริตที่ประสบความสำเร็จระดับโลกเป็นกรณีศึกษา ในปี 1960 - 1970 การทุจริตที่แพร่หลายในวงการค้าขายฮ่องกง เช่น การรับสินบนและการใช้อำนาจในทางที่ผิด ทำให้ประชาชนขาดความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมและการบังคับใช้กฎหมาย เหตุการณ์นี้นำไปสู่การก่อตั้ง ICAC โดยได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลอังกฤษในฐานะเจ้าอาณานิคม นอกจากนี้ ICAC ยังถูกออกแบบให้มีความเป็นอิสระจากรัฐบาลและหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายอื่นๆ เพื่อลดความขัดแย้งทางผลประโยชน์และป้องกันการแทรกแซงจากตำรวจเอง บทบาทสำคัญของ ICAC คือ การสอบสวนการทุจริตในวงการค้าขาย ซึ่งนำไปสู่การดำเนินคดีในหลายกรณีสำคัญ และมีส่วนช่วยลดปัญหาการทุจริตในหน่วยงานดังกล่าวได้อย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม แม้ ICAC จะประสบความสำเร็จในการสร้างความโปร่งใสและลดการทุจริตในระดับสูง แต่ยังคงมีความกังวลเกี่ยวกับการใช้อำนาจในทางที่ผิดของเจ้าหน้าที่ตำรวจในสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนทางการเมือง เช่น การประท้วงเรียกร้องประชาธิปไตยในฮ่องกงเมื่อปี 2019

พัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการค้าขายเกาหลีใต้

Jin-Wook Choi และ Jina Bak (2020) ศึกษารากเหง้าของการทุจริตในตำรวจเกาหลีใต้ หลังจากได้รับเอกราชจากญี่ปุ่นในปี 1945 เกาหลีใต้ปกครองด้วยระบอบเผด็จการทหารทำให้ตำรวจต้องปฏิบัติหน้าที่รับใช้รัฐบาลทหารด้วยเช่นกัน ส่งผลให้ภาคประชาชนทั่วไปมองว่าตำรวจถูกมองว่าขาดความเป็นอิสระและมักทำหน้าที่เพื่อรักษาความมั่นคงของระบอบเผด็จการและผู้มีอำนาจมากกว่าผลประโยชน์ของประชาชน ขณะเดียวกันตำรวจระดับสูงและระดับปฏิบัติการมีส่วนเกี่ยวข้องกับการทุจริตโดยเฉพาะอย่างยิ่งการรับสินบนหรือการใช้อำนาจโดยมิชอบ ซึ่งเหตุการณ์เหล่านี้มักถูกเปิดเผยในสื่อและส่งผลกระทบต่อประชาชนมีภาพลักษณ์เชิงลบต่อองค์กรตำรวจ ทำให้ประชาชนไม่เชื่อมั่นในความเป็นกลางและความสามารถในการปกป้องสิทธิของประชาชน

ของตำรวจ เกาหลีได้พยายามออกแบบมาตรการต่าง ๆ เพื่อลดระดับการทุจริตของตำรวจ เช่น การจัดตั้งหน่วยงานตรวจสอบและควบคุมพฤติกรรมของตำรวจ, การจัดการฝึกอบรมและให้การศึกษา, การส่งเสริมให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของตำรวจ และมีช่องทางในการรายงานข้อร้องเรียนเกี่ยวกับพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมของตำรวจ และการปรับปรุงระบบลงโทษสำหรับเจ้าหน้าที่ตำรวจที่กระทำผิด แต่มาตรการเหล่านี้ไม่เพียงพอที่จะลดระดับการทุจริตได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากบรรทัดฐานทางวัฒนธรรมเดิมของเกาหลีใต้ หรือ Code of silence ที่ถูกปลูกฝังในสังคมรวมไปถึงวัฒนธรรมตำรวจ โดย Code of silence มีความสำคัญกับการเป็นน้ำหนึ่งใจเดียวกันเหนือกว่าหลักความโปร่งใสและความรับผิดชอบ ซึ่งสะท้อนว่าหากมีเพื่อนร่วมงานกระทำผิดก็พร้อมที่จะมองข้ามความผิดนั้น โดยวัฒนธรรมนี้ได้ก่อให้เกิดความไม่โปร่งใสและบรรทัดฐานในการรายงานการทุจริตและการประพฤตินิยมชอบต่าง ๆ ของคนในองค์กรเดียวกัน ทำให้แม้เกาหลีใต้ได้เปลี่ยนแปลงการปกครองเข้าสู่ระบอบประชาธิปไตย การทุจริตในวงการตำรวจก็ยังคงอยู่

พัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการตำรวจไต้หวัน

Terry E. Gingerich, Doris C. Chu และ Charles K. M. Chang (2011) ได้ศึกษาบริบทของวงการตำรวจไต้หวันตั้งแต่ปี 1945 -1987 โดยหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ญี่ปุ่นพ่ายแพ้และต้องคืนไต้หวันให้กับรัฐบาลจีนตามปฏิญญาไคโร (Cairo Declaration) ทำให้ไต้หวันอยู่ภายใต้การปกครองของรัฐบาลเจียงไคเช็ค (อยู่ภายใต้การปกครองโดยจีนแผ่นดินใหญ่) ทำให้การบริหารประเทศในช่วงแรก รัฐบาลและเจ้าหน้าที่รัฐขาดความเข้าใจบริบทของท้องถิ่นและเกิดการทุจริต ขณะเดียวกันมีการใช้อำนาจของเจ้าหน้าที่รัฐโดยมิชอบ เช่น การใช้กำลังกับประชาชน, การจับกุมกลุ่มนักวิชาการและนักศึกษาที่ต่อต้านรัฐบาลจีน โดยตำรวจไต้หวันรับมอบหมายหน้าที่ให้เข้าปราบปรามประชาชนที่รวมตัวกันประท้วงจนเกิดการสังหารหมู่ 28 กุมภาพันธ์ ในปี 1947 ซึ่งตอกย้ำภาพลักษณ์ของตำรวจว่าเป็นเครื่องมือของพรรคก๊กมินตั๋ง ต่อมาในปี 1987 ไต้หวันได้ยกเลิกกฏอัยการศึกเปลี่ยนแปลงการปกครองจากระบบเผด็จการมาเป็นประชาธิปไตย เกิดการปฏิรูปการเมือง สังคม เศรษฐกิจ ต่อมาในปี 1972 เป็นต้นมาได้เกิดการปฏิรูปตำรวจหลายประการ ได้แก่

- การปรับโครงสร้างองค์กร : โดยใช้รูปแบบผสมผสานระหว่างรวมศูนย์อำนาจของตำรวจระดับชาติและกระจายอำนาจระดับท้องถิ่น ซึ่งการทำงานในด้านกำหนดนโยบาย การบังคับใช้กฎหมายและมาตรฐานในการปฏิบัติงานของตำรวจทั้งประเทศจะใช้หลักการรวมศูนย์อยู่ที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (The National Police Agency : NPA) ส่วนการทำงานในด้านปัญหาอาชญากรรมในท้องถิ่นจะใช้หลักการกระจายอำนาจโดยให้อำนาจตำรวจท้องถิ่นในการตัดสินใจการบังคับใช้กฎหมายให้เหมาะสมกับบริบทในแต่ละท้องถิ่น
- การตรวจสอบและควบคุมการทำงานของตำรวจ : หน่วยงานรัฐบาลกลางทำหน้าที่ออกแบบแนวทางปฏิบัติงาน อีกทั้งยังมีองค์กรภาคประชาชนไม่แสวงหาผลกำไรที่ทำหน้าที่ในการตรวจสอบและเผยแพร่ข้อมูลเกี่ยวกับการทุจริต
- กระบวนการทำงาน : เน้นการบังคับใช้กฎหมายที่เป็นธรรมและเคารพเสรีภาพของประชาชน, สร้างภาพลักษณ์ตำรวจเพื่อชุมชน (Community Policing) และเผยแพร่แผนงาน-ผลการดำเนินงานแก่สาธารณชน

- การพัฒนาบุคลากร : สนับสนุนทุนการศึกษามหาวิทยาลัยหรือหลักสูตรอบรมในต่างประเทศให้แก่ ตำรวจยุคใหม่, สนับสนุนการแลกเปลี่ยนความรู้ด้านเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมของตำรวจระดับนานาชาติ

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างตำรวจใต้หวั่นนับเป็นการยกระดับวงการตำรวจใต้หวั่นจากเดิมที่เน้นการใช้อำนาจรัฐมากกว่าการบริการประชาชน ให้กลายเป็นระบบตำรวจแบบสหรัฐอเมริกาที่โปร่งใสสามารถตรวจสอบได้ เน้นการบริการประชาชนเป็นหลัก

จากการปรับโครงสร้างองค์กรของตำรวจใต้หวั่นเป็นแบบผสมผสานระหว่างรวมศูนย์อำนาจและกระจายอำนาจ ทำให้โครงสร้างตำรวจของใต้หวั่นมีความคล้ายคลึงกันกับโครงสร้างตำรวจของไทย แต่ทว่าทั้งสองประเทศมีปัจจัยแวดล้อมแตกต่างกันที่เป็นตัวสะท้อนว่าโครงสร้างแบบผสมผสานของตำรวจใต้หวั่นมีประสิทธิภาพในการป้องกันการทุจริตมากกว่าไทย เช่น แม้ไทยจะมีรูปแบบผสมผสานระหว่างรวมศูนย์อำนาจและกระจายอำนาจแต่ตำรวจไทยไม่มีหน่วยงานภายนอกเข้ามามีส่วนร่วมในการตรวจสอบ ทำให้เกิดช่องโหว่ในการควบคุมและการตรวจสอบ (ชัยยุทธ ถาวรานุรักษ์, 2565, น.3) แตกต่างจากในใต้หวั่นมีองค์กรภาคประชาชนตรวจสอบการทำงานของตำรวจ

พัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการตำรวจญี่ปุ่น

Eiji Oyamada (2018) ศึกษาปัญหาการทุจริตในวงการตำรวจญี่ปุ่นและความท้าทายในการแก้ปัญหา โดยผู้เขียนได้เกริ่นนำถึงพัฒนาการของระบบตำรวจในญี่ปุ่น สถาบันตำรวจเป็นองค์กรลักษณะรวมศูนย์อำนาจไว้ที่ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (National Police Agency : NPA) ซึ่งขึ้นตรงกับคณะกรรมการความปลอดภัยสาธารณะแห่งชาติ (National Public Safety Commission - NPSC) การที่องค์กรมีลักษณะรวมอำนาจทำให้ปราศจากการตรวจสอบจากหน่วยงานอิสระภายนอกก่อให้เกิดปัญหาการทุจริตตามมา เช่น การใช้งบประมาณลับ การโยกย้ายตำรวจที่ใกล้เกษียณอายุงานไปดำรงตำแหน่งผู้บริหารระดับสูงในภาคเอกชน และการรั่วไหลของข้อมูลสอบสวน เป็นต้น ขณะเดียวกันคนญี่ปุ่นมีวัฒนธรรมความจงรักภักดีต่อผู้บังคับบัญชาสูงเป็นการเปิดช่องให้เกิดการปิดบังข้อมูลการทุจริตของผู้บังคับบัญชาได้ ต่อมาในช่วงปี 2000 เกิดการปฏิรูปสถาบันตำรวจด้วย Outline of Police Reform ประกอบไปด้วย 4 แนวทาง ได้แก่

- เน้นการปฏิบัติงานที่สามารถตรวจสอบได้ : เปิดเผยข้อมูลบทลงโทษเจ้าหน้าที่ตำรวจ
- เน้นประชาชนเป็นศูนย์กลาง : รับเรื่องร้องเรียนจากประชาชน
- พัฒนาองค์กรให้ทันสมัย : พัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมรองรับอาชญากรรมรูปแบบใหม่ทางไซเบอร์
- พัฒนาบุคลากร : สนับสนุนการเรียนรู้ทั้งด้านทักษะการทำงานและจริยธรรมในการทำงาน

นอกจากนี้ยังมีนโยบายอื่น ๆ สำหรับการปราบปรามการทุจริต เช่น ยกเลิกนโยบายส่งเสริมให้ลาออก (Encouraged Resignation) เพื่อป้องกันไม่ให้ตำรวจที่มีความผิดลาออกโดยไม่ได้รับการลงโทษ, จัดการอบรมเรื่องงบประมาณให้กับตำรวจทุกตำแหน่งเพื่อป้องกันการใช้งบประมาณโดยมิชอบ และยังมีนโยบายปกป้องผู้รายงานการกระทำความผิด ฯลฯ อย่างไรก็ตามแม้จะมีการปฏิรูปตำรวจเพื่อป้องกันการทุจริตแล้วแต่สถาบันตำรวจญี่ปุ่นยังคงมีลักษณะรวมอำนาจจึงขาดการตรวจสอบจากองค์กรอิสระภายนอกและภาคประชาสังคม

2. งานเขียนที่ศึกษาปัจจัยความสำเร็จของนโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ

สุรียานันท์ พลสิม (2560) ศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งเสริมความสำเร็จขององค์กรต่อต้านการทุจริตในฮ่องกงและเกาหลีใต้ โดยในฮ่องกงมีคณะกรรมการอิสระต่อต้านการคอร์รัปชัน (Independent Commission Against Corruption: ICAC) เป็นหน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงต่อสำนักงานผู้บริหารสูงสุดแห่งเขตการปกครองพิเศษฮ่องกง (The Chief Executive of the Hong Kong Special Administrative Region) โดยคณะกรรมการอิสระฯ ทำหน้าที่โดยอาศัยอำนาจผ่านกฎหมาย 3 ฉบับ กฎหมายคณะกรรมการอิสระต่อต้านการทุจริต, กฎหมายการป้องกันทุจริตและการกระทำมิชอบในการเลือกตั้ง และกฎหมายป้องกันการให้สินบน อีกทั้งคณะกรรมการอิสระฯ โครงสร้างการทำงาน 3 แผนก ตาม 3 ยุทธศาสตร์ ได้แก่

- แผนกปฏิบัติการ (ยุทธศาสตร์การบังคับใช้กฎหมาย) : ทำหน้าที่สอบสวนและจับกุมผู้กระทำผิด
- แผนกป้องกันการทุจริต (ยุทธศาสตร์การป้องกันการทุจริต) : ทำหน้าที่ดูแลนโยบายและดำเนินการปรับปรุงกฎหมายหรือปรับปรุงกระบวนการต่าง ๆ ที่จะลดโอกาสการเกิดการทุจริต
- แผนกชุมชนสัมพันธ์ (ยุทธศาสตร์ด้านการให้การศึกษา) : ทำหน้าที่ให้ความรู้และปลูกฝังค่านิยมการต่อต้านการทุจริต ได้แก่ การสร้างเครือข่ายปฏิบัติงานระดับท้องถิ่น และเผยแพร่องค์ความรู้การต่อต้านการทุจริตในรูปแบบต่าง ๆ เช่น จัดทำสื่อการเรียนการสอน รายการโทรทัศน์-การ์ตูน จัดทำค่ายกิจกรรมอบรมเยาวชน และเว็บไซต์ iTeen

นอกจากนี้ สุรียานันท์ พลสิม (2560) ยังได้ศึกษาบทบาทของสำนักงานคณะกรรมการสิทธิพลเมืองและการป้องกันปัญหาการทุจริตคอร์รัปชัน (The Anti – Corruption and Civil Rights Commission: ACRC) ในประเทศเกาหลีใต้ ซึ่งเป็นหน่วยงานอิสระที่ขึ้นตรงกับสำนักนายกรัฐมนตรี โดยอาศัยอำนาจจากกฎหมายป้องกันปัญหาทุจริต การจัดตั้ง และการปฏิบัติงานของคณะกรรมการสิทธิพลเมืองและการป้องกันปัญหาทุจริต ทั้งนี้ สำนักงานคณะกรรมการสิทธิพลเมืองฯ มีคณะกรรมการบริหารที่มีวาระ 3 ปี แต่ไม่เกิน 2 วาระ โดยคณะกรรมการมีจำนวน 15 คน ประกอบไปด้วย 1)ประธานจำนวน 1 คนแต่งตั้งจากรัฐมนตรี 2)รองประธานจำนวน 3 คน แต่งตั้งจากรองรัฐมนตรี 3)กรรมการจำนวน 11 คนซึ่งแบ่งเป็น 4 กลุ่ม คือ กลุ่มนักการเมือง กลุ่มข้าราชการระดับสูง กลุ่มตุลาการ และกลุ่มผู้เชี่ยวชาญด้านการต่อต้านการทุจริต การนำกลุ่มคนทั้งสี่กลุ่มมาปฏิบัติหน้าที่จะทำให้บุคคลเหล่านี้มีอำนาจรวบรวมข้อมูลการทุจริตในแต่ละกลุ่มอาชีพมาใช้ในการแก้ปัญหาได้ ยิ่งไปกว่านั้นสำนักงานคณะกรรมการสิทธิพลเมืองฯ ได้แบ่งการทำงานออกเป็นส่วนกลางที่ประกอบไปด้วย 3 สำนัก ได้แก่ สำนักงานผู้ตรวจการแผ่นดิน, สำนักงานป้องกันปัญหาการต่อต้านการทุจริต และสำนักงานร้องทุกข์ทางการบริหาร พร้อมทั้งยังมีศูนย์รับเรื่องร้องทุกข์แห่งกรุงโซลและสถาบันฝึกอบรมเพื่อต่อต้านการทุจริตที่เป็นหน่วยงานในสังกัด ขณะเดียวกันสำนักงานคณะกรรมการสิทธิพลเมืองฯ มีการกระจายอำนาจ การปราบปรามการทุจริตไปยังส่วนท้องถิ่นโดยมีผู้ตรวจการระดับท้องถิ่นรับผิดชอบ

Ernie Ko (2018) ศึกษาปัญหาการทุจริตของตำรวจในไต้หวันพบว่าสาเหตุจากหลายปัจจัย ประการแรกคือปัจจัยเชิงระบบ เช่น การใช้อิทธิพลของนักการเมืองและข้าราชการ, ระบบการเลื่อนตำแหน่งผ่านอนุมัติจากผู้บริหารที่ได้รับเลือกตั้งของรัฐบาลท้องถิ่นตามหลักการกระจายอำนาจของกฎหมายการปกครองส่วนท้องถิ่น ปี 1999 ประการที่สองคือปัจจัยเชิงสถาบัน เช่น วัฒนธรรมตำรวจที่เคารพผู้อาวุโสและปกป้องผู้กระทำ

ความผิดที่เป็นกลุ่มของตน ประการสุดท้ายคือปัจจัยส่วนตัว เช่น แรงจูงใจทางการเงินที่มีการรับสินบน คล้ายคลึงกับหลายประเทศโดยการรับสินบนจากธุรกิจผิดกฎหมาย เช่น บ่อนการพนัน ธุรกิจค้าบริการทางเพศ และสถานบันเทิง ทั้งนี้มีความพยายามในการลดอัตราการทุจริตในตำรวจโดยการปรับปรุงกฎหมายให้เข้มงวด เช่น ลงโทษทางวินัยของผู้บังคับบัญชา (Vertical Collateral Punishment) หากผู้ใต้บังคับบัญชาในสังกัดของตนเองกระทำการทุจริตมากกว่า 3 คนขึ้นไป ผู้บังคับบัญชาจะต้องลาออกจากตำแหน่ง และสำหรับข้าราชการ และตำรวจที่รับสินบนให้จำคุก 7 ปีและปรับสูงสุดประมาณ 1.94 ล้านดอลลาร์สหรัฐฯ อย่างไรก็ตามได้ทวนพยายามสร้างกลไกการตรวจสอบการทุจริตภายใน โดยตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบเรื่องดังกล่าว 2 หน่วยงานซึ่งอยู่ในสังกัดของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ (National Police Agency - NPA) ได้แก่ หน่วยตรวจสอบ (Inspector Unit) เน้นตรวจสอบพฤติกรรมที่สื่อทุจริต และ หน่วยจริยธรรม (Ethics Unit) โดยให้ข้าราชการ พลเรือนทำหน้าที่อบรมและตรวจสอบมาตรฐานทางจริยธรรม หน่วยจริยธรรมทำหน้าที่ส่งข้อมูลเกี่ยวกับการทุจริตของตำรวจให้กับสำนักงานป้องกันและปราบปรามการทุจริต (Agency Against Corruption - AAC) ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ก่อตั้งขึ้นมาในปี 2011 เกิดขึ้นจากแรงกดดันของภาคประชาสังคม อย่างไรก็ตาม AAC เป็นองค์กรเกิดใหม่ทำให้มีทรัพยากรจำกัดทั้งในด้านงบประมาณ บุคลากร และยังขาดประสบการณ์ ขณะเดียวกันได้ทวนมีกระทรวงยุติธรรม (Ministry of Justice Investigation Bureau - MJIB) ที่ทำหน้าที่ด้านความมั่นคงและการต่อต้านการทุจริตแต่ด้วยภารกิจที่มีขอบเขตกว้างขวางทำให้รับผิดชอบเรื่องการปราบปรามการทุจริตได้ไม่เต็มศักยภาพ รวมถึง ACC และ MJIB ยังมีภารกิจซ้ำซ้อนกันส่งผลให้เกิดการแข่งขันและขาดการบูรณาการระหว่างหน่วยงาน จึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจัยของความสำเร็จในการต่อต้านการทุจริตของตำรวจได้ทวนเกิดมาจากการปฏิรูปกฎหมาย การบังคับใช้กฎหมายอย่างเข้มงวด และมีบทลงโทษที่รุนแรงมากกว่าการเมืององค์กรอิสระที่ทำหน้าที่ปราบปรามการทุจริต

สมชาย ธรรมสุทธิวัฒน์ และคณะ (2561) ศึกษาผลกระทบการเกิดการทุจริตในสังคมญี่ปุ่นที่เกิดจากสามเหลี่ยมความชั่วร้าย (Rotten Triangle) ที่มีตัวละครทั้งหมด 3 ฝ่ายที่มีความสัมพันธ์ซึ่งกันและกัน ได้แก่ นักการเมือง ข้าราชการ และนายทุน โดยข้าราชการที่เกษียณอายุงานแล้วมักจะเข้ารับตำแหน่งในภาคเอกชน ซึ่งอาจเป็นการประโยชน์ซึ่งกันและกันโดยเฉพาะเรื่องสัมปทานหรือการจัดซื้อจัดจ้าง ญี่ปุ่นพยายามจัดการปัญหาการทุจริต 2 ด้าน ประการแรกด้านวัฒนธรรม เดิมญี่ปุ่นมีต้นทุนทางประวัติศาสตร์ ศาสนาและวัฒนธรรมที่ค้ำประกันถึงประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ของพวกเขาเอง ทำให้การทุจริตเป็นความผิดร้ายแรงในสังคมด้วยเช่นกัน ประการที่สอง ด้านความเป็นประชาธิปไตย การตกเป็นประเทศอาณานิคมของสหรัฐอเมริกาอย่างยาวนานทำให้ญี่ปุ่นได้รับมรดกหลายอย่าง เช่น ความเป็นสังคมประชาธิปไตย รัฐธรรมนูญ และเสรีภาพของภาคประชาสังคม ผสมกับต้นทุนความเป็นชาตินิยมของญี่ปุ่นที่มีแต่เดิมทำให้ประชาชนตระหนักรู้ถึงความเป็นเจ้าของประเทศนำมาซึ่งการมีส่วนร่วมระหว่างประชาชนและภาคเอกชนในการสอดส่องพฤติกรรมทุจริตในทุกระดับจนเกิดเป็นหน่วยเฝ้าระวังการทุจริตจนกระทั่งสามารถจัดตั้งเป็นองค์กรเครือข่ายประชาสังคมญี่ปุ่น หรือ ผู้ตรวจการแผ่นดินภาคประชาชน (Japan civil ombudsmen Association - JCOA) รวมทั้งสื่อสารมวลชนมีเสรีภาพในการนำเสนอข่าวและตรวจสอบการทำงานของรัฐบาล พร้อมทั้งมีกฎหมายคุ้มครองผู้เปิดเผยข้อมูลการทุจริต (Whistleblower Protection Act) โดยคุ้มครองทั้งร่างกาย ทรัพย์สิน และสวัสดิภาพ

อื่น ๆ เพื่อไม่ให้เกิดอันตรายต่อผู้ที่ให้ นอกจากการตรวจสอบโดยภาคประชาชนที่เข้มข้นแล้วยังมีการปฏิรูป ตำรวจโดยเฉพาะการปรับปรุงโครงสร้างเงินเดือนตำรวจที่มากกว่าข้าราชการทั่วไปถึง 10% เพื่อให้ตำรวจมี คุณภาพชีวิตที่ดีและลดโอกาสที่จะรับสินบน อีกทั้งยังมีจัดการอบรมจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติให้กับตำรวจ ท้องที่ต่าง ๆ เพื่อให้ความรู้ด้านกฎหมายที่ทันสมัยและส่งเสริมค่านิยมการปฏิบัติงานด้วยความสุจริต ทั้งนี้ ประชาชนสามารถร้องเรียนพฤติกรรมที่มีขอบของตำรวจได้ผ่านคณะกรรมการความปลอดภัยสาธารณะซึ่งทาง คณะกรรมการฯ จะแจ้งความคืบหน้าของคำร้องเป็นเอกสารกลับมาให้ผู้ร้องทุกครั้ง จึงอาจกล่าวได้ว่าปัจจัย แห่งความสำเร็จของการต่อต้านการทุจริตในตำรวจของญี่ปุ่นไม่จำเป็นต้องอาศัยองค์การอิสระ แต่ญี่ปุ่นมีต้นทุน เดิมที่ส่งเสริมการต่อต้านการทุจริตคือ วัฒนธรรมความรักชาติและนำมาซึ่งความเป็น Active Citizen ซึ่งเป็น พื้นฐานสำคัญในการต่อยอดการพัฒนาประเทศในทุก ๆ ด้าน

จากการทบทวนวรรณกรรมนี้จึงสามารถสรุปแนวทางและนโยบายการต่อต้านการทุจริตของเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่นที่เป็นประโยชน์ต่อการนำไปปรับใช้ในการออกแบบนโยบายเพื่อต่อต้านการทุจริตดังต่อไปนี้

	หน่วยงานตรวจสอบ	จุดเด่น
เกาหลีใต้	สำนักงานคณะกรรมการสิทธิพลเมืองและ การป้องกันปัญหาการทุจริต (ACRC) หน่วยงานอิสระที่ ขึ้นตรงกับสำนัก นายกรัฐมนตรี	มีกรรมการมาจากกลุ่มนักการเมือง กลุ่ม- ข้าราชการระดับสูง กลุ่มตุลาการ และกลุ่ม- ผู้เชี่ยวชาญด้านการต่อต้านการทุจริต บุคคล เหล่านี้มีอำนาจรวบรวมข้อมูลการทุจริตในแต่ ละกลุ่มอาชีพมาใช้ในการแก้ปัญหาได้
ไต้หวัน	สำนักงานป้องกันและปราบปรามการ ทุจริต (AAC) หน่วยงานอิสระ และ กระทรวงยุติธรรม (MJIB)	AAC และ MJIB มีอำนาจทับซ้อนกันจึงไม่ได้มี ผลต่อความสำเร็จของการต่อต้านการทุจริตมาก นึก แต่การปฏิรูปกฎหมาย การบังคับใช้ กฎหมายและบทลงโทษที่รุนแรงก็เพียงพอต่อ การป้องกันการทุจริตในตำรวจแล้ว
ฮ่องกง	คณะกรรมการอิสระต่อต้านการคอร์รัปชัน (ICAC) เป็นหน่วยงานอิสระขึ้นตรงต่อ สำนักงานผู้บริหารสูงสุดฯ	ทำงานภายใต้ 3 ยุทธศาสตร์ 1. การบังคับใช้กฎหมาย 2. การป้องกันการทุจริต 3. การให้การศึกษา
ญี่ปุ่น	ไม่มีหน่วยงานเฉพาะในการต่อต้านการ ทุจริต แต่ใช้กระบวนการยุติธรรมที่มีอยู่	ป้องกันการทุจริตด้วย 2 กลไก 1. วัฒนธรรมและชาติ นิยม - ยึดถือ ประโยชน์ส่วนรวมเป็นหลัก 2. มรดกความเป็นประชาธิปไตย - ประชาชนมี ส่วนร่วมเกิด ผู้ตรวจการแผ่นดินภาคประชาชน ปรับโครงสร้างเงินเดือนตำรวจสูงขึ้ นมากกว่า ข้าราชการทั่วไปถึง 10%

กรอบแนวคิด

นโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น โดยศึกษาพัฒนาการและบริบทของการทุจริตในวงการตำรวจที่มีผลต่อการออกแบบนโยบายหรือกลไกในการต่อต้านการทุจริตของแต่ละประเทศโดยใช้ทฤษฎีสามเหลี่ยมทุจริต (Fraud Triangle) เพื่อทำความเข้าใจกระบวนการเกิดพฤติกรรมการทุจริต



แผนภาพที่ 1 โมเดลสามเหลี่ยมทุจริตในวงการตำรวจ

จากทฤษฎีสามเหลี่ยมทุจริต (Fraud Triangle) ของ Donald R. Cressey ได้อธิบายให้เข้าใจถึงองค์ประกอบ 3 ประการที่กระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมการทุจริต ได้แก่ แรงจูงใจ, เหตุผลเข้าข้างตนเอง และโอกาส ซึ่งในทุกสายอาชีพสามารถกระทำการทุจริตได้หากมีองค์ประกอบครบทั้งสามประการ ฉะนั้นหากทำความเข้าใจทฤษฎีสามเหลี่ยมทุจริตในบริบทของวงการตำรวจในแต่ละสังคมได้ก็จะสามารถออกแบบนโยบายหรือกลไกป้องกันการทุจริตจากตำรวจได้เช่นกัน

อย่างไรก็ตาม แนวความคิดการต่อต้านการทุจริตจะสามารถเป็นรูปธรรมได้ก็ต่อเมื่อภาคประชาสังคมเห็นถึงความสำคัญของอันตรายจากการทุจริตที่จะส่งผลเสียต่อการพัฒนาประเทศในภาพรวม และการที่ภาคประชาสังคมจะมีความเข้มแข็งได้นั้น สภาพการเมืองและสังคมต้องเอื้ออำนวยให้ประชาสังคมมีส่วนร่วมด้วยซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเกิดในกลุ่มที่เป็นประชาธิปไตยสมบูรณ์ (Full Democracies) และประชาธิปไตยแบบผสม (Hybrid Regime) ซึ่งวัดจากกระบวนการเลือกตั้งที่โปร่งใส, เสรีภาพทางความคิด, รัฐบาลมีศักยภาพ และวัฒนธรรมทางการเมืองซึ่งจะส่งเสริมให้ภาคประชาสังคมมีส่วนร่วม

	Regime type	2023 Democracy Index (187 Countries)	2024 Rule of law Index (142 Countries)	2024 Absence of Corruption (142 Countries)	2023 Corruption Perceptions Index (180 Countries)
Taiwan	Full democracy	10	95 (China)	54 (China)	28
Japan	Full democracy	16	14	16	16
South Korea	Full democracy	22	19	34	32
Hong Kong	Hybrid regime	88	23	10	14
Thailand	Flawed democracy	63	78	70	108

Source: Regime type and Democracy Index from Economist Intelligence; Rule of law Index and Absence of Corruption from World Justice Project; Corruption Perceptions Index from Transparency International

จากตารางสามารถกล่าวได้ว่าประเทศที่มีอัตราการเกิดการทุจริตน้อยมักจะเป็นกลุ่มประชาธิปไตยสมบูรณ์ และมีดัชนีประชาธิปไตย (Democracy Index) ลำดับต้น ๆ เช่น ไต้หวัน ญี่ปุ่น และเกาหลีใต้ ล้วนแล้วแต่เป็นประเทศที่ได้อาณานิคมของประเทศมหาอำนาจประชาธิปไตยทั้งสิ้น ซึ่งจะได้รับมรดกทางประชาธิปไตยจากเจ้าอาณานิคมไม่ใช่เพียงแค่เป็นประเทศที่ปกครองด้วยระบอบประชาธิปไตย แต่เป็นประเทศที่ประชาธิปไตยสมบูรณ์ เช่น โครงสร้างทางการเมือง-เศรษฐกิจ, ระบบกฎหมาย, เสรีภาพ และวัฒนธรรม เป็นต้น แม้แต่ฮ่องกงซึ่งเป็นเขตปกครองพิเศษของจีนปกครองด้วยสังคมนิยมคอมมิวนิสต์ แต่ความพิเศษของฮ่องกงคือตกอยู่ภายใต้การปกครองของอังกฤษเป็นระยะเวลา 150 ปี ตามสนธิสัญญานานกิง ซึ่งเกิดจากความพ่ายแพ้สงครามจีนครั้งที่ 1 ของจีนอังกฤษได้พัฒนาฮ่องกงในหลาย ๆ ด้านโดยเฉพาะการค้าเสรีและการพัฒนาระบบกฎหมายต่าง ๆ ก่อนจะส่งมอบฮ่องกงคืนให้จีนในปี 1997 เมื่อครบสัญญา แม้ปัจจุบันฮ่องกงอยู่ภายใต้การปกครองของจีนตามหลักการหนึ่งประเทศ สองระบบ (One Country, Two Systems) แต่อังกฤษได้ทิ้งร่องรอยความเป็นประชาธิปไตยไว้ที่ฮ่องกงหลายประการโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเกิดขึ้นของ ICAC องค์กรอิสระปราบปรามการทุจริต ซึ่งมีพื้นฐานเกิดมาจากความไม่พอใจของประชาชนที่มีต่อพฤติกรรมการทุจริตของเจ้าหน้าที่รัฐในขณะนั้น และอังกฤษในฐานะเจ้าอาณานิคมให้สนับสนุนในการออกแบบโครงสร้าง ICAC จนทำให้ ICAC ขึ้นชื่อได้ว่าเป็นหน่วยงานต้นแบบในการปราบปรามการทุจริต นอกจากนี้ ผลจากการอยู่ใต้การปกครองของอังกฤษมาอย่างยาวนานทำให้พลเมืองฮ่องกงได้ซึมซับความเป็นประชาธิปไตยรวมถึงการมีส่วนร่วมด้วยเหตุผลนี้จึงยังทำให้ฮ่องกงยังคงหลงเหลือความเป็นประชาธิปไตยแม้จะเป็นเพียงเขตการปกครองพิเศษหนึ่งของจีนก็ตาม

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮ่องกง และญี่ปุ่น เป็นวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) หรือ วิจัยเอกสาร (Documentary Research) ใดๆก็ตาม

การศึกษานี้ใช้รูปแบบการวิเคราะห์เชิงพรรณนา โดยอาศัยวิธีการเก็บข้อมูลจากบทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ และสถิติต่าง ๆ จากแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์

ผลการวิจัย

การศึกษาจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากบทความวิชาการและเอกสารต่าง ๆ พบว่าการทุจริตในวงการค้าขายมีหลากหลายรูปแบบทั้งการติดสินบน การแต่งตั้งตำแหน่งโดยได้รับการพิจารณาจากนักการเมือง และการเข้ารับตำแหน่งผู้บริหารในภาคเอกชนหลังเกษียณเพื่อเอื้อประโยชน์ให้พวกพ้อง เป็นต้น การเกิดการทุจริตในตำรวจมักเกิดขึ้นในตำรวจระดับปฏิบัติการที่อยู่ในภาคสนามของทั้งกลุ่มตัวอย่างสี่ประเทศในรูปแบบการติดสินบน ซึ่งแต่ละประเทศมักปัญหาดำรวจด้วยการปรับโครงสร้างเงินเดือนของตำรวจให้สูงขึ้น ไม่เพียงแต่ให้เพียงพอต่อการดำรงชีพ แต่ต้องมีรายได้มากเพียงพอที่จะไม่มีแรงจูงใจในการทุจริต สำหรับกรณีการทุจริตในตำรวจระดับสูงมักเป็นการทุจริตที่มีมูลค่าสูงหรือส่งผลกระทบต่อสถานะทางการเงินและสังคมเพื่อให้ตนเองได้มีโอกาสเป็นผู้บริการในภาคเอกชนต่อหลังเกษียณอายุเพื่อให้ได้ใช้ประโยชน์จากยศและความสัมพันธ์ส่วนตัวในการเอื้อประโยชน์ให้กลุ่มทุน ซึ่งหลายประเทศแก้ปัญหานี้โดยการตรวจสอบบัญชีทรัพย์สินของตำรวจตั้งแต่เข้ารับตำแหน่งเปรียบเทียบกับบตอนลาออกหรือเกษียณอายุงาน นอกจากนี้มีความพยายามของสำนักงานตำรวจแห่งชาติของแต่ละประเทศในการฝึกอบรมให้ความรู้ด้านกฎหมายและบทลงโทษของการทุจริตให้แก่บุคลากรของตน

อย่างไรก็ตามการปรับโครงสร้างและปรับปรุงกฎหมายอาจไม่เพียงพอที่จะควบคุมไม่ให้เกิดการทุจริตแต่ละประเทศจึงมักจะก่อตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบการปราบปรามการทุจริตโดยเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นองค์กรอิสระหรือหน่วยงานตรวจสอบภายในของตำรวจเองก็ตาม ซึ่งมีทั้งประสบความสำเร็จจนกระทั่งได้เป็นต้นแบบขององค์กรปราบปรามการทุจริตหนึ่งของโลกอย่างเช่น ICAC ของฮ่องกง แต่ในบางประเทศองค์กรอิสระก็ทำหน้าที่ซ้ำซ้อนกับหน่วยงานเดิมที่มีดูแลประเด็นการทุจริตอยู่แล้วอย่างได้หวั่นที่ AAC ขณะเดียวกันญี่ปุ่นก็เป็นประเทศที่ไม่ได้มีการจัดตั้งหน่วยงานที่รับผิดชอบเฉพาะด้านแต่ก็ประสบความสำเร็จในการปราบปรามการทุจริตได้โดยอาศัยความตื่นรู้ของประชาชนจนเกิดเป็นองค์กรเครือข่ายประชาสังคมญี่ปุ่นเป็นภาคประชาสังคมที่เข้มแข็งทำหน้าที่ตรวจการแผ่นดิน

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาผู้เขียนมีข้อเสนอแนะ คือ แม้ว่านโยบายการต่อต้านการทุจริตในวงการค้าขายของประเทศที่ยกมาเป็นกรณีศึกษามีความแตกต่างกัน แต่เบื้องหลังของความสำเร็จของนโยบายต่อต้านการทุจริตในเกาหลีใต้ ได้หวั่น ฮ่องกง และญี่ปุ่นมีจุดร่วมที่คล้ายกันคือ

1. การเสริมสร้างความเข้มแข็งของภาคประชาสังคม ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและติดตามการทำงานของตำรวจ โดยการจัดตั้งกลุ่มเฝ้าระวังที่สามารถรายงานพฤติกรรมที่ไม่เหมาะสมและสร้างความโปร่งใสในองค์กรตำรวจ
2. การสร้างความโปร่งใสในองค์กรตำรวจ ให้ประชาชนสามารถเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการทำงานของตำรวจได้อย่างง่ายดาย และสามารถแจ้งเบาะแสเกี่ยวกับการทุจริตได้อย่างปลอดภัย

3. การให้การศึกษาและเผยแพร่ข้อมูลการต่อต้านการทุจริต มีหน่วยงานอิสระ องค์กรไม่แสวงหากำไร หรือภาคประชาสังคมร่วมตัวการจัดทำกิจกรรมหรือสื่อเพื่อต่อต้านการทุจริต และสอดแทรกการปลูกฝังค่านิยมการต่อต้านการทุจริตไปในหลักสูตรการเรียนภาคบังคับ
4. การสนับสนุนจากรัฐบาล เพิ่มงบประมาณ, ทรัพยากร และบุคลากรให้กับหน่วยงานที่รับผิดชอบในการตรวจสอบและปราบปรามการทุจริต เพื่อให้สามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ
5. การวิจัยและพัฒนา เพื่อศึกษาผลกระทบของนโยบายต่อต้านการทุจริตในแต่ละประเทศ เพื่อให้สามารถนำไปปรับใช้ในบริบทที่แตกต่างกันได้

การศึกษานโยบายต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ กรณีศึกษาเกาหลีใต้ ไต้หวัน ฮองกง และญี่ปุ่น ทำให้ได้ข้อเสนอแนะว่าภาคประชาสังคมที่ต่อต้านความยุติธรรมจะเป็นเบื้องหลังสำคัญที่จะส่งเสริมให้เกิดกลไกการต่อต้านการทุจริตในวงการตำรวจ และสร้างระบบที่โปร่งใสในการทำงานของตำรวจ ซึ่งจะช่วยลดปัญหาการทุจริตและสร้างความเชื่อมั่นในกระบวนการยุติธรรมในสังคมได้อย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- Economist Intelligence. (2024). Democracy Index 2023 Age of conflict. (1th ed.). The Economist Intelligence Unit Limited.
- Eiji Oyamada. (2020). Combating police corruption in Japan new challenges ahead. *Asian Education and Development Studies*, 9(2), 145-156. <https://www.emerald.com/insight/2046-3162.ht>
- Eiji Oyamada. Yu-Chang Su. Chilik Yu (2015). Sibling rivalry among anti-corruption agencies in Taiwan Is redundancy doomed to fail?. *Asian Education and Development Studies*, 4(1), 101-124. www.emeraldinsight.com/2046-3162.htm
- Jin-Wook Choi, Jina Bak. (2020). The roots of police corruption and anti-corruption reform in South Korea. *Asian Education and Development Studies*, 9(2), 169-182. www.emeraldinsight.com/2046-3162.ht
- Ting Gong, Ian Scott. Hanya Xiao. (2023). Unpacking Public Perceptions of Effectiveness in Anti-Corruption Agencies The Case of Hong Kong. *Taylor & Francis*, 25(6), 566-577. <https://doi.org/10.1080/10999922.2022.2068902>
- Transparency International. (2023). Corruption Perceptions Index 2023. Transparency International. <https://www.transparency.org/en/cpi/2023>
- World Justice Project. (2024). WJR Rule of law Index 2024. World Justice Project. <https://worldjusticeproject.org/rule-of-law-index/>

- ปุกณกฤษ ลลิตธนมงคล. (19 สิงหาคม 2566). ICAC' สูดยอดหน่วยปราบปรามการทุจริตและคอร์รัปชัน ผู้ปิดกวาดเกาะฮ่องกง ลบภาพจำดินแดนแห่งการคดโกง. The States Times. <https://thestatestimes.com/post/2023081903>
- ชัยยุทธ ถาวรานุรักษ์. (2565). สภาพปัญหาและแนวทางการแก้ไขโครงสร้างการบริหารองค์กรตำรวจไทยในปัจจุบัน. วารสารกฎหมายสงขลานครินทร์. 4(2), 1-20. <https://so06.tcithaijo.org/index.php/SLJ/issue/view/17404/4803>
- สมชาย ธรรมสุทธิวัฒน์ และคณะ. (2561). โครงการ การพัฒนาความร่วมมือและยกระดับการป้องกัน การทุจริตในประเทศไทย: ศึกษาประสบการณ์ประเทศญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ (2561). สำนักงาน คณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) และสำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย (สกว.)
- สุรียานันท์ พลสิม. (2560). การศึกษาเปรียบเทียบองค์กรที่ปฏิบัติงานด้านการต่อต้านคอร์รัปชันในสิงคโปร์ ฮ่องกง และเกาหลีใต้: ข้อเสนอแนะต่อประเทศไทย. วารสารการเมืองการปกครอง. 9(1), 70-92. <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jopag/article/download/193879/135002/580497>

**Examining Factors Influencing Diem Cryptocurrency Adoption Among Bangkok's
Working-Age Population: Insights from Technology Acceptance and Education in Digital
Financial Innovation**

Donnapach Peantham¹ and Chutisant Kerdvibulvech^{2*}

¹National Institute of Development Administration, donnapach.pea@stu.nida.ac.th

²National Institute of Development Administration, chutisant.ker@nida.ac.th

*Corresponding author

Abstract

The aim of this research was to investigate the factors influencing cryptocurrency adoption, with a focus on Diem, among working-age individuals in Bangkok and their attitudes toward technology adoption. Grounded in the Technology Acceptance Model (TAM), this qualitative study utilized in-depth interviews and focus groups. Participants were divided into three main groups: cryptocurrency experts, relevant industry professionals, and working-age individuals residing in Bangkok, totaling 26 participants. The study found that both perceived usefulness and perceived ease of use significantly influence attitudes toward Diem currency trading applications. Diem's appeal is notably enhanced by its impact on social image, as well as the speed and convenience it offers for transactions. Its unique positioning as a stablecoin further piqued user interest. Media coverage has highlighted that brand loyalty and network influence play a negative role in Diem adoption, partially due to the U.S. government's announcement of a Bitcoin futures contract, which has heightened speculation concerns. Additionally, government policies play a crucial role in influencing users' decisions to adopt Diem, as well as their willingness to transition from traditional payment forms to Diem, where conversion costs remain acceptable. On the risk front, experts highlighted a major barrier to Diem's adoption: global governmental approval. Without international regulatory acceptance, Diem's integration into the financial industry could be limited, as concerns about potential impacts on financial structures persist. Participants noted the appeal of Diem's fee-free structure, which could differentiate it in the competitive landscape of digital currencies.

Keywords : Diem, Libra, Education, Stablecoin, Technology

Introduction

1. Background

The rise of cryptocurrencies was initially driven by the creators' vision to establish an independent financial system, free from centralized control or monopolization. The concept of a decentralized digital currency first emerged with Bitcoin, which appeared shortly after the 2007-2008 financial crisis, often referred to as the subprime or "hamburger" crisis in Thailand. This crisis, rooted in the U.S. real estate market, was exacerbated by policies encouraging extensive lending, often to borrowers with substandard credit. This led to a surge in bad debts, triggering the collapse of numerous financial institutions and major corporations [1] [2] [3]. The effects rippled through global stock markets as U.S. investors withdrew assets to stabilize domestic companies.

2. Literature Review

Collaborative commerce (C-commerce) represents a paradigm shift in digital business, emphasizing collaboration and shared value creation among businesses, customers, and partners within a networked ecosystem. Unlike traditional e-commerce, which primarily facilitates transactions between buyers and sellers, C-commerce leverages advanced digital technologies such as cloud computing, blockchain, and artificial intelligence to foster real-time collaboration, streamlined workflows, and integrated supply chains [14]. Research highlights that C-commerce enhances operational efficiency and decision-making by enabling seamless information sharing and collective problem-solving among stakeholders. For instance, collaborative platforms like Alibaba and Amazon have transformed supply chain management by connecting manufacturers, suppliers, and customers in real time, reducing bottlenecks and improving service delivery. Furthermore, C-commerce has been pivotal in driving innovation, particularly in industries where co-creation and consumer involvement are essential, such as fashion and technology [16]. However, challenges remain, including data security, interoperability, and the need for robust regulatory frameworks to ensure trust and equitable participation across global networks [17]. As digital ecosystems continue to evolve, C-commerce is poised to play a critical role in shaping the future of interconnected, value-driven commerce.

Historically, transactions were conducted in person using cash or traditional financial instruments like credit cards, debit cards, and checks. However, the expansion of the internet

has transformed commerce, enabling people to trade across borders through digital platforms. Today, with the widespread use of computers, smartphones, and online financial services, digital transactions are rapidly growing to meet consumer demand for seamless, cashless payments [4] [5]. However, traditional digital systems still require banking services or credit cards, creating limitations for those without access to such resources [6].

This need for more inclusive digital payment solutions inspired companies like Facebook to develop Diem—a cryptocurrency aimed at facilitating limitless, borderless transactions. Diem was designed to support online commerce with an easy-to-use, accessible digital currency, allowing users to connect and shop without barriers. According to a senior U.S. regulator, Diem is "the best designed stablecoin project the U.S. government has ever seen." Although federal regulators acknowledged the innovative network design, regulatory challenges prevented the project from moving forward. As a result, Diem Group decided to sell its assets, passing the vision on to Silverware, who is expected to carry forward the stablecoin's ideals of accessible, secure digital transactions [7]. The Diem Association and its affiliates are now in the process of winding down, yet Diem's design and foundational principles continue to influence developments in digital currency. Through the lens of information and education technology, Diem's journey underscores the role of digital financial literacy and innovative technology in expanding economic access and reshaping global commerce.

Methods

A. Qualitative Research Tools

In the study of technology adoption and decision-making processes surrounding the use of Diem among working-age individuals in Bangkok, qualitative research tools, including in-depth interviews and focus groups, were employed. Researchers used an open-ended interview guide designed based on theoretical frameworks relevant to technology adoption and digital currency use [8]. Permission was obtained to record audio and video during interviews, allowing for a rich qualitative data collection that will support in-depth analysis aligned with the research objectives.

B. Documentary Research

This study also incorporated documentary research, involving a review of various sources such as books, academic articles, digital documents, and relevant studies. In addition, resources from governmental agencies, including the Ministry of Agriculture and Agricultural Cooperatives,

and insights from cognitive processing systems like GPT-3 were used to guide the development of questionnaires and interview forms. The researcher utilized findings from these sources to structure comprehensive discussion guides [9] [10]. These materials were subsequently reviewed by experts to ensure they addressed all necessary aspects of the research objectives and refined accordingly to achieve completeness and accuracy.

C. Qualitative Data Analysis Program

For data analysis, the qualitative research software Atlas.ti was utilized to organize, code, and analyze the collected data. This software facilitated the systematic examination of interview and focus group data, enabling researchers to identify themes, patterns [11], and insights into technology adoption behaviors among the target demographic.

Results

Study Results on Factors Influencing the Adoption of Diem Currency

1. Social Influence on Diem Currency Adoption

Insights from interviews with Diem currency and technology experts reveal that perceived benefits and ease of use play pivotal roles in shaping attitudes toward using Diem applications. The usability of the application, combined with the potential for financial gain, fosters a positive user attitude. Users with a high perception of ease of use often find it less challenging to adopt the technology, as it requires minimal effort and learning. Among working-age individuals in Bangkok, influential figures, such as family or peers, also play a significant role in adoption decisions. Diem's perceived social prestige further strengthens its appeal, as users are encouraged by others in their networks who are already adopting this currency.

2. Convenience and Accessibility of Diem Currency

Experts highlight the importance of market acceptance, emphasizing that Diem's speed, transaction convenience, and capability for cross-border payments without the need for currency exchange are major factors driving adoption. The seamless functionality and broad usability encourage greater interest and utilization of Diem. Working-age individuals in Bangkok agree, noting that accessible trading platforms and easy access to information or support, if needed, make Diem currency more user-friendly, thus fostering its adoption within the local tech ecosystem.

3. Value and Stability of Diem Currency

Experts commend Diem's stablecoin structure, which is backed by assets like government bonds and bank deposits, providing low volatility and high liquidity. This asset-backed model differentiates Diem from other cryptocurrencies and provides a sense of security for users concerned about value fluctuations. Users from the working-age group in Bangkok perceive Diem as fairly priced, with reasonable exchange rates and fees comparable to other payment methods, adding to its appeal as a reliable financial tool.

4. Trust and Security of Diem Currency

Trust is a key factor impacting Diem's adoption. The currency is supported by Facebook's brand loyalty, which creates a familiarity and dependability among users. Diem's transactions operate on a decentralized blockchain network, ensuring robust security through its use of smart contracts and the high-security Move programming language. This framework reassures users that their transactions are protected and monitored for errors. Working-age respondents in Bangkok trust Diem's security measures, emphasizing that its high-security system safeguards against cyber threats and accidental or intentional data loss.

5. Network and Media Influence on Diem Currency

While experts recognize Diem's potential, they note that external factors—such as government announcements and market speculation—can impact user confidence. For example, when the U.S. government introduced futures contracts for Bitcoin, it triggered speculative behavior that affected Diem's perceived stability. However, experts suggest that accurate information from government sources could positively shape public perception. The increasing number of Diem operators has also created hesitation among potential users about selecting the most reliable provider. Media coverage influences Bangkok's working-age population as well, as news about Diem adoption rates and regulatory responses shapes user interest and confidence in the currency.

In summary, Diem's adoption is influenced by a complex interplay of social influence, usability, value stability, trust, and media impact. These findings underscore the importance of providing transparent information, strengthening usability features, and ensuring robust security to build user trust in digital currency, aligning with the broader goals of Information and Education Technology.

Study Results on Diem Currency Acceptance

1. Advantages of Diem Currency

Experts in digital currency and related fields highlight Diem's creation by Facebook as a versatile medium of exchange, endorsed by 27 major global companies. Diem's stability is ensured through asset backing, such as gold and other high-value resources, leading to lower volatility compared to traditional cryptocurrencies. With accessibility in the 5G era, Diem allows seamless mobile transactions without requiring a bank account, marking a significant shift from traditional cash payments. This efficient payment method enables rapid money circulation and cross-border transactions at reduced fees—up to 6% savings on current transaction costs. For working-age individuals in Bangkok, Diem offers the convenience of digital transfers, similar to sending messages or stickers, reducing time and fees for international transfers and eliminating the need for currency exchange. This aligns well with the evolving needs of a digitally connected, cashless society, driving traditional banks to innovate to stay competitive.

2. Risks Associated with Diem Currency

Experts acknowledge a major regulatory hurdle: Diem must gain global government approval to fulfill its aim as a universal currency. If unaccepted by certain nations, Diem may struggle to achieve global integration. Furthermore, Diem's rise represents a potential disruption to traditional banking services, challenging banks' roles as primary financial providers. In Thailand, for example, there is no clear governmental stance on whether Diem will be officially supported. With an absence of cryptocurrency-specific laws, the currency may experience volatility similar to stock markets, especially due to speculative investments. Experts view Diem as part of the "new world" of digital finance, necessitating adaptations from traditional financial institutions to safeguard privacy, sovereignty, and security. Working-age respondents in Bangkok share concerns over privacy risks, especially regarding data security and potential financial crimes, calling for high-standard real-time authentication to mitigate threats of fraud and money laundering.

3. Economic Impacts of Diem Currency

According to experts, Diem's implementation could significantly affect financial institutions. With 27 partner companies (such as Uber and Visa) already committed to accepting Diem, the currency's user base may grow rapidly, bolstered by its low-cost, instantaneous cross-border transfer capability. Diem's entrance into the financial market may redefine the economic

landscape by affecting currency exchange, expenditure, fees, and interest rates. For commercial banks, this might mean adapting to changes in revenue streams, as Diem’s low-fee structure reduces demand for traditional banking services. Working-age individuals in Bangkok recognize that Diem could challenge financial stability, particularly by diverting capital away from local currencies, impacting the bank deposit base and loan availability. By facilitating access to financial services for underserved populations in rural areas, Diem has the potential to reduce banking inequality, yet it also raises concerns among central banks regarding currency control and stability in the expanding international retail trade, where cross-currency exchanges traditionally incur high costs.

In summary, the acceptance and adoption of Diem currency encompass a complex range of benefits, risks, and economic implications. Diem's integration into the global economy represents a transformation in Information and Education Technology, as individuals, institutions, and governments grapple with the impact of a decentralized, digitally-driven financial system.

Relative Risk and Odds Ratio Calculator

As shown in Table 1, the correlation is determined based on a value of not less than 0.5. If lower, the data is considered invalid because the same test is used.

TABLE I. RELATIVE RISK AND ODDS RATIO CALCULATOR

	Negative Outcome	Positive Outcome	Total
Group 1	2	8	8
Group 2	6	17	23

Summary of Calculation

Group 1 Risk (the number of people) = $2 \div 8 = 0.25$

Group 2 Risk (the number of people) = $6 \div 23 = 0.26$

Relative Risk 1 = $0.25 \div 0.26 = 0.96$

$$\text{Relative Risk 2} = 0.26 \div 0.25 = 1.04$$

$$\text{Group 1 Odds} = 0.25 \div (1 - 0.25) = 0.33$$

$$\text{Group 2 Odds} = 0.26 \div (1 - 0.26) = 0.35$$

$$\text{Odds Ratio 1} = 0.33 \div 0.35 = 0.94$$

$$\text{Odds Ratio 2} = 0.35 \div 0.33 = 1.06$$

$$\text{Relative Risk} = 0.96 \text{ Odds Ratio} = 0.94$$

We applied statistical measures to assess the reliability of the analysis using the Atlas.io program, ensuring that the confidence level met the required threshold and that the margin of error remained within acceptable limits.

Discussion and conclusions

Social Influence of Diem Currency

Interview findings indicate that the recommendations from influential individuals significantly affect decisions to adopt Diem, as it is seen to enhance social image. Many users opt for Diem due to its prevalent usage within their social circles, aligning with the research on factors influencing ad click intention in Google searches. That study highlighted that user perception could be negatively impacted by frequent and misplaced ads, affecting attitudes toward the advertised brand. This comparison underlines the importance of social influence and recommendation in shaping attitudes toward technology adoption, as seen with Diem currency.

Accessibility and Support for Diem Currency

Interviews revealed that Diem's ease of use and accessible resources are essential for user adoption, paralleling the previous work findings on digital media behavior in Bangkok. The study observed that users frequently engaged with likes, shares, and posts, highlighting a preference for accessible and familiar digital interactions. Similarly, Diem currency benefits from having established support systems that make cryptocurrency usage intuitive and approachable for new users.

Network Impact on Diem Currency Usage

Media and government policies were shown to impact Diem usage rates, as was the influence of new entrants in the digital currency market. These factors affect user perception and may prompt shifts toward Diem as a payment method. This finding reflects a study on

audience expectations and behavior with LINE TV, where user satisfaction was shaped by media exposure and features that supported identity and social interaction. Government policy and media coverage thus play critical roles in normalizing Diem usage, similar to how media features attract user engagement.

Benefits of Diem Currency

According to interviewees, Diem can be used for purchasing goods and services, simplifying international transactions, and reducing fees. This convenience is comparable to the seamless interaction of sending messages or stickers. The research on Facebook usage found that users frequently utilize social platforms for ease of communication, indicating a shared need for simplified, direct interactions across digital spaces, much like Diem's user-friendly financial services.

Diem Currency Risks

Interviewees voiced concerns about privacy risks, financial crime, and government intervention, as well as Diem's potential for information leakage [12]. These concerns are consistent with previous study on online marketing strategies for Thailand's streaming services, which highlighted the importance of security and licensed content amid competition [13]. Just as movie streaming services prioritize user trust, Diem's development must focus on building user confidence in its security and regulatory compliance.

Economic Impact of Diem Currency

The introduction of Diem has potential implications for financial stability, particularly in relation to local currencies and traditional banking [15]. The currency's ability to facilitate international trade and reduce financial inequalities mirrors findings for factors influencing cinema choices in Bangkok. Just as factors like accessibility, pricing, and convenience shaped cinema decisions, Diem's impact on the economy may encourage new dynamics in financial transactions, especially in underserved regions.

Recommendations

1. Educational Outreach: Diem currency providers, both in private and public sectors, should use these insights to design informational campaigns across various channels to foster understanding and interest among potential users.

2. Establishment of an Independent Oversight Body: To promote trust in Diem and similar cryptocurrencies, a transparent and secure independent organization is recommended to oversee transactions and regulatory adherence. This organization should prioritize data security and operational transparency as core components of its policy framework, aiding the public in navigating cryptocurrency use responsibly and securely.

REFERENCES

- Ahmed Abdelmoamen Ahmed, Oluwayemisi O. Alabi: Secure and Scalable Blockchain-Based Federated Learning for Cryptocurrency Fraud Detection: A Systematic Review. *IEEE Access* 12: 102219-102241 (2024)
- Hanfang Chen, Niankun Wei, Leyao Wang, Wael Fawzy Mohamed Mobarak, Marwan Ali Albahar, Zaffar Ahmed Shaikh: The Role of Blockchain in Finance Beyond Cryptocurrency: Trust, Data Management, and Automation. *IEEE Access* 12: 64861-64885 (2024)
- Mehran Hajiaghapour-Moghimi, Omidreza Heydari Tafreshi, Ehsan Hajipour, Mehdi Vakilian, Matti Lehtonen: Investigating the Cryptocurrency Mining Loads' High Penetration Impact on Electric Power Grid. *IEEE Access* 12: 153643-153663 (2024)
- Kin-Hon Ho, Yun Hou, Michael Georgiades, Ken C. K. Fong: Exploring Key Properties and Predicting Price Movements of Cryptocurrency Market Using Social Network Analysis. *IEEE Access* 12: 65058-65077 (2024)
- Muhammad Iqbal, Arshad Iqbal, Abdullah Alshammari, Ihtisham Ali, Louai Maghrabi, Nighat Usman: Sell or HODL Cryptos: Cryptocurrency Short-to-Long Term Projection Using Simultaneous Classification-Regression Deep Learning Framework. *IEEE Access* 12: 118169-118184 (2024)
- Junha Kang, Seok-Jun Bu: Graph Anomaly Detection With Disentangled Prototypical Autoencoder for Phishing Scam Detection in Cryptocurrency Transactions. *IEEE Access* 12: 91075-91088 (2024)
- Myungwan Kim, Ye Jin Jeong, Jaehong Jeong: Two Empirical Studies of Portfolio Optimization Using Cryptocurrency Allocation Ratios. *IEEE Access* 12: 63827-63838 (2024)
- Olha Kovalchuk, Ruslan Shevchuk, Serhiy Banakh: Cryptocurrency Crime Risks Modeling: Environment, E-Commerce, and Cybersecurity Issue. *IEEE Access* 12: 50673-50688 (2024)
- José Almeida, Tiago Cruz Gonçalves: Cryptocurrency market microstructure: a systematic literature review. *Ann. Oper. Res.* 332(1): 1035-1068 (2024)

- Intan Muchtadi-Alamsyah, Robin Viltoriano, Ferdinand Harjono, Martha Nazaretha, Martin Susilo, Ade Bayu, Bony Josaphat, Arief Hakim, Khreshna Syuhada: Support vector regression-based heteroscedastic models for cryptocurrency risk forecasting. *Appl. Soft Comput.* 162: 111792 (2024)
- Yavuz Selim Kiyak, Isil Irem Budakoglu, Özlem Coskun: Blockchain, Holochain, and Other Distributed Ledger Technologies: Web3 Awareness, Privacy Concerns, and Cryptocurrency Use Among Students in a Medical School. *Bio Algorithms Med Syst.* 20(1): 1-7 (2024)
- Soana, G., de Arruda, T. Central Bank Digital Currencies and financial integrity: finding a new trade-off between privacy and traceability within a changing financial architecture. *J Bank Regul* 25, 467–486 (2024). <https://doi.org/10.1057/s41261-024-00241-2>
- Sethaput, V., Innet, S. Blockchain application for central bank digital currencies (CBDC). *Cluster Comput* 26, 2183–2197 (2023). <https://doi.org/10.1007/s10586-022-03962-z>
- Tantham Rungvithu, Chutisant Kerdvibulvech: Conversational Commerce and CryptoCurrency Research in Urban Office Employees in Thailand. *Int. J. e Collab.* 15(3): 34-48 (2019)
- Recskó, M., Aranyosy, M. User acceptance of social network-backed cryptocurrency: a unified theory of acceptance and use of technology (UTAUT)-based analysis. *Financ Innov* 10, 57 (2024). <https://doi.org/10.1186/s40854-023-00511-4>
- Joseph Benjamin Ilagan, Jose Ramon Ilagan, Pia Ysabel Zulueta, Maria Mercedes T. Rodrigo: Optimizing Conversational Commerce Involving Multilingual Consumers Through Large Language Models' Natural Language Understanding Abilities. *HCI* (53) 2024: 47-59
- Vasileios Stamatis: So what's the Value of Conversational Agents in E-commerce Retailers? *FDIA@ESSIR 2019*: 121-125

พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง
ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน
อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช

Multiple Factors Affecting Intention to Pay Land and Building Tax of People in
Bangkhan Subdistrict, Bangkhan District, Nakhonsithammarat Province

กัญชพร เมืองทรัพย์¹ และ สมพล พุ่งหว่า²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100039@rumail.ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพหุปัจจัยในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 2) ศึกษาความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง 3) ศึกษาพหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช งานวิจัยใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 340 ตัวอย่าง ใช้วิธีเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sample) โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) ซึ่งเป็นการสุ่มตัวอย่างตามความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธี Stratified Sampling สถิติที่ใช้วิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธี stepwise ผลการวิจัย พบว่า 1) พหุปัจจัยในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.11$) 2) ความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 3.66$) 3) พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง มีความแปรผันต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ร้อยละ 7.50 ($R^2 = .075$) ปัจจัยด้านการบริการของหน่วยงานและด้านความเป็นธรรมของระบบภาษี เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ : พหุปัจจัย, ความตั้งใจ, การชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study multiple factors in land and building tax payment, 2) study intention to pay land and building tax, and 3) examine multiple factors affecting intention to pay land and building tax among people in Bangkhan Subdistrict Administrative Organization, Bangkhan District, Nakhonsithammarat Province. The research used questionnaires to collect data from 340 samples, selected through purposive sampling and simple random sampling, which is a probability sampling method using stratified sampling.

The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis. The research findings revealed: 1) The overall level of multiple factors in land and building tax payment was high ($\bar{x} = 4.11$) 2) The overall level of intention to pay land and building tax was high ($\bar{x} = 3.66$) 3) Multiple factors affecting intention to pay land and building tax accounted for 7.50% of the variance in tax payment intention ($R^2 = .075$). Agency service factors and tax system fairness were found to significantly affect the intention to pay land and building tax at the .05 statistical significance level.

Keywords : Multiple factors, Intention, Payment Land and Building Taxes

บทนำ

ด้วยพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 กำหนดให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีอำนาจจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ในเขตองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้เป็นรายได้ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และมีอำนาจจัดเก็บภาษีจากที่ดินและสิ่งปลูกสร้างที่อยู่ในเขตนั้น ด้วยความเป็นธรรมและเกิดประสิทธิผลมากที่สุด (พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง, 2562) โดยอาศัยการบริหารภาษีที่ดีมีประสิทธิผล คือ กระบวนการในการจัดเก็บภาษีสรรพสามิตทั้งกฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง เจ้าหน้าที่จัดเก็บภาษีต้องมีความรู้ความสามารถ สิ่งอำนวยความสะดวกเพิ่มความคล่องตัวในการชำระภาษี และสร้างแรงจูงใจให้แก่ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีก่อให้เกิดความร่วมมือและความเต็มใจที่จะชำระภาษี ซึ่งในปีงบประมาณ 2566 องค์กรบริหารส่วนตำบลบางขันมีจำนวนผู้มีหน้าที่ชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างทั้งสิ้นจำนวน 1,571 ราย โดยมีผู้ชำระภาษีแล้วจำนวน 1,351 ราย และมีผู้ค้างชำระภาษีจำนวน 220 ราย (ระบบ e-LAAS, 2566) ในการจัดเก็บภาษีดังกล่าวยังคงมียอดผู้ค้างชำระภาษี ทำให้เป็นภาระขององค์กรบริหารส่วนตำบลในการเร่งรัดติดตาม ทวงหนี้ที่ยังคงค้างอยู่

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะต้องศึกษาหุ้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยพิจารณาปัจจัยต่างๆ เช่น ความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ความเป็นธรรมของระบบภาษี การรับข้อมูลข่าวสาร การให้บริการของหน่วยงาน ทัศนคติต่อการชำระภาษี และความสามารถในการชำระภาษีของผู้มีหน้าที่ชำระภาษี ระดับความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง และการวิเคราะห์หุ้ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์กรบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช เพื่อหาแนวทางสร้างแรงจูงใจและความร่วมมือในการชำระภาษีโดยสมัครใจ

การทบทวนวรรณกรรม

Konthong (2007) นิยาม ความรู้ความเข้าใจ หมายถึง สิ่งที่เกิดมาจากการสั่งสมจากการศึกษา การค้นคว้าหรือประสบการณ์ รวมถึง ความสามารถเชิงปฏิบัติและทักษะความเข้าใจหรือสารสนเทศที่ได้รับมาจากประสบการณ์ ทั้งการได้ยิน การฟัง การ คิด หรือการปฏิบัติองค์วิชาในแต่ละสาขา

N. Gregory Mankiw (อ้างใน สุขชัย ชวนานนท์, 2562) กล่าวว่า ความเป็นธรรม หมายถึง การกระจายหรือแบ่งเฉลี่ยภาระภาษีในหมู่ประชาชนอย่างเป็นธรรม กล่าวคือ ผู้เสียภาษีทุกคนควรจ่ายเงินตามสัดส่วนที่เป็นธรรมเพื่อเป็นค่าใช้จ่ายของรัฐบาล

Adam Smith ได้เสนอหลักเกณฑ์ในการจัดเก็บภาษีที่ตี 4 ประการ ดังนี้ (วิศุรุต กิจสุขจิต, 2561) หลักความเป็นธรรมในการจัดเก็บภาษี หลักความแน่นอน หลักความสะดวกในการจ่ายภาษี และหลักความประหยัด

Klapper (1960) กล่าวว่า การรับรู้ข่าวสาร เป็นกระบวนการการเลือกรับข่าวสารหรือเปิดรับข่าวสารที่เปรียบเสมือนเครื่องกรองโดยแต่ละบุคคล การกลั่นกรองข่าวสารสามารถกลั่นกรองได้ทั้งหมด 4 ขั้นตอน คือ การเปิดรับ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความ และการเลือกจดจำ

Kotler (2000) กล่าวว่า การให้บริการ คือ การกระทำซึ่งเป็นที่ไม่สามารถสัมผัสได้และไม่เป็นผลให้เกิดความเป็นเจ้าของ เป็นกิจกรรม ผลประโยชน์ หรือความพึงพอใจที่สนองต่อความต้องการแก่ลูกค้าทางกายภาพ

Witchawut (2011 อ้างถึงใน ณัฐกานต์ นาภิเภท และ ฉันทิชา บัวศรี, 2563) ได้ให้องค์ประกอบของทัศนคติ 3 ส่วนคือ ส่วนความเข้าใจ ส่วนความรู้สึก และส่วนของพฤติกรรม

สุขชัย ชวนานนท์ (2562) กล่าวว่า การแบ่งภาระภาษีที่ยอมรับกันอยู่ทั่วไป คือ หลักความสามารถบุคคลทุกคนควรจะต้องเสียภาษีเพื่อบำรุงรัฐตามความสามารถในการชำระภาษีของตน เรื่องที่สำคัญในการนำหลักความสามารถมาใช้คือ เครื่องมือวัดความสามารถของบุคคล 3 ประการ คือ เงินได้ ทรัพย์สิน และการบริโภค

กันต์กนิษฐ์ อุทัย (2559) ได้กล่าวว่า ความตั้งใจ (Intention) หมายถึง การเอาใจจดจ่อซึ่งเป็นการตัดสินใจที่จะเลือกหรือกระทำในวิธีใดวิธีหนึ่ง มีทิศทางแน่นอนของจิต มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนต่อสิ่งที่ปรารถนา และแสดงออกตามที่มีทัศนคติหรือมีความเชื่อต่อสิ่งนั้น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

รอฮานี นิลพันธ์ (2563, น.72-74) ศึกษา ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีบำรุงท้องที่ของประชาชน ในตำบลสะดาก อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยในการชำระภาษีบำรุงท้องที่ของประชาชนโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านทัศนคติต่อการชำระภาษี ด้านความสามารถในการชำระภาษี และด้านบรรทัดฐานทางสังคม ตามลำดับ ระดับความตั้งใจในการชำระภาษีบำรุงท้องที่ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

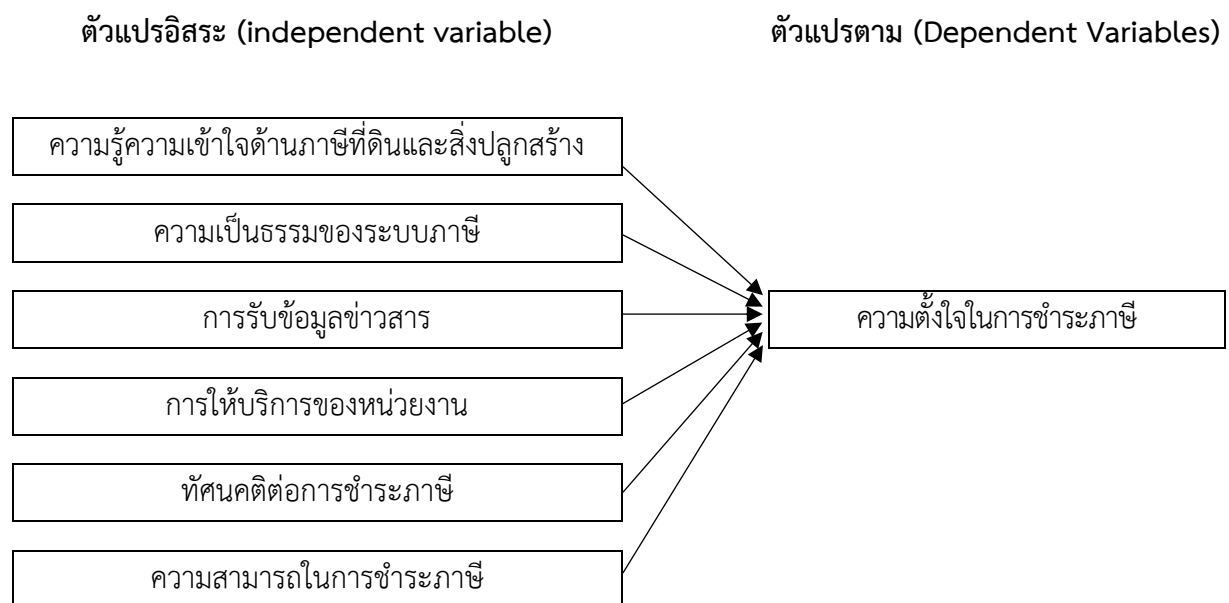
รุ่งไพลิน บุญหล้า (2563, น.144-147) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษี ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการให้บริการ ด้านบุคคล และด้านมาตรการในการดำเนินงาน ตามลำดับ และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความรู้เกี่ยวกับภาษี ส่วนประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดลพบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ (2564, หน้า 95) ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้มีเงินได้ในเขตภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อความสมัครใจในการเสียภาษีเงินได้ด้านการยื่นแบบตรงตามกำหนดเวลา และปัจจัยด้านการได้รับข้อมูลและข่าวสาร กับด้านทัศนคติ ส่งผลเชิงบวกต่อความ สมัครใจในการเสียภาษีเงินได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ0.01

น้ำผึ้ง บุญขาว (2562) ศึกษาเรื่อง ปัญหาและอุปสรรคต่อการจัดเก็บรายได้ของเทศบาลเมือง ฉะเชิงเทรา อำเภอเมือง จังหวัดฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยด้านความรู้ทางกฎหมาย มีความซับซ้อนยากแก่ความเข้าใจสำหรับประชาชนทั่วไป ปัจจัยด้านเอกสารการยื่นแบบภาษี มีระบบแผนที่ภาษีและทะเบียนทรัพย์สินที่ยังไม่เป็นปัจจุบัน ปัจจัยด้านการประชาสัมพันธ์ ขาดช่องทางการประชาสัมพันธ์ที่ทันสมัย และปัจจัยด้านการบริหาร พนักงานขาดทักษะและประสบการณ์ ส่งผลให้เกิดปัญหาและอุปสรรคในการปฏิบัติ

ประทุมมา ภูริบริบูรณ์ และจรรุวรรณ แซ่เต๋ (2566, น.33-47) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของบุคคลต่างชาตินที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย ผลการศึกษาพบว่า การรับรู้ความเป็นธรรมของระบบภาษี และการรับรู้การบังคับใช้กฎหมาย อยู่ในระดับปานกลาง ความรู้เกี่ยวกับภาษี ความพึงพอใจเกี่ยวกับการชำระภาษี และพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎหมายภาษี อยู่ในระดับมาก

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
2. ความเป็นธรรมของระบบภาษีส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
3. การรับข้อมูลข่าวสารส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
4. การให้บริการของหน่วยงานส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
5. ทักษะติดต่อการชำระภาษีส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน
6. ความสามารถในการชำระภาษีส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรเป็นประชาชนผู้มีหน้าที่ชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งทราบจำนวนประชากร มีจำนวน 1,919 ราย (ระบบ e-LAAS, 2567) กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณ ใช้สูตร ทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967) โดยกำหนดระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และระดับความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 แทนค่าในสูตรได้ดังนี้

$$\begin{aligned}n &= \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ &= \frac{1,919}{1 + 1,919 (0.05)^2} \\ &= 331\end{aligned}$$

ค่าที่ได้เท่ากับ 331 ตัวอย่าง และเพื่อลดค่าความคลาดเคลื่อน เก็บจำนวนตัวอย่างเพิ่มอีก 9 ตัวอย่าง จะได้ขนาดตัวอย่างรวมเท่ากับ 340 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ สํารวจข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือนประสบการณ์ในการชำระภาษี และที่อยู่ทรัพย์สิน โดยเป็นคำถามแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พหุปัจจัยในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น จำนวน 6 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง (กุสุมา ดำรงชัย และกุหลาบ บุริสาร, 2561) และ(สุภาภรณ์ ตะวันไกล่รุ่ง, 2562) ด้านความเป็นธรรมของระบบภาษี (ประทุมมา ภูริบริบูรณ์ และจารุวรรณ แซ่เต้า, 2566) ด้านการรับข้อมูลข่าวสาร (วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ, 2564) และ (ณัชชา เจริญไชย, 2562) ด้านการให้บริการของหน่วยงาน (รุ่งไพลิน บุญหล้า, 2563) และ (นันทพัทธ์ นรรัตน์ปพน, อัครณีย์ ณ น่าน และศศิชา วงศ์ไชย, 2567) ด้านทัศนคติต่อการชำระภาษี (สุบิน พุทโสม, 2562) และ (มธุมน จินากุล, 2565) และด้านความสามารถในการชำระภาษี (รอฮานี นิลพันธ์, 2563)

ส่วนที่ 3 ความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น (รอฮานี นิลพันธ์, 2563) และ (พิมพ์กาน พูลสวัสดิ์ และวิชญพงษ์ โทธิพิรุฬห์, 2562)

ส่วนที่ 4 ข้อมูลปลายเปิด ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแสดงความคิดเห็นได้อย่างอิสระ

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 1) ทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามตามเนื้อหา (IOC) ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดมีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 2) วัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่า α - Coefficient ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง มากกว่า 0.7 โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 1 ค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาชของแบบสอบถาม

แบบสอบถาม	ค่าความเชื่อมั่น
ความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง	.861
ความเป็นธรรมของระบบภาษี	.824
การรับข้อมูลข่าวสาร	.825
การบริการของหน่วยงาน	.898
ทัศนคติต่อการชำระภาษี	.893
ความสามารถในการชำระภาษี	.703
ความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง	.705

วิธีเก็บรวบรวมข้อ 1) ทำหนังสือขออนุญาตเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการวิจัย 2) ส่งแบบสอบถามเพื่อขอความร่วมมือตอบแบบสอบถามกระจายไปยังกลุ่มตัวอย่างผู้มีหน้าที่ชำระภาษีในพื้นที่เขตองค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน จำนวน 18 หมู่บ้าน สุ่มตัวอย่างในแต่ละหมู่บ้านตามสัดส่วนที่คำนวณได้ เก็บข้อมูลในช่วงที่ประชาชนสะดวก เช่น วันหยุด หรือช่วงเย็นหลังเลิกงาน โดยใช้แบบสอบถามในรูปแบบ online ผ่านระบบ

Google Form <https://forms.gle/Nsxj6K79fc8JtJJa6> และสร้าง QR Code 3) นำแบบสอบถามที่ได้กลับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิเคราะห์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าการวิเคราะห์ถดถอยแบบพหุคูณ ด้วยวิธี Stepwise

ผลการวิจัย

จากการวิจัยเรื่อง “พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช” สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 41 - 50 ปี การศึกษาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพเกษตรกร รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 20,001 - 30,000 บาท มีประสบการณ์ในการชำระภาษี 5 ปีขึ้นไป และส่วนใหญ่มีทรัพย์สินอยู่หมู่ที่ 13

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อพหุปัจจัยในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อพหุปัจจัยในการชำระภาษี

พหุปัจจัยในการชำระภาษี	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง	3.86	.347	มาก
2. ความเป็นธรรมของระบบภาษี	3.94	.286	มาก
3. การรับข้อมูลข่าวสาร	4.21	.366	มาก
4. การบริการของหน่วยงาน	4.26	.210	มาก
5. ทักษะติดต่อการชำระภาษี	3.96	.187	มาก
6. ความสามารถในการชำระภาษี	4.41	.345	มาก
รวมเฉลี่ย	4.11	.167	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อพหุปัจจัยในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.11$, S.D. = .167) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ อยู่ในระดับมากทุกข้อ ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ความสามารถในการชำระภาษี ($\bar{X} = 4.41$, S.D. = .345) รองลงมา คือ การบริการของหน่วยงาน ($\bar{X} = 4.26$, S.D. = .210) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ความรู้ความเข้าใจด้านภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ($\bar{X} = 3.86$, S.D. = .347)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ความตั้งใจในการชำระภาษี	\bar{X}	S.D.	ระดับ
1. ท่านตั้งใจชำระภาษีให้ตรงเวลาตามที่กฎหมายกำหนด	3.96	.569	มาก
2. ท่านตั้งใจชำระภาษีเองที่หน่วยงาน	3.68	.609	มาก
3. ท่านตั้งใจที่จะชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์	3.42	.640	ปานกลาง
4. ท่านตั้งใจรอเจ้าหน้าที่ลงพื้นที่ออกหน่วยให้บริการรับชำระภาษี	3.57	.677	มาก
รวมเฉลี่ย	3.66	.275	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ระดับความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D. = .275) และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ข้อที่มีค่าเฉลี่ยมาก คือ ท่านตั้งใจชำระภาษีให้ตรงเวลาตามที่กฎหมายกำหนด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 3.96$, S.D. = .569) รองลงมา คือ ท่านตั้งใจชำระภาษีเองที่หน่วยงาน อยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.68$, S.D. = .609) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ท่านตั้งใจที่จะชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์ อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X} = 3.42$, S.D. = .640)

4. ผลการวิเคราะห์หาค่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณที่ใช้พยากรณ์ความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง

Model	Unstandardized		Standardized		t	Sig.
	Coefficients		Coefficients			
	b	Std.Error	β			
ค่าคงที่ (INT)	1.969	0.331			5.943	0.000*
ความเป็นธรรมของระบบภาษี (FAI)	0.174	0.051	0.181		3.411	0.001*
การบริการของหน่วยงาน (SAT)	0.236	0.069	0.181		3.417	0.001*
R = 0.274, R ² = 0.075, R ² _{adj} = .070, Sig. = .001*						

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีต่อตัวแปรตาม โดยวิเคราะห์การถดถอยแบบพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) พบว่า R² = .075 แสดงว่า ด้านความเป็นธรรมของระบบภาษีและด้านการบริการของหน่วยงาน ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน อำเภอบางชัน จังหวัดนครศรีธรรมราช สามารถสรุปได้ว่า ความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน ในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางชัน อำเภอบางชัน

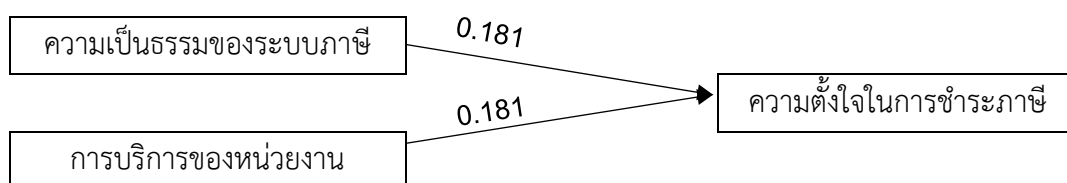
จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 7.50 ที่ระดับนัยสำคัญ .05 อีกร้อยละ 92.50 เป็นปัจจัยอื่นที่มีผลต่อตัวแปรตาม และจากการวิเคราะห์สามารถนำไปกำหนดสมการทำนายได้ดังนี้

สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนดิบ

$$INT = 1.969 + 0.174(FAI) + 0.236(SAT)$$

สมการทำนายในรูปแบบของคะแนนมาตรฐาน

$$INT = 1.969 + 0.181(FAI) + 0.181(SAT)$$



ภาพที่ 2 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณของความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของประชาชน

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ความเป็นธรรมของระบบภาษี และการบริการของหน่วยงานส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีเท่ากันที่ 0.181 แสดงว่าหน้าที่อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่มีผลต่อตัวแปรตามถือว่าได้ส่งผลในเชิงบวกและเป็นไปในทิศทางเดียวกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่อง “พหุปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ของประชาชนในพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลบางขัน อำเภอบางขัน จังหวัดนครศรีธรรมราช” มีข้อเสนอแนะดังนี้

1. ข้อเสนอแนะสำหรับการนำไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า ผู้มีหน้าที่ชำระภาษีตั้งใจชำระภาษีผ่านระบบออนไลน์เป็นข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด เนื่องจากยังคงเคยชินกับการชำระภาษีด้วยตนเองที่หน่วยงาน จึงขอเสนอแนะให้พัฒนาระบบการชำระภาษีออนไลน์ให้น่าเชื่อถือและใช้งานง่าย เพื่อสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้บริการ เนื่องจากผู้ชำระภาษียังขาดความเชื่อมั่นในระบบออนไลน์ และบางส่วนยังไม่คุ้นเคยกับการใช้แอปพลิเคชันการโอนเงิน

1.2 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยการบริการของหน่วยงานส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีมากที่สุด จึงขอเสนอแนะให้พัฒนาประสิทธิภาพการให้บริการ โดยเน้นการสร้างจิตสำนึกในการให้บริการ (Service Mind) และส่งเสริมทักษะการสื่อสารของเจ้าหน้าที่และการสร้างสัมพันธภาพที่ดีของเจ้าหน้าที่ เพราะการบริการที่ดีจะช่วยสร้างแรงจูงใจและความเชื่อมั่นในการชำระภาษี

1.3 ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านความเป็นธรรมของระบบภาษีส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีรองจากปัจจัยการบริการของหน่วยงาน จึงขอเสนอแนะให้หน่วยงานมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์ให้

ประชาชนเข้าใจถึงความเป็นธรรมของระบบภาษี สร้างความเข้าใจถึงการนำภาษีไปใช้เพื่อพัฒนาท้องถิ่น เพราะการรับรู้ถึงความเป็นธรรมของระบบภาษีมียผลเชิงบวกต่อความตั้งใจในการชำระภาษี

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจในการชำระภาษี

2.2 ควรใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสานทั้งวิธีเชิงปริมาณและวิธีเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครอบคลุมมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กันต์กนิษฐ อุทัย. (2559). รูปแบบการดำเนินชีวิตการเปิดรับ ทศนคติ และพฤติกรรมการสั่งซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้สูงวัยในกลุ่มเจนเนอเรชันซี. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- กฤษมา ดำรงชัย และกุหลาบ ปุริสาร. (2561). ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชน ในตำบลคู่มือ อำเภอยะยี่น จังหวัดมหาสารคาม. วารสารวิทยาลัยบัณฑิตเอเชีย, 8(1), 124-132.
- ณัชชา เจริญไทย. (2562). การรับรู้ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานครต่อพระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562. (บทความ). มหาวิทยาลัยรามคำแหง คณะบริหารธุรกิจ, สาขาการเงินและการธนาคาร.
- ณัฐกานต์ นาคีเภท และฉันทิชา บัวศรี. (2563). ศึกษาความรู้ความเข้าใจ และทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของประชาชน ในตำบลหาดใหญ่ อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. วารสารเศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยทักษิณ, 12(2), 97-112.
- นนทพัทธ์ นรรัตน์ปน, อัครนีย์ ณ น่าน และศศิชา วงศ์ไชย. (2567). สภาพปัญหาและปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้างของเทศบาลนครลำปาง จังหวัดลำปาง. วารสารวิชาการสถาบันเทคโนโลยีแห่งสุวรรณภูมิ, 10(1), 148-158.
- ประทุมมา ภูริบริบูรณ์ และจรรุวรรณ แซ่เต๋. (2566). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการปฏิบัติตามกฎหมายภาษีเงินได้ บุคคลธรรมดาของบุคคลต่างชาติที่เข้ามาทำงานในประเทศไทย. วารสารรัชต์ภาคย์, 17(50), 33-44.
- พระราชบัญญัติภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ. 2562. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 136 ตอนที่ 30 ก.ลงวันที่ 12 มีนาคม 2562.
- พิมพิกา พลสุสวัสดิ์ และวิษณุพงษ์ โพธิพิรุฬห์. (2562). อิทธิพลของปัจจัยตามทฤษฎีพฤติกรรมแผนที่มีต่อความตั้งใจที่จะเป็นผู้ประกอบการของนักศึกษาปริญญาตรี มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต. วารสารบริหารธุรกิจศรีนครินทร์วิโรฒ, 10(2), 50-61.
- มธุมน จินากุล. (2565). ปัจจัยและทัศนคติที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการยื่นแบบแสดงรายการภาษีผ่านอินเทอร์เน็ต (E Filing) ในเขตสำนักงานสรรพากรพื้นที่กรุงเทพมหานคร 25. (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทร์วิโรฒ คณะบริหารธุรกิจเพื่อสังคม, สาขาวิชาการจัดการ.

- รอฮานี นิลพันธ์. (2563). การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการชำระภาษีบำรุงท้องที่ของประชาชน ใน ตำบลสะตาวา อำเภอยะรัง จังหวัดปัตตานี. (สารนิพนธ์ปริญญารัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์, สาขาประศาสนศาสตร์.
- ระบบ e-LAAS. (2566). รายละเอียดผู้ชำระภาษี (กค.1) 2566. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/hsqyw>
- ระบบ e-LAAS. (2567). รายงานรายรับจริงตามงบประมาณ 2566. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/5ervs>
- รุ่งไพสิน บุญหล้า. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิภาพการจัดเก็บภาษีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ใน จังหวัดลพบุรี. (วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยราชภัฏ พระนครศรีอยุธยา, สาขาวิชาบริหารธุรกิจ.
- วิริยะศิตา พิมพ์สุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อความสนใจในการเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา ของผู้มีเงิน ได้ในเขตภาคตะวันออก. (การค้นคว้าอิสระชั้นมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีปทุม, คณะบัญชี.
- วิศรุต กิจสุขจิต. (2561). ปัญหาการรับภาระภาษีจากการประเมินมูลค่าทรัพย์สินตามพระราชบัญญัติภาษีที่ดิน และสิ่งปลูกสร้าง. (เอกัตศึกษาปริญญาศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย คณะ นิติศาสตร์, สาขาวิชากฎหมายเศรษฐกิจ.
- สุบิน พุทโสม. (2562). การศึกษาความแตกต่างระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและทัศนคติเกี่ยวกับการเสียภาษีเงิน ได้บุคคลธรรมดาของประชาชนในเขตเทศบาลตำบลมวกเหล็ก อำเภอมวกเหล็ก จังหวัดสระบุรี. การ ประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 6 ประจำปี 2562, 315-329.
- สุภชัย ชนวนานนท์ (2562). พระราชบัญญัติเก็บภาษีที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง พ.ศ.2562 กับหลักการจัดเก็บภาษีที่ดี. (วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, สาขาวิชานิติศาสตร์.
- สุภาภรณ์ ตะวันไกล่รุ่ง. (2562). สถานการณ์ด้านความรู้ความเข้าใจของประชาชนอันมีผลต่อการจัดเก็บภาษี ที่ดินและสิ่งปลูกสร้าง ในพื้นที่อำเภอแม่ระมาด จังหวัดตาก. มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- Klapper, J. T. (1960). The effects of mass communication. New York: The Free Press.
- Konthong, S. (2007). Taxpayers' Satisfaction with Internet VAT Return Filing in Nonthaburi Province. Master of Arts, Social Development Program. Kasetsart University.
- Kotler, Philip. (2000). Marketing Management. The Millennium edition. New Jersey: Prentice – Hall.
- Yamane, T. (1967). Statistics : An introductory analysis. New York : Harper & Row.

ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย
ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

Factors of Value Addition In Houses Affecting Housing Purchase Decisions

In Mueang District, Suart Thani Province

ณัฐวุฒิ สตินวัชรภรณ์¹ และ ดารณี พลอยจัน²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100020@rumal.ru.ac.th

²หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, daranee.p@rumail.ru.ac.th.

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาลักษณะของประชากรศาสตร์ของผู้ตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 2) เพื่อศึกษาปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 3) เพื่อศึกษาการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี 4) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้ที่มีความสนใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี จำนวน 400 คนเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นแบบสอบถามและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์โดยใช้สัมประสิทธิ์สหพันธ์ ผลการวิจัยพบว่า 1) ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่สถิติที่ระดับ .05 จึงยอมรับสมมติฐาน 2) ปัจจัยเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับ (\bar{X} = 4.37) 3) ปัจจัยการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขต พื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับ ค่อนข้างสูงและมีความสัมพันธ์ทางบวก (r = .630) 4) ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลกระทบต่อ การตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูงและมีความสัมพันธ์ทางบวก (r = .758)

คำสำคัญ : ปัจจัยการเพิ่มมูลค่า, ความตั้งใจ, ตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัย

Abstract

Here's the English translation of the research article abstract: Research Objectives:

1) To study the demographic characteristics of housing purchase decision-makers in Mueang District, Surat Thani Province 2) To examine the value-adding factors of housing in Mueang District, Surat Thani Province 3) To investigate housing purchase decisions in Mueang District, Surat Thani Province 4) To analyze the relationship between house value-adding factors and their impact on housing purchase decisions in Mueang District, Surat Thani Province

Methodology: - Sample Group: 400 individuals interested in purchasing housing in Mueang District, Surat Thani Province

- Data Collection Tool: Questionnaire - Statistical Analysis Methods: Frequency, percentage, mean, standard deviation, and correlation coefficient analysis

Research Findings: 1) Demographic factors with differences significantly affect housing purchase decisions in Mueang District, Surat Thani Province, with different opinion levels at a statistical significance of .05, thus accepting the hypothesis 2) Overall value-adding factors for housing in Mueang District, Surat Thani Province are at a high level (\bar{X} = 4.37) 3) Housing purchase decision factors in Mueang District, Surat Thani Province have statistical significance at .01 level, with a relatively high positive correlation (r = .630) 4) House value-adding factors affecting housing purchase decisions in Mueang District, Surat Thani Province have statistical significance at .01 level, with a relatively low positive correlation (r = .758)

Keywords : Value-Adding Factors, Intention, Housing Purchase Decision

บทนำ

ปัจจุบันจังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมือง กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมอย่างรวดเร็ว อันเป็นผลมาจากการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ต่อเนื่อง โดยเฉพาะในภาคการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรม ส่งผลให้เกิดการขยายตัวของเมืองและความต้องการที่อยู่อาศัยที่เพิ่มสูงขึ้น ในขณะเดียวกันตลาดอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่ก็มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ทำให้ผู้ประกอบการต้องหากลยุทธ์ในการเพิ่มมูลค่าให้กับที่อยู่อาศัยเพื่อดึงดูดลูกค้าและสร้างรายได้เปรียบในการแข่งขัน นอกจากนี้พฤติกรรมของผู้บริโภคในการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยก็มีการเปลี่ยนแปลงไปโดยผู้ซื้อบ้านในปัจจุบันมีความต้องการที่หลากหลายและซับซ้อนมากขึ้น ไม่ได้พิจารณาแค่เพียงราคาและทำเลที่ตั้งเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับปัจจัยอื่นๆ ที่เพิ่มมูลค่าให้กับที่อยู่อาศัยด้วย

ด้วยเหตุนี้การศึกษาเรื่อง "ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี" จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ช่วยให้ผู้ประกอบการเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยและสามารถนำไป

พัฒนากลยุทธ์การตลาดและการออกแบบโครงการได้อย่างมีประสิทธิภาพ และข้อมูลจากการวิจัยยังสามารถนำไปใช้ในการวางแผนนโยบายด้านที่อยู่อาศัยของภาครัฐเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนได้อย่างเหมาะสม ซึ่งส่งผลต่อการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การเข้าใจปัจจัยที่เพิ่มมูลค่าในตัวบ้านจะช่วยในการพัฒนาที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ และการลงทุนในการเพิ่มมูลค่าให้กับที่อยู่อาศัยจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่น ทั้งในแง่ของการจ้างงานและการหมุนเวียนของเงินในระบบเศรษฐกิจ ในแง่ของวิชาการ ผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการสร้างองค์ความรู้ด้านอสังหาริมทรัพย์ และสามารถนำไปต่อยอดในการศึกษาวิจัยด้านอสังหาริมทรัพย์ในพื้นที่อื่นๆ ต่อไปซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมอสังหาริมทรัพย์ของประเทศในภาพรวม

จากข้อมูลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้าน การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี และความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เพื่อนำผลการวิจัยในครั้งนี้มาเป็นแนวทางในการศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยของประชากรในปัจจุบัน

การทบทวนวรรณกรรม

อนัสรีย์ เพชรขุ้ม (2559) ศึกษา “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง” โดยรวมทุกด้านอยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค

วิมา ศรีเจริญ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ภาพลักษณ์ตราสินค้า การออกแบบ เพื่อนบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05

ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561) วิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 231 คน อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการมีความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวกันที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสม

ทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อัศวพงศ์ ศศิอภิววงศ์ (2563) วิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อการซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาาระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

ขวัญใจ ช่างหล้า (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน และยังมีอิทธิพลต่อการแสดงความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ คือ 1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องเดินทางสะดวก มีตลาดหรือร้านสะดวกซื้อ 2) ปัจจัยด้านกายภาพของบ้าน ต้องการบ้านที่มีห้องนอนล่าง พื้นชั้นล่างไม่มีการเล่นระดับ สวนรอบบ้านต้องให้ความร่มรื่นดูแลง่าย 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ต้องการโครงการที่ให้บริการยามพักผ่อน

งานวิจัยของ Smith, B., Anderson, K., Johnson, M., & Williams, R. (2019) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการออกแบบพื้นที่ใช้สอยอย่างชาญฉลาดสามารถเพิ่มมูลค่าบ้านได้ประมาณ 10-15% โดยเฉพาะการสร้างพื้นที่เอนกประสงค์ที่ยืดหยุ่น เช่น การแปลงใต้หลังคาให้เป็นห้องทำงาน การสร้างพื้นที่เก็บของอย่างเป็นระเบียบ การออกแบบห้องนั่งเล่นที่สามารถแบ่งเป็นมุมทำงานได้ 1. แนวคิดหลัก 1.1) การออกแบบพื้นที่ใช้สอยอย่างชาญฉลาด (Smart Space Design) 1.2) การเพิ่มมูลค่าอสังหาริมทรัพย์ (Property Value Enhancement) 2. ตัวแปรที่ศึกษา 2.1) ตัวแปรต้น: รูปแบบการออกแบบพื้นที่ใช้สอย 2.2) ตัวแปรตาม: มูลค่าบ้านที่เพิ่มขึ้น (10-15%) 3. องค์ประกอบสำคัญ 3.1) ความยืดหยุ่นของพื้นที่ (Space Flexibility) 3.2) การใช้งานแบบเอนกประสงค์ (Multi-functional Usage) 3.3) การจัดการพื้นที่อย่างมีประสิทธิภาพ (Efficient Space Management) 4. แนวทางการประยุกต์ใช้ 4.1) การปรับเปลี่ยนพื้นที่ใต้หลังคา 4.2) การจัดระบบพื้นที่เก็บของ 4.3) การออกแบบพื้นที่เอนกประสงค์ 5. ผลลัพธ์ที่คาดหวัง 5.1) เพิ่มมูลค่าทรัพย์สิน 5.2) เพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

1. เพศ
2. อายุ
3. ระดับการศึกษา
4. รายได้

ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือน

1. ด้านระบบความปลอดภัย
2. ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพงาน
3. ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษ
4. ด้านเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ
5. ด้านการออกแบบและสถาปัตยกรรม
6. ด้านพื้นที่สีเขียวและภูมิทัศน์
7. ด้านความยืดหยุ่นในการใช้งาน
8. ด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว
9. ด้านอายุการใช้งานของหลังคาและวัสดุผนังหลังคา
10. ด้านความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

ตัวแปรตาม

การตัดสินใจซื้อ

1. ด้านสิ่งเร้า
2. ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ
3. ด้านการค้นหาข้อมูล
4. ด้านการประเมินทางเลือก
5. ด้านการตัดสินใจซื้อ

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ตั้งสมมติฐานไว้ดังนี้

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมืองจังหวัดสุราษฎร์ธานี แตกต่างกัน
2. ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่มีกำลังในการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัย ในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ประมาณการประชากรทั้งหมด 189,816คน (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2565) โดยทำ

การคำนวณของกลุ่มในกรณีที่ทราบจำนวนประชากรที่มีจำนวนที่นับได้ ใช้สูตร ทาโร ยามาเน (Taro Yamane,1973) ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ตัวอย่าง

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นการใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกเจาะกลุ่มคนที่กำลังจะวางแผนที่จะซื้อที่อยู่อาศัย เพื่อนำมาวิเคราะห์ ใช้แบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีการคัดกรองผู้ตอบแบบสอบถามก่อนว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความประสงค์ที่จะซื้อบ้านที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานีหรือไม่ โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 คำถามส่วนคัดกรอง ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยเป็นลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกระดับความคิดเห็น ได้แก่ ด้านความปลอดภัย (อนันสรีย์ เพชรขุ้ม, 2559) ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพ ด้านสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษ (วีณา ศรีเจริญ, 2558) ด้านเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพงาน (สุธาร ศรีสุข, 2559) ด้านอำนวยความสะดวกพิเศษ ด้านเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ (Winston และ Pareja Eastaway, 2008) ด้านการออกแบบและสถาปัตยกรรม (Roulac, 2007) ด้านพื้นที่สีเขียวและภูมิทัศน์ด้านความยืดหยุ่นในการใช้งาน ด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว ด้านอายุการใช้งานของหลังคาและวัสดุผนังหลังคา ด้านความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (Winston และ Pareja Eastaway, 2008)

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อบ้านที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นแบบสอบถามที่ให้ผู้ตอบแบบสอบถามแบบปลายปิด จำนวน 5 ด้าน ได้แก่ ด้านสิ่งรื้อ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการค้นหาข้อมูล ด้านการประเมินทางเลือก ด้านการตัดสินใจซื้อ (Kotler, Philip., 2003)

โดยส่วนที่ 3 และ 4 ลักษณะของแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามแบบเลือกตอบเพียงคำตอบเดียว เป็นลักษณะ Likert Scale และวัดข้อมูลประเภทอันตรภาคชั้น (Interval Scale) โดยการให้คะแนนแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale Method) โดยแบ่งออกเป็น 5 ระดับ และมีเกณฑ์การให้คะแนน ดังนี้

ระดับคะแนนในแบบสอบถาม		ระดับความคิดเห็น	
5	คะแนน	หมายถึง	มากที่สุด
4	คะแนน	หมายถึง	มาก
3	คะแนน	หมายถึง	ปานกลาง
2	คะแนน	หมายถึง	น้อย
1	คะแนน	หมายถึง	น้อยที่สุด

โดยใช้เกณฑ์การแปลความหมายของ Likert scale ดังนี้ (บุญธรรม กิจปริดาภิสุทธิ์. 2553, หน้า 197) คือ

ค่าเฉลี่ย	หมายถึง	ระดับความคิดเห็น
4.51-5.00	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมากที่สุด
3.51-4.50	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับมาก
2.51-3.50	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.51-2.50	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อย
1.00-1.50	หมายถึง	เห็นด้วยในระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ 1) ทดสอบความเที่ยงตรงของแบบสอบถามตามเนื้อหา (IOC) ผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน โดยเลือกข้อที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 ส่วนข้อใดมีค่าน้อยกว่า 0.5 ผู้วิจัยนำมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของผู้เชี่ยวชาญ 2) วัดความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาช (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 ราย ได้ค่า α -Coefficient เท่ากับ .937 ซึ่งมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ในระดับสูง (มากกว่า 0.75) จึงนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง

การเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อการค้นคว้าอิสระในครั้งนี้ 1) ได้ส่งแบบสอบถามไปยัง LINE ประชาชนทั่วไปในอำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้แบบสอบถามในรูปแบบ online ผ่านระบบ Google Form <https://forms.gle/dXUKUDY9TEefzYrK7> และ QR Code 2) นำแบบสอบถามที่ได้กลับมาตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติและสรุปผลการวิเคราะห์ โดยหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสัมประสิทธิ์สหพันธ์

ผลการวิจัย

จากการวิจัย เรื่อง ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 321 คน คิดเป็นร้อยละ 8.25 และเพศหญิง จำนวน 79 คน คิดเป็นร้อยละ 19.75 มีอายุ 41-50 ปี จำนวน 214 คน คิดเป็นร้อยละ 53.50 มีสถานโสด จำนวน 264 คน คิดเป็นร้อยละ 66.00 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 284 คน คิดเป็นร้อยละ 71.00 มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001 บาท- 30,000 บาท จำนวน 199 คน คิดเป็นร้อยละ 49.75 มีอาชีพ เกษียณ / วางงาน / พ่อบ้าน / แม่บ้าน จำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ 49.50

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 1 ระดับปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านที่	ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับความคิดเห็น (N=400)		
		\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1	ด้านความปลอดภัย	4.45	.319	มาก
2	ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพงาน	4.51	.417	มากที่สุด
3	ด้านอำนวยความสะดวกพิเศษ	4.25	.332	มาก
4	ด้านเทคโนโลยีและระบบอัจฉริยะ	4.26	.378	มาก
5	ด้านการออกแบบแลสถาปัตยกรรม	4.44	.406	มาก
6	ด้านพื้นที่สีเขียวและภูมิทัศน์	4.27	.321	มาก
7	ด้านความยืดหยุ่นในการใช้งาน	4.37	.394	มาก
8	ด้านการประหยัดค่าใช้จ่ายในระยะยาว	4.45	.338	มาก
9	ด้านอายุการใช้งานของหลังคาและวัสดุผนังหลังคา	4.53	.402	มากที่สุด
10	ด้านความยั่งยืนและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม	4.21	.368	มาก
รวม		4.37	.231	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่าระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัด สุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{X} = 4.37, S.D.= .231) เมื่อพิจารณาค่าเฉลี่ยเป็นรายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากที่สุด 2 ด้าน และระดับมาก 8 ด้าน เรียงตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านอายุการใช้งานของหลังคาและวัสดุผนังหลังคา มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.53, S.D.= .402) ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพงาน มีความพึงพอใจระดับมากที่สุด (\bar{X} = 4.51, S.D.= .417) และด้านความปลอดภัย มีระดับความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} = 4.45, S.D.= .319) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ตารางที่ 2 การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี

ด้านที่	การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี	ระดับความคิดเห็น (N=400)		
		\bar{X}	S.D.	แปลความหมาย
1	ด้านสิ่งเร้า	4.30	.327	มาก
2	ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ	4.43	.379	มาก
3	ด้านการค้นหาข้อมูล	4.30	.328	มาก
4	ด้านการประเมินทางเลือก	4.39	.336	มาก
5	ด้านการตัดสินใจซื้อ	4.42	.313	มาก
รวม		4.37	.250	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก ระดับ (\bar{X} = 4.37, S.D. = .250) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน ค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 ลำดับแรก คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ มีความพึงพอใจระดับมาก (ฉ 4.43, S.D. = .379) ด้านการตัดสินใจซื้อ มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} = 4.42, S.D. = .313) และด้านการประเมินทางเลือก มีความพึงพอใจระดับมาก (\bar{X} = 4.39, S.D. = .336) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยใช้สัมประสิทธิ์สหพันธ์ (Pearson correlation) พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ในภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์ทางบวก (r = .758)

อภิปรายผลการวิจัย

การอภิปรายผลการวิจัยในครั้งนี้ได้อภิปรายผลตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ จากการศึกษาปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในครัวเรือนที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยภาพรวมผู้ตอบแบบสอบถามที่มีเพศต่างกัน การศึกษาที่แตกต่างกัน และรายได้ที่แตกต่างกัน จึงมีระดับความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 231 คน อายุอยู่ในช่วง 31 - 40 ปี รายได้ต่อเดือนอยู่ในช่วง 20,001 - 30,000 บาท สถานะภาพสมรส ระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี และประกอบอาชีพนักธุรกิจ/เจ้าของกิจการ ความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวภาพรวมอยู่ในระดับเห็นด้วยมากที่สุด ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ด้านอายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวที่แตกต่างกัน ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ และด้านกายภาพ มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยว อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครพงศ์ ศศิอภิภูวงศ์ (2563) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคให้ความสนใจต่อการซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีอายุระหว่าง 41-50 ปี มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรีมากที่สุด ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท และมีรายได้ต่อเดือน 50,001-100,000 บาท โดยผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา สถานภาพ รายได้ และอาชีพที่แตกต่างกัน มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพและปริมณฑล

2. จากผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านของที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด และระดับมาก คือ ด้านอายุการใช้งานของหลังคาและวัสดุผนังหลังคา ด้านวัสดุก่อสร้างและคุณภาพงาน และด้านความปลอดภัย ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ นางสาวอนันสรีย์ เพชรขุ่ม (2559) จากการศึกษา ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง โดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ได้แก่ ปัจจัยด้านการให้บริการ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค รองลงมาคือปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อ บ้านจัดสรรของผู้บริโภค ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด เป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการ เลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค

3. จากผลการวิจัย พบว่า การตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่ อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าอยู่ในระดับมาก คือ ด้านการรับรู้ถึงความต้องการ ด้านการตัดสินใจซื้อ และด้านการประเมินทางเลือก ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ วิภา ศรีเจริญ (2558) ได้ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้ง ภาวลักษณะตราสินค้า การออกแบบเพื่อนบ้าน และสิ่งอำนวยความสะดวก ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ ในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยทางสถิติที่ระดับ .05 สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญใจ ช่างหล้า (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้สูงอายุมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้าน และยังมีอิทธิพลต่อการแสดงความเห็นเกี่ยวกับปัจจัยด้านต่างๆ คือ 1) ปัจจัยด้านทำเลที่ตั้งโครงการและสิ่งอำนวยความสะดวก ต้องเดินทางสะดวก มีตลาดหรือร้านสะดวกซื้อ 2) ปัจจัยด้านกายภาพของบ้าน ต้องการบ้านที่มีห้องนอนกลาง พื้นชั้นล่างไม่มีการเล่นระดับ สวนรอบบ้านต้องให้ความร่มรื่นดูแล่ง่าย 3) ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ต้องการโครงการที่ให้บรรยากาศร่มรื่น และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญาภรณ์ เพ็โร (2559) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรี พบว่า ผู้บริโภคให้ความสำคัญด้านเทคโนโลยีมากที่สุด คือ การออกแบบบ้านจัดสรรให้มีความประหยัดพลังงานมากขึ้น การใช้วัสดุตกแต่งและเครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีความทันสมัย รวมถึงรูปแบบการก่อสร้างบ้านที่สะดวก รวดเร็ว และมีนวัตกรรม

4. จากผลการวิจัย พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีความสัมพันธ์ในระดับค่อนข้างสูง และมีความสัมพันธ์ทางบวก สอดคล้องกับงานวิจัยของ นายสุธาร ศรีสุข (2559) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล จากข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กรณีศึกษา รวมจำนวน 8 คน ในส่วนบุคคล พบว่า คุณลักษณะส่วนบุคคลของกรณีศึกษา ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย มีอายุระหว่าง 30-40 ปี อาชีพ พนักงานบริษัทเอกชน สถานภาพสมรสแล้ว ระดับการศึกษา

ปริญญาตรี รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 70,000 บาท จำนวนสมาชิกในครอบครัว 3-4 คน พฤติกรรมการเลือกซื้อบ้าน ส่วนมากเพื่ออยู่อาศัยเอง วัตถุประสงค์ในการเลือกซื้อบ้านของกรณีศึกษา เป็นการแยกครอบครัว/แต่งงาน และต้องการเปลี่ยน ที่อยู่ใหม่ ผู้มีอิทธิพลในการซื้อคือ บุคคลในครอบครัว กรณีศึกษาส่วนใหญ่ใช้ระยะเวลาในการ ตัดสินใจซื้อ 12 เดือน ราคาบ้านที่สนใจมากที่สุดคือ 3,000,000 บาท – 3,500,000 บาท ขนาดที่ดิน ที่เลือกซื้อมากที่สุด 38-50 ตารางวา พื้นที่ใช้สอยที่เลือกมากที่สุด คือ 140-145 ตารางเมตร รูปแบบ บ้านที่เลือกซื้อ มากที่สุดคือ สไตล์โมเดิร์น ขนาด 3 ห้องนอน 3 ห้องน้ำ ต้องการที่จอดรถ 2 คัน ในส่วนปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝด ด้วยการวิเคราะห์ปัจจัยทั้งหมด 7 ปัจจัย ในภาพรวมพบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ให้ความสำคัญกับรูปแบบและสไตล์บ้าน จำนวนห้องนอนและห้องน้ำ มีระบบกันขโมย ปัจจัยด้านการจัดจำหน่าย ให้ความสำคัญกับการให้ข้อมูลของพนักงานขายและการมีบ้านตัวอย่างให้ชมก่อน ตัดสินใจ ปัจจัยด้านราคา ให้ความสำคัญกับราคาบ้านตามงบประมาณที่มีความคุ้มค่ากับสิ่งที่ได้ มีการเปรียบเทียบ ราคาบ้านกับโครงการอื่นก่อนตัดสินใจ และต้องการอัตราดอกเบี้ยเงินกู้ต่ำ การจัดเก็บค่าสาธารณูปโภคส่วนกลางที่เหมาะสม ปัจจัยด้านส่งเสริมการขาย ให้ความสำคัญกับ ส่วนลด ราคาบ้าน และ อุปกรณ์ของแถมตัวบ้าน เช่น มุ้งลวดและชุดครัวสำเร็จรูป การจัดสวน ปัจจัยด้านทำเล ที่ตั้ง ให้ความสำคัญกับ ทำเลที่ตั้งที่อยู่ใกล้ถนนใหญ่ ใกล้ทางด่วน ใกล้รถไฟฟ้า และ ห้างสรรพสินค้า ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ให้ความสำคัญกับ การรักษาความปลอดภัย และสโมสรสระว่ายน้ำ ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อม ให้ความสำคัญกับการออกแบบ ผังโครงการ พื้นที่ส่วนกลาง และสภาพชุมชนใกล้เคียงโครงการ

ข้อเสนอแนะ

จากการศึกษาปัจจัยการเพิ่มมูลค่าในตัวบ้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปประยุกต์ใช้ได้ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการศึกษาไปใช้

จากผลการศึกษา ระดับการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยพบว่าปัจจัยด้านการประหยัดส่งผลต่อความตั้งใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยจึงควรที่จะออกแบบบ้านในรูปแบบที่ประหยัด ออกแบบบ้านให้มีความยืดหยุ่นสามารถปรับเปลี่ยนต่อเติมได้ง่าย เพื่อเป็นการสร้างแรงจูงใจในการตัดสินใจเลือกที่อยู่อาศัย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการสร้างแรงจูงใจต่างๆที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อที่อยู่อาศัยในเขตพื้นที่อำเภอเมือง จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสานเก็บข้อมูลให้หลายอำเภอ ทั้งวิธีวิจัยเชิงปริมาณร่วมกับวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์และสร้างความน่าเชื่อถือของผลการวิจัย

บรรณานุกรม

- ขวัญใจ ช่างหล่า (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวราคามากกว่า 5 ล้านบาทของผู้บริโภคที่มีผู้สูงอายุในครอบครัว ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- ธัญวิษณุ ศิริทัฬห (2561). การตัดสินใจซื้อบ้านเดี่ยวของผู้บริโภคในเขตพื้นที่เขตหนองจอก กรุงเทพมหานคร. หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ. (2553). สถิติวิเคราะห์เพื่อการวิจัย. พิมพ์ครั้งที่ 5. กรุงเทพฯ: เรือนแก้วการพิมพ์.
- ปรัชญาภรณ์ เพโร (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดจันทบุรีภายใต้การปล่อยสินเชื่อบ้านของสถาบันการเงิน. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา
- วีณา ศรีเจริญ. (2558). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านจัดสรรของข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจในเขตจังหวัดนนทบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- สำนักงานสถิติจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2566). ประชากรรายอำเภอจังหวัดสุราษฎร์ธานี. [ระบบออนไลน์]. สืบค้นจาก <https://shorturl.asia/ZYmuB>
- สุธาร ศรีสุข. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อบ้านแฝดของผู้บริโภค ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์.
- อนันสรีย์ เพชรขุ้ม. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อบ้านจัดสรรของผู้บริโภค ในอำเภอปลวกแดง จังหวัดระยอง. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี, สาขาวิชาการบริหารงานก่อสร้างและสาธารณูปโภค.
- อัครพงศ์ ศศิอภิภูวงศ์ (2563). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อบ้านเดี่ยวในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจอาเซียน. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต
- Kotler, Philip. (2003). Marketing Management. Prentice Hall.
- Nessa Winston & Montserrat Pareja Eastaway, 2008. "Sustainable Housing in the Urban Context: International Sustainable Development Indicator Sets and Housing," Social Indicators Research: An International and Interdisciplinary Journal for Quality-of-Life Measurement, Springer, vol. 87(2), pages 211-221, June.
- Roulac, S.E. (2007), "Brand+beauty+utility=property value", Property Management, Vol. 25 No. 5, pp. 428-446. <https://doi.org/10.1108/02637470710824711>
- Smith, B., Anderson, K., Johnson, M., & Williams, R. (2019). Smart space design and property value enhancement: A comprehensive analysis of residential space optimization. Journal of Real Estate and Urban Development, 15(3), 245-267.
- Yamane, T. (1967). Statistics : An introductory analysis. New York : Harper & Row.

การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ของตระกูลใหญ่ในกลุ่มธุรกิจสุขภาพจาก
ข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ย้อนหลัง 20 ปี ในช่วงระยะเวลาระหว่าง ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2564
(ช่วงรัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และ รัฐบาลประยุทธ์)

นันทพันธ์ ศุภณัฏฐพงศ์

E-mail : s.nuntapun@outlook.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ด้านเศรษฐกิจและการเมืองในประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการศึกษาความสัมพันธ์ทางเครือญาติและการครองอำนาจของตระกูลใหญ่ในประเทศไทย ผ่านข้อมูลจากตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2564 โดยใช้เครื่องมือการวิเคราะห์เครือข่าย (Social Network Analysis: SNA) มาศึกษาเกี่ยวกับโครงสร้างเครือข่ายความสัมพันธ์ทางเครือญาติของตระกูลใหญ่ และแนวโน้มการมีอิทธิพลด้านการเมืองในช่วงระยะเวลา 3 รัฐบาล ได้แก่ ช่วงรัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และรัฐบาลประยุทธ์ โดยเลือกศึกษาเครือข่ายทางสังคมของตระกูลใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉพาะข้อมูลกลุ่มธุรกิจสุขภาพ โดยมีระยะเวลาที่ศึกษาย้อนหลัง 20 ปี ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2564 เพื่อศึกษาลักษณะของเครือข่ายทางสังคมของตระกูลใหญ่และแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเครือข่ายและความมั่งคั่งตามกาลเวลาในแต่ละช่วงเวลาของขั้วการเมืองที่ต่างกัน ผลการศึกษาพบว่า เครือข่ายทางสังคมของตระกูลใหญ่มีบทบาทสำคัญในการสะสมทุนและกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจในช่วงเวลาที่แตกต่างกัน ทั้งนี้การควบคุมและบริหารเครือข่ายดังกล่าวมีผลต่อความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจและการเมืองของไทย งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการสร้างความสมดุลระหว่างเครือข่ายธุรกิจสุขภาพและการบริหารงานของภาครัฐ เพื่อส่งเสริมความเท่าเทียมและความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจการเมืองไทย

คำสำคัญ : เครือข่ายทางสังคม, ตระกูลใหญ่, ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย, การเมืองไทย, รัฐบาลทักษิณ, รัฐบาลยิ่งลักษณ์, รัฐบาลประยุทธ์, ธุรกิจสุขภาพ

บทนำ

การเมืองในระบบประชาธิปไตยทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศ มีลักษณะการแบ่งขั้วทางการเมืองแบบ “ซ้าย/ขวา” ซึ่งถือกำเนิดมาจากการปฏิวัติฝรั่งเศส โดยฝ่ายขวาสันับสนุนการรักษาระเบียบประเพณี ส่วนฝ่ายซ้ายคือกลุ่มคนที่ต้องการปลดปล่อยสังคมจากความเหลื่อมล้ำ แม้การแบ่งขั้วทางการเมืองจะชัดเจน แต่นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจ มักได้รับการหยิบยกมาเป็นหัวใจสำคัญในช่วงหาเสียงของพรรคการเมืองทั้งสองขั้ว

เพราะเป็นปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อประชาชน หากเศรษฐกิจถดถอยมักนำไปสู่จุดเริ่มต้นของปัญหาสังคมด้านอื่น ๆ ตามมาที่อาจจะส่งผลกระทบต่อความปลอดภัยและชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง

ในช่วงสิ้นยุคสงครามโลกครั้งที่ 2 สภาพเศรษฐกิจและสภาพสังคมในหลายประเทศโดยเฉพาะประเทศด้อยการพัฒนาหลาย ๆ ประเทศ ภาครัฐให้ความสำคัญกับการพัฒนาเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยชี้วัดด้วยตัวเลขผลิตภัณฑ์มวลรวมในประเทศ (GDP) หรือผลิตภัณฑ์มวลรวมประชาชาติ (GNP) หรือรายได้ต่อหัว (PCI) ในการประเมินการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและประสิทธิภาพของผู้นำและนักการเมือง แต่ในความเป็นจริงมักมีความล้มเหลวในการส่งมอบผลงานตามนโยบายที่หาเสียงไว้ช่วงเลือกตั้งไว้ได้ จากปัจจัยหลาย ๆ ด้าน เช่น สภาพเศรษฐกิจโลก สงคราม หรือความขัดแย้งระหว่างประเทศหรือภายในประเทศ ภัยธรรมชาติ โรคระบาด การรัฐประหาร และการคอร์รัปชันที่เอื้อประโยชน์ส่วนตนและพวกพ้องมากกว่าประโยชน์ส่วนรวม

ในประเทศไทยเองการคอร์รัปชันและการเอื้อประโยชน์มักเกี่ยวข้องกับเครือข่ายตระกูลใหญ่ ซึ่งมีอิทธิพลสำคัญในการกำหนดบทบาท กำหนดทิศทางการเมืองและเศรษฐกิจของประเทศ การเชื่อมโยงดังกล่าวมักเกิดในลักษณะเครือญาติหรือความใกล้ชิด เช่น การเอื้อประโยชน์ระหว่างข้าราชการและธุรกิจของตระกูลใหญ่ เช่น การอนุมัติงบประมาณให้บริษัทที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มเครือญาติเหล่านี้ ซึ่งนำไปสู่ความเสียหายต่อส่วนรวมเป็นจำนวนมากยิ่งขึ้น และก่อให้เกิดการเสียโอกาสในการนำงบประมาณประเทศซึ่งมาจากภาษีประชาชนไปใช้ประโยชน์ต่อประชาชนในวงกว้างอีกด้วย

งานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis: SNA) ของกลุ่มตระกูลใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจสุขภาพ เป็นระยะเวลา 20 ปี ย้อนหลังในระหว่างปี พ.ศ. 2544 – 2564 หรืออ้างอิงจากยุครัฐบาล 3 รัฐบาล ได้แก่ รัฐบาลทักษิณ (ปี พ.ศ. 2544 – 2549) รัฐบาลยิ่งลักษณ์ (ปี พ.ศ. 2550 – 2557) และรัฐบาลประยุทธ์ (ปี พ.ศ. 2558 – 2564) โดยมุ่งเน้นศึกษาบทบาทของธุรกิจสุขภาพที่อาจขยายกลุ่มเครือข่ายจากนโยบายภาครัฐและการเปลี่ยนแปลงประชากร เช่น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ โดยเน้นสร้างความเข้าใจเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายทางสังคมของธุรกิจและการเมือง เพื่อเสนอแนวทางสำหรับการพัฒนาระบบเศรษฐกิจการเมืองไทยให้เกิดความเท่าเทียมกันและยั่งยืนในอนาคต

วัตถุประสงค์

1) เพื่อนำเครื่องมือการวิเคราะห์เครือข่าย (Social Network Analysis) มาศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ทางเครือญาติของกรรมการบริษัทในกลุ่มธุรกิจสุขภาพจากข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาข้อมูลย้อนหลัง 20 ปี ในช่วงระยะเวลาระหว่าง ปี พ.ศ. 2544 ถึง 2564

2) เพื่อให้ทราบถึงลักษณะเครือข่ายทางสังคมของกรรมการบริษัทในกลุ่มธุรกิจสุขภาพจากข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระยะเวลาสำคัญต่างๆทางการเมือง ได้แก่ ช่วงรัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และ รัฐบาลประยุทธ์

3) เพื่อศึกษาวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของเครือข่ายทางสังคมและความสอดคล้องกับความมั่งคั่งตามกาลเวลาโดยเฉพาะของตระกูลใหญ่ ในกลุ่มธุรกิจสุขภาพในแต่ละช่วงเวลาของชีวิตที่แตกต่างกัน

ทบทวนวรรณกรรม

ธุรกิจสุขภาพในประเทศไทยเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่เติบโตเร็วที่สุดในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมา โดยปัจจัยสำคัญที่ผลักดันการเติบโตนี้ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างประชากร เช่น การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุที่เพิ่มความต้องการบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง เช่น การดูแลระยะยาว (Long-term care) และการฟื้นฟูสมรรถภาพ การพัฒนาทางเทคโนโลยี เช่น การแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และการใช้อุปกรณ์ดิจิทัลในระบบสุขภาพ รวมถึงความตระหนักด้านสุขภาพที่เพิ่มขึ้นหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้ การสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคและการส่งเสริมไทยให้เป็นศูนย์กลางการแพทย์ในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมการเติบโต

ธุรกิจสุขภาพยังรวมถึงธุรกิจที่เกี่ยวข้อง เช่น การผลิตยาและเวชภัณฑ์ การลงทุนในโรงพยาบาลเอกชน การเปิดศูนย์สุขภาพเฉพาะทาง และการให้บริการดูแลสุขภาพที่บ้าน การเปลี่ยนแปลงในตลาดนี้สะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญทางเศรษฐกิจและโอกาสที่เปิดกว้างสำหรับกลุ่มนักลงทุน โดยเฉพาะตระกูลใหญ่ที่ครอบครองทรัพยากรและเครือข่ายที่สามารถขยายการลงทุนในธุรกิจสุขภาพอย่างต่อเนื่อง

งานวิจัยนี้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีทางเศรษฐศาสตร์และการเมืองเพื่อวิเคราะห์บทบาทของตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพ ดังนี้

1) **โครงสร้างตลาด (Structure-Conduct-Performance: SCP)** อธิบายว่าตลาดสุขภาพในประเทศไทยมีลักษณะโครงสร้างที่เอื้อต่อการผูกขาดหรือการครอบครองของตระกูลใหญ่ เช่น การควบคุมโดยกลุ่มธุรกิจใหญ่ที่มีอำนาจต่อรองสูง การวิเคราะห์นี้ช่วยให้เข้าใจความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างตลาด พฤติกรรมผู้ประกอบการ และผลลัพธ์ในเชิงเศรษฐกิจ

2) **ทฤษฎีทางการเมืองภายใต้ความสัมพันธ์แบบอุปถัมภ์ (Political Clientelism)** อธิบายการเชื่อมโยงระหว่างนักการเมืองและธุรกิจสุขภาพในลักษณะอุปถัมภ์ เช่น การแลกเปลี่ยนผลประโยชน์ระหว่างกลุ่มตระกูลใหญ่และผู้มีอำนาจทางการเมือง ซึ่งนำไปสู่การสนับสนุนเชิงนโยบายที่เอื้อประโยชน์ต่อธุรกิจสุขภาพ

ส่วนการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) เป็นเครื่องมือที่ใช้วิเคราะห์ความสัมพันธ์ในเครือข่ายสังคม โดยเฉพาะการศึกษาความเชื่อมโยงระหว่างบุคคลหรือกลุ่มองค์กรที่มีบทบาทในธุรกิจสุขภาพ ตัวชี้วัดสำคัญในการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) ระดับการเชื่อมโยง (Degree Centrality) และความสำคัญของจุดในเครือข่าย (Betweenness Centrality) ช่วยให้เข้าใจโครงสร้างและอิทธิพลของตระกูลใหญ่

ในบริบทของธุรกิจสุขภาพการวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ช่วยระบุความสัมพันธ์ระหว่างนักการเมืองและตระกูลใหญ่ที่ครองธุรกิจ เช่น การเชื่อมโยงกับนักการเมืองที่มีอำนาจ

อนุมัติโครงการสุขภาพ หรือการสนับสนุนจากหน่วยงานรัฐที่เกี่ยวข้อง การใช้การวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคม (Social Network Analysis) ช่วยเผยให้เห็นโครงสร้างที่ซับซ้อนของเครือข่ายที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดนโยบายและการเติบโตของธุรกิจสุขภาพ

การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์บทบาทของเครือข่ายตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพ โดยทบทวนวรรณกรรมเกี่ยวกับโครงสร้างเครือข่าย อิทธิพลของธุรกิจในตลาดหลักทรัพย์ และความสัมพันธ์ระหว่างเศรษฐกิจ การเมือง และการพัฒนา วรรณกรรมในช่วง 20 ปี (ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2544 - 2564) ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของเครือข่ายที่เชื่อมโยงกลุ่มธุรกิจและการเมืองในลักษณะอุปถัมภ์และการสะสมทุน ดังงานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังต่อไปนี้

งานศึกษาของ Granovetter (1985) ระบุว่าความสัมพันธ์ในเครือข่ายธุรกิจมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการเติบโตทางเศรษฐกิจ ความไว้วางใจระหว่างเครือข่ายช่วยลดความไม่แน่นอนในการดำเนินธุรกิจและสร้างพันธมิตรที่มั่นคง งานนี้เป็นรากฐานสำหรับการวิเคราะห์เครือข่ายตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพของไทย

Wright et al. (2010) ศึกษาเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายธุรกิจและอำนาจทางการเมืองในตลาดเกิดใหม่ พบว่าเครือข่ายที่มีความใกล้ชิดกับภาครัฐมักได้รับสิทธิประโยชน์ เช่น การอนุมัติโครงการหรือการสนับสนุนทางการเงิน สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นในประเทศไทยที่ตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพมักได้รับการสนับสนุนจากนโยบายรัฐ เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค

งานวิจัยของ Claessens, Djankov, และ Lang (2000) วิเคราะห์การกระจุกตัวของอำนาจในกลุ่มธุรกิจครอบครัวในเอเชีย พบว่าตระกูลใหญ่ในหลายประเทศ รวมถึงไทย มีบทบาทสำคัญในการควบคุมบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าสูง เช่น ธุรกิจสุขภาพ

ในบริบทของประเทศไทย Sooksripaisarnkit (2017) ศึกษาการเติบโตของธุรกิจสุขภาพในช่วงรัฐบาลทักษิณและยิ่งลักษณ์ ชี้ให้เห็นว่านโยบายสาธารณสุข เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค ช่วยเพิ่มการเข้าถึงบริการสุขภาพของประชาชนและสนับสนุนการลงทุนในธุรกิจสุขภาพ โดยตระกูลใหญ่มีบทบาทสำคัญในกระบวนการลงทุนและการบริหารงาน

นอกจากนี้ Wattanakuljarus และ Coxhead (2008) วิเคราะห์ผลกระทบของนโยบายเศรษฐกิจในไทยต่ออุตสาหกรรมสุขภาพ พบว่าการเปลี่ยนแปลงนโยบายภาครัฐและความสัมพันธ์กับกลุ่มนักธุรกิจส่งผลต่อโครงสร้างและการเติบโตของธุรกิจสุขภาพ เช่น การลงทุนในโรงพยาบาลเอกชนและการพัฒนาบริการสุขภาพเฉพาะทาง

การศึกษาทบทวนวรรณกรรมนี้แสดงให้เห็นว่าเครือข่ายตระกูลใหญ่ในประเทศไทยมีบทบาทสำคัญในการพัฒนาเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในธุรกิจสุขภาพ ความสัมพันธ์ทางเครือญาติและเครือข่ายทางการเมืองสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน แต่ในขณะเดียวกัน อาจก่อให้เกิดความเหลื่อมล้ำและการรวมศูนย์อำนาจ ซึ่งเป็นประเด็นที่สำคัญต่อการกำหนดนโยบายเพื่อพัฒนาเศรษฐกิจการเมืองในประเทศไทยอย่างยั่งยืนในอนาคต

ธุรกิจสุขภาพในประเทศไทยประกอบด้วยหลายกลุ่มที่มีลักษณะการเติบโตและการแข่งขันที่หลากหลาย โดยแบ่งได้เป็น 3 กลุ่มหลัก ได้แก่ ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ และธุรกิจเทคโนโลยีสุขภาพ

1) ธุรกิจบริการด้านสุขภาพ (Healthcare Services) ประกอบด้วยโรงพยาบาล คลินิก และสถานพยาบาลอื่น ๆ ทั้งจากภาครัฐและเอกชน โรงพยาบาลเอกชนมีบทบาทสำคัญในตลาดโดยมุ่งเน้นการบริการที่มีคุณภาพและหลากหลาย เช่น การรักษาพยาบาลขั้นสูงและบริการทางการแพทย์เฉพาะทาง การแข่งขันในกลุ่มนี้สูง เนื่องจากต้องตอบสนองต่อความต้องการของผู้ป่วยทั้งในและต่างประเทศ

2) ธุรกิจผลิตภัณฑ์สุขภาพ (Healthcare Products) ครอบคลุมยารักษาโรค อาหารเสริม เครื่องมือแพทย์ และเครื่องสำอาง ธุรกิจนี้มีผู้ประกอบการหลายพันราย และมีการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการที่ประชาชนให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น เช่น การบริโภคผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและเครื่องสำอางที่เน้นส่วนผสมจากธรรมชาติ การแข่งขันในกลุ่มนี้มักเน้นนวัตกรรมผลิตภัณฑ์และการตอบสนองต่อกระแสสุขภาพ

3) ธุรกิจเทคโนโลยีสุขภาพ (Health Tech) การใช้เทคโนโลยี เช่น Telemedicine และอุปกรณ์สุขภาพอัจฉริยะ (Smart Health Devices) กำลังเติบโตอย่างรวดเร็วหลังการระบาดของโควิด-19 ตัวอย่างเช่น สมาร์ทวอตช์ที่สามารถติดตามสุขภาพ เช่น อัตราการเต้นของหัวใจและระดับออกซิเจนในเลือด การเติบโตของกลุ่มนี้ได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน

โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อโครงสร้างและการแข่งขัน คือ การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากร การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุเพิ่มความต้องการบริการดูแลสุขภาพเฉพาะทาง นโยบายภาครัฐ เช่น การส่งเสริมการลงทุนในโรงพยาบาลเอกชน การพัฒนามาตรฐานระดับสากลในระบบสุขภาพ และการพัฒนานวัตกรรมและเทคโนโลยี เช่น การใช้นวัตกรรมเพื่อเพิ่มมูลค่าบริการและผลิตภัณฑ์สุขภาพ ทั้งนี้ธุรกิจสุขภาพในประเทศไทยยังคงเติบโตอย่างต่อเนื่องและมีศักยภาพสูงในการพัฒนาเพื่อรองรับความต้องการในอนาคต ทั้งจากประชากรภายในประเทศและนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจากต่างประเทศ การสนับสนุนจากภาครัฐและการปรับตัวของผู้ประกอบการเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ธุรกิจนี้สามารถแข่งขันได้ในระดับสากล

ขอบเขตการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์โครงสร้างเครือข่ายทางสังคมและบทบาทของตระกูลใหญ่ในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยศึกษาเฉพาะธุรกิจสุขภาพในช่วงปี พ.ศ. 2544 - 2564 ซึ่งครอบคลุมสามช่วงรัฐบาล ได้แก่ รัฐบาลทักษิณ ยิ่งลักษณ์ และประยุทธ์

การกำหนดกรอบการวิจัยและคำถามวิจัย

กรอบแนวคิดหลักที่ใช้ในการศึกษาประกอบด้วยทฤษฎีเครือข่ายทางสังคม (Social Network Theory) ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy) และแนวคิดทุนทางสังคม (Social

Capital) ซึ่งช่วยวิเคราะห์ความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการเมืองในเครือข่ายตระกูลใหญ่ โดยคำถามวิจัยเน้นถึงลักษณะและบทบาทของเครือข่ายในการสะสมทุนและอำนาจในธุรกิจสุขภาพ

การออกแบบการวิจัย

การออกแบบวิจัยใช้การวิเคราะห์เชิงเวลา (Comparative Temporal Analysis) โดยเปรียบเทียบโครงสร้างเครือข่ายในแต่ละช่วงเวลา เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) และอัตราการเชื่อมโยง (Degree Centrality) เพื่อทำความเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของเครือข่ายตระกูลใหญ่ในแต่ละรัฐบาล

แหล่งข้อมูลและวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลหลักมาจากฐานข้อมูลตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย (SET) รายงานประจำปีของบริษัท และข้อมูลการถือหุ้นในบริษัทธุรกิจสุขภาพ ข้อมูลเหล่านี้นำมาใช้สร้างเครือข่ายทางสังคมเพื่อแสดงถึงความเชื่อมโยงระหว่างตระกูลใหญ่และธุรกิจต่าง ๆ

การวิเคราะห์ข้อมูลด้วย Social Network Analysis (SNA)

Social Network Analysis ถูกนำมาใช้เพื่อวิเคราะห์โครงสร้างเครือข่าย โดยใช้ตัวชี้วัดสำคัญ เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย ความเป็นศูนย์กลาง และการเชื่อมโยงในเครือข่าย วิธีนี้ช่วยแสดงบทบาทและอิทธิพลของตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพและผลกระทบต่อเศรษฐกิจในภาพรวม

การเปรียบเทียบข้อมูลระหว่างช่วงเวลารัฐบาลต่าง ๆ

การเปรียบเทียบเชิงเวลาทำให้สามารถระบุการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้างเครือข่ายของตระกูลใหญ่ รวมถึงการสะสมทุนในธุรกิจสุขภาพที่ได้รับอิทธิพลจากนโยบายของแต่ละรัฐบาล เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรคในรัฐบาลทักษิณ ที่ช่วยกระตุ้นการเติบโตของธุรกิจสุขภาพ

การวิเคราะห์ผลและสรุปผลวิจัย

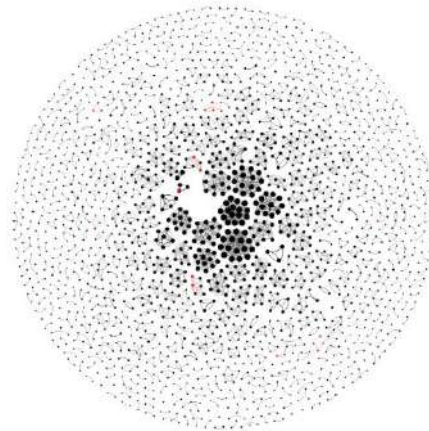
ข้อมูลจากการวิเคราะห์ SNA ถูกนำมาสรุปเพื่ออธิบายบทบาทของเครือข่ายในแต่ละช่วงเวลา และผลกระทบต่อความมั่งคั่งของตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพ นอกจากนี้ยังเปรียบเทียบลักษณะของเครือข่ายในช่วงเวลาต่างๆ เพื่อระบุแนวโน้มและผลลัพธ์ที่สำคัญของการเปลี่ยนแปลงทางการเมืองและเศรษฐกิจ

งานวิจัยนี้จึงเป็นการประยุกต์ใช้วิธีวิเคราะห์เครือข่ายทางสังคมในการศึกษาโครงสร้างเศรษฐกิจและการเมืองไทย โดยเน้นถึงความสัมพันธ์เชิงระบบที่มีผลต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมในอนาคต

ผลการวิจัย

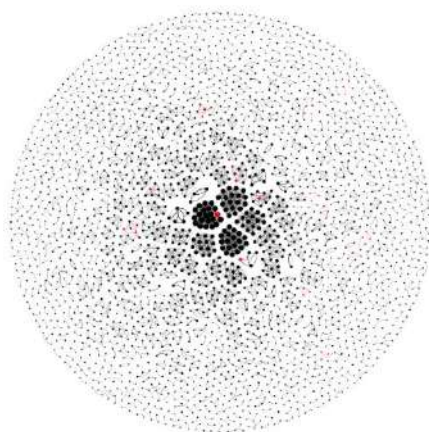
ผลการวิเคราะห์โครงสร้างเครือข่ายทางสังคมของตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย โดยมุ่งเน้นการเปรียบเทียบเครือข่ายในช่วง 3 รัฐบาล ได้แก่ รัฐบาลทักษิณ รัฐบาลยิ่งลักษณ์ และรัฐบาลประยุทธ์ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 3 ส่วนสำคัญ ได้แก่ การวิเคราะห์ภาพรวมเครือข่าย การเปรียบเทียบค่าความเชื่อมโยง และการเปรียบเทียบโครงสร้างเครือข่ายกับบทบาทของตระกูลใหญ่

ภาพรวมของค่าการวิเคราะห์เครือข่าย



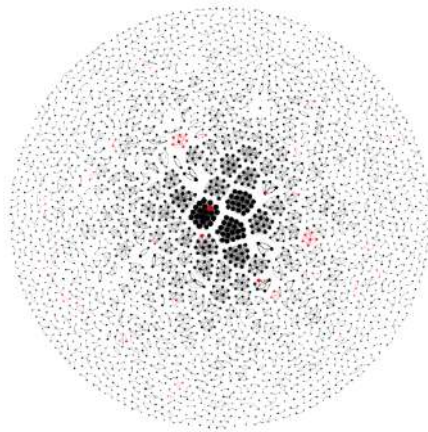
Nodes	2,189
Edges	3,238
Average Degree	0.958
Graph Density	0.001350
Most Degree	Lee / Chirathivat (15)
# Node in Healthcare	56
Most Degree	PARAMES KRAIRIKSH (9)
Company	BANGKOK DUSIT MEDICAL SERVICES PUBLIC COMPANY LIMITED

ในช่วงรัฐบาลทักษิณ เครือข่ายมีลักษณะรวมศูนย์มาก (Centralized Network) โดยตระกูลใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในธุรกิจสุขภาพสามารถขยายอำนาจผ่านการเชื่อมโยงกับกลุ่มธุรกิจอื่นและภาครัฐ นโยบายสนับสนุน เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค ช่วยเพิ่มโอกาสการลงทุนในโรงพยาบาลเอกชนและบริการทางการแพทย์ ส่งผลให้ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) สูงขึ้น



Nodes	2,892
Edges	4,236
Average Degree	2.929
Graph Density	0.001013
Most Degree	Lee (20) / Chirathivat (18)
# Node in Healthcare	87
Most Degree	JENNIFER GEK CHOO LEE (20)
Company	BUMRUNGRAD HOSPITAL PUBLIC COMPANY LIMITED

ในช่วงรัฐบาลยิ่งลักษณ์ โครงสร้างเครือข่ายเริ่มเปลี่ยนแปลง โดยมีการเชื่อมโยงเพิ่มเติมจากกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีทางการแพทย์ เครือข่ายเริ่มกระจายตัวมากขึ้น (Decentralized Network) ซึ่งสะท้อนถึงการเพิ่มขึ้นของผู้เล่นใหม่ในธุรกิจสุขภาพ



Nodes	3,114
Edges	4,838
Average Degree	3.107
Graph Density	0.000998
Most Degree	Chirathivat (21)
# Node in Healthcare	115
Most Degree	PRIN CHIRATHIVAT (21)
Company	BUMRUNGRAD HOSPITAL PUBLIC COMPANY LIMITED

ในช่วงรัฐบาลประยุทธ์ ความหลากหลายของเครือข่ายเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสุขภาพและอุปกรณ์การแพทย์ที่ได้รับการสนับสนุนจากนโยบายรัฐ เช่น การพัฒนาการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และอุปกรณ์สุขภาพอัจฉริยะ (Smart Health Devices) ตัวชี้วัดความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) แสดงถึงการขยายตัวของเครือข่ายที่เปิดกว้างขึ้น

การเปรียบเทียบค่าความเชื่อมโยงของเครือข่าย

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของค่าความเชื่อมโยง เช่น ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) และ ค่าความเป็นศูนย์กลางระหว่างจุด (Betweenness Centrality) ในแต่ละยุค เครือข่ายในรัฐบาลทักษิณมีค่า Betweenness สูง แสดงถึงการควบคุมการเชื่อมโยงของกลุ่มตระกูลใหญ่ ในขณะที่รัฐบาลยิ่งลักษณ์และประยุทธ์ ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) มีแนวโน้มกระจายตัวมากขึ้น สะท้อนถึงความหลากหลายในบทบาทของเครือข่ายใหม่ๆ ที่เพิ่มขึ้น

การเปรียบเทียบโครงสร้างเครือข่ายกับตระกูลใหญ่ใน 3 รัฐบาล

เครือข่ายในรัฐบาลทักษิณมีลักษณะการรวมศูนย์รอบตระกูลใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะในธุรกิจโรงพยาบาลและเวชภัณฑ์ รัฐบาลยิ่งลักษณ์เพิ่มความเชื่อมโยงในกลุ่มธุรกิจสุขภาพเฉพาะทาง เช่น ศูนย์การแพทย์เฉพาะด้าน ขณะที่รัฐบาลประยุทธ์ขยายเครือข่ายไปยังธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างเศรษฐกิจและการเมือง

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นถึงบทบาทสำคัญของเครือข่ายตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพ และการเปลี่ยนแปลงของเครือข่ายที่ได้รับอิทธิพลจากนโยบายรัฐในแต่ละช่วงเวลา ซึ่งส่งผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและโครงสร้างทางสังคมของประเทศไทยอย่างมีนัยสำคัญ

สรุปและอภิปรายผล

การวิจัยนี้วิเคราะห์โครงสร้างเครือข่ายทางสังคมของตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย ในช่วงระหว่างปี พ.ศ. 2544 - 2564 โดยเปรียบเทียบใน 3 ช่วงรัฐบาล ได้แก่ รัฐบาลทักษิณ ยิ่งลักษณ์ และประยุทธ์ เพื่อทำความเข้าใจบทบาทของเครือข่ายและผลกระทบต่อการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมไทย

ในช่วงรัฐบาลทักษิณ เครือข่ายมีลักษณะรวมศูนย์สูง (Centralized Network) โดยตระกูลใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในธุรกิจสุขภาพสามารถขยายอำนาจได้อย่างชัดเจน การสนับสนุนจากนโยบายรัฐบาล เช่น โครงการ 30 บาทรักษาทุกโรค ช่วยกระตุ้นการลงทุนในธุรกิจสุขภาพ โดยเฉพาะโรงพยาบาลเอกชน ศูนย์การแพทย์เฉพาะทาง และธุรกิจเวชภัณฑ์ ความหนาแน่นของเครือข่าย (Graph Density) สูงขึ้นในยุคนี้เนื่องจากการเชื่อมโยงที่แข็งแกร่งระหว่างกลุ่มธุรกิจและภาครัฐ

รัฐบาลยิ่งลักษณ์ การกระจายตัวของเครือข่ายเริ่มเพิ่มขึ้น (Decentralized Network) โดยเฉพาะการเพิ่มบทบาทของกลุ่มธุรกิจเทคโนโลยีทางการแพทย์และการลงทุนในธุรกิจเฉพาะทาง เช่น ศูนย์ฟื้นฟูสมรรถภาพและธุรกิจดูแลผู้สูงอายุ การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนถึงความหลากหลายของผู้เล่นในตลาดที่เพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ความเชื่อมโยงระหว่างกลุ่มธุรกิจและภาครัฐยังคงมีอยู่ แต่เริ่มกระจายไปยังเครือข่ายธุรกิจขนาดกลางมากขึ้น

รัฐบาลประยุทธ์ เครือข่ายมีลักษณะเปิดกว้างและมีการเชื่อมโยงที่หลากหลายมากขึ้น โดยเฉพาะกลุ่มธุรกิจที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง เช่น การพัฒนาการแพทย์ทางไกล (Telemedicine) และอุปกรณ์สุขภาพอัจฉริยะ (Smart Health Devices) การสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การพัฒนาเทคโนโลยีทางการแพทย์ การส่งเสริมการลงทุนในโรงพยาบาลเอกชน และการเตรียมความพร้อมรับมือกับสังคมผู้สูงอายุ ช่วยกระตุ้นการเติบโตของเครือข่ายในยุคนี้

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าตระกูลใหญ่ในธุรกิจสุขภาพใช้เครือข่ายทางสังคมเพื่อเพิ่มบทบาทและสะสมทุนในระบบเศรษฐกิจ โดยเฉพาะในยุครัฐบาลที่มีนโยบายสนับสนุนชัดเจน เช่น รัฐบาลทักษิณที่ผลักดันโครงการด้านสาธารณสุขที่ครอบคลุมประชาชนในวงกว้าง การเปรียบเทียบทั้งสามช่วงเวลาแสดงให้เห็นถึงการ

เปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของเครือข่าย ซึ่งมีผลต่อการกระจายอำนาจทางเศรษฐกิจและความเหลื่อมล้ำในระบบเศรษฐกิจไทย

เครือข่ายในธุรกิจสุขภาพที่ถูกครอบครองโดยตระกูลใหญ่ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงบทบาทที่สำคัญในตลาดหลักทรัพย์ แต่ยังแสดงถึงความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นกับกลุ่มผู้กำหนดนโยบาย การวิเคราะห์ลักษณะของเครือข่ายในแต่ละช่วงเวลาช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ผลักดันการเติบโตและการเปลี่ยนแปลงในระบบเศรษฐกิจการเมืองของประเทศไทย

การอภิปรายผลการศึกษา

ความสัมพันธ์ระหว่างเครือข่ายและนโยบายรัฐบาล

นโยบายในแต่ละยุคมีบทบาทสำคัญต่อการเติบโตของเครือข่ายธุรกิจสุขภาพ เช่น การสนับสนุนโครงการสาธารณสุขที่ช่วยขยายอิทธิพลของตระกูลใหญ่

บทบาทของทุนทางสังคม (Social Capital)

ตระกูลใหญ่ใช้ทุนทางสังคมเพื่อขยายอำนาจทางเศรษฐกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มธุรกิจและภาครัฐเป็นปัจจัยสำคัญในการสร้างเครือข่ายที่แข็งแกร่ง

ผลกระทบต่อความเหลื่อมล้ำ

การรวมศูนย์ของเครือข่ายในธุรกิจสุขภาพอาจส่งผลให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจในระยะยาว เนื่องจากกลุ่มตระกูลใหญ่สามารถควบคุมทรัพยากรสำคัญได้อย่างต่อเนื่อง

ข้อเสนอแนะเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน

การสร้างสมดุลในโครงสร้างเครือข่ายและการกระจายทรัพยากรควรถูกพิจารณาเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายรัฐ เพื่อป้องกันการผูกขาดและสร้างโอกาสให้ธุรกิจขนาดเล็กและขนาดกลางเข้าถึงตลาดได้มากขึ้น

บรรณานุกรม

เกษม เพ็ญภินันท์. (n.d.). การแบ่งแยก ‘ชาย/ขวา,’ การเมืองเรื่องการเลือกข้าง, และความเป็นปกติของ

ระบอบประชาธิปไตย. สืบค้นจาก https://www.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=20704

พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542. (n.d.). สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki/เศรษฐกิจ>

สรรเสริญ วงศ์ชะอุ่ม. (2554). การวางแผนพัฒนาประเทศ. กรุงเทพฯ: ศูนย์การพิมพ์เพชรรุ่ง. สืบค้นจาก https://www.nesdc.go.th/download/article/article_20160422103530.pdf

ทีมงานทรูปลูกปัญญา. (2564, สิงหาคม 6). การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจ. สืบค้นจาก

<https://www.truelookpanya.com/learning/detail/34779>

ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย. (2024). สืบค้นจาก <https://www.set.or.th/th/about/setsource/insights/video/1839-yearinreview10012024>

- HITAP. (n.d.). สืบค้นจาก <https://www.hitap.net/181156>
- Beyrer, C. (2017). War in the Blood: Sex, Politics and AIDS in Southeast Asia. Retrieved from <https://books.google.com>
- Chareanporn, T., & Rodbundith, T. S. (2024). The Service Experience Designed Factor Affecting Customer Loyalty: A Case Study in The Healthcare Business in Thailand. Retrieved from <https://so05.tci-thaijo.org>
- Davtyan, A., Rayamajhi, O., & Lama, T. S. (2024). Medical Tourism in Thailand: Qualified Healthcare or Just Another Business Strategy and Marketing. Retrieved from <https://euraseans.com>
- Lu, W. (2024). Post-Asian Financial Crisis Reforms in Thailand. SpringerBriefs in Economics, Springer. Retrieved from <https://link.springer.com>
- Permwonguswa, S. (2024). The Perception of Telemedicine in Thailand: The Attitude Change During COVID-19 Pandemic. International Journal of Business Information Systems. Retrieved from <https://www.inderscienceonline.com>
- Phongpaichit, P. (2018). Business and Politics in Thailand. Cambridge University Press. Retrieved from <https://www.cambridge.org>

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร
The Political Participation of People in Chatuchak District, Bangkok

เกศินี ศรีสุวรรณ

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

E-mail : freedomclassic02@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร (2) เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ ประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวนทั้งหมด 305 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ได้แก่ ค่าเฉลี่ยร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ แบบเพียร์สัน โดยมีค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนเขตจตุจักร มีส่วนร่วมทางการเมือง อยู่ในระดับกลาง การใช้สื่อสังคมออนไลน์ อยู่ในระดับกลาง ระดับการศึกษา และรายได้ มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง และจากการทดสอบสมมติฐานตัวแปร ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ อาชีพ ไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง ข้อเสนอแนะควรศึกษาในพื้นที่อื่นของกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ได้ข้อมูลชัดเจนมากขึ้น

คำสำคัญ : สื่อออนไลน์, การมีส่วนร่วมทางการเมือง, การเมืองท้องถิ่น

Abstract

The research aims to (1) study the political participation of the people in Chatuchak District, Bangkok, (2) compare the political participation of the people in Chatuchak District, Bangkok, classified by personal factors, and The sample group used in the study was 305 people in Chatuchak District, Bangkok. The instrument used was a questionnaire. The statistics used for analysis were mean percentage, mean, standard deviation, t-test, one-way analysis of variance, and Pearson's correlation coefficient, with a statistical significance level of 0.05.

The results of the research found that the people in Chatuchak District participated in politics at a medium level. The use of social media was at a medium level. The level of education and income affected political participation. From the hypothesis testing, the variables, including gender, age, status, and occupation, did not affect political participation. The recommendations are to study other areas of Bangkok to obtain clearer information.

Keywords : Social media, Political participation, Local politics

บทนำ

พจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พุทธศักราช 2525 ให้ความหมายประชาธิปไตยว่า เป็นแบบการปกครองที่ถือมติปวงชนเป็นใหญ่ ส่วนคำว่าระบอบหมายถึง แบบอย่าง ธรรมเนียม ระเบียบการปกครอง ดังนั้น คำว่าระบอบประชาธิปไตย จึงหมายความว่าแบบอย่างหรือธรรมเนียมการปกครองที่ถือมติปวงชนเป็นใหญ่ โดยประชาชน โดยอำนาจสูงสุดในการปกครองจะมาจากประชาชน (สถาบันปรีดี พนมยงค์, 2564)

นับตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ถูกแสดงออกให้เห็นผ่านสถานการณ์การเมืองและการเคลื่อนไหวต่างๆ ของประเทศไทยซึ่งทวีความรุนแรงและเป็นเหตุการณ์ที่ได้รับความสนใจจากประชาชนทุกภาคส่วนให้เข้ามามีบทบาทมากขึ้น อาทิ การไปใช้สิทธิเลือกตั้งทั้งในระดับประเทศและในระดับท้องถิ่น การแสดงออกซึ่งสิทธิเสรีภาพในการแสดงความคิดเห็น เสรีภาพในการชุมนุม และในปัจจุบันการแสดงออกดังกล่าวสามารถปรากฏได้อย่างแพร่หลายตามสื่อสาธารณะต่างๆ รวมถึงการแสดงความคิดเห็นและการวิพากษ์วิจารณ์การทำงานของรัฐบาลและการเข้าไปมีส่วนร่วมเพื่อเรียกร้องสิทธิโดยชอบธรรมของประชาชน (อุทุมพร กันทะปัน, 2558: 1) สิทธิการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนตามรัฐธรรมนูญฉบับปัจจุบัน ประกอบกับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2560 หมวด 16 ว่าด้วยเรื่องการปฏิรูปประเทศ มาตรา 258(1) ได้บัญญัติเรื่องการปฏิรูปประเทศด้านการเมืองโดยให้ประชาชนมีความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข มีส่วนร่วมในการดำเนินกิจกรรมทางการเมืองตลอดทั้งการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ (ราชกิจจานุเบกษา, 2560: 77) ดังนั้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองจะเป็นส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการปฏิรูปประเทศด้านการเมือง เพราะนอกจากการไปใช้สิทธิเลือกตั้งในระดับชาติและระดับท้องถิ่นแล้ว การมีส่วนร่วมทางการเมืองสามารถเกิดขึ้นได้หลายระดับ เช่น การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระดับสูง ได้แก่ การลงสมัครรับเลือกตั้งชิงตำแหน่งทางการเมือง การเป็นผู้มีส่วนร่วมในการก่อตั้งพรรคหรือกลุ่มทางการเมือง เป็นต้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองระดับกลาง เช่น เป็นสมาชิกพรรคหรือกลุ่มทางการเมืองที่มีส่วนร่วมในกิจกรรมของพรรคหรือกลุ่มช่วยพรรคหรือผู้สมัครในการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้ง เป็นต้น การมีส่วนร่วมทางการเมืองระดับต่ำ ได้แก่ การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง การชักจูงให้ผู้อื่นเห็นด้วยกับจุดยืนทางการเมืองของตน และการติดตามข่าวสารทางการเมือง เป็นต้น ในระยะหลังได้มีการมีส่วนร่วมทางการเมืองที่ถูกนำมาเรียกรวมๆ กันว่า การเมืองใหม่ ซึ่งเป็นการมีส่วนร่วมทางการเมือง แบบที่ไม่เป็นไปตามธรรมเนียมที่ปฏิบัติกันในอดีต เช่น การประท้วง การไม่ให้ความร่วมมือกับนโยบายหรือการดำเนินงานทางการเมืองต่างๆ ของรัฐ ทั้งที่ถูกกฎหมายและผิดกฎหมาย โดยมีสื่อมวลชนเป็นตัวกลางหลักที่คอยนำเสนอ ถ่ายทอดเรื่องราวทางการเมืองต่างๆ แก่ประชาชนอย่างกว้างขวาง (ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ และเทียนชัย วงศ์ชัยสุวรรณ, 2542: 2) การพัฒนาเทคโนโลยีด้านการสื่อสารอย่างต่อเนื่อง เป็นผลให้เกิดอิทธิพลของสื่อออนไลน์ (Social media) ต่อการเมืองและการมีส่วนร่วมทางการเมือง จึงเป็นการกระตุ้นให้เกิดการปรับตัวครั้งใหญ่ของหน่วยงานทุกภาคส่วน ที่ พลักดันให้เกิดพลเมืองเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล อย่างรวดเร็ว จนเกิดเป็นสื่อสังคมออนไลน์ ผ่านอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงซึ่งเป็นช่องทางหลักของการที่ประชาชนได้ใช้แสดงความคิดเห็นต่างๆ ทางด้านเมืองผ่านสังคมออนไลน์ เช่น Facebook line Tik Tok Instagram X(Twitter)

YouTube และ เว็บไซต์(WWW.) ซึ่งเป็นช่องทางการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชนในยุคดิจิทัล ที่ใช้สื่อสารในการชุมนุมนัดหมายออกมาแสดงจุดยืนเรียกร้องประชาธิปไตย และใช้ในการขับเคลื่อนกระบวนการเคลื่อนไหวทางการเมือง โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางหลักในการสื่อสารและสร้างความคิดเห็นทางการเมือง รวมถึงนัดหมายชุมนุมเพื่อเคลื่อนไหวทางการเมือง จนเกิดการชุมนุมเรียกร้อง เป็นมี๊อบดับปล้น หรือ แฟลชม็อบ (Flash Mob) หมายถึงการรวมตัวของกลุ่มคนในสถานที่หนึ่งอย่างฉับพลันในระยะเวลาอันสั้น โดยการนัดหมายกันทางสื่อสังคมออนไลน์ จากนั้นจึงสลายการชุมนุม จะเห็นว่าการชุมนุมมีลักษณะเป็นการรวมกลุ่มของผู้คน เพื่อแสดงออกถึงจุดยืน และเป็นกระแสเพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงตามข้อเรียกร้อง ผ่านการสื่อสารในรูปแบบสังคมออนไลน์ ได้อย่างรวดเร็ว

กรณี “ห้าแยกลาดพร้าว” เป็นหนึ่งในจุดชุมนุมหลักของปฏิบัติการแฟลชม็อบ โดยเกิดขึ้นหลังจากกลุ่ม “คณะราษฎร” ผู้จัดการชุมนุมตั้งแต่วันที่ 14 ตุลาคม 2563 ออกแถลงการณ์ยืนยันที่จะรวมตัวกันอีกครั้งในวันนี้ (17 ตุลาคม 2563) พื้นที่การชุมนุมของ “คณะราษฎร” หรือ “ราษฎร”ได้กระจายไปหลายจุดในกรุงเทพมหานคร เช่น ลานพ่อบุณ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,ห้าแยกลาดพร้าว, แยกตากสิน มุ่งหน้าวงเวียนใหญ่, ภายในมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, สถานีรถไฟฟ้า MRT พระนั่งเกล้า, สถานีรถไฟฟ้า BTS อุตุมสุข, มวลชนเคลื่อน ขบวนไปปักหลักที่แยกบางนา,สามย่านมิตรทาวน์,แยกอโศก,แยกแคราย จ.นนทบุรี (ข่าว BBC., 2561)

จากความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะมีการให้ศึกษาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษา การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนแบบเป็นทางการ และไม่เป็นทางการ รวมถึงการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ความถี่ในการใช้งาน ของสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อให้ทราบถึงระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน โดยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และการใช้สื่อออนไลน์รวมถึงการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง ช่องข่าวสาร การเมือง ผ่านสื่อสังคมออนไลน์กับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของการมีส่วนร่วมทางการเมือง

Bromage (1950: 252) แบ่งลักษณะการมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครองออกเป็น 3 ประการ

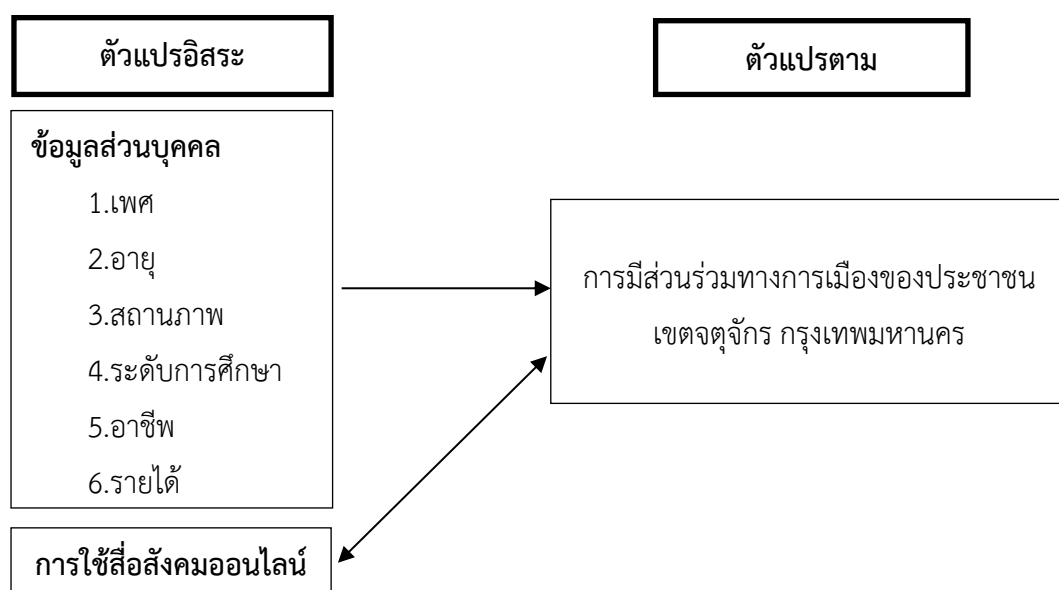
1. การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง (Voting)
2. การใช้วิธีบังคับ หรือชักจูงอย่าง ไม่เป็นทางการ (Informal Method of Pressure and Persuasion) ได้แก่ การแสดงความคิดเห็นโดยตรงหรือทางจดหมาย โทรศัพท์ โทรเลข และการเดินขบวนหรือก่อจลาจล
3. การดำเนินการอย่างเป็นทางการ (Formal Actions) ได้แก่ การใช้สิทธิที่มีอยู่ตามรัฐธรรมนูญ เช่น การริเริ่มกฎหมาย การแสดงประชามติและการเพิกถอนออกจากตำแหน่ง

McClosky (1968 : 35) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมือง หมายถึง การกระทำโดยความสมัครใจของสมาชิกในสังคม เพื่อมีส่วนร่วมในทางการเมือง กล่าวคือ การคัดเลือกผู้ปกครองและกำหนดนโยบายสาธารณะทั้งทางตรงและทางอ้อม เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การติดตามข่าวสารทางการเมือง การอภิปรายแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง การชุมนุมทางการเมือง การสนับสนุนด้านการเงินให้แก่ผู้สมัครรับเลือกตั้งหรือพรรคการเมือง นอกจากนี้ หรือการสมัครเป็นสมาชิกพรรคการเมือง การรณรงค์ในการหาเสียง การร่วมฟังการปราศรัยของพรรคการเมือง

Verba, Nie and Kim (1978: 47) กล่าวว่า การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนสำคัญยิ่งยั้งได้ประเทศที่ปกครองในระบอบประชาธิปไตย ตราบทฤษฎีการปกครองในระบอบประชาธิปไตย การเลือกตั้งแม้จะเป็นส่วน หนึ่ง ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน และเป็นวิธีที่สำคัญ เพื่อให้ประชาชนมีโอกาสควบคุมเจ้าหน้าที่ของรัฐ อันเป็นแนวทางที่ประชาชน สามารถเข้ามีส่วนร่วมโดยตรง

สื่อสังคมออนไลน์ หมายถึง สื่อดิจิทัลที่เป็นเครื่องมือในการปฏิบัติการทางสังคม (Social Tool) เพื่อใช้สื่อสารระหว่างกัน เครือข่ายทางสังคม (Social Network) ผ่านทางเว็บไซต์และโปรแกรมประยุกต์บนสื่อใดๆ ที่มีการเชื่อมต่อกับอินเทอร์เน็ต โดยเน้นให้ผู้ใช้ทั้งที่เป็นผู้ส่งสารและผู้รับสารมีส่วนร่วม (Collaborative) อย่างสร้างสรรค์ ในการผลิตเนื้อหาขึ้นเอง ในรูปของข้อมูลภาพและเสียง (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2554) จึงเป็นเครื่องมือในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกันของคน หน่วยงานต่างๆ รวมทั้งสื่อสารมวลชนที่อาศัย “เครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Network Online)” ในการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร ตั้งประเด็น นำเสนอข่าว ขณะที่ผู้รับสารภายในเครือข่ายสังคมออนไลน์ สามารถสะท้อน แสดงความคิดเห็น ถกเถียง อภิปราย และนำเสนอประเด็นที่เกี่ยวข้องได้อย่างกว้างขวาง หากประเด็นใดได้รับความนิยม หรือเบี่ยงเบนไปในทิศทางใดทิศทางหนึ่งจะสามารถทำให้เกิด “กระแสสังคมออนไลน์” ซึ่งสามารถสะท้อนหรือกดดันรัฐหรือผู้มีอำนาจทางการเมืองได้ในระดับหนึ่ง

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ กับตัวแปรตาม

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 3 ประชาชนที่มีสถานภาพต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 4 ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 5 ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

สมมติฐานที่ 6 ประชาชนที่มีรายได้ต่างกันมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร ต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. คุณลักษณะประชากร คือ ประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 155,286 คน (สำนักงานเขตจตุจักร, 2566)

2. จำนวนตัวอย่าง/วิธีการคำนวณตัวอย่าง โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป G*Power และได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 305 ตัวอย่าง จึงได้สุ่มตัวอย่างโดยแบ่งออกเป็นขั้นตอน ดังนี้

$$F = \frac{n \times N_i}{N}$$

F = จำนวนตัวอย่างในแต่ละเขต

n = จำนวนตัวอย่างทั้งหมด 305 คน (จากการคำนวณโปรแกรมสำเร็จรูป G*Power)

N_i = จำนวนประชากรเขตจตุจักรในแต่ละแขวง

N = จำนวนรวมของประชากรที่ใช้ศึกษาทั้งหมด จำนวน คน 155,286 คน

แขวง	จำนวนประชากร (คน)	จำนวนกลุ่มตัวอย่าง (คน)
ลาดยาว	41,125	81
เสนานิคม	20,599	41
จันทระเกษม	38,374	75
จอมพล	33,144	65
จตุจักร	22,044	43
รวม	155,286	305

3. คุณลักษณะประชากร ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร มีช่วงอายุระหว่าง 18 ปี เป็นต้นไป ประกอบด้วย 4 กลุ่ม ได้แก่ 1. อายุ 18-25 ปี 2. อายุ 26-39 ปี 3. อายุ 40-49 ปี และอายุ 50 ปีขึ้นไป

4. จำนวนทั้งหมด 305 คน ใช้วิธีคำนวณตัวอย่างจากกลุ่ม ตัวอย่าง (Sample size) ที่เหมาะสมสำหรับการศึกษา โดยใช้โปรแกรม G*Power และเลือกตัวอย่าง กำหนดขอบเขตพื้นที่การศึกษา ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

5. การสร้างแบบสอบถามเมื่อสร้างแบบสอบถามเสร็จแล้ว ได้ดำเนินการตรวจสอบประสิทธิภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

1. หาคำความตรง โดยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเสนออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของข้อคำถามในแต่ละข้อ ว่าตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยหรือไม่ หลังจากนั้นนำมาแก้ไขปรับปรุงคำถามและด้านภาษาให้เหมาะสม เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจได้ง่าย

2. หาคำความเชื่อมั่น นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแล้วไปทดสอบเก็บข้อมูลจริง กับกลุ่มข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มที่จะศึกษา

6. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. นำแบบสอบถามที่สมบูรณ์แล้ว ไปสอบถามประชาชน ในเขตจตุจักรกรุงเทพมหานคร จำนวน 305 คน ใช้ระยะเวลาเก็บรวบรวมแบบสอบถาม ในระหว่าง เดือนสิงหาคม-เดือนตุลาคม 2567

2. นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์แล้วนำไปประมวลผล และวิเคราะห์ผลทางสถิติ โดยการทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05

7. การวิเคราะห์ผล

1. ลงหมายเลขประจำแบบสอบถาม โดยเริ่มจากฉบับแรกจนถึงฉบับสุดท้าย เพื่อความสะดวกในการดำเนินขั้นตอนต่อไป และเพื่อความสะดวกในการตรวจสอบภายหลัง

2. นำแบบสอบถามมาตรวจให้คะแนนตามเกณฑ์ที่กำหนด แล้วนำข้อมูลไปดำเนินการ วิเคราะห์ ข้อมูลทางสถิติโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป ปัจจัยด้านบุคคล

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนและร้อยละของกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป (ปัจจัยด้านบุคคล)

(n=305)

ข้อมูลทั่วไป	จำนวน	ร้อยละ
1.เพศ		
เพศชาย	139	45.6
เพศหญิง	120	39.3
เพศทางเลือก	46	15.1
2.อายุ		
18 – 25 ปี	72	23.6
26 – 39 ปี	93	30.5
40 -49 ปี	75	24.6
50 ปีขึ้นไป	65	21.3
3.สถานภาพ		
โสด	164	53.8
สมรส	141	46.2
4.ระดับการศึกษา		
ต่ำกว่าปริญญาตรี	135	44.3
ปริญญาตรี	143	46.9
สูงกว่าปริญญาตรี	27	8.9
5.อาชีพ		
รับราชการ/รัฐวิสาหกิจ	41	13.4
พนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง	125	41.0
ค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว	76	24.9
นักเรียน นิสิต นักศึกษา	63	20.7
6.รายได้		
ต่ำกว่า 10,000 บาท	77	25.2
10,001-20,000 บาท	73	23.9
20,001-30,000 บาท	84	27.5
30,001-40,000 บาท	24	7.9
40,001 บาทขึ้นไป	47	15.4

จากตารางที่ 1 แสดงข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของประชาชน ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร จำนวน 305 คน พบว่า

1.เพศ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 139 คน คิดเป็นร้อยละ 45.6 และเป็นเพศหญิง 120 คน คิดเป็นร้อยละ 39.3 และเพศทางเลือก 46 คน คิดเป็นร้อยละ 15.1

2.อายุ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ส่วนใหญ่มีอายุ 26-39 ปี จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 30.5 รองลงมาคืออายุ 40-49 ปี มีจำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 24.6 รองลงมาคืออายุ 18-25 ปี มีจำนวน 72 คน คิดเป็นร้อยละ 23.6 และน้อยที่สุดคืออายุ 50 ปีขึ้นไป มีจำนวน 65 คน คิดเป็นร้อยละ 21.3

3.สถานภาพ กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ส่วนใหญ่มีสถานภาพโสด มีจำนวน 164 คน คิดเป็นร้อยละ 53.8 และมีสถานภาพสมรส มีจำนวน 141 คน คิดเป็นร้อยละ 64.2

4.ระดับการศึกษา กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาระดับปริญญาตรี มีจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 46.9 รองลงมาคือระดับต่ำกว่าปริญญาตรี มีจำนวน 135 คน คิดเป็นร้อยละ 44.3 และน้อยสุดระดับการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรี 27 คน คิดเป็นร้อยละ 8.9

5.อาชีพ กลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน/รับจ้าง มีจำนวน 125 คน คิดเป็นร้อยละ 40.0 รองลงมาประกอบอาชีพเป็นค้าขาย/ธุรกิจส่วนตัว มีจำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 24.9 รองลงมาเป็นนักเรียน นิสิต นักศึกษา จำนวน 63 คน คิดเป็นร้อยละ 20.7 และน้อยสุดรับราชการ/รัฐวิสาหกิจ จำนวน 41 คน คิดเป็นร้อยละ 13.4

6.รายได้ ส่วนใหญ่มีรายได้ 20,001-30,000 บาท จำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 27.5 รองลงมาคือรายได้ต่ำกว่า 10,000 บาท จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 25.2 รองลง 10,001-20,000 บาท จำนวน 73 คน คิดเป็นร้อยละ 23.9 รองลงมาคือรายได้ 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 15.4 และน้อยสุดมีรายได้ 30,001-40,000 บาท มีจำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 7.9

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ การใช้สื่อสังคมออนไลน์ ของประชาชน ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 2 แสดงจำนวน ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และระดับความคาดหวัง ที่มีต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชน ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

(n=305)

ข้อความ	ความนิยมใช้สื่อสังคมออนไลน์				\bar{X}	SD	ระดับการใช้สื่อสังคมออนไลน์
	ทุกวัน	สัปดาห์ละ 4 - 6 ครั้ง	สัปดาห์ละ 1- 3 ครั้ง	ไม่เคยเลย			
ออนไลน์ประเภทของสื่อ ออนไลน์							
Facebook	232 (76.1)	16 (5.2)	17 (5.6)	40 (13.1)	2.44	1.072	สูง
Line	281 (92.1)	14 (6.4)	4 (3.1)	6 (2.0)	2.87	0.509	สูง
Tik Tok	217 (71.1)	19 (6.2)	12 (3.9)	57 (18.7)	2.30	1.189	สูง
Instagram	123 (40.3)	17 (5.6)	19 (6.2)	146 (47.9)	1.38	1.417	กลาง

X(Twitter)	93 (30.5)	15 (4.9)	34 (11.1)	163 (53.4)	1.12	1.339	กลาง
YouTube	161 (53.8)	26 (8.5)	23 (7.5)	95 (31.1)	1.83	1.351	กลาง
เว็บไซต์ (www)	106 (34.8)	37 (12.1)	33 (10.8)	129 (42.3)	1.39	1.336	กลาง
รวม					1.90	1.173	กลาง

จากตารางที่ 2 แสดงให้เห็นว่า ประชาชน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ในภาพรวม อยู่ในระดับกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 1.90 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ประชาชนมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ มากที่สุด คือ Line (ข้อที่ 2) มีค่าเฉลี่ย สูงที่สุดคือ 2.87 รองลงมาคือ Facebook (ข้อที่1) ค่าเฉลี่ยคือ 2.44 และ Tik Tok ค่าเฉลี่ยคือ 2.30 YouTube ค่าเฉลี่ย คือ 1.83 เว็บไซต์ ค่าเฉลี่ยคือ 1.39 Instagram ค่าเฉลี่ยคือ 1.38 และ ความถี่ ที่ประชาชน มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ น้อยที่สุดคือ X(Twitter) ค่าเฉลี่ยคือ 1.12

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ตารางที่ 3 ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน และระดับความคาดหวังที่มีต่อการ มีส่วนร่วมทางการเมือง ของประชาชน ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

(n=305)

ข้อความ	การมีส่วนร่วมทางการเมือง				\bar{X}	SD	ระดับการการมีส่วนร่วม
	ทุกครั้ง	บ่อยครั้ง	นานๆครั้ง	ไม่เคยเลย			
การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบเป็นทางการ							
1.ไปใช้สิทธิเลือกตั้ง/รับฟังข่าวสารทางการเมือง	123 (40.3)	68 (22.3)	84 (27.5)	30 (9.5)	1.93	1.035	สูง
2.มีการชักชวนให้ผู้อื่นไปใช้สิทธิลงคะแนนเลือกตั้ง	78 (25.6)	81 (26.6)	105 (34.4)	41 (13.4)	1.64	1.007	สูง
3.การมีส่วนร่วมในกระบวนการเลือกตั้ง เช่น การสอดส่องดูแลการเลือกตั้ง การแจ้งเบาะแสการทุจริตการเลือกตั้ง	62 (20.3)	51 (16.7)	111 (36.4)	81 (26.6)	1.13	1.075	กลาง

4.การสมัครเป็นสมาชิก พรรคการเมือง ระดับ ท้องถิ่น/ระดับชาติ	37 (12.1)	30 (9.8)	70 (23.0)	168 (51.1)	0.79	1.046	กลาง
5.การลงชื่อเสนอแก้ไข หรือร่างกฎหมาย	43 (14.1)	34 (11.1)	101 (33.1)	127 (41.6)	0.98	1.046	กลาง
6.การมีส่วนร่วมใน กระบวนการแก้ไข รัฐธรรมนูญ	43 (14.1)	36 (11.8)	90 (29.5)	139 (44.6)	0.95	1.043	กลาง
7.การเข้าร่วมประชุมหรือ ประท้วงทางการเมือง	39 (12.8)	29 (9.5)	101 (33.1)	136 (44.6)	0.90	1.023	กลาง
8.การบริจาคเงินสนับสนุน พรรคการเมือง หรือกลุ่ม เคลื่อนไหวทางการเมือง	39 (12.8)	30 (9.8)	78 (25.6)	158 (51.8)	0.84	1.051	กลาง
การมีส่วนร่วมทางการเมืองแบบไม่เป็นทางการ							
9.การร้องเรียน นักการเมืองหรือเจ้าหน้าที่ ของรัฐที่ سوءทจริตต่อ หน้าที่	40 (13.1)	39 (12.8)	104 (34.1)	122 (40.0)	0.99	1.028	กลาง
10.ติดตามข่าวสาร ทางการเมืองอยู่เสมอ	77 (25.2)	95 (31.1)	88 (28.9)	45 (14.8)	1.67	1.012	สูง
11.วิพากษ์วิจารณ์ข่าวสาร ทางการเมือง	63 (20.7)	66 (21.6)	100 (32.8)	76 (24.9)	1.38	1.073	กลาง
12.ทำนติดตามหรือ สอบถามข่าวการทำงาน ของรัฐบาล	66 (21.6)	61 (20.0)	108 (35.4)	70 (23.0)	1.40	1.066	กลาง
13.การแลกเปลี่ยนความ คิดเห็นทางการเมือง กับ บุคคลในครอบครัว	55 (18.0)	54 (17.7)	120 (39.3)	76 (24.9)	1.29	1.033	กลาง

14.การแลกเปลี่ยนความคิดเห็นทางการเมือง กับกลุ่มเพื่อนและคนรู้จัก	51 (16.7)	59 (19.3)	128 (42.0)	76 (22.0)	1.31	0.995	กลาง
15.การอธิบายหรือให้ความรู้ทางการเมืองกับบุคคลอื่น	49 (16.1)	46 (15.1)	109 (35.7)	101 (33.1)	1.14	1.053	กลาง

16.เปรียบเทียบการเมืองของประเทศไทยกับต่างประเทศ	54 (17.7)	46 (15.1)	111 (36.4)	94 (30.8)	1.20	1.064	กลาง
17.การร่วมเคลื่อนไหวกับกิจกรรมทางการเมืองผ่านสื่อสังคมออนไลน์	65 (21.3)	53 (17.4)	93 (30.5)	94 (30.8)	1.29	1.120	กลาง
18.โฆษณาให้พรรคการเมืองหรือผู้สมัครเลือกตั้ง	43 (14.1)	32 (10.5)	78 (25.6)	152 (49.8)	0.89	1.079	กลาง
19.เป็นตัวแทนพรรคในฐานะที่ได้รับการแต่งตั้ง	37 (12.1)	26 (8.5)	57 (18.7)	185 (60.7)	0.72	1.050	ต่ำ
20.ทำหน้าที่คัดเลือกตัวแทนหรือนำผู้รับสมัครการเลือกตั้ง	39 (12.8)	29 (9.5)	71 (23.3)	166 (54.4)	0.81	1.057	กลาง
รวม					1.162 5	1.0478	กลาง

จากตารางที่ 3 แสดงให้เห็นว่า ประชาชน มีส่วนร่วมทางการเมืองในภาพรวมอยู่ในระดับกลาง โดยมีค่าเฉลี่ย 1.162 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าประชาชนไปใช้สิทธิ์เลือกตั้ง/รับฟังข่าวสารทางการเมือง (ข้อ 1) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ 1.93 รองลงมาคือติดตามข่าวสารทางการเมืองอยู่เสมอ (ข้อ 10) มีค่าเฉลี่ย 1.67 และประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมือง น้อยที่สุด คือ การเป็นตัวแทนพรรคในฐานะที่ได้รับการแต่งตั้ง (ข้อ 19) มีค่าเฉลี่ย น้อยที่สุด คือ 0.72

ส่วนที่ 4 การทดสอบสมมติฐาน การวิเคราะห์ส่วนนี้เป็นการทดสอบสมมติฐานที่ผู้วิจัยตั้งไว้ 6 สมมติฐาน โดยทดสอบความสัมพันธ์และเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระ ได้แก่ เพศ อายุ

สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ ส่วนตัวแปรตามได้แก่ การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ในเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร สำหรับสถิติที่ใช้ในการทดสอบกรณีกลุ่มตัวอย่าง 2 กลุ่ม ใช้การทดสอบค่าที (t-test) กลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (One-Way ANOVA) และทดสอบ ความแตกต่างรายคู่ด้วยวิธีของ ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างความคาดหวังต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร โดยกำหนดค่านัยสำคัญที่ระดับ 0.05

จากผลการวิจัยส่วนที่ 4 พบว่าประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร มีระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับกลาง โดนปัจจัยด้านระดับการศึกษาและรายได้มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมทางการเมือง ส่วนปัจจัยด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพ ไม่มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนเขตจตุจักร กรุงเทพมหานคร

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ควรพัฒนาส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเรื่องการเมืองและประชาธิปไตยให้แก่ประชาชนให้มีความเข้าใจง่ายและมากยิ่งขึ้น

2. การวิจัยครั้งต่อไป ควรมีการศึกษาตัวแปรชนิดอื่นๆ นอกจากตัวแปรในงานวิจัยครั้งนี้ เพิ่มเติม เพื่อให้เกิดความสมบูรณ์มากขึ้น เช่นทัศนคติทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ความรู้เกี่ยวกับการปกครองระบอบประชาธิปไตย หรือความรู้สึกรับรู้สิทธิทางการเมืองของประชาชน เป็นต้น ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้ความเข้าใจเรื่องการเมืองและประชาธิปไตย ทั้งในรู้แบบการให้ความรู้ผ่านเสียงตามสาย เฟสบุ๊ค ไลน์ หรือสื่ออื่นๆ ของกลุ่มชุมชน การให้ความรู้ผ่านกรรมการชุมชนหรือผ่านกิจกรรมอื่นๆ เพื่อให้ประชาชนมีส่วนร่วมมากยิ่งขึ้น เป็นต้น

บรรณานุกรม

- ชุมนุม 17 ตุลาคม. ข่าว BBC, (2020). สลายการชุมนุมแยกปทุมวัน นำมาสู่ "แฟลชม็อบ" ทั่วกรุง
สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2567, จาก <https://www.bbc.com/thai/thailand-54585007>
- ธงชัย วงศ์ชัยสุวรรณ และ เทียนชัย วงศ์ชัยสุวรรณ. (2542) การมีส่วนร่วมของประชาชนชั้นกลาง.
กรุงเทพมหานคร: กองการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- โปรแกรม G*Power. (2567). ซอฟต์แวร์ฟรีสำหรับคำนวณค่ากำลังทางสถิติ. สืบค้น: 10 มกราคม 2567,
จาก https://en.wikipedia.org/wiki/G*Power
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดดูเคชั่น. 208 หน้า
- ราชกิจจานุเบกษา. (2560). เล่มที่ 134 ตอนที่ 40 ก, หน้า 1-94.
- สถาบันปรีดี พนมยงค์. (2564). ประชาธิปไตยเบื้องต้นสำหรับสามัญชน. สืบค้น 15 กุมภาพันธ์ 2567,
จาก <https://pridi.or.th/th/content/2021/09/831>

อุทุมพร กันทะปาน. (2558). อิทธิพลของสื่อต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในทางการเมือง: กรณีศึกษาประชาชนตำบลท่าศาลา อำเภอเมืองเชียงใหม่ จังหวัดเชียงใหม่, วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

Bromage, A. W. (1950). Introduction to Municipal Government and Administration. New York: Appleton-Century Crofts.

McClosky, H. 1968. "Political Participation", in The International Encyclopedia of the Socience. New York: McMillan and Free Press.

Nie, N.H. and S. Verba. (1972). Participation in America: Political Democracy and Social Equality. New York: Harper & Row.

เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเพลงพื้นบ้าน 4 ภาค

The Political Economy of Thai Folk Songs from Four Regions

นางสาวเพชรรัตน์ จิตณรงค์

คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : petcharat.jnr@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความแตกต่างของวิถีชีวิตคน 4 ภาค ผ่านเพลงพื้นบ้านในฐานะเครื่องมือสะท้อนโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในแต่ละภูมิภาค งานวิจัยชิ้นนี้ช่วยสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและโครงสร้างเชิงระบบในสังคมไทย ตลอดจนประเด็นเชิงทรัพยากร การผลิต การจัดการชุมชน และบทบาทของรัฐ การศึกษานี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีการศึกษา คือ รวบรวมเพลงพื้นบ้านด้วยข้อมูลชั้นทุติยภูมิจากหนังสือและแหล่งข้อมูลที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์เนื้อหาเพลง เชื่อมโยงกับการวิเคราะห์โครงสร้างสังคมในมิติต่าง ๆ และเปรียบเทียบโครงสร้างเหล่านั้นในเชิงพื้นที่

ผลการศึกษาพบว่า 1) ด้านเศรษฐกิจ ภาคเหนือและภาคอีสานให้ความสำคัญกับการทำเกษตรกรรม และทรัพยากรธรรมชาติ ภาคกลางเน้นทำการค้าขายและการคมนาคมทางน้ำในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา ขณะที่ภาคใต้มีเศรษฐกิจหลักเกี่ยวข้องกับทรัพยากรทะเลและการประมง 2) ด้านสังคม ทุกภาคมีความสัมพันธ์ภายในชุมชนอย่างแน่นแฟ้น ภาคเหนือและภาคอีสานเน้นการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมพื้นบ้าน ขณะที่ภาคกลางและภาคใต้ให้ความสำคัญกับบทบาทของศาสนาและความร่วมมือในการจัดพิธีกรรม 3) ด้านการเมือง ภาคเหนือและภาคอีสานมุ่งเน้นบทบาทของผู้นำท้องถิ่นและการสนับสนุนจากกษัตริย์ ขณะที่ภาคกลางและภาคใต้สะท้อนบทบาทของรัฐในการจัดการทรัพยากรและส่งเสริมวัฒนธรรมพื้นบ้าน

คำสำคัญ : เพลงพื้นบ้าน, เศรษฐศาสตร์การเมือง

Abstract

This study aims to explore the differences in ways of people's lives across four regions of Thailand through their folk songs as a tool reflecting the economic, social, and political structures of each region. This study seeks to deepen the understanding of the relationship in various systemic structures, including resources, production, community management, and the role of the state. A qualitative research approach was used, relating to the collection of folk songs through secondary data from books and relevant sources. The content of the songs was carefully analyzed in relation to various structures, then they were compared across different regions.

The findings were the following, 1) Economic aspects. The northern and northeastern regions focus on agriculture and natural resources. The central region emphasizes trade and water-based transportation in the Chao Phraya River, while the southern region's economy is predominantly on marine resources and fisheries. 2) Social aspects. All regions bond as strong communities. The northern and northeastern regions emphasize connections with nature and local culture, while the central and southern regions highlight the role of religion and collaboration in ceremonial practices. 3) Political aspects. The northern and northeastern regions give importance to the role of local leaders and royal patronage, whereas the central and southern regions reflect the state's role in managing resources and promoting folk culture.

Keywords : Folk Songs, Political Economy

บทนำ

เพลงพื้นบ้านเป็นหนึ่งในมรดกทางวัฒนธรรมที่สะท้อนวิถีชีวิต ความเชื่อ และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่นของชุมชน ด้านหนึ่งคือเครื่องมือสร้างความบันเทิง อีกด้านหนึ่งคือเครื่องมือบันทึกประวัติศาสตร์และขนบนิยมของพื้นที่นั้น เพลงพื้นบ้านเกิดจากชุมชนที่ถ่ายทอดปรัชญาความนึกคิดของชาวบ้าน เนื้อหาบอกถึงความรัก ความห่วงใย สอน ตำหนิ โกรธแค้น เศร้าสร้อยหรือประท้วงสังคม ฉะนั้นการศึกษาเพลงพื้นบ้านจึงเป็นการศึกษาอารมณ์แก่นแท้ของมนุษย์อันเกี่ยวกับชีวิตและสังคม (จารุวรรณ ธรรมวัตร, ม.ป.ป. อ้างถึงใน พรทิพย์ ชังธาดา, 2545) โดยเพลงพื้นบ้านเกิดจากประเพณีทางศาสนาหรือวัฒนธรรมชุมชนในถิ่นหรือเขตนั้น ๆ นับตั้งแต่ชุมชนที่ห่างไกลความเจริญไปจนถึงชุมชนที่เจริญแล้ว มีลักษณะพิเศษตามความนิยมของถิ่นนั้น ๆ เพลงพื้นบ้านร้องสืบทอดกันมาโดยการจำ ผู้บอกจะบอกต่อกันหลายชั่วอายุคน รูปแบบหลากหลายแตกต่างกัน (ภิญโญ จิตต์ธรรม, 2516 อ้างถึงใน พรทิพย์ ชังธาดา, 2545) เนื้อร้องและทำนองเพลงพื้นบ้านไม่มีแบบแผนอย่างชัดเจนว่าจะต้องร้องแบบใด ใช้เสียงสูงหรือต่ำอย่างไร ในแต่ละพื้นที่ออกแบบการร้อง ทำนอง และเนื้อร้องไปตามความนิยมหรือเรื่องราวของตัวเอง ทำให้เพลงพื้นบ้านมีหลายลักษณะ เช่น เป็นร้อยแก้ว เป็นร้อยกรอง ใช้ภาษาถิ่น บอกเล่าเรื่องความรัก ความเศร้า ความตลกขบขัน บรรยายถึงสภาพแวดล้อมและชีวิตความเป็นอยู่ของคนในสังคม ตลอดจนมีวัตถุประสงค์หรือโอกาสที่ใช้ร้องแตกต่างกันออกไปด้วย เช่น เทศกาลปีใหม่ วันสงกรานต์ ช่วงปลูกข้าว-เก็บเกี่ยวข้าว การออกทะเลเพื่อทำประมง เพลงกล่อมเด็ก เป็นต้น

การศึกษาเพลงพื้นบ้าน 4 ภาคผ่านเศรษฐศาสตร์การเมือง เป็นการศึกษาถึงความสัมพันธ์ระหว่างวิถีชีวิตกับโครงสร้างทางสังคมมิติต่าง ๆ สะท้อนสภาพภูมิประเทศ วิถีชีวิตและการทำมาหากิน และความเชื่อที่ต่างกันตามแต่ละภูมิภาค ผ่านเพลงพื้นบ้านที่แตกต่างกัน เช่น เพลงขอของภาคเหนือ สะท้อนถึงวิถีชีวิตชาวเกษตรกรรมในพื้นที่สูง เพลงลำและเซิ้งของภาคอีสาน สะท้อนและเชื่อมโยงเข้ากับความเชื่อพิธีกรรมขอฝนและเศรษฐกิจแบบพึ่งพาธรรมชาติ เพลงพวงมาลัยและเพลงเกี่ยวข้าวของภาคกลาง สะท้อนอย่างเด่นชัดถึงเศรษฐกิจเกษตรกรรมลุ่มน้ำ เพลงบอกของภาคใต้ สะท้อนถึงความเชื่อมโยงกับการเดินเรือและวิถีชีวิตชายฝั่ง เป็นต้นเพลงพื้นบ้านถือได้ว่าเป็นการบอกเล่าวิถีชีวิตและบ่งชี้ถึงโครงสร้างทางสังคมในมิติต่าง ๆ ที่ถ่ายทอดจากอดีตจนถึงปัจจุบัน ถึงแม้จะไม่ใช่ว่าทุกคนที่สามารถร้องได้ แต่บริบททางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของทุกภาค ถูกรับรู้ว่ามี การบันทึกไว้เช่นนี้ผ่านเพลงพื้นเมืองเหล่านี้ ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงสนใจทำการศึกษาเพลงพื้นบ้าน 4 ภาค ในฐานะเครื่องมือสะท้อนโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เพื่อช่วยสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งขึ้นเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมและโครงสร้างเชิงระบบในสังคมไทยผ่านมุมมองของเศรษฐศาสตร์การเมือง

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของวิถีชีวิตคน 4 ภาค จากเพลงพื้นบ้าน
2. เพื่อศึกษาโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ผ่านเพลงพื้นบ้าน

การทบทวนวรรณกรรม

เพลงพื้นบ้าน เป็นงานวรรณกรรมมุขปาฐะ (Oral Literature) ซึ่งรวมบทร้อยกรองและดนตรีเข้าด้วยกัน สืบทอดกันมาปากต่อปาก มีลักษณะเด่นอยู่ที่ความเรียบง่ายของถ้อยคำ การร้องและการแสดงออก ตลอดจนมีการจัดจังหวะของคำและสัมผัสง่าย ๆ ไม่มีกฎเกณฑ์ตายตัว (สุกัญญา สุจฉายา, 2545) เพลงพื้นบ้านแบ่งออกได้หลายประเภท ขึ้นอยู่กับเกณฑ์ที่ใช้จัดแบ่ง ดังนี้

1. ตามเขตพื้นที่ อาจแบ่งกว้างเป็นภาค เช่น ภาคเหนือ ภาคกลาง ภาคใต้ หรือลงลึกระดับจังหวัด อำเภอ หรือตำบล เช่น เพลงพื้นบ้านอำเภอพนมทวน จังหวัดกาญจนบุรี
2. ตามกลุ่มวัฒนธรรม เช่น กลุ่มไทโคราช ไทเขมร ไทยมุสลิม
3. ตามโอกาสหรือเทศกาล เช่น เพลงเกี่ยวข้าว เพลงบอก หมอลำ
4. ตามจุดประสงค์ เช่น เพลงกล่อมเด็ก เพลงประกอบพิธีกรรม
5. ตามความยาวเพลง เช่น เพลงสั้น เพลงยาว
6. ตามเพศของผู้ร้อง เช่น เพลงสวดสารภัญญ์ของอีสาน ผู้หญิงร้อง ส่วนเพลงกาหลอของภาคใต้ ผู้ชายร้อง

7. ตามจำนวนผู้ร้อง เช่น จ๊อยของภาคเหนือ ร้องเดี่ยว ส่วนเพลงเรือ ร้องหมู่
8. ตามวัยผู้ร้อง เช่น เพลงจำใจ เป็นเพลงของเด็ก ส่วนเพลงขอ เป็นเพลงของผู้ใหญ่

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง

1. แนวคิดการตีความ คือ การใช้ความคิดเพื่อค้นหาความหมายภายในสารที่ผู้ส่งสารต้องการสื่อ ดังนั้น การตีความคือการพิจารณาลักษณะความหมายที่แฝงอยู่ภายในสาร ซึ่งความหมายที่พบจากคำอาจไม่ได้ตรงกับ ความหมายตามรูปคำ โดยความหมายจะซ่อนอยู่ในรูปสัญลักษณ์ (Symbol) (ศิวกานต์ ปทุมสูติ, 2553 อ้างถึง ใน พิรณัฐ กัลวิชา, 2564) แนวทางการตีความขึ้นอยู่กับเนื้อหาและประเภทของสาร

2. แนวคิดและกรอบการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง

การทำความเข้าใจแนวคิดและกรอบการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองอันเป็นลักษณะร่วมกัน ของบรรดานักคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองที่หลากหลาย ควรแยกการวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมือง ดังนี้ (ปรีชา เปี่ยมพงศ์สานต์, 2523 อ้างถึงใน กรุงไทย นพรัตน์, 2563)

1) การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองเน้นที่การวิพากษ์ (Critical) การวิเคราะห์ ดังกล่าวเท่ากับเป็นการปฏิเสธ หรือไม่ยอมรับต่อการอธิบายปรากฏการณ์ที่เป็นอยู่ในสังคมโดยต้องการเน้นให้มีการตั้งคำถามต่อข้อสรุปต่าง ๆ ที่เราได้รับตกทอดมาจากอดีต การตั้งคำถามเป็นหัวใจสำคัญของการวิพากษ์

2) การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองเน้นที่การวิเคราะห์แบบเป็นองค์รวม (Holistic or Totality) การวิเคราะห์นี้ไม่ได้ให้ความสำคัญหลักที่ปัจเจกชน แต่เน้นที่ความสัมพันธ์ทางสังคมระหว่าง บุคคลต่าง ๆ ตัวแปรที่ใช้วิเคราะห์จึงไม่ใช่ตัวแปรนามธรรม เช่น ระดับราคา อัตราดอกเบี้ย ฯลฯ โดยจะมองที่ มนุษย์เป็นหลัก ดังนั้นการศึกษาแนวเศรษฐศาสตร์การเมืองจะพยายามเน้นและให้ความสำคัญต่อการพัฒนา ของทั้งสังคมเป็นหน่วยรวม มุ่งไปที่ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประกอบต่าง ๆ ของสังคมที่ซ้อนทับกันอยู่อย่าง หลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านการเมือง ด้านสังคม ด้านวัฒนธรรม และด้านศาสนาและ อุดมการณ์ เนื่องจากปัจจัยต่าง ๆ ในระบบเศรษฐกิจและระบบสังคม ล้วนมีความเกี่ยวพันร้อยรัดกันเป็นระบบ

3) การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองเน้นที่การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์ (Historical Analysis) การวิเคราะห์เชิงประวัติศาสตร์เป็นสิ่งที่ยืนยันแก่เราได้เป็นอย่างดีว่าสังคมมีพัฒนาการ มีการ เคลื่อนไหว และมีการเปลี่ยนแปลง หรือกล่าวอีกอย่างหนึ่งได้ว่า มีพลวัต (Dynamic) มิใช่สังคมที่หยุดนิ่งอยู่กับ ที่ (Static)

4) การวิเคราะห์แบบเศรษฐศาสตร์การเมืองเน้นวิเคราะห์ที่ความขัดแย้งและการขัดกัน (Conflict and Contradiction) การวิเคราะห์ดังกล่าวเท่ากับเป็นการปฏิเสธเรื่องความสมดุล หรือความ ราบเรียบของระบบสังคม หากแต่เชื่อว่าพัฒนาการของระบบสังคมนั้น เกิดจากพลังผลักดันที่มีลักษณะ เกี่ยวข้องกับความขัดแย้ง และการต่อสู้ระหว่างปัจจัยที่ขัดแย้งกัน

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

สุรศักดิ์ เพชรคงทอง (2564) ศึกษาการแสดงดนตรีพื้นบ้านไทยที่แสดงออกถึงการสืบทอดทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น ผลการวิจัยพบว่า 1) ภาคเหนือ ใช้บทเพลงในการแสดง เช่น เพลงจ้อย เพลงแม่หม้ายค้อม ที่ให้ความรู้สึกนุ่มนวล อ่อนหวาน แสดงถึงความเป็นอยู่และวัฒนธรรมที่เรียบง่าย มีเพลงประกอบประเพณี เช่น ประเพณียี่เป็ง ประเพณีปอยส่างลอง 2) ภาคกลาง ใช้บทเพลงในการแสดง เช่น เพลงเทพทอง ลำตัด มีความสอดคล้องกับวิถีชีวิต บรรเลงเพื่อความรื่นเริง ประกอบพิธีกรรม มีการพัฒนาในลักษณะผสมผสานกับดนตรีหลวง พัฒนาจากดนตรีปี่และกลองมาเป็นระนาดและฆ้องวง ใช้หลักสูตรท้องถิ่นเพื่อเผยแพร่ให้กับเยาวชนและชุมชน และเชิญปราชญ์ชาวบ้านด้านดนตรีมาร่วมสอนเพื่อถ่ายทอดวัฒนธรรมดนตรีพื้นบ้าน 3) ภาคใต้ ใช้บทเพลงในการแสดง เช่น เพลงบอก เพลงเรือ ลิเกฮูลู แสดงศิลปะการรำและการละเล่นแบบวัฒนธรรมไทยพุทธ และวัฒนธรรมไทยมุสลิม สืบทอดการเล่นลิเกมโนห์รา ตามความเชื่อและพิธีกรรม 4) ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ใช้บทเพลงในการแสดง เช่น กันตรึม หมอลำ เพื่อประกอบพิธีกรรมและความเชื่อ เช่น ประเพณีผูกเสี่ยว ประเพณีบุญบั้งไฟ

กฤตินี วงศ์ธริชา (2560) ศึกษาเนื้อหาและการสื่อความหมายของเพลงโพล์คของคำเมือง “เพลงพี่สาวครับ” ของ จรัล มโนเพ็ชร ผลการวิจัยพบว่า 1) ด้วยความงาม ง่าย และการเล่าเรื่องด้วยภาษาคำเมืองและการสอดแทรกถึงชีวิตประจำวันที่ทุกคนสามารถสัมผัสได้รวมกับการเล่าถึงความงามของศิลปวัฒนธรรมของชาวเหนือผ่านคำร้องที่ฟังแล้วสามารถเข้าใจได้ทุกภาคทุกภาษาโดยที่มีกีตาร์โปร่งซึ่งเป็นเครื่องดนตรีสากลนำมาผสมผสานกับการขับร้องเล่าเรื่องราวด้วยภาษาเหนืออย่างลงตัวเกิดเป็นแนวดนตรีใหม่และมีความเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวของคุณจรัล มโนเพ็ชร 2) องค์ประกอบของเพลงโพล์คของคำเมือง ปัจจัยหลักสำคัญคือนี้อารมณ์และทำนองเป็นสิ่งที่ไม่ควรเปลี่ยนแปลงหากมีการนำมาทำใหม่ ส่วนการจะตรงใจผู้ชมได้นั้นปัจจัยหลักคือเรื่องของศิลปินที่มาขับร้อง และการเรียบเรียงให้เข้ากับยุคสมัย 3) ช่องทางในการนำเสนอบทเพลงเก่ามาทำใหม่ที่เหมาะสมกับปัจจุบันมากที่สุดคือ อัลบั้มรวมเพลงเก่า คอนเสิร์ต การแสดงโชว์ตามรายการโทรทัศน์และเพลงประกอบละคร ภาพยนตร์ หรือโฆษณา แต่ไม่เหมาะสมจะนำมาขับร้องใหม่และออกเป็นอัลบั้มเพราะไม่คุ้มค่าในปัจจุบัน

นิศานาจ โสภภาพล (2561) ศึกษาเนื้อหาของบทเพลงแม่น้ำโขงที่สะท้อนสังคมวัฒนธรรม ผลการวิจัยพบว่า บทเพลงแม่น้ำโขงมีเนื้อหาที่สะท้อนสังคมวัฒนธรรม สามารถแบ่งตามพฤติกรรมจากสังคมวัฒนธรรมออกเป็น 4 ลักษณะ คือ 1) เนื้อหาเกี่ยวกับความสัมพันธ์และผูกพันของไทย-ลาว พบมากที่สุด 2) เนื้อหาเกี่ยวกับนิเวศวัฒนธรรม 3) เนื้อหาด้านการรวมกลุ่มเกี่ยวกับครอบครัว และ 4) เนื้อหาเกี่ยวกับศาสนาและประเพณี

พีรณัฐ กัลป์วิชา (2564) ศึกษาแรงบันดาลใจ ลักษณะการสื่อสารและประเด็นทางการเมืองผ่านบทเพลงของกลุ่มดนตรีฟังก์ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562 ผลการวิจัยพบว่า แรงบันดาลใจที่ใช้ในการสื่อสารทาง

การเมืองผ่านบทเพลงฟังก์คือ ผลกระทบทางการเมืองในชีวิตประจำวัน นโยบายทางภาครัฐ และแนวคิดทางการเมือง ส่วนลักษณะการสื่อสารพบว่า การเลือกคำและน้ำเสียงที่ใช้จะแตกต่างกันตามวัตถุประสงค์ในการสื่อสาร ได้แก่ การกล่าวโจมตีรัฐ การระบายความคับข้องใจทางการเมืองและการปลุกกระตมทางความคิด สำหรับประเด็นทางการเมืองที่สื่อสารผ่านบทเพลงฟังก์ มี 4 ประเด็นสำคัญ ได้แก่ (1) ปัญหาสังคม (2) ระบบการปกครอง (3) ขนชั้นทางสังคม และ (4) รัฐบาล ซึ่งวงดนตรีฟังก์ในแต่ละวงจะมีประเด็นที่สื่อสารเป็นหลักแตกต่างกัน ขึ้นอยู่กับผลกระทบทางการเมืองและบริบททางสังคมของสมาชิกในวง

ภูมิ พ่วงกิม (2558) ศึกษาารูปแบบเฉพาะทางดนตรีที่ใช้เป็นสื่อกลางในการเคลื่อนไหวทางการเมืองไทยในช่วงปี พ.ศ. 2547-2557 ผลการวิจัยพบว่ารูปแบบบทเพลงที่ใช้ในการชุมนุมของแต่ละกลุ่มมีความใกล้เคียงกันคือ มีรูปแบบเนื้อร้องที่กระชับเข้าใจง่าย มีเนื้อหาเกี่ยวกับอุดมการณ์และวิธีการต่อสู้ของกลุ่ม มีการกำหนดทำนองเพลงให้สอดคล้องกับเนื้อหาของบทเพลง และมีการจัดจังหวะของเพลงเป็นจังหวะสามช่า (Cha Cha Cha) จังหวะมาร์ช (March) และจังหวะแบบเพลงไทยสมัยนิยมในช่วงเวลาดังกล่าว สำหรับความแตกต่างของรูปแบบบทเพลงในแต่ละกลุ่มคือ การใช้เนื้อร้องที่แตกต่างเพื่อการสื่อความหมายอุดมการณ์และวิธีการต่อสู้ของกลุ่มที่แตกต่างกัน

สรุปคือ เพลงพื้นบ้านและเครื่องมือทางดนตรี สามารถนำมาใช้ในการตีความและสื่อความหมายในหลากหลายมิติของสังคมได้ ขึ้นอยู่กับเนื้อหาเพลง สถานที่หรือช่วงเวลากำเนิดเพลง จุดประสงค์การสร้างและใช้เพลง ตลอดจนพันพัตว์บุคคลผู้แต่งเพลง เหล่านี้ช่วยประกอบสร้างคุณค่าของบทเพลงในเชิงเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองผ่านเนื้อหาที่มีความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมของสังคม ค่านิยม และวิถีชีวิตของผู้คนในแต่ละยุคสมัย

วิธีการวิจัย

การศึกษาชิ้นนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการวิจัยเอกสาร (Documentary Research)

แหล่งข้อมูลและเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Analysis) และงานวิจัย (Meta - Analysis Data) ที่เกี่ยวข้องกับเพลงพื้นบ้านไทย โดยผู้วิจัยคัดเลือกเพลงพื้นบ้านจาก 4 ภาค ภาคละ 15 เพลง รวม 60 เพลง มาทำการศึกษา

การวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร มีขั้นตอนดังนี้

1. รวบรวมข้อมูลเพลงพื้นบ้าน จากหนังสือ เอกสาร อินเทอร์เน็ต ฐานข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และแหล่งข้อมูลอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงบทวิเคราะห์ที่สะท้อนถึงบริบทเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง
2. วิเคราะห์เนื้อหาเพลง (Content Analysis) เชื่อมโยงกับโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง โดยศึกษาผ่านแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง (Political Economy)

- ด้านเศรษฐกิจ วิเคราะห์บทบาทเพลงถึงภาพสะท้อนเรื่องการทำมาหาเลี้ยงชีพ ความเป็นอยู่และวิถีชีวิต ในมิติเศรษฐกิจ เช่น การประกอบอาชีพ การพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและเกษตรกรรม การค้าขาย การคมนาคม
 - ด้านสังคม วิเคราะห์บทบาทเพลงต่อการสร้างสายสัมพันธ์หรือความผูกพันในชุมชน การรวมกลุ่ม และอัตลักษณ์พื้นที่ เช่น ลักษณะความสัมพันธ์ภายในชุมชน วัฒนธรรมพื้นบ้าน วิถีชีวิต บทบาทศาสนา ความเชื่อ
 - ด้านการเมือง วิเคราะห์บทบาทเพลงที่ทำหน้าที่สะท้อนโครงสร้างอำนาจและความสัมพันธ์ทางการเมือง เช่น บทบาทของรัฐและผู้นำท้องถิ่น ระบบชนชั้น ความสัมพันธ์ทางอำนาจ
3. เปรียบเทียบเชิงพื้นที่และสรุปผล วิเคราะห์ความแตกต่างและความเหมือนของเพลงพื้นบ้านในแต่ละภูมิภาค หาความสัมพันธ์ของประเด็นในแต่ละมิติและเปรียบเทียบกับมุมมองเชิงเศรษฐศาสตร์การเมือง ได้แก่ โครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์เนื้อหาเพลงเชื่อมโยงโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ของเพลงพื้นบ้านทั้ง 4 ภาค เป็นดังต่อไปนี้

1. ภาคเหนือ

1.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพลงพื้นบ้านภาคเหนือสะท้อนถึงระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติและการเกษตรกรรมในพื้นที่ที่อุดมสมบูรณ์ เช่น "คว่ำเพลงซอดาววิไถ่น้อย" และ "ซอพระลอเดินดง" สะท้อนถึงความผูกพันกับการเลี้ยงสัตว์และการใช้ทรัพยากรป่าไม้ "บทซอฮอยพระเกียรติ บ่อหลวงของปวงชน" แสดงถึงบทบาทและความสำคัญของพระมหากษัตริย์ในการริเริ่มโครงการพัฒนาพื้นที่เพื่อแก้ปัญหาความยากจนและการอนุรักษ์ทรัพยากร "ซอสมโภชเมืองเจียงใหม่" ซึ่งถึงความรุ่งเรืองของเชียงใหม่ในฐานะศูนย์กลางการค้าของภูมิภาคล้านนา มีการค้าขายระหว่างชุมชนท้องถิ่นและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน "ซอขึ้นเจียงใหม่" พรรณนาถึงป่าดงพงไพรซึ่งสะท้อนความมั่งคั่งทางทรัพยากรธรรมชาติ ส่งผลต่อเศรษฐกิจท้องถิ่นอย่างการค้าไม้ "ซอบั่นฝ้าย" กล่าวถึงการทำเกษตรกรรมและการปั่นฝ้าย ซึ่งเป็นอาชีพหลักของผู้หญิงในชนบทล้านนา

1.2 โครงสร้างทางสังคม เพลงพื้นบ้านภาคเหนือแสดงถึงคุณค่าทางสังคมและวัฒนธรรมที่ยึดโยงกับความเชื่อและประเพณีของชุมชนล้านนา เช่น "คว่ำเพลงซอดาววิไถ่น้อย" บรรยายถึงความเสียสละเพื่อทำนุบำรุงพระพุทธศาสนาและค่านิยมของชาวบ้านต่อศาสนาในฐานะศูนย์กลางความศรัทธา "เพลงสะล้อซอซึง" สะท้อนอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมและความสามัคคีของคนในชุมชน เน้นส่งเสริมการอนุรักษ์ดนตรีพื้นบ้านล้านนา อีกทั้งเป็นการสะท้อนวิถีการรวมตัวของคนในชุมชน มีการทำกิจกรรมร่วมกันในรูปแบบของงานบุญและงานเทศกาลต่าง ๆ

1.3 โครงสร้างทางการเมือง เพลงพื้นบ้านภาคเหนือแสดงถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจและการเมืองในหลายระดับ เช่น "ซอสมโฆงเมืองเจียงใหม่" และ "บทชอชยอพระเกียรติ ป้อหลวงของปวงชน" บ่งบอกถึงบทบาทของพระมหากษัตริย์ในฐานะผู้นำที่สำคัญในการพัฒนาชุมชน ลักษณะระบบการปกครองแบบเจ้าผู้ครองนคร โดยให้ความสำคัญต่อบทบาทผู้นำในการจัดการทรัพยากรและการค้าในภูมิภาค มีการกล่าวถึงโครงการพระราชดำริ เช่น การเกษตรแบบพอเพียงและการอนุรักษ์ป่าไม้ สะท้อนถึงการเชื่อมโยงระหว่างประชาชนและรัฐผ่านนโยบายส่งเสริมเกษตรกรรมและวิถีชีวิตในชุมชน

2. ภาคอีสาน

2.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพลงพื้นบ้านภาคอีสานสะท้อนถึงระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาเกษตรกรรมเป็นหลักและการใช้ทรัพยากรธรรมชาติในพื้นที่ที่มีข้อจำกัดด้านสภาพแวดล้อม เช่น "ลำทางสั้น" "ลำทางยาว" "ลำเตี้ยผลม" "เซ็งเต้าแม่นางดั่ง" และ "เจเรียงบังนา" ล้วนแต่กล่าวถึงการทำเกษตรกรรม ทำไร่ทำนา ปลูกพืชเลี้ยงสัตว์ ซึ่งเป็นหัวใจของเศรษฐกิจในภาคอีสานทั้งสิ้น "เซ็งบังไฟ" และ "เซ็งนางแมว" มีความเชื่อมโยงกับพิธีกรรมขอฝน แสดงถึงความสำคัญของฝนและน้ำในการเพาะปลูก ขณะเดียวกันก็สื่อถึงความแห้งแล้งและความจำกัดของทรัพยากร "ลำเตี้ยหัวโนนตาล" แสดงถึงบทบาทของครอบครัวและชุมชนในการพึ่งพาแรงงานร่วมกัน อย่างการเก็บเกี่ยวผลผลิต

2.2 โครงสร้างทางสังคม เพลงพื้นบ้านภาคอีสานสะท้อนค่านิยม วิถีชีวิต และความเชื่อในชุมชนที่ยึดโยงกับวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น "ลำทางสั้น" "ลำเตี้ยหัวโนนตาล" และ "เพลงลา" สะท้อนถึงความรักและความสัมพันธ์ที่แนบแน่นในชุมชน ตลอดจนสื่อถึงการสนับสนุนซึ่งกันและกันในชุมชนชนบท "เซ็งบังไฟ" และ "เซ็งนางแมว" แสดงถึงความเชื่อในสิ่งเหนือธรรมชาติ อย่างผีฟ้าผีน้ำ และการบูชาเทพเจ้าที่ช่วยสร้างความมั่นคงให้แก่ชุมชน "เจเรียงขันตุจ" และ "เจเรียงตรช" สะท้อนถึงประเพณี ค่านิยม และความสามัคคีในชุมชน

2.3 โครงสร้างทางการเมือง เพลงพื้นบ้านภาคอีสานสะท้อนถึงความสัมพันธ์เชิงอำนาจและการจัดการในชุมชน รวมถึงบทบาทของรัฐ เช่น "เซ็งบังไฟ" ผู้นำชุมชนมักมีบทบาทสำคัญในการจัดพิธีกรรมหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับความศรัทธา และสร้างความร่วมมือในชุมชน อาจได้รับการสนับสนุนในฐานะที่เป็นการส่งเสริมอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมจากรัฐหรือผู้นำท้องถิ่น "ลำทางสั้น" และ "ลำเตี้ยผลม" บอกเล่าชีวิตชาวบ้าน ความอิสระและความสุขในวิถีชีวิต และแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับปัญหาหรือความไม่เท่าเทียมในสังคม

3. ภาคกลาง

3.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพลงพื้นบ้านภาคกลางสะท้อนระบบเศรษฐกิจที่พึ่งพาทรัพยากรน้ำและเกษตรกรรมในพื้นที่ลุ่มน้ำเจ้าพระยา ซึ่งเป็นภูมิภาคสำคัญในด้านเศรษฐกิจของประเทศ เช่น "เพลงเกี่ยวข้าว" "เพลงต้นกำ" "เพลงต้นกำรำเคียว" และ "เพลงสงฟาง" ล้วนแสดงถึงบทบาทของการปลูกข้าวในฐานะอาชีพหลักของประชาชนในภาคกลาง การปลูกและการเก็บเกี่ยวข้าวเป็นหัวใจของเศรษฐกิจท้องถิ่น และเป็นแหล่ง

รายได้หลักของชุมชน "เพลงสงค่อลำพวน" และ "เพลงเรือ" สะท้อนถึงบทบาทสำคัญของแม่น้ำในฐานะเส้นทางคมนาคมและการค้าขาย โดยแม่น้ำเจ้าพระยาเป็นศูนย์กลางที่เชื่อมโยงชุมชนต่าง ๆ "เพลงหน้าไย" แสดงถึงการทอผ้าและงานหัตถกรรมในครัวเรือน ซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจในชนบท

3.2 โครงสร้างทางสังคม เพลงพื้นบ้านภาคกลางแสดงถึงความสัมพันธ์ในชุมชน ความเชื่อ และวิถีชีวิตที่ผูกพันกับวัฒนธรรมพื้นบ้าน เช่น "เพลงแต้เก๋" "เพลงสงพาง" และ "เพลงพานพวง" แสดงถึงการทำงานร่วมกันและความสัมพันธ์แบบพึ่งพาอาศัยกันในชุมชนอย่างช่วงที่มีการเก็บเกี่ยวข้าว ตลอดจนกล่าวถึงความร่วมมือของคนในชุมชนผ่านกิจกรรมขนย้ายฟาง เพื่อนำไปใช้เป็นอาหารสัตว์หรือวัสดุเพื่องานเกษตรอื่น ๆ "เพลงซั๊กกระดาน" และ "เพลงพวงมาลัย" ชี้ถึงความสนุกสนานเชิงวัฒนธรรมและสะท้อนความสัมพันธ์ที่แน่นแฟ้นในสังคม "เพลงพิชฐาน" และ "เพลงร้อยพรรษา" แสดงถึงความผูกพันกับศาสนาและการจัดงานบุญในชุมชน

3.3 โครงสร้างทางการเมือง เพลงพื้นบ้านภาคกลางสะท้อนถึงบทบาทของรัฐและผู้นำท้องถิ่นในการสนับสนุนกิจกรรมทางวัฒนธรรมและการจัดการทรัพยากร เช่น "เพลงพวงมาลัย" และ "เพลงสังกรานต์" มักถูกนำมาใช้ในงานเฉลิมฉลอง สามารถเชื่อมโยงเป็นกิจกรรมที่ได้รับการสนับสนุนจากรัฐหรือผู้นำท้องถิ่นเพื่อสร้างภาพลักษณ์ด้านความมั่นคงและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในชาติได้ สะท้อนถึงการใช้เพลงพื้นบ้านเพื่อสร้างความสัมพันธ์ระหว่างรัฐกับประชาชน "เพลงเรือ" และ "เพลงสงค่อลำพวน" แสดงถึงบทบาทของผู้นำชุมชนในการจัดการเส้นทางน้ำและทรัพยากรที่เกี่ยวข้องกับการคมนาคมและการค้าขายในพื้นที่ลุ่มน้ำ

4. ภาคใต้

4.1 โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เพลงพื้นบ้านภาคใต้สะท้อนถึงเศรษฐกิจที่เชื่อมโยงกับทรัพยากรธรรมชาติและการพึ่งพากิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับทะเลและป่าไม้ เช่น "เพลงเรือ" สะท้อนบทบาทของการเดินเรือและประมงในฐานะหัวใจสำคัญของเศรษฐกิจในภูมิภาค โดยเรือไม่ได้เป็นเพียงเครื่องมือ แต่ยังเป็นสัญลักษณ์ของวิถีชีวิตและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้แล้วเพลงนี้ยังได้บ่งบอกถึงการพึ่งพาสภาพภูมิอากาศในกิจกรรมทางเศรษฐกิจ เช่น การจับปลาและการขนส่งสินค้า "เพลงเรียกเด็กมาจุดไฟ" แสดงถึงการพึ่งพาแรงงานในครอบครัวและการใช้ชีวิตเรียบง่ายในชุมชนชนบท "เพลงชมเรือพระ" สะท้อนถึงความสำคัญของเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับงานฝีมือและศิลปะ "เพลงทอมท่อม" สะท้อนถึงการใช้ประโยชน์จากทรัพยากรธรรมชาติ เช่น พื้นที่นา และการพึ่งพาแหล่งอาหารจากธรรมชาติในชุมชนชนบท

4.2 โครงสร้างทางสังคม เพลงพื้นบ้านภาคใต้ให้ความสำคัญกับชุมชน ศาสนา และวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น "เพลงเรียกเด็กมาจุดไฟ" และ "เพลงขอไฟยายแก่" สะท้อนถึงวิถีชีวิตที่พึ่งพาอาศัยกันในครอบครัวและชุมชน การช่วยเหลือกันในกิจวัตรประจำวันสะท้อนถึงความสามัคคีและความเรียบง่ายในวิถีชีวิตชนบท "เพลงบอกไหว้พระรัตนตรัยและสิ่งศักดิ์สิทธิ์" และ "เพลงชมเรือพระ" แสดงถึงความสำคัญของศาสนาในฐานะศูนย์กลางทางจิตวิญญาณและวัฒนธรรมในภาคใต้ สะท้อนบทบาทของศาสนาและพิธีกรรมในการสร้างความ

มั่นคงและความสามัคคีในชุมชน นอกจากนี้การกล่าวถึงการจัดกิจกรรม อย่างเช่น การจัดเรือพระ เป็นการบ่งบอกถึงความสัมพันธ์ระหว่างศาสนาและชุมชนในฐานะเครื่องมือสร้างความร่วมมือและความศรัทธา "เพลงพระพาย" และ "เพลงนกจอกเต็น" สะท้อนถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่างมนุษย์และธรรมชาติ โดยลมและนกจอกเป็นตัวแทนของความสุขและการดำรงชีวิตที่สอดคล้องกับสิ่งแวดล้อม

4.3 โครงสร้างทางการเมือง เพลงพื้นบ้านภาคใต้แสดงถึงการเชื่อมโยงระหว่างกิจกรรมทางวัฒนธรรมและบทบาทของรัฐหรือผู้นำท้องถิ่น เช่น "เพลงชมเรือพระ" แสดงถึงบทบาทของผู้นำชุมชนในการจัดพิธีกรรมทางศาสนา "เพลงเรือ" และ "เพลงพระพาย" สะท้อนถึงความจำเป็นในการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างสมดุล ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับการกำกับดูแลของรัฐในเรื่องการใช้ทรัพยากร

สรุปและอภิปรายผล

สรุปเปรียบเทียบเพลงพื้นบ้านทั้ง 4 ภาคในมิติต่าง ๆ ที่เชื่อมโยงโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง เป็นดังต่อไปนี้

	ภาคเหนือ	ภาคอีสาน	ภาคกลาง	ภาคใต้
โครงสร้างทางเศรษฐกิจ	มีเศรษฐกิจแบบพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติ เช่น ธุรกิจการค้าไม้จากทรัพยากรป่าไม้ที่อุดมสมบูรณ์ การทำเกษตรกรรม และการเลี้ยงสัตว์ ตลอดจนมีการค้าขายระหว่างชุมชนท้องถิ่นและกลุ่มประเทศเพื่อนบ้าน	มีเศรษฐกิจเกษตรกรรมเป็นแกนหลัก เช่น การปลูกข้าวและการพึ่งพาฝนในพิธีกรรม มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งความแห้งแล้งซึ่งสะท้อนผ่านพิธีกรรมและเพลงพื้นบ้าน	มีเศรษฐกิจแบบผสมผสานระหว่างการเกษตร การค้าขาย และการผลิตในครัวเรือน ตลอดจนให้ความสำคัญของการคมนาคมทางน้ำที่เชื่อมโยงชุมชนและการค้าขายในภูมิภาค	มีเศรษฐกิจแบบพึ่งพาทรัพยากรทางทะเลและการเกษตรชายฝั่งโดดเด่นในเรื่องทรัพยากรทางทะเลและเศรษฐกิจที่เกี่ยวข้องกับการประมง
โครงสร้างทางสังคม	ความสัมพันธ์ในชุมชนมีความเข้มแข็ง และมีลักษณะของความศรัทธาในศาสนาอย่างสูง การแสดงออกทางวัฒนธรรมโดดเด่นและเป็นอัตลักษณ์	ความสัมพันธ์ในชุมชนมีความแน่นแฟ้นมาก มีความเชื่อต่อสิ่งลี้ลับหรือพลังธรรมชาติ ประเพณีและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญต่อการรวมกลุ่ม	ความร่วมมือในชุมชนแสดงออกผ่านกิจกรรมกลุ่ม มีการทำงานเกษตรร่วมกัน ศาสนาและประเพณีมีบทบาทสำคัญต่อชุมชน	ความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชนเข้มแข็ง และมีศาสนาเป็นศูนย์กลาง

	ภาคเหนือ	ภาคอีสาน	ภาคกลาง	ภาคใต้
โครงสร้าง ทาง การเมือง	กษัตริย์ ตลอดจนผู้นำ ชุมชน มีบทบาทสำคัญ ในฐานะผู้ส่งเสริม เศรษฐกิจและการ อนุรักษ์ธรรมชาติ ประชาชนและรัฐมี ความเชื่อมโยงผ่าน นโยบายส่งเสริม เกษตรกรรมและการ จัดการทรัพยากรและ การค้าในภูมิภาค	ผู้นำท้องถิ่นมีบทบาท สำคัญในพิธีกรรมของ ชุมชน การสนับสนุน จากรัฐในกิจกรรมทาง วัฒนธรรมช่วย เสริมสร้างและส่งเสริม เอกลักษณ์ของ ภูมิภาค	รัฐและผู้นำมี บทบาทในการ ส่งเสริมวัฒนธรรม และกิจกรรมทาง เศรษฐกิจ การ สนับสนุนเหล่านั้น ช่วยสร้าง ภาพลักษณ์ความ มั่นคง และความ เป็นหนึ่งเดียวกันใน ชาติได้	รัฐและผู้นำท้องถิ่นมี บทบาทในการ จัดการและกำกับ การใช้ทรัพยากร ธรรมชาติและ สนับสนุนกิจกรรม ศาสนา

จากตารางสรุปข้างต้น สามารถอภิปรายผลเพลงพื้นบ้านทั้ง 4 ภาคผ่านแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองตามประเด็นต่าง ๆ ดังต่อไปนี้

1. โครงสร้างเศรษฐกิจในระบบทุนนิยม เพลงพื้นบ้านในแต่ละภาคสะท้อนถึงโครงสร้างเศรษฐกิจที่พึ่งพาแรงงาน ทรัพยากรธรรมชาติ และทรัพยากรในชนบท ซึ่งเป็นฐานเศรษฐกิจที่สำคัญ แต่กลับถูกกดขี่หรือมองข้ามในระบบทุนนิยม เช่น ในภาคเหนือ ขณะที่แรงงานจำเป็นต้องพึ่งพาธรรมชาติในการดำรงชีวิต กลุ่มทุนในเมืองหรือโครงสร้างเศรษฐกิจส่วนกลางมักดึงทรัพยากรเหล่านี้ไปเพื่อทำกำไรและแสวงหาผลประโยชน์ส่วนตน เช่นเดียวกับในภาคใต้ สะท้อนถึงแรงงานประมงและคนเดินเรือที่พึ่งพาสภาพภูมิอากาศและทรัพยากรชายฝั่ง แต่เผชิญกับความเสี่ยงสูงในชีวิตจากการประกอบอาชีพ ขณะที่ก็ไม่ได้ได้รับผลตอบแทนที่เท่าเทียม เมื่อเทียบกับกลุ่มทุนที่ได้รับผลกำไรจากการค้าทางทะเล หรือในภาคอีสาน จำเป็นอย่างยิ่งต้องพึ่งพาฝนสำหรับการทำเกษตรกรรม ทว่ามีความไม่มั่นคงในระบบเศรษฐกิจท้องถิ่นที่ขาดการสนับสนุนจากส่วนกลาง ขาดระบบน้ำที่มีประสิทธิภาพ และทรัพยากรส่วนใหญ่ถูกควบคุมโดยกลุ่มทุนในเมืองใหญ่

ตามทฤษฎีของมาร์กซ์ แรงงานชนบทในเพลงพื้นบ้านเหล่านี้ คือ ชนชั้นแรงงาน (Proletariat) ที่ถูกกดขี่ในระบบเศรษฐกิจที่เน้นกำไรสูงสุดของชนชั้นปกครอง (Bourgeoisie) เช่น กลุ่มทุนในเมืองหรือผู้ควบคุมทรัพยากรที่มีอำนาจมากกว่า ขณะที่ผลผลิตมีราคาต่ำเป็นของแรงงานที่ทำงานหนัก แต่ผลิตภัณฑ์ขั้นสุดท้ายกลับขายได้ในราคาสูงในเมือง เศรษฐกิจในระบบทุนนิยมมักขูดรีดแรงงานผ่านระบบราคาที่ไม่เป็นธรรม

2. ความขัดแย้งทางชนชั้น สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างผู้ผลิตแรงงานในชนบท และผู้ควบคุมผลผลิตหรือกลุ่มทุนในเมือง โดยที่ความไม่เท่าเทียมนี้ได้สร้างแรงกดดันและผลักดันให้ชนบทต้องพึ่งพาตนเอง และสร้างความเข้มแข็งในชุมชน ดังที่มักแสดงออกในรูปแบบของงานบุญหรือการจัดกิจกรรมทางวัฒนธรรมสำหรับการส่งเสริมอัตลักษณ์ในชุมชน เพื่อความสามัคคีและความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน

3. การวิพากษ์โครงสร้างส่วนบน บทบาทของโครงสร้างส่วนบน เช่น ศาสนา วัฒนธรรม และการเมือง ถูกใช้เพื่อรักษาอำนาจของชนชั้นปกครอง (Bourgeoisie) เพื่อรักษาความสงบเรียบร้อยในชนบท อย่างไรก็ตาม มีการแฝงการตั้งคำถามต่อบทบาทเหล่านี้ เช่น การร้องเรียกให้มีการพัฒนาชุมชน การจัดการทรัพยากรที่ยุติธรรม เป็นต้น

4. การมองแบบองค์รวมของโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง แม้ว่าเบื้องต้นของการวิเคราะห์จะมีความพยายามแยกลักษณะโครงสร้างในมิติต่าง ๆ เพื่อตีความเนื้อหาเพลงพื้นบ้านของแต่ละภาค อย่างไรก็ตามด้วยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การเมือง อิทธิพลหรือผลลัพธ์จากโครงสร้างทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองของทุกชุมชนนั้นไม่สามารถแยกออกจากกันได้ เช่น การทำประมงในภาคใต้ ไม่เพียงเป็นกิจกรรมทางเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังมีชีวิตชีวาที่เชื่อมโยงกับวิถีชีวิตพื้นบ้านและอัตลักษณ์ของสังคม ตลอดจนพิธีกรรมทางศาสนา

5. ระบบเศรษฐกิจและการเมืองในเชิงประวัติศาสตร์ การเปลี่ยนแปลงเกิดขึ้นได้ เนื่องจากสังคมไม่ใช่สิ่งหยุดนิ่ง แต่มีพัฒนาการและพลวัตอยู่ตลอด เช่น การเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจการเกษตรในชนบทไปสู่เศรษฐกิจการค้าและการบริการในเมือง บทบาทของเมืองเชียงใหม่ในอดีตที่เป็นศูนย์กลางการค้าไม้สักและความเปลี่ยนแปลงเมื่อเศรษฐกิจเกษตรกรรมเปลี่ยนไปสู่เศรษฐกิจที่พึ่งพิงการท่องเที่ยวมากขึ้น เป็นต้น

ข้อเสนอแนะ

1. ภาครัฐควรแสดงบทบาทหน้าที่ในฐานะผู้สนับสนุนการอนุรักษ์และเผยแพร่เพลงพื้นบ้านของแต่ละท้องถิ่น นอกจากจะเป็นการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรมของแต่ละท้องถิ่นให้คงอยู่ยาวนาน และสืบสานต่อไปได้ในอนาคต อย่างเป็นที่แพร่หลายแล้ว เพลงพื้นบ้านเหล่านี้ยังสามารถถูกใช้ในฐานะเป็นเครื่องมือสะท้อนภาพเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในแต่ละช่วงเวลา ตลอดจนเสริมสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคนภายในชาติและช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวได้อีกเช่นเดียวกัน
2. หากมีผู้สนใจทำการศึกษาต่อ อีกหนึ่งความน่าสนใจของการศึกษาเกี่ยวกับเพลงพื้นบ้าน คือบทบาทของเพลงพื้นบ้านที่เปลี่ยนแปลงไปโลกสมัยใหม่

บรรณานุกรม

- กรุงเทพฯ นพรัตน์. (2563). เศรษฐศาสตร์การเมืองของฟุตบอลไทย. (ดุชนิพนธ์). มหาวิทยาลัยบูรพา.
- กฤติน วงศ์ถริษา. (2560). เนื้อหาและการสื่อความหมายเพลงโพล์คของคำเมืองของ จรัส มโนเพ็ชร เพื่อกลุ่มผู้ฟังสมัยใหม่: กรณีศึกษาเพลง “พี่สาวครับ”. (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- นิตานาจ โสภภาพล. (2561). บทเพลงแม่น้ำโขง: ภาพสะท้อนสังคมวัฒนธรรมความสัมพันธ์ไทย-ลาว. (บทความวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.

- บุษกร บิณฑสันต์. (2554). ดนตรีภาคใต้ : ศิลปิน การถ่ายทอดความรู้ พิธีกรรมและความเชื่อ. กรุงเทพฯ : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- พรทิพย์ ชังธาดา. (2545). วรรณกรรมท้องถิ่นอีสาน. กรุงเทพฯ : ชมรมเด็ก.
- พีรณัฐ กัลป์วิษา. (2564). การสื่อสารประเด็นทางการเมืองผ่านบทเพลงกลุ่มดนตรีฟังก์ในช่วงปี พ.ศ. 2557-2562. (วิทยานิพนธ์). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ภิญโญ จิตต์ธรรม. (2509). เพลงพื้นเมืองภาคใต้ : เพลงร้องเรือ หรือ เพลงกล่อมเด็ก. สงขลา : โรงเรียนสตรีฝึกหัดครูสงขลา.
- ภูมิ พ่วงกิม. (2558). ดนตรีกับการเคลื่อนไหวทางการเมืองไทย พ.ศ. 2547-2557. (บทความวิจัย). มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.
- มณี พะยอมยงค์. (2524). วัฒนธรรมลานนาไทย. กรุงเทพฯ : สำนักงานคณะกรรมการวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- สุกัญญา สุจฉายา. (2545). เพลงพื้นบ้านศึกษา. กรุงเทพฯ : โครงการเผยแพร่ผลงานวิชาการ คณะอักษรศาสตร์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- วาริฐฐา ถาวรโรฤทธิ์. (2551). นัยทางสังคมการเมืองของเพลงกล่อมเด็กไทย. (วิทยานิพนธ์). จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุธิวศ์ พงศ์ไพบูลย์ และคนอื่นๆ. (2528). การละเล่นพื้นเมืองภาคใต้. กรุงเทพฯ : คณะกรรมการพัฒนาหนังสือ.
- สุภักดิ์ อนุกุล. (2546). เพลงพื้นบ้านภาคกลางและภาคตะวันตก. กรุงเทพฯ : สุวีริยาสาส์น.
- สุรศักดิ์ เพชรคงทอง. (2564). การแสดงดนตรีพื้นบ้านไทยที่แสดงออกถึงการสืบทอดทางศิลปวัฒนธรรมและประเพณีท้องถิ่น. (บทความวิจัย). มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- เอนก นาวิกมูล. (2528). สารานุกรมเพลงพื้นบ้านภาคกลาง. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์พิมพ์เนศ.
- เอนก นาวิกมูล. (2550). เพลงพื้นบ้าน. กรุงเทพฯ : สารคดี.

อิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y
กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

The influence of social media perception on the travel decision-making of Thai
Generation Y tourists: A case study of Phra Nakhon Si Ayutthaya

ณิชากร นามนา¹ และ ดวงธิดา นันทาภิรัตน์²

¹School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, nichskrom@gmail.com

²School of Humanities and Tourism Management, Bangkok University, duangthida.n@bu.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา (1 ความแตกต่างของพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ จำแนกตามลักษณะประชากร (2 พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ (3อิทธิพลของการรับรู้เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจท่องเที่ยวหลังจากได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และ (4 การใช้สื่อสังคมออนไลน์ในมุมมองของผู้ประกอบการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา โดยรวบรวมแบบสอบถามจากกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y ที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา จำนวน 400 คน และสัมภาษณ์เชิงลึกจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญของการวิจัย ได้แก่ ผู้ประกอบการในพื้นที่ท่องเที่ยว จำนวน 12 คน และสุ่มตัวอย่างตามสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ และใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวแตกต่างกัน (2นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน ช่วงเวลา 20.01-00.00 น. ระยะเวลา 3 - 4 ชั่วโมง เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พักและร้านอาหาร และได้รับความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล (3 การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจ ด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย ด้านการเลือกจดจำ ด้านความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว และ (4 ผลการสัมภาษณ์เชิงลึก พบว่า ผู้ประกอบการขาดบุคลากร และความรู้ในการใช้สร้างเนื้อหาสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว อีกทั้งนำเสนอเนื้อหาเป็นวิดีโอสั้นๆ เพื่อแสดงถึงกิจกรรมและบรรยากาศของร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวในระยะเวลาที่กำหนด และ TikTok ได้รับความนิยมนิยมสูงสุดใน ปี 2567รองลงมา คือ Facebook เนื่องจากสามารถแชร์เนื้อหาที่น่าสนใจออกไปยังนักท่องเที่ยวได้

คำสำคัญ : การใช้สื่อสังคมออนไลน์ การตัดสินใจท่องเที่ยว Generation Y

Abstract

This research aimed to study 1) differences in social media usage behavior classified by population characteristics, 2) social media usage behavior, 3) the influence of social media

usage perception on travel decision-making after receiving information from social media, and 4) social media usage from the perspective of entrepreneurs in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province. The research collected questionnaires from 400 Generation Y Thai tourists traveling in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province and conducted in-depth interviews with key informants of the research, namely 12 entrepreneurs in the tourist areas and selected by convenient sampling. The statistics used in the research were frequency, percentage, mean, and standard deviation, multiple regression analysis, and content analysis.

The research results found that 1) Tourists with different genders, ages, statuses, and average monthly incomes have different travel decisions. 2) Most tourists use online media every day, from 20.01 to 00.00, for 3-4 hours, to search for information about accommodations and restaurants, and have convenient access to information. 3) Social media awareness, including selective exposure, selective attention, selective perception and interpretation, selective memory, and psychological and social needs, influence travel decisions. 4) In-depth interviews found that entrepreneurs lack personnel and knowledge in creating content to communicate to tourists. Present content in the form of short videos to show activities and atmospheres of shops or tourist attractions within a specified time frame and TikTok is the most popular in 2024, followed by Facebook because it allows sharing interesting content to tourists.

Keywords : Social Media Perception, Travel Decision, Generation Y

บทนำ

ประเทศไทยที่ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวในฐานะที่เป็นกลไกหลักในการพัฒนาประเทศและขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศ โดยการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) มีการจัดแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ สร้างนโยบายในการพัฒนาการบริการและส่งเสริมสาธารณสุขปโภค สาธารณสุขพื้นฐานที่พึง การเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งในปี พ.ศ 2565 ทุกหน่วยงานทางการท่องเที่ยวมีการปรับเปลี่ยนรวมถึงนักท่องเที่ยวที่เดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยมากกว่าปีอื่นๆ 61.129 ล้าน ซึ่งเพิ่มขึ้นกว่าปี พ.ศ 2564 ถึง %80 เนื่องจากรัฐบาลและองค์กรการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท) ได้มีการวางแผนกลยุทธ์ในการกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยวภายในประเทศหลายโครงการ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2565)

ในปี 2567 มูลค่าการท่องเที่ยวไทยจะมีมูลค่า 75.2 ล้านล้านบาทต่ำกว่าเป้าที่ภาครัฐได้วางไว้ที่ 5.3ล้านล้านบาทหรือห่างจากเป้าหมายเกือบ 8 แสนล้านบาท แต่มองว่ายังมีศักยภาพดึงดูด

นักท่องเที่ยวได้มากขึ้นในเชิงคุณภาพ หากมีการกำหนดเป้าหมายและกลยุทธ์ให้ตรงตามกลุ่มให้ชัดเจน ภาครัฐควรตั้งเป้าหมายในการดึงดูดให้เกิดการท่องเที่ยวซ้ำ เช่น สิทธิประโยชน์ที่อาจมอบให้เมื่อมีการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ ในกรอบระยะเวลาที่กำหนด รวมถึงเร่งพัฒนาโครงสร้างคมนาคมให้สะดวก ปลอดภัย ที่สามารถเชื่อมกับภูมิภาคต่าง ๆ เพื่อดึงดูดให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการท่องเที่ยวซ้ำในภูมิภาคอื่น ๆ ที่มีสัดส่วนนักท่องเที่ยวที่อยู่อาศัยระยะยาวสูง โดยเปรียบเทียบอาจให้เป็นในรูปแบบสิทธิประโยชน์เรื่องการจัดหาที่อยู่อาศัยที่มีคุณภาพ จัดหาบริการระบบประกันสุขภาพที่ครอบคลุม รวมถึงในภาพรวมควรจัดตั้งหน่วยงานสายด่วนรับเรื่องร้องเรียนที่สามารถแก้ปัญหานักท่องเที่ยวต่างชาติถูกเอารัดเอาเปรียบอย่างจริงจัง เพื่อยกระดับคุณภาพการท่องเที่ยวไทยให้ก้าวไปอีกระดับเพื่อสามารถส่งต่อบรรยากาศการท่องเที่ยวที่เป็นมิตร เพิ่มโอกาสการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวอายุน้อย และโน้มน้าวให้นักท่องเที่ยวมีความประสงค์ที่จะอยู่อาศัยระยะยาว เพื่อโอกาสในการยกระดับให้การท่องเที่ยวไทยเป็นกลไกในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจในระยะยาว (ธนากรทหารไทยธนาชาติ ,2566)

เนื่องจากจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งอุทยานประวัติศาสตร์เก่าแก่ เป็นอดีตราชธานีที่ยาวนานที่สุด 417 ปี มีเอกลักษณ์ด้านประวัติศาสตร์โบราณสถาน โบราณวัตถุ สถาปัตยกรรมที่มีลักษณะเฉพาะที่งดงาม ส่งผลให้จังหวัดพระนครศรีอยุธยามีความเจริญก้าวหน้าทางการท่องเที่ยวที่หลากหลาย จากการสอบถามผู้คนในพื้นที่ จากการนำเรื่องราวประวัติศาสตร์มาเผยแพร่ผ่าน ภาพยนตร์ และละคร เช่น บุพเพสันนิวาส พรหมลิขิต เป็นต้น จากการที่นักท่องเที่ยวเข้ามาวิว จากผู้มีอิทธิพลทางออนไลน์ได้เข้ามานำเสนอสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้นผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ เช่น เฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) (ตรีธวัฒน์ มีสมศักดิ์,256 3)

จากรายงานสถิติเชิงลึกของการใช้สื่อสังคมออนไลน์หรืออินเทอร์เน็ตของ Thailand Digital Stat Insight ปี 2566 พบว่า ประชากรทั่วโลก จำนวน 01.8 พันล้านคน มีจำนวนผู้ใช้อินเทอร์เน็ตทั้งสิ้น 44.5 พันล้านคน โดยมีการใช้โซเชียลเน็ตเวิร์คหรือเครือข่ายสังคมออนไลน์ (Social Media) มากถึง 76.4 พันล้านคน พฤติกรรมของคนไทยมีการใช้งานบนโซเชียลมีเดียเฉลี่ย 8 ชั่วโมง 6 นาทีเท่านั้น ซึ่งนั่นแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมของคนไทยการเปิดรับสื่อสังคมออนไลน์ของผู้บริโภคเพิ่มขึ้น โดยแอปพลิเคชันโซเชียลมีเดียที่คนใช้สูงสุดต่อวันและได้รับความนิยม ได้แก่ เฟสบุ๊ก (Facebook) ยูทูบ (YouTube) อินสตาแกรม (Instagram) และติ๊กต็อก (TikTok) ซึ่งส่งผลให้การใช้สื่อสังคมออนไลน์สามารถตอบสนองต่อความต้องการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจในการรับรู้ข้อมูลข่าวสารหรือกระแสความนิยมใหม่ๆ ในปัจจุบัน (ณัฐพล เมืองธรรม ,2566)

ทั้งนี้กลุ่ม Generation Y (ผู้เกิดในปี พ.ศ.2527-2541) มีพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ถึงร้อยละ 36.88 ในปี 2566 สะท้อนให้เห็นการเข้าสู่ระบบสังคมออนไลน์อย่างต่อเนื่อง โดยการใช้งาน

อินเทอร์เน็ตเพิ่มสูงขึ้นเป็น 8 ชั่วโมง 55 นาทีต่อวัน ที่ตอบสนองความต้องการด้านสินค้าและบริการ การท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากที่สุด (กานต์กนิษฐ์ ทิพรัตน์ ,2566)

ดังนั้นผู้วิจัยจึงมีความสนใจทำการศึกษาถึง อิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เพื่อศึกษาพฤติกรรมนักท่องเที่ยวและเรียนรู้ว่านักท่องเที่ยวต้องการรูปแบบของข่าวสารการท่องเที่ยวที่ปรากฏในสื่อออนไลน์ในลักษณะใด เพื่อข้อมูลนี้จะได้เป็นประโยชน์ต่อ ผู้ประกอบการ หน่วยงานภาครัฐ หน่วยงานภาคเอกชน รวมไปถึงหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวจะได้นำข้อมูลที่ได้มาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาเนื้อหา หรือรูปแบบของสื่อออนไลน์ให้เข้าถึงนักท่องเที่ยวมากขึ้นที่จะได้เป็นช่องทางหนึ่งในการกระตุ้นให้เกิดการท่องเที่ยวและเพิ่มจำนวนนักท่องเที่ยวที่สนใจเดินทางมาในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดสื่อสังคมออนไลน์

สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เป็นสื่อที่อยู่ในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์ซึ่งจะเกิดขึ้นเมื่อผู้ส่งสารสามารถแบ่งปันสารไปยังผู้รับสารผ่านเครือข่ายออนไลน์ โดยมีการตอบโต้หรือแลกเปลี่ยนข้อมูลเกิดขึ้นระหว่างผู้ส่งสารและผู้รับสาร โดยสามารถแบ่งออกเป็น 3 ลักษณะดังนี้ สื่อออนไลน์แพร่กระจายด้วยการปฏิสัมพันธ์เชิงสังคมเป็นการสนทนาที่หยาบกระด้างและนำมาเผยแพร่ข่าวสารออกไปได้ง่าย ซึ่งการสื่อสารนั้นจะอยู่ในรูปแบบของเนื้อหา รูปภาพ เสียง หรือวิดีโอ ซึ่งสื่อที่เปลี่ยนแปลงจากสื่อเดิมที่แพร่กระจายแบบทางเดียว (One to Many) มีรูปแบบการสนทนาที่สามารถมีผู้อื่นเข้าร่วมได้หลาย ๆ คน การสนทนาที่เกิดขึ้นจึงเป็นการรวมกลุ่มพูดคุยในเรื่องที่สนใจร่วมกัน โดยที่ไม่มีใครเข้ามาควบคุมเนื้อหาของการสนทนา แม้จะเป็นผู้สร้างเนื้อหาเอง เนื่องจากผู้ที่ได้รับสิทธิ์เข้าร่วมในรูปแบบของการแสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม หรือการเข้าไปแก้ไขเนื้อหานั้น ๆ อีกทั้งเนื้อหานั้นเปลี่ยนผู้คนจากผู้บริโภคเนื้อหาเป็นผู้สร้างเนื้อหา เมื่อใครผลิตเนื้อหาได้ตรงใจคนหมู่มาก เป็นผู้ทรงอิทธิพล (Influencer) สามารถโน้มน้าวให้ผู้ติดตามตัดสินใจซื้อสินค้าหรือบริการได้โดยง่าย (ภิเชก ชัยนิรันดร์, 2553)

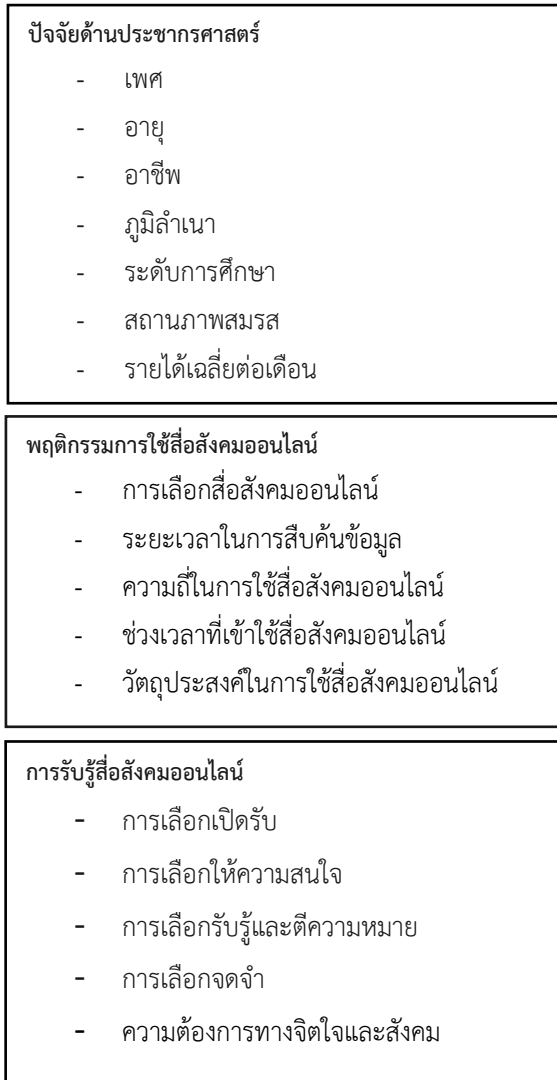
แนวคิดการตัดสินใจ

Keller and Kotler (2012) กล่าวถึง การตัดสินใจซื้อว่าเป็นกระบวนการประเมินผลเกี่ยวกับทางเลือกหรือตัวเลือกที่จะนำไปสู่การบรรลุเป้าหมาย ซึ่งกระบวนการตัดสินใจ ชื่อของผู้บริโภค มี 4 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การรับรู้ถึงความต้องการหรือการรับรู้ปัญหา โดยบุคคลต้องรับรู้ปัญหาหรือถูกกระตุ้นให้เกิดความต้องการไม่ว่าจะเป็นสิ่งกระตุ้นภายในหรือภายนอกร่างกายจึงจะเกิดความต้องการในที่สุด 2) การค้นหาข้อมูล เป็นขั้นที่ผู้บริโภคได้เริ่มมีการค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับคุณสมบัติของสิ่งที่ต้องการจะสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ 3) การประเมินทางเลือก โดยจะพิจารณาเลือกจากหลายหลายช่องทางก่อนตัดสินใจ และ 4) การ

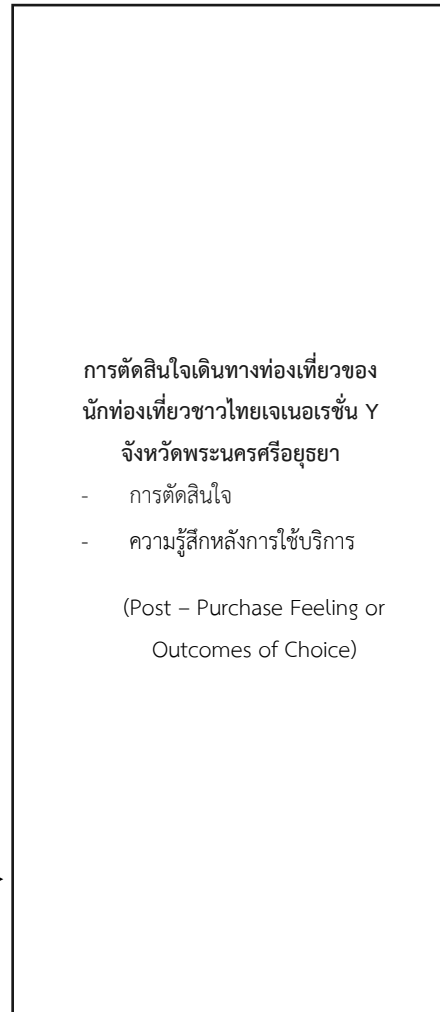
ตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision) การที่ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้านั้นเขาต้องเผชิญกับความเสี่งว่าสินค้าหรือบริการที่ซื้อไปนั้นจะดีเหมือนกับที่โฆษณาหรือไม่

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ



ตัวแปรตาม



สมมติฐานการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y ที่มีลักษณะประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่ต่างกัน
2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y
3. การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Research) ซึ่งมีทั้งการวิจัยคุณภาพ (Qualitative Research) และการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research)

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ที่เดินทางมาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งในกรณีนี้จะใช้จำนวนชาวไทยที่เดินทางมาเยี่ยมเยือนจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ซึ่งมีจำนวน 887,134 คน (สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ,2566) และใช้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน สุ่มตัวอย่างตามสะดวก

2) ผู้ใช้ข้อมูลสำคัญ คือ ผู้ประกอบการ ซึ่งเป็นเจ้าของกิจการในสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา (สัมภาษณ์) จำนวน 12 คน ประกอบด้วย ผู้ประกอบการร้านอาหาร ผู้ประกอบการของที่ระลึก และผู้ประกอบการสถานที่ท่องเที่ยว จำนวนอย่างละ 4 คน

3) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

3.1) แบบสอบถาม (Questionnaire)

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่2 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยว เป็นข้อมูลพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวเจเนอเรชั่น Y แบ่งเป็นทั้งหมด 5 ข้อคำถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check List)

ส่วนที่3 การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ผ่านสื่อออนไลน์เป็นแบบ โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ 5 ระดับ (Rating Scale)

ส่วนที่4 ความรู้สึกหลังแบบสอบถามการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ในการเดินทางท่องเที่ยว โดยผู้ตอบแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ 5 ระดับ (Rating Scale)

3.2) แบบสัมภาษณ์เชิงลึก

แบบสัมภาษณ์ในการถามคำถามผู้ผลิตสื่อออนไลน์ทางการท่องเที่ยวซึ่งเป็นการสัมภาษณ์แบบโครงสร้างเป็นรายบุคคล (Semi – Structured Interview)โดยมีการกำหนดประเด็นคำถามเพื่อสอบถามตามประเด็นต่างๆ ที่เกี่ยวกับสื่อสังคมออนไลน์คำถามที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 1) การออกแบบสื่อออนไลน์ที่มีความหลากหลาย รูป คลิป เสียง หรือ ภาพ ที่เผยแพร่บนสื่อสังคมออนไลน์ 2) แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และ3) การตอบรับหลังการนำเสนอสื่อสังคมออนไลน์ของผู้ประกอบการสื่อประเภทใดดีที่สุด และปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการท่องเที่ยว

4) การทดสอบคุณภาพเครื่องมือการวิจัย

4.1) การทดสอบความตรง (Validity) เมื่อแบบสอบถามถูกปรับปรุงและแก้ไขโดยผู้เชี่ยวชาญแล้วแบบสอบถามดังกล่าว จะถูกนำไปทดสอบหาค่าความเที่ยง (Reliability) โดยทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่มีคุณลักษณะ เหมือนกับประชากรในงานวิจัย แต่มีใช้กลุ่มเดียวกันจำนวน 30 คน และนำแบบสอบถามนั้นมาวิเคราะห์ ปรับปรุงร่วมกับอาจารย์ที่ปรึกษาพร้อมกับหาค่าเฉลี่ย และค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค

(Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งควรจะมีค่าผลรวมมากกว่าหรือเท่ากับ 7.0 ก่อนนำ แบบสอบถามดังกล่าวไปใช้ในการเก็บข้อมูลกับกลุ่มประชากรจริง (ปราณี มีหาญพงษ์ และกรรณิการ์ ฉัตรดอกไม้ไพร , 2561) แบบสอบถามของการวิจัยนี้ได้ค่าระดับความเชื่อมั่นแบบสอบถามเท่ากับ 980.0 ซึ่งถือว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปใช้กับกลุ่มตัวอย่างได้จริง

4.2) ความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) โดยการนำแบบสอบถามและแบบสัมภาษณ์ที่คณะผู้วิจัยสร้างขึ้นไปปรึกษากับผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อช่วยตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมของเนื้อหาที่ต้องการศึกษา โดยมีผู้เชี่ยวชาญและผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่าน ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าดัชนีความสอดคล้องไว้ที่ 6.0 ขึ้นไป (Rovinelli and Hambleton, 1977) เพราะถือว่าเป็นค่าที่ได้เพียงพอและเป็นที่ยอมรับทางสถิติ จากการวิเคราะห์ดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) ได้เท่ากับ 875.0

5) การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และสถานภาพสมรส โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.2) การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ได้แก่ การเลือกสื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการสืบค้นข้อมูล ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ และประเภทสื่อสังคมออนไลน์ที่ค้นหา โดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage)

5.3) การวิเคราะห์ระดับการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ได้แก่ การเลือกเปิดรับสื่อ การเลือกให้ความสนใจ การเลือกรับรู้และตีความหมาย การเลือกจดจำ และความต้องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ โดยใช้ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

5.4) การทดสอบความแตกต่างค่าเฉลี่ยของสองกลุ่มประชากร Independent t-test และ F - test (One way ANOVA) และหาสมมติฐานที่ 3 Multiple Regression โดยใช้ในการวิเคราะห์ความแตกต่างค่าเฉลี่ยการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทย

5.5) การวิเคราะห์ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก โดยใช้การวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย

การศึกษาเรื่องอิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สรุปผลได้ดังต่อไปนี้

1. การวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีช่วงอายุ 37-40 ปี มีสถานภาพโสด ระดับการศึกษาปริญญาตรี ประกอบอาชีพพนักงานลูกจ้าง/ลูกจ้างเอกชน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001 – 30,000 บาท

2. การวิเคราะห์ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน ใช้สื่อออนไลน์ 20.01-00.00 น. ใช้สื่อออนไลน์ 3 - 4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ TikTok ใช้สื่อออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก / ร้านอาหาร และใช้สื่อออนไลน์เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล

3. ผลการศึกษาการรับรู้เรื่องสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y ผลการศึกษาพบว่าระดับการรับรู้เรื่องสื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y โดยภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ ด้านการเลือกให้ความสนใจ รองลงมาคือ ด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย ความต้องการทางจิตใจและสังคม ด้านการเลือกจดจำ และน้อยที่สุด คือ ด้านการเลือกเปิดรับ ตามลำดับ

4. ผลการศึกษาการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่าระดับการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y อยู่ในระดับมากที่สุด

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน
ตารางที่ 1 ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
สมมติฐานที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 2 พบว่า พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ การเลือกสื่อสังคมออนไลน์ จุดประสงค์ในการใช้สื่อออนไลน์ และเหตุผลที่ใช้สื่อออนไลน์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01	ยอมรับ
สมมติฐานที่ 3 การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย ด้านการเลือกจดจำ ด้านความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y โดยสามารถพยากรณ์การส่งผลที่ร้อยละ 2.61	ยอมรับ

6. ผลการศึกษาเชิงคุณภาพ

6.1 ประเด็นปัญหาและอุปสรรคในการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการท่องเที่ยว สรุปได้ว่าผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า สถานที่ท่องเที่ยวและร้านค้าต่างๆ ขาดบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อออนไลน์ อีกทั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สร้างเนื้อหาและรายละเอียดในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังกังวลเรื่องของการใช้งบประมาณในการสร้างเนื้อหาในการนำเสนอไปยังนักท่องเที่ยวอีกด้วย

6.2 ประเด็นของรูปแบบเนื้อหาที่นำเสนอบนสื่อออนไลน์ไปยังนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย สรุปได้ว่า รูปแบบของเนื้อหาที่กิจการ และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา นำเสนอไปบนสื่อออนไลน์นั้นส่วนใหญ่เป็น วิดีโอสั้นๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้พบเห็นได้เห็นวิวทิวทัศน์ กิจกรรมที่น่าสนใจ และบรรยากาศของร้านหรือ สถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา และเกิดความต้องการเข้ามาเยี่ยมชมในที่สุด

6.3 ประเด็นของช่องทางของสื่อออนไลน์ที่กิจการสถานที่ท่องเที่ยวใช้ในการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา มากที่สุด สรุปได้ว่า TikTok เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในขณะนี้ (ปี 2567) รองลงมา คือ Facebook เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและร้านค้าสามารถสร้างเพจแนะนำการท่องเที่ยวและแชร์ เนื้อหาที่น่าสนใจออกไปยังนักท่องเที่ยวได้

6.4 แนวทางการพัฒนาการใช้สื่อออนไลน์ในการโปรโมทการท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา สรุปได้ว่า ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนให้บุคลากรในพื้นที่จังหวัดพระนครศรีอยุธยาสามารถใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรสร้างแคมเปญการท่องเที่ยว เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั้งประเทศไทย และทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาในที่สุด

อภิปรายผล

การศึกษาเรื่อง อิทธิพลของการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา สามารถอภิปรายผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ได้ดังต่อไปนี้

1. เพื่อศึกษาความแตกต่างของระดับการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y จำแนกตามลักษณะประชากร พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y ที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่านักท่องเที่ยวแต่ละคนย่อมมีความแตกต่างกันในเรื่องของความชื่นชอบจึงทำให้มีการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยวแตกต่างกันออกไป โดยสอดคล้องกับการวิจัยของพัทมน ภมรานนท์ (2562) ที่ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา” พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยวด้านเพศ อายุ สถานภาพ และอาชีพส่งผลต่อการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน

2. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจเนอเรชั่น Y พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ทุกวัน ใช้สื่อออนไลน์ 20.01-00.00 น. ใช้สื่อออนไลน์ 3 - 4 ชั่วโมง ส่วนใหญ่ใช้สื่อออนไลน์ TikTok ใช้สื่อออนไลน์เพื่อค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับที่พัก / ร้านอาหาร และใช้สื่อออนไลน์เนื่องจากความสะดวกในการเข้าถึงข้อมูล ทั้งนี้อาจเป็นเพราะสื่อออนไลน์ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน และนักท่องเที่ยวสามารถค้นหาข้อมูลต่างๆเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวได้จากพื้นที่สื่อออนไลน์ได้ทั้งหมด และนำมาใช้ในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวได้ โดยสอดคล้องกับพัทมน ภมรานนท์ (2562) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย ในจังหวัด

พระนครศรีอยุธยา” พบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมการใช้สื่อแตกต่างกัน มีการตัดสินใจท่องเที่ยวแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y หลังจากได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ พบว่า การรับรู้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ด้านการเลือกเปิดรับ ด้านการเลือกให้ความสนใจด้านการเลือกรับรู้และตีความหมาย ด้านการเลือกจดจำ ด้านความต้องการทางจิตใจและสังคม มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y โดยสามารถพยากรณ์การส่งผลที่ร้อยละ 2.61 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะข้อมูลที่แสดงบนสื่อสังคมออนไลน์ก่อให้เกิดการรับรู้สื่อสังคมออนไลน์และเกิดการเผยแพร่ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว สื่อสังคมออนไลน์ที่นักท่องเที่ยวเลือกค้นหาข้อมูลสร้างความมั่นใจ ในการเดินทางท่องเที่ยวจังหวัดพระนครศรีอยุธยา และการรับรู้ข้อมูลผ่านสื่อสังคมออนไลน์ล่วงหน้า ทำให้นักท่องเที่ยวเตรียมตัวได้อย่างรอบคอบและพบว่า นักท่องเที่ยวจะแนะนำให้เพื่อน คนรู้จัก หรือ คนในครอบครัวมาติดตามข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์นั้น เพื่อใช้เป็นแหล่งข้อมูลในการเดินทางท่องเที่ยวด้วย โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของวรรณพร ปานสาคร (2565) ศึกษาเรื่อง “พฤติกรรมใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่ส่งผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียว (Solo Traveler) ของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร” พบว่า การใช้สื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05.0 และสื่อสังคมออนไลน์มีผลกระทบต่อตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวคนเดียวของหญิงไทยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05.0

4. เพื่อศึกษาการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในมุมมองของผู้ประกอบการในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า

4.1 ผู้ประกอบการ และเจ้าหน้าที่ที่มีส่วนเกี่ยวข้องส่วนใหญ่ให้ข้อมูลว่า สถานที่ท่องเที่ยวและร้านค้าต่างๆ ขาดบุคลากรผู้มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อออนไลน์ อีกทั้งยังขาดความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการใช้สร้างเนื้อหาและรายละเอียดในการสื่อสารไปยังนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังกังวลเรื่องของการใช้งบประมาณในการสร้างเนื้อหาในการนำเสนอไปยังนักท่องเที่ยวอีกด้วย

4.2 รูปแบบของเนื้อหาที่กิจการ และสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา นำเสนอไปบนสื่อออนไลน์นั้นส่วนใหญ่เป็นวิดีโอสั้นๆ เนื่องจากต้องการให้ผู้พบเห็นได้เห็นวิวทิวทัศน์ กิจกรรมที่น่าสนใจ และบรรยากาศของร้านหรือสถานที่ท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยา และเกิดความต้องการเข้ามาเยี่ยมชมในที่สุด 3) TikTok เป็นช่องทางที่ได้รับความนิยมสูงสุดในขณะนี้ (ปี 2567 รองลงมา คือ Facebook เนื่องจากแหล่งท่องเที่ยวและร้านค้าสามารถสร้างเพจแนะนำการท่องเที่ยวและแชร์เนื้อหาที่น่าสนใจออกไปยังนักท่องเที่ยวได้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า สื่อสังคมออนไลน์ในปัจจุบันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นอย่างมาก จึงทำให้ผู้ประกอบการใช้ TikTok โดยนำเสนอคลิปสั้นๆ เพื่อเชิญชวน และดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวให้มาท่องเที่ยวได้ด้วยเนื้อหาเพียงสั้นๆ และประหยัดงบประมาณในการทำตลาดได้เช่นกัน โดยสอดคล้องกับผลการวิจัยของบัญญัติ พิลา (2559 ศึกษาเรื่อง “แรงจูงใจในการเดินทาง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การสื่อสารปากต่อปาก แบบออนไลน์ ทักษะคติในการเดินทาง และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลกระทบต่อตัดสินใจอิเล็กทรอนิกส์(E-decision) เพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี” ที่พบว่า ผู้บริโภคที่ทำการส่วนใหญ่มีความคุ้นเคยกับการใช้สื่อออนไลน์ต่าง ๆ โดยเฉพาะสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งมีความ

สะดวกสบายในการแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวในแหล่งต่าง ๆ หาก สถานที่ท่องเที่ยว นั้น ๆ มีการกล่าวถึงอย่างแพร่หลาย มีการกดไลค์จำนวนมากแสดงว่า เป็นสถานที่ได้รับความนิยมซึ่งทำให้ผู้คนต้องการไปเยี่ยมชมสถานที่นั้น ๆ ดังนั้น การใช้สื่อสังคมออนไลน์จึงมีผลต่อการตัดสินใจเล็กน้อยเพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับผลการวิจัยของพุทธชาติ ทองนาค และสุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ์ (2562) ที่ศึกษาถึง พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลกระทบต่อทางเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัด นครศรีธรรมราช ที่พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามใช้โปรแกรม TikTok มากที่สุด รองลงมาคือ Facebook, YouTube, Instagram และ Twitter น้อยที่สุด นอกจากนี้ยังระบุว่า แอปพลิเคชันที่น่าสนใจในปัจจุบัน คือ TikTok เพราะทุกคนสามารถเข้าถึงได้ง่าย แต่อย่างไรก็ตามสถานที่ท่องเที่ยวแต่ละที่ยังขาดบุคคลที่มีความเชี่ยวชาญในการใช้สื่อในการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยว ดังนั้นหากต้องการให้สถานที่ท่องเที่ยวได้รับความนิยม และมีชื่อเสียงอาจต้องพัฒนาศักยภาพของบุคลากรให้มีความเชี่ยวชาญมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. นักท่องเที่ยวที่มีเพศ อายุ สถานภาพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการร้านควรมีการวิเคราะห์ลักษณะประชากรศาสตร์ที่ชัดเจน เพื่อให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายของผู้ประกอบการและสามารถตอบสนองความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวได้ โดยวิเคราะห์จาก นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาสถานที่ และบรรยากาศร้านต่างๆ กลุ่มนักท่องเที่ยวภายในจังหวัด พระนครศรีอยุธยา เช่น เน้นคุณภาพของแหล่งท่องเที่ยว เป็นต้น

2. พฤติกรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ได้แก่ ความถี่ในการใช้สื่อสังคมออนไลน์ ช่วงเวลาที่เข้าใช้สื่อสังคมออนไลน์ ระยะเวลาในการใช้สื่อออนไลน์ การเลือกสื่อสังคมออนไลน์ จุดประสงค์ในการใช้สื่อออนไลน์ และเหตุผลที่ใช้สื่อออนไลน์ในการท่องเที่ยวที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y แตกต่างกัน ดังนั้นผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับการนำเสนอเนื้อหาการท่องเที่ยวบนสื่อออนไลน์ให้สอดคล้องกับพฤติกรรมการใช้สื่อของนักท่องเที่ยว เพื่อให้ตรงกับสิ่งที่นักท่องเที่ยวต้องการ

3. การรับรู้เรื่องการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยเจนเนอเรชั่น Y เน้นการได้รับข้อมูลจากสื่อสังคมออนไลน์ และ ข้อมูลสื่อสังคมออนไลน์สามารถกระตุ้นการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยว ดังนั้นผู้ประกอบการควรพัฒนาบุคลากรให้มีความสามารถในการใช้งานสื่อออนไลน์ในการโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยวมากขึ้น

4. หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวควรให้การสนับสนุนให้บุคลากรในพื้นที่จังหวัด พระนครศรีอยุธยาสามารถใช้สื่อได้อย่างมีประสิทธิภาพ อีกทั้งควรสร้างแคมเปญการท่องเที่ยว เพื่อช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วประเทศไทย และทั่วโลกเดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดอยุธยาในที่สุด

5. หน่วยงานภาครัฐ เข้ามาสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวที่ขาดบุคลากรในสถานที่นั้นๆ สนับสนุนบุคลากรใหม่ๆ หรือมีการฝึกอบรม บุคลากรที่มีอยู่ให้พัฒนาศักยภาพของแหล่งท่องเที่ยวได้ครบถ้วนมากยิ่งขึ้น

6. หน่วยงานภาครัฐสนับสนุนแหล่งท่องเที่ยวใกล้เคียง โดยมีการสำรวจแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามากขึ้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้รู้จักสถานที่ท่องเที่ยวใหม่ๆ หรือ ร้านอาหาร ร้านของฝาก ส่งผลให้มีการกระจายรายได้ให้มากยิ่งขึ้นภายในสถานที่แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ

บรรณานุกรม

- กานต์กนิษฐ์ ทิพรัตน์. (2566). รู้ทันไลฟ์สไตล์ GEN Y ที่เปลี่ยนไป (1). สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.thansettakij.com/blogs/business/marketing/571879>
- ณัฐพล เมืองธรรม. (2566). สรุป 31 Thailand Digital Stat Insight 2023 จาก We Are Social. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.everydaymarketing.co/trend-insight/thailand-data-digital-stat-insight-2023-from-we-are-social/>
- ตรีธวัฒน์ มีสมศักดิ์. (2563). แนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา กรณีศึกษา : ปรากฏการณ์แต่งกายแบบไทยจากกระแสละครบุพเพสันนิวาส. วารสารวิชาการอยุธยาศึกษา, 12(2), 96-106.
- ธนาคารทหารไทยธนชาต. (2566). ttb analytics มองรายได้การท่องเที่ยวปี 2567 พุ่งตัวเกือบสมบูรณ์ มากกว่า 90% ที่ 2.75 ล้านล้านบาท. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, จาก <https://www.ttbank.com/th/newsroom/detail/ttba-tourism-income-2024>
- บัญญัติ พิลา. (2559). แรงจูงใจในการเดินทาง ความน่าเชื่อถือของข้อมูล การสื่อสารปากต่อปากแบบออนไลน์ทัศนคติในการเดินทาง และการใช้สื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจอิเล็กทรอนิกส์ (E-decision) เพื่อเลือกแหล่งท่องเที่ยวในประเทศไทยของผู้บริโภคในจังหวัดสระบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ปราณี มีหาญพงษ์, และกรรณิการ์ ฉัตรดอกไม้ไพร. (2561). การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือวิจัยทางการพยาบาล.วารสารพยาบาลทหารบก, 19(1), 113-0
- พัทธมน ภมรานนท์. (2562). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทยในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- พุทธชาติ ทองนาค. (2560). พฤติกรรมการใช้สื่อออนไลน์ของนักท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการเลือกแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดนครศรีธรรมราช. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, จาก <http://www.baabstract.ru.ac.th/index.php/abstractData/viewIndex/.173ru>
- ภิเชก ชัยนิรันดร์. (2553). การตลาดแนวใหม่ผ่าน Social Media. กรุงเทพมหานคร : ซีเอ็ดยูเคชั่น
- วรรณพร วจะสุวรรณ. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวเกาะเสม็ด จังหวัดระยองของนักท่องเที่ยวเจนเอเรชั่นวาย. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สำนักงานจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. (2566). ประวัติความเป็นมาของจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. สืบค้นเมื่อ 20 มิถุนายน 2567, จาก https://ww2.ayutthaya.go.th/content/history_1

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

Rovinelli, R. J., and Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Tijdschrift voor Onderwijsresearch*, 2(2), 49–60.

การจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย
กรณีศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Knowledge management in finance Finance and supplies to promote research.

Case study : Nakornping Energy Research and Development Institute. Nakornping, Chiang Mai University

วัลลภภัทร์ บัวกล้า

สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

E-mail : bowbikes7656@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และศึกษาแนวทางการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม จากผู้ให้ข้อมูล 19 ท่าน ซึ่งเป็นบุคลากรสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ประกอบด้วยผู้บริหาร เจ้าหน้าที่สายปฏิบัติการที่ได้รับทุนวิจัย และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน สังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการศึกษา สรุปได้ว่า ระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุ เพื่อส่งเสริมการทำวิจัย ของสถาบันฯ พบว่า ด้านการหาข้อมูลและความรู้ มีการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก โดยเน้นการค้นหาคำความรู้ที่จำเป็นต่อการทำงานอย่างต่อเนื่องและจัดลำดับความสำคัญของข้อมูล ด้านการจัดเก็บและสืบค้นความรู้ พบว่า มีการปฏิบัติอยู่ในระดับปานกลาง โดยให้ความสำคัญกับการจัดเก็บข้อมูลที่สามารถสืบค้นได้ง่าย แม้ว่าจะยังต้องพัฒนาการกำจัดความรู้ที่ไม่ได้ใช้แล้วให้ดีขึ้น ด้านการแบ่งปันความรู้ พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง โดยมีการแลกเปลี่ยนความรู้ระหว่างผู้ร่วมงานผ่านการสอนงานและการอบรม และด้านการนำความรู้ไปใช้ พบว่า มีการปฏิบัติในระดับมาก โดยเน้นการสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันและการสร้างชุมชนนักปฏิบัติ เพื่อแลกเปลี่ยนประสบการณ์และพัฒนาวิธีการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และผลการศึกษาถึงแนวทางการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัยของสถาบันฯ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงการจัดการองค์ความรู้ที่ครอบคลุมและส่งเสริมการพัฒนางานวิจัยในสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ โดยเน้นการหาข้อมูล การจัดเก็บและสืบค้น การแบ่งปันความรู้ และการนำความรู้ไปใช้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อการปฏิบัติงานและการพัฒนางานวิจัยในอนาคต

คำสำคัญ : การจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย

Abstract

This research aims to study the level of knowledge management practices in finance, accounting, and procurement to promote research at the Energy Research and Development Institute-Nakornping, Chiang Mai University. Additionally, it seeks to explore approaches for managing knowledge in these areas to support research activities within the institute. Data were collected using questionnaires from 19 participants, including faculty members, operational staff who received research funding, and other personnel affiliated with the Energy Research and Development Institute-Nakornping. Data analysis was conducted using descriptive statistics, such as frequency, percentage, mean, and standard deviation.

The study findings indicate that the level of knowledge management practices in finance, accounting, and procurement to promote research at the institute is significant. In terms of information and knowledge acquisition, the practice level is high, with a focus on continuously seeking knowledge essential for work and prioritizing information. The area of knowledge storage and retrieval is at a moderate level, emphasizing the importance of easy-to-access information storage, although there is a need for improved management of obsolete knowledge. Knowledge sharing is also at a moderate level, with knowledge exchange occurring through mentoring and training among colleagues. The application of knowledge shows a high level of practice, emphasizing the support for collaborative learning and the creation of communities of practice to share experiences and improve work methods effectively.

The study's results on approaches for knowledge management in finance, accounting, and procurement to support research activities show comprehensive knowledge management practices that promote research development at the Energy Research and Development Institute-Nakornping. The emphasis is on information acquisition, storage and retrieval, knowledge sharing, and the application of knowledge to maximize benefits for work performance and the advancement of future research.

Please provide a short abstract of your paper around 300 words. The abstract should contain research objectives, methodology, findings, and brief recommendations.

Keywords : Knowledge management in finance Finance and supplies to promote research

บทนำ

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การจัดการความรู้ (Knowledge management – KM) เป็นเครื่องมือที่จะพัฒนาสมรรถนะของบุคคลและหน่วยงาน โดยมีกระบวนการในการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในองค์กร ซึ่งกระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือในเอกสารมาพัฒนาจับเก็บให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กร สามารถเข้าถึงความรู้และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้หน่วยงานหรือองค์กรมีความสามารถในเชิงแข่งขันสูงสุด ซึ่งกระบวนการในการบริหารจัดการความรู้ในองค์กรนั้นมีวิธีการอยู่หลายวิธีหนึ่งในนั้นคือการแลกเปลี่ยนเรียนรู้และการสร้างบรรยากาศและวัฒนธรรมการเรียนรู้ภายในองค์กรและกำหนดแนววิธปฏิบัติงานตลอดจนการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการองค์ความรู้ในองค์กรให้ดียิ่งขึ้นเพื่อนำมาประยุกต์ในงานได้อย่างถูกต้อง รวดเร็วเหมาะสมกับสถานการณ์ รวมทั้งต้องส่งเสริม สร้างวิสัยทัศน์และปรับเปลี่ยนทัศนคติ ให้เป็นบุคลากรที่มีประสิทธิภาพและมีการเรียนรู้ร่วมกันในองค์กร ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญที่นำพาให้องค์กรพัฒนาไปสู่การเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ที่แท้จริงให้คนในองค์กรเข้าใจและเรียนรู้ ซึ่งถือว่าการจัดการความรู้ เป็นกลไกหนึ่งในการสนับสนุนผลกลยุทธ์ของมหาวิทยาลัยและองค์กรให้บรรลุตามจุดมุ่งหมายในแต่ละประเด็นยุทธศาสตร์ที่กำหนดไว้

ดังนั้น งานการเงิน การคลังและพัสดุเป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรและเป็นทรัพยากรในการบริหารสนับสนุนการทำงาน โดยการจัดการความรู้ในด้านการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมในการทำวิจัย มีความสำคัญ เนื่องจากการจัดทำงานวิจัย ถือว่าเป็นพันธกิจหลักของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ โดยมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มุ่งเน้นการวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการและเกิดประโยชน์แก่สังคมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ ที่มีพันธกิจในด้านการผลิตผลงานวิจัยและสร้างนวัตกรรมด้านพลังงานทดแทนที่ตอบสนองความต้องการในภูมิภาคอาเซียน เนื่องจากงานวิจัยจะส่งผลลัพธ์ที่ดีโดยตรงต่อการพัฒนานวัตกรรมด้านพลังงานทดแทน การบริหารงานและด้านอื่นๆที่เกี่ยวข้องของหน่วยงาน รวมถึงการพัฒนาท้องถิ่นและประเทศชาติได้อย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งมหาวิทยาลัยได้กำหนดยุทธศาสตร์และนโยบายด้านการวิจัยและส่งเสริมให้บุคลากรของมหาวิทยาลัยทำการวิจัยเพื่อพัฒนาการเรียนการสอนและการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ มีการจัดสรรงบประมาณด้านการวิจัยจากเงินงบประมาณประจำปี กองทุนพัฒนามหาวิทยาลัยและแสวงหาแหล่งเงินทุนวิจัยจากหน่วยงานนอกเพื่อสนับสนุนการดำเนินการตามพันธกิจมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ซึ่งให้ความสำคัญในการทำวิจัย โดยมีการวางเป้าหมายที่มุ่งจะให้ป็นมหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย พร้อมไปกับการขยายการศึกษา มุ่งให้บุคลากรทำการวิจัยเพื่อบุกเบิกหาความรู้ใหม่ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการเต็มเนื้อหามากขึ้น โดยมีการปรับหลักการพื้นฐานของการศึกษา ที่ให้การศึกษาและวิจัยสอดคล้องสัมพันธ์กันเป็นเนื้อเดียวและเสริมคุณภาพของกันและกัน การศึกษาที่มีการวิจัยเป็นฐาน หรือ research-based education โดยงานวิจัยเน้นการบูรณาการเพื่อแก้ปัญหาสำคัญของสังคมและประเทศ ทำให้เกิดความเชี่ยวชาญเฉพาะด้าน เพื่อผลิตผลงานวิจัยที่สร้างองค์ความรู้ใหม่ และนวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้จริงในการพัฒนาองค์กรต่อไป

สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ (สวพ.) เป็นองค์กรในกำกับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ที่ดำเนินงานสนับสนุนการวิจัยและงานบริการวิชาการของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้รับการอนุมัติจากมหาวิทยาลัยให้เป็นสถาบัน ตามมติการประชุมของสภามหาวิทยาลัยครั้งที่ ๑/๒๕๕๐ โดยมีผลตั้งแต่ ๖ มีนาคม ๒๕๕๐ โดยการหลอมรวมสถานจัดการและอนุรักษ์พลังงาน ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินงานด้านการวิจัย พัฒนา และจัดการด้านการอนุรักษ์พลังงาน และสถานเทคโนโลยีก๊าซชีวภาพ ซึ่งเป็นหน่วยงานที่ดำเนินการวิจัย พัฒนาและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีด้านการย่อยสลายสารอินทรีย์แบบไร้ออกซิเจน เพื่อการจัดการของเสียควบคู่ไปกับการผลิตและใช้ประโยชน์จากก๊าซชีวภาพเป็นพลังงานทดแทน จัดตั้งเป็นหน่วยงานใหม่ภายใต้ชื่อ “สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงาน มหาวิทยาลัยเชียงใหม่” ต่อมาสถาบันฯได้รับพระราชทานใหม่ จากสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี เป็น “สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์” โดยมีพันธกิจหลักคือผลิตผลงานวิจัยและสร้างนวัตกรรมด้านพลังงานทดแทน ที่ตอบสนองความต้องการในภูมิภาคอาเซียน ให้บริการวิชาการด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อมที่ได้มาตรฐานสากล และสนับสนุนยุทธศาสตร์พลังงาน และ Smart City ของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ดังนั้น การขับเคลื่อนการดำเนินงานการเป็นมหาวิทยาลัยแห่งการวิจัย ให้บรรลุวัตถุประสงค์เป้าหมายขององค์กร จะต้องมีการดำเนินงานที่สนับสนุนในด้านต่างๆ อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านการเงิน การคลังและพัสดุ เป็นหน่วยงานหนึ่งขององค์กรและเป็นทรัพยากรในการบริหารที่สนับสนุนการทำงาน ซึ่งมีส่วนเกี่ยวข้องกับการดำเนินงานการวิจัยของนักวิจัยให้เป็นไปด้วยความถูกต้องตั้งแต่เริ่มต้นโครงการให้เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของแหล่งทุนวิจัยและสอดคล้องกับระเบียบข้อบังคับ ของมหาวิทยาลัยและภาครัฐอย่างเคร่งครัด ทั้งนี้เพื่อมิให้ส่งผลกระทบในการเบิกจ่ายไม่ถูกต้อง เบิกจ่ายล่าช้า พบข้อผิดพลาด ในการเบิกจ่ายส่วนด้านการพัสดุ ซึ่งจะเกี่ยวข้องกับการจัดซื้อจัดจ้าง ปัจจุบันมหาวิทยาลัยได้เปลี่ยนแปลงจากการใช้ระเบียบข้อบังคับของมหาวิทยาลัย เปลี่ยนมาใช้ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ และที่เกี่ยวข้อง อ้างอิงตามหนังสือที่ กค(กวจ) ๔๐๕.๒/ว ๒๒๒ ลงวันที่ ๙ มีนาคม ๒๕๖๑ กรมบัญชีกลาง โดยคณะกรรมการวินิจฉัยปัญหาการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ ได้แจ้งเวียนเพื่อซักซ้อมความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติเกี่ยวกับการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุ เพื่อการวิจัยและพัฒนาหรือการให้บริการทางวิชาการ ในกรณีที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้ทำวิจัยเองหรือรับจ้างทำการวิจัย หรือเป็นผู้ให้บริการทางวิชาการ ซึ่งต้องมีการจัดซื้อจัดจ้างพัสดุ เพื่อนำมาใช้ในการวิจัยและพัฒนา หรือเพื่อให้บริการทางวิชาการ เป็นกรณีที่หน่วยงานของรัฐเป็นผู้ดำเนินการจัดซื้อจัดจ้าง จึงต้องดำเนินการตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐ นักวิจัยจึงต้องมีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับกฎ ระเบียบ ข้อบังคับ ที่มหาวิทยาลัยและภาครัฐกำหนด รวมถึงแนวปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง เพื่อป้องกันความผิดพลาดและลดความเสี่ยงเกี่ยวกับการไม่ปฏิบัติตามกฎ ระเบียบ มีการดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างที่คำนึงถึงวัตถุประสงค์ของการใช้งานเป็นสำคัญซึ่งจะก่อให้เกิดความคุ้มค่าคุ้มทุนในการจ่ายเงิน มีการวางแผนการดำเนินงานและมีการประเมินผลการปฏิบัติงานซึ่งจะทำให้การจัดซื้อจัดจ้างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และเป็นไปตามหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเป็นมาตรการหนึ่งเพื่อป้องกันปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบในการจัดซื้อจัดจ้างภาครัฐ

ประกอบกับปัจจุบันระบบสารสนเทศก้าวหน้าและพัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ข้อมูล ข่าวสารสนเทศที่หน่วยงานจะต้องเกี่ยวข้อง รับรู้และจัดการรวบรวมมีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งระเบียบว่าด้วยการพัสดุ การบริหารการเงิน การคลังมีการปรับปรุงแก้ไขทุกปีเพื่อให้ทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน รวมถึงเงื่อนไขการปฏิรูประบบราชการซึ่งมีความจำเป็นที่เปลี่ยนไปตามบริบททางการบริหาร ซึ่งเป็นสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองและนโยบายสำคัญของรัฐบาลและกระบวนการบริหารความเสี่ยง นักวิจัยที่ได้รับการอุดหนุนจากหน่วยงานภาครัฐและรัฐวิสาหกิจ จึงจำเป็นต้องปรับงบประมาณให้เป็นไปตามระเบียบของ หน่วยงานที่ได้รับทุนด้วยตนเอง และสามารถบริหารงบประมาณของโครงการให้เกิดผลสัมฤทธิ์ตามวัตถุประสงค์ของโครงการที่ได้วางไว้ หน่วยงานจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนบทบาท ภารกิจเพื่อตอบสนอง หรือรับรองการเปลี่ยนแปลงได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารด้านการเงิน การคลัง และพัสดุ ภาครัฐปัจจุบันจึงพบการเปลี่ยนแปลงและทำให้เกิดผลกระทบต่อการทำงาน บางกรณีเป็นความเสี่ยงที่ไม่อาจหลีกเลี่ยงได้เนื่องจากเป็นบทบาท ภารกิจของหน่วยงานที่ต้องปฏิบัติงานภายใต้สภาพแวดล้อมการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วและควบคุมได้ยาก จึงมีความจำเป็นต้องบริหารการเปลี่ยนแปลง และบริหารความเสี่ยงโดยค้นหาแนวทางการปฏิบัติงาน เพื่อเป็นแนวทางในการปฏิบัติงานที่ดี แนวทางแก้ไขปัญหา และแนวทางที่พึงประสงค์ในการปฏิบัติงานด้านการเงิน การคลัง และพัสดุในการสนับสนุนงานวิจัยเพราะปัจจุบันปัญหาที่หน่วยงานต้องเผชิญและแก้ไขมีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น ทั้งผู้ให้บริการและผู้รับบริการ ดังนั้นการจัดการความรู้ KM (Knowledge Management) หรือจัดการความรู้ผ่านระบบสารสนเทศให้แก่ผู้ให้บริการและผู้รับบริการจึงมีความสำคัญและเป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ได้โดยไร้ข้อจำกัดเรื่องสถานที่และเวลา ดังนั้นหน่วยงานจะต้องมีการปรับตัวตามและทำงานได้โดยรวดเร็วเมื่อพบปัญหาหน่วยงานสามารถแก้ไขปัญหาได้ด้วยตนเองและบริหารงานได้เอง เพื่อให้เกิดความยั่งยืนในด้านความรู้ และการปฏิบัติงาน

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการจัดการองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการเงิน การคลังและพัสดุ ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ อันจะเป็นการส่งเสริมการทำวิจัยของบุคลากรภายในสถาบันฯ ให้สามารถผลิตข้อเสนอโครงการ การบริหารงบประมาณให้เกิดประสิทธิผลต่อไป ผ่านการประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ การจัดทำแนวปฏิบัติที่ดี เพื่อเป็นแนวทางการพัฒนาระบบการบริหารด้านการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อสนับสนุนการทำวิจัย ลดความเสี่ยงในการไม่ปฏิบัติตามระเบียบข้อบังคับและลดปัญหาที่เกิดขึ้นกับการปฏิบัติงาน อันเนื่องมาจากความไม่มีมาตรฐานในการปฏิบัติงานให้เป็นแนวทางเดียวกัน คือทำงานตามความเข้าใจตนเอง ความรู้ไม่ได้มีการถ่ายทอดอย่างเป็นระบบหรือมีการบันทึกองค์ความรู้อย่างเป็นระบบ ดังนั้นเมื่อบุคลากรในหน่วยงานลาออกไป หรือเกษียณอายุราชการ ความรู้ประสบการณ์ในงานที่เชี่ยวชาญก็จะติดตัวไปด้วย และผู้รับบริการหรือนักวิจัยไม่ทราบขั้นตอน ระเบียบ ข้อบังคับที่ถือปฏิบัติด้านการเงิน การคลังและพัสดุอย่างชัดเจน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

๑. ศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๒. ศึกษาแนวทางการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง การจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัยกรณีศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีแนวคิดทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงตามลำดับ ดังนี้

๑ แนวคิดการจัดการองค์ความรู้

๒ แนวคิดการจัดการการเงิน การคลัง และพัสดุ

๓ แนวคิดการส่งเสริมการทำวิจัย

๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๑ แนวคิดการจัดการองค์ความรู้

๑.๑ นิยามและแนวคิดพื้นฐานเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้

การจัดการความรู้ (Knowledge Management) เกิดจากการที่องค์กรต้องสูญเสียความรู้ไปพร้อมๆ กับการที่บุคลากรลาออกหรือเกษียณอายุราชการ อันส่งผลกระทบต่อการทำงานขององค์กรเป็นอย่างยิ่ง ดังนั้นจากแนวคิดที่มุ่งพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้มากแต่เพียงอย่างเดียวจึงเปลี่ยนไป โดยมุ่งให้องค์กรได้เรียนรู้ไปพร้อม ๆ กันกับการให้ความรู้บุคลากร จึงเกิดการจัดการความรู้ซึ่งเป็นกระบวนการค้นหา รวบรวม ความรู้ที่มีอยู่กระจัดกระจายในตัวบุคคลหรือจากเอกสาร มาวิเคราะห์ สังเคราะห์ จัดระบบการจัดเก็บผ่านการประมวล กลั่นกรอง ตรวจสอบ เพื่อให้บุคคลในองค์กรสามารถเข้าถึง ความรู้และพัฒนาตนเอง มีการแบ่งปัน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ต่อยอดความรู้สำหรับนำไปเผยแพร่ รวมทั้งนำไปใช้ในการพัฒนาการปฏิบัติงานให้มี ประสิทธิภาพ (ชดช้อย วัฒนะ, ๒๕๖๑)

สรุปได้ว่า การจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) คือกระบวนการที่รวบรวม สังเคราะห์ และจัดระเบียบองค์ความรู้ที่มีอยู่ภายในองค์กร หรือในตัวบุคคลและเอกสารต่างๆ เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติและพัฒนางานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยการจัดการความรู้ครอบคลุมการสร้างความรู้ใหม่ การเรียนรู้ จากการปฏิบัติ การประเมินผล และการใช้ผลลัพธ์ที่ได้เพื่อยกระดับความรู้และทักษะของบุคลากรภายใน องค์กร อันส่งผลให้องค์กรมีความสามารถในการแข่งขันและการปรับตัวอย่างต่อเนื่องในสภาพแวดล้อมที่ เปลี่ยนแปลงตลอดเวลา

๒ แนวคิดการจัดการการเงิน การคลัง และพัสดุ

การบริหารการเงินนั้น เป็นทั้งเงินที่ให้บริการและเป็นงานที่จะต้องปฏิบัติตามระเบียบ กฎหมาย ข้อบังคับต่าง ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในระบบราชการหรือ ระหว่างหน่วยงาน จะต้องกระทำอย่างมีหลักฐาน เกี่ยวกับการรับ การเก็บรักษาเงิน การจ่ายเงิน การนำส่งเงิน และการตรวจสอบเงินในองค์กร เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบทางราชการกำหนด หรือเป็นการจัดการระบบเงินขององค์กรให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด (ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ, ๒๕๔๔) ส่วนการบริหารพัสดุ เป็นกิจกรรมที่องค์กรปฏิบัติต่อพัสดุ ซึ่งประกอบด้วย การวางแผนและจัดทำโครงการ การกำหนดความต้องการ การจัดหา และขั้นตอนการจัดหาพัสดุประกอบด้วย การแจกจ่ายพัสดุ การบำรุงรักษาพัสดุ และการจำหน่ายพัสดุออกไปจากระบบการบริหารพัสดุในแต่ละขั้นตอน และเป็นสิ่งที่มีมูลค่าเป็นเงิน ซึ่ง องค์กรเป็นเจ้าของ รวมถึงสิทธิและทรัพยากรที่กิจการมีอยู่ สามารถแสดงค่าเป็นตัวเงินได้ และจะให้ประโยชน์ในอนาคต (เฉลิมศักดิ์ บุญมาก, ๒๕๔๙)

ดังนั้น การจัดการการเงิน การคลัง และพัสดุที่มีประสิทธิภาพและเป็นระบบมีความสำคัญอย่างยิ่งในการสนับสนุนงานวิจัยของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ให้สามารถดำเนินการได้อย่างราบรื่นและมีคุณภาพ ควรมีบทบาท ดังนี้

๓ การส่งเสริมการทำวิจัย

๓.๑ องค์กรความรู้เกี่ยวกับการทำวิจัย

การวิจัยเป็นพันธกิจที่สำคัญของการศึกษา เพราะการวิจัยทำให้เกิดนวัตกรรม และการพัฒนา ความรู้ใหม่เป็นการถ่ายทอดความรู้ โดยผ่านกระบวนการวิจัย และการวิเคราะห์ความรู้เพื่อประโยชน์ต่อ สังคม เพื่อสร้างข้อมูลพื้นฐานให้สามารถ ติดตามความก้าวหน้า และทำให้เกิดความรู้ความเข้าใจที่เป็นข้อมูลพื้นฐานตามความสนใจเฉพาะบุคคล มีผลงานวิจัยที่เป็นประโยชน์ตอบสนองความต้องการของสังคม และเสนอแนะสิ่งที่ดีเพื่อการดำรงชีวิต และการประกอบอาชีพของคนในสังคม รวมทั้งมีงานวิจัยที่มุ่งสร้างความรู้เพื่อการแก้ปัญหา และพัฒนาประเทศ การวิจัยเพื่อความเป็นเลิศทางวิชาการ ส่งเสริมและยกระดับคุณภาพนักวิจัยให้มีปริมาณ และ คุณภาพที่เหมาะสมสำหรับสถาบันอุดมศึกษาและสังคม เผยแพร่องค์ความรู้ การวิจัยให้แพร่หลาย ส่งเสริมให้เกิดบรรยากาศการคิดค้นวิจัย และสร้างความเข้มแข็งจากภายในตัวของมหาวิทยาลัยเอง มิใช่พึ่งพาความสามารถภายนอก (บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์, ๒๕๔๖)

๔ งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

๔.๑ งานวิจัยในประเทศ

จริยา ปันท้วงกูร และกิตติศักดิ์ ดิยา (๒๕๖๓) เขียนบทความเรื่อง “การจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา” โดยชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา โดยระบุว่าความรู้ที่มีอยู่ในสถาบัน ทั้ง Tacit Knowledge (ความรู้ฝังลึกในตัวบุคคล) และ Explicit Knowledge (ความรู้ที่เป็นลายลักษณ์อักษรหรือสามารถบันทึกได้) ควรถูกจัดการให้เป็นระบบ มีคุณภาพ และสามารถถ่ายทอดไปยัง

บุคลากรในสถาบันได้ โดยหลักการสำคัญในการจัดการ Tacit Knowledge คือการเปลี่ยนความรู้นี้ให้เป็น Explicit Knowledge ให้มากที่สุด แล้วนำไปบริหารจัดการให้เป็นองค์ความรู้ที่มีคุณภาพ ซึ่งจะถูกจัดเก็บในคลังความรู้ของสถาบันและพร้อมที่จะนำไปใช้ได้ตลอดเวลา

นอกจากนี้ ยังระบุว่าการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เป็นวิธีการหนึ่งที่จะช่วยรวบรวมและจัดการความรู้อย่างเป็นระบบ เพื่อให้สามารถแบ่งปันและนำไปใช้ในการพัฒนาตนเองและสถาบันได้ โดยขั้นตอนการจัดการความรู้สามารถดำเนินการตามวงจรคุณภาพของเดมมิ่ง (PDCA Model) กล่าวคือ Plan (การวางแผน): วางแผนพัฒนาสถาบันโดยพิจารณาความต้องการความรู้และแหล่งที่จะได้มา Do (การปฏิบัติ): เสาะแสวงหา กลั่นกรอง จัดการ ปรับปรุง แลกเปลี่ยน เรียนรู้ ถ่ายทอด ประมวล จัดเก็บ และใช้ความรู้ Check (การตรวจสอบ): ติดตาม ตรวจสอบ และประเมินผลการนำความรู้ไปใช้ และ Action (การดำเนินการให้เหมาะสม): เก็บและปรับปรุงความรู้เป็นองค์ความรู้ของสถาบัน การจัดการความรู้ตามขั้นตอนจะช่วยให้สถาบันอุดมศึกษาสามารถพัฒนาความรู้ที่มีคุณภาพและพร้อมนำไปใช้ประโยชน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๔.๒ งานวิจัยต่างประเทศ

Mehrotra (๒๐๑๙) ศึกษาพลังแห่งการแบ่งปันความรู้ในระบบอุดมศึกษาของรัฐ มีจุดมุ่งหมายสำรวจทัศนคติของผู้สอนและนักศึกษาเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing: KS) และเพื่อพิจารณาประโยชน์และอุปสรรคของการแบ่งปันความรู้ในมหาวิทยาลัยแห่งหนึ่งในกลุ่ม Gulf Cooperation Council (GCC) วัตถุประสงค์การศึกษาเพื่อตรวจสอบผลลัพธ์ของการแบ่งปันความรู้และวิธีที่ความรู้สามารถพัฒนาการกระทำของอาจารย์ นักศึกษา และวิทยาลัยในฐานะองค์กร รวมถึงการประเมินระดับการแบ่งปันความรู้ในระดับวิชาการ ในการศึกษา นักเรียนและอาจารย์ถูกสอบถามเกี่ยวกับความรู้ของพวกเขาเกี่ยวกับความสำคัญของการแบ่งปันความรู้ ผลลัพธ์แสดงให้เห็นว่าหลายคนมีความตระหนักในระดับปานกลางเกี่ยวกับการแบ่งปันความรู้ และส่วนใหญ่มีแนวโน้มที่จะแบ่งปันความรู้โดยไม่มีขอบเขตที่ชัดเจน พบว่า ระบบอุดมศึกษาของรัฐควรเพิ่มความตระหนักเกี่ยวกับคุณค่าของการแบ่งปันความรู้ โดยการจัดสัมมนาหรือเวิร์กช็อปเพื่อให้ข้อมูลและสร้างความเข้าใจ เพิ่มการประสานงานระหว่างนักเรียน เพื่อส่งเสริมการแบ่งปันความรู้และพัฒนาแนวทางการทำงานร่วมกัน และขยายการสื่อสารเพื่อเสริมสร้างการแลกเปลี่ยนความรู้และปรับปรุงกระบวนการแบ่งปันในชีวิตการเรียนการสอน โดยการดำเนินการตามข้อเสนอแนะจะส่งเสริมการแบ่งปันความรู้และปรับปรุงการจัดการความรู้ในมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กรอบแนวคิด

นำมาสรุปเพื่อนำไปเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบสอบถามให้ครอบคลุมกระบวนการจัดการองค์ความรู้ เป็น ๔ ขั้นตอน ที่สอดคล้องละครอบคลุมแนวคิดของนักวิชาการข้างต้น โดยมีรายละเอียดดังนี้:

๑. การหาข้อมูลความรู้ (Knowledge Acquisition)

- เป็นการรวบรวมความรู้ใหม่จากแหล่งต่างๆ
- ใช้วิธีการเช่น การวิจัย การศึกษาภายนอก การเรียนรู้จากประสบการณ์

- เทคนิคที่ใช้ ได้แก่ การสัมภาษณ์ การเข้าถึงฐานข้อมูล รายงาน เอกสารวิชาการ
๒. การจัดเก็บความรู้ และการสืบค้นความรู้กลับมาใช้ (Knowledge Storage and Retrieval)
- จัดเก็บข้อมูลในระบบหรือคลังความรู้อย่างเป็นระเบียบ
 - มีวัตถุประสงค์เพื่อให้สามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ในอนาคต
 - ต้องจัดระเบียบให้ค้นหาง่าย
๓. การแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)
- ทำให้ความรู้สามารถเข้าถึงได้โดยบุคลากรในองค์กร
 - ช่องทางเช่น การประชุม การแลกเปลี่ยนข้อมูล เทคโนโลยีสารสนเทศ
 - รวมถึงการสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์ การทำงานเป็นทีม
๔. การนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Application)
- นำความรู้มาใช้ในการดำเนินงานจริง
 - เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ พัฒนาผลลัพธ์
 - ช่วยในการตัดสินใจ ปรับปรุงกระบวนการ สร้างนวัตกรรม
 - ควรมีการติดตามและประเมินผล

ระเบียบวิธีวิจัย

ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

- ๑ ขอบเขตการศึกษา
- ๒ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา
- ๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล
- ๔ การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการศึกษา

๑ ขอบเขตการศึกษา

๑.๑ ขอบเขตเนื้อหา

ศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารกฎ ระเบียบ ข้อบังคับด้านการเงินการคลัง (อ้างอิงตามข้อบังคับมหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ว่าด้วยการบริหารการเงิน พ.ศ.๒๕๕๑ และที่แก้ไขเพิ่มเติม และด้านพัสดุ (อ้างอิงตามพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐ ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ.๒๕๖๐ กฎกระทรวงออกตามความพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐ กรอบการวิจัยประจำปี ๒๕๖๑ โดยกองบริหารแผนและงบประมาณการวิจัย (กบง.) และสำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติ (วช.) โดยรวบรวมเนื้อหา สาระในการจัดการองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของบุคลากรสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

๑.๒ ขอบเขตประชากร

ประชากรในการวิจัย จำนวน 19 ท่าน ซึ่งเป็น บุคลากรสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัย เชียงใหม่ ประกอบไปด้วย คณาจารย์ เจ้าหน้าที่สายปฏิบัติการที่ได้รับทุนวิจัย และเจ้าหน้าที่ผู้ปฏิบัติงาน สังกัดสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์

๒ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องของประยุกต์เป็นข้อคำถามให้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัย

๓ การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการศึกษาคั้งนี้เป็นข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) จากการเก็บแบบสอบถาม

๔ การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป SPSS โดยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามทุกฉบับก่อนทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistic) ได้แก่ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ส่วนที่๑: ระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุ ด้านการหาข้อมูลความรู้ (Knowledge Acquisition)

การจัดการองค์ความรู้	ระดับการจัดการความรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านให้ความสำคัญกับความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงานในหน้าที่					
ท่านได้กำหนดสิ่งที่ต้องการเรียนรู้ เพื่อนำไปใช้ในการปฏิบัติงานหรือพัฒนางานของตนเอง					
ท่านได้จัดลำดับความสำคัญของความรู้ที่จำเป็นต่อการปฏิบัติงาน เพื่อพัฒนางานให้มีประสิทธิภาพ					

ส่วนที่ ๒: ระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุ ด้านการจัดเก็บความรู้ และการสืบค้นความรู้กลับมาใช้ (Knowledge Storage and Retrieval)

การจัดการองค์ความรู้	ระดับการจัดการความรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านได้ศึกษาค้นหากฎ ระเบียบ ข้อบังคับ คู่มือการปฏิบัติงานเพื่อนำมาใช้ดูแลนักวิจัยให้สารณปฏิบัติได้อย่างถูกต้อง					
ท่านทำการจัดระบบและกำจัดความรู้ที่ไม่ได้ใช้แล้วออกไป					
ท่านได้บันทึกผลการดำเนินงานที่ผิดพลาดเพื่อนำมาใช้ในการปรับปรุง แก้ไข และพัฒนางานให้ครั้งต่อไป					

ส่วนที่ ๓: ระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุ ด้านการแบ่งปันความรู้ (Knowledge Sharing)

การจัดการองค์ความรู้	ระดับการจัดการความรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านมีการแลกเปลี่ยน แบ่งปันความรู้ให้ผู้ร่วมงานท่านอื่น					
ท่านมีการแจ้งเวียนหนังสือ คำสั่ง กฎ ระเบียบแนวทางปฏิบัติหรือข่าวสารที่เป็นความรู้และเป็นประโยชน์ต่อการปฏิบัติงาน					
ท่านสนับสนุนหรือจัดให้มีการสอนงานแบบตัวต่อตัวจากผู้ที่มีความรู้ ทักษะ และประสบการณ์ที่มากกว่าให้กับผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์น้อยกว่า					

ส่วนที่ ๔: ระดับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุ ด้านการนำความรู้ไปใช้ (Knowledge Application)

การจัดการองค์ความรู้	ระดับการจัดการความรู้				
	มากที่สุด	มาก	ปานกลาง	น้อย	น้อยที่สุด
ท่านนำความรู้ที่ได้จากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไปประยุกต์ใช้เพื่อให้เกิดความรู้และประสบการณ์ใหม่					
ท่านนำความรู้ที่ได้รับจากบุคลากรในหน่วยงานมาใช้ประโยชน์ในการตัดสินใจเพื่อแก้ไขปัญหาและปรับปรุงการปฏิบัติงาน					
ท่านสนับสนุนให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกันเป็นทีมในการปฏิบัติงาน					

แบบสอบถามสร้างมาจาก

ผลการศึกษาเกี่ยวกับการปฏิบัติในการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย ของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ พบว่า มีการปฏิบัติที่หลากหลายในด้านการจัดการองค์ความรู้ ซึ่งสรุปได้ตามรายละเอียด ดังนี้

ด้านการหาข้อมูลความรู้ พบว่า การปฏิบัติงานด้านนี้อยู่ในระดับมาก

ด้านการจัดเก็บความรู้และการสืบค้นความรู้กลับมาใช้ พบว่า การปฏิบัติในด้านนี้อยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการแบ่งปันความรู้ ชี้ให้เห็นว่าการแบ่งปันความรู้ในองค์กรอยู่ในระดับปานกลาง

ด้านการนำความรู้ไปใช้ พบว่า การนำความรู้ไปใช้ในการทำงานและพัฒนาความรู้ใหม่อยู่ในระดับมาก

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ผลการวิจัยการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลังและพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย กรณีศึกษา สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ มีความสอดคล้องกับแนวคิดและข้อค้นพบจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยยืนยันถึงความสำคัญของการจัดการความรู้ที่มีคุณภาพในการพัฒนาประสิทธิภาพการทำงานและการสร้างความรู้ใหม่ในองค์กร การสร้างวัฒนธรรมที่สนับสนุนการเรียนรู้และการแบ่งปันความรู้จะช่วยให้บุคลากรมีความพร้อมในการรับมือกับความท้าทายและการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

จากการศึกษาเกี่ยวกับการจัดการองค์ความรู้ในงานการเงิน การคลัง และพัสดุเพื่อส่งเสริมการทำวิจัย กรณีศึกษาของสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ได้ข้อเสนอแนะสำคัญสำหรับองค์กรเพื่อพัฒนาประสิทธิภาพและประสิทธิผลในการจัดการองค์ความรู้ ดังนี้

๑. พัฒนาระบบการจัดเก็บและการสืบค้นข้อมูล องค์กรควรลงทุนในเทคโนโลยีและระบบฐานข้อมูลที่สามารถจัดเก็บและสืบค้นข้อมูลได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ ระบบที่ดีจะช่วยให้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการเงิน การคลัง และพัสดุถูกจัดเก็บในลักษณะที่สามารถเข้าถึงได้ง่าย และลดเวลาในการค้นหาข้อมูลที่ต้องการ

๒. ส่งเสริมการแบ่งปันความรู้ การสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแบ่งปันความรู้ ทั้งในรูปแบบของการประชุม การสัมมนา หรือการอบรมภายใน จะช่วยให้ความรู้และประสบการณ์ที่มีอยู่ถูกถ่ายทอดไปยังบุคลากรคนอื่นๆ และเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานร่วมกัน

๓. การพัฒนาและปรับปรุงการฝึกอบรม การจัดการความรู้ควรรวมถึงการพัฒนาทักษะและความรู้ใหม่ ๆ ให้กับบุคลากรอย่างต่อเนื่อง องค์กรควรจัดอบรมและฝึกอบรมเกี่ยวกับการจัดการความรู้ เทคนิคการบริหารจัดการ การใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ และการปฏิบัติตามกฎหมายและระเบียบข้อบังคับที่เกี่ยวข้อง

๔. การใช้เทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลและเทคโนโลยีสื่อสารที่ทันสมัย เช่น การประชุมออนไลน์ กลุ่มสนทนา หรือเครื่องมือการทำงานร่วมกันออนไลน์ สามารถช่วยเสริมสร้างการติดต่อสื่อสารและการแบ่งปันข้อมูลระหว่างบุคลากรและทีมงานต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

๕. การสร้างเครือข่ายนักวิจัย ควรสร้างเครือข่ายนักวิจัยทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อสนับสนุนการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ ความรู้ และความร่วมมือในการทำวิจัย การทำงานร่วมกับนักวิจัยที่มีความเชี่ยวชาญต่างกันจะช่วยให้เกิดมุมมองใหม่และวิธีการแก้ไขปัญหาที่มีประสิทธิภาพ

๖. การติดตามและประเมินผล ควรมีการติดตามและประเมินผลการจัดการองค์ความรู้เป็นระยะ เพื่อประเมินประสิทธิภาพและปรับปรุงกระบวนการจัดการองค์ความรู้ให้สอดคล้องกับเป้าหมายและความต้องการขององค์กร การประเมินควรรวมถึงการสำรวจความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพของการจัดการองค์ความรู้

บรรณานุกรม

จริยา ปันทวิงกูร และกิตติศักดิ์ ดียา. (๒๕๖๓). การจัดการความรู้ในสถาบันอุดมศึกษา. วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ, ๑๐(๓), ๒๘๙-๓๐๓.

เฉลิมศักดิ์ บุญมาก. (๒๕๔๙). การพัฒนาแนวทางการบริหารพัสดุและสินทรัพย์ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต ๑ และ เขต ๒ . มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา/พระนครศรีอยุธยา. DOI : https://doi.nrct.go.th/ListDoi/listDetail?Resolve_DOI=๑๐.๑๔๔๕๗/ARU.the.๒๐๐๖.๑๐๑

ชดช้อย วัฒนนะ. (๒๕๖๑). การประชุมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ “พื้นที่ความคิดสร้างสรรค์” ภาควิชาการจัดการพัฒนาพฤติกรรมสุขภาพ เขตสุขภาพที่ ๖ ปี ๒๕๖๑. เอกสารประกอบการบรรยายเรื่องการจัดการความรู้ด้วยการถอดบทเรียน. วันที่ ๓-๔ เมษายน ๒๕๖๑ ณ แชนด์ ดูนส์เจ้าหลาวบีชรีสอร์ท จันทบุรี.

ชัยสิทธิ์ เฉลิมมีประเสริฐ. (๒๕๔๔). มาตรฐานการจัดการทางการเงิน ๗ Hurdles สัมมนา การทำงานประมาณระบบใหม่. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนานโยบายและการจัดการ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

บุญธรรม กิจปรีดาบริสุทธิ์. (๒๕๔๖) . การเขียนรายงานการวิจัยและวิทยานิพนธ์.กรุงเทพฯ:จามจุรีโปรดักท์.
ราชกิจจานุเบกษา. (๒๕๖๐). พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. ๒๕๖๐.

[ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก: <https://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/๒๕๖๐/A/๐๒๔/๑๓.PDF>

Marquardt,M. (๑๙๙๖). Building the Learning Organization. New York: McGrawHill.

Mehrotra, A., Elias, H., & Al-Alawi, A.I. (๒๐๑๙). The Power of Knowledge Sharing in Public Higher Education; *Handbook of Research on Implementing Knowledge Management Strategy in the Public Sector*. [online]. Available:

<https://www.academia.edu/>

[๘๔๑๙๖๕๓๒/The_Power_of_Knowledge_Sharing_in_Public_Higher_Education](https://www.academia.edu/๘๔๑๙๖๕๓๒/The_Power_of_Knowledge_Sharing_in_Public_Higher_Education)

Probst, G., Raub, S and Romhardt, K. (๒๐๐๐). Managing Knowledge : Building Blocks for Success. Chichester: John Wiley & Sons.

Takeuchi H. & Nonaka I. (๑๙๙๕). Knowledge-Creating Company; Harvard Business Review on Knowledge management. USA : Harvard Business School Press.

Tiwana, A. (๒๐๐๒). The Knowledge Management Toolkit. New Jersey: Prentice Hall PTR.

ผลสัมฤทธิ์ของการจัดการเรียนรู้โดยใช้สื่อเสริมการสอนผลงานสื่อโมชันกราฟิก

เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

Achievement of Learning Management Using the Learning Media with A Motion Graphic
About Photography with Light Painting Technique

วาสิตา ศรีชนะ¹ และ อลิสา ทรงศรีวิทยา²

¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, Wasita.srich@kmutt.ac.th.

²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี, Alisa.son@kmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ดังนี้ 1) เพื่อสร้างสื่อโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 2) เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 3) เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 4) เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อด้วยสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting กลุ่มตัวอย่างได้แก่ นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 66 คนมาจากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) สื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 2) แบบประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 3) แบบประเมินความพึงพอใจที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกเรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting 4) แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนโดยสื่อโมชันกราฟิกเรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ค่าสถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และค่าสถิติที

ผลการวิจัยพบว่า 1) จากการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ได้สื่อโมชันกราฟิกมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม และช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจเนื้อได้ง่ายมากยิ่งขึ้น 2) สื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ที่ประเมินโดยผู้เชี่ยวชาญ มีคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.46) 3) ความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.62) 4) เมื่อเปรียบเทียบคะแนนทดสอบก่อนและหลังรับชมสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting พบว่ามีคะแนนเฉลี่ยก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 4.11 คะแนน และคะแนนเฉลี่ยหลังรับชมสื่อเท่ากับ 8.30 คะแนน ซึ่งสูงกว่าก่อนรับชมสื่ออย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ : การถ่ายภาพ, เทคนิค Light Painting, โมชันกราฟิก

Abstract

The objectives of this research were 1) to create a motion graphic that promotes learning about Light Painting photography techniques, 2) to assess the quality of the motion graphic about Photography with Light Painting technique by experts, 3) to evaluate the satisfaction toward the motion graphic about Photography with Light Painting technique by sample, 4) to compare the learning outcomes of before and after using a motion graphic about Photography with Light Painting technique. The sample group used in the research consists of 66 first-year students from Applied Computer Science-Multimedia Program, Faculty of Industrial Education and Technology, King Mongkut's University of Technology Thonburi. The Statistic used in this research were mean, standard deviation and t-test.

The research results found that 1) From the creation of a motion graphic about Light Painting photography techniques, the motion graphics media has interesting content to follow and makes the subjects easier to understand. 2) The media quality was at a very good level ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.46) 3) The satisfaction toward the media was at a very high level ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.62) 4) When compare the pre-test and post-test scores using the motion graphic about Light Painting photography techniques, it was found that the average pre-test score was 4.11 points and the average post-test score was 8.30 points, it was found that the post-test score was higher than the pre-test scores at the significant level 0.05.

Keywords : Light Painting Technique, Motion Graphic, Photography

บทนำ

โลกในยุคปัจจุบันเรียกได้ว่าเป็นโลกแห่งยุคดิจิทัล อินเทอร์เน็ตและสื่อสังคมออนไลน์แทรกซึมเข้ามามีบทบาท และปรับเปลี่ยนวิถีชีวิตของผู้คนให้เปลี่ยนแปลงไป อันเป็นผลมาจากการเกิดขึ้นของวัฒนธรรมอินเทอร์เน็ตในช่วงศตวรรษที่ 21 ที่กระแสความคิดเป็นกระแสแห่งการวิพากษ์และการตั้งคำถามต่อปรากฏการณ์รวมถึงเป็นสังคมแห่งข้อมูลที่ไม่จำกัด (เสาวลักษณ์ พันธบุตร, 2560) ส่งผลให้ในยุคนี้ผู้คนสามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็น รวมถึงแบ่งปันเรื่องราวให้แกกันผ่านภาพถ่าย และวิดีโอ ซึ่งเป็นสื่อที่ความสำคัญอย่างหนึ่ง เพราะสามารถเป็นสื่อกลางการสื่อสาร ใช้สื่อความหมาย ความสวยงาม และยังใช้ในเชิงธุรกิจได้อีกด้วย โดยที่ในยุคนี้ไม่ว่าใครก็สามารถถ่ายรูปได้เพียงแค่มือถือมีโทรศัพท์มือถือ แต่การถ่ายภาพให้ออกมาสวย สื่อเรื่องราวและความหมายได้ดี ต้องอาศัยปัจจัยหลายอย่างมาประกอบ ซึ่งแสง เป็นอีกหนึ่งปัจจัยที่สำคัญที่สุดของการถ่ายภาพ เพราะช่วยสร้างอารมณ์และบรรยากาศให้กับภาพถ่าย แสงยังช่วยเน้นสื่อเรื่องราวของภาพถ่าย โดยคำว่า "การถ่ายภาพ" Photography หมายถึง การบันทึกเหตุการณ์ใดเหตุการณ์หนึ่ง ณ จุดเวลาใดเวลาหนึ่งในสถานที่นั้น โดยเป็นการเก็บสภาพแสงไว้ ดังนั้นการจัดแสง จึงมีความสำคัญมากในการถ่ายภาพ เพราะ

แสงสามารถทำให้เห็นรูปทรงของวัตถุ เพิ่มรายละเอียดและมิติให้กับภาพ รวมถึงเน้นให้เกิดจุดเด่น แสงที่ต่างกันสามารถทำให้อารมณ์ของภาพต่างออกกันไป ซึ่งต้องอาศัยปัจจัยการควบคุมแสงและอุปกรณ์จำนวนมากในการถ่ายภาพ แต่เนื่องด้วยทรัพยากรที่มีจำกัดจึงสามารถนำเทคนิคการถ่ายภาพแบบ Light Painting มาประยุกต์ใช้ได้ในการเรียนรู้อย่างมีข้อจำกัดได้ โดยเทคนิค Light Painting สามารถควบคุมแสงได้ตามหลักการจัดแสง ด้วยการให้แสงกับภาพโดยใช้แหล่งกำเนิดแสงต่อเนื่องส่องสาดไปยังวัตถุ ในระหว่างการเปิดรับแสงเป็นเวลานาน ภายในห้องที่ไม่มีแสง และยังสามารถใช้เพื่อเพิ่มเรื่องราว อารมณ์ รายละเอียด และความลึกลับ (Ken Lee, 2020) เทคนิค Light Painting มีข้อดีคือจัดแสงได้ง่าย สำหรับบุคคลที่ไม่ใช่ช่างภาพ และสามารถประยุกต์ใช้ในการถ่ายภาพอื่นได้ โดยจะเห็นได้ว่าเทคนิค Light Painting เป็นเทคนิคที่ต้องศึกษาในหลายด้าน เช่น รูปแบบของเทคนิค อุปกรณ์ การตั้งค่า เป็นต้น ดังนั้นการออกแบบการเรียนการสอนจึงจำเป็นต้องใช้เทคนิคและสื่อการสอนในรูปแบบต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการให้ความรู้ ความเข้าใจ และดึงดูดความสนใจของผู้เรียนอย่างเช่น สื่อโมชันกราฟิกเพื่อเป็นการจำลองสถานการณ์ สร้างรูปแบบ ซึ่งจะช่วยให้ผู้เรียนเห็นความเป็นมาของเนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม มีความสนใจ และเข้าใจเนื้อหาชัดเจนมาก และจะส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น (พงษ์พิพัฒน์ สายทอง, 2560) ซึ่งโมชันกราฟิก (Motion Graphic) เป็นวิธีการนำเสนอข้อมูลหรือความรู้ที่ผ่านการประมวล สรุป ย่อให้เหลือใจความสำคัญหรือคำตอบที่ต้องการผ่านการออกแบบให้สื่อสารด้วยภาพ ประกอบกับเทคนิคการสร้างการเคลื่อนไหวของภาพอย่างสร้างสรรค์ เพื่อนำเสนอเนื้อหาหรือข้อมูลที่ค่อนข้างซับซ้อนให้ผู้รับสาร เข้าใจได้ง่าย (เวชยันต์ ปันธรรม, 2560) สามารถนำมาดึงดูดความสนใจของผู้เรียนได้โดยใช้ภาพ การเคลื่อนไหว เสียงดนตรี และเสียงพูดที่จะทำให้เข้าใจเนื้อหาที่ต้องการนำเสนอมากยิ่งขึ้น

จากที่มาและความสำคัญที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้คิดแนวทางการส่งเสริมและให้ความรู้เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting โดยการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ตามกระบวนการพัฒนาโมชันกราฟิก โดยกลุ่มตัวอย่างคือ นักศึกษา สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี เพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ มีภาพและเสียงประกอบเพิ่มความสนใจ เข้าใจ และความรู้ในการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อสร้างสื่อโมชันกราฟิกที่ส่งเสริมการเรียนรู้ เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
2. เพื่อประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
3. เพื่อประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
4. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่างก่อนรับชมสื่อและหลังรับชมสื่อด้วยสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

โมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

การทบทวนวรรณกรรม

1. โມชันกราฟิก

กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย (2565) ได้ให้ความหมายของโมชันกราฟิกไว้ว่า หมายถึง การนำข้อมูลมาสรุปเป็นสารสนเทศแล้วนำเสนอในลักษณะของรูปภาพกราฟิก เช่น แผนภาพ แผนภูมิ กราฟ การ์ตูน ที่มีการเคลื่อนไหว มีการพากย์เสียงบรรยายประกอบ นิยมใช้กับเนื้อหาที่มีข้อมูลมาก ให้ออกมาในรูปแบบที่น่าสนใจและเข้าใจง่ายมากขึ้น

พงษ์พิพัฒน์ สายทอง (2560) ได้ให้ความหมายของโมชันกราฟิกไว้ว่า หมายถึง การจำลองสถานการณ์สร้างรูปแบบ ซึ่งจะทำให้ผู้เรียนเห็นความเป็นมาของเนื้อหาอย่างเป็นรูปธรรม มีความสนใจ และเข้าใจเนื้อหาชัดเจนมาก และจะส่งผลให้ผู้เรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีขึ้น

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า โมชันกราฟิกเป็นการสรุปข้อมูลในปริมาณมาก และนำเสนอออกมาโดยการใช้ภาพที่มีการเคลื่อนไหว พร้อมทั้งมีเสียงบรรยายประกอบ ช่วยให้ผู้เรียนมีความสนใจ เข้าใจเนื้อหาได้ง่ายยิ่งขึ้น

2. ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน

ทิตินา แคมมณี (2562) ได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ว่า หมายถึง ความรู้ที่ผู้เรียนได้จากการพัฒนาทักษะและการกระทำของตัวเอง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางพฤติกรรมจากการเรียนรู้ในชั้นเรียนนั้น ๆ โดยสามารถประเมินได้จากการทำแบบทดสอบหรือการสังเกตของผู้สอน

ไพศาล หวังพานิช (2533) ได้ให้ความหมายของผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนไว้ว่า หมายถึง คุณลักษณะและความสามารถของบุคคล อันเกิดจากการเรียนการสอนเป็นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรม และประสบการณ์การเรียนรู้ที่เกิดจากการสอน หรือการฝึกอบรม ซึ่งการวัดผลสัมฤทธิ์จึงเป็นการตรวจสอบระดับความสามารถหรือความสัมฤทธิ์ผลของบุคคลว่าเรียนรู้แล้วเท่าใด สามารถวัดได้ด้วยการปฏิบัติ หรือวัดด้านเนื้อหา

จากที่กล่าวมา สรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน หมายถึง การที่ผู้เรียนได้เรียนรู้ในชั้นเรียน และทำให้เกิดความเปลี่ยนแปลงหลังจากที่ได้เรียนรู้มาแล้ว ทางด้านความรู้ พฤติกรรม โดยสามารถวัดผลได้จากการทำแบบทดสอบด้านเนื้อหา หรือด้านการปฏิบัติ

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากร

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จำนวน 80 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่าง

นักศึกษาชั้นปีที่ 1 สาขาวิชาคอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรมและเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าธนบุรี จากการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง จำนวน 66 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยมีดังนี้

- 2.1 สื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
- 2.2 แบบประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
- 2.3 แบบประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
- 2.4 แบบทดสอบก่อนเรียนและหลังเรียนโดยสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
- 2.5 ขั้นตอนการสร้างสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting มีดังนี้

2.5.1 ขั้นตอนก่อนการผลิต (Pre-Production)

2.5.2 ขั้นตอนการผลิต (Production)

2.5.3 ขั้นตอนหลังการผลิต (Post-Production)

2.6 ขั้นตอนการสร้างแบบประเมินคุณภาพและแบบประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

2.6.1 หาข้อมูลรูปแบบตัวอย่างการประเมิน

2.6.2 ออกแบบการประเมินคุณภาพสำหรับผู้เชี่ยวชาญ

2.6.3 ออกแบบการประเมินความพึงพอใจสำหรับกลุ่มตัวอย่าง

2.6.4 ตรวจสอบความถูกต้องของแบบประเมิน

2.6.5 ปรับปรุงแก้ไขแบบประเมิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

3.1 การประเมินคุณภาพสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ให้ผู้เชี่ยวชาญ ทั้ง 3 ท่านตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหาและสื่อ ทั้งด้านเนื้อหา ด้านภาพ และด้านเสียง

3.2 ในการประเมินสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting สำหรับกลุ่มตัวอย่างเพื่อเก็บข้อมูลด้านความพึงพอใจและวัดผลการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่าง มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.2.1 แนะนำวัตถุประสงค์การทำกิจกรรม

3.2.2 การทำแบบทดสอบก่อนเรียน

3.2.3 จัดเตรียมสื่อ

3.2.4 ให้กลุ่มตัวอย่างรับชมสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

3.2.5 สรุปความรู้ที่ได้หลังจากรับชมสื่อ

3.2.6 กลุ่มตัวอย่างทำแบบทดสอบหลังเรียนและแบบประเมินความพึงพอใจ

3.2.7 จบการดำเนินกิจกรรม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยมีการใช้สถิติดังนี้

ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สำหรับวิเคราะห์ผลการประเมินคุณภาพของผู้เชี่ยวชาญ ผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง

4.1 เกณฑ์การแปลผลคุณภาพ ตามมาตรวัดค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ดังนี้

ช่วงของค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	หมายถึง	อยู่ในเกณฑ์ดีมาก
ช่วงของค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง	อยู่ในเกณฑ์ดี
ช่วงของค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง	อยู่ในเกณฑ์ปานกลาง
ช่วงของค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	หมายถึง	อยู่ในเกณฑ์น้อย
ช่วงของค่าเฉลี่ย	1.00-1.50	หมายถึง	อยู่ในเกณฑ์น้อยมาก

4.2 เกณฑ์การแปลผลคุณภาพ ตามมาตรวัดค่า 5 ระดับ (Likert Scale) ดังนี้

ช่วงของค่าเฉลี่ย	4.51-5.00	หมายถึง	อยู่ในระดับพึงพอใจมากที่สุด
ช่วงของค่าเฉลี่ย	3.51-4.50	หมายถึง	อยู่ในระดับพึงพอใจมาก
ช่วงของค่าเฉลี่ย	2.51-3.50	หมายถึง	อยู่ในระดับพึงพอใจปานกลาง
ช่วงของค่าเฉลี่ย	1.51-2.50	หมายถึง	อยู่ในระดับพึงพอใจน้อย
ช่วงของค่าเฉลี่ย	1.00-1.50	หมายถึง	อยู่ในระดับพึงพอใจน้อยที่สุด

4.3 การเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของผู้เรียนที่รับสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย T-test for dependent sample

ผลการวิจัย

จากการดำเนินงานผู้วิจัยสามารถสรุปผลได้ดังนี้

1. ผลการสร้างสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

ผลการสร้างสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ได้สื่อโมชันความยาว 5 นาที มีเนื้อหาที่การกล่าวถึงการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting เริ่มจากการเกริ่นด้วยเทคนิค Light Painting คืออะไร รูปแบบในการถ่ายภาพ ดังแสดงตัวอย่างในภาพที่ 1 - 2 อุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพ และการตั้งค่ากล้อง ดังแสดงตัวอย่างในภาพที่ 3



ภาพที่ 1 แสดงฉากที่มาของการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting



ภาพที่ 2 แสดงฉากรูปแบบการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting



ภาพที่ 3 แสดงฉากอุปกรณ์และการตั้งค่ากล้องสำหรับการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

2. ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยรวม ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับคุณภาพโดยรวมในแต่ละด้าน

รายการประเมินผล	ค่าเฉลี่ยคุณภาพ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับคุณภาพ
1. ด้านเนื้อหา	4.67	0.50	ดีมาก
2. ด้านภาพ	4.78	0.42	ดีมาก
3. ด้านเสียงประกอบ	4.60	0.51	ดีมาก
รวมเฉลี่ย	71.4	4.06	ดีมาก

จากตารางที่ 1 สรุปได้ว่า ค่าเฉลี่ยในภาพรวมอยู่ในระดับดีมาก ($\bar{X} = 4.71, S.D. = 0.46$) ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านภาพ ($\bar{X} = 4.78, S.D. = 0.42$) ส่วนที่น้อยที่สุดคือด้านเสียงประกอบ ($\bar{X} = 4.60, S.D. = 0.51$) โดยเมื่อสรุปผลออกมาแล้วโดยรวมเฉลี่ยแล้วอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งสูงกว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้

3. ผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
ตารางที่ 2 แสดงผลการประเมินความพึงพอใจของสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

รายการประเมินผล	ค่าเฉลี่ยความพึงพอใจ	ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับความพึงพอใจ
1. เนื้อหาของสื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจชวนให้ติดตาม	4.77	0.46	มากที่สุด
2. การลำดับเนื้อหามีความเหมาะสม	4.55	0.50	มากที่สุด
3. การนำเสนอเนื้อหาผ่านสื่อโมชันกราฟิกช่วยให้เข้าใจได้ง่ายมากขึ้น	4.59	0.55	มากที่สุด
4. ภาพกราฟิกมีความสวยงาม	4.68	0.50	มากที่สุด
5. สื่อโมชันกราฟิกมีการขยับสไลด์เป็นธรรมชาติ	4.62	0.52	มากที่สุด
6. โทนมูขมิ้นที่ใช้มีความสวยงาม ดึงดูดความสนใจ	4.55	0.61	มากที่สุด
7. เสียงบรรยายอธิบายเนื้อหาได้ชัดเจน	4.32	0.75	มาก
8. เสียงดนตรีประกอบมีความไพเราะ	4.20	0.90	มาก
9. ความสอดคล้องระหว่างเสียงและภาพ	4.45	0.64	มาก
10. ความพึงพอใจโดยรวมที่มีต่อสื่อโมชันกราฟิก	4.48	0.50	มาก
รวมเฉลี่ย	4.52	0.62	มากที่สุด

จากตาราง 2 สรุปได้ว่าความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่างอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.62) ซึ่งเมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าความพึงพอใจที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือ เนื้อหาของสื่อโมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ ชวนให้ติดตาม ($\bar{X} = 4.77$, S.D. = 0.46) ถัดมาเป็นภาพกราฟิกมีความสวยงาม ($\bar{X} = 4.68$, S.D. = 0.50) และสื่อโมชันกราฟิกมีการขยับสไลด์เป็นธรรมชาติ ($\bar{X} = 4.62$, S.D. = 0.52) ส่วนด้านที่มีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือเสียงดนตรีประกอบ ($\bar{X} = 4.20$, S.D. = 0.90) เมื่อพิจารณาโดยรวมแล้วจะเห็นว่ากลุ่มตัวอย่างมีความพึงพอใจอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐานของงานวิจัยที่ตั้งไว้

4. ผลการเรียนรู้ก่อนและหลังรับชมสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting
ตารางที่ 3 แสดงผลการวิเคราะห์เปรียบเทียบผลการเรียนรู้ก่อนและหลังรับชมสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting

คะแนนสอบ	จำนวนนักเรียน(n)	ค่าเฉลี่ย (x) (คะแนนเต็ม 10)	S.D.	ผลต่างคะแนน (D)	T-test	Df	Sig
ก่อนเรียน	66	4.11	1.45	4.20	26.16	65	0.00
หลังเรียน	66	8.30	0.96				

จากตาราง 3 พบว่าเมื่อผ่านการรับชมสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting มีคะแนนเฉลี่ยก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 11.4 คะแนน และคะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 30.8 คะแนน จากการคำนวณทางสถิติในตาราง แสดงให้เห็นว่านักเรียนมีคะแนนหลังรับชมสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผล

จากการทำการวิจัย สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. ผลการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting พบว่า สื่อโมชันกราฟิกมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม และช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจเนื้อได้ง่ายมากยิ่งขึ้น โดยภายในสื่อ นั้นจะมีเนื้อหาเกี่ยวกับการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting รูปแบบการถ่ายภาพ อุปกรณ์สำหรับการถ่ายภาพ การตั้งค่ากล้อง โดยนำมาจัดทำในรูปแบบของสื่อโมชันกราฟิกสร้างตามกระบวนการพัฒนาโมชันกราฟิก ประกอบคำบรรยาย และยังมีการแบ่งการนำเสนอออกเป็นตอนทำให้สามารถเลือกดูได้ตามความต้องการ สื่อจึงไม่มีเวลานานจนเกินไป ทำให้เกิดความน่าสนใจ ชวนติดตาม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉันทนา ปาปิดตา และ พงศธร สุภาวิมล (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ประเภท สายพาน ผลการศึกษาพบว่า สามารถนำไปเป็นสื่อให้ความรู้เกี่ยวกับการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ประเภท สายพานได้ นอกจากนี้ยังสามารถสร้างสื่อโมชันกราฟิกสำหรับนำเสนอวิธีการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ ประเภทอื่น ๆ หรือการซ่อมบำรุงต่าง ๆ ที่มีเนื้อหาเข้าใจยากให้มีความง่ายขึ้น

2. จากผลการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting พบว่า คุณภาพโดยเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ดีมาก ($\bar{X} = 4.71$, S.D. = 0.46) ซึ่งสูงกว่าสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าอยู่ในเกณฑ์ดี เนื่องจากผู้วิจัยได้ออกแบบสื่อโมชันกราฟิกตามกระบวนการพัฒนาโมชันกราฟิก โดยเมื่อพิจารณาแยกกันในแต่ละด้าน การประเมิน พบว่าด้านภาพนั้นมีการเลือกใช้โทนสีสดใสช่วยส่งเสริมอารมณ์และดึงดูดความสนใจ ภาพกราฟิกมีการออกแบบให้สามารถสื่อสารความหมายได้อย่างชัดเจน ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจ จัดวาง องค์ประกอบและมีการเคลื่อนไหวอย่างลื่นไหลต่อเนื่องเป็นธรรมชาติทำให้ผลการประเมินอยู่ในเกณฑ์ดีที่สุดใน ส่วนของเนื้อหานั้นได้มีการตรวจสอบจากผู้เชี่ยวชาญด้านเนื้อหาแล้วว่าถูกต้องเหมาะสมสามารถนำมาใช้เพื่อให้ความรู้ได้ ด้านเสียงประกอบมีการเลือกใช้เสียงดนตรีประกอบที่นุ่มนวล และเสียงบรรยายอธิบายเนื้อหาอย่าง ชัดเจน โดยทั้งหมดนี้ทำให้ผลการประเมินคุณภาพของสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting อยู่ในเกณฑ์ดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ภาพิอร จันทำ และ ณิชพล ราไพ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง คลื่นกล ร่วมกับแนวคิดการเรียนรู้แบบนำตนเองเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาและความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 พบว่าผลการประเมินคุณภาพอยู่ในระดับดีมาก ภาพ ($\bar{X} = 4.65$, S.D. = 0.61)

3. จากผลการประเมินความพึงพอใจของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าโดยรวมมีความพึงพอใจต่อสื่อโมชันกราฟิก เรื่องการถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X} = 4.52$, S.D. = 0.62) ซึ่งมากกว่าสูงกว่า สมมติฐานที่ตั้งไว้ว่าอยู่ในระดับมาก โดยเมื่อพิจารณาเพิ่มเติมแล้ว พบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดคือเนื้อหาของสื่อ

โมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ รองลงมาเป็นภาพกราฟิกมีความสวยงาม เนื่องจากผู้วิจัยเน้นไปที่การออกแบบ ภาพกราฟิกให้มีความสวยงาม ทั้งยังสามารถสื่อสารความหมายได้อย่างชัดเจน เลือกใช้ภาพที่สามารถพบเห็นได้ง่ายต่อการรับรู้และเข้าใจได้ในทันที ตัวอย่างเช่น ภาพล้อของ การตั้งค่ากล้อง รวมถึงใช้สีเส้นที่ สดใสดึงดูดความสนใจ ถัดมาเป็นเรื่องการนำเสนอให้อยู่รูปแบบโมชันกราฟิกช่วยให้เข้าใจได้ง่ายมากขึ้น ซึ่ง สอดคล้องกับการออกแบบที่ช่วยให้สามารถสื่อสารเนื้อหาได้ออกมาชัดเจน ประกอบกับเสียงบรรยาย และ เสียงดนตรีประกอบที่ช่วยให้โมชันกราฟิกมีความน่าสนใจ เพิ่มความเข้าใจจากการดูภาพโดยไม่รู้สึกละเลย โดย สรุปแล้วผลการประเมินความพึงพอใจโดยรวมอยู่ในระดับดีมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานศึกษาของ ฉันทนา ปาปัด ภา และ พงศธร สุภาวิมล (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ ประเภทสายพานเบื้องต้น พบว่าผลการประเมินความพึงพอใจโดยกลุ่มตัวอย่างในภาพรวมอยู่ในระดับพึงพอใจ มาก ($\bar{X} = 4.26, S.D. = 0.75$)

4. จากผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรู้ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า คะแนนเฉลี่ยก่อนรับชมสื่อเท่ากับ 11.4 และ คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนเท่ากับ 30.8 จากการคำนวณทางสถิติ พบว่ากลุ่มตัวอย่างมีคะแนนหลังรับชมสื่อสูงกว่า ก่อนรับชมสื่อแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เนื่องด้วยการ ออกแบบกราฟิกให้สื่อสารได้ชัดเจน สีเส้นสดใส ดึงดูดความสนใจ และง่ายต่อการรับรู้ และนำเสนอเนื้อหาใน รูปแบบโมชันกราฟิก มีภาพเคลื่อนไหวที่สลับเปลี่ยน พร้อมทั้งเสียงบรรยายและดนตรีประกอบ ส่งผลให้กลุ่ม ตัวอย่างมีผลสัมฤทธิ์หลังรับชมสื่อสูงกว่าก่อนรับชมสื่อ ซึ่งสอดคล้องกับ เวชยันต์ ปันธรรม (2560) การผลิตสื่อ โมชันกราฟิกเรื่องระบบเสียงรอบทิศทาง 7.1 ชาแนล พบว่าคะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบหลังรับชมสื่อสูงกว่า คะแนนเฉลี่ยจากการทดสอบก่อนรับชมสื่อ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. จากการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting พบว่าสื่อโมชัน กราฟิกมีเนื้อหาที่น่าสนใจ ชวนให้ติดตาม และช่วยให้กลุ่มตัวอย่างสามารถเข้าใจเนื้อหาได้ง่ายมากยิ่งขึ้น แต่มีบาง ช่วงที่ควรเพิ่มหัวข้อเพื่อเน้นหัวข้อหรือเนื้อหาให้เด่นชัดมากขึ้น เนื่องจากภายในสื่อโมชันกราฟิกนี้มีการใช้ภาพใน การนำการเป็นส่วนใหญ่ อาจทำให้จับใจความไม่ทันในบางช่วง และอาจต้องคำนึงถึงความเหมาะสมของเนื้อหา กับสื่อที่ใช้นำเสนอ ต้องเลือกให้ถูกว่าเนื้อหาแต่ละเนื้อหาเหมาะกับสื่อประเภทไหน และสื่อที่ใช้เหมาะสมกับ กลุ่มคนใด

2. สำหรับการพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกเรื่อง การถ่ายภาพด้วยเทคนิค Light Painting ในครั้งถัดไป อาจ มีการเพิ่มเนื้อหาด้านอื่น ๆ และสามารถเลือกใช้เทคโนโลยีอื่นเข้ามาเป็นส่วนเสริมเพื่อให้สื่อโมชันกราฟิกมี ความน่าสนใจมากยิ่งขึ้น เช่นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีความเป็นจริงเสมือน หรือแอปพลิเคชัน นอกจากนี้ยังสามารถนำความรู้ในด้านอื่นมาพัฒนาเป็นสื่อโมชันกราฟิกเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ได้ในครั้งถัดไป

บรรณานุกรม

- กฤษณพงศ์ เลิศบำรุงชัย. (2565). การสร้างสื่อภาพกราฟิกเคลื่อนไหว (Motion Graphic) เข้าถึงได้จาก <https://touchpoint.in.th/motion-graphic/>
- ฉันทนา ปาปัดถา และพงศธร สุภาวิมล. (2564). การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิกการซ่อมบำรุงรถจักรยานยนต์ประเภทสายพานเบื้องต้น. วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีวิทยาลัยเซารัสบางกอก, 1(3), 57-65.
- ทิตินา แคมมณี. (2550). การสอนจิตวิทยาการเรียนรู้ เรื่องศาสตร์การสอนองค์ความรู้เพื่อการจัดกระบวนการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพ. (พิมพ์ครั้งที่ 5), กรุงเทพมหานคร : สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ไพศาล หวังพานิช. (2533). การวัดผลทางการศึกษา. กรุงเทพมหานคร : ไทยวัฒนาพานิช
- พงษ์พิพัฒน์ สายทอง. (2560). การพัฒนาโมชันอินโฟกราฟิกเพื่อประชาสัมพันธ์หลักสูตรระดับปริญญาตรี คณะวิทยาการสารสนเทศ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. วารสารฉบับภาษาไทย มนุษย์ศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10(2), 1330-1341.
- ภาพิอร จันทำ และณัฐพล ไร่ไฟ. (2564). การพัฒนาสื่อโมชันกราฟิก เรื่อง คลื่นกล ร่วมกับแนวคิดการเรียนรู้แบบนำตนเองเพื่อส่งเสริมความสามารถในการแก้โจทย์ปัญหาและความสามารถในการเรียนรู้ด้วยตนเองของนักเรียนระดับชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 6 . วารสารเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม, 5(23), 141-154.
- เวชยันต์ ปั่นธรรม. (2560). การผลิตสื่อโมชันกราฟิกเรื่องระบบเสียงรอบทิศทาง 1.7 ชาแนล. วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยการจัดการและเทคโนโลยีอีสเทิร์น, 16(1), 96-101.
- เสาวลักษณ์ พันธบุตร. (2560). อยู่อย่างคนร่วมสมัยในยุคดิจิทัล. วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, 5(2), 161-167.
- Ken Lee. (2020). Light painting: Creating depth through illumination. Retrieved from <https://photofocus.com/photography/light-painting-creating-depth-through-illumination/>

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ทักษะคติ และคุณค่าตราสินค้า
ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย
Marketing Mix Elements, Attitudes, and Brand Equity Influencing
Purchase Decision of Chinese Electric Vehicles in Thailand

พรนภา โพธิ์อ่อน¹ และ ชุตติมาวดี ทองจีน²

¹หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, pornnapa.phoo@bumail.net

²หลักสูตรบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ, chutimavadee.t@bu.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้จัดทำขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านทักษะคติ และคุณค่าตราสินค้า ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย มีการสำรวจโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสถิติเชิงอนุมาน ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ

ผลการวิจัย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ มีอายุระหว่าง 31-40 ปี เป็นเพศหญิง มีการศึกษาในระดับปริญญาตรี สถานภาพสมรส ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ มีรายได้เฉลี่ย 20,000-40,000 บาท ต่อเดือน อาศัยอยู่ในพื้นที่กรุงเทพฯและปริมณฑล ใช้นยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในปัจจุบัน มีรถยนต์ส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของหรือมีไว้ใช้งานในครอบครัว 1 คัน และพบว่าส่วนประสมการตลาด ทักษะคติ และคุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ดังนั้นธุรกิจที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด โดยเฉพาะด้านราคาที่เหมาะสมเน้นด้านการลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา สร้างทักษะคติที่ดีผ่านการให้ข้อมูลที่ชัดเจน และพัฒนาภาพลักษณ์แบรนด์โดยเน้นเทคโนโลยีนวัตกรรมและคุณภาพผลิตภัณฑ์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและดึงดูดการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในตลาด รวมถึงการสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับเทคโนโลยียานยนต์ไฟฟ้าให้กับผู้บริโภค เพื่อให้เห็นถึงความคุ้มค่าและประโยชน์ที่จะได้รับจากการใช้รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน ตลอดจนการพัฒนาเครือข่ายการให้บริการที่ครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ เพื่ออำนวยความสะดวกและสร้างความมั่นใจให้กับผู้ใช้งาน

คำสำคัญ : รถยนต์ไฟฟ้า, รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน, การตัดสินใจซื้อ

Abstract

This research was conducted with the objective of studying marketing mix factors, attitude factors, and brand value influencing the purchasing decision of Chinese electric vehicle brands in Thailand. A survey was employed using questionnaires as a data collection tool from a sample of 400 respondents, selected through purposive sampling. The statistical analysis utilized descriptive statistics, including percentage, mean, standard deviation, and inferential statistics using multiple regression analysis.

The research findings revealed that the majority of respondents were aged between 31-40 years, female, holding a bachelor's degree, married, working as government or state enterprise employees, with an average monthly income of 20,000-40,000 baht, residing in Bangkok and metropolitan areas, currently using Chinese electric vehicle brands, and owning one personal or family vehicle. The study found that marketing mix, attitudes, and brand value significantly influence the purchasing decision of Chinese electric vehicles in Thailand. Consequently, related businesses should prioritize marketing mix factors, particularly pricing, with a focus on reducing maintenance costs. They should also create positive attitudes by providing clear information and develop brand image by emphasizing technological innovation and product quality that meet consumer needs. The goal is to increase confidence and attract purchasing decisions for Chinese electric vehicle brands in the market.

Furthermore, businesses should create accurate understanding about electric vehicle technology among consumers, highlighting the value and benefits of using Chinese electric vehicle brands. Additionally, developing a comprehensive and efficient service network will facilitate convenience and build confidence for users.

Keywords : Electric vehicle, Chinese electric vehicle brands, Purchase decision

บทนำ

สภาวะโลกร้อนเป็นปัญหาสำคัญที่ทุกคนทั่วโลกกำลังเผชิญ ส่งผลกระทบต่อระบบนิเวศและการดำรงชีวิต ก่อให้เกิดปรากฏการณ์ภัยธรรมชาติต่างๆ เช่น ฝนตกและน้ำท่วมรุนแรง ภัยแล้ง การขาดแคลนอาหาร ความยากจน การพลัดถิ่น การสูญพันธุ์ของสิ่งมีชีวิต และโรคภัยไข้เจ็บ (United Nations Thailand, 2022) สาเหตุหลักมาจากก๊าซเรือนกระจก ซึ่งมีหน้าที่ดูดซับความร้อนให้เหมาะสม หากปราศจากก๊าซเรือนกระจก โลกจะหนาวเย็นจนสิ่งมีชีวิตอยู่อาศัยไม่ได้ แต่หากมีมากเกินไปก็จะทำให้อุณหภูมิสูงขึ้นถึงระดับอันตราย (PTT Global Chemical, 2563)

การตระหนักถึงความสำคัญของการใช้พลังงานอย่างยั่งยืนนำไปสู่การวิจัยและพัฒนาพลังงานหมุนเวียน และรถยนต์ไฟฟ้า (EV) กลายเป็นทางเลือกสำคัญในการลดก๊าซเรือนกระจก (Leighton Walter Kille, 2015)

จากสถิติกรมการขนส่งทางบก ในปี 2566 มีการจดทะเบียนรถยนต์ไฟฟ้า 76,538 คัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 695.9 จากปี 2565 ที่มีเพียง 9,617 คัน โดยแบรนด์ที่จดทะเบียนสูงสุด ได้แก่ BYD (30,467 คัน) Neta (12,777 คัน) MG (12,462 คัน) Tesla (8,206 คัน) และ GWM (ORA) (6,746 คัน) แบรนด์จีนสามารถครองส่วนแบ่งตลาดมากกว่าร้อยละ 80 (สภาพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2567) การเติบโตนี้ได้รับแรงหนุนจากนโยบายรัฐบาลที่สนับสนุนผ่านมาตรการลดภาษีประจำปีสำหรับรถยนต์ไฟฟ้าใหม่ ซึ่งประชาชนตอบรับเป็นอย่างดี (กรมการขนส่งทางบก, สำนักมาตรฐานงานทะเบียนและภาษีรถ, 2567)

อย่างไรก็ตาม ทศนคติในภาคประชาชนต่อการรับเอาเทคโนโลยีที่มีมาไม่นานมาใช้ อย่างรถยนต์ไฟฟ้า ยังคงเป็นเรื่องที่ละเอียดอ่อน เพราะต้องแลกด้วยความเสี่ยงและเงินจำนวนมาก และปัญหาบางอย่างที่เป็นความกังวลของผู้บริโภคและเป็นข้อเสียในการใช้รถยนต์ไฟฟ้า อาทิ เช่น ความเพียงพอของสถานีอัดประจุระยะเวลาการชาร์จที่ค่อนข้างนาน และระยะทางการขับขี่ที่ขึ้นอยู่กับความจุของแบตเตอรี่ (กระทรวงพลังงาน, 2021) ซึ่งปัญหาเหล่านี้ยังทำร้ายทั้งผู้ประกอบการและหลายๆ ภาคส่วน ที่จะหาวิธีตอบสนองต่อความกังวลและสร้างความมั่นใจให้แก่ผู้บริโภคต่อไป นอกจากนี้ ส่วนประสมการตลาดก็ถือเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจซื้อ เนื่องจากรถยนต์เป็นผลิตภัณฑ์ราคาสูง ผู้บริโภคจำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ (พิทยาภรณ์ วงษ์กิตติวัฒน์, 2559) เช่นเดียวกับการสร้างคุณค่าตราสินค้าก็มีความสำคัญ การสื่อสารที่จดจำได้ และเปิดโอกาสให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมในการสร้างประสบการณ์กับตราสินค้าด้วยตนเอง จะช่วยเสริมสร้างคุณค่าตราสินค้าได้อย่างยั่งยืน (เสรี วงษ์มณฑา, 2542) โดยต้องสะท้อนถึงความยั่งยืน นวัตกรรม และการเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและน่าจดจำ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงทำการศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย โดยการวิจัยนี้จะทำให้ทราบว่า ตัวแปรที่กล่าวมาข้างต้น ได้แก่ ส่วนประสมการตลาด ทศนคติ และคุณค่าตราสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนหรือไม่ และผลการวิจัยนี้จะเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการหรือผู้ที่เกี่ยวข้องในอุตสาหกรรมรถยนต์ไฟฟ้า เพื่อการพัฒนานวัตกรรมหรือออกแบบผลิตภัณฑ์ให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และเป็นประโยชน์แก่ผู้ที่กำลังตัดสินใจหรือสนใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าสามารถนำข้อมูลไปใช้เพื่อช่วยในการตัดสินใจเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าที่เหมาะสมกับความต้องการของตนเองได้

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน โดยปัจจัยที่ใช้ศึกษา ได้แก่ ส่วนประสมการตลาด ทศนคติ และคุณค่าตราสินค้า

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดตามแนวคิดของเสรี วงษ์มณฑา (2542) กล่าวว่า เป็นเครื่องมือสำคัญที่ประกอบด้วยผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการสื่อสารและตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคอย่างครบถ้วน การนำเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมจะช่วยสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่โดดเด่นและแข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอย่างรอบคอบและบูรณาการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทางการตลาดที่วางไว้ (Kotler, 2003) ดังนั้น ส่วนประสมทางการตลาดจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน โดยส่วนประสมทางการตลาดจะช่วยอธิบายและทำความเข้าใจถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคอย่างเป็นระบบ ผ่านการศึกษาองค์ประกอบสำคัญทั้งด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในบริบทของประเทศไทยได้อย่างลึกซึ้งและครอบคลุม

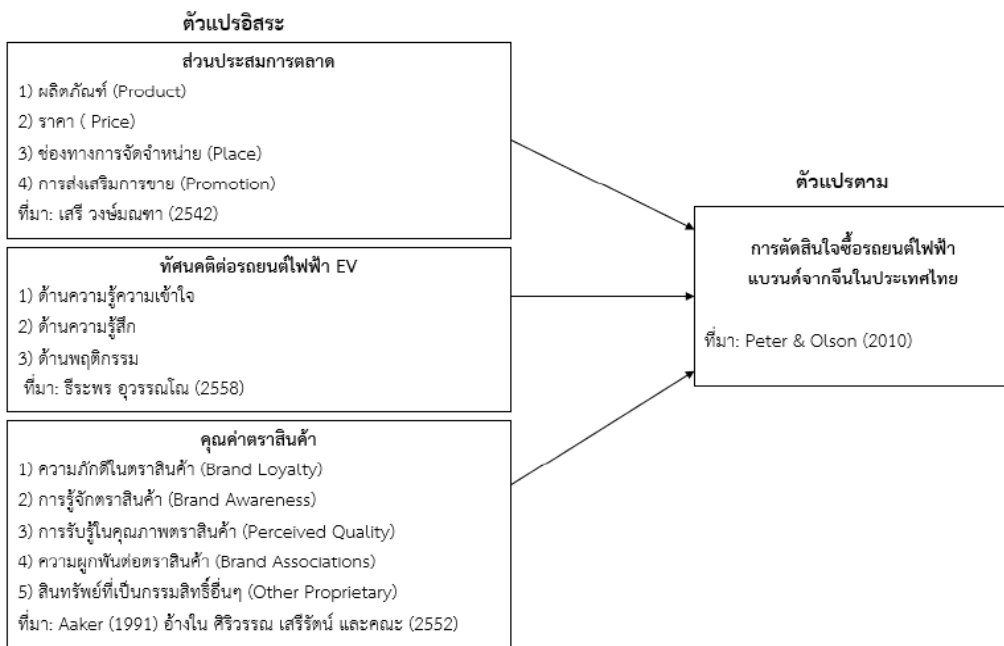
ปัจจัยด้านทัศนคติ นิรชา เอี่ยมชะโอด (2563) อธิบายว่าเป็นสภาวะทางจิตใจที่เกิดจากการหลอมรวมของประสบการณ์และการเรียนรู้ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลักตามแนวคิดของธีระพร อุวรรณโณ (2558) ประกอบไปด้วย 1. ด้านความรู้ความเข้าใจ 2. ด้านความรู้สึก 3. ด้านการกระทำ และ ศักดิ์ สุนทรเสณี (2531) กล่าวว่าทัศนคติเป็นความรู้สึกซับซ้อนที่กำหนดแนวโน้มการแสดงออกของบุคคล ดังนั้นปัจจัยด้านทัศนคติจึงมีบทบาทสำคัญในการถอดรหัสความคิด ความรู้สึก และแนวโน้มพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน โดยจะช่วยให้เห็นมุมมองเกี่ยวกับการยอมรับและความคาดหวังของผู้บริโภค ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญทั้งด้านความรู้ความเข้าใจ ความรู้สึก และการกระทำ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยทำความเข้าใจอย่างรอบมิตถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในบริบทของประเทศไทย

คุณค่าตราสินค้า ตามแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (1994) กล่าวว่า เป็นการสะท้อนการยอมรับและการรับรู้ของผู้บริโภค โดย นภวรรณ คณานุกรักษ์ (2561) อธิบายองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าไว้ 5 ประการ ได้แก่ 1. ความภักดีต่อตราสินค้า 2. การตระหนักถึงตราสินค้า 3. คุณภาพที่รับรู้ 4. การเชื่อมโยงความคิดเกี่ยวกับตราสินค้า และ 5. สินทรัพย์อื่นๆ ของตราสินค้า ฉัตยาพร เสมอใจ (2563) ระบุว่าการสร้างตราผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดความสนใจผู้บริโภค ดังนั้น ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้านี้จึงมีความสำคัญในการเข้าใจการรับรู้และความรู้สึกของผู้บริโภคที่มีต่อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน โดยจะแสดงให้เห็นถึงคุณค่าและความหมายที่ผู้บริโภคมอบให้กับตราสินค้า ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบสำคัญทั้งด้านความภักดี การตระหนักถึง คุณภาพที่รับรู้ การเชื่อมโยงความคิด และสินทรัพย์ของตราสินค้า ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยทำความเข้าใจอย่างรอบด้านถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในบริบทของประเทศไทย

การตัดสินใจซื้อ ตามแนวคิดของ Kotler (2000) กล่าวว่า เกิดจากปัจจัยภายในตัวบุคคล อาทิ แรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ Schiffman & Kanuk (1994) อธิบายว่าเป็น

กระบวนการที่ผสมผสานระหว่างปัจจัยทางจิตวิทยาและพฤติกรรม โดยเริ่มจากการรับรู้ ความต้องการ แรงจูงใจ และทัศนคติ ก่อนนำไปสู่การค้นหาข้อมูล การประเมินทางเลือก และพฤติกรรมหลังการซื้อ ดังนั้น การตัดสินใจซื้อจึงมีความสำคัญในการอธิบายกระบวนการที่นำผู้บริโภคไปสู่การเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน โดยจะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ผ่านการวิเคราะห์องค์ประกอบทั้งแรงจูงใจ การรับรู้ การเรียนรู้ บุคลิกภาพ และทัศนคติ ซึ่งจะเป็นข้อมูลสำคัญที่ช่วยทำความเข้าใจอย่างครอบคลุมถึงกระบวนการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในบริบทของประเทศไทย

กรอบแนวคิด



สมมติฐานการวิจัย

1. ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย
2. ทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย
3. คุณค่าตราสินค้าน่ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ศึกษา คือ ประชาชนที่ใช้รถยนต์ไฟฟ้าหรือสนใจรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย โดยกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้ คือ สมาชิกในกลุ่มเฟซบุ๊กสำหรับผู้ใช้งานรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ซึ่งมีสมาชิกรวมทั้งสิ้น 869,834 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2567) ผู้วิจัยกำหนดขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน โดยใช้ตารางของ Yamane (1967) ที่ระดับความเชื่อมั่น ร้อยละ 95 และค่าความคลาดเคลื่อนที่ระดับร้อยละ ± 5 โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ดังนี้

1. การสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยเลือกกลุ่มเฟซบุ๊กที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย
2. การกำหนดสัดส่วนของจำนวนตัวอย่าง แต่ละกลุ่มตามขนาดของกลุ่มเฟซบุ๊ก ดังนี้

ตารางที่ 1: การคำนวณสัดส่วนจำนวนสมาชิกและขนาดกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูล ณ วันที่ 31 สิงหาคม 2567

กลุ่ม Facebook	จำนวนสมาชิก ในกลุ่ม (คน)	สัดส่วน จำนวนสมาชิก (ร้อยละ)	ขนาดตัวอย่าง ตามสัดส่วน (คน)
BYD THAILAND	342,178	40	160
ORA Thailand Club TH	176,919	20	80
Neta EV Thailand Club	164,100	19	76
CHANGAN THAILAND	105,638	12	48
MG ZS EV CLUB THAILAND	59,717	7	28
VOLT City EV Club Thailand	21,282	2	8
รวมทั้งหมด	869,834	100	400

ผู้วิจัยได้ตระหนักถึงข้อจำกัดของวิธีการนี้ ซึ่งอาจไม่ครอบคลุมผู้ที่สนใจรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนแต่ไม่ได้เป็นสมาชิกกลุ่มเฟซบุ๊ก อาจมีการนับซ้ำ หรืออาจรวมถึงสมาชิกที่ไม่ได้อยู่ในประเทศไทยหรือไม่ได้สนใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนจริง อย่างไรก็ตาม วิธีการนี้ช่วยให้สามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายที่มีความสนใจในรถยนต์ไฟฟ้า แบรนด์จีนได้ และเหมาะสมกับข้อจำกัดด้านเวลาและทรัพยากรของการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ศึกษา

ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากตัวอย่าง โดยมีรายละเอียดเกี่ยวกับการสร้างแบบสอบถามเป็นขั้นตอนดังนี้

1. ศึกษาวิธีการสร้างแบบสอบถามจากเอกสาร งานวิจัย และทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง สร้างแบบสอบถามเพื่อถามความคิดเห็นในประเด็นต่างๆ 7 ประเด็นคือ (1) คัดกรองอายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (2) ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม (3) ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด (4) ปัจจัยด้านทัศนคติ (5) ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า (6) การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย (7) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม

2. นำแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นมาเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อปรับปรุงแก้ไข
3. ทำการปรับปรุงแก้ไขและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบความถูกต้องอีกครั้งหนึ่ง เพื่อให้
อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
4. นำแบบสอบถามไปทดลองกับตัวอย่างจำนวน 40 รายเพื่อหาค่าความเชื่อมั่น
5. ทำการปรับปรุงและนำเสนอให้อาจารย์ที่ปรึกษาอนุมัติก่อนแจกแบบสอบถาม
6. แจกแบบสอบถามไปยังตัวอย่าง

การตรวจสอบเครื่องมือ

การตรวจสอบเนื้อหา ผู้วิจัยได้นำเสนอแบบสอบถามที่ได้สร้างขึ้นต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อ
ตรวจสอบความครบถ้วนและความสอดคล้องของเนื้อหาของแบบสอบถามที่ตรงกับเรื่องที่จะศึกษา

การตรวจสอบความเชื่อมั่น ผู้วิจัยพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์ครอนแบ็ค อัลฟา
(Cronbach's Alpha Coefficient) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

<u>ส่วนของคำถาม</u>	<u>ค่าอัลฟาแสดงความเชื่อมั่น</u>
ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	.795
ปัจจัยด้านทัศนคติ	.860
ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า	.781
การตัดสินใจซื้อ	.823
ค่าความเชื่อมั่นรวมคือ	.789

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บข้อมูลตามขั้นตอนต่อไปนี้คือ

1. ผู้วิจัยสร้างแบบสอบถามออนไลน์โดยใช้ Google Form และตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา
และการตั้งค่าต่างๆ
2. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน เข้าไปในกลุ่มเฟซบุ๊กต่างๆ ที่ต้องการศึกษาตามที่ระบุไว้ข้างต้น
3. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน โพสต์ลิงก์แบบสอบถาม Google Form พร้อมคำอธิบาย
รายละเอียดเกี่ยวกับการวิจัยและวิธีการตอบแบบสอบถามในกลุ่มเฟซบุ๊กที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย
4. ผู้วิจัยหรือตัวแทนและทีมงาน ติดตามการตอบกลับของแบบสอบถามและตอบข้อสงสัยของผู้ตอบ
แบบสอบถามในคอมเมนต์หรือข้อความส่วนตัว
5. หากมีคำถามเพิ่มเติมเมื่อได้รับการตอบกลับครบตามจำนวนที่ต้องการ ผู้วิจัยปิดการรับ
แบบสอบถามและดาวน์โหลดข้อมูลจาก Google Form เพื่อนำไปวิเคราะห์ต่อไป

การแปลผลข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าอันตรภาคชั้น สำหรับการแปลผลข้อมูลโดยคำนวณค่าอันตรภาคชั้น เพื่อกำหนด ช่วงชั้น ด้วยการใช้สูตรคำนวณและคำอธิบายสำหรับแต่ละช่วงชั้น (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2545) ซึ่งได้ผลลัพธ์ดังนี้ ช่วง 1.00 – 1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด ช่วง 1.81 – 2.60 หมายถึง ระดับน้อย ช่วง 2.61 – 3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง ช่วง 3.41 – 4.20 หมายถึง ระดับมาก และ ช่วง 4.21 – 5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด

ผู้ทำวิจัยได้กำหนดค่าสถิติสำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลไว้ดังนี้คือ

1. สถิติเชิงพรรณนา ซึ่งได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้บรรยายเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และคุณสมบัติของผู้ตอบแบบสอบถามคือ อายุ เพศ ระดับการศึกษา สถานภาพ อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พื้นที่ที่อยู่อาศัยในปัจจุบัน ประสบการณ์การใช้รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน จำนวนรถยนต์ส่วนบุคคลที่เป็นเจ้าของ หรือมีไว้ใช้งานในครอบครัว และรูปแบบการเดินทางที่ใช้เป็นประจำในชีวิตประจำวัน

2. สถิติเชิงอ้างอิง เป็นการวิเคราะห์การเปรียบเทียบและวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับตัวแปรที่ศึกษาคือ การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรตัวเดียว กับ ตัวแปรหลายตัวซึ่งในที่นี้คือ ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาด ปัจจัยด้านทัศนคติ และปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้ากับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ใช้การวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงพหุ (Multiple Regression)

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 2: ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านส่วนประสม

การตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย

ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีอุปกรณ์รับรองความปลอดภัยที่ครบครัน	4.61	.547	ระดับมากที่สุด
2. รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสะดวกสบายของห้องโดยสารและที่นั่ง	4.58	.574	ระดับมากที่สุด
3. รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพที่ได้รับ	3.61	1.007	ระดับมาก
4. ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนต่ำกว่าแบรนด์อื่นๆ	3.26	1.132	ระดับปานกลาง
5. รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคาสูงกว่าแบรนด์อื่นๆ	4.63	.577	ระดับมากที่สุด

6. สถานที่จำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสะดวกในการเข้าถึง	3.63	.883	ระดับมาก
7. จำนวนโชว์รูมของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีมากพอต่อความต้องการ	3.61	.933	ระดับมาก
8. การเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนจากสื่อต่างๆ ได้ง่าย	4.59	.572	ระดับมากที่สุด
9. รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดสำหรับผู้ซื้ออยู่เสมอ	4.63	.560	ระดับมากที่สุด
รวม	4.13	.429	ระดับมาก

ผลการศึกษาตามตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 4.13) โดยข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุด คือ รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสามารถในการแข่งขันด้านราคามากกว่าแบรนด์อื่นๆ และ รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีการจัดโปรโมชั่นส่วนลดสำหรับผู้ซื้ออยู่เสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีอุปกรณ์รับรองความปลอดภัยที่ครบครัน (ค่าเฉลี่ย 4.61) การเข้าถึงข่าวสารเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนจากสื่อต่างๆ ได้ง่าย (ค่าเฉลี่ย 4.59) รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสะดวกสบายของห้องโดยสารและที่นั่ง (ค่าเฉลี่ย 4.58) สถานที่จำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความสะดวกในการเข้าถึง และ (ค่าเฉลี่ย 3.63) รถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีความคุ้มค่าของราคาต่อคุณภาพที่ได้รับ และจำนวนโชว์รูมของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีมากพอต่อความต้องการ (ค่าเฉลี่ย 3.61) ลำดับสุดท้ายคือ ค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนต่ำกว่าแบรนด์อื่นๆ (ค่าเฉลี่ย 3.26)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 3: ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย

ปัจจัยด้านทัศนคติ	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและระบบการทำงานของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.63	.565	ระดับมากที่สุด
2. ท่านทราบว่ารัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้า เช่น การลดภาษีและเงินสนับสนุน	4.54	.587	ระดับมากที่สุด
3. ท่านทราบอัตราการประหยัดพลังงานของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนที่มากกว่ารถยนต์แบบใช้น้ำมัน	4.58	.644	ระดับมากที่สุด

4. ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.60	.571	ระดับมากที่สุด
5. ท่านมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.59	.558	ระดับมากที่สุด
6. ท่านมักแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนกับผู้อื่น	4.56	.602	ระดับมากที่สุด
รวม	4.58	.439	ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาตามตารางที่ 3 ปัจจัยด้านทัศนคติที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านทัศนคติในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.58) โดยข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ ท่านมีความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและระบบการทำงานของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.63) รองลงมาคือ ท่านรู้สึกมั่นใจในคุณภาพและความปลอดภัยของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.60) ท่านมักจะหาข้อมูลเพิ่มเติมเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.59) ท่านทราบอัตราการประหยัดพลังงานของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนที่มากกว่ารถยนต์แบบใช้น้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.58) ท่านมักแลกเปลี่ยนความคิดเห็นเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนกับผู้อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.56) ลำดับสุดท้ายคือ ท่านทราบว่ารัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมรถยนต์ไฟฟ้า เช่น การลดภาษีและเงินสนับสนุน (ค่าเฉลี่ย 4.54)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 4: ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย

ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านยินดีที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในทางที่ดีแก่ผู้อื่นเสมอ	4.58	.566	ระดับมากที่สุด
2. ท่านรู้จักรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา	4.65	.551	ระดับมากที่สุด
3. ท่านสามารถอธิบายเกี่ยวกับแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้าจากจีนได้	4.63	.543	ระดับมากที่สุด
4. ท่านคิดว่ารถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีเทคโนโลยีและฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลาย เหมาะสมกับราคา	4.53	.633	ระดับมากที่สุด
5. ท่านมั่นใจในคุณภาพของชิ้นส่วนอะไหล่ที่ใช้ในรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.54	.582	ระดับมากที่สุด

6. ท่านเชื่อถือในการรับประกันและบริการหลังการขายของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.52	.562	ระดับมากที่สุด
7. ท่านรู้สึกภูมิใจและรู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม หากได้เป็นเจ้าของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.51	.571	ระดับมากที่สุด
8. ท่านคิดว่ารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน มีเทคโนโลยีที่ดีกว่ารถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์อื่น	4.53	.604	ระดับมากที่สุด
9. ท่านคิดว่ารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา และมีแผนที่จะนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ ในอนาคต	4.59	.606	ระดับมากที่สุด
รวม	4.56	.394	ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาดังกล่าวที่ 4 ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยรวมต่อปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้าในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.56) โดยข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ ท่านรู้จักรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมากขึ้นในช่วงปีที่ผ่านมา (ค่าเฉลี่ย 4.65) รองลงมาคือ ท่านสามารถอธิบายเกี่ยวกับแบรนด์รถยนต์ไฟฟ้าจากจีนได้ (4.63) ท่านคิดว่ารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนให้ความสำคัญกับการวิจัยและพัฒนา และมีแผนที่จะนำเสนอนวัตกรรมใหม่ๆ ในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 4.59) ท่านยินดีที่จะประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในทางที่ดีแก่ผู้อื่นเสมอ (ค่าเฉลี่ย 4.58) ท่านมั่นใจในคุณภาพของชิ้นส่วนอะไหล่ที่ใช้ในรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.54) ท่านคิดว่ารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีเทคโนโลยีและฟังก์ชันการใช้งานที่หลากหลายเหมาะสมกับราคา และท่านคิดว่ารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีเทคโนโลยีที่ดีกว่ารถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์อื่น (ค่าเฉลี่ย 4.53) ท่านเชื่อถือในการรับประกันและบริการหลังการขายของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.52) ลำดับสุดท้ายคือ ท่านรู้สึกภูมิใจและรู้สึกเป็นที่ยอมรับในสังคม หากได้เป็นเจ้าของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.51)

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ได้ผลลัพธ์ดังต่อไปนี้

ตารางที่ 5: ตารางค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความคิดเห็นด้านการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย

การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	\bar{x}	S.D.	การแปลผล
1. ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เนื่องจากตระหนักถึงปัญหาด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม	4.59	.585	ระดับมากที่สุด
2. ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนเพื่อประหยัดค่าน้ำมัน	4.60	.552	ระดับมากที่สุด
3. ท่านมักเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เช่น งาน Motor Show	4.56	.567	ระดับมากที่สุด

4. ท่านได้มีการติดตามข้อมูลข่าวสารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนที่ท่านชื่นชอบ	4.42	.600	ระดับมากที่สุด
5. ท่านสอบถามข้อมูลของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนจากผู้เชี่ยวชาญ	4.55	.573	ระดับมากที่สุด
6. ท่านมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติของรถไฟฟ้าแบรนด์จีนกับแบรนด์อื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ	4.57	.558	ระดับมากที่สุด
7. ท่านมีการเปรียบเทียบข้อเสนอหรือส่วนลดระหว่างรถไฟฟ้าแบรนด์จีนกับแบรนด์อื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ	4.54	.628	ระดับมากที่สุด
8. ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เพราะวิธีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดแลกแจกแถม	4.43	.588	ระดับมากที่สุด
9. ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนเพราะนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การลดภาษีและเงินสนับสนุน	4.41	.594	ระดับมากที่สุด
10. ท่านคิดว่าหากมีสถานีชาร์จเพียงพอต่อความต้องการและการชาร์จมีความเสถียร จะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน	4.45	.607	ระดับมากที่สุด
11. ท่านมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอีกในอนาคต	4.51	.539	ระดับมากที่สุด
12. หากรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน มีคุณสมบัติตามที่ท่านต้องการ ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักซื้อรถยนต์ไฟฟ้า	4.46	.600	ระดับมากที่สุด
รวม	4.50	.370	ระดับมากที่สุด

ผลการศึกษาปัจจัยด้านการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความเห็นโดยรวมต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.50) โดยข้อที่ผู้ตอบแบบสอบถามเห็นด้วยมากที่สุดคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนเพื่อประหยัดค่าน้ำมัน (ค่าเฉลี่ย 4.60) รองลงมาคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เนื่องจากตระหนักถึงปัญหาด้านพลังงานและสิ่งแวดล้อม (ค่าเฉลี่ย 4.59) ท่านมีการเปรียบเทียบคุณสมบัติของรถไฟฟ้าแบรนด์จีนกับแบรนด์อื่นๆ ก่อนตัดสินใจซื้อ (ค่าเฉลี่ย 4.57) ท่านมักเข้าร่วมงานแสดงสินค้าของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เช่น งาน Motor Show (ค่าเฉลี่ย 4.56) ท่านสอบถามข้อมูลของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนจากผู้เชี่ยวชาญ (ค่าเฉลี่ย 4.55) ท่านมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอีกในอนาคต (ค่าเฉลี่ย 4.51) หากรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมีคุณสมบัติตามที่ท่านต้องการ ท่านจะแนะนำให้คนรู้จักซื้อรถยนต์ไฟฟ้า (ค่าเฉลี่ย 4.46) ท่านคิดว่าหากมีสถานีชาร์จเพียงพอต่อความต้องการและการชาร์จมีความเสถียร จะทำให้ท่านตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน (ค่าเฉลี่ย 4.45) ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน เพราะวิธีการส่งเสริมการขายที่น่าสนใจ เช่น การลดแลก

แจกแถม (ค่าเฉลี่ย 4.43) ท่านได้มีการติดตามข้อมูลข่าวสารรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนที่ท่านชื่นชอบ (4.42) ลำดับสุดท้ายคือ ท่านจะซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนเพราะนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาล เช่น การลดภาษีและเงินสนับสนุน (ค่าเฉลี่ย 4.41)

ผลการวิเคราะห์สมมติฐาน

ตารางที่ 6: ความสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมการตลาด ทักษะคนดี และคุณค่าตราสินค้า กับการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ด้วยวิธีการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ตัวแปรอิสระ	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด	.083	.040	.096	2.053	.041
ปัจจัยด้านทักษะคนดี	.256	.043	.304	6.025	.000
ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า	.278	.049	.296	5.725	.000

$R^2 = .341$, $F = 68.402$, $p < 0.05$

ผลการศึกษาตามตารางที่ 6 แสดงให้เห็นว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด ทักษะคนดี และคุณค่าตราสินค้า มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และเมื่อพิจารณาน้ำหนักผลกระทบของตัวแปรอิสระที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน พบว่า ปัจจัยด้านทักษะคนดีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมากที่สุด (Beta เท่ากับ .304) รองลงมาคือ ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้า (Beta เท่ากับ .296) และปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาด มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนน้อยที่สุด (Beta เท่ากับ .096)

อภิปรายผล

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Kotler (2003) ที่กล่าวว่า การนำเครื่องมือส่วนประสมทางการตลาดมาประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสมและครบถ้วนจะช่วยสร้างคุณค่าและความพึงพอใจสูงสุดให้แก่ผู้บริโภค ทั้งในด้านผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างตำแหน่งทางการตลาดที่โดดเด่นและแข็งแกร่งในกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ดังนั้นการวางกลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดอย่างรอบคอบและบูรณาการจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้องค์กรประสบความสำเร็จตามเป้าหมายทางการตลาดที่วางไว้ นอกจากนี้ ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดย ธมลวรรณ วีรสกุล (2565) ปรินญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต ซึ่งได้ผลตรงกันคือ ส่วนประสมการตลาดกับแรงจูงใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

มีความสัมพันธ์กันเชิงบวกในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญ 0.05 แสดงให้เห็นว่าการที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับ ส่วนประสมการตลาดสูง จะทำให้ผู้บริโภคมีแรงจูงใจในการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าเพิ่มขึ้น ซึ่งสามารถอธิบายได้ว่าการที่ผู้ประกอบการรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนให้ความสำคัญกับส่วนประสมการตลาด ทั้งผลิตภัณฑ์ที่มีคุณภาพ ราคาที่เหมาะสม ช่องทางจำหน่ายที่สะดวก และการส่งเสริมการตลาดที่น่าสนใจ จะช่วยสร้างการรับรู้คุณค่า และความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะในตลาดรถยนต์ไฟฟ้าที่เป็นเทคโนโลยีใหม่ การได้รับข้อมูลที่ ครบถ้วนจึงมีผลอย่างยิ่งต่อการเพิ่มแรงจูงใจและการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค

ผลการศึกษาที่สรุปว่า ทักษะคดีมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ คักดี สุนทรเสณี (2531) ที่กล่าวว่า ทักษะคดีจะเป็นตัวกำหนดให้ บุคคลมีความรู้สึกในเชิงบวกหรือลบต่อสิ่งใดสิ่งหนึ่ง เมื่อบุคคลมีทักษะคดีต่อสิ่งใดแล้ว จะทำให้เกิดความไม่ เียงหรือความพร้อมที่จะมีปฏิกิริยาตอบสนองต่อสิ่งนั้นในทิศทางใดทิศทางหนึ่ง ทั้งในเชิงสนับสนุนหรือต่อต้าน ทักษะคดีนี้จึงเชื่อมโยงไปสู่แนวโน้มพฤติกรรมของบุคคลว่าจะมีปฏิกิริยาหรือแสดงออกต่อสิ่งเร้านั้นอย่างไร นอกจากนี้ ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดชลบุรี โดย ศุภัช ทรวงวงศ์ (2564) ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร คณะ การจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา ซึ่งได้ผลตรงกันคือ ปัจจัยด้านทักษะคดีต่อรถยนต์ไฟฟ้ามี อิทธิพลทางบวกต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในเขตจังหวัดชลบุรี สามารถอธิบายได้ว่า เมื่อ ผู้บริโภคมีทักษะคดีที่ดีต่อรถยนต์ไฟฟ้า แบรนด์จีน จะส่งผลให้มีแนวโน้มตัดสินใจซื้อสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม หากมีทักษะคดีเชิงลบ ก็ส่งผลให้หลีกเลี่ยงการตัดสินใจซื้อ สะท้อนให้เห็นถึงอิทธิพลของทักษะคดีที่มีผลต่อการ ตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคได้อย่างชัดเจน

ผลการศึกษาที่สรุปว่า คุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ผลดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดของ Schiffman & Kanuk (1994) ที่กล่าวว่า คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity) เป็นสิ่งสำคัญที่สะท้อนถึงการยอมรับและการรับรู้ของผู้บริโภคที่มีต่อผลิตภัณฑ์หรือบริการ นั้นๆ ไม่ใช่เพียงแค่ชื่อเสียงของตราสินค้าเท่านั้น แต่ยังรวมถึงคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้ได้ คุณค่าที่ผู้บริโภค มองเห็น ตลอดจนความภักดีที่ผู้บริโภคมอบให้กับตราสินค้านั้น นอกจากนี้ ผลดังกล่าวยังสอดคล้องกับงานวิจัย การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงาน โดย สุทธิรัตน์ ทองแฉ่น (2562) ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต วิทยาลัยการจัดการ มหาวิทยาลัยมหิดล ซึ่งได้ผล ตรงกันคือ จากวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัย ทำงาน ศึกษาแล้วพบว่า คุณค่าตราสินค้าส่งผลต่อการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงาน สามารถอธิบาย ได้ว่า คุณค่าตราสินค้าเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนถึงความน่าเชื่อถือและความมั่นใจของผู้บริโภคที่มีต่อ ผลิตภัณฑ์ แสดงถึงการรับรู้ในแง่บวกเกี่ยวกับคุณภาพ ประโยชน์ที่ได้รับ และความรู้สึกที่ดีหรือความผูกพันต่อ แแบรนด์ ซึ่งทั้งหมดนี้มีผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการเลือกซื้อสินค้า ผู้บริโภคที่มองว่าตราสินค้านั้นมีคุณค่าและ ตอบโจทย์ความต้องการของตน จะมีแนวโน้มที่จะเลือกซื้อรถยนต์ไฟฟ้าจากแบรนด์ดังกล่าวมากขึ้น

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ธุรกิจ และหน่วยงาน ที่ดำเนินการเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน สามารถนำผลการศึกษาไปใช้ได้ดังนี้

1. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอยู่ในระดับมาก แต่คะแนนจากข้อคำถามเรื่องค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษาของรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนต่ำกว่าแบรนด์อื่นๆ ยังมีคะแนนไม่สูงมากนัก ดังนั้นธุรกิจที่ต้องการผลิตหรือจัดจำหน่ายรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนในประเทศไทย ควรปรับกลยุทธ์โดยมุ่งเน้นการลดค่าใช้จ่ายในการบำรุงรักษา ผ่านการใช้เทคโนโลยีที่มีประสิทธิภาพและต้นทุนต่ำ รวมถึงสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคด้วยการเสนอการรับประกันที่ครอบคลุม เพื่อเพิ่มความดึงดูดใจและลดข้อกังวลของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน

2. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านทัศนคติมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ธุรกิจ หน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนควรมุ่งเน้นการสร้างทัศนคติที่ดียิ่งขึ้นในผู้บริโภค โดยการเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับเทคโนโลยีและระบบการทำงานของรถยนต์ไฟฟ้า รวมถึงการให้ข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับการประหยัดพลังงานและการลดค่าใช้จ่ายด้านเชื้อเพลิง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นในความคุ้มค่าและประสิทธิภาพในการใช้งานระยะยาว นอกจากนี้ การให้ความสำคัญกับการสื่อสารนโยบายสนับสนุนจากภาครัฐ เช่น การลดภาษีหรือการสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการใช้งาน จะช่วยเพิ่มความสนใจและทำให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีขึ้นเกี่ยวกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน และส่งผลให้การตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนเป็นไปได้อย่างยิ่งยั้ง

3. จากการศึกษาพบว่า ปัจจัยด้านคุณค่าตราสินค้ามีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนอยู่ในระดับมากที่สุด ดังนั้น ธุรกิจ หน่วยงาน และองค์กรที่เกี่ยวข้องกับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนควรมุ่งเน้นการสร้างภาพลักษณ์และการรับรู้ในแบรนด์ให้ชัดเจนยิ่งขึ้น โดยเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เช่น การนำเสนอฟังก์ชันที่หลากหลายและเหมาะสมกับความคาดหวังของลูกค้า เพื่อสร้างความแตกต่างและโดดเด่นให้กับรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีน นอกจากนี้ ควรให้ความสำคัญกับการสร้างความไว้วางใจในคุณภาพของผลิตภัณฑ์ เช่น การสื่อสารกระบวนการผลิตที่ได้มาตรฐาน การเลือกใช้วัสดุคุณภาพดี และการเน้นความปลอดภัยจากการใช้งานเพื่อเพิ่มความมั่นใจให้กับผู้บริโภค ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความเชื่อมั่นในผลิตภัณฑ์และส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าแบรนด์จีนมากขึ้น

บรรณานุกรม

กรมการขนส่งทางบก, สำนักมาตรฐานงานทะเบียนและภาษีรถ (สนท.). (2567). เผยสถิติยอดการจดทะเบียน

รถพลังงานไฟฟ้า. สืบค้นจาก <https://vrts.dlt.go.th/th/news/57854>.

กระทรวงพลังงาน, สำนักงานนโยบายและแผนพลังงาน. (2021). ข้อดี-ข้อเสียรถไฟฟ้า. สืบค้นจาก

<https://www.eppo.go.th/epposite/index.php/en/component/k2/item/17404-ev-charging-201064>.

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2545). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 7). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ฉัตรยาพร เสมอใจ. (2563). การบริหารการตลาด. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- ธมลวรรณ วีรสกุล. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจการซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภคใน
กรุงเทพมหานคร และปริมณฑล. การศึกษารายบุคคล, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, วิทยาลัย
บริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี, มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ธีระพร อูวรรณโณ. (2558). Attitude: เจตคติ, สารานุกรมจิตวิทยา เล่ม 1 อักษร A-B ฉบับราชบัณฑิตยสภา.
กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสภา.
- นภวรรณ คณานุกรณ์. (2561). คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อตราสินค้ารองเท่าเทียมของผู้บริโภคในเขต
กรุงเทพมหานคร. วารสารการจัดการสมัยใหม่, 16(1), 207-218.
- นริชา เอี่ยมชะโอด. (2563). การศึกษาทัศนคติของผู้บริโภค Generation Y ในการซื้อผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรต่อ
สิ่งแวดล้อม. สารนิพนธ์, ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พิทยาภรณ์ วงษ์กิตติวัฒน์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงานใน
กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศักดิ์ สุนทรเสณี. (2531). เจตคติ. กรุงเทพฯ: ดี.ดี. บุ๊คส์ไตร์.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์ และคณะ. (2552). การบริหารตลาดยุคใหม่. กรุงเทพฯ: พัฒนาศึกษา.
- ศุภัช ทรงธนวนงศ์. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้าของผู้บริโภค ในเขต
จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์, ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สำหรับผู้บริหาร, คณะการ
จัดการและการท่องเที่ยว, มหาวิทยาลัยบูรพา.
- สุทธิรัตน์ ทองแวน. (2562). การรับรู้คุณภาพสินค้าและคุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์
ไฟฟ้าของผู้บริโภควัยทำงาน. สารนิพนธ์, ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต, วิทยาลัยการจัดการ,
มหาวิทยาลัยมหิดล.
- เสรี วงษ์มณฑา. (2542). การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภค. กรุงเทพฯ: Diamond in Business World.
- Aaker, D. A. (1991). Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brandname.
New York, NY: The Free Press
- Kotler, P. (2000). Marketing management (10thed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Kotler, P. (2003). Marketing Management (11thed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Leighton Walter Kille. (2015). Electric vehicles, battery technology and renewable
energy: Research roundup. Retrieved from
<https://journalistsresource.org/environment/electric-vehicles-battery-technology-renewable-energy-research-roundup/>.
- Peter, J.P. & Olson, J.C. (2010). Consumer Behavior and Marketing Strategy. (9thed.).
New York: McGraw-Hill.

- PTT Global Chemical. (2563). รู้จัก "ปรากฏการณ์เรือนกระจก" สาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน.
สืบค้นจาก [https://sustainability.pttgcgroup.com/th/newsroom/featured-stories/774/
รู้จำ-ปรากฏการณ์เรือนกระจก-สาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน](https://sustainability.pttgcgroup.com/th/newsroom/featured-stories/774/รู้จำ-ปรากฏการณ์เรือนกระจก-สาเหตุสำคัญของภาวะโลกร้อน).
- Schiffman, L.G. & Kanuk, L.L. (1994). Consumer Behavior. (5thed.). New Jersey: Prentic-Hall.
- United Nations Thailand. (2022). สาเหตุและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ. สืบค้นจาก
<https://thailand.un.org/th/174652-สาเหตุและผลกระทบของการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ>.
- Yamane, T. (1967). Statistics: An introductory analysis (2nded.). New York: Harper & Row.

A QUALITATIVE STUDY TO EXPLORE FOOD ALLERGY KNOWLEDGE OF FOOD SERVICE PROFESSIONALS IN FULL-SERVICE RESTAURANTS, IN BANGKOK

Chatvarin Klongnoy¹ and Sarinya Sungkatavat²

¹ Mahidol University International College, klongnoy_c@su.ac.th

² Mahidol University International College, sarinya.sun@mahidol.ac.th

Abstract

The prevalence of food allergies in Thailand, particularly in Bangkok, has risen significantly, aligning with global trends. Approximately 8% of Thai children and 4-5% of adults are affected, with the growing food service and tourism industries heightening concerns about managing food allergies, especially among diverse international visitors. Despite the critical nature of food safety, knowledge among food service practitioners remains underexplored. This study addresses this gap using the KAP (Knowledge, Attitudes, Practices) approach, focusing on head chefs and restaurant managers in Bangkok's full-service restaurants. Through 12 in-depth semi-structured interviews and inductive thematic content analysis, the study revealed strong understanding among professionals about allergenic food types, preventing reactions, and serving customers with allergies. However, gaps persist in recognizing symptoms and providing assistance during allergic emergencies, increasing potential risks. The findings emphasize the need for comprehensive, targeted training programs to bolster food allergy knowledge and practices in the food service sector.

Keywords : Food allergy knowledge / Food service professionals / Full-service restaurants

Introduction

Food allergies present significant global and local challenges, particularly in Thailand's tourism-driven economy, where their rising prevalence and severity impact both the food industry and healthcare sectors (Chojnowska-Wójtowicz et al., 2023; Patel, 2021). In Thailand, common allergens such as cow's milk, seafood, and eggs contribute to higher allergy rates among children and are frequently linked to severe reactions in hospitals (BDMS, 2022; Sangacharoenkit, 2023). Despite growing awareness, enforcement of allergen regulations remains inadequate, posing risks to consumer safety (Lapsombunying, 2021). Cultural dining practices and exposure to undeclared allergens further amplify risks, affecting both local

residents and international tourists (Barnett et al., 2018; Bjelac, 2023). Approximately 8% of Thai children and 4-5% of adults are affected, reflecting global trends, yet strategies for managing food allergies remain insufficient (BDMS, 2022). The tourism sector, which attracts visitors from regions with diverse allergy profiles, must emphasize food safety to mitigate risks. Additionally, a lack of research on undeclared allergens and insufficient training for food handlers highlights the need for robust allergen management strategies, comprehensive regulations, and educational programs to protect consumers and support the growing tourism industry (Senavongse, 2023; Surojanametakul et al., 2021).

This study investigates food allergy knowledge among food service professionals in Bangkok's full-service restaurants using the KAP model. The model measures knowledge, attitudes, and practices, offering a framework to understand individual variations (Javangwe et al., 2024). Enhanced knowledge improves attitudes and practices, ultimately fostering safer food handling (Liao & Yang, 2023). By applying this model, the study aims to identify critical knowledge areas that food service professionals deem essential for general food handlers. This trust fosters safer and more positive dining experiences. To achieve these objectives, the study addresses the central research question: What aspects of food allergy knowledge do food service professionals in full-service restaurants consider essential for general food handlers? By identifying these key areas, the research aims to guide the development of targeted training programs to enhance food safety practices, ensuring a safer dining environment for customers with food allergies.

Literature Review

The challenges of food allergies in Thailand's food service industry are integral to tourism marketing, making food safety crucial for maintaining Thailand's reputation as a culinary destination (Jeaheng, 2020). Many people prefer domestic travel over international trips to reduce risks, particularly in unfamiliar dining contexts (Bjelac, 2023). In Thailand, food allergies are among the most common non-communicable chronic conditions (Sripramong et al., 2022). Food allergies have no cure, with the most effective preventive measure completely avoiding allergenic foods (Gupta et al., 2019; Iweala et al., 2018).

Food allergies occur when the immune system reacts to food proteins, causing symptoms from mild itching to severe anaphylaxis, which can be fatal without treatment (Loerbroks et al., 2019; McAdams et al., 2018). In the U.S., the "big-8" allergens include eggs, fish, milk, peanuts, shellfish, soy, tree nuts, and wheat, with sesame recently added (Warren

et al., 2019). In Thailand, nine major allergens are recognized, though these can differ internationally (Intapuntee, 2024).

Consumers with food allergies often avoid dining out or traveling due to perceived risks (Bjelac, 2023). Dining out poses significant dangers due to cross-contamination and unintentional allergen inclusion (Barnett et al., 2018), often caused by insufficient safety measures in food preparation (Tatli & Akoğlu, 2020). Strict hygiene practices, including handwashing, glove use, and maintaining a clean environment, are crucial to minimizing allergen risks (Jianu & Goleţ, 2019; Lokman & Akoğlu, 2022).

Previous studies highlight that restaurant staff, including managers, kitchen staff, and servers, often lack proper training in food allergies (Javangwe et al., 2024). Many food handlers struggle to identify common allergens (EREN, 2020; Loerbroks et al., 2019). Training staff in food allergy knowledge is critical for developing preventive measures and ensuring the safety of allergic consumers (Peters et al., 2021). Even with effective training, vigilance is necessary to manage trace amounts of allergens, as even small exposures can be harmful (Javangwe et al., 2024).

The KAP framework examines the relationship between knowledge, attitudes, and practices (Vandamme, 2009). This model is widely recognized and frequently utilized in social research to analyze decision-making processes among food service professionals and improve their capacity to manage food allergies effectively (Eren et al., 2021; Tatli & Akoğlu, 2020). As knowledge increases, positive attitudes follow, leading to proactive behavior in managing food allergies (Liao & Yang, 2023). Restaurant managers consistently demonstrate the highest knowledge about food allergies (Elsahoryi et al., 2021; Nasserredine et al., 2021; Tatli & Akoğlu, 2020). Their role is crucial in ensuring the safety of allergic customers, as they are responsible for responding to customer needs and managing allergy-related situations (McAdams et al., 2018). Well-trained food service professionals are key to creating safer and more enjoyable dining experiences for allergic customers (Javangwe et al., 2024).

Methodology

Case Study Locations

This study explores food allergy knowledge among food service professionals in Bangkok's full-service restaurant industry, which is crucial given the city's status as the most-visited global destination known for its vibrant culinary scene (Online, 2023). With over 20,000 restaurants, the industry is highly competitive and influenced by technological, demographic,

and consumer trends (DBD, 2023). The research specifically targets full-service restaurants, as indicated by favorable reviews on TripAdvisor platforms, to evaluate their ability to manage food allergies effectively (Javangwe et al., 2024).

Research Design and Method of Data Collection

This study used transcendental phenomenology to explore food service professionals' experiences managing food allergies in Bangkok's full-service restaurants. Bracketing minimized bias, and virtual interviews accommodated key informants' schedules while ensuring anonymity and confidentiality (Neubauer et al., 2019). Semi-structured online interviews were used to gather in-depth insights and assess key informants' understanding of food allergies. Flexibility was prioritized, though potential technical challenges were acknowledged (Żadkowska et al., 2022). Audio recordings were made using multiple devices to prevent data loss.

The target population comprised head chefs and restaurant managers from Bangkok's full-service restaurants, selected via purposive sampling. The interviews addressed demographics, restaurant features, food allergy knowledge, and training (Wen & Kwon, 2019). A sample of 12 key informants was selected based on Boddy's recommendations (Boddy, 2016). Focusing on restaurants rated 4 stars or higher on TripAdvisor. Each 45-minute interview was conducted in a confidential setting to encourage honest responses. Ethical compliance was ensured through prior consent from all key informants.

Data Analysis

Manual thematic analysis was used to identify recurring patterns and themes from key informants' responses, ensuring confidentiality through pseudonyms. An inductive, open-coding approach was applied to extract key concepts directly from the data (Chandra & Shang, 2019). Data saturation occurred when responses became redundant, and commonalities were identified, forming the key themes.

Results

Key Informant Profile

The study involved 12 key informants: 7 head chefs (5 male, 2 female) and 5 restaurant managers (3 male, 2 female) from full-service restaurants in Bangkok. All key informants were Thai nationals with bachelor's degrees in culinary management, tourism management, or hospitality. They had an average of over 5 years of experience in their current roles and regularly encountered customers with food allergies. The restaurants included in the study

were independent establishments, with 6 serving Western cuisine and 6 offering Thai food. On average, each restaurant had a seating capacity of 55 and employed around 17 staff members. All restaurants featured menus that listed ingredient descriptions, and each had obtained food safety certification.

Food Allergy knowledge of food service professionals

The analysis of key informants' descriptions regarding food allergy knowledge in full-service restaurants revealed 7 items categorized into 2 main themes (Table 1).

Table 1 Food Allergy Knowledge Themes

Themes	Subthemes	Codes
Comprehension	Understanding	Complete understanding
		Partial understanding
	Misunderstanding	Insufficient understanding
Training and development	Certification	Basic knowledge
		Specific to food allergy knowledge
	Willingness to train	Fully committed
Partially committed		

In assessing food allergy knowledge, the first theme was divided into two sub-themes: (1) the capacity for clarification and (2) the capacity for comparison. These criteria are essential for evaluating food handlers' knowledge. Complex understanding is accomplished when both criteria are found, while partial understanding occurs when only one criterion is fulfilled.

The study revealed that 2 key informants demonstrated misunderstanding, while 10 exhibited complete understanding. Examples of how key informants explained their knowledge of food allergies in each aspect include:

Key informants described ‘food allergy symptoms’ as physical reactions triggered by specific allergens, distinct from food intolerances caused by digestion issues (P02, Head Chef, PP). They highlighted their life-threatening potential, noting severe reactions can occur from even small allergen exposures (P03, Head Chef, TN). However, misunderstandings were noted, with incorrectly believing symptoms appear within 24 hours of exposure (P05, Head Chef, PL).

Head chefs observed that allergic reactions typically occurred much sooner, within 20 minutes (P06, Head Chef, TT) or 2-4 hours. However, some confused these timings with foodborne illness symptoms like diarrhea (P12, Restaurant Manager, AP). Key informants acknowledged that food allergies affect individuals of all ages (P05, Head Chef, PL), with higher

prevalence among children due to their developing immune systems (P04, Head Chef, CH). They also noted that allergies can change over time: "Some customers outgrew their childhood allergies after 3-5 years" (P11, Restaurant Manager, WN).

Key informants distinguished 'food types causing allergies' between lactose intolerance and milk allergy, recognizing that lactose intolerance is a digestive issue limited to lactose-containing milk (P01, Head Chef, PM). They identified more than eight common allergens (P10, Restaurant Manager, AW) and acknowledged that food allergies can extend to various foods beyond the typical allergens (P09, Restaurant Manager, AM). This broad understanding highlights their awareness of the diverse nature of food allergies, which is crucial for accommodating allergic customers effectively.

Key informants emphasized the best way to 'prevent allergic reactions in customers' and noted that allergens cannot be neutralized by cooking at high temperatures (P06, Head Chef, TT), (P07, Head Chef, ST). They strongly emphasized preventing cross-contamination, with one key informant underscoring the necessity of rigorous control: "Equipment must not be shared under any circumstances" (P12, Restaurant Manager, AP). This demonstrates the key informants' awareness of critical food safety measures in managing food allergies effectively.

Some key informants exhibited misconceptions about 'assisting customers with food allergies', such as believing drinking water could dilute the allergen and reduce symptoms (P08, Restaurant Manager, BY). For non-severe reactions, one key informant suggested administering antihistamines (P02, Head Chef, PP), while another recommended immediate first aid with antihistamines followed by urgent hospitalization for severe reactions (P01, Head Chef, PM). These responses reflect varying levels of understanding about appropriate emergency responses to allergic reactions.

Key informants demonstrated a strong understanding of cross-contamination prevention when 'serving customers with allergies'. For example, one key informant explained: "We wash the pan and change the oil before frying food for allergic customers" (P07, Head Chef, ST). Regarding peanuts served with Pad Thai, all key informants agreed to prepare a new dish rather than remove the peanuts from the same plate (P03, Head Chef, TN). These practices include proper adherence to food safety protocols for managing food allergies.

All key informants had received prior training on safe food preparation and service. Additional questions were posed to gain deeper insights and explore their perspectives on training and developing specialized knowledge related to food allergies.

The follow-up question regarding prior training was:

"Do you think the previous training on food allergies provided sufficient knowledge for practical application? Please elaborate."

The follow-up question on further training and development was:

"Would you enroll in a training course on food allergies on your own, or do you believe you already have sufficient knowledge?"

The topic of training and development on food allergies was structured into 4 codes and categorized into 2 sub-themes based on the responses of key informants.

Sub-Theme 1: Food Allergy Training characteristics included foundational knowledge and in-depth gaps. Nine key informants felt the training provided essential basics, though allergies were only a secondary topic in general food safety courses. Three key informants found the training too basic. All sessions were formal and delivered by governmental or private organizations. Key informants also highlighted the value of practical knowledge gained through daily interactions with allergic customers, enhancing their formal training.

"The training is insufficient for practical application because it lacks depth in food allergies, which sometimes leads to confusion in handling real-life situations." (P02, Head Chef, PP).

"Yes, the knowledge on food allergies has been comprehensive enough for practical use, likely due to my participation in ongoing training sessions that provided extensive knowledge." (P12, Restaurant Manager, AP).

"While the foundational knowledge on food allergies is sufficient, the sensitive nature of allergies means that experience with allergic customers often enhances our understanding" (P09, Restaurant Manager, AM).

Sub-Theme 2: Willingness to Participate in Food Allergy Training. The levels of willingness that emerged are fully committed and partially committed. Eleven key informants expressed strong interest in further training, while one showed partial willingness, citing the need for more accessible options. Key informants shared the following comments:

"I am already interested in training on this topic because I see it as highly important for my profession." (P10, Restaurant Manager, AW)

"I am interested in updating my knowledge on new allergens and improving careful service. Moreover, I believe food allergy safety builds customer trust, encouraging repeat visits." (P11, Restaurant Manager, WN)

"I am personally interested in attending training to enhance my knowledge, but I would like the training to be more accessible and include assessments to evaluate the level of food allergy knowledge." (P07, Head Chef, ST)

Discussion

The findings highlight crucial knowledge for food handlers and pinpoint gaps in food allergy management. Continuous training is necessary to improve knowledge and address these gaps. Structured training programs are vital to enhancing food allergy safety. The essential food allergy knowledge framework was divided into five categories, with food service professionals, such as head chefs and restaurant managers, responding. Two key themes emerged from the data: (1) Comprehension and (2) Training and Development.

In the 'Comprehension' theme, most food service professionals exhibited strong knowledge of allergenic food types, prevention, and safe serving practices. However, some inconsistencies were found, such as the misconception that allergic reactions occur 24 hours after exposure, similar to findings in Western Romania (Jianu & Goleţ, 2019). Additionally, there was confusion regarding using cold water to alleviate reactions, reflecting gaps observed in a Turkish study (Tatli & Akoğlu, 2020).

Most key informants found their training practical but insufficiently detailed for ensuring safety, echoing findings from South Africa (Javangwe et al., 2024). Training was often limited to staff in full-service restaurants, with many relying on self-learning, which is inadequate for managing complex allergy cases.

The severity of food allergies demands prioritizing consumer health to avoid lawsuits and protect restaurant reputations (Food Safety Standard, 2021). This study highlights the need for accessible training to enhance food allergy knowledge across all establishments (Lee & Xu, 2015). Expanding education beyond full-service restaurants can build food handler confidence and strengthen trust with allergic customers.

Conclusion

This study indicates differing levels of food allergy knowledge among food service professionals in Bangkok's full-service restaurants, with strong knowledge in allergenic foods, prevention, and service but gaps in recognizing symptoms and assisting affected customers. Ongoing training, particularly in hotel-based establishments, was linked to better knowledge. Continuous education and government-supported training programs are essential to improve

food safety, inclusivity, and customer experiences, fostering a safer dining environment and supporting the growth of Thailand's restaurant industry.

Limitations and Future Research

This study, limited by key informants' schedules, focused only on food allergy knowledge, highlighting the need for further research into attitudes and practices to complete the KAP model. Expanding future research to include all KAP components would provide valuable insights for developing comprehensive training and improving food allergy management. Additionally, exploring other tourist destinations in Thailand could enhance awareness and support safer dining experiences, benefiting the restaurant industry and consumers with food allergies.

References

- Barnett, J., Begen, F. M., Gowland, M. H., & Lucas, J. S. (2018). Comparing the eating out experiences of consumers seeking to avoid different food allergens. *BMC Public Health*, *18*(1), 1-12. <https://doi.org/10.1186/s12889-018-6117-y>
- BDMS, B. D. M. S. (2022). *Statistics confirm! "Children" suffer from food allergies 2 times more than "adults"*. Retrieved October 6 from <https://shorturl.asia/FVK3y>
- Bjelac, J., Abrams, E. M., & Iglesia, E. G. A. (2023). Food allergies on vacation-there and back again. *Food allergies on vacation-there and back again*, *130*(4). <https://doi.org/10.1016/j.anai.2023.01.008>
- Boddy, C. R. (2016). Sample size for qualitative research. *Qualitative Market Research: An International Journal*, *19*(4), 426-432. <https://doi.org/10.1108/qmr-06-2016-0053>
- Chandra, Y., & Shang, L. (2019). Inductive coding. *Qualitative Research Using R: A Systematic Approach*, 91-106. https://doi.org/10.1007/978-981-13-3170-1_8
- Chojnowska-Wójtowicz, M., Łyżwa, K., Zielińska, J., , & Zagórska, W., & Grzela, K. (2023). Prevalence of nut allergen sensitization among children in central Poland. *Advances in Dermatology and Allergology*, *40*(1), 40-46. <https://doi.org/10.5114/ada.2022.124730>
- DBD, D. o. B. D. (2023). *Overview of food service business types in restaurants*. Retrieved October 5 from <https://datawarehouse.dbd.go.th/business/56101?type=business>

- Elsahoryi, N. A., Alkurd, R., Ahmad, L., Olaimat, A. N., Hammad, F., & Holley, R. (2021). Food allergy knowledge, attitudes and practices (KAP) among restaurant's staff in Jordan: a cross-sectional study. *British Food Journal*, *123*(9), 3056-3069.
<https://doi.org/10.1108/bfj-06-2020-0522>
- Eren, R., Çetin, M., Eren, A., & Çetin, K. (2021). Food allergy knowledge, attitude, and practices of chefs in resort hotels in Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, *24*, 100345. <https://doi.org/10.1016/j.ijgfs.2021.100345>
- EREN, S. (2020). Food-related barriers to gastronomy and tourism: The role of food allergies and diet preferences. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, *9*(2), 117-1129.
<https://doi.org/10.33206/mjss.560570>
- Gupta, R. S., Warren, C. M., Smith, B. M., Jiang, J., Blumenstock, J. A., Davis, M. M., & Schleimer, R. P., & Nadeau, K. C. . (2019). Prevalence and severity of food allergies among us adults. *JAMA network open*, *2*(1). <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2018.5630>
- Intapuntee, T. (2024). *Food Allergy*. Retrieved May 18 from <https://shorturl.asia/8lbQl>
- Iweala, O. I., Choudhary, S. K., & Commins, S. P. (2018). Food allergy. *Current gastroenterology reports*, *20*, 1-6. <https://doi.org/10.1007/11894.1534-312x>
- Javangwe, J. , Herman Viljoen, A. , & & Kruger, M. (2024) . Food Service Professionals' competencies in managing food allergies and intolerances: A south african perspective. *Gastronomy and Tourism*, *8*(1). <https://doi.org/10.3727/216929722x16354101932410>
- Jeaheng, Y., & Han, H. (2020). Thai street food in the fast growing global food tourism industry: Preference and behaviors of food tourists *Journal of Hospitality and Tourism Management*, *45*, 641-655. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2020.11.001>
- Jianu, C., & Goleț, I. (2019). Food allergies: knowledge and practice among food service workers operating in western Romania. *Journal of food protection*, *82*(2), 207-216.
<https://doi.org/10.4315/0362-028x.jfp-18-170>
- Lapsombunying, P. (2021). Protection of Consumers Against Allergic Food. *Journal of the Association of Researchers*, *26* (3), 312-324.
- Lee, Y. M., & Xu, H. (2015). Food allergy knowledge, attitudes, and preparedness among restaurant managerial staff. *Journal of Foodservice Business Research*, *18*(5), 454-469.
<https://doi.org/10.1080/15378020.2015.1093452>

- Liao, Y., & Yang, J. (2023). Status of nutrition labeling knowledge, attitude, and practice (kap) of residents in the community and structural equation modeling analysis. *Frontiers in Nutrition, 10*. <https://doi.org/10.3389/fnut.2023.1097562>
- Loerbroks, A., Tolksdorf, S. J., Wagenmann, M., & Smith, H. (2019). Food allergy knowledge, attitudes and their determinants among restaurant staff: A cross-sectional study. *PLoS One, 14*(4), e0214625. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0214625>
- Lokman, U., & Akoğlu, A. (2022). Food allergy knowledge, attitudes, and practices of food handlers working in the five-star hotel kitchens in Turkey. *Food and Health, 8*(1), 23-34. <https://doi.org/10.3153/fh22003>
- McAdams, B., Deng, A., & MacLaurin, T. (2018). Food allergy knowledge, attitudes, and resources of restaurant employees. *British Food Journal, 120*(11), 2681-2694. <https://doi.org/10.1108/bfj-01-2018-0028>
- Nasseredine, S., El Harake, M. D., Kharroubi, S. A., & Toufeili, I. (2021). Food allergy knowledge, attitudes and practices of foodservice workers at restaurants in Lebanon: Findings from a national cross-sectional study. *Food Control, 130*, 108380. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2021.108380>
- Neubauer, B. E., Witkop, C. T., & Varpio, L. (2019). How phenomenology can help us learn from the experiences of others. *Perspectives on Medical Education, 8*(2), 90-97. <https://doi.org/10.1007/s40037-019-0509-2>
- Online, T. (2023). *Bangkok rises to number 1 in the world! Tourist cities visit over 20 million people in the first half of the year*. Retrieved September 7 from <https://www.tnonthailand.com/news/social/152534/>
- Patel, N., Adelman, D. C., Anagnostou, K., Baumert, J. L., Blom, W. M., Campbell, D. E., Chinthrajah, R. S., Mills, E. N. C., Javed, B., Purington, N., Remington, B. C., Sampson, H. A., Smith, A. D., Yarham, R. A. R., & Turner, P. J. (2021). Using data from food challenges to inform management of consumers with food allergy: A systematic review with individual participant data meta-analysis. *Journal of Allergy and Clinical Immunology, 147*(6). <https://doi.org/10.1016/j.jaci.2021.01.025>
- Peters, R. L., Krawiec, M., Koplin, J. J., & Santos, A. F. (2021). Update on food allergy. *Pediatric Allergy and Immunology, 32*(4). <https://doi.org/10.1111/pai.13443>
- Sangacharoenkit, P. (2023). *Understanding food allergy is crucial for your and your child's safety*. Retrieved May 18 from <https://shorturl.asia/rbhFX>

- Senavongse, A. (2023). *Five things to know about food allergies*. Retrieved May 18 from <https://shorturl.asia/QL9mp>
- Sripramong, C., Visitsunthorn, K., Srisuwatchari, W., Pacharn, P., Jirapongsananuruk, O., & Visitsunthorn, N. (2022). Food sensitization and food allergy in allergic Thai patients from a tertiary care center in Thailand. *Asian Pacific Journal of Allergy and Immunology*, 40(2), 148-155. <https://doi.org/10.12932/ap-210119-0475>
- Standard, F. S. (2021). *Why is Food Safety Necessary?* . Retrieved October 15 from <https://www.foodsafely.org/en/gida-guvenligi/neden-gida-guvenligi-gereklidir/>
- Surojanametakul, V., Srikulnath, S., Chamnansin, P., Shibata, H., & Shoji, M. (2021). Investigation of undeclared food allergens in commercial Thai food products update after enforcing food allergen labeling regulation. *Food Control*, 120, 107554. <https://doi.org/10.1016/j.foodcont.2020.107554>
- Tatli, M., & Akoğlu, A. (2020). Food allergy knowledge, attitude and practices of restaurant employees in İstanbul, Turkey. *Akademik Gıda*, 18(2), 125-134. <https://doi.org/10.24323/akademik-gida.758812>
- Vandamme, E. (2009). Concepts and challenges in the use of knowledge-attitude-practice surveys: Literature review. *Department of Animal Health. Institute of Tropical Medicine*, 1, 1-7.
- Warren, C. M., Chadha, A. S., Sicherer, S. H., Jiang, J., & Gupta, R. S. (2019). Prevalence and severity of sesame allergy in the United States. *JAMA network open*, 2(8), e199144-e199144. <https://doi.org/10.1001/jamanetworkopen.2019.9144>
- Wen, H., & Kwon, J. (2019). Food allergy information sharing and communication strategies in full-service restaurants in the US. *Journal of Foodservice Business Research*, 22(1), 50-65. <https://doi.org/10.1080/15378020.2018.1546074>
- Żadkowska, M., Dowgiatto, B., Gajewska, M., Herzberg-Kurasz, M., & Kostecka, M. (2022). The sociological confessional: A reflexive process in the transformation from face-to-face to online interview. *International Journal of Qualitative Methods*, 21. <https://doi.org/10.1177/16094069221084785>

ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว:

กรณีศึกษา การทำนาอินทรีย์

FACTORS CONTRIBUTING TO A THREEFOLD INCREASE IN AGRICULTURAL INCOME:

A CASE STUDY OF ORGANIC RICE FARMING

ชนิสรา โสกันต์¹ ดุสิต อธินววัฒน์² และ วิลาวรรณ เชื้อบุญ³

¹สาขาเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, effcs16@gmail.com

²สาขาเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, athinova6@hotmail.com

³สาขาเทคโนโลยีการเกษตร คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, cwilawam@tu.ac.th

บทคัดย่อ

ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษา การทำนาอินทรีย์ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพสังคมและเศรษฐกิจของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ ระดับความรู้ของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ ระดับความคิดเห็นด้านการตลาดของผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ ปัจจัยด้านทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการผลิตข้าวอินทรีย์ ความเห็นของเกษตรกรผู้ผลิตข้าวอินทรีย์ที่มีต่อนโยบายภาครัฐ ความคิดเห็นของเกษตรกรปัจจัยที่ส่งผลให้เกษตรกรผู้ทำนาอินทรีย์ มีรายได้เพิ่มขึ้น และปัจจัยที่ส่งผลให้เกษตรกรผู้ทำนาอินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้น ใช้กลุ่มตัวอย่าง 212 ราย สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าต่ำสุด ค่าสูงสุด ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การจัดอันดับ และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 51-60 ปี แต่งงานแล้ว มีระดับการศึกษา ประถมศึกษา มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์ในระดับมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 93.34 มีความคิดเห็นในเรื่องการตลาดในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย 3.46) มีความเห็นว่านโยบายภาครัฐให้การสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.24) มีความเห็นในต่อแนวทางการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) และปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ตามทัศนะของเกษตรกร ได้แก่ การศึกษา อายุ ภาระหนี้สิน จำนวนผลผลิตต่อไร่ ต้นทุนการผลิต ปัจจัยเรื่องความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์ ปัจจัยเรื่องความคิดเห็นด้านการตลาด และปัจจัยเรื่องนโยบายภาครัฐ

คำสำคัญ : การทำนาอินทรีย์, การเพิ่มรายได้, ปัจจัยความสำเร็จ

Abstract

Factors contributing to a threefold increase in agricultural income: A case study of organic rice farming is quantitative research. The objectives are to study the social and economic conditions of organic rice farmers, the knowledge level of organic rice farmers, the level of marketing opinions of organic rice farmers, the resource factors, the infrastructure necessary for organic rice production, the opinions of organic rice farmers on government policies, the opinions of farmers on factors that increase organic rice farmers' income, and the factors that increase organic rice farmers' income. 212 samples are used. The statistics used are frequency, percentage, minimum, maximum, mean, standard deviation, ranking, and multiple regression analysis.

The study finds that most farmers are female, aged 51-60 years, married, of primary education. They have the highest level of knowledge about organic rice production (93.34%), high opinions about marketing (average 3.46), have low opinions about government policies supporting organic farming (average 2.24), have the highest opinions about the ways to increase income for organic rice farming (average 4.30). Factors related to success in increasing income for organic rice farming according to farmers' perspectives are education, age, debt burden, yield per rai, production cost, knowledge about organic rice production, opinions about marketing, and government policies.

Keywords : Organic Rice Farming, Income Increase, Key Success Factors

บทนำ

เกษตรอินทรีย์เป็นระบบการเกษตรที่เติบโตเร็วมากที่สุดใน (Crowdera and Reganold, 2015) และเกษตรอินทรีย์ เป็นการเกษตรอีกรูปแบบหนึ่งที่มีความนิยมในประเทศไทย เนื่องจากกระแสการให้ความสำคัญกับสุขภาพและการเกษตรที่ปลอดภัยต่อสิ่งแวดล้อม โดยสหพันธ์เกษตรอินทรีย์นานาชาติ (International Federation of Organic Agriculture Movement : IFOM) ให้คำนิยามของเกษตรอินทรีย์ว่าเป็น “ระบบการเกษตรที่ผลิตอาหารและเส้นใยด้วยความยั่งยืนทางสิ่งแวดล้อม สังคม และเศรษฐกิจ เน้นหลักการปรับปรุงบำรุงดิน การเคารพต่อศักยภาพทางธรรมชาติของพืช สัตว์ และนิเวศการเกษตร เกษตรอินทรีย์จึงลดการใช้ปัจจัยการผลิตภายนอก และหลีกเลี่ยงการใช้สารเคมีสังเคราะห์ เช่น ปุ๋ย สารกำจัดศัตรูพืช และเวชภัณฑ์สำหรับสัตว์ และในขณะเดียวกันก็พยายามประยุกต์ใช้ธรรมชาติในการเพิ่มผลผลิตและพัฒนาความต้านทานโรคของพืชและสัตว์เลี้ยง” หลักการเกษตรอินทรีย์จึงเป็นหลักการสากลที่สอดคล้องกับเงื่อนไขทางเศรษฐกิจ สังคม ภูมิอากาศและวัฒนธรรมของท้องถิ่น เนื่องจากก่อให้เกิดผลผลิตที่ปลอดภัยจากสารพิษ

และช่วยฟื้นฟูความอุดมสมบูรณ์ของดิน มีหลักการของการอยู่ร่วมกันและพึ่งพิงธรรมชาติทั้งบนดินและใต้ดิน ใช้ปัจจัยการผลิตอย่างเห็นคุณค่า และมีการอนุรักษ์ให้อยู่อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาแบบเป็นองค์รวมและความสมดุลที่เกิดจากความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศทั้งระบบ (กรมวิชาการเกษตร, 2559) โดยรวมแล้วเกษตรอินทรีย์ จึงเป็นระบบการผลิตที่เน้นเรื่องภายในการจัดการระบบนิเวศเกษตรกรรมมากกว่าจะเน้นเรื่องปัจจัยภายนอก (Panneerselvam, Halberg, Vaarst, and Hermansen, 2012) โดยเป็นระบบการผลิตทางการเกษตรที่คำนึงถึงสภาพแวดล้อม รักษาสมดุลของธรรมชาติและ ความหลากหลายทางชีวภาพ มีวิธีการจัดการนิเวศวิทยาที่คล้ายคลึงกับสภาพธรรมชาติ และต้องหลีกเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ทุกชนิด ไม่ว่าจะเป็น ปุ๋ยเคมี สารเคมีกำจัดศัตรูพืช และฮอร์โมนต่าง ๆ รวมทั้งห้ามใช้พืชหรือสัตว์ที่มีการตัดต่อทางพันธุกรรม (genetic engineering) ที่อาจก่อให้เกิดมลพิษในสภาพแวดล้อม แต่เน้นการใช้วัสดุอินทรีย์ชนิดต่าง ๆ เช่น ปุ๋ยคอก ปุ๋ยหมัก ปุ๋ยพืชสด และปุ๋ยชีวภาพ ในการปรับปรุงคุณภาพดินให้มีความอุดมสมบูรณ์และให้ธาตุอาหารแก่พืช ทำให้พืชอินทรีย์ มีความแข็งแรง ต้านทานต่อโรคและแมลงได้ด้วยตนเอง มีการส่งเสริมให้นำเอาภูมิปัญญาพื้นบ้านมาใช้ให้เกิดประโยชน์เพื่อสร้างความยั่งยืนทางภูมิสังคม ผลผลิตที่ได้จึงมีความมั่นใจว่าจะมีความปลอดภัยจากสารพิษตกค้าง ปลอดภัยทั้งผู้ผลิตและผู้บริโภค อีกทั้งไม่ทำลายสภาพแวดล้อมให้เสื่อมโทรมลง ช่วยสร้างความหลากหลายทางชีวภาพ และนำไปสู่การสร้างระบบการผลิตที่ยั่งยืน (กรมวิชาการเกษตร, 2543) นอกจากนี้จะเห็นได้ชัดเจนว่า การนำแนวคิดความยั่งยืนมาใช้ในภาคการเกษตรผ่านการปฏิบัติทางการเกษตรอินทรีย์ถือเป็นแนวทางหนึ่งที่น่ามาประยุกต์ใช้ในปัจจุบัน

งานวิจัยเรื่องการวิจัยและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ (ภัสชญภณ และคณะ, 2558) ชี้ว่า ปัจจุบันมีประเทศผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์ประมาณ 141 ประเทศทั่วโลก คิดเป็นพื้นที่ประมาณ 201 ล้านไร่ ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในประเทศออสเตรเลีย สหภาพยุโรป และลาตินอเมริกา ได้มีการประมาณการมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์โดยศูนย์การค้าระหว่างประเทศ (International Trade Center : ITC/UNCTAD/WTO) ในปี พ.ศ. 2550 มูลค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์ในตลาดโลกมีประมาณ 46,000 ล้านดอลลาร์สหรัฐ มีการขยายตัวร้อยละ 10-20 ต่อปี โดยมีตลาดผู้บริโภคที่สำคัญ คือ สหภาพยุโรป สหรัฐอเมริกา และญี่ปุ่น ขณะที่ประเทศไทยมีพื้นที่ผลิตพืชอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองโดยกรมวิชาการเกษตร ประมาณ 58,000 ไร่ (ปี 2551) พืชที่ส่งออกได้ในปัจจุบัน ได้แก่ ข้าว ข้าวโพดฝักอ่อน ข้าวโพดหวาน หน่อไม้ฝรั่ง ชา ผลไม้และสมุนไพร ในปี 2546 กระทรวงพาณิชย์ ได้ประมาณมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยประมาณ 375 ล้านบาทและมีมูลค่าเพิ่มขึ้นเป็น 920 ล้านบาทในปี 2548 ซึ่งนับว่าน้อยเมื่อเปรียบเทียบกับมูลค่ารวมของตลาดโลก ขณะที่ในปีพ.ศ. 2566 ประเทศไทยมีพื้นที่เกษตรอินทรีย์ จำนวน 1,403,441 ไร่ เพิ่มขึ้นจากปีพ.ศ. 2565 ที่มีจำนวน 1,348,155 ไร่ (เพิ่มขึ้นร้อยละ 4) คิดเป็นมูลค่าสินค้าเกษตรอินทรีย์ 9,169.29 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปีที่ผ่านมาที่มีมูลค่า 7,127.63 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 27) ทั้งนี้ ประเทศไทย ได้กำหนดเป้าหมายเพิ่มพื้นที่เกษตรอินทรีย์เป็น 2.0 ล้านไร่ ในปี 2570 ภายใต้แผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566 – 2570 ส่วนสถานการณ์ส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทย ในปี 2565 มีปริมาณการส่งออก 35,888.70 ตัน เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ที่ส่งออก 30,007.90 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 19.60) คิดเป็นมูลค่าการส่งออก 2,248.72 ล้านบาท เพิ่มขึ้นจากปี 2564 ที่มีมูลค่า

1,345.57 ล้านบาท (เพิ่มขึ้นร้อยละ 67.12) โดยสินค้าเกษตรอินทรีย์ของไทยที่ส่งออกสำคัญ ได้แก่ ข้าว มะพร้าวอ่อน กะทิสำเร็จรูป ทุเรียน มังคุด มีตลาดส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่สำคัญ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา จีน อิตาลี และสวีเดนแลนด์ (กองนโยบายและแผนพัฒนาการเกษตร, 2566) ทั้งนี้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงที่จะเพิ่มมูลค่าการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น โดยการปรับเปลี่ยนการผลิตสินค้าเกษตรส่งออกทั่วไปเป็นเกษตรอินทรีย์ เนื่องจากมีความได้เปรียบในเรื่องของสภาพภูมิประเทศ และสภาพแวดล้อมที่มีความเหมาะสมในเรื่องของพื้นที่ทำการเกษตรประกอบกับมีพืชหลายชนิดเป็นที่ต้องการของตลาดอินทรีย์ในต่างประเทศเช่น ข้าว ธัญพืช พืชน้ำมัน พืชผัก ไม้ผล และสมุนไพร เป็นต้น

จากแนวโน้มการบริโภคของโลก และศักยภาพของการเกษตรของประเทศไทย จึงกล่าวได้ว่าเกษตรอินทรีย์ถือเป็นเกษตรทางเลือกที่น่าสนใจยิ่งสำหรับเกษตรกรไทย ทว่าในข้อเท็จจริงของระบบเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยที่ผ่านมา ความเข้าใจของบุคคลที่เกี่ยวข้องบางส่วน ทั้งฝ่ายนโยบาย ฝ่ายปฏิบัติการ รวมทั้งตัวเกษตรกรผู้ผลิตเอง ยังมีความเข้าใจที่ไม่ชัดเจน ในมาตรฐานการผลิตที่ถูกต้อง อีกทั้งในฐานะข้อมูลเกษตรอินทรีย์ของไทยยังขาดเทคโนโลยีและรูปแบบการผลิตที่เหมาะสมกับภูมิสังคมของประเทศไทยอีกมาก จึงทำให้การขยายตัวของระบบเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยมีการขยายตัวช้ามาก (ภัสชญภณ และคณะ, 2558) สอดคล้องกับงานที่ศึกษาในต่างประเทศพบว่า ในอเมริกา เมื่อพิจารณาในด้านเศรษฐกิจนั้น เกษตรกรมองว่ารายได้จากเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับต่ำกว่าการเกษตรแบบดั้งเดิม และการปรับจากการเกษตรแบบเดิมมาสู่เกษตรอินทรีย์มีข้อจำกัดทั้งเรื่องสภาพภูมิอากาศ การขาดแคลนวัสดุเหลือใช้ที่จะนำมาทำปุ๋ย รวมถึงเรื่องดินไร้คุณภาพเพราะฟอสฟอรัสและโพแทสเซียม (Carter, 1980) ขณะที่ในอินเดียพบว่า ปัญหาหลักสำคัญสำหรับการผลิตในระบบเกษตรอินทรีย์คือเรื่องการทำตลาด เพราะไม่เพียงแต่ต้องใช้ต้นทุนสูง แต่เกษตรกรรวมทั้งไปมักไม่มีทักษะในการพัฒนาด้านการตลาด ทั้งการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์ การค้า คุณภาพตามที่กำหนด การจัดการเรื่องราคา เป็นต้น (Das, 2007) นอกจากนี้ยังเป็นเรื่องเกษตรกรในเกษตรอินทรีย์ขาดการสนับสนุนจากทางภาครัฐ (Panneerselvam et al., 2012)

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มจึงเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะในกลุ่มเกษตรกรผู้ปลูกข้าว ซึ่งเป็นเกษตรกรกลุ่มหลักในการเกษตรอินทรีย์ถึงแม้ที่ผ่านมาจะมีงานศึกษาในแนวทางนี้ปรากฏอยู่ อาทิ งานศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรอินทรีย์ในชุมชนเกษตรกรรายย่อย จังหวัดนครสวรรค์ ของ สวรรค์ และดุสิต (2562) ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรอินทรีย์ของไทย: บทเรียนจากเกษตรกรรายย่อย โดย วริพัทธ์ (2560) การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรแบบยั่งยืน กรณีศึกษาโครงการเมืองเกษตรสีเขียวของกลุ่มเกษตรกร ตำบลบ้านสิงห์ จังหวัดราชบุรี โดย สุภาธินิ (2559) ชุดโครงการการวิจัยและพัฒนาเกษตรอินทรีย์ปี พ.ศ. 2554-2558 ประกอบด้วย 2 โครงการ ซึ่งเป็นโครงการที่เกี่ยวข้องกับการผลิตพืชในระบบเกษตรอินทรีย์ โดยมีผลงานวิจัยด้าน การศึกษา ระยะปรับเปลี่ยนเทคโนโลยีการจัดการศัตรูพืช และการจัดการดินปุ๋ย ซึ่งจัดทำโดยกรมวิชาการเกษตร (2558) แต่จะเห็นได้ชัดว่าการศึกษาเหล่านี้ ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการประเมินกลุ่มเกษตรกรรายย่อยในแง่ทัศนคติ ความสนใจต่อระบบเกษตรอินทรีย์ การตัดสินใจเข้าสู่ระบบการผลิตดังกล่าว แต่ยังคงขาดแคลนมิติการเชื่อมโยง

การเกษตรกรรมอินทรีย์กับปัจจัยแวดล้อมโดยรวม ทั้งระบบ อาทิ สภาพภูมิศาสตร์ สภาพภูมิอากาศของท้องถิ่น ปัจจัยด้านสังคมของเกษตรกรที่สัมพันธ์กับความรู้เกษตรอินทรีย์ การตลาด การสร้างเครือข่าย การขนส่ง และการจัดหาและบริหารจัดการทุน รวมไปถึงการรับความช่วยเหลือจากภาครัฐ ซึ่งล้วนส่งผลต่อรายได้ของเกษตรกร

การศึกษาปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษาการทำนาอินทรีย์ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาหาความเป็นไปได้หรือปัจจัยที่ส่งผลให้เกษตรกรผู้ทำนาอินทรีย์มีรายได้เพิ่มขึ้น ทั้งนี้ก็เพื่อเป็นการสนับสนุนระบบเกษตรอินทรีย์ของประเทศไทยให้มีความยั่งยืนต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

หลักการเกษตรอินทรีย์นั้น เซอร์ อัลเบิร์ต ฮาเวิร์ด (Sir Albert Howard) นักพฤกษศาสตร์ชาวอังกฤษ ได้กล่าวถึงจุดมุ่งหมายการทำเกษตรอินทรีย์ว่า การทำเกษตรอินทรีย์ ควรเน้นความอุดมสมบูรณ์ของดิน (soil fertility) พืช (crop) สัตว์ (animal) และมนุษย์ (human) การทำเกษตรอินทรีย์มีหลักการที่คล้ายกัน ดังนี้ สหภาพยุโรปเสนอหลักการเกษตรอินทรีย์ไว้ในมาตรฐานสหภาพยุโรปหลักการ ประกอบด้วย 1) การใช้ปัจจัยภายในที่ได้จากธรรมชาติเพื่อจัดการกระบวนการทางชีวภาพ 2) การกำจัดการใช้ปัจจัยภายนอก และ 3) การงดใช้สารเคมีสังเคราะห์ (วิฑูรย์ ปัญญากุล, 2559; คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2560)

ทั้งนี้ คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ (2560) ได้กล่าวถึงหลักการในการทำเกษตรอินทรีย์ ควบคุมตามที่สมาพันธ์ผู้ผลิตสินค้าเกษตรอินทรีย์นานาชาติ (IFOAM) กำหนดไว้ 4 ด้าน ดังนี้ 1) ด้านสุขภาพ (Health) เกษตรอินทรีย์ควรส่งเสริมและสร้างคามยั่งยืนให้กับสุขภาพอย่างเป็นองค์รวมไม่ว่าจะเป็นสุขภาพของดิน พืช สัตว์มนุษย์ และโลก สุขภาวะของสิ่งมีชีวิตแต่ละคนและของชุมชนเป็นหนึ่งเดียวกับสุขภาพของระบบนิเวศ 2) ด้านนิเวศวิทยา (Ecology) เกษตรอินทรีย์ควรตั้งอยู่บนรากฐานของระบบนิเวศวิทยา และวัฏจักรแห่งธรรมชาติ การผลิตการเกษตรจะต้องสอดคล้องกับวิถีแห่งธรรมชาติ 3) ด้านความเป็นธรรม (Fairness) เกษตรอินทรีย์ควรจะต้องอยู่บนความสัมพันธ์ที่มีความเป็นธรรม ระหว่างสิ่งแวดล้อมโดยรวมและสิ่งมีชีวิต ความเป็นธรรมนี้รวมถึงความเทียบเท่าการเคารพความยุติธรรม ทั้งในระหว่างมนุษย์ด้วยกันเองและระหว่างมนุษย์กับสิ่งมีชีวิตอื่นๆ รวมทั้งการปกป้องและพิทักษ์โลกที่เราอาศัยอยู่ และ 4) ด้านการดูแล (Care) การบริหารจัดการเกษตรอินทรีย์ ควรจะต้องดำเนินการอย่างระมัดระวังและรับผิดชอบ เพื่อปกป้องสุขภาพและความเป็นอยู่ของผู้คนทั้งในปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งพิทักษ์ป้องกันสภาพแวดล้อมโดยรวมด้วย

ดังนั้น การเกษตรอินทรีย์ จึงหมายถึงระบบการจัดการการผลิตด้านการเกษตรแบบองค์รวมที่เพื่อหนุนต่อระบบนิเวศและความหลากหลายทางชีวภาพ ผ่านการใช้ปัจจัยที่มาจากธรรมชาติ หรือเลี่ยงการใช้สารสังเคราะห์ หรือปัจจัยที่มาจากสารดัดแปรพันธุกรรม ทั้งยังเป็นการผสมผสานการเกษตรแบบดั้งเดิมกับเทคโนโลยีที่ทันสมัยของเกษตรกร โดยมุ่งเน้นการเกษตรแบบปลูกพืชหมุนเวียน การจัดการสารเคมี การปลูกพืชผล และการทำปุ๋ยสัตว์ที่มีความหลากหลาย รวมถึงการปรับปรุงดินซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการทำเกษตรอินทรีย์ นอกจากนี้การเกษตรอินทรีย์เป็นการเพาะปลูกอย่างยั่งยืนที่คำนึงถึงแนวคิดความยั่งยืนบนพื้นฐาน 3

ด้านคือ 1) ด้านสิ่งแวดล้อม 2) ด้านเศรษฐกิจ และ 3) ด้านสังคม โดยการปฏิบัติการทางการเกษตรยั่งยืนได้แบ่งองค์ประกอบที่สำคัญเป็น 4 องค์ประกอบคือ 1) การบริหารจัดการดิน 2) การหมุนเวียน 3) การอนุรักษ์ทรัพยากร และ 4) การปฏิบัติการทางสังคม ทั้งนี้การเกษตรอินทรีย์ยังมีจุดเด่นอีกประการคือ การเกษตรอินทรีย์เป็นวิธีการซึ่งไม่เพียงแต่จะเป็นการใช้ปัจจัยนำที่ทำมาจากธรรมชาติโดยปราศจากการทำลายสิ่งแวดล้อม แต่ยังเป็นวิธีการลดปัจจัยนำเข้าที่มาจากภายนอกให้ได้มากที่สุดอีกด้วย

สมศักดิ์ และคณะ (2565) ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตร ประกอบด้วย ปัจจัยด้านทัศนคติ ปัจจัยด้านการตลาด ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม และปัจจัยด้านการสนับสนุนจากสังคมขณะที่กรมวิชาการเกษตร (2567) เสนอว่าปัจจัยความสำเร็จพื้นฐานในการทำการเกษตรให้มีมูลค่าสูงต้องทำอย่างสม่ำเสมอและต่อเนื่องตลอดห่วงโซ่อุปทานทั้งเกษตรกรผู้ประกอบการผลิตสินค้าเกษตรและแปรรูป โดยปัจจัยพื้นฐานดังกล่าวประกอบด้วยแปดปัจจัย ดังนี้ การปรับเปลี่ยนสภาพการผลิตพร้อมกับการศึกษาวิจัยประสิทธิภาพของฟาร์มตนเองอยู่เสมอ การใช้ประโยชน์จากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์เทคโนโลยีเทคโนโลยีและนวัตกรรม การบริหารทางการเงินและบัญชีการลงทุนในตลาดทุน การบริหารจัดการห่วงโซ่อุปทาน การจัดการข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล การบริหารการประหยัดต่อขนาดและการบริหารความมั่นคงวัตถุดิบในห่วงโซ่อุปทาน การบริหารหน่วยผลิตให้บรรลุเป้าหมายการหมุนเวียนและยั่งยืนทั้งพลังงานน้ำของเสียก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ การบริหารจัดการองค์ความรู้การปรับตัวให้เหมาะสมกับปัจจุบันและอนาคต รวมทั้งสามารถพลิกฟื้นจากปัญหาได้เร็วและดีกว่าเดิม

นอกจากนี้ในภาพรวมของแผนปฏิบัติการด้านเกษตรอินทรีย์ พ.ศ. 2566-2570 เสนอตัวชี้วัดและค่าเป้าหมาย คือ อัตราการขยายตัวของมูลค่าของสินค้าเกษตรอินทรีย์ที่ได้รับการรับรองเฉลี่ยร้อยละ 5 ต่อปี โดยประเด็นการพัฒนา ดังนี้ (คณะกรรมการพัฒนาเกษตรอินทรีย์แห่งชาติ, 2565) 1) พัฒนาศักยภาพการผลิตและการบริหารจัดการตลอดห่วงโซ่อุปทานเกษตรอินทรีย์ 2) ยกกระดับมาตรฐานและระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์ 3) พัฒนาการตลาดและสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับเกษตรอินทรีย์ และ 4) ส่งเสริมการวิจัยพัฒนาเทคโนโลยี นวัตกรรม และฐานข้อมูลเกษตรอินทรีย์

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษาการทำนาอินทรีย์

1. กลุ่มตัวอย่าง

กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยเลือกจากเกษตรกรผู้ทำนาในระบบอินทรีย์ซึ่งอยู่ในทะเบียนรับรองข้าวอินทรีย์ ปีพ.ศ. 2562 (อินทรีย์เบื้องต้น) จำนวน 212 รายจากทั่วประเทศ

2. เกณฑ์การคัดเลือกตัวอย่าง

เกณฑ์ในการคัดเลือก (Inclusion Criteria) ได้แก่ เป็นเกษตรกรผู้ทำนาในระบบอินทรีย์ เป็นสมาชิกอยู่ในกลุ่มเกษตรกรที่อยู่ในทะเบียนรับรองข้าวอินทรีย์ ปี พ.ศ. 2562 (อินทรีย์เบื้องต้น) และมีเวลาในการตอบแบบสอบถาม อย่างไรก็ตาม ไม่มีเกณฑ์ในการคัดออก (Exclusion Criteria)

3. เครื่องมือในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎีวรรณกรรม และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 6 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์ ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการตลาด ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากรโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ ตอนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อยุทธศาสตร์ด้านเกษตรอินทรีย์ ตอนที่ 6 ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ และตอนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยที่สัมพันธ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์

ตรวจสอบความแม่นยำของแบบสอบถามโดยนำไปตรวจสอบความเที่ยงตรง และคำนวณหาความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีการของครอนบรัค (Cronbach's alpha method) โดยค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ 0.865

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยด้วยตนเอง โดยกำหนดแผนการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. กำหนดแผนงานการเก็บรวบรวมข้อมูล
2. จัดเตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้รูปแบบการตอบแบบสอบถามผ่านระบบออนไลน์ Google Form และการตอบแบบสอบถามกระดาษ

3. ประสานงานผ่านทางโทรศัพท์ไปยังกลุ่มตัวอย่างเพื่อแนะนำตัว แจ้งวัตถุประสงค์ของการศึกษา และวิธีการตอบแบบสอบถาม เพื่อขอความอนุเคราะห์กลุ่มเป้าหมายในการตอบแบบสอบถามล่วงหน้าก่อนนัดหมายส่งแบบสอบถาม หรือลิงค์แบบสอบถามในระบบออนไลน์ ตามความสะดวกของผู้ตอบแบบสอบถาม

โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ และสมการถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยความสำเร็จของการทำการเกษตรให้รายได้ภาคเกษตรเพิ่มเป็น 3 เท่าตัว: กรณีศึกษา การทำนาอินทรีย์ ผลการศึกษาแบ่งออกเป็น 6 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลสภาพสังคมและเศรษฐกิจของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเกษตรกรเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 78.3 ในช่วงอายุ 51-60 ปี คิดเป็นร้อยละ 36.79 มีสถานภาพสมรส

คิดเป็นร้อยละ 64.15 มีระดับการศึกษาประถมศึกษา คิดเป็นร้อยละ 57.08 มีรายได้เฉลี่ยอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 55.66 มีภาระหนี้สิน คิดเป็นร้อยละ 77.83 ในจำนวนผู้มีภาระหนี้สิน 165 ราย เป็นหนี้ในระบบ 143 ราย คิดเป็นร้อยละ 86.67 เป็นหนี้ช่วงระหว่าง 20,000-30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 50.29 โดยมีหนี้ต่ำสุดที่ 8,000 บาท สูงสุด 350,000 บาท หนี้เฉลี่ย 28,984 บาท ประกอบอาชีพเกษตรกร โดยไม่มีอาชีพอื่นเสริม คิดเป็นร้อยละ 90.57 เป็นเจ้าของกรรมสิทธิ์เอง คิดเป็นร้อยละ 91.04 เป็นสมาชิกจำนวน 206 ราย คิดเป็นร้อยละ 97.17 มีพื้นที่ระหว่าง 6-10 ไร่ คิดเป็นร้อยละ 38.20 มีประสบการณ์ในช่วง 6-10 ปี คิดเป็นร้อยละ 84.43 ทำนาปีละ 1 ครั้ง คิดเป็นร้อยละ 100.00 ผลิตข้าวเปลือกได้ต่ำกว่าหรือเท่ากับ 400 กิโลกรัมต่อไร่ คิดเป็นร้อยละ 77.83 ใช้แรงงานในครัวเรือน คิดเป็นร้อยละ 84.90 มีต้นทุนการผลิตระหว่าง 1,001-2,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 79.72 ส่วนใหญ่ ใช้โรงสีของชุมชน คิดเป็นร้อยละ 41.98 มีที่ตากข้าวเปลือกเพียงพอ คิดเป็นร้อยละ 83.96 มีที่ตากข้าวเปลือกเพียงพอ ไม่มีที่วัดความชื้นข้าว คิดเป็นร้อยละ 90.1 ไม่มีที่วัดความชื้นข้าว มีปัญหาเรื่องการขนส่งข้าว คิดเป็นร้อยละ 88.87 ไม่มีปัญหาในการเข้าถึงบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 93.87 ฟังพอใจผลตอบแทนทางการเงินที่ได้รับจากการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ คิดเป็นร้อยละ 69.34

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์ พบว่า ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์จากการสอบถามกลุ่มตัวอย่าง พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์ในระดับมากที่สุด จำนวน 200 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.34 รองลงมา มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์ในระดับมาก จำนวน 7 ราย คิดเป็นร้อยละ 3.30 และ มีความรู้เกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์ในระดับปานกลาง จำนวน 5 ราย คิดเป็นร้อยละ 2.36 โดยมีค่าคะแนนต่ำสุดที่ 12 ค่าคะแนนสูงสุดที่ 20 คะแนนเฉลี่ย 18.2 และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.41 (ตารางที่ 1)

ตารางที่ 1 แสดงระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์

ระดับความรู้ของเกษตรกรเกี่ยวกับการผลิตข้าวอินทรีย์	จำนวน	ร้อยละ
1 – 4 คะแนน (มีความรู้ในระดับน้อยที่สุด)	-	-
5 – 8 คะแนน (มีความรู้ในระดับน้อย)	-	-
9 – 12 คะแนน (มีความรู้ในระดับปานกลาง)	5	2.36
13 – 16 คะแนน (มีความรู้ในระดับมาก)	7	3.30
17 – 20 คะแนน (มีความรู้ในระดับมากที่สุด)	200	93.34
(Min. = 12, Max. = 20, \bar{x} = 18.2, S.D. = 1.41)	212	100.00

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการตลาด ข้อมูลเกี่ยวกับความคิดเห็นด้านการตลาด พบว่า ในภาพรวม เกษตรกรมีความคิดเห็นในเรื่องการตลาดในระดับมาก มีค่าเฉลี่ย 3.46 โดยในรายข้อ พบว่า เกษตรกรเห็นด้วยในระดับมากที่สุดว่าข้าวอินทรีย์เป็นสินค้าที่ตอบโจทย์การบริโภคของผู้รักสุขภาพ (ค่าเฉลี่ย 4.98) เกษตรกรให้ความสำคัญในระดับมากที่สุดต่อการออกแบบผลิตภัณฑ์และบรรจุภัณฑ์ (ค่าเฉลี่ย

3.70) เกษตรกรให้ความสำคัญต่อการระบุข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่เป็นประโยชน์ต่อผู้บริโภค บนฉลากสินค้า ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.97) เกษตรกรจัดทำรายการส่งเสริมการขายอยู่เสมอในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.35) เกษตรกรเห็นด้วยในระดับปานกลางว่าการส่งเสริมการขายช่วยให้มียอดขายเพิ่มขึ้นได้ (ค่าเฉลี่ย 3.17) เกษตรกรเห็นว่าราคาข้าวอินทรีย์ของตนมีความเหมาะสมต่อกำลังซื้อของผู้บริโภค ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.28) และ เกษตรกรเห็นด้วยในระดับมากกว่าการตั้งราคาข้าวอินทรีย์ควรพิจารณาจากปัจจัยต้นทุน ความต้องการของลูกค้า และราคาของคู่แข่งประกอบกัน (ค่าเฉลี่ย 3.46)

ตอนที่ 4 แบบสอบถามเกี่ยวกับทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่ ใช้โรงสีของชุมชน จำนวน 89 ราย คิดเป็นร้อยละ 41.98 รองลงมาได้แก่ โรงสีเอกชน ในชุมชน จำนวน 67 ราย คิดเป็นร้อยละ 31.60 และมีเครื่องสีข้าวเอง จำนวน 42 ราย คิดเป็นร้อยละ 19.82 เกษตรกร จำนวน 178 ราย คิดเป็นร้อยละ 83.96 มีที่ตากข้าวเปลือกเพียงพอ และจำนวน 34 ราย คิดเป็นร้อยละ 16.04 มีที่ตากข้าวเปลือกไม่เพียงพอ เกษตรกร จำนวน 191 ราย คิดเป็นร้อยละ 90.1 ไม่มีที่วัดความชื้น ข้าว และเกษตรกร จำนวน 21 ราย คิดเป็นร้อยละ 9.90 มีที่วัดความชื้นข้าว เกษตรกร จำนวน 141 ราย คิดเป็นร้อยละ 88.87 มีปัญหาเรื่องการขนส่งข้าว และเกษตรกร จำนวน 66 ราย คิดเป็นร้อยละ 11.13 ไม่มีปัญหาเรื่องการขนส่งข้าว เกษตรกร จำนวน 199 ราย คิดเป็นร้อยละ 93.87 ไม่มีปัญหาในการเข้าถึงบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์ และ เกษตรกร จำนวน 13 ราย คิดเป็นร้อยละ 6.13 มีปัญหาในการเข้าถึงบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญด้านเกษตรอินทรีย์ และเกษตรกร จำนวน 147 ราย คิดเป็นร้อยละ 69.34 พึ่งพอใจผลตอบแทนทางการเงินที่ได้รับจากการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์ และ เกษตรกร จำนวน 65 ราย คิดเป็นร้อยละ 30.66 ยังไม่พึงพอใจผลตอบแทนทางการเงินที่ได้รับจากการเพาะปลูกข้าวอินทรีย์

ตอนที่ 5 แบบสอบถามความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐด้านเกษตรอินทรีย์ พบว่า เกษตรกรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่านโยบายรัฐด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมมีความครอบคลุมน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.16) นโยบายรัฐด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมมีความชัดเจนในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.84) นโยบายรัฐด้านเกษตรอินทรีย์ในภาพรวมมีความต่อเนื่อง มีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.88) ภาครัฐประชาสัมพันธ์นโยบายส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ ทำให้เข้าถึงทรัพยากรภาครัฐได้อย่างสะดวกในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.98) หน่วยงานรัฐในระดับท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องกับการเกษตรให้การสนับสนุนการทำอินทรีย์ของท่านอย่างใกล้ชิด ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.99) ภาครัฐให้ความรู้และถ่ายทอดนวัตกรรมเกษตรอินทรีย์ อย่างสม่ำเสมอ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 3.03) หน่วยงานรัฐพัฒนาและรวบรวมข้อมูลความรู้เกษตรอินทรีย์ทั้งในและต่างประเทศไว้อย่างเป็นระบบ เข้าถึงได้ง่าย ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81) ภาครัฐพยายามสร้างสภาพแวดล้อมที่กระตุ้นการบริโภคข้าวอินทรีย์ให้มากขึ้น ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.25) ภาครัฐให้ความช่วยเหลือด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของท่าน ทั้งการผลิต การแปรรูป บรรจุหีบห่อ และระบบโลจิสติกเป็นอย่างดี ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.85) ภาครัฐส่งเสริมด้านการตลาด การประชาสัมพันธ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์สม่ำเสมอ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.78) ภาครัฐให้ความช่วยเหลือ ส่งเสริมการพัฒนาเครือข่ายเกษตรกรอินทรีย์เป็นอย่างดี ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.61) ระบบการตรวจสอบรับรองเกษตรอินทรีย์มีมาตรฐาน ชัดเจน และเข้าถึงได้ง่าย ไม่ยุ่งยาก ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.02) ภาครัฐสนับสนุนเกษตรอินทรีย์วิถีพื้นบ้านให้สามารถเข้าสู่ระบบ

มาตรฐานเกษตรอินทรีย์ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.72) การติดต่อขอความช่วยเหลือระหว่างท่านกับหน่วยงานภาครัฐในเรื่องการทำนาอินทรีย์มีความสะดวก ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.76) บุคลากรของภาครัฐด้านเกษตรอินทรีย์มีเพียงพอ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.03) ภาครัฐส่งเสริมเกษตรกรในการหาความรู้ผ่านกิจกรรมเสริมทักษะและการดูงานเป็นอย่างดี ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.30) ภาครัฐส่งเสริมให้มีปัจจัยการผลิตเกษตรอินทรีย์ อาทิ เมล็ดพันธุ์ ชีวภัณฑ์ ฯลฯ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.60) ภาครัฐมีนโยบายส่งเสริมด้านแหล่งทุน หรือการลดภาระต้นทุนการทำเกษตรอินทรีย์อย่างสม่ำเสมอ และเพื่อเป็นแหล่งเงินทุนหมุนเวียน เพื่อให้การสนับสนุนเกษตรกร องค์กรเกษตรกรที่ทำเกษตรอินทรีย์ รวมถึงผู้ประกอบการสินค้าอินทรีย์ในรูปแบบต่างๆ อย่างครบวงจร ในระดับน้อยมาก(ค่าเฉลี่ย 1.76) ภาครัฐมีนโยบายให้ความช่วยเหลือเกี่ยวกับหนี้สินที่เกิดจากการทำเกษตรอินทรีย์อย่างสม่ำเสมอ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.89) ภาครัฐมีนโยบายสร้างเกษตรกรรุ่นใหม่ให้เข้าสู่ระบบเกษตรอินทรีย์มากขึ้น ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.09) ภาครัฐให้ความช่วยเหลือเรื่องมาตรการด้านภาษีแก่เกษตรกร ในระบบเกษตรอินทรีย์และที่อยู่ในระยะปรับเปลี่ยนเพื่อสร้างแรงจูงใจ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.81) ภาครัฐกระตุ้นหรือรื้อฟื้นในการจัดทำเขตเกษตรอินทรีย์ (Organic Zoning) ให้มีการทำเกษตรอินทรีย์ที่สอดคล้องกับศักยภาพของพื้นที่ ในระดับน้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 1.62) ภาครัฐกระตุ้นหรือรื้อฟื้นส่งเสริมโครงสร้างพื้นฐาน อาทิ โรงสีเครื่องคัดบรรจุ ให้สามารถแปรรูปสินค้าเกษตรอินทรีย์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 1.83) ภาครัฐมีความเข้มงวดในการกำหนดมาตรการป้องกันการปนเปื้อนสารเคมีจากแปลงข้างเคียงที่ส่งผลกระทบต่อแปลงการผลิตเกษตรอินทรีย์ทั้งทางดิน ทางน้ำ และ ทางอากาศ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.91) ภาครัฐพยายามส่งเสริมตราสัญลักษณ์เกษตรอินทรีย์ของไทยให้เป็นที่รู้จักและยอมรับทั้งภายในและต่างประเทศ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.32) ภาครัฐกระตุ้นหรือรื้อฟื้นสร้างความเชื่อมั่นให้กับสินค้าเกษตรอินทรีย์ทุกระดับทั้งภายในและต่างประเทศ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.21) ภาครัฐกระตุ้นหรือรื้อฟื้นอำนวยความสะดวกในการส่งออกสินค้าเกษตรอินทรีย์ เพื่อเพิ่มศักยภาพการแข่งขันให้แก่ผู้ผลิตและผู้ประกอบการเกษตรอินทรีย์ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.19) ภาครัฐพยายามแสวงหาตลาดต่างประเทศเพื่อรองรับการผลิตสินค้าอินทรีย์ในประเทศ ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.34) ภาครัฐส่งเสริมให้ภาคเอกชนเข้ามา มีบทบาทช่วยเหลือเกษตรกรในระบบอินทรีย์อย่างเป็นธรรมชาติ ในระดับน้อยมาก (ค่าเฉลี่ย 1.67) ภาครัฐส่งเสริมการประชาสัมพันธ์แหล่งผลิตและจำหน่ายสินค้าเกษตรอินทรีย์สู่ผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอ ในระดับปานกลาง (ค่าเฉลี่ย 2.71) ภาครัฐประชาสัมพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงเกษตรโดยเชื่อมโยงการพัฒนาเกษตรอินทรีย์ซึ่งเป็นแนวทางที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม และสอดคล้องกับวัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.23) ภาครัฐให้ความสำคัญ ติดตาม ประเมินผลการสนับสนุนเกษตรกรอินทรีย์อย่างต่อเนื่อง ในระดับน้อย (ค่าเฉลี่ย 2.52)

ตอนที่ 6 **ความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์** แสดงความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ พบว่า ในภาพรวมเกษตรกรมีความเห็นในต่อแนวทางการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.30) ในรายด้านพบว่า เกษตรกรเห็นด้วยว่านโยบายภาครัฐในการส่งเสริมการทำนาอินทรีย์ มีผลต่อการเพิ่มรายได้ ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.88) รองลงมา ได้แก่ การใช้เทคโนโลยี ช่วยเพิ่มผลผลิตได้ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เห็นด้วย

ในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.47) การผลิตแบบอินทรีย์ ช่วยลดต้นทุนการผลิต ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เห็นด้วยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.38) การผลิตแบบอินทรีย์ ช่วยเพิ่มผลผลิตได้ ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เห็นด้วยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.31) การเข้าถึงแหล่งทุน ดอกเบี้ยต่ำ ลดภาระหนี้สินได้ เห็นด้วยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 4.05) และการเข้าถึง/มีความรู้ด้านตลาด ทำให้มีรายได้เพิ่มขึ้น เห็นด้วยในระดับมากที่สุด (ค่าเฉลี่ย 3.71)

ตอนที่ 7 ข้อมูลปัจจัยที่สัมพันธ์เกี่ยวกับความคิดเห็นของเกษตรกรต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ พบว่า จากการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณโดยนำตัวแปรอิสระทั้ง 19 ตัวแปร ใส่ในสมการแล้วคำนวณโดยวิธีปกติ (Enter Method) ผลปรากฏว่า ได้ค่า F เท่ากับ 2.208 Sig. of F เท่ากับ 0.001 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การตัดสินใจเชิงพหุ (multiple coefficient of determination, R²) ปรากฏว่า R² มีค่าเท่ากับ 0.298 หมายความว่า ตัวแปรอิสระทั้งหมดสามารถอธิบายการผันแปรของตัวแปรตาม ได้ร้อยละ 29.80 และมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานของการพยากรณ์ (SEE) เท่ากับ 1.366 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ พบว่าในค่าตัวแปรอิสระ 19 ตัวแปร มีตัวแปรอิสระ 1 ตัวแปร ที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01 ได้แก่ การศึกษา ซึ่งมีความสัมพันธ์เชิงบวก และมีตัวแปรอิสระ 7 ตัวแปร ที่มีผลต่อตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ อายุ ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ ภาระหนี้สิน ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบ และจำนวนผลผลิตต่อไร่ ต้นทุนการผลิต ปัจจัยเรื่องความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์ ปัจจัยเรื่องความคิดเห็นด้านการตลาด และปัจจัยเรื่องนโยบายภาครัฐ มีความสัมพันธ์เชิงบวก ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์ตามทัศนะของเกษตรกร ได้แก่ การศึกษา อายุ ภาระหนี้สิน จำนวนผลผลิตต่อไร่ ต้นทุนการผลิต ปัจจัยเรื่องความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์ ปัจจัยเรื่องความคิดเห็นด้านการตลาด และปัจจัยเรื่องนโยบายภาครัฐ (ตารางที่ 2)

ตาราง 2 แสดงการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณปัจจัยต่อความสำเร็จในการเพิ่มรายได้ในการทำนาอินทรีย์

ตัวแปร	ค่าสัมประสิทธิ์		
	ถดถอย (b)	t	Sig.
ค่าคงที่	16.087	9.823	0.000
1. ปัจจัยทางสังคมและเศรษฐกิจ			
เพศ	0.023	0.519	0.652
อายุ	-0.081	-3.121*	0.028
สถานภาพสมรส	0.046	1.953.	0.091
การศึกษา	-0.286	2.417**	0.005
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	2.870×10 ⁻⁶	0.383	0.917
ภาระหนี้สิน	-9.094×10 ⁻⁶	-2.430*	0.018
การประกอบอาชีพ	0.431	0.260	0.216
กรรมสิทธิ์ในที่ดิน	-0.859	-2.230	0.064

การเป็นสมาชิกองค์กร/กลุ่มเกษตรกร	0.614	1.071	0.507
ประสบการณ์ในการเพาะปลูก	0.114	0.145	0.189
ขนาดพื้นที่	0.283	1.098	0.522
จำนวนครั้งในการทำนา	0.727	0.024	0.603
จำนวนผลผลิตต่อไร่	0.266	1.148*	0.022
ประเภทแรงงาน	0.018	0.920	0.054
ต้นทุนการผลิต	0.021	1.420*	0.038
2. ปัจจัยเรื่องความรู้ในการผลิตข้าวอินทรีย์	0.036	1.519*	0.017
3. ปัจจัยเรื่องความคิดเห็นด้านการตลาด	1.022	2.301*	0.021
4. ปัจจัยทรัพยากร โครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นต่อการผลิตข้าวอินทรีย์	0.702	1.068	0.522
5. ปัจจัยเรื่องนโยบายภาครัฐ	0.032	0.591*	0.018
$R^2 = 0.298$ SEE = 1.366 F = 2.208 Sig. of F= 0.001			

* มีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05, ** มีระดับนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ระดับ 0.01

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการศึกษาแสดงให้เห็นว่าเกษตรกรส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่านโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการส่งเสริมเกษตรอินทรีย์ยังมีความครอบคลุม ความชัดเจน และความต่อเนื่องในระดับน้อย โดยเฉพาะในด้านการประชาสัมพันธ์ การสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการบริโภคข้าวอินทรีย์ การสนับสนุนปัจจัยการผลิต การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการอำนวยความสะดวกในการส่งออก ทั้งนี้ หน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นยังคงมีบทบาทในระดับปานกลางในบางด้าน เช่น การให้ความรู้ การสนับสนุนเครือข่ายเกษตรกร และการพัฒนาตราสัญลักษณ์สินค้าอินทรีย์ แต่ยังคงขาดความกระตือรือร้นในด้านการพัฒนาเขตเกษตรอินทรีย์ การลดภาระต้นทุน และการสร้างแรงจูงใจผ่านมาตรการต่าง ๆ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อการพัฒนาเกษตรอินทรีย์อย่างยั่งยืนในอนาคต

บรรณานุกรม

- กรมวิชาการเกษตร. 2543. มาตรฐานการผลิตพืชอินทรีย์แห่งประเทศไทย. กรมวิชาการเกษตร. กระทรวงเกษตรและสหกรณ์.
- กรมวิชาการเกษตร. 2559. ระบบมาตรฐานเกษตรอินทรีย์. กรุงเทพฯ: ชุมนุมสหกรณ์การเกษตรแห่งประเทศไทย จำกัด.
- ภัทษชญณ หมื่นแจ้ และคณะ. 2558. รายงานชุดโครงการวิจัย การวิจัยและพัฒนาเกษตรอินทรีย์. กรมวิชาการเกษตร.

- วรพัทธ์ เจียมปัญญาธิ. 2560. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความยั่งยืนของเกษตรกรอินทรีย์ของไทย: บทเรียนจากเกษตรกรรายย่อย. วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ. ปีที่20 ฉบับที่ 20 มกราคม-ธันวาคม.
- สุวรรณค์ มณีโชติ และดุสิต อธิวัฒน์. 2562. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของเกษตรกรอินทรีย์ในชุมชนเกษตรกรรายย่อย จังหวัดนครสวรรค์. Thai Journal of Science and Technology. 8(6): 596-608.
- สุภาธินี สุขเกษม. 2559. การศึกษาแนวทางการพัฒนาเกษตรแบบยั่งยืน กรณีศึกษาโครงการเมืองเกษตรสีเขียวของกลุ่มเกษตรกร ตำบลบ้านสิงห์ จังหวัดราชบุรี. วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ. คณะเศรษฐศาสตร์. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- Bacon, C. M., C. Getz, S. Kraus, M. Montenegro, and K. Holland. 2012. The social dimensions of sustainability and change in diversified farming systems. Ecology and Society 17(4): 41.
- Carter, Luther J.. Organic Farming Becomes "Legitimate". Science, Jul. 11, 1980, New Series, Vol. 209, No. 4453 (Jul. 11, 1980), pp. 254-256.
- Das, Kasturi. Towards a Smoother Transition to Organic Farming. Economic and Political Weekly, Jun. 16-22, 2007, Vol. 42, No. 24 (Jun. 16-22,2007), pp. 2243-2245.
- Diekmann, Florian. and Polacek, Kelly Myer. Organic Farming: A Research Guide. Reference & User Services Quarterly, Vol. 52, No. 3 (Spring 2013), pp. 197-204.
- Panneerselvam, P., Halberg, Niels., Vaarst, Mette. and Hermansen, John Erik. Indian farmers' experience with and perceptions of organic farming. Renewable Agriculture and Food Systems, Vol. 27, No. 2 (June 2012), pp. 157-169.

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

Guidelines for Developing Transformational Leadership of School Administrators Under
the Nakhon Nayok Primary Educational Service Area Office

อัครเดช เจษฎาสิริ¹ และ ชัยอนันต์ มั่นคง²

¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, akkharadat_j@mail.rmutt.ac.th

²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, chaianan@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก 2) ศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำนวน 287 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางสำรวจเครจซี่และมอร์แกน ใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ และผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 6 คน เครื่องมือที่ใช้ คือ แบบสอบถามชนิดแบบตอบสนองคู่ แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น และการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง สภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการกระตุ้นทางปัญญา ต่ำที่สุด ผลการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก พบว่า ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมีความต้องการจำเป็นมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ตามลำดับ 2) แนวทางในการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีอธยาศัยดีเข้ากับบุคลากรในสถานศึกษาได้ทุกคน

คำสำคัญ : แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง การบริหารสถานศึกษา

Abstract

This research aimed to 1) investigate existing conditions and desirable conditions of transformational leadership of school administrators under the Nakhon Nayok Primary Educational Service Area Office, and 2) explore guidelines for developing transformational leadership of school administrators under the Nakhon Nayok Primary Educational Service Area Office.

The research sample consisted of 287 teachers in the Nakhon Nayok Primary Educational Service Area Office. The sample size using stratified random sampling was determined based on the Krejci and Morgan tables. The key informants included six people. The instruments were a dual-response format of 5-point rating scale questionnaires and structured interview forms. To analyze the data, the researcher conducted statistics consisting of frequency, mean, standard deviation, Priority Needs Index (PNI), and content analysis for the qualitative study.

The findings revealed that 1) School administrators' transformational leadership currently operated at a generally moderate level. Also, school administrators were exhibiting the best possible overall acceptable conditions for transformative leadership. Considering particular area, "inspiration" had the highest average value. "Consideration of individuality" was the second-highest level. The lowest was "intellectual stimulation." "Consideration of individuality" earned the highest Priority Needs Index (PNI) of all the categories under school administrators' transformative leadership. "Ideological influence," "intellectual stimulation," and "inspiration" had the next highest PNI values, respectively. 2) School administrators could cultivate transformational leadership in four dimensions by following these guidelines: (1) "Consideration of individuality": School administrators must be cordial and get along with all workers in the educational institution.

Keywords : Guidelines for Developing Transformational Leadership, Transformational Leadership, School Administration

บทนำ

ปัจจุบันโลกมีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลาที่มีหลายปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงเกินกว่าที่จะคาดเดาทั้งภาคเศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง สังคม และการพัฒนาการศึกษาไทย รวมทั้งในยุคปัจจุบันได้มีการพัฒนาด้านเทคโนโลยีสารสนเทศอย่างต่อเนื่องเพื่อปรับตัวเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรต่าง ๆ ซึ่งได้สอดคล้องกับสถานการณ์บ้านเมืองปัจจุบันเป็นอย่างมากนับตั้งแต่ปี พ.ศ. 2562 ประเทศไทยและประเทศต่าง ๆ

ได้เผชิญกับไวรัสที่แพร่กระจายไปทั่วโลก คือโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (Coronavirus Disease 2019 : COVID-19) มีการระบาดในวงกว้าง โดยเมื่อวันที่ 30 มกราคม พ.ศ. 2563 องค์การอนามัยโลก ได้ประเมินสถานการณ์และประกาศให้โรค COVID-19 เป็นภาวะฉุกเฉินทางสาธารณสุขระหว่างประเทศ (Public Health Emergency of International Concern) โดยแนะนำให้ทุกประเทศเร่งรัดการเฝ้าระวังและป้องกันความเสี่ยงจากเชื้อ COVID-19 จนกระทั่งวันที่ 4 มกราคม 2565 นายแพทย์โอภาส การย์กวินพงศ์ อธิบดีกรมควบคุมโรค ได้แถลงแนวคิดปรับโรคระบาดเชื้อไวรัสโควิด-19 เป็นโรคประจำถิ่น (Moving to COVID-19 Endemic) (ชนาธิป ไชยเหล็ก, 2565) จากเหตุการณ์ดังกล่าวส่งผลกระทบต่อเศรษฐกิจ สังคม และการศึกษาไทยเป็นอย่างมาก ซึ่งเป็นปรากฏการณ์ที่จะนำไปสู่การปรับเปลี่ยนและแก้ไขตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้นอย่างเร่งด่วนเพราะในแต่ละองค์กร ภาครัฐ เอกชน ได้รับผลกระทบเป็นอย่างมากต้องอาศัยการบริหารงานอย่างมีคุณภาพ ทักษะผู้บริหารต้องมีภาวะผู้นำที่ดี มีความรู้ความสามารถ มีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงได้ตามเหตุการณ์ ช่วงเวลานี้เป็นการเปลี่ยนแปลงครั้งยิ่งใหญ่ของประเทศ เป็นยุคนิวนอร์มัล ที่ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ เข้ามาช่วยเป็นหลัก ทั้งนี้ผู้บริหารต้องมีสติ ปัญญา จิตใจ ร่างกายที่เข้มแข็ง พร้อมทั้งจะกล้าเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงในการบริหารจัดการที่เกิดขึ้นเพื่อประโยชน์ที่จะช่วยผลักดันให้เกิดการพัฒนาองค์กรและพร้อมที่จะพัฒนาผู้ตามไปพร้อม ๆ กัน (อัศวิน อินตา, 2564) จากความเปลี่ยนแปลงดังกล่าวและบทบาทอันสำคัญยิ่งของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารสถานศึกษาจึงต้องมีภาวะผู้นำและพร้อมที่จะรับมือกับการเปลี่ยนแปลง ที่เกิดขึ้นเพื่อช่วยให้องค์กรประสบความสำเร็จ ซึ่งจากการศึกษาภาวะผู้นำ พบว่า ผู้นำการเปลี่ยนแปลง จะต้องเป็นผู้เปลี่ยนแปลงการปฏิบัติงานของผู้ตามให้เกิดความพยายามที่จะปฏิบัติงานเกินเป้าหมายที่กำหนด ต้องเปลี่ยนทัศนคติ ความเชื่อ แรงจูงใจและความเชื่อมั่นของผู้ตาม ให้มีภาวะผู้นำในระดับสูง ซึ่งภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงหรือภาวะผู้นำแบบเปลี่ยนสภาพ (Transformational leadership) (Bass and Avolio, 1994 อ้างถึงใน จีรวัดภู บุญวัฒนา ภรณ์, 2556, น. 96-97)

ผู้นำมีความสำคัญและจำเป็นอย่างยิ่งในการบริหารงานขององค์กรโดยเฉพาะอย่างยิ่งสถานศึกษา ซึ่งเป็นองค์กรทางด้านการศึกษาที่มีเป้าหมายสำคัญสูงสุดในการจัดการศึกษาคือการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพ และได้มาตรฐานตามที่สถานศึกษา และหน่วยงานที่เกี่ยวข้องกำหนดไว้ รวมไปถึง ให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคมโดยอาศัยความรู้ความสามารถและทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษานั้นก็คือ ทักษะทางด้านภาวะผู้นำเพื่อนำพาสถานศึกษาให้บรรลุตามวัตถุประสงค์ หรือเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ร่วมกัน (พิมลพรรณ เพชรสมบัติ, 2555) ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นพฤติกรรมของผู้กระทำการเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ และองค์กร ผู้นำ การเปลี่ยนแปลงเป็นผู้ที่ผลักดันทิศทางการกลยุทธ์ใหม่และเปลี่ยนแปลงกระบวนการดำเนินงาน ซึ่งให้ความสำคัญต่อความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรผู้บริหารจะต้องมีวิสัยทัศน์ กว้างไกล มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีความกระตือรือร้นในการทำงาน มีทักษะในการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มีการใช้ภาวะผู้นำที่เหมาะสมสอดคล้องกับสถานการณ์ได้อย่างมีเหตุผล สามารถจูงใจให้บุคลากรเปลี่ยนแปลงเจตคติและพฤติกรรมของสมาชิกในองค์กรไปสู่ทิศทาง ที่พึงประสงค์ สามารถเพิ่มประสิทธิผลขององค์กรได้ (Hill and Mcshane, 2008) ความสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง หมายถึง ผู้นำมีความสำคัญในการเสริมสร้าง

พลังความร่วมมือร่วมใจสู่การเปลี่ยนแปลง ประสานให้เกิดความสะดวก การดูแล ให้ความสนับสนุน ช่วยเหลือ รับผิดชอบแทนหน่วยงานนั้น ๆ หรือเป็นตัวแทนติดต่อกับบุคคลภายนอก เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้ผู้นำเกิดบารมี ได้ ความเชื่อมั่น ความนับถือ สร้างขวัญและกำลังใจ ความอบอุ่น ในการร่วมทีมที่กลุ่มดำเนินกิจกรรมให้บรรลุ เป้าหมายและเป็นตัวอย่างในการปฏิบัติงาน (พิศมัย สุวรรณบุผา, 2564)

ในด้านการจัดการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภายใต้การกำกับดูแล ของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาในปัจจุบัน พบว่า ในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 ที่ผ่านมามีได้ส่งผลกระทบต่อการพัฒนาคุณภาพด้านการศึกษาที่เด่นชัดที่สุด คือ ด้านคุณภาพทางการศึกษา ซึ่งสามารถพิจารณาได้จาก ผลการประเมินความสามารถด้านการอ่าน (RT) ของนักเรียน ชั้นประถมศึกษาปีที่ 1 พบว่า ผลการประเมินความสามารถด้านการอ่าน (RT) ปีการศึกษา 2564 ความสามารถทั้ง 2 ด้าน มีคะแนนลดลง -6.67 โดยความสามารถด้านการอ่านออกเสียงลดลง -13.31 และความสามารถด้านการอ่านรู้เรื่องลดลง -0.10 ผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาติ (O-NET) ของนักเรียนชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 ปีการศึกษา 2564 โดยภาพรวมผลสัมฤทธิ์รวมทุกรายวิชามีคะแนนเฉลี่ยลดลง -1.52 โดยวิชาคณิตศาสตร์มีผลคะแนนเพิ่มขึ้น +4.63 ขณะที่ วิชาภาษาไทยคะแนนลดลง -6.37 วิชาภาษาอังกฤษ ผลคะแนนลดลง -2.45 และวิชาวิทยาศาสตร์ ผลคะแนนลดลง -1.90 ผลการทดสอบ ทางการศึกษาระดับชาติ (O-NET) ปีการศึกษา 2564 นักเรียนชั้นมัธยมศึกษาปีที่ 3 ปีการศึกษา 2564 โดยภาพรวมผลสัมฤทธิ์รวมทุกรายวิชา ลดลง -0.35 โดย วิชาคณิตศาสตร์มีผลคะแนนเพิ่มขึ้น +8.46 ขณะที่วิชาภาษาไทยคะแนนลดลง -1.14 วิชาภาษาอังกฤษ คะแนนลดลง -6.54 และวิชาวิทยาศาสตร์คะแนนลดลง -2.12 นอกจากนี้ยังมีปัญหาผู้เรียนขาดทักษะการอ่านออก เขียนได้ คิดวิเคราะห์ สรุปลงความ (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก, รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565, 2566)

จากเหตุผลดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครนายกว่ามีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับใดพร้อมทั้งศึกษาหาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกเพื่อใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้ตรงตามความต้องการจำเป็นของบุคลากรในสถานศึกษาได้มากยิ่งขึ้น

การทบทวนวรรณกรรม

ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง

Bass (1985) (อ้างถึงใน รัตติกรณ์ จงวิศาล, 2566, น. 249) เสนอทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน ค.ศ. 1985 ได้มีการพัฒนาทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นโมเดลภาวะผู้นำเต็มรูปแบบ (Model of the Full Range of Leadership) จะประกอบด้วย 4 องค์ประกอบพฤติกรรม (4 I's) ดังนี้

1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL) หมายถึง การที่ผู้นำประพฤติตัวเป็นแบบอย่างหรือเป็นโมเดลสำหรับผู้ตาม ผู้นำจะเป็นที่ยกย่อง เคารพ นับถือ ศรัทธา

ไว้วางใจและทำให้ผู้ตามเกิดความภาคภูมิใจเมื่อได้ร่วมงานกัน ผู้ตามจะพยายามประพฤติปฏิบัติเหมือน กับผู้นำ และต้องการเลียนแบบผู้นำของเขา สิ่งที่ผู้นำต้องปฏิบัติเพื่อบรรลุถึงคุณลักษณะนี้คือ ผู้นำจะต้องมีวิสัยทัศน์ และสามารถถ่ายทอดไปยังผู้ตาม

2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM) หมายถึง การที่ผู้นำจะประพฤติในทางที่ จูงใจให้เกิดแรงบันดาลใจกับผู้ตาม โดยการสร้างแรงจูงใจภายใน การให้ความหมายและท้าทายในเรื่องานของ ผู้ตาม ผู้นำจะกระตุ้นจิตวิญญาณของทีม (Team Spirit) ให้มีชีวิตชีวา มีการแสดงออกซึ่งความกระตือรือร้น โดยการสร้างเจตคติที่ดีและการคิดในแง่บวก ผู้นำจะทำให้ผู้ตามสัมผัสกับภาพที่งดงามของอนาคต

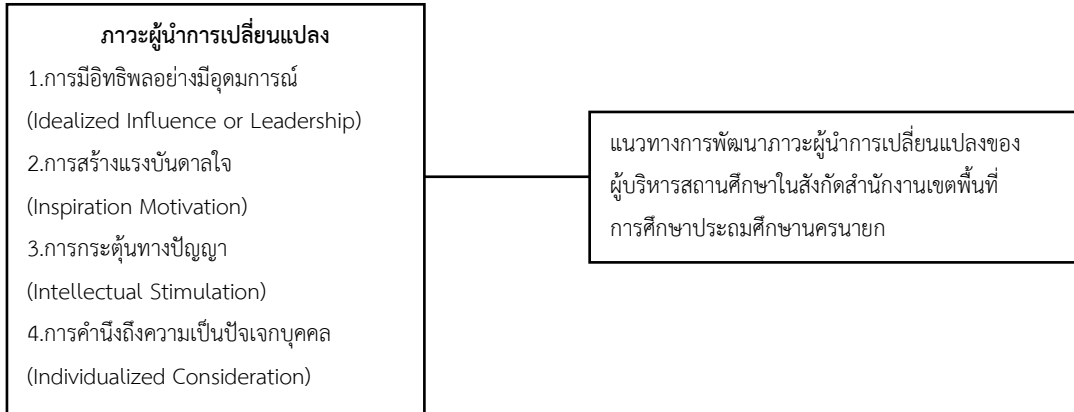
3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS) หมายถึง การที่ผู้นำมีการกระตุ้นผู้ตาม ให้ตระหนักถึงปัญหาต่างๆที่เกิดขึ้นในหน่วยงาน ทำให้ผู้ตามมีความต้องการหาแนวทางใหม่มาแก้ ปัญหาใน หน่วยงาน เพื่อหาข้อสรุปใหม่ที่ดีกว่าเดิม เพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่และสร้างสรรค์ โดยผู้นำมีการคิดและแก้ปัญหา อย่างเป็นระบบ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ มีการตั้งสมมติฐาน การมองปัญหาและการเผชิญกับสถานการณ์ เก่าๆ ด้วยวิถีทางแบบใหม่ๆ มีการจูงใจและสนับสนุนความคิดริเริ่มใหม่ๆในการพิจารณาปัญหาและการหา คำตอบของปัญหา

4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration:IC) ผู้นำจะมีความสัมพันธ์เกี่ยวข้องกับบุคคลในฐานะเป็นผู้นำในการดูแลเอาใจใส่ผู้ตามเป็นรายบุคคล และทำให้ผู้ตามรู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ผู้นำจะเป็นโค้ช (Coach) และเป็นที่ปรึกษา (Advisor) ของผู้ตามแต่ละคน เพื่อการพัฒนาผู้ตาม ผู้นำจะเอาใจใส่เป็นพิเศษในความต้องการของปัจเจกบุคคล เพื่อความสัมพันธ์และเติบโตของแต่ละคน ผู้นำจะพัฒนาศักยภาพของผู้ตามและเพื่อนร่วมงานให้สูงขึ้น

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา จาก เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับองค์ประกอบของภาวะผู้นำเปลี่ยนแปลงของ Bass and Avolio (1994 อ้างถึงในจิรวรรักษ์ บุญวัฒนาภรณ์, 2556, น. 96-97) และกำหนดเป็นตัวแปรที่ใช้ในการศึกษา เพื่อให้มีความ สอดคล้องกับการบริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 4 ด้าน ดังนี้

- 1) การมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ (Idealized Influence or Leadership : II or CL)
- 2) การสร้างแรงบันดาลใจ (Inspiration Motivation : IM)
- 3) การกระตุ้นทางปัญญา (Intellectual Stimulation : IS)
- 4) การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individualized Consideration:IC)



ระเบียบวิธีวิจัย

ขั้นตอนที่ 1 การศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก มีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ปีการศึกษา 2566 มีจำนวนครู 1,056 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก, รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ปีการศึกษา 2565 จำนวน 287 คน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำรวจเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970) โดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างกระจายไปตามขนาดของสถานศึกษา แล้วสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ให้ครบตามจำนวนใช้เทียบบัญญัติไตรยางศ์ให้ได้กลุ่มตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับ อายุ เพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงาน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า (Rating scale) 5 ระดับ

3. การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ

แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก

ผู้วิจัยดำเนินการสร้างและหาคุณภาพของแบบสอบถาม ดังนี้

1) ศึกษาค้นคว้าเอกสารแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา โดยใช้ทฤษฎีภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงตามแนวคิดของ Bass and Avolio (1994 อ้างถึงใน จีรวัดภู บุญวัฒนาภรณ์, 2556) เป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม

2) สร้างแบบสอบถามให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์ของการวิจัยและตัวแปรทุกตัวตามกรอบแนวคิดและขอบเขตของการวิจัย

3) เสนอแบบสอบถามฉบับร่างต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อตรวจสอบความถูกต้องและความครอบคลุมด้านเนื้อหาที่ต้องการวัด

4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถาม ตามคำแนะนำของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์แล้วจึงนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน ตรวจสอบพิจารณาความเหมาะสมในประเด็นของความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content validity) ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 5 ท่าน ได้ตรวจสอบคุณภาพในด้านความเที่ยงตรงของเนื้อหาด้วยวิธีการหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์

5) ปรับปรุงข้อคำถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ และคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้องตั้งแต่ 0.5-1.00 แล้วจึงนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try out) จำนวน 30 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องชัดเจน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย แล้วนำมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามโดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbark's Alpha Coefficient) สภาพปัจจุบัน เท่ากับ 0.99 และสภาพที่พึงประสงค์ เท่ากับ 0.99

6) นำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้วมาจัดทำเครื่องมือฉบับสมบูรณ์แล้วนำไปใช้ในการวิจัย เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบ google forms ในวันที่ 16 สิงหาคม 2567 ถึง 30 สิงหาคม 2567 ตามลำดับ ดังนี้

1) สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ผู้วิจัยนำแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก

2) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ที่ส่งกลับมาตรวจสอบความถูกต้องครบถ้วนและสมบูรณ์ หลังจากนั้นจึงนำไปวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลของแบบสอบถามเพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ดังนี้

1) วิเคราะห์ค่าความถี่ (Frequency) และค่าร้อยละ (Percentage) ของแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม

2) วิเคราะห์ค่าเฉลี่ย \bar{X} ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน S.D. ของแบบสอบถาม ตอนที่ 2 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ในการพัฒนา เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก

3) เรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น Priority Needs Index (PNI) : $PNI_{Modified}$ จากมากไปน้อยของการประเมินสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก

ขั้นตอนที่ 2 การศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก มีดังนี้

1. ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ผู้ให้ข้อมูลในการสัมภาษณ์ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก จำนวน 6 คน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure interview) เกี่ยวกับแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก โดยนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ในการหาความต้องการจำเป็น พัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก ในด้านที่มีความต้องการจำเป็น ในการพัฒนาในด้านที่มากที่สุดมาสร้างเป็นแบบสัมภาษณ์ เสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจแก้ไขเนื้อหาและข้อเสนอแนะและสำนวนภาษาที่ใช้ ตลอดจนความถูกต้องเหมาะสมตามจุดมุ่งหมายของการวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครนายก

1) ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกผู้ให้สัมภาษณ์แบบเจาะจง (Purposive sampling) คือ ผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำนวน 6 ท่าน ซึ่งได้มาจากการเลือกแบบเจาะจง (Purposive sampling)

2) ผู้วิจัยสัมภาษณ์โดยใช้แบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) ของแบบสัมภาษณ์เพื่อการวิจัย เรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก

ผลการวิจัย

แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 180 คน คิดเป็น ร้อยละ 62.72 อายุไม่เกิน 30 ปี จำนวน 154 คน คิดเป็นร้อยละ 53.66 ระดับการศึกษาปริญญาตรี 212 คน คิดเป็นร้อยละ 73.87 ประสบการณ์ในการทำงาน 148 คน คิดเป็นร้อยละ 52

2. ผลการศึกษาสภาพปัจจุบันและความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก พบว่า

สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล ตามลำดับ

สภาพที่พึงประสงค์ โดยรวมค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด รองลงมาคือด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ตามลำดับ

3. ผลการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็นของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก ภาพรวมรายด้านพบว่า ด้านที่มีความต้องการจำเป็น (Modified Priority Needs Index: PNI_{Modified}) โดยจัดลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลมากที่สุด รองลงมาคือด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา และด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ตามลำดับ

4. แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก จำแนกตามความต้องการจำเป็นสูงสุดแต่ละด้าน โดยผู้วิจัยใช้การ

วิเคราะห์เนื้อหาจากการสัมภาษณ์ ผลการวิจัยพบว่า ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล จากประเด็นแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษานครนายก มีดังนี้ 1) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีอัธยาศัยดีเข้ากับบุคลากรในสถานศึกษาได้ทุกคน 2) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องส่งเสริมให้บุคลากรในสถานศึกษารู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ 3) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องรับฟังและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในสถานศึกษา

1) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีอัธยาศัยดีเข้ากับบุคลากรในสถานศึกษาได้ทุกคน ได้แก่ (1) เข้าไปพูดคุยกับบุคลากรในสถานศึกษา (2) ผู้บริหารต้องรู้จักบทบาทหน้าที่ของตนเอง (3) ต้องรู้จักดึงศักยภาพของบุคลากรในสถานศึกษามาใช้

2) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องส่งเสริมให้บุคลากรในสถานศึกษารู้สึกมีคุณค่าและมีความสำคัญ ได้แก่ (1) มอบหมายงานให้ตรงตามความรู้ ความสามารถ (2) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องยกย่อง ชื่นชมด้วยความจริงใจ (3) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องให้การช่วยเหลือ เมื่องานที่มอบหมายเกิดปัญหา

3) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องรับฟังและให้คำปรึกษาแก่บุคลากรในสถานศึกษา ได้แก่ (1) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องรับฟังปัญหาและให้คำปรึกษา (2) หาทางออกในการแก้ไขปัญหาาร่วมกัน (3) ลงมือให้การช่วยเหลือ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1) สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยรวมด้านการสร้างแรงบันดาลใจ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรที่เน้นความคงที่อาจทำให้การเปลี่ยนแปลงเป็นเรื่องยาก ผู้บริหารสถานศึกษาอาจพบกับความต้านทานจากบุคลากรในสถานศึกษาในการนำเสนอแนวคิดใหม่ ๆ กระบวนการทำงาน ระบบการทำงานมีความซับซ้อนและใช้เวลานาน อาจทำให้การดำเนินการต่าง ๆ ล่าช้า การขาดงบประมาณที่เพียงพอ อาจจำกัดโอกาสในการพัฒนาบุคลากรในสถานศึกษาและจัดหาเครื่องมือที่จำเป็นสอดคล้องกับ ปริณดา วโรภาสรุ่งเรือง (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนราชการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนราชการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ รองลงมาคือด้านการกระตุ้นทางปัญญา ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล และด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ ตามลำดับ สอดคล้องกับ อาวีชนนท์ อิมเพ็ง (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหาร สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า เมื่อเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อย คือ การสร้างแรงบันดาลใจ การสร้างการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญในองค์กร การกระตุ้นการใช้ความรู้และปัญญา การพัฒนาโรงเรียนให้เป็นแหล่งเรียนรู้ และการคำนึงถึงปัจเจกบุคคลตามลำดับ

2) สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา ในสังกัดสำนักเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก โดยรวมด้านการสร้างแรงบันดาลใจมีค่าเฉลี่ยสูงสุด มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้บริหารสถานศึกษาส่วนใหญ่ตระหนักถึงความสำคัญของการสร้างแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรในสถานศึกษา เพื่อผลักดันให้เกิดการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการเติบโต โดยเน้นการสร้างแรงจูงใจและแรงบันดาลใจให้กับบุคลากรในสถานศึกษา สอดคล้องกับ ชญานิศ โฆษิตพิมานเวช และ นิยดา เปี่ยมพิชนะ (2564) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนเอกชนจังหวัดขอนแก่น การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบัน สภาพที่พึงประสงค์และความต้องการจำเป็นของการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนเอกชน และแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนเอกชน จังหวัดขอนแก่น ผลการวิจัยพบว่า สภาพที่พึงประสงค์ของการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนเอกชน จังหวัดขอนแก่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดเมื่อพิจารณาเป็นด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ สอดคล้องกับ ปริญญา วโรภาสรุ่งเรือง (2565) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนราชการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี ผลการวิจัยพบว่า บุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนราชการในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรีเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับ มากทั้ง 4 ด้าน โดยสามารถเรียงลำดับจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านการสร้างแรงบันดาลใจ ด้านการกระตุ้นทางปัญญา ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลและด้านการมีอิทธิพลอย่างมีอุดมการณ์ตามลำดับ

3) ความต้องการจำเป็นที่ต้องพัฒนาด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคลลำดับแรกคือ ผู้บริหารสถานศึกษามีอธยาศัยดีเข้ากับบุคลากรในสถานศึกษาได้ทุกคน ทั้งนี้อาจเกิดจากการที่ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นผู้นำสูงสุดในระดับสถานศึกษาการวางตัวให้เป็นที่น่าเคารพ ยกย่อง น่าเชื่อถือ ส่วนหนึ่งในค่านิยมของคนไทยคือการวางตัวให้หนึ่งสงบ เว้นระยะห่างหรือให้มีช่องว่างระหว่างผู้นำและผู้ตามที่ชัดเจน ในรูปแบบการทำงานของผู้บริหารต้องมองการทำงานโดยภาพรวม การมอบหมายงานที่รับผิดชอบต้องมอบหมายตามการบริหารงานทั้ง 4 ฝ่ายงาน เป็นผลให้ขาดปฏิสัมพันธ์กับบุคลากรในสถานศึกษา ขาดการพูดคุยแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน อีกทั้งบุคลากรในสถานศึกษามีความหลากหลายทั้งด้านความรู้ ความสามารถ ทำให้งานที่มอบหมายส่งไปถึงบุคลากรในสถานศึกษาที่รับผิดชอบไม่ตรงตามความรู้ ความสามารถของแต่ละบุคคล สอดคล้องกับ ญัฐกุล มากทรัพย์ (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อส่งเสริมความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่า การที่ผู้นำมีการดูแลเอาใจใส่และเห็นความสำคัญของผู้ตาม โดยมองผู้ตามเป็นทรัพยากรบุคคลมากกว่าผู้ใต้บังคับบัญชาผู้นำมีการให้ออกาสผู้ตามและส่งเสริมผู้ตามเข้าร่วมอบรมเพื่อเพิ่มพูนและพัฒนาความรู้และทักษะในการทำงานให้ผู้ตามอยู่เสมอ เพื่อผู้ตามได้มีโอกาสเติบโตในสายงานที่ทำ รวมถึงมีการเปิดโอกาสให้ผู้ตามได้แสดงความสามารถหรือความคิดเห็นในการทำงาน ผู้ตามจะเกิดความผูกพันต่อการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรสูงขึ้น สอดคล้อง

กับ ปุณฺณพรา ชาญญนวัฒนกุล (2565) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของ ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 3 ผลการวิจัยพบว่า แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานได้พัฒนา ตนเองตามศักยภาพ ผู้บริหารศึกษาความสามารถ ความถนัดของแต่ละบุคคลและพัฒนาความสามารถของ ผู้ร่วมงานโดยให้ความรู้และแนวคิดใหม่ ๆ สนับสนุนและส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานศึกษาต่อในระดับที่สูงขึ้นและเข้า อบรมสัมมนาตามความสนใจ เพื่อนำมาพัฒนาในหน้าที่งานของตนเองและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการ เปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อส่งเสริมให้ผู้ร่วมงานเกิดความมั่นใจในการปฏิบัติงานตามหน้าที่ของ ตน ผู้บริหารส่งเสริมการปฏิบัติงานภายในองค์กรในรูปแบบของการทำงานเป็นทีมโดยใช้กระบวนการ PLC (Professional Learning Community) มอบหมายงานอย่างชัดเจนและตรงกับความรู้อ ความสามารถของ ผู้ร่วมงาน สนับสนุนในด้านต่าง ๆ ตามความต้องการของผู้ร่วมงาน

บรรณานุกรม

- จิรวรรณ บัญญาพัฒนารณ. (2556). ผลสัมฤทธิ์การบริหารจัดการของกองบังคับการปราบปรามกองบัญชาการ ตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ชญานิศ โฆษิตพิมานเวช และ นียดา เปี่ยมพีชนะ. (2565). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงใน โรงเรียนเอกชนจังหวัดขอนแก่น. Journal of Buddhist Education and Research : JBE, 8 (1). 70-81
- ชนาธิป ไชยเหล็ก. (2565). โรคประจำถิ่นหมายความว่าอย่างไร และโควิดจะเป็นโรคประจำถิ่นหรือไม่. สืบค้น 16 ส.ค. 2566 จาก <https://thestandard.co/key-messages-endemic-disease/>
- ณัฐกุล มากทรัพย์. (2562). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเพื่อส่งเสริมความผูกพันต่อองค์การ ของพนักงานโรงแรมในจังหวัดภูเก็ต. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ. สถาบัน บัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- พิมลพรรณ เพชรสมบัติ. (2555). การพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำของผู้บริหารศูนย์การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย อำเภอสังักัดสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตาม อัธยาศัย. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยเซนต์จอห์น.
- พิศมัย สุวรรณบุผา. (2564). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการสอนของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทศึกษาศาสตร์). สกลนคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- รัตติกรณ์ จงวิศาล. (2566). การพัฒนาภาวะผู้นำเชิงจิตวิญญาณ สำหรับผู้นำในองค์กร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.
- ปริณดา วโรภาสรุ่งเรือง. (2565). การศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของหัวหน้าส่วนราชการ ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดชลบุรี. (วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต). ชลบุรี. มหาวิทยาลัยบูรพา.

- บุญญาพร ชาญธนวัฒน์กุล. (2565). แนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 3. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). นครราชสีมา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก. (2566). รายงานผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2565. สืบค้น 20 ส.ค. 2566 จาก https://drive.google.com/file/d/1sahLGto_0_VJEgRg2PTS1zPM2Ru6LKWS/view
- อัศวิน อินตา. (2564). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงกับการบริหารงานวิชาการ ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). ปทุมธานี. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- อวัญชนก อิมเพ็ง. (2566). ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงของผู้บริหารที่ส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครพนม เขต 2. (วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต). สกลนคร. มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- Hill, Charles W.L. and Mcshane, Steven Lattimore. (2008). Principles of Management. New York: McGraw
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample sizes for research activities. Educational and Psychological Measurement, 30. 607-610

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่

FACTORS INFLUENCING ONLINE PERFUME PURCHASING DECISIONS IN KRABI PROVINCE

อรัญญา เสนีสีทอง¹ และ ศรัญญา เนียมฉาย²¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100053@rumail.ru.ac.th²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Saranyaa.niemchai@gmail.com**บทคัดย่อ**

การศึกษานี้เพื่อศึกษาความไว้วางใจการใช้ออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์เพื่อศึกษาผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ และเพื่อทราบปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ในกลุ่มผู้หญิงและผู้ชายที่มีอายุ 18 ปีขึ้นไปเป็นกลุ่มที่ซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่าง แบบสอบถามโดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง เว็บไซต์ Google ในรูปแบบของ Google Form และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-Test) การทดสอบความแปรผัน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ 21-30 ปี สถานภาพส่วนใหญ่คือ โสด ระดับคุณวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 15,001-20,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ หรือพนักงานรัฐวิสาหกิจ หรือพนักงานของรัฐ และพฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำหอมคือกลิ่นของน้ำหอม โดยน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ คือ Facebook โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคซื้อน้ำหอมในราคาต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม 2-3 เดือนต่อครั้ง โดยเหตุผลที่ผู้ซื้อน้ำหอมตอบแบบสอบถามมานั้น คือ ซื้อเพื่ออุปโภคส่วนตัว และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภค คือ ตัวเองที่เป็นคนตัดสินใจซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ในเรื่องเพศ ในขณะที่ด้านอายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ในขณะที่ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

คำสำคัญ : การตัดสินใจซื้อน้ำหอม, ส่วนประสมทางการตลาด, แอปพลิเคชันออนไลน์

Abstract

This study examines the role of online trust in influencing purchasing decisions, the impact of social media influencers on consumer decisions, and the marketing mix factors affecting online purchasing decisions for perfumes in Krabi province. The sample group consisted of 400 consumers residing in Krabi province, both male and female, aged 18 and above, who purchase perfumes through online channels. The research instrument employed was a convenience sampling method. Data collection was conducted using an online questionnaire created via Google Forms. Data analysis involved frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and analysis of variance (ANOVA).

The findings revealed that the majority of respondents were female, aged 21–30 years, single, and held a bachelor's degree. Most respondents had a monthly income between 15,001 and 20,000 Baht and worked as government officials or public-sector employees. Regarding consumer behavior in purchasing perfumes online, the respondents prioritized the fragrance of the perfume. Facebook was identified as the most commonly used platform for online perfume purchases. Most consumers spent less than 1,000 Baht per purchase, with a purchasing frequency of every 2–3 months. The primary reason for purchasing perfumes was personal use, and the decision to purchase was primarily made by the consumers themselves.

Hypothesis testing indicated that demographic factors, such as gender, were not significantly associated with consumer behavior in purchasing perfumes online. However, factors such as age, marital status, educational level, occupation, and income were found to have a significant relationship. Additionally, marketing mix factors, including product significantly influenced purchasing decisions. In contrast, place, price, and promotion was not found to have a significant impact.

Keywords : Purchasing decisions, Marketing mix, Online applications

บทนำ

ปัจจุบันคนส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการแต่งกายให้เหมาะสมดูดีมีความที่น่าเชื่อถือ และมีการเสริมความงามให้กับร่างกายมากขึ้นซึ่งเป็นเรื่องที่ปฏิเสธไม่ได้ว่าความมั่นใจ และความน่าเชื่อถือเป็นใบเบิกทางสู่โอกาสในด้านต่างๆ การดูแลรักษาสุขภาพ และรวมไปถึงภาพลักษณ์ที่ดี กำลังมาแรง ค่านิยมในปัจจุบันทำให้คนคิดว่าการมีรูปร่างหน้าตานั้นเป็นการเสริมสร้างความมั่นใจในการใช้ชีวิตการถูกกระตุ้นด้วยความหอมของ

น้ำหอมนี้ทำให้อารมณ์ของคนเปลี่ยนแปลงได้ เนื่องจากความหอมของน้ำหอมสามารถกระตุ้นความทรงจำของคนได้ดังนั้นเมื่อเรานึกถึงความหอมของน้ำหอมเราจะรู้สึกสดชื่น มีความสุข อบอุ่นใจ และทำให้รู้สึกกระชุ่มกระชวยมากขึ้น ความหอมจากกลิ่นน้ำหอมนี้สามารถรับรู้กลิ่น ได้ตั้งแต่ครั้งแรกที่ได้สัมผัสกลิ่นน้ำหอมเป็นความชอบส่วนบุคคล และบ่งบอกถึงลักษณะเฉพาะตนเองเจ้าของกลิ่น น้ำหอมจึงกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ของผู้หญิง และผู้ชายที่ต่างหันมาสนใจดูแลตัวเองเพิ่มมากยิ่งขึ้น

จากการศึกษาของเว็บไซต์คลีเอทีพีมีความเห็นว่าในปัจจุบันบริษัทผู้ผลิตน้ำหอมต่างแข่งขันกันพัฒนาคิดค้นเทคนิคใหม่ๆในการสร้างน้ำหอมที่มีกลิ่นอันเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัวโดยบางกลิ่นเกิดจากการผสมผสานของสารสังเคราะห์ที่ได้จากห้องทดลองกระทั่งได้น้ำหอมที่มีกลิ่นอันซับซ้อน และไม่สามารถพบได้ตามธรรมชาติ รวมถึงการใส่ส่วนผสมของแอลกอฮอล์เพื่อรักษาระดับความเข้มข้น และยืดอายุการใช้งานเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคสนใจเลือกซื้อ และผู้บริโภคส่วนใหญ่จะคำนึงถึงความคุ้มค่ากับราคาที่ต้องจ่าย (Creativethailand.org, 2565)

ในขณะเดียวกันน้ำหอมเป็นธุรกิจที่เติบโตขึ้นอย่างต่อเนื่องถึงแม้ในสภาวะเศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงแต่คนในยุคใหม่นั้นหันมาให้ความสำคัญกับบุคลิกภาพ และความงามเป็นจำนวนมากทำให้รายได้ในตลาดน้ำหอมคาดว่าจะสูงถึง 24.38 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 รายได้คาดว่าจะแสดงอัตราการเติบโตต่อปี (CAGR 2024-2029) อยู่ที่ร้อยละ 11.91 ส่งผลให้ปริมาณตลาดที่คาดการณ์ไว้ที่ 42.79 ล้านเหรียญสหรัฐภายในปี 2572 ด้วยปริมาณตลาดที่คาดการณ์ไว้ที่ 3,362.00 ล้านเหรียญสหรัฐในปี 2567 รายได้ส่วนใหญ่ในตลาดน้ำหอม คาดว่าจำนวนผู้ใช้จะอยู่ที่ 5.3 ล้านคนภายในปี 2572 การเจาะผู้ใช้จะอยู่ที่ร้อยละ 7.0 ในปี 2567 และคาดว่าจะสูงถึงร้อยละ 8.6 ภายในปี 2572 รายได้เฉลี่ยต่อผู้ใช้ คาดว่าจะอยู่ที่ 6.17 ดอลลาร์สหรัฐฯ (Statista.com, 2024)

เมื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำหอมในจังหวัดกระบี่ที่ซื้อผ่านช่องทางออนไลน์จากข้อมูลการขายของร้านค้าในจังหวัดกระบี่ พบว่า มีพื้นที่จัดวางน้ำหอมโดยลงน้ำหอมแบรนด์ใหม่ๆหรือแบรนด์ที่ทางร้านไม่เคยลง ดังนั้นสิ่งสำคัญที่ผู้ประกอบการน้ำหอมไม่ควรมองข้าม คือการพัฒนาผลิตภัณฑ์ในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็น รูปของบรรจุภัณฑ์ กลิ่นน้ำหอม และการส่งเสริมการขายด้านต่างๆที่มาดึงดูดการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อธุรกิจของผู้ประกอบการ เนื่องจากจะทำให้ผู้บริโภคที่มีความจงรักภักดีต่อตัวสินค้า และก่อให้เกิดพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ขณะเดียวกันพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้การจัดจำหน่ายผ่านช่องทางออนไลน์มีการเติบโตมากขึ้น จะเห็นได้ว่าการทำตลาดออนไลน์เป็นช่องทางที่อำนวยความสะดวกให้แก่ผู้บริโภคสามารถทำการซื้อขายได้ทุกที่ และทุกเวลา

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นนั้นแสดงให้เห็นถึงพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคปัจจุบันมีแนวโน้มในการซื้อน้ำหอมตามร้านค้าออนไลน์ผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้นซึ่งมีผลในการตัดสินใจเลือกซื้อผ่านช่องทางออนไลน์ซึ่งมีวิธีการเลือกซื้อ หรือเหตุผลในการเลือกซื้อที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อที่แท้จริงของผู้บริโภคที่ซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมความต้องการ และความพึงพอใจของผู้บริโภคเพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา และขยายธุรกิจได้อย่างถูกต้อง เข้าถึงความต้องการของผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อเนื่องในการจ้างงาน และเชื่อมโยงกับธุรกิจที่หลากหลาย และเกิดประโยชน์สูงสุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความไว้วางใจการใช้ออนไลน์ต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์
2. เพื่อศึกษาผู้ทรงอิทธิพลบนสื่อสังคมออนไลน์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่

การทบทวนวรรณกรรม

1. ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับน้ำหอมและช่องทางการจัดจำหน่าย

น้ำหอมเป็นสารประกอบที่เกิดจากการสังเคราะห์สารเคมีแนวทางการสังเคราะห์คือการสร้างกลิ่นให้คล้ายกับกลิ่นธรรมชาติหรือกลิ่นที่ต้องการ เช่น กลิ่นหญ้าตัดใหม่ กลิ่นดอกไม้ และ กลิ่นไม้กฤษณา เป็นต้น ในทางธุรกิจสามารถใช้เพื่อนำเสนอสินค้าในคอนเซ็ปต์ใหม่ได้มากกว่าน้ำมันหอมระเหยด้วยบริการรับออกแบบกลิ่นน้ำหอมจากผู้เชี่ยวชาญเพราะมีเทคโนโลยีให้ปรุงแต่งได้อย่างหลากหลาย (นิชาร์ตม์ โรจน์จิระมณี, 2562) โครงสร้างน้ำหอมสังเคราะห์ แบ่งออกเป็น 5 กลุ่มดังนี้ 1) Esters โทนกลิ่น เช่น Geranyl Acetate ให้กลิ่นดอกกุหลาบ และ Pentyl pentanoate ให้กลิ่นแอปเปิ้ล 2) Linear terpenes เช่น Citronellal ให้กลิ่นตะไคร้บ้าน และ Linalool ให้กลิ่นที่เป็นสารหอมในดอกไม้หลายชนิด 3) Cyclic terpenes เช่น Menthol ให้กลิ่นใบเมนทอล และ Jasnone ให้กลิ่นที่เป็นองค์ประกอบหลักของดอกมะลิ 4) Aromatic เช่น Benzaldehyde ให้กลิ่นเมล็ดอัลมอลด์ และ Vanillin ให้กลิ่นฝัควานิลา 5) Amines เช่น Skatole ให้กลิ่นดอกส้ม และ Pyridine ให้กลิ่นพืช Belladonna

2. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) สุกานดา ถิ่นฐาน (2562) กล่าวว่า มีพัฒนาการและประวัติศาสตร์ที่สำคัญในหลายช่วงเวลาโดยในยุคเริ่มต้นช่วงปลายศตวรรษที่ 19 ถึงต้นศตวรรษที่ 20 การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเริ่มต้นจากแนวคิดด้านเศรษฐศาสตร์โดยเฉพาะแนวคิดของเศรษฐศาสตร์จุลภาคที่มุ่งเน้นการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค โดยใช้หลักการอรรถประโยชน์ (Utility) ซึ่งเชื่อว่าผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าที่จะทำให้เกิดความพึงพอใจสูงสุด ศิริลักษณ์ คำพั่ง (2562) ปัจจุบันการวิจัยและวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคมีความก้าวหน้าอย่างมากจากการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อวิเคราะห์รูปแบบ และพฤติกรรมผู้บริโภคของลูกค้านุ่มที่ละเอียดขึ้น เช่น การใช้การวิเคราะห์พฤติกรรมออนไลน์ ข้อมูลโซเชียลมีเดีย และข้อมูลการซื้อขายในระบบดิจิทัล โดยสรุป แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคได้พัฒนาไปตามยุคสมัย และเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงนักการตลาด และนักวิจัยยังคงพัฒนาและปรับปรุงการศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของผู้บริโภคเพื่อให้เข้าใจความต้องการของลูกค้าได้ดียิ่งขึ้น (กรรณิการ์ชัยอำนาจ และกฤษฎา มูฮัมหมัด, 2563)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

สาวิตรี รัฐนิยม (2562) ได้กล่าวถึงทฤษฎีประชากรศาสตร์ (Demographic Theory) ว่าเป็นแนวคิดที่ใช้ในการศึกษาและวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงทางประชากรในด้านต่าง ๆ เช่น การเกิด การตาย การย้ายถิ่นฐาน อายุ เพศ การกระจายตัวของประชากร รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ ฉันทพร กวีบริบูรณ์ (2562) ทฤษฎีประชากรศาสตร์มีพัฒนาการมายาวนาน และถูกนำมาใช้ในการวางแผนทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมืองในระดับต่าง ๆ โดยประวัติของทฤษฎีประชากรศาสตร์เริ่มต้นจากการสังเกตการเปลี่ยนแปลงของประชากรในช่วงเวลาที่ผ่านมา และการพยายามหาคำอธิบายเกี่ยวกับรูปแบบการเปลี่ยนแปลงเหล่านั้น

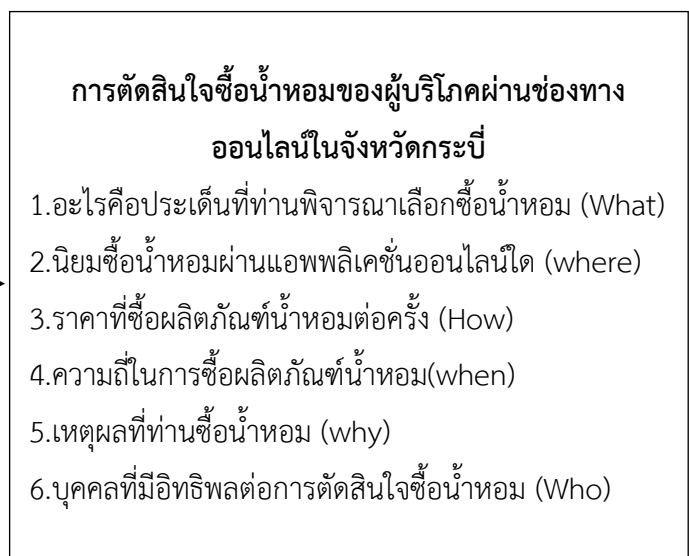
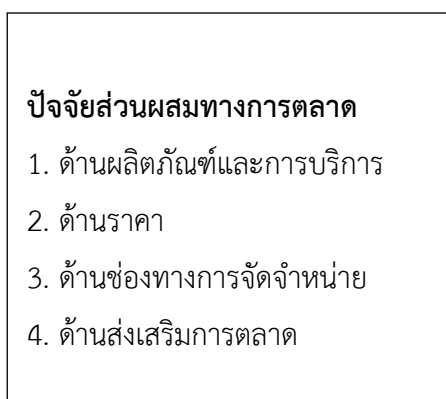
4. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ดลนภัส ภูเกิด (2563) ได้อธิบายว่าทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด หรือที่เรียกว่า Marketing Mix เป็นแนวคิดพื้นฐานทางการตลาดที่ใช้ในการพัฒนาและจัดการกลยุทธ์ทางการตลาดสำหรับสินค้า และบริการ แนวคิดนี้ได้รับการพัฒนาครั้งแรกโดย Neil Borden ในปี 1964 และต่อมาได้มีการจัดหมวดหมู่โดย Jerome McCarthy เป็น 4Ps ซึ่งเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ธุรกิจสามารถจัดการองค์ประกอบหลักที่เกี่ยวข้องกับการทำการตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ นพดล โภภิกคำลือ (2562) กล่าวว่า หลักการของทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (4Ps) แบ่งออกเป็น 4 ปัจจัยหลักที่เรียกว่า 4Ps ซึ่งประกอบด้วย 1. Product (ผลิตภัณฑ์) 2. Price (ราคา) 3. Place (สถานที่/ช่องทางจัดจำหน่าย) 4. Promotion (การส่งเสริมการตลาด)

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินงานวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลพฤติกรรม การตัดสินใจซื้อน้ำหอมผ่านทางออนไลน์ของผู้บริโภคผ่านการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคเป็นผู้ที่เคยซื้อน้ำหอมในกลุ่มผู้หญิง และผู้ชาย ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป และมีถิ่นที่อยู่อาศัยปัจจุบันอยู่ภายในพื้นที่จังหวัดกระบี่ เนื่องจากผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่มีจำนวนมาก และไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแคน W.G. Cochran (1953) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือไม่สมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง จังหวัดกระบี่มีจำนวนอำเภอทั้งหมด 8 อำเภอ ดังนั้นเราจึงจัดกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอให้มีจำนวนเท่ากัน โดยในแต่ละอำเภอจะมีตัวอย่าง 50 ราย รวมทั้งหมดเป็น 400 ตัวอย่างจาก 8 อำเภอ จากนั้นผู้วิจัยได้ทำการสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยไม่อาศัยความน่าจะเป็น (Non-Probability Sampling) ด้วยวิธีการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์ (Internet Sampling) โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง เว็บไซต์ Google ในรูปแบบของ Google Form

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

จริยา แก้งหนองสังข์ (2564) ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ให้ข้อมูล โดยมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวแบบปลายปิด (Close-ended Question) แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยมีลักษณะเป็นแบบให้เลือกตอบได้ตามรายการ (Check list) 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์ใน จังหวัดกระบี่ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด (Promotion) จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ ของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบสอบถามส่วนนี้เป็นคำถามปลายปิด 6 ข้อ ได้แก่ อะไรคือประเด็นที่ท่านพิจารณาเลือกซื้อน้ำหอม นิยมซื้อน้ำหอมผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์ใด ราคาที่ซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอมต่อครั้ง ความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม เหตุผลที่ท่านซื้อน้ำหอม และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอม

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่นๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3. การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเข้ากระบวนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ความเที่ยงตรง (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการ สร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาและประเด็นที่ศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมิน และนำไปหาค่าความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบ ความเหมาะสมของแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และได้ทำการปรับปรุง แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงเชิง เนื้อหา (Content Validity) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบ (Try-out) กับผู้บริโภคน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อ ความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือ (Alpha) ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงว่า ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลตัวอย่างจริงตามลำดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

แหล่งข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้ข้อมูลที่รวบรวม จากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นกลุ่มตัวอย่าง ที่ได้จากการสุ่มแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยจะส่งให้ประชากรที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ที่ใช้บริการชื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์ โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง เว็บไซต์ Google ในรูปแบบของ Google Form

แหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ศึกษา และรวบรวมเอกสาร บทความทางวิชาการ วาสาร ข้อมูลทางสถิติ ตำรา เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง และค้นคว้าข้อมูลผ่านระบบอินเทอร์เน็ต โดยเก็บรวบรวมข้อมูลต่างๆ เพื่อให้ทราบถึงแนวคิดทฤษฎีต่างๆ

ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลในรูปแบบออนไลน์ โดยใช้สื่อ Social Media ในการกระจายแบบสอบถาม เช่น Facebook Instagram Line เป็นต้น เพราะสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายสะดวกและรวดเร็วผู้ตอบแบบสอบถามสามารถตอบได้ทุกที่ทุกเวลาอีกด้วย

โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างผู้ตอบแบบสอบถามที่ 400 ชุด กำหนดระยะเวลาในการจัดเก็บข้อมูลในช่วงเดือน กันยายน พ.ศ.2567 ใช้เวลาในการจัดเก็บทั้งสิ้น 4 สัปดาห์ เมื่อทำการเก็บข้อมูลเรียบร้อยแล้วจะทำการ

ตรวจสอบข้อมูลว่ามีความถูกต้อง ครบถ้วนและมีคุณภาพ เพื่อนำไปทำการลงรหัสข้อมูล เพื่อทำการวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติต่อไป. การวิเคราะห์ข้อมูล

1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิ การศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน โดยการหาค่าร้อยละ

2 การวิเคราะห์ระดับความเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ใน จังหวัดกระบี่

3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัย (Hypothesis Testing) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงจำนวน 238 คน คิดเป็นร้อยละ (59.5%) ช่วงอายุ 21-30 ปี จำนวน 169 คน คิดเป็นร้อยละ (42.3%) สถานภาพโสดจำนวน 216 คน คิดเป็นร้อยละ (54.0%) ระดับคุณวุฒิการศึกษาปริญญาตรีจำนวน 198 คน คิดเป็นร้อยละ (49.5%) อาชีพข้าราชการหรือพนักงานรัฐวิสาหกิจหรือพนักงานของรัฐจำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ (23.5%) และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน 15,001-20,000 บาทจำนวน 144 คน คิดเป็นร้อยละ (36.0%)

2) พฤติกรรมในการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกซื้อน้ำหอมคือกลิ่นของน้ำหอม โดยน้ำหอมที่ผู้บริโภคนิยมซื้อผ่านแอปพลิเคชันออนไลน์คือ Facebook โดยส่วนใหญ่ผู้บริโภคนิยมซื้อน้ำหอมในราคาต่อครั้งต่ำกว่า 1,000 บาท มีความถี่ในการซื้อผลิตภัณฑ์น้ำหอม 2-3 เดือนต่อครั้ง โดยเหตุผลที่ผู้ซื้อน้ำหอมตอบแบบสอบถามมานั้นคือซื้อเพื่ออุปโภคส่วนตัว และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคคือตัวเองที่เป็นคนตัดสินใจซื้อน้ำหอมผ่านช่องทางออนไลน์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (n = 400)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.562	0.425	มากที่สุด
ด้านราคา	4.543	0.437	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.541	0.418	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.585	0.420	มากที่สุด
รวม	4.557	0.425	มากที่สุด

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ใน จังหวัดกระบี่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.557$, S.D. = 0.425) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.585$, S.D. = 0.420) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.562$, S.D. = 0.425) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา ($\bar{x} = 4.543$, S.D. = 0.437) อยู่ในระดับมากที่สุด และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.541$, S.D. = 0.418) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุคูณของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ของใน จังหวัดกระบี่ (n = 400)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	TOL.	VIF	t	P-Value
	Coefficients		Coefficients				
	B	S.E.	Beta				
ค่าคงที่	1.286	0.527				2.439	0.015
ด้านผลิตภัณฑ์	0.524	0.136	0.275	0.474	2.110	3.853	0.000**
ด้านราคา	0.190	0.134	0.102	0.463	2.158	1.418	0.157
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.137	0.128	0.071	0.550	1.818	1.071	0.285
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.239	0.129	0.124	0.543	1.842	1.861	0.063
R = 0.214, R Square = 0.046, Adjusted R Square = 0.036, SEE = 0.7953							
F = 4.753, Sig. of F = 0.001							

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 พบว่า ค่า TOL ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.463 – 0.550 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.818 – 2.158 ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันน้อย

ผลการศึกษากลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.275$) และตัวแปรอิสระ ทั้ง 1 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อการตัดสินใจซื้อ น้ำหอมของผู้บริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ใน จังหวัดกระบี่ ในภาพรวมได้ร้อยละ 3.60

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. ผู้ศึกษาควรให้ความสำคัญกับตัวแปรปัจจัยทางการตลาดน้ำหอมออนไลน์ในจังหวัดกระบี่ เนื่องจาก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค
2. ผู้ศึกษาควรมุ่งการทำการตลาดด้านผลิตภัณฑ์มากเป็นพิเศษ เนื่องจากเป็นด้านเดียวที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออย่างมีนัยสำคัญ

บรรณานุกรม

- กรรณิการ์ ชัยอำนาจ และกฤษฎา มุฮัมหมัด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน ทางแอปพลิเคชัน Shopee ของคนวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. การประชุมนำเสนอผลงาน วิชาการระดับบัณฑิตศึกษา ครั้งที่ 15. ปทุมธานี: มหาวิทยาลัยรังสิต.
- จรรยา แก้วทองสังข์. (2564). อิทธิพลของบุคคลผู้มีชื่อเสียง (Influence) ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำหอมของ ผู้บริโภควัยทำงาน (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- คิด Creative Thailand สร้างเศรษฐกิจไทยด้วยความคิดสร้างสรรค์. (26 เมษายน 2565). น้ำกับความหอม สุขอนามัย ความศักดิ์สิทธิ์ และเทรนด์ธุรกิจในปัจจุบัน. สืบค้นจาก https://www.creativethailand.org/article-read?article_id=33493
- ณิชารัศม์ โรจน์จิระมณี. (2562). พฤติกรรมการเลือกซื้อน้ำหอมเลียนแบบ Brand name ของคนวัยทำงานใน เขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ดลนภัส ภูเกิด. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชันช้อปปิ้งในกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยสยาม.
- ธัญพร กวีบริบูรณ์. (2562). ลักษณะทางประชากร แรงจูงใจของผู้บริโภคและพฤติกรรมการใช้บริการโคเวิร์คกิ้งสเปซ ในเขตกรุงเทพมหานคร. (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- นพดล โภภีคำลือ. (2562) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มี ผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้ใช้บริการสถานบริการ น้ำมัน Mr. ปีเตอร์เลียมนิเขตอำเภอหาด จังหวัดเชียงใหม่. กรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

บริษัททีเอ็นพี คอสเมซูติคอล. (25 มิถุนายน 2567). ศาสตร์แห่งกลิ่นหอม Fragrance 101. สืบค้นจาก

<https://www.tnpoem.com/blog/7991>

ศิริลักษณ์ คำพิง. (2562) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้อโยเกิร์ตแช่แข็งกรณีศึกษาเขต

กรุงเทพมหานคร.(การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลกรุงเทพ.

สุกานดา ถิ่นฐาน. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อสินค้างานหัตถกรรมของนักท่องเที่ยว

ในสถานที่ท่องเที่ยวกรณีศึกษา เมืองมัลลิกา ร.ศ.124 จังหวัดกาญจนบุรี (สารนิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.

สาวิตรี รัฐนิยม. (2563). การตัดสินใจซื้อสินค้าอุปโภคบริโภคผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพ

และปริมณฑล (วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Statista. (2024). Fragrances – Thailand. สืบค้นจาก <https://www.statista.com/outlook/emo/beauty-personal-care/fragrances/Thailand>

ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม
ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

The Marketing Mix (7Ps) Influencing Customer Loyalty towards Beauty Clinics
in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province

ชญานันท์ ประสมสุข¹ และ สมพล พุ่มหว่า²

¹นักศึกษาลัทธิบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,

e-mail 6624100033@ru.ac.th

²อาจารย์ผู้รับผิดชอบบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง,

e-mail sompon@ru.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 2) ศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 3) ศึกษาความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช 4) เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือ เก็บจากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยวิธี stepwise

ผลการวิจัยพบว่า ระดับความคิดเห็นผู้ใช้บริการของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคลมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ด้านการส่งเสริมการตลาดน้อยที่สุด ปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ตามลำดับ โดยสามารถอธิบายความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการได้ร้อยละ 37.70

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด, ความจงรักภักดี, คลินิกเสริมความงาม

Abstract

The objective of this research is to 1) study the behavior of cosmetic clinic customers in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province. 2) Examine the marketing mix (7Ps) consisting of product/service, price, place, promotion, people, process, and physical evidence in cosmetic clinics within the district. 3) Assess the loyalty of customers towards cosmetic clinics in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province and 4) Analyze the impact of the marketing mix (7Ps) on customer loyalty towards cosmetic clinics in Mueang District, Nakhon Si Thammarat Province.

A quantitative research approach was employed, utilizing a questionnaire to collect data from a sample size of 400 respondents. Data analysis involved the use of frequency, percentage, mean, standard deviation, and stepwise multiple regression analysis.

The findings revealed that customer perceptions of the overall marketing mix (7Ps) were generally high. Among the 7Ps, the "people" factor had the highest mean score, while "promotion" had the lowest.

Statistical analysis at the 0.05 significance level indicated that the following factors significantly influenced customer loyalty: promotion, process, physical evidence, and product/service, in descending order of impact. These factors collectively explained 37.70% of the variance in customer loyalty.

Keywords: The Marketing Mix (7Ps), Customer Loyalty, Beauty Clinics

บทนำ

ในยุคปัจจุบัน ธุรกิจคลินิกเสริมความงามได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในเขตเมืองใหญ่และพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ เช่น จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจที่สำคัญของภาคใต้ ธุรกิจนี้สะท้อนถึงความต้องการของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรูปลักษณ์และความงามที่เพิ่มมากขึ้น ทั้งนี้ปัจจัยที่สนับสนุนการเติบโตของธุรกิจคลินิกเสริมความงามประกอบด้วยค่านิยมทางสังคมที่เน้นความสวยงาม ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีด้านความงาม ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางค่านิยมของผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับการดูแลรูปลักษณ์และความงามที่เพิ่มมากขึ้น ไม่เพียงแต่เพื่อเสริมสร้างความมั่นใจในตัวเอง แต่ยังตอบสนองความต้องการทางด้านสังคมและการทำงานในยุคที่รูปลักษณ์มีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จส่วนบุคคล

ข้อมูลจาก Grand View Research (2566) คาดการณ์ว่าในปี พ.ศ. 2570 มูลค่าตลาดเสริมความงามทั่วโลกจะเติบโตถึง 2.16 แสนล้านเหรียญสหรัฐ หรือประมาณ 7.14 ล้านล้านบาท โดยมีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 13.9% ทั้งนี้ โดยมูลค่าตลาดเสริมความงามในกลุ่มที่ไม่ใช้การศัลยกรรม (Noninvasive Procedures) มีสัดส่วนมากกว่าการเสริมความงามโดยการศัลยกรรม (Invasive Procedures) ที่ระดับ 56% ของมูลค่าตลาดเสริมความงามทั่วโลก (สุจิตรา อันโน, 2566) ซึ่งสอดคล้องกับแนวโน้มในประเทศไทยที่ธุรกิจเวชศาสตร์ความงามเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยในช่วงปี พ.ศ. 2565-2573 มีอัตราการเติบโตเฉลี่ยปีละ 9.7% ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้คลินิกเสริมความงามในประเทศไทยได้รับความนิยมในกลุ่มผู้บริโภค Gen Y ผู้หญิง และกลุ่ม LGBTQIA+ ซึ่งให้ความสำคัญกับการดูแลความงาม และมีแนวโน้มการใช้จ่ายในบริการเหล่านี้เพิ่มขึ้น (ศูนย์วิจัยเศรษฐกิจและธุรกิจ ธนาकारไทยพาณิชย์, 2566) สาเหตุที่ทำให้กลุ่มเหล่านี้สนใจบริการเสริมความงาม ได้แก่ ความต้องการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในชีวิตประจำวันและการทำงาน รวมถึงผลกระทบจากสื่อสังคมออนไลน์ที่กระตุ้นการให้ความสำคัญกับรูปลักษณ์

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าธุรกิจคลินิกเสริมความงามในจังหวัดนครศรีธรรมราชจะมีโอกาสเติบโตสูง แต่ยังมีเผชิญกับความท้าทายหลายประการ เช่น การแข่งขันที่สูงระหว่างคลินิกในพื้นที่ การสร้างความจงรักภักดีในกลุ่มลูกค้า ต้นทุนการลงทุนในเทคโนโลยีที่สูง และการขาดแคลนบุคลากรที่มีความเชี่ยวชาญ ดังนั้น การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง โดยเฉพาะในบริบทของพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชที่ยังขาดการวิจัยในประเด็นดังกล่าว เพื่อให้การศึกษามีความครอบคลุม การวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นศึกษาส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์/บริการ (Product) ราคา (Price) การจัดจำหน่าย (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) บุคคล (People) กระบวนการ (Process) และสิ่งแวดลอมทางกายภาพ (Physical Evidence) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้า การศึกษาครั้งนี้จะช่วยให้คลินิกเสริมความงามในจังหวัดนครศรีธรรมราชสามารถปรับกลยุทธ์ทางการตลาดได้อย่างเหมาะสม เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน และสร้างความยั่งยืนให้กับธุรกิจในระยะยาว

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด Kotler (1997) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกัน เพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย แต่เดิมส่วนประสมการทางตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมามีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้น จึงรวมเรียก ได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7 Ps

แนวคิดความจงรักภักดีของลูกค้า Zeithaml, Bitner, และ Gremler (2018) ระบุปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจบริการ ระบุว่า คุณภาพการบริการ (Service Quality) คือ การให้บริการที่มีคุณภาพสูงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะประเมิน โดยประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น การตอบสนองที่รวดเร็ว ย่อมทำให้ลูกค้าคาดหวังการบริการที่ทันเวลาและสามารถแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน ได้แก่ ความเชี่ยวชาญ ความสุภาพ และทักษะของพนักงานในด้านต่าง ๆ และความสามารถในการให้บริการที่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า หากบริการที่มีคุณภาพสูงช่วยเพิ่มโอกาสให้ลูกค้ากลับมาใช้บริการซ้ำเนื่องจากเกิดความพึงพอใจและความมั่นใจในแบรนด์หรือองค์กร Oliver (1999) ให้คำนิยามของความจงรักภักดีว่าเป็น "ความผูกพันอย่างลึกซึ้งที่จะซื้อซ้ำหรือสนับสนุนสินค้าหรือบริการที่ชื่นชอบอย่างสม่ำเสมอในอนาคต ซึ่งส่งผลให้มีการซื้อตราสินค้าหรือกลุ่มตราสินค้าเดิมซ้ำ แม้ว่าจะมีอิทธิพลของสถานการณ์และความพยายามทางการตลาดที่มีศักยภาพในการก่อให้เกิดพฤติกรรมเปลี่ยนแปลง" การสร้างความจงรักภักดีต้องอาศัยทั้ง คุณภาพการบริการที่ดี และการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ กับลูกค้า เพื่อให้ลูกค้ายินดีสนับสนุนแบรนด์ในระยะยาว

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม สามารถพิจารณาได้จากหลายมิติที่เกี่ยวข้องกับความต้องการและความคาดหวังของลูกค้า เริ่มต้นจาก คุณภาพของบริการ ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญที่สุด ลูกค้าส่วนใหญ่มักพิจารณาความเชี่ยวชาญของแพทย์ ความปลอดภัยของเครื่องมือ และผลิตภัณฑ์ที่ใช้ รวมถึงผลลัพธ์ที่น่าเชื่อถือ (พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์, 2563) ในด้านชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือ ประสบการณ์ของผู้ใช้บริการรายอื่น และชื่อเสียงของคลินิกมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ (ณัฐชา ประมวลปัทมกุล, 2565) ราคาและโปรโมชั่นก็เป็นอีกปัจจัยหนึ่งที่มีผลอย่างมาก ลูกค้าต้องการบริการที่ราคาเหมาะสมและมีโปรโมชั่นหรือเงื่อนไขการชำระเงินที่เอื้ออำนวย การกำหนดราคาที่เหมาะสมและการจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจเป็นปัจจัยสำคัญในการดึงดูดลูกค้า (ศุภณีย์วิจักสิกรไทย, 2566) ทำเลที่ตั้งความสะดวกในการเดินทางและทำเลที่ตั้งของคลินิกมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ (วรารัณดา ผลประเสริฐ, 2564) และการสื่อสารการตลาด โดยการใช้สื่อสังคมออนไลน์และการสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านช่องทางต่างๆ มีความสำคัญในการสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าเช่นเดียวกัน (ณัฐชา ประมวลปัทมกุล, 2565)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

สุจิตร์ สาขะจร และยุทธชัย ฮารีปิน (2566) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการ กรณีศึกษา ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 1/11ภูเก็ต ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านองค์ประกอบทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 11/1 ภูเก็ต อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จรรยาพร บุบผัน (2565) ศึกษาเรื่อง ส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกระบวนการให้บริการ ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสถาบันเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร

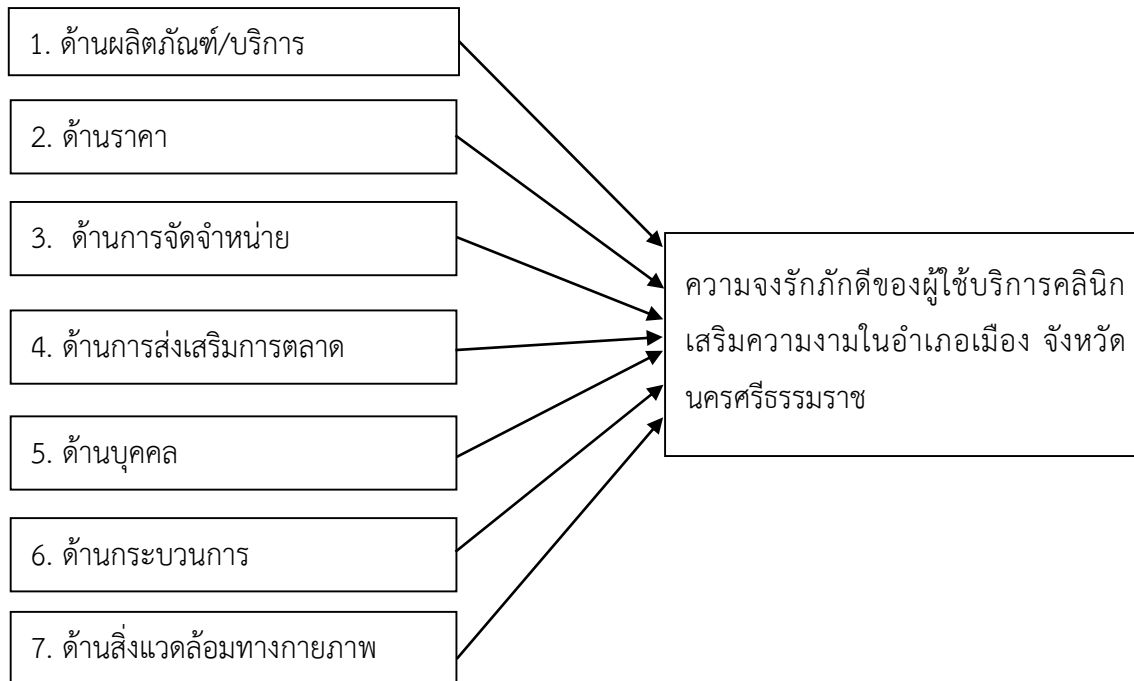
วรรณภา ศรีเชื้อ และ อุษา บุญลือ (2565) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนผสมการตลาด (7P's) ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิเคราะห์พบว่า มีปัจจัยส่วนผสมทางการตลาดทั้งหมด 6 ด้าน ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านบุคลากร ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพ เป็นปัจจัยที่สำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกความงามและปัจจัยด้านราคาร้านไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกความงาม

ศศิณา ลมลอย และคณะ (2562) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ ได้แก่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร และด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณของผู้บริโภค ในกรุงเทพมหานครที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 มีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 43.80

ลลิตา พุทธชาติ (2561) พบว่า ส่วนประสมทางการตลาดเป็นเครื่องมือทางการตลาดหรือปัจจัยที่สามารถควบคุมได้ใช้ในการดำเนินการวางแผนกลยุทธ์เพื่อทำให้สำเร็จตามเป้าหมายของธุรกิจ โดยกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ให้เป็นตัวกระตุ้นหรือเป็นสิ่งเร้าทางการตลาดที่มีผลกระทบต่อกระบวนการตัดสินใจมาใช้บริการ สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย กระตุ้นกลุ่มผู้บริโภคเป้าหมายให้เกิดความต้องการซื้อสินค้าและบริการ ส่วนผสมการตลาด ประกอบด้วยทุกสิ่งทุกอย่างที่กิจการใช้เพื่อให้มีอิทธิพลในมน้ำความต้องการมาใช้บริการของกิจการ

จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจึงเป็นที่มาของกรอบแนวคิด ดังนี้

กรอบแนวคิด



ที่มา: อ้างอิงจาก Kotler and Keller (2016)

สมมติฐานการวิจัย

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ด้านราคา ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
3. ด้านการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
5. ด้านบุคคล ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
6. ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรของการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้ที่เคยใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ขนาดของกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากขนาดของประชากรมีขนาดใหญ่ และไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้ สูตรของวิลเลียม เจมเมลล์ โคชราน สูตรในการคำนวณที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ

$$n = \left(\frac{z}{2e}\right)^2$$
$$n = \left(\frac{1.96}{2 \times 0.05}\right)^2$$
$$n = 384.16$$

จากการคำนวณดังกล่าว ผู้วิจัยจึงใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างประเภทใช้หลักความน่าจะเป็น (Probability Sampling) ด้วยวิธี การสุ่มอย่างมีระบบ (Systematic Random Sampling) โดยจัดระบบตามสถานที่ของคลินิกเสริมความงามและเวลาในการเข้าใช้บริการ เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผลการตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามในด้านความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา จากผู้เชี่ยวชาญทั้ง 3 ท่าน พบว่า ทุกข้อมีค่า IOC > 0.50 นั่นคือข้อ คำถามทุกข้อในแบบสอบถามมีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัยในครั้งนี้ และการตรวจสอบค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามจำนวน 30 ชุด ด้วยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาร์ค (Cronbach's Alpha Coefficient) ค่าที่ได้อยู่ในระดับมากกว่า 0.7 ดังนั้นด้านผลิตภัณฑ์ เท่ากับ 0.898 ด้านราคา เท่ากับ 0.931 ด้านการจัดจำหน่าย เท่ากับ 0.758 ด้านการส่งเสริมการตลาด เท่ากับ 0.809 ด้านบุคคล เท่ากับ 0.918 ด้านกระบวนการ เท่ากับ 0.929 และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ เท่ากับ 0.884 ความจงรักภักดี เท่ากับ 0.966 ซึ่งถือว่ามีแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น

การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการขอความร่วมมือให้กลุ่มตัวอย่างสแกน QR Code เพื่อตอบแบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Form โดยก่อนเริ่มทำแบบสอบถามจะมีคำชี้แจงเกี่ยวกับนโยบายในการเก็บความลับ และป้องกันความเสี่ยงของข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. ใ้ค่าร้อยละ (%) สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม และทำการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช
2. ใช้ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) สำหรับการวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ส่วนประสมทางการตลาด ซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริม

การตลาด ด้านบุคคล ด้านกระบวนการ และด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช และใช้วิเคราะห์ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัด นครศรีธรรมราช

3. ใช้ Multiple Regression วิธี stepwise สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดย การทดสอบสมมติฐาน 7 ข้อ

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 316 คน คิดเป็นร้อยละ 79.00 และเป็นเพศชายจำนวน 84 คน คิดเป็นร้อยละ 21.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 40 - 31 ปี คิดเป็นร้อยละ 41.00 รองลงมาคืออายุ 30 - 21 ปี คิดเป็นร้อยละ 37.30 ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพข้าราชการ/เจ้าหน้าที่ในหน่วยงานราชการหรือรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ พนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 31.00 ส่วนใหญ่มีรายได้ส่วนตัวเฉลี่ยต่อเดือน อยู่ที่จำนวน 10,001 - 30,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 47.80 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เข้าใช้บริการ The Klinique (เดอะ คลินิก สาขา นครศรีธรรมราช) มากที่สุด จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 24.30

ตารางที่ 2 ผลของค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ของภาพรวมแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

ภาพรวมแต่ละด้านของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	ระดับความคิดเห็น (N=400)			
	\bar{x}	SD	แปลผล	ลำดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ	4.52	.442	มากที่สุด	2
2. ด้านราคา	4.35	.531	มากที่สุด	5
3. ด้านการจัดจำหน่าย	4.27	.525	มากที่สุด	6
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.21	.561	มากที่สุด	7
5. ด้านบุคคล	4.54	.453	มากที่สุด	1
6. ด้านกระบวนการ	4.44	.502	มากที่สุด	3
7. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ	4.39	.498	มากที่สุด	4
รวม	4.48	.502	มากที่สุด	

จากตารางที่ 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นของส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด (\bar{x} = 4.48 , S.D. = . 502) โดยปัจจัยด้านที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือด้านบุคคล (\bar{x} = 4.54, S.D. = . 453) รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (\bar{x} = 4.52, S.D. = . 442) และน้อยที่สุดคือด้านการส่งเสริมการตลาด (\bar{x} = 4.21 , S.D. = .561)

ตารางที่ 3 ผลของค่าเฉลี่ย (\bar{x}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (SD) ความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช

ความจงรักภักดี	ระดับความคิดเห็น (N=400)			
	\bar{x}	SD	แปลผล	ลำดับ
1. จะใช้บริการคลินิกนี้อย่างต่อเนื่องในอนาคต	4.30	.705	มากที่สุด	1
2. จะแนะนำคลินิกนี้ให้กับเพื่อนหรือคนรู้จัก	4.22	.671	มากที่สุด	4
3. จะยังคงใช้บริการคลินิกนี้แม้ว่าราคาจะสูงขึ้นเล็กน้อย	3.99	.748	มาก	9
4. มักจะเลือกใช้บริการคลินิกนี้เป็นอันดับแรกเมื่อต้องการเสริมความงาม	4.19	.694	มาก	7
5. รู้สึกว่าคลินิกนี้เข้าใจความต้องการของท่านเป็นอย่างดี	4.19	.679	มาก	6
6. มีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของคลินิกนี้	4.29	.647	มากที่สุด	2
7. ยินดีที่จะแสดงความคิดเห็นหรือให้ข้อเสนอแนะ เพื่อปรับปรุงการบริการ	4.29	.676	มากที่สุด	3
8. จะยังคงใช้บริการคลินิกนี้แม้จะมีคลินิกอื่นจัดโปรโมชั่นที่น่าสนใจ	4.11	.749	มาก	8
9. รู้สึกภูมิใจที่ได้เป็นลูกค้าของคลินิกนี้	4.20	.711	มาก	5
รวม	4.20	.533	มาก	

จากตารางที่ 3 พบว่า ความคิดเห็นเกี่ยวกับความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราชในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (\bar{x} = 4.20, S.D. = .553) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่าข้อ 1. จะใช้บริการคลินิกนี้อย่างต่อเนื่องในอนาคต (\bar{x} = 4.30, S.D. = .705) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาคือ ข้อ 6. มีความเชื่อมั่นในคุณภาพการบริการของคลินิกนี้ (\bar{x} = 4.29, S.D. = .647) และน้อยที่สุดคือ ข้อ 3. จะยังคงใช้บริการคลินิกนี้แม้ว่าราคาจะสูงขึ้นเล็กน้อย (\bar{x} = 3.99, S.D. = .748) อยู่ในระดับเห็นด้วยมาก

ตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยพหุคูณ

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	Unstandardized		Unstandardize	t- value	p- value
	Coefficients		d		
	b	Std. Error	Coefficients Beta		
ค่าคงที่ (constant)	.433	.254		1.704	.089
ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (T_Product)	.188	.076	.150	2.470	.014*
ด้านราคา (T_Price)	.057	.069	.055	.836	.404

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)	Unstandardized		Unstandardize		
	Coefficients		d	t-	p-
	b	Std. Error	Coefficients Beta	value	value
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (T_Place)	-.003	.065	-.003	-.048	.962
ด้านการส่งเสริมการตลาด (T_Promotion)	.209	.051	.212	4.079	.000*
ด้านบุคคล (T_People)	.035	.080	.028	.435	.664
ด้านกระบวนการ (T_Process)	.187	.072	.169	2.612	.009*
ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (T_Physical)	.185	.070	.166	2.658	.008*

$R^2 = .388$, Adjusted $R^2 = .377$, $F = 35.521$, $Sig = .000^*$

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

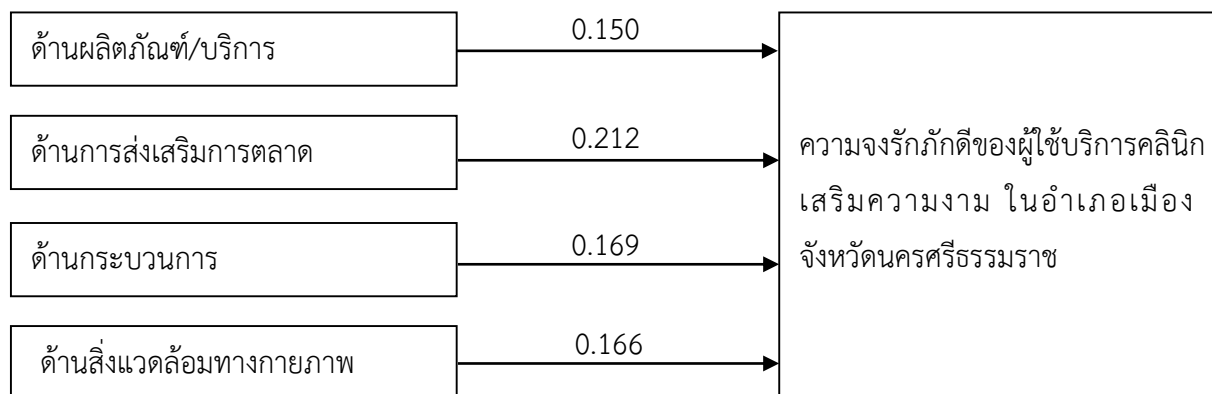
จากตารางที่ 4 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช โดยมีค่า Adjusted R^2 เท่ากับ = .377 แสดงว่าส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) สามารถอธิบายความผันแปรของความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ได้ร้อยละ 37.70 ที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) จำนวน 4 ด้านที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม ในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ได้แก่ (1) ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ (T_Product) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .188 (2) ด้านการส่งเสริมการตลาด (T_Promotion) ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .209 (3) ด้านกระบวนการ (T_Process) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .187 และ (4) ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (T_Physical) มีค่าสัมประสิทธิ์การถดถอย เท่ากับ .185 ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา (T_Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (T_Place) และด้านบุคคล (T_People) ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

สามารถเขียนสมการสมการทำนายในรูปของคะแนนมาตรฐาน ได้ดังนี้

$$T_Loyal = 0.150(T_Product) + 0.212(T_Promotion) + 0.169(T_Process) + 0.166(T_Physical)$$

ภาพที่ 1 ตัวแบบการถดถอยพหุคูณส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช



ภาพที่ 1 แสดงผลวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์ความถดถอยมาตรฐาน (Beta) พบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาด (Beta = .212) ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช มากที่สุด รองลงมาคือด้านกระบวนการ และน้อยที่สุดคือด้านผลิตภัณฑ์/บริการ

การอภิปรายผลการวิจัย

ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากคุณภาพของผลิตภัณฑ์และบริการ เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ลูกค้าพึงพอใจและมีความเชื่อมั่นในการใช้บริการอย่างต่อเนื่อง หากคลินิกเสริมความงามสามารถนำเสนอบริการที่มีคุณภาพสูงและมีนวัตกรรมใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าได้ดี ลูกค้าจะมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการอีกครั้งสอดคล้องกับ ซึ่งสอดคล้องกับ ผลินสุ อังศุนาถ (2565) และ Zeithaml, Bitner, และ Gremler (2018) ที่พบว่า คุณภาพการบริการเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของลูกค้าในธุรกิจบริการ และสอดคล้องกับ ลลิตา พุทธชาติ (2561) อธิบายว่า ผลิตภัณฑ์ (Product) เป็นสิ่งที่ธุรกิจสร้างและนำเสนอขายสู่ตลาดเพื่อก่อให้เกิดความน่าสนใจ

ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการส่งเสริมการตลาดเป็นกลยุทธ์ที่สำคัญในการดึงดูดลูกค้า โดยอาจจะเป็นการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ โดยใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงและมีความน่าเชื่อถือ ซึ่งมีการนำเสนอส่วนลดให้กับลูกค้า จะทำให้ลูกค้าเกิดความรู้สึกคุ้มค่าและมีความสนใจซึ่งถือว่าการกระตุ้นให้ลูกค้าตัดสินใจเข้ารับบริการได้มากขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับ สุจิตร์ สาขะจร และยุทธชัย ฮารีบิน (2566) และลลิตา พุทธชาติ (2561) ที่พบว่า การส่งเสริมการตลาดเป็นการสื่อสารเพื่อสร้างความพอใจต่อตราสินค้าหรือบริการ โดยใช้จุดใจให้เกิดความต้องการหรือเพื่อเตือนความทรงจำ

ด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากการเข้าใช้บริการคลินิกเสริมความงามลูกค้าผู้ให้บริการล้วนมีคาดหวังในประสิทธิภาพการบริการและการรักษาของคลินิกเสริมความงาม ทั้งในเรื่องความรวดเร็วในการบริการ และให้ความสำคัญในเรื่องของขั้นตอนในการรักษาอย่างละเอียด สอดคล้องกับ จรรยาพร บุบผัน (2565) และ Zeithaml, Bitner, และ Gremler (2018) พบว่า การให้บริการที่มีคุณภาพสูงเป็นสิ่งสำคัญที่ลูกค้าจะประเมิน โดยประกอบไปด้วยปัจจัยต่าง ๆ เช่น การตอบสนองที่รวดเร็ว ความเป็นมืออาชีพของพนักงาน

ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เนื่องจากสิ่งแวดล้อมทางกายภาพของคลินิกเสริมความงามมีบทบาทสำคัญในการสร้างความจงรักภักดีให้กับผู้ใช้บริการ ทั้งในเรื่องของความสะอาดของพื้นที่และอุปกรณ์ที่ใช้ รวมไปถึงการตกแต่งภายในคลินิกสวยงามทันสมัย สอดคล้องกับ วรรณนภา ศรีเชื้อ และ อุษา บุญลือ (2565) และศศิณา ลมลอย และคณะ (2562) พบว่า สิ่งแวดล้อมรวมถึงองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สามารถจับต้องได้ เป็นสิ่งที่ลูกค้าสามารถสัมผัสได้จากการเลือกใช้สินค้าหรือบริการ เป็นการสร้างความแตกต่างอย่างโดดเด่นและมีคุณภาพ

ขณะที่ในขณะที่ปัจจัยด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคคล ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม เนื่องจาก หากคุณภาพการให้บริการที่ดีและตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้าแล้ว ลูกค้าสามารถยอมรับราคาที่สูงขึ้นได้ ซึ่งแสดงให้เห็นว่า ราคา ไม่ใช่ปัจจัยหลักในการสร้างความจงรักภักดี การเข้าถึงบริการส่วนใหญ่ของลูกค้าขึ้นอยู่กับสถานที่ตั้งของคลินิกและความสะดวกในการเข้าถึง แต่ไม่ถือเป็นปัจจัยหลักในการรักษาความจงรักภักดี และผู้ใช้บริการมักให้ความสำคัญกับผลลัพธ์จากการรักษาจากบริการโดยรวมมากกว่าการบริการของบุคลากร จึงทำให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้านไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงาม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยพบว่าส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อความจงรักภักดีของผู้ใช้บริการคลินิกเสริมความงามในอำเภอเมือง จังหวัดนครศรีธรรมราช ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ด้านผลิตภัณฑ์/บริการ ผู้ประกอบธุรกิจคลินิกเสริมความงามควรมีการพัฒนาและนำเข้านวัตกรรมใหม่ๆ ทั้งในเรื่องของความทันสมัยของอุปกรณ์ ที่ช่วยในเรื่องประสิทธิภาพการรักษา เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความจงรักภักดีต่อคลินิกเสริมความงามต่อไป

2. ด้านการส่งเสริมการตลาด คลินิกควรใช้สื่อออนไลน์ในการช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการส่งเสริมการตลาด เช่น การทำคอนเทนต์ให้ความรู้เรื่องความงาม หรือการแสดงผลลัพธ์ของลูกค้าที่เคยใช้บริการกับคลินิก เป็นต้น อีกทั้งคลินิกควรวิเคราะห์ความต้องการของลูกค้าที่ใช้บริการเพื่อออกแบบโปรโมชั่นที่เหมาะสมต่อไป

3. ด้านกระบวนการ คลินิกเสริมความงามควรจัดให้มีระบบรับฟังความคิดเห็นหรือข้อร้องเรียนของลูกค้า ผู้ใช้บริการอย่างเป็นทางการเพื่อให้การจัดการปัญหาเป็นไปอย่างอย่างรวดเร็วและมีอาชีพ อีกทั้งควรจัดระบบการ จองคิวหรือนัดหมายล่วงหน้าเพื่อเพิ่มความสะดวกให้กับลูกค้า

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ คลินิกควรใช้วัสดุที่มีคุณภาพในการตกแต่งคลินิกเพื่อช่วยลดการซ่อมแซม ในอนาคต และเพิ่มความน่าเชื่อถือ อีกทั้งให้ความสำคัญกับความสะอาดในทุกจุดของคลินิก เช่น ห้องนั่งรอเข้าใช้ บริการ ห้องให้บริการ และห้องน้ำ เป็นต้น ซึ่งทุกพื้นที่ของคลินิกควรมีความเป็นระเบียบ ทำให้ผู้ใช้บริการเกิดความ สบายตา รู้สึกผ่อนคลายมากขึ้น

บรรณานุกรม

Grand View Research (2024). *Beauty And Personal Care Products Market Size, Share & Trend Analysis Report*. Retrieved September 15, 2024, from <https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/beauty-personal-care-products-market>

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63, 33-44.

Reichheld, F. F., & Schefter, P. (2000). E-loyalty: your secret weapon on the web. *Harvard business review*, 78(4), 105-113.

Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). *Services marketing: Integrating customer focus across the firm* (7th Ed.). New York: McGraw-Hill Education.

จรรยาพร บุบผัน (2565). ส่วนประสมทางการตลาดและแรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมการใช้บริการ สถาบันเสริมความงามของผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร (สารนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

ณัฐชา ประवालปัทม์กุล. (2565) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร .วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 5(2), 85-100.

ผลินสุ อังศุนากุล (2565) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการซ้ำของคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลในยุค New Normal (สารนิพนธ์ปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยมหิดล.

พิมพ์ลภัส พงศกรรังศิลป์ .(2563). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจ ใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในจังหวัดสงขลา .วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์, 12(2), 161-176.

- ลลิตา พุทธชาติ. (2561). ปัจจัยส่วนประสมการตลาด (4P) ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์เสริมอาหารของผู้พึงวิทย์กระจายเสียง ในเขตบางบอน จังหวัดกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยสยาม.
- วรรณภา ศรีเชื้อ และอุษา บุญลือ. (2565). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการคลินิกเสริมความงามของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศศิณา ลมลอย, วิมลพัชร วิลัยรัตน์, รุจภา แพ่งเกษร และพัชรหทัย จารุทวีผลนุกูล. (2562). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ คลินิกเสริมความงาม ด้านผิวพรรณ ของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร .วารสารรังสิตบัณฑิตศึกษาในกลุ่มธุรกิจและสังคมศาสตร์.87-74 ,(2)5 ,
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2566). ตลาดคลินิกเสริมความงาม ปี 2566 แข่งขันรุนแรง คาดมูลค่าตลาดโต 5.8-7.2%. สืบค้น 14 สิงหาคม 2567 , จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/business/Pages/Beauty-Clinic-z3268.aspx>
- สุจิตร์ สาชะจร และยุทธชัย ฮารีบิน. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อความภักดีของผู้ใช้บริการกรณีศึกษา ศูนย์วิทยาศาสตร์การแพทย์ที่ 11/1 ภูเก็ต. การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 14 (1933-1948). สงขลา: มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.
- สุจิตรา อันโน. (2566). (หลังโควิดเบาลง ธุรกิจเวชศาสตร์ความงามก็เบ่งบาน เพราะผู้หญิงไม่หยุดสวย. สืบค้น 15 สิงหาคม 2567, จาก <https://www.posttoday.com/business/financial/689131>

ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในจังหวัดกระบี่

Marketing mix factors influencing consumer decision making in using beauty salon services in Krabi

สกาพรพรรณ ฟุ้งเฟื่อง¹ และ ศรีัญญา เนียมฉาย²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100054@rumail.ru.ac.th

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Saranyaa.niemchai@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-Test) การทดสอบความแปรผัน (ANOVA)

ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ 21-30 ปี ระดับคุณวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 15,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน พฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย โดยผู้บริโภคนิยมมาใช้บริการต่อขนตา และประเด็นที่ให้ความสำคัญมากที่สุดในการซื้อสินค้า และใช้บริการ คือ ช่างมีฝีมือมีความน่าเชื่อถือ และปัจจัยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า ตัวเอง ต่อมาช่วงเวลาในการซื้อใช้บริการร้านเสริมสวย คือ 15.01 น. – 18.00 น. และสถานที่ในการซื้อสินค้า และบริการ คือ โก้ลับบ้าน

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ด้านอายุ ระดับคุณวุฒิการศึกษา อาชีพ รายได้ มีความสัมพันธ์และปัจจัยด้านผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ด้านสินค้าผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านกระบวนการ

คำสำคัญ : ร้านเสริมสวย, กลยุทธ์ทางการตลาด, พฤติกรรมผู้บริโภค

Abstract

This study aims to examine personal factors influencing the decision to use beauty salon services in Krabi Province and to examine the impact of service marketing mix factors on consumer behavior in choosing beauty salon services in the province. The study

population consisted of 400 consumers in Krabi Province. The research tools included questionnaires, and data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, multiple regression analysis, t-test, and ANOVA.

The results revealed that the majority of respondents were female, aged between 21-30 years, held a bachelor's degree as their highest education level, had a monthly income of less than 15,000 THB, and were employed in private sector jobs. Consumer behavior and decision-making regarding beauty salon services indicated that the most popular service was eyelash extensions. The most critical factor in purchasing products and services was skilled and trustworthy beauticians. The primary personal factor influencing purchasing decisions was self-preference. The most frequent service time was between 3:01 PM and 6:00 PM, and the preferred location for services was near the respondents' residences.

The hypothesis testing results demonstrated that demographic factors such as age, education level, occupation, and income were significantly associated with consumer behavior and decision-making in selecting beauty salon services in Krabi Province. Additionally, the service marketing mix factors influencing decisions included product, price, place, promotion, people, physical evidence, and process.

Keywords : Beauty salon, Marketing strategy, Consumer behavior

บทนำ

ปัจจุบันสังคมไทยให้ความสำคัญกับความสวยความงาม สุขภาพ และภาพลักษณ์ที่ดี ส่งผลให้อุตสาหกรรมร้านเสริมสวยในประเทศไทยแสดงให้เห็นถึงการเติบโตอย่างต่อเนื่อง ธุรกิจนี้มีความเข้าใจง่าย โครงสร้างไม่ซับซ้อน และใช้เงินลงทุนต่ำ ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหน้าใหม่เข้าสู่ตลาดจำนวนมาก เพิ่มระดับการแข่งขัน และทางเลือกให้แก่ผู้บริโภค (โสสมรภัส นิมิโรธรรม 2561) ข้อมูลจากสำนักงานสถิติแห่งชาติระบุว่า มีร้านเสริมสวยหรือร้านทำผมมากกว่า 120,000 ร้านทั่วประเทศ คิดเป็นมูลค่าตลาดกว่า 60,000 ล้านบาท โดยบริการทำสี และตัดผมสร้างรายได้หลักให้กับร้านถึงร้อยละ 70 (Marketingoops 2563) ความน่าสนใจในการลงทุนนี้ดึงดูดผู้ประกอบการใหม่ ทำให้เกิดการแข่งขันที่รุนแรง ร้านเสริมสวยจึงต้องใช้กลยุทธ์ต่างๆ เพื่อดึงดูดลูกค้า เช่น การออกแบบทรงผม การจ้างช่างฝีมือดี การปรับปรุงกระบวนการให้บริการให้รวดเร็ว การโฆษณาที่เข้าใจง่าย การบริการลูกค้าที่ดี การให้คำปรึกษา และการรับประกันความพึงพอใจ (ณัฐชลิตา พูปลูก 2565) ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญ ร้านเสริมสวยใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการทำการตลาด สร้างแบรนด์ และเพิ่มยอดขาย ส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น (การตลาดวันละตอน 2566) สะท้อนถึงความต้องการ และโอกาสในธุรกิจนี้ แต่ก็มีความท้าทายสำหรับผู้ประกอบการ ที่ต้อง

ปรับตัวอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการบริหารจัดการบุคลากร การรับมือกับภาวะเศรษฐกิจ และการแข่งขันกับคู่แข่ง ซึ่งจำเป็นต้องมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งด้านคุณภาพบริการ นวัตกรรม และกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อความอยู่รอด และเติบโตอย่างยั่งยืนในธุรกิจนี้ ปัจจุบันกระแสความนิยมด้านความงาม และการดูแลสุขภาพที่เพิ่มสูงขึ้นในทุกเพศทุกวัย ทำให้ร้านเสริมสวยได้รับความนิยมอย่างมาก ผู้คนต้องการใช้บริการเพื่อเสริมสร้างบุคลิกภาพ จึงทำให้ธุรกิจนี้เป็นที่น่าสนใจสำหรับผู้ประกอบการ เนื่องจากสร้างรายได้ดีเยี่ยม ยิ่งไปกว่านั้น ธุรกิจเสริมสวยของไทยยังได้รับการยอมรับในด้านคุณภาพ และมีมือทั้งในกลุ่มประเทศอาเซียน และต่างประเทศ ส่งผลให้การแข่งขันในอุตสาหกรรมนี้ทวีความรุนแรงยิ่งขึ้น

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ เพื่อศึกษาถึงพฤติกรรมความต้องการ และความพึงพอใจ ของผู้รับบริการ เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงพัฒนา ขยายธุรกิจอย่างถูกทาง เข้าถึงความต้องการ ของผู้รับบริการมากยิ่งขึ้น ส่งผลต่อเนื่องในการจ้างงาน และเชื่อมโยงกับธุรกิจที่หลากหลายต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมผู้บริโภค หมายถึง การกระทำของบุคคลที่เกี่ยวข้องในด้านของกิจกรรมในการตัดสินใจเลือก การซื้อ การใช้ และการทิ้งของสินค้าและบริการ เพื่อตอบสนองความต้องการของบุคคลนั้นๆ พฤติกรรมผู้บริโภคแปรเปลี่ยนได้ (Dynamic) เนื่องจากความเปลี่ยนแปลง ของสภาพแวดล้อมภายนอก เช่น การสื่อสาร เทคโนโลยี สังคม ฯลฯ ทำให้มีผลกระทบต่อบุคคลด้านความคิด ความรู้สึกของผู้บริโภคด้วย และพฤติกรรมผู้บริโภค ได้รับผลกระทบมาจากปัจจัยภายใน และภายนอก จึงทำให้พฤติกรรมผู้บริโภคไม่หยุดนิ่งอยู่เหมือนเดิม แต่อาจมีการเปลี่ยนแปลงเคลื่อนไหวได้ตลอดเวลา (สร้อยพร มนต์สิวะกุล, 2566) พฤติกรรมผู้บริโภคเกี่ยวข้องกับปฏิสัมพันธ์ (Interaction) ระหว่างความคิดความรู้สึก และการกระทำ กับสิ่งแวดล้อมภายนอก ดังนั้น ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคจึงต้องศึกษาทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกว่า ผู้บริโภคตัดสินใจซื้อสินค้า หรือบริการอะไร อย่างไร และทำไมพฤติกรรมบริโภคเกี่ยวข้องกับการแลกเปลี่ยน (Exchanges) หมายความว่า ผู้บริโภคมีพฤติกรรมเพื่อแลกเปลี่ยนคุณค่าบางอย่างกับบางคน ในกรณีนี้ คือการแลกเปลี่ยนระหว่างผู้ซื้อ กับผู้ขาย เพื่อตอบสนองความต้องการของตนเอง (ชูชัย สมितिไกร, 2562)

2. ทฤษฎีความต้องการของ Abraham Maslow (1970)

ณริศรา เวทยานนท์ (2566) กล่าวว่า Maslow เป็นนักจิตวิทยาชาวอังกฤษได้สร้างทฤษฎีความต้องการตามลำดับขั้นสมมติฐานอยู่ 3 ประการ คือ 1) มนุษย์มีความต้องการ และความต้องการนี้จะมีอยู่เสมอไม่สิ้นสุด เมื่อความต้องการใด ได้รับการตอบสนองแล้วความต้องการอื่นก็จะเข้ามาแทน ซึ่งจะเป็นเช่นนี้เรื่อยไปไม่มีที่สิ้นสุด 2) ความต้องการที่ได้รับการตอบสนองแล้วจะไม่เป็นสิ่งจูงใจของพฤติกรรมอีกต่อไป 3) ความต้องการของมนุษย์เป็นลำดับขั้น เมื่อความต้องการขั้นต่ำได้รับการตอบสนองแล้ว ความต้องการขั้นสูงก็จะเรียกร้องให้มีการตอบสนองทันที ประภัสสร วัฒนา (2562) กล่าวว่า ปัจจัยส่วนบุคคล และทฤษฎี Maslow's Hierarchy of Needs ระบุว่ามนุษย์มีความต้องการทั้งหมด 5 ชั้น โดยเรียงลำดับจากขั้นต่ำสุดไป

หาสูงสุด ชั้นที่ 1 ความต้องการทางกายภาพ (Physiological) ความต้องการพื้นฐานที่สุด เช่น อาหาร น้ำ ยา เครื่องนุ่งห่ม ชั้นที่ 2 ความต้องการความมั่นคงปลอดภัย (Safety) ความปลอดภัยที่ควรได้รับ เช่น การเงิน สุขภาพ อุบัติเหตุ ชั้นที่ 3 ความต้องการความรัก และความเป็นเจ้าของ (Love/Belonging ความต้องการสังคม และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของสังคม ชั้นที่ 4 ความเคารพนับถือ (Esteem) ความต้องการการได้รับความเคารพ และความภูมิใจในตนเอง ชั้นที่ 5 ความสมบูรณ์แบบ (Self-actualization) ความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเอง และเติมเต็มความฝัน.(ธีระ เทิดพุทธธรรม และไพรวลัย มะณู, 2564)

3. การใช้ 5Ws และ 1H

หลักการ 5W1H นายวนัสพร บุบผาทอง.(2564) กล่าวว่า เป็นหลักการวิเคราะห์ และวางแผนที่ใช้ในการเก็บข้อมูล หรือแก้ไขปัญหาอย่างรอบด้าน โดยอิงคำถามสำคัญ 7 ข้อ ได้แก่ 1. What (อะไร) สิ่งที่ต้องทำหรือปัญหา คืออะไร 2 .Why (ทำไม) ทำไมสิ่งนี้ถึงสำคัญ หรือเหตุผลเบื้องหลัง คืออะไร 3. Who (ใคร): ใครเกี่ยวข้องหรือมีส่วนร่วมในเรื่องนี้ 4. When (เมื่อไร) เหตุการณ์ หรือการกระทำนี้เกิดขึ้น หรือจะเกิดขึ้นเมื่อไร 5. Where (ที่ไหน) สถานที่ที่เกี่ยวข้อง คือที่ไหน ตัวเลือกที่ควรพิจารณา หรือทรัพยากรใดที่เกี่ยวข้อง 6. How (อย่างไร) วิธีดำเนินการ หรือวิธีแก้ปัญหา คืออะไร โยธิน สะอาดพันธ์ (2564) กล่าวว่า หลักการ 5W1H สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในหลากหลายด้านเพื่อเพิ่มความชัดเจน และประสิทธิภาพในการทำงาน ต่อไปนี้คือด้านที่สามารถใช้ประโยชน์ได้ 1. ด้านการวางแผนงาน ช่วยกำหนดเป้าหมาย โครงสร้าง และแนวทางการดำเนินงานอย่างละเอียด และลดความสับสน หรือข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นระหว่างดำเนินงาน 2. ด้านการแก้ไขปัญหา ช่วยวิเคราะห์ปัญหาเชิงลึกเพื่อหาสาเหตุ และแนวทางแก้ไข และช่วยให้การแก้ปัญหาครอบคลุมทุกปัจจัยที่เกี่ยวข้อง 3. ด้านการตลาด ช่วยวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ความต้องการของลูกค้า และแนวทางสื่อสารที่เหมาะสม และวางกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเพิ่มยอดขาย หรือสร้างการรับรู้แบรนด์ 4. ด้านการศึกษา ใช้เป็นเครื่องมือช่วยวิเคราะห์หัวข้อในการทำรายงาน หรือโครงการ และช่วยให้นักเรียน หรือนักศึกษาสามารถเก็บข้อมูลได้ครบถ้วน 5. ด้านการสื่อสาร ช่วยเตรียมตัวก่อนการนำเสนอ หรือประชุมงาน และทำให้การสื่อสารกระชับ และเข้าใจง่าย 6. ด้านการบริหาร และจัดการ ช่วยในการกำหนดกลยุทธ์องค์กร การจัดการทรัพยากร และการวางแผนระยะยาว และทำให้การตัดสินใจเป็นระบบมากขึ้น 7. ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ หรือบริการ ใช้ในการวิเคราะห์ความต้องการของตลาด และปรับปรุงผลิตภัณฑ์ และช่วยสร้างนวัตกรรมที่ตอบโจทย์ลูกค้า 8. ด้านการบริหารเวลา ใช้จัดลำดับความสำคัญ และวางแผนการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ และช่วยกำหนดกรอบเวลาในการดำเนินงานแต่ละขั้นตอน ฐิตาภรณ์ แพพวง (2564) สรุปว่า หลักการ 5W1H เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้มองเห็นภาพรวมของปัญหา งาน หรือแผนการต่าง ๆ ได้อย่างรอบด้าน ไม่ว่าจะใช้ในด้านการทำงาน การศึกษา หรือการใช้ชีวิตประจำวันก็สามารถทำให้การตัดสินใจมีความรอบคอบ และแม่นยำมากขึ้น.

4. แนวโน้มการทำธุรกิจร้านเสริมสวย

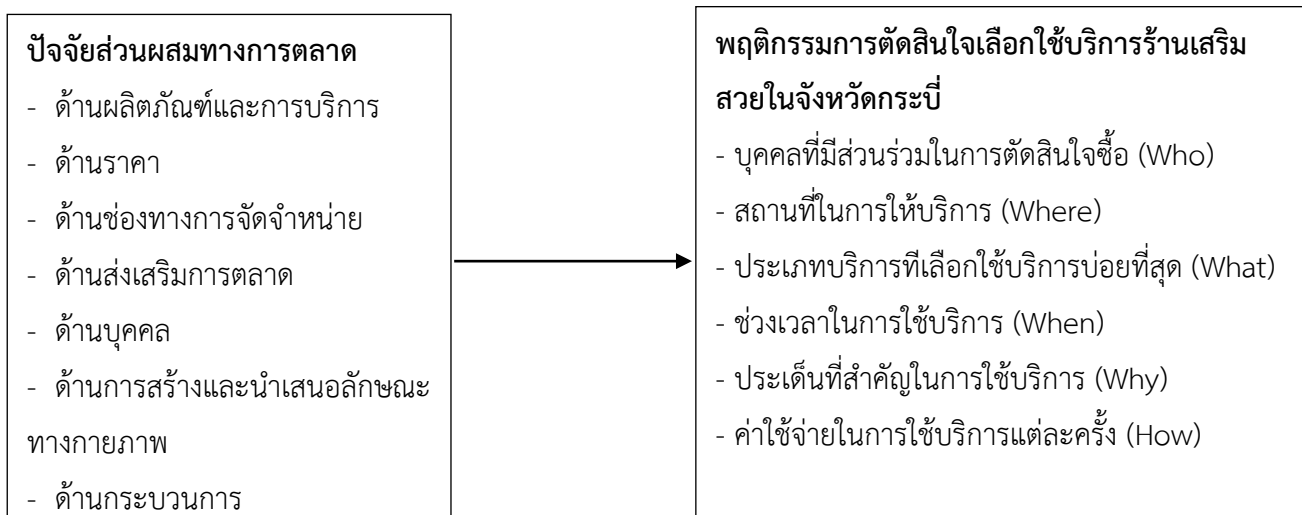
ไทยรัฐมันนี่ (2567) กล่าวว่า ธุรกิจเสริมความงามเป็นธุรกิจที่จำเป็นต่อผู้บริโภคทุกเพศทุกวัย และได้รับความสนใจในทุกยุคทุกสมัย เนื่องจากมนุษย์มีความต้องการที่จะดูดี และเสริมสร้างบุคลิกภาพเพื่อให้เป็นที่ยอมรับในสังคม ไม่ว่าจะเป็นธุรกิจเสริมความงามในรูปแบบใดก็ตาม ล้วนเป็นที่ได้รับความสนใจอยู่เสมอ โดยเฉพาะธุรกิจร้านเสริมสวยหรือร้านทำผม ซึ่งเป็นธุรกิจที่เปิดดำเนินการได้ง่าย ลงทุนน้อยแต่สามารถสร้าง

รายได้ และมีลูกค้าเข้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เส้นผมมีความสำคัญต่อการใช้ชีวิตส่วนตัว และหน้าที่การงาน แนวโน้มธุรกิจร้านเสริมสวยในประเทศไทยในปี 2566 มีหลายประเด็นที่น่าสนใจจำนวนร้านเสริมสวย และตลาดประเทศไทยมีร้านเสริมสวยมากกว่า 120,000 ร้าน โดยมีมูลค่าตลาดกว่า 60,000 ล้านบาท อชิรญา จรจ่อง (2563) กล่าวว่า มาตรฐานการบริการสำนักงานมาตรฐานผลิตภัณฑ์อุตสาหกรรม (สมอ.) กำหนดมาตรฐาน "มอก.เอส" เพื่อให้ธุรกิจเสริมความงามมีคุณภาพ และมาตรฐาน โดยครอบคลุมบริการต่างๆ เช่น การแต่งหน้า การตัดแต่งทรงผม การทำเล็บ การนวด สปา และผลิตภัณฑ์บำรุงผม และผิวความร่วมมือกับสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทยสมอจะลงนามความร่วมมือกับสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย และสมาคมส่งเสริมพัฒนาอาชีพเสริมสวย และช่างตัดผมไทย เพื่อบูรณาการการทำงานร่วมกันในการกำหนดมาตรฐานและพัฒนาบุคลากรการเพิ่มมาตรฐานใหม่ สมอ.กำลังจะประกาศใช้มาตรฐานใหม่ 3 มาตรฐาน ได้แก่ การบริการต่อ ขนตา การบริการสักคิ้ว และการบริการสักตัวการฝึกอบรมและความรู้หลังจากการลงนามความร่วมมือ สมอ. จะจัดสัมมนาให้ความรู้แก่บุคลากรของสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย และผู้ประกอบการที่เป็นสมาชิกของสมาคมส่งเสริมพัฒนาอาชีพเสริมสวย และช่างตัดผมไทย เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจในข้อกำหนดของมาตรฐานแนวโน้มการเติบโตตลาดสปา และร้านเสริมสวยได้รับแรงผลักดันจากแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย ซึ่งส่งเสริมเทรนด์ และมาตรฐานความงามอย่างต่อเนื่องโดยรวมแล้ว ธุรกิจร้านเสริมสวยในประเทศไทยในปี 2566 มีแนวโน้มที่จะเติบโตอย่างต่อเนื่อง โดยมีการกำหนดมาตรฐาน และความร่วมมือที่เพิ่มขึ้นเพื่อส่งเสริมคุณภาพ และความมั่นใจให้กับประชาชนผู้บริโภค อิทธิพลของโซเชียลมีเดีย โซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในการกำหนดเทรนด์ความงาม และมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคแพลตฟอร์มโซเชียลมีเดีย เช่น Instagram, Pinterest และ TikTok เป็นสื่อที่มีประสิทธิภาพในการโฆษณาเทรนด์ความงาม และการรักษาในปัจจุบัน ธุรกิจร้านเสริมสวยมีศักยภาพมีการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ต้องเผชิญกับความท้าทายต่าง ๆ การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงการสร้าง ความแตกต่าง และการบริหารจัดการอย่างมีประสิทธิภาพจะเป็นปัจจัยสำคัญในการประสบความสำเร็จในธุรกิจนี้

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานการวิจัย

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ และอาชีพ ที่แตกต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในจังหวัดกระบี่ต่างกัน
2. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคล ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่องการศึกษาส่วนผสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ผู้วิจัยมีวิธีดำเนินงานวิจัย ดังนี้

1. ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ในงานวิจัยครั้งนี้ได้ศึกษาส่วนผสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ โดยเก็บข้อมูลผู้บริโภคที่มีถิ่นอาศัยปัจจุบันอยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นจึงใช้วิธีกำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้สูตร W.G.Cochran ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูล คือ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาด หรือไม่สมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่างซึ่งถือได้ว่าผ่านเกณฑ์ตามที่เงื่อนไขกำหนด คือ ไม่น้อยกว่า 384 ตัวอย่าง สํารวจโดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยการสุ่มแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยการเก็บข้อมูลกลุ่มตัวอย่างแบบออนไลน์ (Internet Sampling) โดยการสร้างแบบสอบถามออนไลน์ผ่านทาง เว็บไซต์ Google ในรูปแบบของ Google Form

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ตอนที่ 1 มีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวแบบปลายปิด (Close-ended Question) เป็นคำถามเบื้องต้นเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ วุฒิการศึกษา รายได้ อาชีพ

ตอนที่ 2 ข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ข้อคำถามได้พัฒนามาจากงานวิจัย และบททบทวนวรรณกรรม โดยแยกหมวดคำถามออกเป็นปัจจัยในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ด้านบุคคล (People) ด้านการสร้าง และนำเสนอลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และด้านกระบวนการ (Process)

ตอนที่ 3 เป็นข้อคำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค และการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ สถานที่ในการใช้บริการ ประเภทบริการที่เลือกใช้บริการที่สะดวก ช่วงเวลาในการใช้บริการ ประเด็นที่สำคัญในการใช้บริการ ค่าใช้จ่ายในการใช้บริการแต่ละครั้ง

3. การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเข้ากระบวนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ความเที่ยงตรง (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาจากเอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการ สร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหา และประเด็นที่ศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมิน และนำไปหาค่าความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบ ความเหมาะสมของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และได้ทำการปรับปรุง แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้แบบสอบถามงานวิจัยนี้มีค่าเฉลี่ยของ IOC อยู่ที่ 0.85

ตอนที่ 3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงเชิง เนื้อหา (Content Validity) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบ (Try-out) กับผู้ใช้บริการร้านเสริมสวยในจังหวัดกระบี่ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อ ความหมายตรงตามความต้องการ และมีความเหมาะสม หรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือ (Alpha) ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงว่า ผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลตัวอย่างจริงตามลำดับ ทั้งนี้แบบสอบถามงานวิจัยนี้มีค่าครอนบาคเท่ากับ 0.86

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ทำการรวบรวม และตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบถ้วน หลังกลับมาเพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป การศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยใน 2 ส่วนหลัก ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้ใช้บริการร้านเสริมสวยในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน

ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการศึกษาตำรา สื่อออนไลน์ บทความทางวิชาการ วาสาร ข้อมูลทางสถิติ เอกสารงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาครั้งนี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (7P's) และ พฤติกรรมการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

5.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิ การศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน อาชีพ โดยการหาค่าร้อยละ

5.2 การวิเคราะห์ระดับความเห็นด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคใน จังหวัดกระบี่

5.3 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัย (Hypothesis Testing) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมกาเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย

1) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ 21-30 ปี ระดับคุณวุฒิการศึกษาส่วนใหญ่ คือ ปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนส่วนใหญ่น้อยกว่า 15,000 บาท และส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงาน หรือลูกจ้างเอกชน

2) ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าประเด็นที่ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย โดยผู้บริโภคนิยมมาใช้บริการต่อขนตา และประเด็นที่ให้ความสำคัญมากที่สุดในกาซื้อสินค้า และใช้บริการ คือ ช่างมีฝีมือ และน่าเชื่อถือ ปัจจัยบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า คือ ตัวเอง ต่อมาช่วงเวลาในการซื้อใช้บริการร้านเสริมสวย คือ 15.01 น. – 18.00 น. และ สถานที่ในการซื้อสินค้า และบริการ คือ ใกล้บ้าน

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (n = 400)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.591	0.490	มากที่สุด
ด้านราคา	4.556	0.477	มากที่สุด
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.551	0.497	มากที่สุด
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.574	0.539	มากที่สุด
ด้านบุคคล	4.540	0.504	มากที่สุด
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.525	0.522	มากที่สุด
ด้านกระบวนการ	4.612	0.475	มากที่สุด
รวม	4.564	0.500	มากที่สุด

จากตาราง 1 สรุปได้ว่า ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{x} = 4.564$, S.D. = 0.500) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านกระบวนการ ($\bar{x} = 4.612$, S.D. = 0.475) อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.591$, S.D. = 0.490) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.574$, S.D. = 0.539) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านราคา ($\bar{x} = 4.556$, S.D. = 0.477) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.551$, S.D. = 0.497) อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านบุคคล ($\bar{x} = 4.540$, S.D. = 0.504) อยู่ในระดับมากที่สุด และ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{x} = 4.525$, S.D. = 0.522) อยู่ในระดับมากที่สุด

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ (n = 400)

ตัวแปร	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	TOL.	VIF	t	P-Value
	B	S.E.	Beta				
ค่าคงที่	2.350	0.199					0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.054	0.097	0.046	0.093	1.448	2.341	0.570
ด้านราคา	0.053	0.022	0.078	0.614	1.244	2.102	0.034*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.031	0.079	0.043	0.080	1.494	0.041	0.757
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.501	0.044	0.568	0.664	1.201	4.275	0.000**
ด้านบุคลากร	0.548	0.028	0.554	0.845	1.127	2.510	0.000**
ด้านกายภาพ	0.178	0.098	0.166	0.102	1.351	0.074	0.622
ด้านกระบวนการ	0.052	0.088	0.097	0.075	1.514	1.167	0.416
R = 0.083, R Square = 0.056, Adjusted R Square = 0.450, SEE = 0.438							
F = 5.424, Sig. of F = 0.000							

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 พบว่า ค่า TOL ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.075 – 0.845 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.127 – 1.514 ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กัน

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ คือ ด้านราคา ด้านการส่งเสริมทางการตลาด และด้านบุคคล อย่างมี

ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านราคา ($\beta = 0.078$) ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\beta = 0.568$) และด้านบุคคล ($\beta = 0.554$) และตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัวสามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย ในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวมได้ร้อยละ 1.5

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. โปรมโชนมีความสำคัญในการเลือกใช้บริการร้านเสริมสวย อย่างมีนัยสำคัญ ดังนั้นร้านเสริมสวยควรทำโปรมโชน เพื่อให้ผู้ใช้บริการเข้ามาใช้บริการเพิ่มมากขึ้น
2. ร้านเสริมสวยควรมีช่างที่มีฝีมือ และการบริการที่ดีเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดการกลับมาใช้บริการซ้ำ เนื่องจากปัจจัยด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ

บรรณานุกรม

- การตลาดวันละตอน. (24 พฤษภาคม 2566). การใช้ Social Media พลิกโฉมสำหรับ การตลาดธุรกิจร้านเสริมสวย และความงาม. สืบค้นจาก <https://everydaymarketing.co/knowledge/using-social-media-for-beauty-salon-business-marketing/>
- ชูชัย สมितिไกร. (2562). พฤติกรรมผู้บริโภค (วารสารบัณฑิตศึกษา). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
- ฐิตาภรณ์ แพฟวง. (2564). การเปิดรับสื่อ ความรู้ ทักษะ และพฤติกรรม การบริโภค Plant-based Food ของกลุ่มวัยทำงาน (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณัฐชลิตา พูปลูก. (2565). ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านเสริมสวยในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ณริศรา เวทยานนท์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวาย ในจังหวัดกาญจนบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ไทยรัฐวันนี้. (24 มิถุนายน 2567). โลกเปิดกว้าง คนไทยทุกเพศทุกวัย นิยมทำหัตถการ ดูแลผิวมากขึ้น ดันธุรกิจเวชศาสตร์ความงามโต 9.7% ต่อปี. สืบค้นจาก https://www.thairath.co.th/money/business_Marketing/trends/2795724
- ธีระ เท็ดพุทธธรรม และไพรวลัย มะณู (2565). อิทธิพลของการบริหารเวลาการเห็นคุณค่าในตนเอง การรับรู้ความสามารถในตนเองที่มีต่อความสุขในการทำงาน (วิทยานิพนธ์). กรุงเทพฯ: สถาบันรัชต์ภาคย์
- ประกฤษสร วัฒนา.(2562). แนวความคิดมนุษย์นิยมของมาสโลว์ (Maslow) และแนวความคิดอัตถิภาวนิยมของฌอง ปอล ซาร์ตร์ (Jean Paul Sartre) (วิทยานิพนธ์). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์
- โยชิน สะอาดพันธ์. (2565). พฤติกรรมของผู้บริโภคมีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญาโท). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- วนัสพร บุปผาทอง.(2564). การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้านครปฐม ผู้จำหน่ายโตโยต้า จำกัด (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิตวิทยาลัย) กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สร้อยพร มนต์สิวะกุล. (2566). การศึกษามุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย.(สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- โสภณภัส นิมโรธรรม. (2561). กลยุทธ์ในการจัดการและบริหารบุคลากรในธุรกิจชาลอน. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- อชิรญา จรจ้อง.(2563). แผนธุรกิจ และกลยุทธ์เพื่อสร้างธุรกิจร้านเสริมสวย (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
- Marketingoops. (24 พฤษภาคม 2563). Insights “ร้านทำผม” สำคัญกับคนไทยอย่างไร ? และ Now Normal ธุรกิจชาลอนนับจากนี้. สืบค้นจาก <https://www.marketingoops.com/reports/behaviors/now-normal-of-salon-business-in-thailand/>

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคใน จังหวัดกระบี่
 FACTORS AFFECTING THE PURCHASING BEHAVIOR OF CONSUMERS TOWARD BOTTLED
 DRINKING WATER IN KRABI

เมธา พุ่งเฟื่อง¹ และ ศรีัญญา เนียมฉาย²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100051@rumail.ru.ac.th

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Saranyaa.niemchai@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์ 3 ข้อดังนี้ 1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ต่อการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด 2. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด และ 3. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่ม กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ อายุ 20 ปีขึ้นไปเคยมีประสบการณ์บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดำเนินการจัดจำหน่ายภายในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-Test) และ สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพส่วนใหญ่คือโสด ระดับคุณวุฒิการศึกษาคือ มัธยม รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนรวมตัวผู้ตอบแบบสอบถามด้วย 3-5 คน พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดื่มโดยเฉลี่ยต่อวันของผู้บริโภคคือปริมาณ 350-600 มล. ต่อวัน โดยมีราคาเป็นประเด็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมากที่สุด นิยมเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดจากร้านชำใกล้บ้าน โดยมีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ปริมาณของน้ำที่บรรจุในขวดที่นิยมซื้อคือ 600 มล. และมีความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน และ กลยุทธ์ทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และ ด้านราคา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่

คำสำคัญ : น้ำดื่มบรรจุขวด, กลยุทธ์ทางการตลาด, พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อ

Abstract

This study aims to examine consumer behavior in Krabi Province regarding the purchase of bottled water, analyze demographic factors influencing bottled water purchasing decisions, and evaluate marketing mix factors affecting these decisions. The sample group consisted of 400 consumers residing in Krabi Province, aged 20 and above, who had prior experience consuming bottled water distributed within the province. The research employed a questionnaire as the primary tool for data collection, while data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and multiple regression analysis

The findings revealed that the majority of respondents were female, predominantly under the age of 30, single, with a high school level of education. Most respondents had a monthly income ranging from 10,001 to 15,000 THB and worked as private employees, with a household size of 3–5 members, including the respondent. Regarding consumer behavior, the average daily consumption of bottled water ranged from 350 to 600 milliliters. Price was the most important factor influencing purchasing decisions, with most consumers preferring to purchase bottled water from nearby convenience stores. The individual consumer was the most influential decision-maker. Bottled water with a capacity of 600 milliliters was the most commonly purchased, with a purchasing frequency of 1–3 times per week.

The hypothesis testing indicated that variations in demographic factors were significantly associated with differences in consumer behavior related to bottled water purchases in Krabi Province. Additionally, marketing strategies, including product, price, distribution channels, and promotion, were significantly associated with consumer behavior regarding bottled water purchases in Krabi Province.

The hypothesis testing results revealed that marketing strategies related to product and price are associated with the purchasing behavior of bottled drinking water consumers in Krabi Province.

Keywords : bottled water, marketing strategies, purchasing behavior

บทนำ

ปัจจุบันการบริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นที่นิยมอย่างมาก ส่งผลให้ธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยมีการขยายตัวอย่างรวดเร็ว มาร์เก็ตอินโฟ (2560) กล่าวว่า ประการหนึ่งมีสาเหตุมาจากสภาพแวดล้อมปัจจุบันที่เปลี่ยนแปลงไป ทั้งมลพิษในอากาศ สารเคมีที่ปนเปื้อนในแหล่งน้ำธรรมชาติ ทำให้เสี่ยงต่อการได้รับสารพิษ

เหล่านั้นได้ และอีกประการหนึ่งคือ น้ำดื่มบรรจุขวดเป็นอุตสาหกรรมที่ใช้เงินลงทุนในช่วงแรกสูง แต่เมื่อพิจารณาเทียบกับผลผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดที่ออกมานับว่ามีความคุ้มค่า เนื่องจากการพัฒนาเครื่องจักรและเทคโนโลยีการกรองน้ำในปัจจุบันนั้นมีความสามารถกรองน้ำได้สะอาดตามมาตรฐาน ทำให้ต้นทุนเครื่องจักรและการผลิตต่อหน่วยถูกลง

สำหรับธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดท้องถิ่นของจังหวัดกระบี่ พบว่า มีผู้ประกอบการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดจำนวนมาก เช่น น้ำดื่มมูทวยวรรณ น้ำดื่มนาเหนือ น้ำดื่มสุภาภรณ์ น้ำดื่มเตยหอม น้ำดื่มธารทิพย์ น้ำดื่มตีน้อย น้ำดื่มหยดทิพย์ น้ำดื่มสายรุ้ง น้ำดื่มอ่าวลึก น้ำดื่มเรื่องแก้ว น้ำดื่ม อควา สตาร์ และน้ำดื่มซารา เป็นต้น ด้วยเหตุนี้ น้ำดื่มบรรจุขวดในจังหวัดกระบี่จึงมีการแข่งขันที่สูง ทั้งจากธุรกิจน้ำดื่มที่ผลิตในท้องถิ่นจังหวัดกระบี่เอง จากน้ำดื่มที่ผลิตในจังหวัดใกล้เคียง และจากธุรกิจน้ำดื่มที่เป็นแบรนด์ชั้นนำระดับประเทศ ซึ่งเป็นที่รู้จักของคนในพื้นที่จังหวัดกระบี่อยู่แล้ว โดยน้ำดื่มบรรจุขวดเหล่านี้มีบทบาททำให้เกิดการแข่งขันแบ่งทางการตลาดในทางตรงของผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดในจังหวัดกระบี่ ด้วยสถานการณ์ที่มีการแข่งขันสูงเช่นนี้ทำให้ผู้ประกอบการน้ำดื่มรายใหม่บางรายภายในท้องถิ่นจังหวัดกระบี่ตัดสินใจแย่งชิงส่วนแบ่งทางการตลาดโดยการขายน้ำดื่มบรรจุขวดตัดราคา ซึ่งส่งผลกระทบต่ออย่างมากกับผู้ประกอบการธุรกิจน้ำดื่มเดิมที่ก่อตั้งอยู่ก่อนแล้วในจังหวัดกระบี่ประสบปัญหาเป็นอย่างมากในการเอาตัวรอดทางธุรกิจ และเพื่อให้เกิดการปรับตัวของผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดท้องถิ่นภายในจังหวัดที่จจะรู้ว่าจะปัจจัยในรูปแบบไหนที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคหรือบริบทด้านประชากรศาสตร์ของผู้บริโภค

นอกจากประเด็นส่วนแบ่งทางการตลาดที่สูงขึ้นนี้แล้ว พงษ์จิรัฐ จิณิธิเกียรติ (2558) กล่าวว่า ยังมีอีกหนึ่งปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อโดยตรงกับผู้ประกอบการน้ำดื่มในจังหวัดกระบี่ นั่นก็คือ พฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มที่อาศัยอยู่ใน จังหวัดกระบี่ซึ่งเปลี่ยนแปลงไปตามยุคสมัยและการเจริญเติบโตของเศรษฐกิจในท้องถิ่น การศึกษาพฤติกรรมของผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่นั้น จะทำให้พบปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อผู้บริโภค อันส่งผลให้ผู้ประกอบการนำปัจจัยดังกล่าวไปใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการให้ดีขึ้น อีกทั้งยังสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้มากที่สุดอีกด้วย

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงทำการวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภคซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ เนื่องจากเล็งเห็นว่าธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวดในประเทศไทยปัจจุบันมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องจึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดีสำหรับผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่ที่จะต่อยอดและพัฒนาธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งเพื่อให้สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดที่กำลังเติบโตนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค เพื่อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการในจังหวัดกระบี่สามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงจุด

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาด (4P)

สฤระกิจ กันเกตุ (2563) กล่าวว่าหนึ่งในความท้าทายของการทำการตลาดก็คือ การพัฒนาสินค้าและบริการให้มีคุณภาพ จนเป็นที่ยอมรับของผู้บริโภค เพื่อให้เกิดการบอกต่อและกลับมาซื้อซ้ำ กลยุทธ์ทางการตลาด 4P หรือ Marketing Mix Strategy คือทฤษฎีทางการตลาดที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในโลก โดยแบ่งการวิเคราะห์องค์ประกอบเป็น 4 ส่วน ได้แก่ Product (ผลิตภัณฑ์) Price (ราคา) Place (ช่องทางจัดจำหน่าย) และ Promotion (การส่งเสริมการขาย) เพื่อนำมาวางกลยุทธ์ทางการตลาดให้สอดคล้อง เหมาะสม และดึงดูดผู้บริโภคเพื่อสร้างยอดขายให้ได้มากที่สุด ทรงพร เทือกสุบรรณ (2562) ได้กล่าวถึง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดไว้ว่าเป็นแนวคิดที่นำมาใช้ในการกำหนดกลยุทธ์การตลาดซึ่งประกอบด้วย ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) หมายถึง สิ่งที่ผู้ขายมอบให้แก่ผู้บริโภค โดยทั่วไปอาจจะแบ่งเป็นผลิตภัณฑ์ที่จับต้องได้ และผลิตภัณฑ์ที่จับต้องไม่ได้ ซึ่งผลิตภัณฑ์นั้นต้องเกิดประโยชน์ มีคุณค่า แก้ปัญหา หรือตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ ในขณะที่ วิทยา เลิศพนาสิน (2564) ให้ความหมายด้านราคา (Price) ว่าคือ ราคาของสินค้านั้น ๆ ซึ่งผู้บริโภคจะเปรียบเทียบระหว่างราคาที่เสนอขายกับคุณค่าของสินค้า หากสินค้ามีความคุ้มค่าเหมาะสมกับราคาที่ตั้งไว้ ผู้บริโภคก็จะตัดสินใจซื้อ ดังนั้นการกำหนดราคาสินค้าก็ต้องคำนึงถึงความคุ้มค่าของผู้บริโภคด้วย ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) หมายถึงสถานที่ ทำเล วิธีการ ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับบรรยากาศหรือสิ่งแวดล้อมในการนำเสนอขายสินค้าให้แก่ผู้บริโภค ส่งผลโดยตรงต่อการซื้อของผู้บริโภค ด้านส่งเสริมการตลาด (Promotion) หมายถึงเครื่องมืออย่างหนึ่งทางการตลาดที่มีความสำคัญในการดึงดูดผู้บริโภค ให้เกิดความสนใจในตัวสินค้ามากขึ้น และยังเป็นช่องทางหนึ่งระหว่างผู้ขายกับผู้ซื้อในการแจ้งข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ หรือชักจูงให้ผู้บริโภคมีทัศนคติที่ดีต่อสินค้า

2. หลักการ 6W1H

หลักการ 6W1H วันสพร บุบผาทอง (2564) อธิบายว่าเป็นหลักการที่ใช้ในการวิเคราะห์และวางแผนงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีจุดประสงค์ในการช่วยให้เข้าใจประเด็นต่าง ๆ อย่างครบถ้วนและชัดเจน ประกอบด้วยคำถาม 7 ข้อ ซึ่งคำถามแต่ละข้อช่วยให้ได้ข้อมูลสำคัญเพื่อให้เกิดการตัดสินใจหรือการแก้ไขปัญหาที่มีความถูกต้อง เจนจิรา พะลาแดง (2565) กล่าวว่า 6W1H ประกอบไปด้วย 1. Who ใครเป็นผู้ที่เกี่ยวข้องในเรื่องนี้ มีบุคคลหรือกลุ่มคนใดที่มีส่วนร่วม หรือมีความเกี่ยวข้องบ้าง เช่น ผู้รับผิดชอบ ผู้ดำเนินการ 2. What เรื่องที่กำลังพิจารณาคืออะไร มีปัญหาหรือเป้าหมายอะไรที่ต้องทำให้สำเร็จ เช่น ผลิตภัณฑ์ งาน หรือกระบวนการ 3. Where (ที่ไหน) เหตุการณ์หรือสิ่งที่ต้องทำเกิดขึ้นที่ไหน สถานที่ใดที่เกี่ยวข้อง เช่น สถานที่จัดงาน สถานที่ที่เกิดปัญหา 4. When เวลาใดที่ต้องดำเนินการหรือเกิดขึ้น มีระยะเวลาหรือกำหนดเส้นตายที่ต้องปฏิบัติหรือไม่ 5. Why ทำไมเรื่องนี้จึงเกิดขึ้น หรือทำไมถึงต้องดำเนินการ การแก้ปัญหาหรือทำสิ่งนี้มีความสำคัญอย่างไร 6. Whom การทำงานหรือการแก้ไขปัญหาเกี่ยวข้องกับบุคคลหรือทีมงานใดบ้างที่ต้องร่วมมือกัน 7. How ต้องทำอย่างไรถึงจะบรรลุเป้าหมายหรือแก้ไขปัญหาได้ กระบวนการหรือวิธีการที่ใช้คือ

อะไร โยธิน สะอาดพันธ์ (2565) กล่าวว่า หลักการ 6W1H จะช่วยให้เราสามารถเข้าใจสถานการณ์หรือปัญหาได้รอบด้าน ทำให้การวางแผนและการดำเนินการมีความชัดเจน และลดความเสี่ยงในการทำงาน

3. ประวัติของน้ำดื่มบรรจุขวด

ศิลปวัฒนธรรม (2567) กล่าวว่า ในประเทศไทยน้ำดื่มบรรจุขวดเกิดขึ้นครั้งแรกในปี 2499 โดย แม็กซีน วูดฟิลด์ นอร์ธ (Maxine Woodfield North) ได้ตั้งโรงงานผลิตน้ำชื่อว่า “Northstar. Co. Ltd” หรือ บริษัท ดาราเหนือ จำกัด และผลิตภายใต้แบรนด์ว่า โพลาริส (Polaris) อย่างไรก็ตาม มาร์เก็ตอินโฟ (2560) กล่าวว่า การจำหน่ายน้ำดื่มบรรจุขวดในสมัยนั้นถูกจำกัดอยู่เฉพาะในโรงแรม ภัตตาคาร หรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเท่านั้น เนื่องจากคนไทยมองว่าน้ำดื่มบรรจุขวดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือย และไม่สอดคล้องกับการใช้ชีวิตประจำวัน หรือค่านิยมที่เป็นอยู่ กล่าวคือการบริโภคน้ำดื่มของคนไทยสมัยนั้นคือน้ำบ่อ หรือน้ำฝน หากใครดูแลสุขภาพก็จะนำน้ำไปต้มก่อนดื่ม ที่สำคัญคนไทยยังมีธรรมเนียมตั้งโอ่งน้ำดื่มไว้หน้าบ้านเพื่อให้คนที่สัญจรผ่านไปมาดื่มได้แบบฟรี ๆ นั่นเอง ต่อมาปี 2502 ในช่วงสงครามเวียดนาม กองทัพอเมริกาส่งทหารอเมริกันจำนวนมากเข้ามาพำนักในประเทศไทย ซึ่งเป็นเสมือนฐานทัพชั่วคราว ด้วยระยะเวลาสงครามที่กินเวลานาน ทำให้เกิดความต้องการน้ำดื่มบรรจุขวดเพิ่มขึ้นอย่างมาก ส่งผลให้มีผู้ประกอบการหลายรายสนใจในธุรกิจน้ำดื่มบรรจุขวด และเกิดผู้ผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดรายใหม่จำนวนมากในที่สุด เรื่องเล่าจากดาวนี้ (2565) กล่าวว่า โรงงานผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดมีประวัติความเป็นมาที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของอุตสาหกรรมน้ำดื่มและความต้องการน้ำดื่มสะอาดและปลอดภัยที่เพิ่มขึ้นเรื่อย ๆ โดยจุดเริ่มต้นของการผลิตน้ำดื่มบรรจุขวดเริ่มต้นขึ้นครั้งแรกในช่วงปลายศตวรรษที่ 19 โดยมีการผลิตน้ำแร่บรรจุขวดจากแหล่งน้ำธรรมชาติที่เชื่อว่ามีประโยชน์ต่อสุขภาพ ในยุคนั้นน้ำแร่บรรจุขวดถือเป็นสินค้าหรูหราที่ถูกใช้ในหมู่คนรวยและชนชั้นสูง bbc Research (2561) กล่าวว่า ในช่วงกลางศตวรรษที่ 20 อุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวดเริ่มเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการพัฒนาของเทคโนโลยีการผลิตและการบรรจุที่สามารถผลิตน้ำดื่มในปริมาณมากได้ ประกอบกับความกังวลเรื่องความปลอดภัยของน้ำประปาในบางพื้นที่ ทำให้น้ำดื่มบรรจุขวดกลายเป็นที่นิยมแพร่หลายมากขึ้น

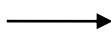
กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)

ปัจจัยส่วนผสมทางการตลาด

- ด้านผลิตภัณฑ์และการบริการ
- ด้านราคา
- ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย
- ด้านส่งเสริมการตลาด



พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

1. ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดื่มโดยเฉลี่ยต่อวัน (What)
2. ประเด็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด (Why)
3. สถานที่ที่นิยมซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด (Where)
4. บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด (Who)
5. ปริมาณของน้ำที่บรรจุในขวดที่นิยมซื้อ (How)
6. ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด (When)

สมมติฐานการวิจัย

กลยุทธ์ทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่

ระเบียบวิธีวิจัย

ในการวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคใน จังหวัดกระบี่ ผู้วิจัย มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

งานวิจัยในครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative research) ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดผ่านการตอบแบบสอบถามของผู้บริโภคน้ำดื่มที่มีอายุตั้งแต่ 20 ปีขึ้นไป และมีถิ่นอาศัยปัจจุบันอยู่ในพื้นที่จังหวัดกระบี่ เนื่องจากผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดในจังหวัดกระบี่มี จำนวนมากและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแคน (W.G.Cochran, 1977 อ้างถึงใน ธิษณา อุ่นไพร, 2564) ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องเก็บข้อมูลคือ 385 ตัวอย่าง และเพื่อป้องกันความผิดพลาดหรือไม่สมบูรณ์ของข้อมูลซึ่งอาจเกิดขึ้นได้ ผู้วิจัยจึงเก็บข้อมูลจากกลุ่ม ตัวอย่าง จำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่างนั้น ได้แบ่งตัวอย่างให้แต่ละอำเภอมี กลุ่มตัวอย่างในจำนวนที่เท่ากันเนื่องจากจังหวัดกระบี่มีจำนวนอำเภอทั้งสิ้น 8 อำเภอ ดังนั้นเราจะได้ขนาดของ กลุ่มตัวอย่างที่แบ่งเท่า ๆ กันทั้ง 8 อำเภอ คืออำเภอละ 50 ตัวอย่าง รวมทุกอำเภอ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

ตอนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปมีลักษณะคำถามแบบให้เลือกตอบเพียงข้อเดียวแบบปลายปิด (Close-ended Question) ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้รวมเฉลี่ยต่อเดือน และจำนวนสมาชิก ในครัวเรือน จำนวนรวม 6 ข้อ

ตอนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด โดยแยกหมวด คำถามออกเป็นปัจจัยในแต่ละด้านของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้าน ราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) และด้านการส่งเสริมทางการตลาด จำนวน 20 ข้อ

ตอนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ในจังหวัดกระบี่จำนวน 6 ข้อ ได้แก่ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดื่มโดยเฉลี่ยต่อวัน ประเด็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด สถานที่ที่นิยมซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด บุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ปริมาณของน้ำที่บรรจุ ในขวดที่นิยมซื้อ ความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะอื่น ๆ มีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิด

3. การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเข้ากระบวนการตรวจสอบคุณภาพของ เครื่องมือ ได้แก่ ความเที่ยงตรง (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนเก็บรวบรวม ข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาและประเด็นที่ศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมินและนำไปหาค่าความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม โดยผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ทั้งนี้แบบสอบถามที่ใช้ในงานวิจัยมีค่าเฉลี่ยรวม IOC ที่ 0.84

ตอนที่ 3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบ (Try-out) กับผู้บริโภคน้ำดื่มบรรจุขวดภายในพื้นที่จังหวัดกระบี่ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบัค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือ (Alpha) มีค่า 0.87 แสดงว่าผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลตัวอย่างจริงตามลำดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามขั้นตอน ทำการรวบรวมและตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามให้ครบถ้วน หลังกลับมาเพื่อนำไปทำการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไปการศึกษาในครั้งนี้เป็นงานวิจัยใน 2 ส่วนหลัก ดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ

เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมจากกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นผู้บริโภคน้ำดื่มในจังหวัดกระบี่ จำนวน 400 คน

ข้อมูลทุติยภูมิ

ได้จากการศึกษาคำรา สื่อออนไลน์ บทความทางวิชาการ วาสาร ข้อมูลทางสถิติ เอกสารงานวิจัย และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานี้ ได้แก่ ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยกลยุทธ์ทางการตลาด (4P's) และ พฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภค

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยการหาค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด

ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1) ผลการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (72.5%) ช่วงอายุต่ำกว่า 30 ปี (55.5%) สถานภาพโสด (52.3%) ระดับคุณวุฒิการศึกษามัธยม (45.8%) รายได้ต่อเดือน 10,001-15,000 บาท (33.0%) ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน (36.5%) และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนรวมตัวผู้ตอบแบบสอบถามด้วย 3-5 คน (51.0%)

2) พฤติกรรมผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของกลุ่มตัวอย่างพบว่า ปริมาณน้ำดื่มบรรจุขวดที่ดื่มโดยเฉลี่ยต่อวันของผู้บริโภคคือปริมาณ 350-600 มล. ต่อวัน โดยมีราคาเป็นประเด็นที่ให้ความสำคัญในการเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดมากที่สุด นิยมเลือกซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดจากร้านชำใกล้บ้าน โดยมีตัวเองเป็นบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ปริมาณของน้ำที่บรรจุในขวดที่นิยมซื้อคือ 600 มล. และมีความถี่ในการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดเฉลี่ย 1-3 ครั้งต่อสัปดาห์

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (n = 400)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.428	0.706	มาก
ด้านราคา	4.365	0.725	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.312	0.764	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.320	0.782	มาก
รวม	4.356	0.744	มาก

จากตาราง 1 เป็นการสรุประดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.356$, S.D. = 0.744) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.428$, S.D. = 0.706) อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านราคา ($\bar{x} = 4.365$, S.D. = 0.725) อยู่ในระดับมาก ด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.320$, S.D. = 0.782) อยู่ในระดับมาก และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.312$, S.D. = 0.764) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ (n = 400)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	TOL.	VIF	t	P-Value
	Coefficients		Coefficients				
	B	S.E.	Beta				
ค่าคงที่	2.350	0.199					0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.454	0.037	0.546	0.691	1.248	2.440	0.000**
ด้านราคา	0.059	0.028	0.081	0.874	1.144	2.088	0.037*
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.026	0.094	0.033	0.180	1.464	0.028	0.779
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.133	0.104	0.158	0.164	1.501	1.275	0.203

R = 0.235, R Square = 0.490, Adjusted R Square = 0.475, SEE = 0.4695
F = 23.213, Sig. of F = 0.000

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 พบว่า ค่า TOL ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.164 – 0.874 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.144 – 1.501 ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันน้อย

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.546$) และ ด้านราคา ($\beta = 0.081$) และตัวแปรอิสระทั้ง 3 ตัว สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ ในภาพรวมได้ร้อยละ 47.50

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. การศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุส่วนใหญ่ต่ำกว่า 30 ปี สถานภาพส่วนใหญ่คือโสด ระดับคุณวุฒิการศึกษาคือ มัธยม รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานหรือลูกจ้างเอกชน และมีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนรวมตัวผู้ตอบแบบสอบถามด้วย 3-5 คน ดังนั้นผู้ประกอบการควรระมัดระวังทำการตลาดกับผู้บริโภคกลุ่มนี้ เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการซื้อน้ำดื่มบรรจุขวดในท้องถิ่นสูง ด้วยการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดที่เหมาะสม

2. ควรมีการศึกษาประเด็นประชากรศาสตร์โดยเพิ่มตัวแปรด้านอำเภอที่เป็นถิ่นที่อยู่ของผู้ตอบแบบสอบถามเข้าไปด้วย เพื่อศึกษาว่าปัจจัยประชากรศาสตร์ด้านอำเภอที่เป็นถิ่นที่อยู่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ

น้ำดื่มบรรจุขวดด้วยหรือไม่ เนื่องจากแต่ละอำเภอของจังหวัดกระบี่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์ หรือมีขนาดทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน เช่นอำเภอเกาะลันตา เป็นอำเภอที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นเกาะ ส่งผลให้น้ำดื่มบรรจุขวดจึงมีจำนวนไม่หลากหลายเหมือนอำเภออื่น ๆ ประกอบกับเป็นอำเภอท่องเที่ยวจึงอาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มของผู้บริโภคที่อาศัยในพื้นที่ดังกล่าวได้

3. ควรมีการศึกษาประเด็นส่วนประสมทางการตลาดโดยขยายจาก 4 ปัจจัย เป็น 7 ปัจจัย เนื่องจากผู้ทำงานวิจัยพบว่าลักษณะการขายน้ำในปัจจุบันมีการทำการตลาดในหลากหลายรูปแบบมากขึ้น เช่นการทำตลาดออนไลน์ การรับทำแบรนด์ในเนื่องโอกาสต่าง ๆ เฉพาะกิจ การคัดเลือกพนักงานจากคนในพื้นที่เพื่อเจาะกลุ่มตลาดคนในพื้นที่ ซึ่งการตลาดเหล่านี้อาจส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มของผู้บริโภคได้

บรรณานุกรม

- เจนจิรา พะลาแดง. (2565) การศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภค ความไว้วางใจการสื่อสารปากต่อปากทางอิเล็กทรอนิกส์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเข้าพระเครื่องผ่าน TikTok ของผู้บริโภคในจังหวัดนนทบุรี. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
- ณัชชา โพธิ์ นาผาย. (2564) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการซื้อสินค้าผ่านแพลตฟอร์ม Tiktok ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ทรงพร เทือกสุบรรณ (2562) ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดบริการ (7P's) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ธิษณา อุ่นไพร. (2564) กลยุทธ์ทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อน้ำดื่มบรรจุขวด ในอำเภอนครไทย จังหวัดพิษณุโลก (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- มาร์เก็ตอินโฟ. (2560). ตลาดน้ำดื่มบรรจุขวด. สืบค้นจาก <http://www.marketinfo.co.th/>
- พงษ์จิรัฐ จิงนิธิเกียรติ. (2558). การตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์น้ำดื่มของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดมุกดาหาร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- โยธิน สะอาดพันธ์. (2565) พฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีผลต่อการเลือกซื้ออาหารริมบาทวิถีในเขตกรุงเทพมหานคร (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- เรื่องเล่าจากดาวนี้. (9 ตุลาคม 2565) กำเนิดอุตสาหกรรมน้ำดื่มบรรจุขวด. สืบค้นจาก <https://www.blockdit.com/posts/633e7f65ffd351cd9026c5a5>
- วันสพร บุบผาทอง. (2564) การตัดสินใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค กรณีศึกษา ผู้ใช้บริการศูนย์บริการโตโยต้านครปฐม ผู้จำหน่ายโตโยต้าจำกัด (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุระกิจ กันเกตุ. (2563). ส่วนประสมทางการตลาดของน้ำดื่มบรรจุขวดภายใต้โครงการของมหาวิทยาลัยที่ส่งผลกระทบต่อทัศนคติของนักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มภาคเหนือ (วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). พิษณุโลก: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.

ศิลปวัฒนธรรม. (11 มกราคม 2567) ย้อนรอยกำเนิด “น้ำดื่มบรรจุขวด” ในไทย มีตอนไหน ฮิตเมื่อไร. สืบค้นจาก https://www.silpa-mag.com/history/article_125378

bbcResearch. (10 สิงหาคม 2561) กำเนิดอุตสาหกรรมน้ำขวด. สืบค้นจาก <https://blog.Bccresearch.com/birth-of-the-bottled-water-industry>

ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางถ่ายทอดสด
ช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่

FACTORS AFFECTING CONSUMER'S PURCHASING BEHAVIOR PRODUCT THROUGH THE
SHOPEE LIVE BROADCAST CHANNEL OF PEOPLE IN KRABI

จินตนา ฟุ้งเฟื่อง¹ และ ศรัญญา เนียมฉาย²

¹คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6624100052@rumail.ru.ac.th

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Saranyaa.niemchai@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ถึงลักษณะประชากรศาสตร์ที่มีอิทธิพลพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) เพื่อศึกษาปัจจัยแรงจูงใจด้านต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) และเพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกระบี่ และเคยชมการถ่ายทอดสดการขายสินค้าผ่านช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วย ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สถิติทดสอบที (t-Test) และ สถิติการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ

ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีลักษณะดังนี้ เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 18-25 ปี สถานภาพโสด ระดับคุณวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าคือ ซื้อเฉพาะสินค้าที่มีความต้องการและตั้งใจจะซื้อเดิมแล้วเท่านั้น ประเภทสินค้าที่ซื้อคือเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย โดยความถี่ในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 301-1000 บาท โดยส่วนใหญ่นิยมสั่งซื้อสินค้าในช่วงเวลา 17:01-20:00 น. และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือตัวเองเป็นส่วนใหญ่

ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์

คำสำคัญ : การถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์, แรงจูงใจ, พฤติกรรมของผู้บริโภค

Abstract

This study aims to investigate consumer demographics in Krabi Province that influence purchasing behavior through Shopee Live (SHOPEE LIVE), explore motivational factors affecting purchasing behavior through this platform, and examine the impact of marketing mix factors on purchasing behavior via Shopee Live. The sample group consisted of 400 consumers residing in Krabi Province who had previously viewed live shopping broadcasts on Shopee Live. The research utilized questionnaires as the primary data collection tool, and data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, and multiple regression analysis.

The results revealed that the majority of respondents were female, aged 18–25 years, single, with educational attainment below a bachelor's degree, earning less than 10,000 THB per month, and primarily students. Consumer behavior when purchasing through Shopee Live in Krabi Province indicated that purchases were generally limited to items the consumer had already planned to buy. The most commonly purchased items were clothing and apparel, with a purchasing frequency of 2–3 times per week. The average spending per transaction ranged from 301 to 1,000 THB, with most purchases made between 5:01 PM and 8:00 PM. Respondents identified themselves as the primary influence on their purchasing decisions.

The hypothesis testing results revealed that the marketing factors associated with consumer purchasing behavior through Shopee Live in Krabi Province include product-related factors.

Keywords : Shopee Live, motivation, consumer behavior

บทนำ

ในปี พ.ศ. 2563 เกิดการแพร่ระบาดของโรคไวรัสโควิด-19 (COVID-19) ขึ้น โดยธนาคารแห่งประเทศไทยให้ความเห็นว่าเหตุนี้ถือเป็นตัวเข้ามาเป็นตัวเร่งให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในหลายด้านอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่ออำนวยความสะดวกในการจับจ่ายสินค้า ดังเห็นได้ว่าก่อนวิกฤตโควิด 19 ผู้ขายหลายคนยังไม่เคยใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียในการแพร่ภาพสด (Live) เพื่อขายสินค้าอย่างจริงจัง แต่เมื่อมีโควิด 19 เข้ามาส่งผลให้ธุรกิจและแบรนด์ต่าง ๆ เริ่มหันมาสนใจการทำพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (Social Commerce) กันมากขึ้น ผ่านการแพร่ภาพสด (Live) (สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP), 2564) เพื่อดึงให้ลูกค้าสนใจ และทำให้การซื้อขายเป็นเรื่องสนุก ตื่นเต้น โดยสามารถมีปฏิสัมพันธ์กับ

ผู้ขายได้โดยตรง ส่งผลให้การทำการตลาดแบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากขึ้น (วิจัย
กรุงศรี, 2564)

จากการศึกษาบทความของ สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์, (2564) พบว่า ธุรกิจที่
จำหน่ายสินค้าในรูปแบบออนไลน์ หรือที่เราเรียกกันว่าพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ มีการเติบโตต่อเนื่องทุกปีและมี
ค่าเฉลี่ยการค้นหาข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการซื้อขายสินค้าออนไลน์สูงกว่าค่าเฉลี่ยของปีก่อนเกิดโควิด และ
ปัจจุบันปี พ.ศ.2567 การเติบโตของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ยังมีการขยายตัวขึ้นมาก เนื่องจากในปัจจุบัน
เทคโนโลยีอินเทอร์เน็ตมีการพัฒนามากขึ้นในทุก ๆ ด้านและปริมาณผู้ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตมีจำนวนเพิ่มมากขึ้นทุกปี

เมื่อพิจารณาถึงแพลตฟอร์มขายของออนไลน์แบบแพร่ภาพสด หรือแอปพลิเคชันสำเร็จรูป ที่ให้ร้านค้า
หรือผู้ขายได้เข้ามาลงขายสินค้าไว้บนแพลตฟอร์ม และเป็นที่ที่ลูกค้าได้เข้ามาค้นหาสินค้าที่เขาต้องการเลือก
ซื้อได้ตลอดเวลา แพลตฟอร์มเหล่านี้จะมีระบบที่ช่วยอำนวยความสะดวกทั้งผู้ขายและผู้ซื้อ โดยผู้ซื้อสามารถเลือก
ดูสินค้า เปรียบเทียบราคา กดสั่งซื้อ และชำระเงินได้ครบจบในตัวแพลตฟอร์มเลย ส่วนผู้ขายเองก็สามารถลง
ขายสินค้าได้ง่าย มีการจัดส่งที่เป็นระบบ ป้องกันการเกิดปัญหาต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี (สำนักงานพัฒนาธุรกรรม
ทางอิเล็กทรอนิกส์, 2563) แพลตฟอร์มออนไลน์ที่นิยมสำหรับลงขายสินค้าในประเทศไทยปัจจุบัน 3 อันดับ
แรกได้แก่ 1. Shopee 2. Lazada 3. Facebook ตามลำดับ (PACKHAI คลังสินค้าออนไลน์ Fulfillment เก็บ
แพ็ค ส่ง, 2567) ซึ่งแพลตฟอร์มทั้ง 3 นั้นมีช่องทางในการซื้อและขายหลายรูปแบบ เช่น การโพสต์ขาย การส่ง
คูโปงไปยังช่องแชท การทำวิดีโอสั้น และการถ่ายทอดสด เป็นต้น

การถ่ายทอดสดขายของ เป็นรูปแบบการขายของออนไลน์แบบเรียลไทม์ (Real-Time) หรือการไลฟ์
โดยผู้ขายสามารถพูดคุย นำเสนอสินค้า โต้ตอบกับลูกค้าได้ มีปฏิสัมพันธ์กับลูกค้าได้ ลูกค้าสามารถเข้ามาร่วม
แสดงความคิดเห็น สั่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางแชท บทความของ กรุงเทพธุรกิจ, (2564) เผยว่า การถ่ายทอดสด
ขายของเป็นวิธีการขายที่สามารถปิดการขายได้เร็วกว่าวิธีอื่น ๆ เรียกได้ว่าเป็นช่องทางการทำการตลาดของ
พ่อค้าแม่ออนไลน์ ในโลกออนไลน์ยุคดิจิทัล ที่ช่วยกระตุ้นการตัดสินใจซื้อของกลุ่มเป้าหมายได้ไม่น้อย

จากข้อมูลที่ได้กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงได้จัดทำการศึกษาวิจัยในหัวข้อเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการ
ซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ เนื่องจากเล็งเห็น
ว่าธุรกิจออนไลน์ ในประเทศไทยในปัจจุบันมีการเติบโตและขยายตัวอย่างต่อเนื่องจึงน่าจะเป็นโอกาสที่ดี
สำหรับผู้ประกอบการที่จะต่อยอดและพัฒนาธุรกิจให้มีความแข็งแกร่งเพื่อให้สามารถเข้ามาแข่งขันในตลาดที่
กำลังเติบโตได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยทำการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภค
ในการซื้อเพื่อเสนอแนะให้ผู้ประกอบการสามารถพัฒนาสินค้าได้ตรงจุด

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจ

ปฐิณญา อัครารุธ (2566) ให้ความหมายว่าทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจเป็นตัวกระตุ้น เป็นสิ่งเร้า หรือชักจูงใจ
นำพาบุคคลให้คิด หรือกระทำการไปสู่จุดหมายปลายทางที่เจาะจงไว้ อันได้แก่ ความต้องการ ความปรารถนา

และความสนใจ เมื่อพิจารณาแรงจูงใจในการตัดสินใจซื้อสินค้าแล้วนั้น ฌริศรา เวทยานนท์ (2566) พบว่า นักการตลาดสามารถสร้างกลยุทธ์เพื่อจูงใจผู้บริโภคด้วยการประเมินทางเลือก ในด้านเหตุผลและด้านอารมณ์ ได้แก่ 1. แรงจูงใจด้านเหตุผล กล่าวคือ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยใช้เหตุผลและผลมาพิจารณาตามทฤษฎีทางเศรษฐกิจต่าง ๆ และเลือกผลิตภัณฑ์ที่ให้ผลประโยชน์สูงสุด เช่น พิจารณาขนาดที่เหมาะสมที่สุด ราคาที่ถูกที่สุด ปริมาณที่มากที่สุด เป็นต้น 2. แรงจูงใจด้านอารมณ์ วันวิสาข์ บุญเพ็ชร (2565) กล่าวคือ ผู้บริโภคจะตัดสินใจซื้อสินค้าโดยใช้หลักเกณฑ์ความรู้สึกและความพึงพอใจภายในหรือภายนอก แต่เป็นความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลัก จากการพิจารณาวัตถุประสงค์ผลประโยชน์สูงสุด โดยยึดตามเกณฑ์ของความรู้สึกส่วนตัวเป็นหลัก

2. ทฤษฎีและแนวคิดด้านส่วนประสมการตลาด (4P)

พรชัย บุญเสียงเพราะ (2566) ได้กล่าวถึง ทฤษฎีส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) เป็นแนวคิดที่ใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาด เพื่อกำหนดเครื่องมือหรือปัจจัยต่าง ๆ ที่ช่วยสร้างและส่งเสริมผลิตภัณฑ์หรือบริการให้น่าสนใจและสามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ วีระศักดิ์ เทียงธรรม (2566) กล่าวว่า ส่วนประสมทางการตลาด ประกอบด้วย Product (ผลิตภัณฑ์) คือ สิ่งที่บริษัทนำเสนอให้กับลูกค้า ซึ่งอาจเป็นสินค้าหรือบริการ จุดเด่นของผลิตภัณฑ์ เช่น คุณภาพ คุณสมบัติพิเศษ การออกแบบ การบรรจุภัณฑ์ และการรับประกัน ล้วนเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสร้างมูลค่าและความแตกต่างให้กับผลิตภัณฑ์ในตลาด Price (ราคา) คือ การตั้งราคาเป็นเรื่องสำคัญที่มีผลต่อความสามารถในการแข่งขัน ราคาที่เหมาะสมต้องสอดคล้องกับคุณภาพของผลิตภัณฑ์และความสามารถในการจ่ายของลูกค้า ทั้งนี้กลยุทธ์การตั้งราคาอาจมีหลากหลายรูปแบบ เช่น การตั้งราคาสูงเพื่อสร้างภาพลักษณ์ที่พรีเมียม หรือการตั้งราคาต่ำเพื่อเจาะตลาดใหญ่ เจตน์ เลิศจรูญวิทยา (2566) กล่าวว่า Place (สถานที่จัดจำหน่าย) คือ การเลือกช่องทางจัดจำหน่ายเป็นสิ่งที่กำหนดว่าลูกค้าจะสามารถเข้าถึงผลิตภัณฑ์ได้อย่างไร โดยช่องทางการจำหน่ายอาจเป็นทั้งการขายตรงผ่านร้านค้าออนไลน์ ร้านค้าปลีก หรือผ่านตัวแทนจำหน่าย กลยุทธ์นี้มีผลต่อการกระจายสินค้าและการสร้างประสบการณ์การซื้อที่ดีให้กับลูกค้า Promotion (การส่งเสริมการขาย) คือ การสื่อสารกับลูกค้าเพื่อสร้างความต้องการและกระตุ้นการซื้อสินค้า เช่น การโฆษณา การจัดโปรโมชั่น ส่วนลด การประชาสัมพันธ์ และกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีเป้าหมายเพื่อให้ลูกค้ารับรู้และสนใจผลิตภัณฑ์มากขึ้น

3. ทฤษฎีและแนวคิดด้านพฤติกรรมผู้บริโภค

พฤติกรรมของผู้บริโภค สรลพร มนต์สิวะกุล (2566) กล่าวว่าคือท่าทางการแสดงออกหรือการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคที่แตกต่างกันในแต่ละคนตามโมเดลพฤติกรรมผู้บริโภค (S-R Theory) โดยประกอบด้วยปัจจัย 3 ส่วน เริ่มต้นจากแรงจูงใจ สิ่งเข้ามารกระตุ้น หรือสิ่งเร้าที่ก่อให้เกิดความต้องการซื้อ เช่น ลักษณะทางกายภาพ ความจำเป็น ความสวยงาม ปริมาณ ราคา เป็นต้น ในส่วนต่อมาคือความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ในส่วนนี้ ชนาภรณ์ กลิ่นหอม (2563) กล่าวว่า พฤติกรรมผู้บริโภคถือเป็นโจทย์ที่ท้าทายสำหรับผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่ายเนื่องจากผู้จำหน่ายไม่ทราบความรู้สึกนึกคิดของผู้ซื้อ ดังนั้นจึงต้องศึกษาพฤติกรรมของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย เพื่อให้ได้ข้อมูลซึ่งเป็นผลของส่วนที่สาม คือการตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคในการ

ตัดสินใจเลือกซื้อสินค้า หรือบริการ ไม่ว่าจะ เป็นความต้องการในส่วน ของปริมาณ ราคา ลักษณะผลิตภัณฑ์ และช่องทางการจัดจำหน่ายสินค้าที่เหมาะสม

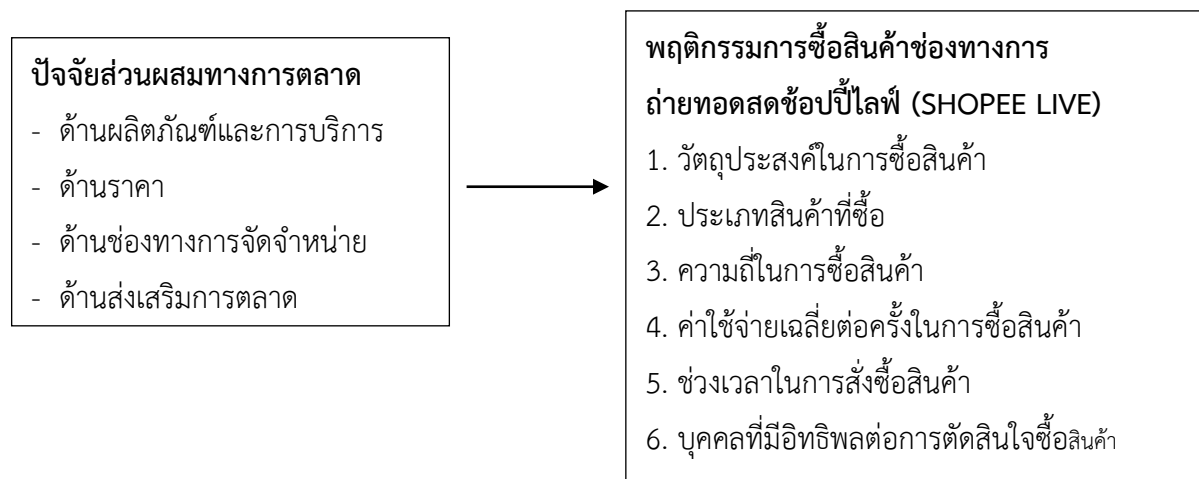
4. ความเติบโตของช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE)

การไลฟ์สดขายของบน Shopee ในประเทศไทยเป็นหนึ่งในกลยุทธ์การขายที่ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากความสะดวกสบายของแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซและการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคที่เน้นการช้อปปิ้งออนไลน์มากขึ้น โดยจุดเริ่มต้นของการไลฟ์สดขายของบน Shopee เริ่มจากการเปิดตัวฟีเจอร์ Shopee Live เพื่อช่วยให้ผู้ขายสามารถโต้ตอบกับลูกค้าแบบเรียลไทม์ได้ ฟีเจอร์นี้เริ่มได้รับความนิยมในประเทศไทยประมาณปี 2019 โดยมีจุดประสงค์เพื่อเพิ่มความน่าสนใจให้กับผู้ใช้งาน และเพิ่มยอดขายสำหรับผู้ขายบนแพลตฟอร์ม ต่อมาจากการระบาดของโควิด-19 ทำให้คนไทยใช้เวลาบนออนไลน์มากขึ้น การไลฟ์สดขายของกลายเป็นวิธีที่ผู้ขายใช้เพื่อสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้า และสร้างประสบการณ์ที่แตกต่างจากการช้อปปิ้งแบบดั้งเดิม เมื่อพิจารณาถึงการเติบโตและแนวโน้มแยกได้ดังนี้ 1. การใช้งาน Shopee Live เพิ่มขึ้น ผู้ขายทั้งรายเล็กและใหญ่เริ่มหันมาใช้ Shopee Live เพื่อโปรโมตสินค้า ไม่ว่าจะเป็นสินค้าประเภทแฟชั่น เครื่องสำอาง ของใช้ในบ้าน หรือสินค้าเกษตร 2. โปรโมชั่นและแคมเปญกระตุ้นยอดขาย Shopee สนับสนุนการไลฟ์สดด้วยแคมเปญ เช่น Shopee 9.9, 10.10, 11.11, และ 12.12 ซึ่งมักจะมีการแจกคูปองและสิทธิพิเศษให้กับผู้ที่รับชมไลฟ์สด 3. การแข่งขันและคุณสมบัติใหม่ๆ Shopee ปรับปรุงฟีเจอร์ Shopee Live อย่างต่อเนื่อง เช่น การเพิ่มระบบแจกคูปอง การจัดมินิเกมในไลฟ์ และการให้ผู้ชมโต้ตอบผ่านการแชทหรือโหวตสินค้า โดยปัจจัยที่ส่งผลให้ Shopee Live ประสบความสำเร็จในไทยคือ 1.วัฒนธรรมการช้อปปิ้งของคนไทย เนื่องจากคนไทยชอบการมีปฏิสัมพันธ์โดยตรงกับผู้ขาย การไลฟ์สดช่วยให้เกิดการพูดคุยแบบเรียลไทม์ ทำให้ลูกค้ารู้สึกมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ 2. ความสะดวกในการช้อปปิ้ง เนื่องจากลูกค้าสามารถซื้อสินค้าผ่านแอปพลิเคชัน Shopee ได้ทันทีระหว่างรับชมไลฟ์สด 3. ต้นทุนต่ำสำหรับผู้ขาย เนื่องจากการไลฟ์สดช่วยลดต้นทุนการทำตลาด ผู้ขายสามารถแสดงสินค้าหลายชิ้นได้ในครั้งเดียว และดึงดูดลูกค้าได้โดยไม่ต้องมีหน้าร้านจริง (BrandAge online, 2564) ซึ่งการเติบโตและแนวโน้มดังกล่าว กลายเป็นประเด็นที่น่าศึกษาอย่างยิ่งสำหรับนักการตลาด หรือผู้ประกอบการใน Shopee Live

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ (Independent Variables)

ตัวแปรตาม (Dependent Variables)



สมมติฐานการวิจัย

1) ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในจังหวัด กระบี่ และเคยชมการถ่ายทอดสดการขายสินค้าผ่านช้อปปิ้งไลฟ์ (Shopee Live) ผู้วิจัยได้นำมาทำการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรในกรณีที่ไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงหาขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของคอคแคน (W.G.Cochran, 1977 อ้างถึงใน กัลยา วานิชย์บัญชา, 2560) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง ทั้งสิ้น 385 ตัวอย่าง เพื่อครบถ้วนในการเก็บข้อมูล และเพื่อป้องกันความผิดพลาดคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยจึงทำการเก็บแบบสอบถามเพิ่มอีกร้อยละ 5 ซึ่งเท่ากับ 15 ตัวอย่าง รวมขนาดกลุ่มตัวอย่าง ในการวิจัยครั้งนี้เท่ากับ 400 ตัวอย่าง

2. เครื่องมือที่ใช้วิจัย

การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัด กระบี่ เป็นงานวิจัยเชิงสำรวจ โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ ประกอบด้วย 4 ตอน โดยมีรายละเอียดดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัวของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และที่อยู่อาศัย เป็นคำถาม แบบให้เลือกตอบ จำนวน 5 ข้อ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (4P) ที่มีอิทธิพลต่อ พฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (Shopee Live) ของผู้บริโภคใน จังหวัดกระบี่ แบ่งออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (Product) ด้านราคา (Price) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (Place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion) จำนวน 20 ข้อ เป็นแบบสอบถามปลายปิด (Close-Ended Response Question) ใช้มาตรวัดแบบ Rating Scale ของ Likert (Method of Summated Rating the Likert Scale) (ศรีถนยพันธ์ ศรีจใจ, 2561)

ตอนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (Shopee Live) เป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด โดยมีหลายคำตอบให้เลือก (Multiple Choice Question) จำนวน 5 ข้อ

3. การทดสอบเครื่องมือ

ในการศึกษางานวิจัย ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปเข้ากระบวนการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ ได้แก่ ความเที่ยงตรง (Content Validity) และความเชื่อถือได้ (Reliability) ก่อนเก็บรวบรวมข้อมูลดังนี้

ตอนที่ 1 ศึกษาจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพร้อมทั้งปรึกษาอาจารย์ที่ปรึกษา เพื่อเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม โดยให้ครอบคลุมเนื้อหาและประเด็นที่ศึกษา

ตอนที่ 2 การทดสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Content Validity) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามส่งให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน เพื่อประเมินและนำไปหาค่าความสอดคล้อง (Index of Item Objective Congruence: IOC) เพื่อตรวจสอบความเหมาะสมของแบบสอบถาม ทั้งนี้ผู้วิจัยได้เลือกข้อคำถามที่มีค่า IOC มากกว่า 0.5 และได้ทำการปรับปรุงแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ

ตอนที่ 3 นำแบบสอบถามเสนออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อพิจารณาตรวจสอบแก้ไขให้มีความถูกต้องเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) แล้วจึงนำแบบสอบถามที่ได้ไปทำการทดสอบ (Try-out) กับการซื้อสินค้าผ่านการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคนในจังหวัด กระบี่ ภายในพื้นที่จังหวัดกระบี่ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 ชุด เพื่อตรวจสอบว่าคำถามสามารถสื่อความหมายตรงตามความต้องการและมีความเหมาะสมหรือไม่ จากนั้นจึงนำมาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปการทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามโดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟา (Coefficient) ของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งค่าความเชื่อถือ (reliability) ของเครื่องมือ (Alpha) ต้องมีค่าไม่ต่ำกว่า 0.70 แสดงว่าผ่านการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ จึงสามารถนำแบบสอบถามไปเก็บข้อมูลตัวอย่างจริงตามลำดับ

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากแหล่งข้อมูลประกอบด้วย 2 ส่วน คือ ข้อมูลปฐมภูมิ เป็นข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ข้อมูลทุติยภูมิเป็นการค้นคว้าหาข้อมูลจากเอกสาร เอกสารที่มีความน่าเชื่อถือ วารสาร ผลงานวิจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงแหล่งข้อมูลทางอินเทอร์เน็ต เพื่อประกอบการสร้าง แบบสอบถาม

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ ระดับคุณวุฒิ การศึกษา รายได้ต่อเดือน อาชีพ และจำนวนสมาชิกในครัวเรือน โดยการหาค่าร้อยละ

2) การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยการวิเคราะห์การถดถอยพหุ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานวิจัย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการชื้อน้ำดื่มบรรจุขวดของผู้บริโภคนในจังหวัดกระบี่ โดยศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล 2 ประเภท และนำผลของความสัมพันธ์ที่ได้จากการวิเคราะห์ไปพยากรณ์ค่าตัวแปรหรือคุณลักษณะของข้อมูล

ผลการวิจัย

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปเกี่ยวกับลักษณะของกลุ่มตัวอย่าง โดยการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา

1) ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (70.5%) ช่วงอายุ 18-25 ปี (42.3%) สถานภาพโสด (61.8%) ระดับคุณวุฒิการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี (52.8%) รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท (30.5%) และประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษา (25.8%)

2) พฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ พบว่า วัตถุประสงค์ในการซื้อสินค้าคือซื้อเฉพาะสินค้าที่มีความต้องการและตั้งใจจะซื้อเดิมแล้วเท่านั้น ประเภทสินค้าที่ซื้อคือเสื้อผ้า/เครื่องแต่งกาย โดยความถี่ในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่ประมาณ 2-3 ครั้งต่อสัปดาห์ ค่าใช้จ่ายเฉลี่ยต่อครั้งในการซื้อสินค้าส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 301-1000 บาท โดยส่วนใหญ่ นิยมสั่งซื้อสินค้าในช่วงเวลา 17:01-20:00 น. และบุคคลที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าคือตัวเองเป็นส่วนใหญ่

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมานเพื่อการทดสอบสมมติฐานปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน ด้วยค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (n = 400)

ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
ด้านผลิตภัณฑ์	4.317	0.750	มาก
ด้านราคา	4.200	0.768	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.150	0.787	มาก
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	4.236	0.771	มาก
รวม	4.256	0.769	มาก

จากตาราง 1 เป็นการสรุประดับความคิดเห็นปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่แตกต่างกันมีอิทธิพลต่อกับพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน ในภาพรวม อยู่ในระดับมาก ($\bar{x} = 4.256$, S.D. = 0.769) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน โดยเรียงลำดับตามค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{x} = 4.317$, S.D. = 0.750) อยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{x} = 4.236$, S.D. = 0.771) อยู่ในระดับมาก ด้านราคา ($\bar{x} = 4.200$, S.D. = 0.768) อยู่ในระดับมาก และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ($\bar{x} = 4.150$, S.D. = 0.787) อยู่ในระดับมาก

ตารางที่ 2 การวิเคราะห์สถิติการถดถอยพหุของตัวแปรพยากรณ์ปัจจัยด้านแรงจูงใจที่แตกต่างกันมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่แตกต่างกัน (n = 400)

ตัวแปร	Unstandardized		Standardized	TOL.	VIF	t	P-Value
	Coefficients		Coefficients				
	B	S.E.	Beta				
ค่าคงที่	3.193	0.198					0.000
ด้านผลิตภัณฑ์	0.306	0.097	0.341	0.205	4.882	3.146	0.002*
ด้านราคา	0.028	0.096	0.032	0.200	5.004	0.032	0.772
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	0.109	0.093	0.128	0.204	4.892	0.128	0.239
ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	0.002	0.102	0.002	0.175	5.711	0.015	0.988

R = 0.277, R Square = 0.051, Adjusted R Square = 0.420, SEE = 0.659
F = 5.343, Sig. of F = 0.000

* มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05, **มีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

จากตาราง 2 พบว่า ค่า TOL ของตัวแปรอิสระอยู่ระหว่าง 0.175 – 0.205 และค่า VIF อยู่ระหว่าง 4.882 – 5.711 ซึ่งสรุปได้ว่าตัวแปรอิสระมีความสัมพันธ์กันน้อย

ผลการศึกษาของกลุ่มตัวอย่าง พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ คือ ด้านผลิตภัณฑ์ อย่างมีระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ส่วนด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมทางการตลาด ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 และเมื่อพิจารณาตัวแปรที่มีอำนาจในการทำนายผลต่อการตัดสินใจซื้อได้ดีที่สุด คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\beta = 0.341$) ซึ่งตัวแปรอิสระนี้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าการซื้อสินค้าช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภคในจังหวัดกระบี่ ในภาพรวมได้ร้อยละ 4.20

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เนื่องจากผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ช่วงอายุ 18-25 ปี สถานภาพโสด ระดับคุณวุฒิ การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี รายได้ต่อเดือนน้อยกว่า 10,000 บาท และประกอบอาชีพนักเรียนหรือนักศึกษาดังนั้นผู้ประกอบการควรทำการตลาดโดยคำนึงถึงกลุ่มประชากรดังกล่าวเป็นหลัก เนื่องจากเป็นกลุ่มที่มีการซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ในจังหวัดกระบี่สูง

2. ผู้ประกอบการควรมุ่งทำการตลาดในด้านผลิตภัณฑ์เป็นหลัก เนื่องจากมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า การซื้อสินค้าช่องทางทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของผู้บริโภครในจังหวัดกระบี่

3. การศึกษาครั้งต่อไปควรกำหนดผู้บริโภครกลุ่มเป้าหมายตามพื้นที่ ที่มีลักษณะที่ไม่แตกต่างกันมากเกินไป เพื่อจะได้ผลการวิจัยที่ตรงต่อความเป็นจริง เนื่องจากการวิจัยในครั้งนี้ศึกษากลุ่มตัวอย่างประชากรทั้งจังหวัดกระบี่ ทั้งที่จังหวัดกระบี่มี 1 อำเภอที่เป็นเกาะ ดังนั้นการส่งซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์และต้องนำส่งจากพื้นที่นอกเกาะเข้ามาในเกาะจึงอาจมีราคาที่สูงกว่าปกติ ดังนั้นพฤติกรรมการซื้อสินค้า การซื้อสินค้าช่องทางทางการถ่ายทอดสดช้อปปิ้งไลฟ์ (SHOPEE LIVE) ของประชากรในพื้นที่ดังกล่าวจึงอาจแตกต่างจากประชากรในอำเภออื่นของจังหวัดกระบี่

บรรณานุกรม

- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2560). หลักสถิติ (พิมพ์ครั้งที่ 15, ฉบับพิมพ์ซ้ำ). กรุงเทพฯ: ศูนย์หนังสือ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
กรุงเทพฯธุรกิจ. (31 กรกฎาคม 2564). 'ไลฟ์' ขายของออนไลน์ยังง ใให้ลูกค้าอยาก CF ?. สืบค้นจาก <https://www.bangkokbiznews.com/business/951976>
- เจตน์ เลิศจรูญวิทยา. (2566). ส่วนประสมทางการตลาด 4E ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อซาลาเปาโบราณในอำเภอเมือง จังหวัดสุโขทัย. (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม.
- ชนาภรณ์ กลิ่นหอม. (2563). รูปแบบการดำเนินงานชีวิต คุณภาพของผลิตภัณฑ์และพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์ดูแลผิวหน้าระดับเคาน์เตอร์แบรนด์ของผู้บริโภคที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBT) ในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- ณริศรา เวทยานนท์. (2566). ปัจจัยที่มีผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของพนักงานกลุ่มเจนเอเรชั่นวายในจังหวัดกาญจนบุรี. (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- ปฐิญา อัครารุช. (2566). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจสมัครงานของผู้สมัครต่อบริษัท นันยางมาร์เก็ตติ้ง จำกัด (สารนิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- พรชัย บุญเสียงเพราะ. (2566). ปัจจัยสวนประสมทางการตลาดของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อเครื่องปรับอากาศในจังหวัดสุพรรณบุรี (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- วิจัยกรุงศรี. (29 กันยายน 2564). Social Commerce คลื่นลูกใหม่ของพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. สืบค้นจาก <https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/social-commerce-21>
- วันวิสาข์ บุญเพ็ชร. (2565). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อความผูกพัน ต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอ็น.ดี. รับเบอร์ จำกัด (มหาชน). (การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

- วีระศักดิ์ เทียงธรรม. (2566). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อรถยนต์ไฟฟ้ายี่ห้อ BYD ของประชาชนวัยทำงานในจังหวัดสมุทรปราการ. (การค้นคว้าอิสระปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ศรัณยรัตน์ ศรีจิงใจ. (2561). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. (ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ
- สร้อยพร มนต์สวัชกุล. (2566). การศึกษามุมมองของผู้บริโภคในการเลือกซื้อสินค้าแบรนด์เนมหรูผ่านช่องทางออนไลน์ในประเทศไทย (สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยมหิดล.
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (30 มีนาคม 2563). พฤติกรรมผู้ใช้อินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี 2562. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/NEWS/ETDA-Revealed-Thailand-Internet-User-Behavior-2019.aspx>
- สำนักงานพัฒนาธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์. (10 มิถุนายน 2564). e-Commerce ไทย ยุคหลัง COVID-19. สืบค้นจาก <https://www.etda.or.th/th/Useful-Resource/Knowledge-Sharing/Perspective-on-Future-of-e-Commerce.aspx>
- สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP). (2564). รายงานผลการทบทวนผลกระทบเชิงเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดของโรคโควิด-19 ในระดับโลก และในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานพัฒนานโยบายสุขภาพระหว่างประเทศ (IHPP).
- BrandAge online. (1 กรกฎาคม 2564). "ช้อปปี" ยืนหนึ่งเรื่องไลฟ์สตรีมมิ่งด้วยยอดวิว "Shopee Live" มากกว่า 400 ล้านวิว. สืบค้นจาก <https://www.brandage.com/article/25336>
- PACKHAI คลังสินค้าออนไลน์ Fulfillment เก็บ แพ็ค ส่ง. (15 สิงหาคม 2566). รวม 8 แพลตฟอร์มขายของออนไลน์ ที่ขายง่าย ลูกค้าเยอะ. สืบค้นจาก <https://packhai.com/platform-online-shop/>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช

Factors Influencing the Decision to Continue Consuming on Plant-based Meat

วิสิฐกาญจน์ วิจิตรพงษา¹ และ อภิชนา สีสาวณิชกุล^{2*}¹ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร, คณะอุตสาหกรรมเกษตร,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, wisitkarn.w@ku.th

²ภาควิชาเทคโนโลยีอุตสาหกรรมเกษตร, คณะอุตสาหกรรมเกษตร,

มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์, apichaya.l@ku.ac.th

*Corresponding author

บทคัดย่อ

การเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคอาหารเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและส่งเสริมสุขภาพที่ดี ด้วยกระบวนการผลิตเนื้อสัตว์มีการปล่อยก๊าซเรือนกระจกในปริมาณมาก ทำให้การเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ได้รับความนิยมและเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม แต่ในปัจจุบันการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ได้รับความนิยมลดลง งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรม ทัศนคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) โดยใช้การวิจัยเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 433 คน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองการถดถอยโลจิสติกแบบ 2 กลุ่ม (Binary Logistic Regression) ผลการวิจัยพบว่าผู้บริโภคที่ยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) มีแนวโน้มเป็นเพศหญิง อายุ 26-30 ปี รายได้ปานกลางถึงสูง และการศึกษาในระดับปริญญาตรี ไม่มีโรคประจำตัว มีรูปแบบการดำเนินชีวิตในการอ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ลดการบริโภคเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร และไม่รับประทานทิ้งขว้าง โดยมีระดับความกังวลต่อภาวะโลกร้อนในระดับมาก (mean = 4.01) และรับรู้ภาวะโลกร้อนส่งผลต่อการดำเนินชีวิตในระดับมากที่สุด (mean = 4.36) ปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ได้แก่ วิถีชีวิตที่ต้องการลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร มีระดับการศึกษาสูง มีพฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์ วิถีชีวิตชอบอ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ ค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือนสูง และความกังวลต่อภาวะโลกร้อนเด็ด ตามลำดับ ดังนั้นควรสนับสนุนการสร้างตระหนักรู้ถึงผลกระทบของการบริโภคเนื้อสัตว์ต่อภาวะโลกร้อน ผ่านแคมเปญหรือโครงการที่เชื่อมโยงกับเป้าหมาย SDGs ที่ 12 และ 13 เพื่อส่งเสริมการบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืนในระยะยาว

คำสำคัญ : เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based meat), พฤติกรรมการบริโภค (Consumption behavior),

วิธีถดถอยโลจิสติกแบบ 2 กลุ่ม (Binary Logistic Regression)

Abstract

Shifting dietary patterns towards plant-based diets is a promising approach to mitigating environmental impacts and promoting better health. Given the significant greenhouse gas emissions associated with meat production, plant-based meat has gained popularity as an appealing option for environmentally conscious consumers. However, recent trends suggest a decline in plant-based meat consumption. This research aimed to investigate the behavioral, attitudinal, and lifestyle factors influencing the continued consumption of plant-based meat. A quantitative research design using an online questionnaire was employed with a sample of 433 individuals. Data was analyzed using binary logistic regression. Results revealed that continued plant-based meat consumers tended to be female, aged 26-30, with moderate to high income, and holding a bachelor's degree. They were generally healthy, engaged in reading food labels, reduced meat consumption in their meals, and avoided food waste. Notably, they exhibited a high level of concern about global warming (mean = 4.01) and perceived a significant impact of global warming on their lives (mean = 4.36). Positive factors influencing the continued consumption of plant-based meat included a lifestyle focused on reducing meat consumption, higher education levels, a preference for consuming more vegetables than meat, a habit of reading food labels, higher monthly food expenditures, and concern about global warming. Consequently, it is recommended to raise awareness about the impact of meat consumption on global warming through campaigns or projects aligned with SDGs 12 and 13 to promote sustainable consumption and production in the long term.

Keywords : Plant-based meat, Consumption behavior, Binary Logistic Regression

บทนำ

การพัฒนาอย่างยั่งยืน (Sustainable development) ได้กลายเป็นหัวข้อสำคัญในระดับโลกท่ามกลางความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทางสภาพภูมิอากาศและผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมที่ทวีความรุนแรงขึ้น (United Nations, 2015) หนึ่งในแนวทางการพัฒนาอย่างยั่งยืน (The Story Thailand, 2565) ที่สามารถช่วยลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมคือ การเปลี่ยนแปลงวิถีการบริโภคอาหาร ซึ่งอยู่ภายใต้เป้าหมาย SDGs ที่ 12 การบริโภคและการผลิตอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะในภาคเกษตรกรรม ซึ่งเป็นแหล่งปล่อยก๊าซเรือนกระจกที่สำคัญคิดเป็นร้อยละ 15.69 ของการปล่อยก๊าซทั้งหมด โดยมาจากการปลูกพืชร้อยละ 77.58 และการเลี้ยงสัตว์ร้อยละ 22.42 (สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม, 2565) นอกจากผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม การบริโภคเนื้อสัตว์ในปริมาณมากยังส่งผลเสียต่อสุขภาพ เช่น เพิ่มความเสี่ยงต่อโรคหัวใจและหลอดเลือด โรคมะเร็ง และโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) (Song, Fung, Hu, & Willett, 2016) (ทีม Hello คุณ

หมอ, 2566) ดังนั้น การลดการบริโภคเนื้อสัตว์และหันมาบริโภคโปรตีนจากพืช จึงเป็นแนวทางที่สามารถสนับสนุนทั้งการส่งเสริมสุขภาพที่ดีและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม (Song, Fung, Hu, & Willett, 2016) เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ได้รับความสนใจจากผู้บริโภคยุคใหม่ในฐานะทางเลือกที่มีศักยภาพในการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและตอบโจทย์การบริโภคที่ดีต่อสุขภาพ (Tuomisto & de Mattos, 2011) ประเทศไทยมีแหล่งวัตถุดิบที่หลากหลายที่มีความเหมาะสมต่อการผลิตเนื้อสัตว์จากพืช (Thai Post, 2567) ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา มีการเติบโตของกลุ่มผู้บริโภคที่พยายามลดการบริโภคเนื้อสัตว์ (Flexitarian) รวมถึงตระหนักในสวัสดิภาพสัตว์ (Animal Welfare) ซึ่งมีวิธีการดำเนินชีวิตที่แตกต่างกัน บางคนไม่กินเนื้อวัว สัตว์ใหญ่ หรือสัตว์ปีก แต่ยังมีบริโภคนมจากสัตว์และไข่ ส่งผลให้ตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) มีการเติบโตอย่างมาก (Thai Post, 2567) (Krungthai COMPASS, 2563) แต่ในปัจจุบันการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ได้รับความนิยมนลดลง และมีผู้บริโภคบางกลุ่มที่เลิกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) การพัฒนาผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ให้เติบโตและยั่งยืนในประเทศไทย จำเป็นต้องเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ของผู้บริโภคไทย เพื่อสนับสนุนเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) โดยเฉพาะเป้าหมายที่ 12 การบริโภคและการผลิตที่ยั่งยืน และเป้าหมายที่ 13 การจัดการการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ งานวิจัยนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรม ทศนคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ของผู้บริโภคไทย เพื่อสนับสนุนการพัฒนาเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ในประเทศไทยให้สามารถตอบโจทย์ด้านความยั่งยืน

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายและลักษณะของเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) หมายถึง ผลิตภัณฑ์เลียนแบบเนื้อสัตว์ประกอบด้วยวัตถุดิบจากพืชอย่างน้อย 95% เช่น พืชตระกูลถั่ว เห็ดแคร่ง สาหร่าย ข้าว หรือธัญพืช บางแห่งอาจจะนิยามว่าใช้วัตถุดิบทั้งหมดจากพืช โดยไม่มีส่วนผสมจากเนื้อสัตว์ (Krungthai COMPASS, 2563) ใช้นวัตกรรมเพื่อพัฒนารสชาติและเนื้อสัมผัสอย่างต่อเนื่องให้ใกล้เคียงกับเนื้อสัตว์จริงมากที่สุด มีหลากหลายเนื้อสัตว์เทียม เช่น เนื้อปู เนื้อไก่ เนื้อหมู เนื้อวัว เนื้อปลา เป็นต้น พวกนี้จะเป็นเนื้อเพื่อนำไปปรุงอาหาร อีกทั้งยังมีหลากหลายผลิตภัณฑ์ เช่น เบคอน หมูกรอบ ลูกชิ้น หมูสามชั้น หมูแดง หอยจืด เนื้อแพตตี้ เป็นต้น นอกจากนี้ เพื่อให้แตกต่างจากโปรตีนเกษตรและเพื่อเพิ่มคุณค่าทางโภชนาการ จึงมักมีการเพิ่มไฟเบอร์ วิตามิน ลดคอเลสเตอรอล หรืออาจจะมีแคลอรีต่ำตามแต่ละแบรนด์ ราคาในปัจจุบันยังคงสูงกว่าเนื้อสัตว์จริงเหมาะสำหรับผู้ทานเจ (Vegan), ผู้ที่ต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ (Flexitarian), และในบางผลิตภัณฑ์สำหรับผู้ทานมังสวิรัต เนื่องจากมีส่วนผสมที่ไม่ใช่มังสวิรัต

ทฤษฎีการตัดสินใจเลือกบริโภคของผู้บริโภค มีทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

ทฤษฎีพฤติกรรมผู้บริโภค (Consumer Behavior) ของ Kotler & Armstrong (2021) ศึกษาถึงกระบวนการที่บุคคลหรือกลุ่มบุคคลใช้ในการเลือก ซื้อ ใช้ และกำจัดสินค้า บริการ ความคิด หรือประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการและความพึงพอใจของตน

1. ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมผู้บริโภค (Factors Influencing Consumer Behavior)

1.1 ปัจจัยทางวัฒนธรรม (Cultural Factors)

- วัฒนธรรม: ความเชื่อเรื่องสุขภาพและการลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม เช่น ผู้บริโภคที่มุ่งเน้นวิถีชีวิตรักษาสภาพโลกอาจเลือกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) แทนเนื้อสัตว์จริง
- วัฒนธรรมย่อย: กลุ่มมังสวิรัต (Vegetarian) หรือกลุ่มวีแกน (Vegan) ที่ให้ความสำคัญกับการไม่เบียดเบียนสัตว์
- ชั้นทางสังคม: กลุ่มชนชั้นกลางและสูงที่มีกำลังซื้อ และคำนึงถึงสุขภาพอาจสนใจผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ที่มีราคาสูงกว่าเนื้อสัตว์ทั่วไป

1.2 ปัจจัยทางสังคม (Social Factors)

- กลุ่มอ้างอิง: เช่น เพื่อนหรือครอบครัวที่ทดลองบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) แล้วประทับใจ
- ครอบครัว: ครอบครัวที่สนับสนุนการบริโภคอาหารที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม
- บทบาทและสถานะภาพ: เช่น ผู้บริโภคที่เป็นผู้นำครอบครัวเลือกซื้ออาหารที่ตอบโจทย์ทุกคนในบ้าน

1.3 ปัจจัยส่วนบุคคล (Personal Factors)

- อายุและช่วงชีวิต: ผู้บริโภคในวัยหนุ่มสาวอาจเลือกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) เพื่อสอดคล้องกับเทรนด์สุขภาพและสิ่งแวดล้อม
- อาชีพ: คนทำงานที่ต้องการอาหารสำเร็จรูปคุณภาพสูง เช่น เบอร์เกอร์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat)
- ไลฟ์สไตล์: ผู้ที่รักษาสุขภาพและรูปร่างอาจเลือกผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) เนื่องจากมีโปรตีนสูงและไขมันต่ำ

1.4 ปัจจัยทางจิตวิทยา (Psychological Factors)

- แรงจูงใจ: เช่น ความต้องการลดน้ำหนักหรือลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก
- การรับรู้: โฆษณาที่เน้นข้อดีของ ผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) เช่น ช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์
- ความเชื่อและทัศนคติ: ผู้บริโภคที่เชื่อว่าการบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ดีต่อสุขภาพและโลกจะมีแนวโน้มซื้อซ้ำ

2. กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค (Consumer Decision-Making Process)

2.1 การรับรู้ปัญหา (Problem Recognition)

- ผู้บริโภคที่ตระหนักว่าอาหารเนื้อสัตว์ทั่วไปอาจไม่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อม

2.2 การค้นหาข้อมูล (Information Search)

- การค้นหาข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) จากอินเทอร์เน็ต รีวิวสินค้า หรือโฆษณา

2.3 การประเมินทางเลือก (Evaluation of Alternatives)

- เปรียบเทียบผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) แต่ละยี่ห้อ โดยพิจารณา ราคา รสชาติ และคุณค่าทางโภชนาการ

2.4 การตัดสินใจซื้อ (Purchase Decision)

- เลือกซื้อผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสม เช่น เนื้อบดจากพืชเพื่อนำไปทำอาหารตามความชอบ

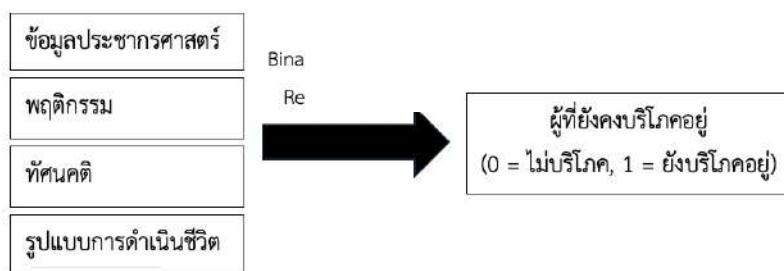
2.5 พฤติกรรมหลังการซื้อ (Post-Purchase Behavior)

- หากประทับใจในรสชาติและคุณภาพ อาจเกิดการซื้อซ้ำ หรือแนะนำผลิตภัณฑ์ให้คนรอบตัว

คำอธิบายในงานวิจัย

1. พฤติกรรม หมายถึง ลักษณะการเลือกกระทำหรือไม่กระทำในชีวิตประจำวัน ในที่นี้ประกอบด้วย ไมกินของที่ทำให้เสียสุขภาพ, ไม่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เบียดเบียนสัตว์, ไม่บริโภคสัตว์ใหญ่, บริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์
2. ทศนคติ หมายถึง ระดับความคิดหรือความรู้สึกเกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม ในที่นี้ประกอบด้วย ระดับความคิดว่าการบริโภคในปัจจุบันมีผลให้เกิดภาวะโลกร้อน, ระดับความรู้สึกว่าภาวะโลกร้อนส่งผลต่อการดำเนินชีวิต, ระดับความกังวลโดยรวมต่อภาวะโลกร้อน
3. รูปแบบการดำเนินชีวิต หมายถึง ระดับการกระทำที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคและสุขภาพในชีวิตประจำวัน ในที่นี้ประกอบด้วย การอ่านข้อมูลบรรจุภัณฑ์, ไม่ปรุงรส, ตักอาหารแต่พอเหมาะ, ไม่รับประทานทิ้งขว้าง, คุมแคลอรี, ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร, แคร่เรื่องน้ำหนัก, ดูแลรูปร่าง

กรอบแนวคิด



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดวิจัย

ในงานวิจัยนี้ศึกษาปัจจัยด้านพฤติกรรม ทัศนคติ และรูปแบบการดำเนินชีวิตที่ส่งผลต่อการตัดสินใจ ยังคงเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ของผู้บริโภคไทย โดยทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิตจะส่งผลให้เกิดพฤติกรรมและมีแนวโน้มที่เป็นไปได้ในการที่จะตัดสินใจซื้อสินค้า และหากผู้บริโภคเกิดความชอบและความเข้าใจในสินค้ามากขึ้นจะทำให้เกิดพฤติกรรมการซื้ออย่างต่อเนื่อง ผู้วิจัยได้กำหนดตัวแปรที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-based Meat) ของ

ผู้บริโภครไทยโดยแบ่งตัวแปร ดังนี้ ตัวแปรข้อมูลประชากรศาสตร์ ตัวแปรพฤติกรรม ตัวแปรทัศนคติ และตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต ดังแสดงในภาพที่ 1

ระเบียบวิธีวิจัย

ในงานวิจัยนี้ดำเนินการวิจัยในรูปแบบวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล และดำเนินการเก็บข้อมูลแบบออนไลน์ในช่วงเดือนพฤษภาคมถึงมิถุนายน 2567 โดยมีการแจ้งวัตถุประสงค์ในการศึกษาวิจัยและรูปแบบการจัดเก็บข้อมูลให้ผู้ตอบแบบสอบถาม

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริโภคชาวไทยที่เคยรับประทานผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ในประเทศไทย กำหนดเกณฑ์คัดเลือกเข้าคือ 1) เป็นบุคคลชาวไทยและอาศัยอยู่ในประเทศไทย 2) มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไปหรือมีอำนาจตัดสินใจซื้อสินค้าได้ด้วยตนเอง 3) มีพฤติกรรมการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ในช่วง 3 เดือนก่อนทำแบบสอบถาม

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริโภคชาวไทยที่เคยรับประทานผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) โดยคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมจาก Cochran (1977) เนื่องจากไม่ทราบขนาดประชากรที่แน่นอน ไม่ทราบค่าสัดส่วนของประชากร แต่ทราบว่ามีความถี่จำนวนมาก (มารยาท โยทองยศ และ ปราณี สวัสดิ์สรณ์, 2555) จึงใช้สูตร

$$n = \frac{Z^2}{4e^2}$$

โดย Z คือ ค่าทางสถิติ ณ ระดับความเชื่อมั่นที่ 95 มีค่า 1.96

n คือ ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการ

e คือ ระดับความคลาดเคลื่อนของการสุ่มตัวอย่างที่ยอมรับให้เกิดขึ้นได้ มีค่า 0.05

จะได้

$$n = \frac{(1.96)^2}{4(0.05)^2}$$

$$n = 384.16$$

จากการคำนวณหาจำนวนตัวอย่างที่เหมาะสมคือ 385 คน และดำเนินการเก็บข้อมูลโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) โดยงานวิจัยนี้เก็บตัวอย่างทั้งสิ้น 445 คน และดำเนินการจัดการข้อมูลที่ไม่สมบูรณ์ จึงทำการตัดออก เหลือกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 433 คนใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

แบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วย 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ ช่วงอายุ ระดับการศึกษา ช่วงรายได้ ค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือนต่อครัวเรือน การมีปัญหাসุภาพ โดยมีลักษณะคำตอบแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการบริโภค ประกอบด้วย พฤติกรรมไม่รับประทานของที่ทำให้เสียสุขภาพ พฤติกรรมไม่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เบียดเบียนสัตว์ พฤติกรรมไม่บริโภคสัตว์ใหญ่ พฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์ รวมถึงประเภทเนื้อสัตว์ที่บริโภคบ่อย ได้แก่ ไม่ทานเนื้อสัตว์ ไก่ แกะ แพะ ปลา หมู วัว ควาย หอย เป็ด ห่าน นก กุ้ง ปู หมึก โดยมีลักษณะคำตอบแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 3 ทศนคติ จำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย ระดับเห็นด้วยว่าพฤติกรรมการบริโภคในปัจจุบันมีผลให้โลกร้อน (เดือด) ระดับเห็นด้วยว่าภาวะของโลกในปัจจุบันส่งผลต่อการดำเนินชีวิต ระดับเห็นด้วยว่ามีความกังวลโดยรวมต่อภาวะของโลกปัจจุบัน ลักษณะคำตอบเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Likert scale) กำหนดช่วงอันตรายกึ่งด้วยการใช้สูตรคำนวณเพื่อแบ่งช่วงขึ้นเป็น 5 ระดับ หากความกว้างอันตรายกึ่งได้ 0.8 แปลผลได้ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความหมายว่า มากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความหมายว่า มาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความหมายว่า ปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความหมายว่า น้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความหมายว่า น้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 รูปแบบการดำเนินชีวิต จำนวน 8 ข้อ ประกอบด้วย ท่านมีพฤติกรรมอ่านข้อมูลบรรจุภัณฑ์ ไม่ปรุงรส ควบคุมปริมาณต่อมื้อ ไม่รับประทานทิ้งขว้าง คุมแคลอรี ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร แคร่เรื่องน้ำหนัก ดูแลรูปร่าง ลักษณะคำตอบเป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Likert scale) กำหนดช่วงอันตรายกึ่งด้วยการใช้สูตรคำนวณเพื่อแบ่งช่วงขึ้นเป็น 5 ระดับ หากความกว้างอันตรายกึ่งได้ 0.8 แปลผลได้ ดังนี้

ระดับคะแนนเฉลี่ย 4.21 – 5.00 แปลความหมายว่า เห็นด้วยมากที่สุด

ระดับคะแนนเฉลี่ย 3.41 – 4.20 แปลความหมายว่า เห็นด้วยมาก

ระดับคะแนนเฉลี่ย 2.61 – 3.40 แปลความหมายว่า เห็นด้วยปานกลาง

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.81 – 2.60 แปลความหมายว่า เห็นด้วยน้อย

ระดับคะแนนเฉลี่ย 1.00 – 1.80 แปลความหมายว่า ไม่เห็นด้วย

การวิเคราะห์ผล

วิเคราะห์ความน่าเชื่อถือของแบบสอบถาม (reliability test) สำหรับข้อมูลในส่วนแบบประเมินค่า 5 ระดับ (Likert scale) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ Cronbach Alpha Coefficient โดยหาค่า Cronbach's alpha ได้เท่ากับ 0.637 โดยมีค่ามากกว่า 0.6 จาก Forero (2024) ระบุว่าเมื่อขนาดตัวอย่างเท่ากับ 100 ค่าอัลฟาที่ได้จะมีความแม่นยำเพียงพอสำหรับค่าอัลฟาจริงที่ประมาณ 0.6 ซึ่งในที่นี้มีกลุ่มตัวอย่างจำนวน 433 คน แสดงว่าแบบสอบถามมีความน่าเชื่อถือและสามารถนำไปวิเคราะห์ทางสถิติได้ โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลคือ

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์และข้อมูลพฤติกรรมการบริโภค สำหรับ

ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์ทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิต โดยแต่ละข้อจะมีคะแนนเต็ม 5 คะแนน (Likert scale)

- สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) โดยวิเคราะห์ปัจจัยทำนายการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชต่อในผู้บริโภค ใช้สถิติการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติกแบบ 2 กลุ่ม (Binary Logistic Regression) ด้วยวิธี Backward stepwise โดยตัวแปรตาม (Y) มี 2 ค่า คือ 1 = การตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (บริโภคต่อ) และ 0 = ไม่เลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชอีกต่อไป (ไม่บริโภคต่อ) และตัวแปรอิสระ (x_i) ดังแสดงในตารางที่ 1 โดยสามารถเขียนเป็นสมการถดถอยโลจิสติก ดังนี้

$$P(Y = 1) = \frac{e^{\beta_i x_i}}{1 + e^{\beta_i x_i}}$$

โดยที่ $P(Y = 1)$ คือ ความน่าจะเป็นของเหตุการณ์ที่สนใจ $Y = 1$ (เกิดผลลัพธ์: การตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช) และ β_i คือ ค่าสัมประสิทธิ์ของตัวแปรอิสระ x_i และมีตัวแปรอิสระโดย β_i ใช้เพื่อวัดผลกระทบของตัวแปร x_i ต่อความน่าจะเป็นนั้น โดยมีค่าอื่น ๆ คงที่ สำหรับตัวแปรอิสระมี ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ตัวแปรอิสระ คำอธิบาย และประเภทข้อมูล

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำอธิบายตัวแปร	ประเภทข้อมูล
x_1	อายุ	อายุของผู้ตอบแบบสอบถาม (ปี)	Ordinal scale
x_2	จำนวนสมาชิก	จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมผู้ตอบแบบสอบถาม)	Ratio scale
x_3	ค่าใช้จ่ายอาหาร	ค่าใช้จ่ายอาหารในครัวเรือน (บาท/เดือน)	Ratio scale
x_4	ระดับการศึกษา	ระดับการศึกษาสูงสุด (1 = ต่ำกว่ามัธยมศึกษาตอนต้น; 2 = มัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า; 3 = มัธยมศึกษาตอนปลายหรือเทียบเท่า; 4 = ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า; 5 = สูงกว่าปริญญาตรีขึ้นไป)	Ordinal scale
x_5	ปัญหาสุขภาพ	1 = มีปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัว, 0 = อื่นๆ	Nominal scale
x_6	บริโภคเพื่อสุขภาพ	มีพฤติกรรมไม่บริโภคของที่ทำให้เสียสุขภาพ	Nominal scale
x_7	ไม่เปียดเบียนสัตว์	มีพฤติกรรมไม่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เปียดเบียนสัตว์	Nominal scale
x_8	ไม่บริโภคสัตว์ใหญ่	มีพฤติกรรมไม่บริโภคสัตว์ใหญ่	Nominal scale
x_9	ผักมากกว่าเนื้อสัตว์	มีพฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์	Nominal scale
x_{10}	บริโภคโลกเดือด	ระดับความเห็นด้วยว่าพฤติกรรมการบริโภคในปัจจุบันมีผลให้โลกร้อน (เดือด)	Interval scale
x_{11}	ภาวะของโลกต่อการดำเนินชีวิต	ระดับความความเห็นด้วยว่าสถานการณ์ของโลกในทุกวันนี้ส่งผลโดยตรงทำให้การดำเนินชีวิตของท่านเปลี่ยนแปลง	
x_{12}	ภาวะโลกเดือด	ระดับความกังวลเกี่ยวกับภาวะโลกเดือดที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน รวมถึงอนาคตอันใกล้	

ตัวแปร	ชื่อตัวแปร	คำอธิบายตัวแปร	ประเภทข้อมูล
x_{13}	อ่านข้อมูลบรรจุภัณฑ์	ทำนอ่านข้อมูลฉลากบนบรรจุภัณฑ์อยู่เสมอ	Interval scale
x_{14}	ไม่ปรุงรส	ทำนไม่ปรุงรสเมื่อรับประทานอยู่เสมอ	
x_{15}	ควบคุมปริมาณต่อมือ	ทำนตัดอาหารแต่พอเหมาะ (ในปริมาณที่เหมาะสมหรือบริโภคไหวต่อมือ) อยู่เสมอ	
x_{16}	ไม่รับประทานทิ้งขว้าง	ทำนไม่รับประทานทิ้งขว้าง (แม้จะมีพฤติกรรมการตัดพอเหมาะต่อมือหรือไม่ก็ตาม) อยู่เสมอ	
x_{17}	คุมแคลอรี	ทำนควบคุมปริมาณแคลอรีต่อวันอยู่เสมอ	
x_{18}	ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร	ทำนลดการเนื้อสัตว์ในมื้ออาหารอยู่เสมอ	
x_{19}	แคร้รื่องน้ำหนัก	ทำนควบคุมน้ำหนักตัวอยู่เสมอ	
x_{20}	ดูแลรูปร่าง	ทำนรักษารูปร่างอยู่เสมอ	

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง พบว่าส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง ร้อยละ 54.5 มีอายุอยู่ในช่วง 20 – 30 ปี ร้อยละ 25.1 ประกอบอาชีพข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ ร้อยละ 36.0 มีการศึกษาสูงสุดระดับปริญญาตรีหรือเทียบเท่า ร้อยละ 73.9 มีรายได้อยู่ในช่วง 20,001-25,000 ร้อยละ 18.2 ไม่มีปัญหาสุขภาพหรือโรคประจำตัว ร้อยละ 78.8 มีจำนวนสมาชิกในครัวเรือนเฉลี่ย 5 คน มีส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.604 มีค่าใช้จ่ายอาหารในครัวเรือนต่อเดือนเฉลี่ย (Mean \pm SD) เท่ากับ $10,104.38 \pm 3,565.65$ บาท (ตารางที่ 2)

ตารางที่ 2 ความถี่และร้อยละของข้อมูลประชากรศาสตร์ของกลุ่มตัวอย่าง (n = 433 คน)

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน) (n = 433)	ร้อยละ
<i>เพศ</i>		
หญิง	236	54.5
ชาย	197	45.5
<i>ช่วงอายุ (ปี)</i>		
20 - 30	109	25.1
31 - 40	99	22.9
41 - 50	82	18.9
51 - 60	108	25.0
61 ขึ้นไป	35	8.1
<i>อาชีพ</i>		

ข้อมูลประชากรศาสตร์	ความถี่ (คน) (n = 433)	ร้อยละ
นักเรียน/นักศึกษา	9	2.1
พนักงานบริษัทเอกชน	140	32.3
ประกอบธุรกิจส่วนตัว	75	17.3
ข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจ	156	36.0
เกษียณ	49	11.3
ว่างงาน	4	0.9
<i>ระดับการศึกษาสูงสุด</i>		
มัธยมต้นหรือเทียบเท่า	2	0.5
มัธยมปลายหรือเทียบเท่า	15	3.5
ปริญญาตรีหรือเทียบเท่า	320	73.9
สูงกว่าปริญญาตรี	96	22.2
<i>ช่วงรายได้ (บาทต่อเดือน)</i>		
ต่ำกว่า 15000	15	3.5
15000 - 20000	71	16.4
20001 - 25000	79	18.2
25001 - 30000	66	15.2
30001 - 35000	55	12.7
35001 - 40000	39	9.0
40001 - 45000	28	6.5
45001 - 50000	35	8.1
50001 ขึ้นไป	45	10.4
<i>มีปัญหาสุขภาพ</i>		
ไม่ใช่	341	78.8
ใช่	92	21.2
<i>จำนวนสมาชิกในครัวเรือน (รวมผู้ตอบ) (Mean = 4.63, SD = 1.604)</i>		
1 - 3	102	23.6
4 - 6	282	65.1
ตั้งแต่ 7 ขึ้นไป	49	11.3

ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภคนพบว่า มีพฤติกรรมไม่รับประทานของที่ทำให้เสียสุขภาพมากที่สุดด้วยค่าเฉลี่ย 0.42 หรือร้อยละ 41.8 (ตารางที่ 3) ซึ่งเป็นพฤติกรรมที่มีการปฏิบัติค่อนข้างสูงในกลุ่มตัวอย่าง

รองลงมาคือ พฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์ด้วยค่าเฉลี่ย 0.18 ในทางกลับกัน พฤติกรรม "ไม่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับเนื้อสัตว์" "ไม่ทานเนื้อสัตว์" และ "ไม่บริโภคสัตว์ใหญ่" มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด (Mean = 0.06 และ 0.07) สะท้อนให้เห็นถึงการที่ผู้บริโภคยังไม่ให้ความสำคัญกับการลดการบริโภคเนื้อสัตว์บางประเภท สำหรับพฤติกรรม "บริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์" แม้จะมีค่าเฉลี่ย 0.18 รองเป็นอันดับสอง ซึ่งเมื่อพิจารณาจากร้อยละถือว่าต่ำกว่าพฤติกรรมการบริโภคเนื้อสัตว์โดยทั่วไป แสดงว่ามีผู้บริโภคเพียงส่วนน้อยในกลุ่มตัวอย่างที่ให้ความสำคัญกับการบริโภคผักในปริมาณที่มากกว่าเนื้อสัตว์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ Schösler, de Boer, & Boersema (2015) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคในกลุ่มประเทศเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ยังคงมองว่าเนื้อสัตว์เป็นแหล่งโปรตีนหลัก และความนิยมเนื้อสัตว์ยังเป็นที่แพร่หลายมากกว่าผักหรือโปรตีนจากพืช รวมถึงการศึกษาของ Hartmann & Siegrist (2017) ที่กล่าวถึงอุปสรรคในการบริโภคผักว่า ผู้บริโภคมักให้เหตุผลในการเลือกเนื้อสัตว์มากกว่าผักว่าเกี่ยวข้องกับความสะดวก รสชาติ และการเข้าถึง หรืออาจมีสาเหตุมาจากเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ที่มีราคาสูงกว่าเนื้อสัตว์จริง (Thai Post, 2567)

ตารางที่ 3 ค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการบริโภคและเนื้อสัตว์ที่บริโภคบ่อยแบบ 2 ค่า (Dichotomous data)

ตัวแปรพฤติกรรมการบริโภค	ความถี่ (n=433)	Mean \pm SD	ร้อยละ
<i>พฤติกรรม (ตอบได้ >1 ข้อ)</i>			
รับประทานของที่ดีต่อเสียสุขภาพ	181	0.42 \pm 0.494	41.8
ไม่สนับสนุนผลิตภัณฑ์ที่เบียดเบียนสัตว์	24	0.06 \pm 0.229	5.5
ไม่บริโภคสัตว์ใหญ่	29	0.07 \pm 0.250	6.7
บริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์	80	0.18 \pm 0.389	18.5
ไม่ทานเนื้อสัตว์	26	0.06 \pm 0.238	6.0

2. ทักษะคิดต่อสิ่งแวดล้อมและรูปแบบการดำเนินชีวิตของผู้บริโภค

ข้อมูลทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิต ได้แบ่งเป็น 2 ส่วนคือ ทักษะคิดและรูปแบบการดำเนินชีวิต สำหรับทัศนคติมี 3 ข้อ โดยกลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะรู้สึกว่าการบริโภคในปัจจุบันของพวกเขาส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อน (เดือด) ในระดับกลาง แต่มีความรู้สึกที่ภาวะโลกร้อนปัจจุบันส่งผลต่อการดำเนินชีวิตอย่างมากที่สุด มีแนวโน้มว่ากลุ่มตัวอย่างคิดว่าพฤติกรรมในด้านอื่นของการดำเนินชีวิตส่งผลให้เกิดภาวะโลกร้อนมากกว่าพฤติกรรมการบริโภคในปัจจุบัน นอกจากนี้ ยังมีแนวโน้มกังวลเกี่ยวกับสถานการณ์ของภาวะโลกร้อนปัจจุบันในระดับมาก โดยรวมแล้วมีระดับทัศนคติอยู่ในระดับมาก สำหรับตัวแปรด้านรูปแบบการดำเนินชีวิตที่กลุ่มตัวอย่างมีแนวโน้มที่จะปฏิบัติสม่ำเสมอคือ อ่านข้อมูลบรรจุภัณฑ์, ไม่ปรุงรส, ไม่รับประทานทิ้งขว้าง, ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร และดูแลรูปร่าง (ตารางที่4)

ตารางที่ 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และความหมายของตัวแปรด้านทัศนคติและรูปแบบการดำเนินชีวิต

ตัวแปรทัศนคติ (n = 433)	Mean \pm SD	แปลความหมาย
พฤติกรรมการบริโภคในปัจจุบันมีผลให้โลกเดือด	2.91 \pm 0.979	ปานกลาง
ระดับความรู้สึกว่าภาวะของโลกในปัจจุบันส่งผลต่อการดำเนินชีวิต	4.36 \pm 0.681	มากที่สุด
ระดับความกังวลโดยรวมต่อภาวะของโลกปัจจุบัน	4.01 \pm 0.601	มาก
Total: Mean \pm SD = 3.76 \pm 0.754 (มาก)		
ตัวแปรรูปแบบการดำเนินชีวิต (n = 433)		
อ่านข้อมูลบรรจุภัณฑ์	4.70 \pm 0.654	เห็นด้วยมากที่สุด
ไม่ปรุงรส	4.41 \pm 0.982	เห็นด้วยมากที่สุด
ควบคุมปริมาณต่อมื้อ	4.01 \pm 0.548	เห็นด้วยมาก
ไม่รับประทานทิ้งขว้าง	4.66 \pm 0.718	เห็นด้วยมากที่สุด
คุมแคลอรี	3.89 \pm 0.634	เห็นด้วยมาก
ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร	4.49 \pm 0.903	เห็นด้วยมากที่สุด
แคร้เรื่องน้ำหนัก	3.99 \pm 0.555	เห็นด้วยมาก
ดูแลรูปร่าง	4.58 \pm 0.736	เห็นด้วยมากที่สุด
Total: Mean \pm SD = 4.34 \pm 0.716 (เห็นด้วยมากที่สุด)		

3. ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชของผู้บริโภค

ผลการวิเคราะห์จากการวิเคราะห์ถดถอยโลจิสติก พบว่า แบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนได้ร้อยละ 20.4 ($R^2_{cs} = 0.204$, $p < 0.001$) อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 และมีความสามารถในการทำนายผู้บริโภคที่ตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชมีร้อยละความถูกต้องเท่ากับ 73 ดังแสดงในตารางที่ 5 โดยปัจจัยเชิงบวกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช ได้แก่ ระดับการศึกษา, พฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์, ค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือน, อ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์, ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร, ระดับความกังวลโดยรวมต่อภาวะโลกเดือด สะท้อนให้เห็นว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาสูงและมีค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือนมาก โดยมีพฤติกรรมการลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหารส่งผลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญสูงสุด ($\text{Exp}(B) = 4.709$, $p < 0.001$, $B = 0.608$) ซึ่งมีความตระหนักถึงผลกระทบเชิงลบจากการบริโภคเนื้อสัตว์ในแง่ของสุขภาพ (BrightGreenPartners, 2023) (ณัฐธิดา พาชีวิชัย, 2565)

ส่วนปัจจัยเชิงลบที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช ได้แก่ ผู้ที่มีพฤติกรรมไม่ปรุงรสเมื่อรับประทาน ($\text{Exp}(B) = 1.836$, $p = 0.004$, $B = -0.502$), ควบคุมปริมาณอาหารต่อมื้อ ($\text{Exp}(B) = 1.996$, $p = 0.001$, $B = -0.745$), ไม่รับประทานทิ้งขว้าง ($\text{Exp}(B) = 2.201$, $p < 0.001$, $B = -0.519$) สะท้อนถึงผู้บริโภคที่ยึดติดกับพฤติกรรมปัจจุบันที่เป็นการบริโภคแบบผ่อนคลายเป็นปกติ/ไม่ยึดกฎเกณฑ์ใด ยังไม่ต้องการปรับเปลี่ยน และยังคงมีอาหารเหลือทิ้ง สอดคล้องกับงานวิจัยของ ขวัญคุณินทร์ อินทรตระกูล และ ณัฐธา เพ็ญ

สุภา (2563) ที่พบว่าผู้บริโภคส่วนใหญ่ขาดความตระหนักเกี่ยวกับปัญหาการสูญเสียอาหาร ทั้งยังกล่าวถึงสถิติ ขยะมูลฝอยชุมชนที่รวบรวมโดยเทศบาลในปี 2561 พบขยะอาหารถึง 64% คิดเป็น 17.87 ล้านตันต่อปี ซึ่งยังไม่ครอบคลุมถึงขยะอาหารที่ถูกจัดการโดยบริษัทเอกชนที่ได้รับการว่าจ้าง อีกพฤติกรรมที่ส่งผลเชิงลบคือ ยังต้องการปรุงรสขณะรับประทานสอดคล้องกับรายงานของ กองสถิติสังคม (2561) ที่มีการระบุว่าผู้บริโภคชาวไทยมีการเติมเครื่องปรุงในทุกช่วงวัย โดยวัยที่มีการเติมเครื่องปรุงมากที่สุดคือกลุ่มวัยเยาวชน อายุ 15-24 ปี ร้อยละ 64.8 รองลงมาคือกลุ่มวัยทำงาน อายุ 25-59 ปี คิดเป็นร้อยละ 61.8

ตารางที่ 5 ตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อการทำนายความตั้งใจบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช (plant-based meat) ต่อ

ตัวแปรอิสระ	B	SE	Sig.	Exp(B)
x_4 ระดับการศึกษา	0.789	0.238	<0.001	2.627
x_9 ผักมากกว่าเนื้อสัตว์	1.549	0.326	0.006	0.605
x_3 ค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือน	0.000	0.000	0.001	0.475
x_{13} อ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์	0.966	0.267	0.005	0.595
x_{14} ไม่ปรุงรสเมื่อรับประทาน	-0.502	0.181	0.004	1.836
x_{15} ควบคุมปริมาณต่อมื้อ	-0.745	0.232	0.001	1.996
x_{16} ไม่รับประทานทิ้งขว้าง	-0.519	0.184	<0.001	2.201
x_{18} ลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร	0.608	0.210	<0.001	4.709
x_{12} ภาวะโลกเดือด	0.691	0.215	<0.001	0.001
ค่าคงที่	-7.091	1.860	<0.001	1.000

Cox & Snell R^2 (R^2_{cs}) = 0.204, Accuracy prediction = 73%

ผลการวิจัยนี้สะท้อนถึงพฤติกรรมการควบคุมปริมาณอาหารและการลดของเหลือทิ้งในกลุ่มผู้บริโภค บางกลุ่มอาจไม่เอื้อต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชต่อ ในทางตรงกันข้าม กลุ่มผู้บริโภคที่ตั้งใจลด ปริมาณเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร กลับมีแนวโน้มสนับสนุนการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืชต่อมากกว่า สอดคล้องกับ การวิจัยขององค์กร Madre Brava (2023) ที่ระบุว่า ผู้บริโภคชาวไทยให้ความสำคัญกับสุขภาพและตระหนัก ถึงผลกระทบของการบริโภคเนื้อสัตว์ต่อสิ่งแวดล้อมและมีความต้องการลดการบริโภคเนื้อสัตว์ภายใน 2 ปี

บทสรุป

ผลการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจยังคงเลือกบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช พบว่า ปัจจัยเชิงบวกที่สำคัญ ได้แก่ วิถีชีวิตที่ต้องการลดเนื้อสัตว์ในมื้ออาหาร มีระดับการศึกษาสูง ค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือนปานกลาง ถึงสูง มีพฤติกรรมการบริโภคผักมากกว่าเนื้อสัตว์ วิถีชีวิตชอบอ่านข้อมูลบนบรรจุภัณฑ์ และความกังวลต่อ ภาวะโลกเดือด ตามลำดับ ดังนั้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช ควรเน้นการให้ข้อมูลประโยชน์จากการ บริโภคเนื้อสัตว์จากพืชที่ชัดเจนบนบรรจุภัณฑ์ รวมถึงข้อมูลโภชนาการ ที่บ่งบอกถึงประโยชน์ต่อสุขภาพและ สิ่งแวดล้อม และเน้นกลุ่มผู้บริโภคที่มีกำลังซื้อที่สนใจลดการบริโภคเนื้อสัตว์

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1. เพื่อส่งเสริมการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช ควรเน้นเป้าหมายที่กลุ่มคนรุ่นใหม่วัยเริ่มทำงาน (first jobber) และวัยทำงานตอนปลายใกล้เกษียณในเขตเมืองที่มีค่าใช้จ่ายอาหารต่อเดือนปานกลางถึงสูงหรือการร่วมเป็นเจ้าของภัตตาคารกลางวันให้ข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ 1 วันต่อสัปดาห์ เพื่อดึงดูดให้ยังคงรู้สึกดีกับเนื้อสัตว์จากพืช (Plant-Based Meat) ต่อไป พร้อมพัฒนาสื่อประชาสัมพันธ์ที่สอดคล้องกับความสนใจและความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ควรกำหนดราคาที่เหมาะสมและส่งเสริมโปรโมชั่นสำหรับครัวเรือนที่มีสมาชิกเฉลี่ย 5 คน รวมถึงการสื่อสารถึงประโยชน์ด้านสุขภาพและสิ่งแวดล้อมของผลิตภัณฑ์เนื้อสัตว์จากพืช เช่น ลดภาวะโลกร้อนและส่งเสริมความยั่งยืน โดยให้ข้อมูลเชิงบวกเกี่ยวกับโปรตีนจากพืชและประโยชน์ของการบริโภคผักมากขึ้นเพื่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมที่ดีในระยะยาว ข้อมูลพฤติกรรมกรรมการบริโภค
2. เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการบริโภคที่ยั่งยืน ควรณรงค์ให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลกระทบของการบริโภคต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการบริโภคเนื้อสัตว์และการเลือกอาหารที่ช่วยลดคาร์บอนฟุตพริ้นท์ควบคู่กับการปรับฉลากผลิตภัณฑ์ให้เข้าใจง่ายเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริโภค ส่งเสริมพฤติกรรมการไม่รับประทานทิ้งขว้าง เช่น การวางแผนมื้ออาหาร และสนับสนุนการลดการปรุงรสเกินจำเป็นผ่านกิจกรรมหรือคู่มือ นอกจากนี้ ควรพัฒนาโปรตีนทางเลือกจากพืชและส่งเสริมกิจกรรมในชุมชน เช่น ลดเนื้อสัตว์หนึ่งวันต่อสัปดาห์ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และกระตุ้นพฤติกรรมที่ดีต่อสุขภาพและสิ่งแวดล้อมในระยะยาว
3. เพื่อส่งเสริมการบริโภคเนื้อสัตว์จากพืช ควรสนับสนุนการศึกษาและสร้างความรู้ความเข้าใจ เช่น การณรงค์ในโรงเรียนหรือผ่านสื่อออนไลน์ ผลักดันการบริโภคผักด้วยแคมเปญ “Plant-Based Day” และสนับสนุนอาหารที่ยั่งยืน ควรออกแบบผลิตภัณฑ์ที่ให้ข้อมูลโภชนาการและสิ่งแวดล้อมอย่างชัดเจน รวมถึงรณรงค์พฤติกรรมที่ขัดต่อความตั้งใจบริโภคต่อ ซึ่งจะส่งผลต่อความตั้งใจซื้อต่อ เช่น การสอนปรุงอาหารจากพืชให้ตอบโจทย์ความต้องการ นอกจากนี้ ใช้ประเด็นโลกร้อนเป็นตัวกระตุ้น พร้อมจัดกิจกรรมเพื่อสร้างความตระหนักและขยายฐานผู้บริโภคในกลุ่มเป้าหมายใหม่ผ่านกิจกรรมชิมหรือโปรโมชั่นพิเศษ

บรรณานุกรม

บริการตอบคำถามฯ ฝ่ายบริการทรัพยากรสารสนเทศ. (2562). การลงรายการอ้างอิง (Reference) ในโปรแกรม

EndNote ตาม Style APA 6th SWU. [คู่มือ]. สำนักหอสมุดกลาง มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ, กรุงเทพฯ.

กองสถิติสังคม. (2561). การสำรวจพฤติกรรมการบริโภคอาหารของประชากร พ.ศ. 2560. กรุงเทพฯ: สืบค้น

จาก https://www.nso.go.th/nsoweb/nso/survey_detail/aL

- ขวัญคุณินทร์ อินทรตระกูล และ ณัฐธา เพ็ญสุภา. (2563). การสูญเสียอาหารและขยะอาหารในประเทศไทย และแนวทางการแก้ปัญหา. วารสารเกษตรนเรศวร, 17(2). สืบค้นจาก <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/aginujournal/article/view/247872>
- ณัฐธิดา พาชีวิชัย. (2565). กลยุทธ์ในการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์เนื้อเทียม (Plant Based). (ปริญาโท สารนิพนธ์). มหาวิทยาลัยมหิดล, สืบค้นจาก <https://archive.cm.mahidol.ac.th/bitstream/123456789/4550/1/TP%20MS.004%202565.pdf>
- ทิม Hello คุณหมอ. (28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2566). โปรตีนจากพืช มีอะไรบ้าง ข้อควรระวังในการบริโภคโปรตีนจากพืช. สืบค้นจาก <https://hellokhunmor.com>
- มารยาท โยทองยศ และ ปราณีย์ สวัสดิธรรม. (2555). การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างเพื่อการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช: สถาบันส่งเสริมการวิจัยและพัฒนานวัตกรรม.
- สำนักงานนโยบายและแผนทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม. (2565). รายงานการปล่อยก๊าซเรือนกระจกของประเทศไทย ครั้งที่ 4. กองขับเคลื่อนการลดก๊าซเรือนกระจก: สืบค้นจาก <https://eservice.dcce.go.th/e-book/124/index.html>
- BrightGreenPartners. (2023, January 24). 5 plant-based trends to have on your radar 2023. Retrieved from <https://brightgreenpartners.com/plant-based-trends-2023/>
- Forero, C. G. (2024). Cronbach's Alpha. In F. Maggino (Ed.), *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (pp. 1505-1507). Cham, Switzerland: Springer.
- Hartmann, C., & Siegrist, M. (2017). Consumer perception and behavior regarding sustainable protein consumption: A systematic review. *Trends in Food Science & Technology*, 61, 11–25. doi:10.1016/j.tifs.2016.12.006
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). Chapter 5: Understanding Consumer and Business Buyer Behavior. In *Principles of Marketing* (18th ed., pp. 140–175): Pearson Education.
- Krungthai COMPASS. (2563). ทำความรู้จัก Plant-based Food...เมื่อเนื้อสัตว์จากพืชกลายเป็นเทรนด์อาหารโลก. สืบค้นจาก https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_452Plant_based_Food_10_11_63.pdf
- Madre Brava. (2023). Thailand consumers' shift toward alternative proteins. Retrieved from <https://www.bangkokbiznews.com/health/1103838>
- Schösler, H., de Boer, J., & Boersema, J. J. (2015). Can we cut out the meat of the dish? Constructing consumer-oriented pathways towards meat substitution. *Appetite*, 95, 449–458. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2015.12.099>

- Song, M., Fung, T. T., Hu, F. B., & Willett, W. C. (2016). Association of animal and plant protein intake with all-cause and cause-specific mortality. *JAMA Internal Medicine*, 176(10), 1453-1463. <https://doi.org/10.1001/jamainternmed.2016.4182>
- Thai Post. (19 พฤศจิกายน พ.ศ. 2567). Madre Brava เปิดผลวิจัย ศักยภาพไทย 'ครัวแห่งอนาคต' แหล่งผลิตโปรตีนจากพืช. สืบค้นจาก <https://www.thaipost.net/news-update/693120/>
- The Story Thailand. (7 ตุลาคม พ.ศ. 2565). Future Food: อนาคตของอาหารคือโปรตีนจากพืช. สืบค้นจาก <https://www.thestorythailand.com/07/10/2022/78966/>
- Tuomisto, H. L., & de Mattos, M. J. T. (2011). Environmental impacts of cultured meat production. *Environmental Science & Technology*, 45(14), 6117-6123. <https://doi.org/10.1021/es200130u>
- United Nations. (2015). *Transforming our world: The 2030 Agenda for Sustainable Development*: United Nations.
- Willett, W., Rocktröm, J., Loken, B., Springmann, M., & Smith, P. (2019). Food in the Anthropocene: The EAT-Lancet Commission on healthy diets from sustainable food systems. *The Lancet*, 393(10170), 447-492. [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(18\)31788-4](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(18)31788-4)
- Cochran, W. G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). United States of America: John Wiley & Sons.

Political economy regarding the role of the Thai police in addressing online gambling issues

พนธกร ศรีทองแท้

ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail: pontakorn13@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบทบาทและหน้าที่ของตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ในด้านการป้องกันปราบปราม และบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้บริหารและบุคลากรของกองบังคับการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี 2 จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกจากตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย และทำการวิเคราะห์ได้ดำเนินการตามแนวทางการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ คือการวิเคราะห์เนื้อหาและเขียนบรรยายพรรณนาข้อมูล

ผลการศึกษาพบว่า บทบาทหลักของตำรวจในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์ เริ่มจากการดำเนินการจับกุมที่ผ่านการสืบสวนและสำรวจพื้นที่ที่รับผิดชอบ ทำการสืบสวนหลังทราบข้อมูล เตรียมการจับกุม เข้าจับกุมผู้ต้องหาและดำเนินการตามข้อเท็จจริง แจงสิทธิให้กับผู้ต้องหาตามลำดับ แต่ด้วยปัญหาในสาระของบทบัญญัติกฎหมายของพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 มีช่องว่างทำให้ไม่สามารถบังคับใช้เกี่ยวกับการพนันออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะยังขาดความไม่ครอบคลุมกับสถานการณ์ของการเล่นพนันออนไลน์ในปัจจุบัน ทำให้เกิดปัญหาในการตีความและก่อให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติที่ยุ่ยากแก่เจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะด้านการเก็บรวบรวมพยานหลักฐานในการดำเนินคดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้มีการเล่นการพนันออนไลน์ ซึ่งไม่ใช่การกระทำความผิดซึ่งหน้าที่สามารถจับผู้กระทำความผิดได้ทันที แต่ต้องอาศัยการรวบรวมพยานหลักฐานต่าง ๆ เพื่อขอให้ศาลออกหมายให้ กระบวนการเหล่านี้เป็นกระบวนการที่ใช้เวลาและอาจทำให้ผู้กระทำความผิดหลบหนีไปก่อนจนไม่สามารถติดตามตัวมาดำเนินคดีได้ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้อำนาจสืบสวนสอบสวน รวบรวมพยานหลักฐานของเจ้าหน้าที่มีหลายขั้นตอนในการดำเนินการ และต้องผ่านความเห็นชอบจากรัฐมนตรีประจำกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมก่อนที่พนักงานเจ้าหน้าที่จะไปดำเนินการขอคำสั่งศาลเพื่อรวบรวมพยานหลักฐาน ส่งผลให้บทบาทของตำรวจในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์มีความคลุมเครือไม่ชัดเจน และขาดประสิทธิภาพ

คำสำคัญ : บทบาท, ตำรวจ, การพนันออนไลน์

Abstract

This study aims to examine the roles and responsibilities of the police in performing duties related to the prevention, suppression, and enforcement of laws concerning online gambling. It is a qualitative research study that has defined the sample group or key informants through purposive sampling, consisting of 15 executives and personnel from the Technology Crime Suppression Division 2. The data collection tool used is a semi-structured interview, which involves in-depth interviews with representatives of the sample group for the research. The analysis was conducted following qualitative research guidelines, specifically content analysis and descriptive writing of the data.

The study found that the main role of the police in addressing online gambling issues begins with conducting arrests through investigations and surveying their areas of responsibility. They investigate after receiving information, prepare for arrests, apprehend suspects, and act according to the facts, informing the suspects of their rights in order. However, there are substantive issues with the provisions of the Gambling Act. Prof. In 1935, there were gaps that made it impossible to effectively enforce online gambling regulations due to the lack of coverage of the current online gambling situation. This led to interpretation issues and practical difficulties for officials, especially in gathering evidence to prosecute those involved in organizing online gambling. Unlike immediate offenses, these actions require the collection of various pieces of evidence to request a court order. These processes are time-consuming and may allow offenders to escape before they can be prosecuted. It is evident that the investigative powers and evidence collection efforts of officials involve multiple steps and require approval from the Minister of Digital Economy and Society before officers can proceed to request a court order for evidence collection. This results in an unclear and ineffective role for the police in addressing online gambling issues.

Keywords : role, police, online gambling

บทนำ

สถานการณ์การขยายตัวของการเล่นพนันทั่วโลกได้สร้างความกังวลให้ประเทศต่างๆ ต่อการเตรียมความพร้อมรับมือกับอุบัติการณ์ของปัญหาการพนันในชุมชนที่มากขึ้น (Korn, Gibbins, & Azmier, 2003) จากการเติบโตขยายตัวแบบก้าวกระโดดของธุรกิจการพนันในรอบทศวรรษที่ผ่านมา สร้างรูปแบบ วิธีการ และทัศนคติใหม่กับการพนัน อาทิ ทำให้การพนันเป็นเครื่องบ่งบอกถึงความทันสมัย การสร้างค่านิยมการเล่นพนันที่สร้างรายได้มหาศาล การใช้การพนันเป็นเครื่องมือในการประชาสัมพันธ์เชิงท่องเที่ยว การให้คุณค่ากับกระบวนการของการพนัน ในฐานะองค์ความรู้และภูมิ

ปัญหาท้องถิ่น รวมถึงการให้คุณค่าต่อธุรกิจที่เกี่ยวข้องเนื่องกับการพนันในฐานะอาชีพที่สร้างเศรษฐกิจในระดับครัวเรือน และภาครัฐก็มักจะมีส่วนพัวพันกับการพนันจากแรงผลักดันของ ภาคสังคมและภาคธุรกิจ และได้รับประโยชน์โดยตรงจากรายได้ภาษีอากรที่จัดเก็บ จากการเปิดให้มีการพนันโดยถูกต้องตามกฎหมาย (ทักษพร ศรีแก้วช่วง, 2564) เป็นผลทำให้การพนันมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง โครงสร้างธุรกิจการพนันมีความสลับซับซ้อนและผลประโยชน์มหาศาล รวมทั้งมีหลายกลุ่มบุคคลที่เข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งเมื่อก้าวถึงการพนัน ในปัจจุบันรูปแบบของการพนันแบบหนึ่งที่มีการแพร่หลายนิยมเล่น และมีจำนวนของผู้เล่นการพนันเพิ่มมากขึ้น ก็คือ การพนันออนไลน์

ประเทศไทยในปัจจุบันการพนันออนไลน์จัดอยู่ในประเภทการพนันที่ผิดกฎหมายโดยรูปแบบ การพนันฟุตบอลออนไลน์ การพนันคาสีโนออนไลน์ การพนันหวยออนไลน์ และการค้าที่ใช้การชิงโชคเป็นเครื่องมือ โดยกลุ่มที่เล่นการพนันออนไลน์มีหลากหลาย เพราะการเข้าถึงอินเทอร์เน็ตที่ทำได้อย่างรวดเร็ว ง่าย และสะดวกผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ ทำให้ยากต่อการติดตามกำกับและควบคุม ส่งผลให้การปฏิบัติงานของตำรวจต้องเผชิญกับปัญหาและอุปสรรคที่สลับซับซ้อนมากขึ้นเป็นทวีคูณ (สรลัทธน์ ยศสมบัติ, 2563) ผลการสำรวจการเล่นพนันของคนไทยในช่วงปี พ.ศ. 2566 ที่ผ่านมาพบว่าคนรุ่นใหม่ร้อยละ 32.3 หรือคิดเป็นจำนวน 2.996 ล้านคน และเล่นการพนันออนไลน์ในรอบปีในจำนวนนี้ประมาณ 0.739 ล้านคนเป็นนักพนันออนไลน์หน้าใหม่ที่เพิ่งเล่นครั้งแรกในรอบปีที่ผ่านมา ในขณะที่กลุ่มที่เล่นพนันออฟไลน์มีอยู่ร้อยละ 30.2 หรือประมาณ 2.798 ล้านคน จากสถานการณ์ดังกล่าวทำให้เจ้าหน้าที่ตำรวจจึงจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้ทันกับอาชญากรรมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็วเช่นกัน มิฉะนั้น จะไม่สามารถป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม ที่นับวันจะใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามามีส่วนร่วมในการประกอบอาชญากรรมที่เพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ได้ ซึ่งการดำเนินการป้องกันและแก้ปัญหาการพนันออนไลน์เป็นส่วนหนึ่งของภารกิจ ความรับผิดชอบของเจ้าหน้าที่ตำรวจด้วยเช่นกัน แต่ด้วยขณะนี้การพนันออนไลน์ในประเทศไทยยังไม่มีบทบัญญัติไว้ชัดเจน แต่สามารถจัดอยู่ในประเภทการพนันที่ผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 แต่ยังไม่สอดคล้องกับรูปแบบการพนันที่บัญญัติไว้ ในปัจจุบันจะเห็นได้ว่าพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 นั้น แบ่งประเภทการพนันไว้เป็นการเล่นตามบัญชีท้ายพระราชบัญญัตินี้ คือ การเล่นตามบัญชี ก. เป็นการเล่นในลักษณะที่ห้ามเด็ดขาด การเล่นตามบัญชี ข. เป็นการเล่นที่สามารถขออนุญาตเล่นได้ ทำให้การกรอบการปฏิบัติหน้าที่ของเจ้าหน้าที่อาจจะมี ความคลุมเครือส่งผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่ศึกษาเรื่อง “เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยบทบาทของตำรวจไทยในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์” โดยมีวัตถุประสงค์ของการศึกษาเพื่อศึกษาบทบาทและหน้าที่ของตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ในด้านการป้องกัน ปราบปราม และบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ เพื่อนำผลการศึกษาไปใช้เป็นประโยชน์ในการพัฒนาข้อเสนอแนะในการเพิ่มบทบาทและหน้าที่ของตำรวจในการปฏิบัติหน้าที่ในด้านการป้องกัน ปราบปราม และบังคับใช้กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการพนันออนไลน์ให้ประสิทธิภาพต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการพนันออนไลน์

หม่อมหลวงกิติกา สุขสวัสดิ์ (2561) อธิบายไว้ว่า "พนัน" หมายถึง การวางเงินหรือสิ่งของมีค่าเดิมพันกับเหตุการณ์ที่มีโอกาสเกิดขึ้นในอนาคตที่ไม่แน่นอน ซึ่งมีสัญญาว่าผู้ชนะจะได้เงินหรือสิ่งของมีค่าเป็นรางวัล ไม่ว่าจะชนะอาจได้มาด้วยทักษะ ไหวพริบความสามารถหรือโชค และผู้ที่ชนะจะมีจำนวนน้อยกว่าผู้เข้าร่วมเสมอ โดยการพนันนี้อาจถูกหรือไม่ถูกกฎหมายก็ได้ ในขณะที่ โอกาส คณะแพ่ง (2561) อธิบายไว้ว่า การพนันออนไลน์ คือ การเล่นเกมพนัน โดยใช้อินเทอร์เน็ต โดยการพนันออนไลน์นั้นได้ถูกพัฒนามาจากการเล่นตามบ่อนคาสิโน ที่มีเกมพนันออนไลน์ต่าง ๆ ให้กับผู้เล่นได้เลือกเข้าไปใช้บริการอยู่มากมาย เช่น เกมคาสิโน, แทงบอลออนไลน์, หวยออนไลน์, การเล่นโป๊กเกอร์ออนไลน์, การพนันด้านกีฬา, การเล่นเกมออนไลน์ และเกมอื่น ๆ ที่ถ่ายทอดสดโดยตรงมาจากบ่อนคาสิโน ช่วยให้ผู้เล่นรู้สึกเหมือนปลอดภัยและมั่นคงสูง ซึ่งการเล่นพนันออนไลน์ นั้น ผู้เล่นสามารถเล่นได้ผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยใช้วิธีสื่อสารหรือส่งข้อความผ่านคลื่นวิทยุ ทางโทรศัพท์ หรือผ่านระบบต่าง ๆ หรือวิธีอื่นใดที่มีลักษณะคล้ายกัน โดยในประเทศไทย การพนันออนไลน์ยังไม่มีบทบัญญัติไว้ชัดเจน แต่สามารถจัดอยู่ในประเภทการพนันที่ผิดกฎหมายตามพระราชบัญญัติการพนัน พุทธศักราช 2478 ดังนั้นการแบ่งประเภทของพนันออนไลน์ที่เป็นเกมส์การพนันออนไลน์ที่โฆษณา เชิญชวน และดำเนินการรับพนันผ่านเว็บไซต์ต่าง ๆ ในปัจจุบัน สามารถจัดแบ่งประเภทของการพนันออนไลน์ออกเป็น 4 ประเภทหลัก ๆ (ไพศาล ลิ้มสถิตย์, 2563) คือ 1) การพนันแบบคาสิโน เช่น บาคาร่าออนไลน์ รูเล็ตออนไลน์ แบล็กแจ็ก หรือเกมส์ไพ่อื่น ๆ 2) การทายผลการแข่งขันกีฬา เช่น การแข่งม้า การแข่งขันฟุตบอล เป็นการพนันแบบทายผลแพ้ชนะของการแข่งขันกีฬาประเภทต่าง ๆ 3) การออกหวยออนไลน์ เช่น หวยใต้ดิน หวยรัฐบาล หวยไทย หรือการเล่นหวยใต้ดินที่หลายคนรู้จักกันดีเป็นการการเสี่ยงโชคด้วยการทายผลตัวเลข โดยอาศัยอ้างอิงเลขการออกผลรางวัลของสลากกินแบ่งรัฐบาล และ 4) การพนันประเภทอื่น ๆ เช่น การเล่นเกมกำถั่ว การเล่นเกมไฮโล การพนันออนไลน์จำพวกนี้จะมีช่องทางหรือวิธีการเล่นเหมือนกับการเล่นพนันออนไลน์อื่น ๆ

มาตรการทางกฎหมายในการควบคุมและกำกับดูแลการพนันออนไลน์ในประเทศไทย

พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ.2478

ในปัจจุบันกฎหมายหลักที่นำมาบังคับใช้แก่การพนันทุกประเภท คือ พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 อย่างไรก็ตาม ยังไม่มีการบัญญัติบทบัญญัติที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมหรือกำกับดูแลการพนันออนไลน์อย่างชัดเจนถึงการพนันที่สามารถเล่นแบบออนไลน์ได้บางประเภทจะอยู่ในประเภทของการพนันที่ปรากฏอยู่ในบัญชี ก. ซึ่งเป็นการเล่นในลักษณะที่ห้ามเด็ดขาด และ บัญชี ข. ซึ่งเป็นการเล่นพนันที่ต้องขออนุญาตจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก่อนตามพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 มาปรับใช้ได้ แต่ก็ยังคงมีช่องว่างอยู่ เนื่องจากการพนันบางรูปแบบที่เปิดให้มีการเล่นบนเว็บไซต์หรือระบบอินเทอร์เน็ตไม่สอดคล้องกับรูปแบบการพนันที่บัญญัติไว้ในกฎหมาย มีรูปแบบการเล่นและการจัดให้มีการเล่นการพนัน รวมถึงมีบุคคลที่เกี่ยวข้องมากขึ้นด้วย โดยเฉพาะกรณีของผู้ให้บริการอินเทอร์เน็ต (internet service provider) ซึ่งไม่ใช่ผู้ที่มีการจัดให้เล่นการพนันโดยตรง แต่เป็นเพียงผู้ที่ให้บริการอินเทอร์เน็ตหรือแพลตฟอร์มในการใช้งานอื่น ๆ ที่ผู้ใช้หรือผู้ให้บริการกิจกรรมบนอินเทอร์เน็ตรายอื่นมาใช้พื้นที่เท่านั้น

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 (แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2560)

เนื่องจากพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 ไม่เพียงพอสำหรับการรับมือกับการรวบรวมพยานหลักฐานดิจิทัล และโดยบทบัญญัติที่มีอยู่ ไม่ได้ให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ตำรวจหรือฝ่ายปกครองที่เกี่ยวข้องในการยึดหรืออายัดหรือกระทำการใด ๆ กับพยานหลักฐานดิจิทัลหรืออิเล็กทรอนิกส์ที่ใช้สำหรับการทำกิจกรรมการเล่นพนันออนไลน์ รวมถึงไม่ได้ระบุมมาตรการที่จะนำมาใช้เพื่อการระงับ ปิดกั้นเว็บไซต์หรือเครือข่ายออนไลน์ที่จัดให้มีการเล่นการพนันออนไลน์และการเผยแพร่การโฆษณาเชิญชวนให้เข้าเล่นการพนันออนไลน์ จึงมีความจำเป็นที่จะต้องนำบทบัญญัติมาตรา 18, 19, และ 20 ของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2560 มาปรับใช้

พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542

พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 เป็นกฎหมายหลักที่ใช้บังคับกับการกระทำความผิดฐานฟอกเงิน รวมถึงกำหนดวิธีการดำเนินการกับทรัพย์สินที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดที่กฎหมายกำหนดให้เป็นความผิดมูลฐานโดยกำหนดมาตรการ 2 ประการหลัก คือ ให้สถาบันการเงินและผู้ประกอบอาชีพบางประการที่เข้าเงื่อนไขของกฎหมายมีหน้าที่รายงานแก่คณะกรรมการที่เกี่ยวข้องคือ สำนักงานป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน และมาตรการดำเนินการกับทรัพย์สินที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การยึดหรืออายัดทรัพย์สิน การขอให้ศาลมีคำสั่งยึดทรัพย์สิน และการขายทอดตลาดทรัพย์สินที่ได้มาจากการกระทำความผิด ซึ่งการพนันจัดเป็นความผิดมูลฐานตามพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 โดยอยู่ในนิยามของความผิดมูลฐานในมาตรา 3 (9) ได้แก่ “ความผิดเกี่ยวกับการพนันตามกฎหมายว่าด้วยการพนัน เฉพาะความผิดเกี่ยวกับการเป็นผู้จัดใหม่การเล่นการพนันโดยไม่ได้รับอนุญาต โดยมีวงเงินในการกระทำความผิดรวมกันมีมูลค่าตั้งแต่ห้าล้านบาทขึ้นไป หรือเป็นการจัดใหม่การเล่นการพนันทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์” ผู้กระทำความผิดเกี่ยวกับการฟอกเงินตามพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 ได้แก่ ผู้กระทำความผิดในทั้งหมด 4 กรณี

ระเบียบวิธีวิจัย

สำหรับการกำหนดระเบียบวิธีการวิจัย (Methodology) ที่เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ได้กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) ด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) ซึ่งเป็นผู้บริหารและบุคลากรของกองบังคับการตำรวจสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางเทคโนโลยี 2 จำนวน 15 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured Interview) ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เจาะลึกจากตัวแทนของกลุ่มตัวอย่างสำหรับการวิจัย เพื่อขอสัมภาษณ์อย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการ และทำการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยดำเนินการร่วมกับกระบวนการรวบรวมข้อมูลจากการศึกษาค้นคว้าข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) โดยกระบวนการและวิธีการวิเคราะห์ได้ดำเนินการตามแนวทางการวิจัยข้อมูลเชิงคุณภาพ คือการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และเขียนบรรยายพรรณนาข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์เพื่อชี้ให้เห็นแนวทางที่สามารถนำไปสู่

ปัญหาและข้อเสนอแนะในการเสนอแนวทางในการพัฒนานโยบายและมาตรการที่สามารถป้องกันและแก้ไขปัญหานั้น
ออนไลน์อย่างครอบคลุมและยั่งยืน

ผลการวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่า บทบาทหลักของตำรวจในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์ เริ่มจากการดำเนินการจับกุมที่ผ่านการสืบสวนและสำรวจพื้นที่ที่รับผิดชอบ ทำการสืบสวนหลังทราบข้อมูล เตรียมการจับกุม เข้าจับกุมผู้ต้องหาและดำเนินการตามข้อเท็จจริง แจ้งสิทธิให้กับผู้ต้องหาตามลำดับ แต่ด้วยปัญหาในสาระของบทบัญญัติกฎหมายของพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478 มีช่องว่างทำให้ไม่สามารถบังคับใช้เกี่ยวกับการพนันออนไลน์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เพราะยังขาดความไม่ครอบคลุมกับสถานการณ์ของการเล่นพนันออนไลน์ในปัจจุบัน ทำให้เกิดปัญหาในการตีความและก่อให้เกิดปัญหาในทางปฏิบัติที่ยุ่ยากแก่เจ้าหน้าที่ โดยเฉพาะด้านการเก็บรวบรวมพยานหลักฐานในการดำเนินคดีกับผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดให้มีการเล่นการพนันออนไลน์ ซึ่งไม่ใช่การกระทำความผิดซึ่งหน้าที่สามารถจับผู้กระทำความผิดได้ทันที แต่ต้องอาศัยการรวบรวมพยานหลักฐานต่าง ๆ เพื่อขอให้ศาลออกหมายให้ กระทบการเหล่านี้เป็นกระบวนการที่ใช้เวลาและอาจทำให้ผู้กระทำความผิดหลบหนีไปก่อนจนไม่สามารถติดตามตัวมาดำเนินคดีได้ ทำให้การรวบรวมพยานหลักฐานไม่ว่าจะเป็นการเรียกเอาข้อมูลคอมพิวเตอร์มาใช้ประกอบการสืบสวนสอบสวนไปจนถึงการยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เพื่อประโยชน์ในการทราบรายละเอียดของความผิดนั้น พนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาสามารถใช้บทบัญญัตินี้กับการกระทำความผิดอาญาอื่น ๆ ซึ่งมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ประกอบหรือเป็นส่วนหนึ่งในการกระทำความผิดได้ด้วย ในกรณีที่ข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับคดีการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์หรือการกระทำความผิดอาญาอื่นที่อาจกระทบกระเทือนต่อความมั่นคงแห่งราชอาณาจักรหรือการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญา รวมไปถึงข้อมูลที่มีลักษณะขัดต่อความสงบเรียบร้อยและศีลธรรมอันดีของประชาชน พนักงานเจ้าหน้าที่อาจขอความเห็นชอบจากรัฐมนตรีเพื่อยื่นขอต่อศาลให้มีคำสั่งระงับการทำให้แพร่หลายหรือลบข้อมูลคอมพิวเตอร์ออกจากระบบได้ โดยประเภทของข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่อยู่ในเงื่อนไขของการขอให้มีคำสั่งปิดกั้นการเข้าถึงระบบการทำให้แพร่หลาย หรือลบออกจากระบบคอมพิวเตอร์ ซึ่งจะเห็นได้ว่าการใช้อำนาจสืบสวนสอบสวน รวบรวมพยานหลักฐานของเจ้าหน้าที่ไม่ว่าจะเป็นพนักงานสอบสวนหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติการกระทำความผิดทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 และฉบับแก้ไข พ.ศ. 2560 มีหลายขั้นตอนในการดำเนินการและต้องผ่านความเห็นชอบจากรัฐมนตรีประจำกระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม ก่อนที่ พนักงานเจ้าหน้าที่จะไปดำเนินการขอคำสั่งศาลเพื่อรวบรวมพยานหลักฐานด้วยการยึดหรืออายัดระบบหรืออุปกรณ์ คอมพิวเตอร์ รวมไปถึงถอดรหัสข้อมูลคอมพิวเตอร์ และปิดกั้นหรือระงับการเข้าถึงซึ่งระบบคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่ผิดกฎหมาย ส่งผลให้บทบาทของตำรวจในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์มีความคลุมเครือไม่ชัดเจน ทำให้ข้าราชการตำรวจบางส่วนยังมีการขาดความรู้ความเข้าใจในเนื้อหาสาระและการตีความหมายของบทบัญญัติต่างๆในพระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2578 นำมาซึ่งความสับสนและเกิดความล่าช้าในการทำงาน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากการศึกษา พบว่า บทบาทของตำรวจในการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์ ในปัจจุบันได้ดำเนินการตามรูปแบบทั่วไป แต่ด้วยช่องว่างและข้อจำกัดทางกฎหมายที่ไม่มีความชัดเจนและไม่มีกำหนดโทษเฉพาะสำหรับการพนันออนไลน์ทำให้ในการปฏิบัติงานด้านการแก้ปัญหาการพนันออนไลน์ขาดประสิทธิภาพ ดังนั้น จึงควรให้ความสำคัญกับการพัฒนากฎหมายให้ครอบคลุมและชัดเจน เพื่อให้เจ้าหน้าที่มีแนวทางการดำเนินงานที่ชัดเจนและสามารถปฏิบัติหน้าที่ตามบทบาทได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- ทักษพร ศรีแก้วช่วง. (2564). แรงจูงใจที่มีผลต่อพฤติกรรมกาติดการพนันออนไลน์. วารสารอาชญาวิทยาและสังคมศาสตร์, 4(1), 71 – 84.
- พระราชบัญญัติการพนัน พ.ศ. 2478.
- พระราชบัญญัติว่าด้วยการทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ.2560
- พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ.2542
- ไพศาล ลิ้มสถิต. (2563). เปิด ปม เป็น อยู่ คือ พนันออนไลน์ สังคมไทยยุคไร้พรมแดน. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ บริษัท เอมี เอ็นเตอร์ไพรส์ จำกัด
- สร้อยพัฒน์ ยศสมบัติ. (2563). แนวทางในการพัฒนาเจ้าหน้าที่ตำรวจในระดับสถานีเพื่อป้องกันและปราบปรามการกระทำความผิดอาชญากรรมทางเทคโนโลยีสารสนเทศ. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, สาขาวิชานิติรัฐกิจและการบริหาร, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- หม่อมหลวงกตติกา สุขสวัสดิ์. (2561). การศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเล่นการพนันฟุตบอลของเยาวชนในสถาบันการอาชีวศึกษา เขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตร์มหาบัณฑิต, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- โอภาส คณะแพง. (2561). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการพนันออนไลน์. สารนิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกษมบัณฑิต.
- Korn D., Gibbins R., & Azmier J. (2003). *Balanced Scorecard: Step by Step for Government and Non-Profit. Agencies* . New Jersey: John Wiley & Sons

ประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ:
กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Tourism Experiences and Tourist Satisfactions Influencing Word-of-Mouth
Communication: A Case Study of Historical Park of Ayutthaya, Phra Nakhon Si
Ayutthaya Province

ปริธัสัทธา ฐนฐนวนกษกรณ

นักศึกษานิพนธ์ปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : paritsatcha@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้วิจัยเรื่อง ประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ: กรณีศึกษาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 2) เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และ 4) เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารบอกต่อในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา โดยมีกลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จำนวน 402 คน เลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป ใช้สถิติค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน T-test และ F-test และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 45-59 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 18,001-38,000 บาท และมีความถี่ในการมาเยือนพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วง 2-3 ครั้ง นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์ด้านการศึกษามากที่สุด มีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด และมีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะแบ่งปันประสบการณ์ที่ฉันได้รับจากการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, ไลน์, อินสตาแกรม เป็นต้น มากที่สุด ปัจจัยประสบการณ์ด้านสุนทรียะ ด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยว ส่วนประสบการณ์ด้านสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ และปัจจัยความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ ด้านบุคลากรและการบริการ ด้านป้ายบอกทาง และการให้ข้อมูล ด้านการคมนาคมและการเดินทาง ด้านความสะอาดและความสวยงาม และด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะดวกร มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ ส่วนความพึงพอใจด้านความปลอดภัยไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อ

คำสำคัญ : ประสบการณ์การท่องเที่ยว, ความพึงพอใจ, การสื่อสารบอกต่อ

Abstract

The research on Tourism Experiences and Tourist Satisfactions Influencing Word-of-Mouth Communication: A Case Study of Historical Park of Ayutthaya, Phra Nakhon Si Ayutthaya Province The objectives of this study were 1) to study the experiences of Thai tourists in the Ayutthaya Historical Park. 2) to study the satisfaction of Thai tourists in the Ayutthaya Historical Park. 3) to study the trend of word of mouth among Thai tourists about the Phra Nakhon Si Ayutthaya Historical Park and 4) to study the influence of travel experiences and tourist satisfaction on word-of-mouth communication in the Phra Nakhon Si Ayutthaya Historical Park. The sample group consisted of 402 Thai tourists aged 20 years and over who visited the Ayutthaya Historical Park. They were selected by convenience sampling. The instrument used for data collection was a questionnaire. Data were analysed using a computer program statistic of percentage, mean, standard deviation, T-test, F-test, and Multiple Regression Analysis. The results of the study found that most of them were female, aged between 45-59 years, single, had a bachelor's degree, worked as a civil servant/state enterprise employee, had an income between 18,001-38,000 baht, and visited the Ayutthaya Historical Park 2-3 times. Thai tourists had the most Educational Experiences, were most satisfied with the Locations and Attractions, there is a high chance that tourists will share their experiences from their trip to Ayutthaya Historical Park on social media such as Facebook, X, Instagram, etc. Aesthetic, Educational, Service, and Entertainment Experience Factors influence tourists' word-of-mouth communication, but Social Experience has no influence on word-of-mouth communication. And satisfaction factors in terms of Location and Attractions, Personnel and Services, Signage and Information, Transportation and Travel, Cleanliness and Nice Landscape, and Facilities have an influence on word-of-mouth communication. Satisfaction with Safety has no influence on word-of-mouth communication.

Keywords : Tourism Experiences, Satisfactions, Word-of-Mouth Communication

ที่มาและความสำคัญของปัญหา

การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวแต่ละคนนั้นจะมีปัจจัยด้านต่างๆ เข้ามาเป็นกระบวนการกระตุ้นเพื่อการตัดสินใจเลือกสถานที่หรือจุดหมายปลายทางของการท่องเที่ยว และหลังจากที่นักท่องเที่ยวเดินทางเสร็จสิ้นแล้วก็จะเกิดเป็นประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ได้รับจากที่นั้นๆ ซึ่งทำให้เกิดการบอกต่อประสบการณ์เหล่านั้นแบบตัวต่อตัว ปากต่อปากสู่คนใกล้ตัวไม่ว่าจะเป็นครอบครัว เพื่อนฝูง หรือบุคคลอื่นๆ ที่พบเจอในชีวิตประจำวัน รวมไปถึงการแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวสู่สื่อสังคมออนไลน์อีกด้วย

ด้วยพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคใหม่ที่ไม่เชื่อในคำโฆษณา ไม่เชื่อบริษัททัวร์ แต่หาข้อมูลประกอบการตัดสินใจจากสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ด้วยตนเอง โดยข้อมูลส่วนใหญ่มาจากการแบ่งปันประสบการณ์จากนักท่องเที่ยวที่เคยไปเยือนสถานที่นั้นๆ มาก่อน แล้วนำมาถ่ายทอดเล่าเรื่องราวผ่านสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งถือเป็นการบอกต่ออีกรูปแบบหนึ่ง

อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจึงเป็นสถานที่ที่เต็มไปด้วยโบราณสถานที่ยังคงหลงเหลืออยู่ในปัจจุบัน ทั้งนี้อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาได้รับการประกาศเป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรมจากองค์การการศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติ (UNESCO) (กลุ่มเผยแพร่ฯ กรมศิลปากร, 2565) จึงทำให้อุทยานประวัติศาสตร์แห่งนี้มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางส่งผลให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยวชื่นชมความงดงามของโบราณสถานและซากอารยธรรมที่เคยเฟื่องฟูในอดีต อุทยานประวัติศาสตร์อยุธยาเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวที่สำคัญและเป็นที่รู้จักกันในวงการท่องเที่ยว ตั้งอยู่ไม่ไกลจากกรุงเทพฯ สามารถเดินทางเข้าถึงได้ง่ายจึงมีแนวโน้มด้านการท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง และแม้ว่าอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาจะเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจเป็นจำนวนมาก แต่ก็มีความจำเป็นที่ต้องทำให้นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์และความพึงพอใจที่น่าจดจำในการมาท่องเที่ยว นำไปสู่การบอกต่อญาติหรือเพื่อน ซึ่งถือว่าเป็นการประชาสัมพันธ์สถานที่ท่องเที่ยวโดยที่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องไม่ต้องลงทุนในการสร้างสื่อ เพราะการนำประสบการณ์ที่มีคุณค่าไปบอกต่อนั้นจะทำให้นักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เกิดการรับรู้ทางการท่องเที่ยวของพื้นที่ ทั้งยังก่อให้เกิดความรู้สึกอยากเดินทางมาท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวที่ยังไม่เคยเดินทางมา เนื่องจากได้รับข้อมูลที่เป็นประสบการณ์จากผู้ที่เคยมีประสบการณ์ในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นมาก่อน ซึ่งจะทำให้เกิดการเติบโตด้านเศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรมต่อไป

ประสบการณ์การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวถือเป็นการทำการตลาดใช้การส่งผ่านประสาทสัมผัสในการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยว และเป็นประสบการณ์ที่เกิดจากอารมณ์ความรู้สึกและคุณค่าที่นักท่องเที่ยวได้รับ เมื่อนักท่องเที่ยวเลือกที่จะมาทำกิจกรรมทางการท่องเที่ยวแล้วมีความรู้สึกประทับใจและมีความแตกต่างจากสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวอื่นๆ ที่เคยได้ไปสัมผัสมา ด้วยอัตลักษณ์ที่มีความหลากหลายทั้งทางด้านประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม รวมไปถึงการให้นักท่องเที่ยวได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมที่มีในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์ เช่น การแต่งกายด้วยชุดไทยในการท่องเที่ยวโบราณสถานต่างๆ การขี่ช้างชมเมืองเก่า การนั่งรถตุ๊กตุ๊กหัวบเขี้ยวรอบเกาะเมือง เป็นต้น ซึ่งความ

หลากหลายเหล่านี้ส่งผลให้มีการสื่อสารบอกต่อทั้งการบอกต่อปากต่อปาก และการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ ด้วย

ด้วยเหตุผลด้านชื่อเสียงในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาที่มีมาอย่างยาวนานตามที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาเยือนยังแหล่งท่องเที่ยวแห่งนี้ว่าจะมีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อบุคคลอื่นในรูปแบบต่างๆ ทั้งแบบออนไลน์ผ่านสื่อสังคมออนไลน์และแบบออฟไลน์ผ่านการบอกต่อด้วยตนเอง ไม่ว่าจะ เป็นประสบการณ์และความพึงพอใจในเชิงบวกหรือเชิงลบก็ตาม ซึ่งผลจากการวิจัยครั้งนี้สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยมาพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา เป็นแนวทางในการสร้างการรับรู้ด้านภาพลักษณ์และการตัดสินใจให้กับนักท่องเที่ยวที่ต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา รวมไปถึงการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าวให้เป็นที่รู้จักอย่างกว้างขวางมากยิ่งขึ้น ซึ่งจะเป็นผลให้การท่องเที่ยวในอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นพื้นที่ท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อย่างยั่งยืนของประเทศไทยและของโลกต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารบอกต่อในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

การทบทวนวรรณกรรม

1. ทฤษฎีประสบการณ์การท่องเที่ยว

Clawson and Knetsch (1966) กล่าวว่าประสบการณ์การท่องเที่ยวเป็นการทำการตลาดใช้การส่งผ่านประสาทสัมผัสในการสร้างประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่น่าประทับใจแก่นักท่องเที่ยวทั้งรูป รส กลิ่น เสียง และสัมผัสประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว

Wu, Li & Li, (2014) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) หมายถึง เป็นประสบการณ์ทางการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการรับรู้ในสภาพแวดล้อมทางกายภาพและสังคมหรือแหล่งท่องเที่ยวโดยรวมของจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวทำให้ทราบถึงพฤติกรรม อารมณ์ ความรู้สึกนึกคิดความตื่นเต้นและทัศนคติแรงจูงใจของนักท่องเที่ยวทำให้เกิดความผ่อนคลาย

Burke and Resnick (1991) ได้ให้ความหมายของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยว (Tourist Experience) หมายถึง เป็นประสบการณ์ที่เกิดจากนักท่องเที่ยวหรือนักเดินทางบุคคลหรือกลุ่มคนทั่วไปที่ได้เดินทางเพื่อการท่องเที่ยวจากสถานที่หนึ่งไปยังอีกที่หนึ่งจากการเลือกซื้อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวโดยใช้ทั้งเหตุและผลรวมไปถึงอารมณ์ในการตัดสินใจด้วยเหตุผลต่างๆในเรื่องของค่าใช้จ่ายความน่าเชื่อถือ เวลาสถานที่ท่องเที่ยวหรือแหล่งท่องเที่ยวที่พักและการบริการที่ได้รับรู้จากการเดินทางเพื่อการท่องเที่ยวสามารถทำให้นักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงข้อมูลทั้งในเชิงบวกและเชิงลบในเวลาเดียวกัน

จากการทบทวนแนวคิดทฤษฎีและผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องได้มีผู้เชี่ยวชาญนักวิชาการและนักวิจัยหลายท่านได้ให้ความสำคัญของประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวที่เป็นประเด็นสำคัญในการค้นคว้าศึกษาวิจัย แบ่งเป็นองค์ประกอบได้ดังนี้

ประสบการณ์ด้านสุนทรียะ (Aesthetics Experience) นักท่องเที่ยวเพลิดเพลินไปกับการอยู่ในสภาพแวดล้อมที่ปราศจากผลกระทบหรือการเปลี่ยนแปลงลักษณะของสภาพแวดล้อม รวมถึงชื่นชมและปรับตัวเข้ากับสภาพแวดล้อมของแหล่งท่องเที่ยว ซึ่งเป็นสิ่งที่แหล่งท่องเที่ยวสามารถใช้ในการดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวได้

ประสบการณ์ด้านการศึกษา (Education Experience) นักท่องเที่ยวจะซึมซับเหตุการณ์ ข้อมูลหรือสิ่งต่าง ๆ ที่ถูกตีแผ่ออกไปก่อนการเดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยว เมื่อเดินทางถึงแหล่งท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวเข้าไปมีส่วนร่วมอย่างลึกซึ้งในกิจกรรมหรือการดำเนินงานอื่น ๆ ที่ตอบสนองนักท่องเที่ยวทั้งร่างกายและจิตใจ ซึ่งประสบการณ์การศึกษาจะเกิดขึ้นเมื่อนักท่องเที่ยวได้รับความรู้และทักษะทั่วไปเฉพาะจากกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยว

ประสบการณ์ด้านความบันเทิง (Entertainment Experience) จะเกิดขึ้นได้ต่อเมื่อนักท่องเที่ยวได้สังเกตการณ์ ชม หรือมองดูกิจกรรมการท่องเที่ยวหรือการดำเนินการอื่น ๆ ของแหล่งท่องเที่ยว โดยนักท่องเที่ยวจะเข้าไปอยู่ในการดำเนินงานหรือมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวตามระดับความสนใจของนักท่องเที่ยว ซึ่งประสบการณ์ด้านความบันเทิงเป็นผลของการเดินทางท่องเที่ยวที่ถูกสะท้อนในคำว่าสนุกสนาน (fun) หรือเพลิดเพลิน (enjoy)

ประสบการณ์ด้านสังคม (Social Experiences) เป็นประสบการณ์ที่เกิดจากคุณค่าที่นักท่องเที่ยวจะได้รับและได้มีส่วนร่วมในการได้ทำประโยชน์ให้กับสังคมและชุมชน

ประสบการณ์ด้านบริการ (Service Experiences) เป็นประสบการณ์ที่เกิดจากความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการทางการท่องเที่ยวที่ได้รับโดยคำนึงถึงความคุ้มค่าของเงินค่าใช้จ่ายที่เสียไปในการท่องเที่ยว ความสะดวกสบายที่ได้รับ ทั้งจากสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ และจากบุคลากรในสถานที่ท่องเที่ยวนั้นๆ

2. ทฤษฎีความพึงพอใจ

Vroom (1964) อธิบายไว้ว่า ความพึงพอใจ หมายถึง ทศนคติ และความพึงพอใจ สามารถใช้แทนกันได้ ผลที่ได้จากการที่เข้าไปมีส่วนร่วมในสิ่งนั้น และทศนคติด้านบวกจะแสดงให้เห็นถึงสภาพ ความพึงพอใจในสิ่งนั้น ๆ ส่วนทศนคติด้านลบจะแสดงให้เห็นสภาพความไม่พึงพอใจ

Oliver (1980) กล่าวว่า ความพึงพอใจเป็นผลมาจากกระบวนการการเปรียบเทียบระหว่างสองส่วน คือความคาดหวังและประสิทธิภาพกระบวนการประเมินผลความพึงพอใจเป็นที่นิยมใช้ในการประเมินความพึงพอใจ

ความพึงพอใจคือ มุมมองเกี่ยวกับความพึงพอใจเป็นเรื่องที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับแรงจูงใจของลูกค้า นักวิจัยบางคนกำหนดว่า ความพึงพอใจเป็นผลมาจากการปฏิบัติตามความต้องการของ ลูกค้าและแรงจูงใจ (Franken, 1982 และ Stankey, 1972)

โดยกล่าวสรุปได้ว่าความพึงพอใจเป็นทศนคติในเชิงบวกที่แสดงให้เห็นถึงสภาพความพึงพอใจในสิ่งนั้นๆ เมื่อลูกค้ามีความพึงพอใจต่อการบริการทำให้ลูกค้ามีการกลับมาใช้บริการซ้ำ รวมไปถึงการขยายฐานลูกค้าในอนาคตอีกด้วย ซึ่งนักท่องเที่ยวชอบการแสวงหาสิ่งแปลกใหม่อยู่ตลอดเวลา แบ่งเป็นองค์ประกอบในการศึกษาวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ หมายถึง สภาพแวดล้อมและบรรยากาศของสถานที่ท่องเที่ยว การออกแบบอาคารสถานที่ ความน่าสนใจของแหล่งท่องเที่ยว และจัดแบ่งพื้นที่เป็นสัดส่วน

ปัจจัยด้านความสะอาดและความสวยงาม หมายถึง ความสะอาด ความสวยงามของการตกแต่งสถานที่ ภูมิทัศน์โดยรอบ

ปัจจัยด้านสิ่งอำนวยความสะดวก หมายถึง เป็นสิ่งอำนวยความสะดวกในการบริการทางกายภาพ อุปกรณ์ต่างๆ สิ่งที่ดีเตรียมไว้เพื่อบริการนักท่องเที่ยวให้ได้รับความสะดวกสบาย

ปัจจัยด้านความปลอดภัย หมายถึง มีความปลอดภัยในชีวิต และทรัพย์สิน โดยปราศจากอันตราย อุบัติเหตุต่าง ๆ ในการให้บริการ รวมไปถึงการรักษาความลับของลูกค้า

ปัจจัยด้านการคมนาคมและการเดินทาง หมายถึง การที่ลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้รับความสะดวกในการเดินทางไปยังสถานที่ท่องเที่ยว

ปัจจัยด้านบุคลากรและการบริการ หมายถึง ความสามารถในการ ให้บริการลูกค้า และตามเป้าหมายที่ได้ตั้งไว้ เพื่อให้มีความน่าเชื่อถือและมีความไว้วางใจ มีความยินดี ความเอาใจใส่ในการบริการ และพร้อมที่จะบริการกับลูกค้าให้มีความประทับใจในการบริการ

ปัจจัยด้านป้ายบอกทางและการให้ข้อมูล หมายถึง การบริการข้อมูลต่าง ๆ แก่ลูกค้าโดยการสื่อสารด้วยภาษาที่มีความเข้าใจ เอกสารแนะนำ ป้ายสัญลักษณ์ และมีการรับเรื่องร้องทุกข์ของลูกค้า

3. ทฤษฎีการสื่อสารบอกต่อ

ในปัจจุบันการสื่อสารบอกต่อมีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการหรือเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคเป็นอย่างมาก อันเนื่องมาจากความประทับใจในสินค้าหรือบริการนั้นจึงต้องการบอกเล่าประสบการณ์และผลลัพธ์ไปยัง

บุคคลอีกบุคคลหนึ่ง วิธีการสื่อสารบอกต่อมีอิทธิพลในการจูงใจและโน้มน้าวลูกค้าให้เกิดความสนใจได้ (Solomon, 2011)

Buzz Marketing คือ กลยุทธ์ในการบอกต่อข่าวสารจากบุคคลหนึ่งไปยังอย่างบุคคลหนึ่ง เป็นการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารโดยการบอกต่อกันไปเรื่อยๆ จนทำให้การสร้างประสิทธิภาพในการกระจายข่าวสารและข้อมูลได้เป็นอย่างดี Buzz Marketing แบ่งออกเป็น 2 ประเภท คือ

1. Word of Mouth Marketing หรือการสื่อสารแบบปากต่อปากจากบุคคลหนึ่งไปยังอีกบุคคลหนึ่ง หรืออีกกลุ่มหนึ่ง พฤติกรรมดังกล่าวทำให้ข้อมูลหรือข่าวสารเป็นเรื่องที่คนพูดถึง หรือ Talk of the town

2. Viral Marketing คือการส่งข้อมูลต่อกันโดยใช้สื่ออิเล็กทรอนิกส์ เช่น E-mail, Facebook, Tiktok หรือสื่อสังคมออนไลน์ต่างๆ การใช้วิธีส่งข่าวสารหรือข้อมูลผ่านทางสื่ออิเล็กทรอนิกส์ในปัจจุบันมีความก้าวหน้า และ แพร่หลายอย่างกว้างขวางในเวลาทีรวดเร็วการพัฒนาระบบเครื่องมืออิเล็กทรอนิกส์และ Internet ให้ มีความล้ำหน้ามากขึ้นยิ่งทำให้การกระจายข้อมูลในรูปแบบ Viral Marketing มีประสิทธิภาพมากขึ้น (Rosen, 2002)

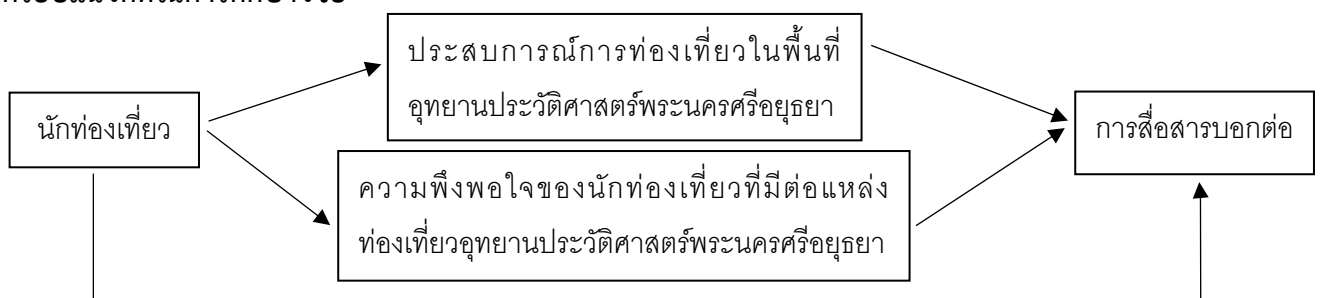
การสื่อสารบอกต่อ สามารถแบ่งออกได้ เป็น 2 ประเภท คือ

การสื่อสารบอกต่อในทางบวก (Positive Word of Mouth) ในที่นี้จะหมายถึง การสื่อสารหรือ การแบ่งปันข้อมูลในทางบวกเกี่ยวกับ ตราสินค้า ผลิตภัณฑ์ หรือการบริการที่เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ซึ่งการสื่อสารในรูปแบบนี้เป็นการสื่อสารที่ทรงพลัง และมีประโยชน์ต่อองค์กรหรือธุรกิจ ซึ่งตรงกับการศึกษาในหลายครั้งที่พบว่า การบอกต่อปากต่อปาก ในทางบวกเป็นแหล่งข้อมูลหลักที่ลูกค้าจะใช้ในการเลือกผู้ให้บริการรายใหม่ (Keaveney, 1995)

การสื่อสารบอกต่อในทางลบ (Negative Word of Mouth) หากลูกค้าไม่พอใจในงานบริการที่ได้รับ ก็ อาจถ่ายทอดความรู้สึกไม่พอใจนั้นไปยังลูกค้าคนอื่นด้วยเช่นกัน ดังนั้นนักการตลาดบริการจึงควรเพิ่มความระมัดระวังถึงผลกระทบของการสื่อสารบอกต่อในแง่ลบนี้เอาไว้ด้วย (Francis, David, Brookes, & Mariussen, 2016)

สรุปได้ว่า การบอกต่อเป็นกระบวนการที่ผู้บริโภคได้บอกข้อมูลเกี่ยวกับประสบการณ์ที่เคยได้รับมาโดย ถ่ายทอดจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่งมีทั้งทางบวก และทางลบ เมื่อลูกค้าเกิดความพึงพอใจจากสิ่งที่ได้รับมา จะทำให้เกิดการบอกต่อที่ดีขึ้น

กรอบแนวคิดในการศึกษาวิจัย



ระเบียบวิธีวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เข้ามาเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทย อายุ 20 ปีขึ้นไป ที่เข้ามาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา และทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก กำหนดกลุ่มตัวอย่างที่ 402 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม (Questionnaire) ที่สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรม ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลส่วนบุคคลของนักท่องเที่ยว ข้อมูลเกี่ยวข้องกับประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยว ความพึงพอใจ และการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยว โดยแบบสอบถามจะมีลักษณะดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบไปด้วย เพศ อายุ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้ และความถี่ในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ตอนที่ 2 ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัศวิน แสงพิกุล, 2561)

ตอนที่ 3 ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัศวิน แสงพิกุล, 2561)

ตอนที่ 4 การสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประสบการณ์การเดินทาง แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประเมินค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตราวัดแบบประเมินค่า 5 ระดับ ตามมาตราวัดแบบลิเคิร์ต (Likert's Scale) (อัศวิน แสงพิกุล, 2561)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้รวบรวมข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) คือ ข้อมูลจากการเก็บแบบสอบถามที่สร้างขึ้น โดยใช้ในการสำรวจ (Survey) การเก็บรวบรวมข้อมูลได้ใช้วิธีตามความสะดวก (Convenience sampling) โดยผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยโดยมีกลุ่มตัวอย่างที่ต้องการศึกษาจำนวน 402 ตัวอย่าง

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลแบบสอบถามครบตามจำนวน 402 ชุด จึงทำการตรวจสอบให้มีความถูกต้องสมบูรณ์ครบถ้วนตามความต้องการ จากนั้นทำการประมวลผลข้อมูลและได้วิเคราะห์ ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อการวิจัย โดยใช้ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (Level or significance) หลังจากนั้นจึงตรวจสอบความสมบูรณ์และความถูกต้อง เพื่อนำไปวิเคราะห์ แปลผล สรุปผล และเขียนรายงานผลการวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

ผู้วิจัยได้ศึกษาและรวบรวมข้อมูลที่ได้จากการใช้แบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลและความสมบูรณ์ของคำตอบแต่ละฉบับพร้อมทั้งลงรหัสของข้อมูลแล้วกรอกลงในแบบฟอร์มการลงรหัสทั่วไป (General Coding Form) ซึ่งเป็นการเตรียมข้อมูลเพื่อส่งไปบันทึกลงในเครื่องคอมพิวเตอร์ แล้วนำมาวิเคราะห์ประมวลผลโดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปเพื่อหาค่าสถิติแล้ววิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลโดยสถิติที่ผู้วิจัยใช้สถิติต่อไปนี้ คือ

1. การวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) การแจกแจงความถี่ (Frequencies) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard of Deviation) และ ค่าเฉลี่ย (Mean) เป็นต้น
2. การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การทดสอบสมมติฐานของผลต่างระหว่างค่าเฉลี่ย เมื่อสุ่มตัวอย่างจากแต่ละประชากรเป็นอิสระต่อกัน (T-test และ F-test)
3. การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่มากกว่า 2 ตัวแปร ได้แก่ การหาปัจจัยด้านประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 45-59 ปี สถานภาพโสด มีระดับการศึกษาอยู่ในระดับปริญญาตรี ประกอบอาชีพข้าราชการ/พนักงานรัฐวิสาหกิจ มีรายได้อยู่ระหว่าง 18,001-38,000 บาท และมีความถี่ในการมาเยือนพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาในช่วง 2-3 ครั้ง

2. ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อพิจารณารายด้านแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์ด้านการเรียนรู้ (การศึกษา) มากที่สุด รองลงมาคือ ประสบการณ์ด้านความบันเทิง อันดับสามคือ ประสบการณ์ด้านสังคม ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีประสบการณ์น้อยที่สุดคือ ประสบการณ์ด้านการบริการ

3. ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อแหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทย เมื่อพิจารณารายด้านแล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด รองลงมาคือ ความพึงพอใจด้านความสะดวกและความสวยงาม อันดับสามคือ ความพึงพอใจด้านป้ายบอกทางและการให้ข้อมูล ตามลำดับ ส่วนด้านที่นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจน้อยที่สุดคือ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

4. การสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า มีโอกาสที่นักท่องเที่ยวจะแบ่งปันประสบการณ์ที่ฉันได้รับจากการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก,

เอ็กซ์, อินสตราแกรม เป็นต้น มากที่สุด รองลงมาคือ ฉันจะแนะนำให้ผู้อื่นมาท่องเที่ยวที่อุทยานประวัติศาสตร์ พระนครศรีอยุธยา (การสื่อสารแบบเห็นหน้า) อันดับสาม ฉันจะบอกเล่าให้ผู้อื่นฟังเกี่ยวกับประสบการณ์ที่ฉัน ได้รับในการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา (การสื่อสารแบบเห็นหน้า) ตามลำดับ

5. ปัจจัยด้านประสบการณ์ด้านการท่องเที่ยวที่มีผลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัย ประสบการณ์ด้านสุนทรียะ ด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอก ต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัด พระนครศรีอยุธยา ส่วนประสบการณ์ด้านสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย หรืออาจจะเป็นการสื่อสารบอกต่อในเชิงลบ

6. ความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า ปัจจัยความ พึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ ความพึงพอใจด้านบุคลากรและการบริการ ความพึงพอใจด้านป้ายบอก ทางและการให้ข้อมูล ความพึงพอใจด้านการคมนาคมและการเดินทาง ความพึงพอใจด้านความสะอาดและ ความสวยงาม และ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนความพึง พึงพอใจด้านความปลอดภัยไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย หรืออาจจะเป็นการ สื่อสารบอกต่อในเชิงลบ

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1. เพื่อศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยาน ประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยมีประสบการณ์ด้านการศึกษามากที่สุด เนื่องจากพื้นที่ แหล่งท่องเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์อยุธยานั้นเป็นแหล่งเรียนรู้ทางประวัติศาสตร์ และเป็นแหล่งท่องเที่ยว มรดกโลกอีกด้วย สอดคล้องกับผลการวิจัยของ ชีววรรณ เจริญสุข (2560) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มี อิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาสุโขทัย-ศรีสัชชนาลัยและกำแพงเพชรในประเทศไทย ที่ กล่าวว่า นักท่องเที่ยวจะเดินทางมายังแหล่งมรดกโลกซึ่งเป็นจุดหมายปลายทางของการเรียนรู้การท่องเที่ยวเชิง ประวัติศาสตร์ และได้รับประสบการณ์ความรู้เชิงประวัติศาสตร์ แสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวได้รับรู้ถึงคุณค่าใน การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) จากการได้รับประสบการณ์ในการท่องเที่ยวที่ดีย่อมก่อให้เกิดการ รับรู้ต่อภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวที่ดี

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจในการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในระดับมาก นักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจมากที่สุด ซึ่งมีองค์ประกอบย่อย คือ มีการอนุรักษ์และทะนุบำรุงรักษาโบราณสถาน มีความเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกที่มีสถาปัตยกรรม สวยงาม สมบูรณ์ และมีอารยธรรมให้ได้ชมโบราณสถานและสิ่งปลูกสร้างมีความน่าดึงดูดใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุนันท์ เขมวงศ์ชัย (2564) ศึกษา ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยววัดพนัญเชิงวรวิหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19) พบว่า ด้านโบราณสถานและประวัติศาสตร์ได้รับความพึงพอใจในระดับมากที่สุด จากนักท่องเที่ยวชาวไทย แสดงว่านักท่องเที่ยวชาวไทยมีความพึงพอใจและประทับใจด้านโบราณสถานและประวัติศาสตร์มากที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3. เพื่อศึกษาแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาวิจัย พบว่า โดยรวมนักท่องเที่ยวมีโอกาสที่จะแบ่งปันประสบการณ์ที่ฉันได้รับจากการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, แอ็กซ์, อินสตราแกรม เป็นต้น มากที่สุด ทำให้พบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ข่าวสารและการบอกเล่าประสบการณ์การเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาผ่านช่องทางออนไลน์ เนื่องจากอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยานั้นเป็นสถานที่ท่องเที่ยวที่มีลักษณะการท่องเที่ยวเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์ การหาประสบการณ์ใหม่ๆ และพักผ่อนหย่อนใจ นักท่องเที่ยวรับรู้ข่าวสารจากอินเทอร์เน็ต ซึ่งสอดคล้องกับโลกในยุคโลกาภิวัตน์ที่ผู้คนทั่วโลกจะหันมาใช้อินเทอร์เน็ตในการหาข้อมูลข่าวสารมากขึ้น โดยมีการรับรู้ผ่านการส่งเสริมด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ด้านการท่องเที่ยวที่ปรากฏอยู่ในเว็บไซต์ต่างๆ การรับรู้ข่าวสารจากคำบอกเล่าจากเพื่อนและครอบครัวซึ่งได้รับการบอกเล่าจากการที่คนในครอบครัวหรือเพื่อนที่เคยเดินทางไปเที่ยวอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามาแล้ว จึงเป็นสิ่งที่ทำให้นักท่องเที่ยวอยากไปสัมผัสเอง

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของประสบการณ์การท่องเที่ยวและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการสื่อสารบอกต่อในพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา

จากการศึกษาวิจัยพบว่า อิทธิพลของประสบการณ์ในด้านสุนทรีย์ะ ด้านการศึกษา ด้านการบริการ และด้านความบันเทิง มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนประสบการณ์ด้านสังคมไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย และอิทธิพลของความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ ความพึงพอใจด้านบุคลากรและการบริการ ความพึงพอใจด้านป้ายบอกทางและการให้ข้อมูล ความพึงพอใจด้านการคมนาคมและการเดินทาง ความพึงพอใจด้านความสะอาดและความสวยงาม และ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก

ความสะอาด มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนความพึงพอใจด้านความปลอดภัยไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทย จากการศึกษาวิจัยนี้พบว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อโดยรวมล้วนมีความเกี่ยวข้องกับด้านภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยว ทั้งประสบการณ์ด้านการศึกษา ซึ่งอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ที่มีแหล่งเรียนรู้หลายแห่ง และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยามีการอนุรักษ์และทะนุบำรุงรักษาโบราณสถาน มีความเป็นแหล่งท่องเที่ยวมรดกโลกที่มีสถาปัตยกรรม สวยงาม สมบูรณ์ และมีอารยธรรมให้ได้ชม โบราณสถานและสิ่งปลูกสร้างมีความน่าดึงดูดใจ สอดคล้องกับผลการวิจัยของ สุมาลย์ ปานคำ และ นันทมน พลายบัว (2564) ที่ได้ศึกษาเกี่ยวกับ ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยว พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลรวมต่อการบอกต่อ แบบปากต่อปากเชิงบวก ได้แก่ ปัจจัยด้านความรู้สึกที่มีต่อภาพลักษณ์ ปัจจัยด้านความสอดคล้องใน ตนเอง และปัจจัยด้านการผูกติดกับสถานที่ ตามลำดับ ทำให้นักท่องเที่ยวมีความรู้สึกที่ดีต่อสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ทำให้เกิดความน่าสนใจ และรีวิวลสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น

ข้อเสนอแนะ

จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือนในพื้นที่นี้จะได้รับประสบการณ์ในด้านการเรียนรู้ (การศึกษา) มากที่สุด ดังนั้น หากแหล่งท่องเที่ยวในพื้นที่สามารถถ่ายทอดความรู้เชิงประวัติศาสตร์ให้กับนักท่องเที่ยวได้รับความรู้อย่างถูกต้องตามข้อมูลทางประวัติที่แท้จริง และเพิ่มช่องทางศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมในสื่อออนไลน์ต่างๆ เช่น เว็บไซต์ เฟซบุ๊กแฟนเพจ หนังสืออิเล็กทรอนิกส์ เป็นต้น ก็จะเป็นการเพิ่มประสบการณ์ในด้านการศึกษาให้กับนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาเยือน และยังเพิ่มความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยวอีกด้วย ควรมีการจัดสรรสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ ในพื้นที่อย่างเหมาะสม เช่น ที่นั่งพักรอ บริการน้ำดื่ม ถังขยะ และห้องน้ำ เป็นต้น มีพื้นที่จอดรถที่เพียงพอและเข้าออกสะดวก ปรับปรุงเส้นทางในการเดินทางเข้าถึงอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาให้มีความสะดวกมากขึ้น และมีจุดบริการขนส่งสาธารณะหรือขนส่งท้องถิ่นที่เข้าถึงง่าย และค่าบริการที่เหมาะสม เป็นต้น และนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยว มีโอกาสที่จะแบ่งปันประสบการณ์ที่ได้รับจากการเดินทางมายังอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา ลงในสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก, เอ็กซ์, อินสตราแกรม เป็นต้น มากที่สุด ซึ่งเป็นการบอกต่อที่สามารถขยายวงการเรียนรู้ของผู้คนออกไปได้อย่างกว้างขวางมากที่สุด จากจุดนี้หน่วยงานหรือผู้มีส่วนเกี่ยวข้องควรมีการพัฒนาปรับปรุงสิ่งต่างๆ ในแหล่งท่องเที่ยวหรือในพื้นที่อยู่สม่ำเสมอ เพื่อให้เกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่ดีแก่นักท่องเที่ยว ทำให้เกิดความพึงพอใจ และส่งผลให้เกิดการบอกต่อในทางบวกหรือการบอกต่อที่ดี สร้างชื่อเสียงและทำให้นักท่องเที่ยวอาจจะกลับมาเยือนซ้ำได้ในอนาคต

อิทธิพลของประสบการณ์ในด้านสุนทรียะ ด้านการเรียนรู้ (การศึกษา) ด้านการบริการ และด้านความบันเทิง ความพึงพอใจด้านสถานที่และสิ่งดึงดูดใจ ความพึงพอใจด้านบุคลากรและการบริการ ความพึงพอใจด้านป้ายบอกทางและการให้ข้อมูล ความพึงพอใจด้านการคมนาคมและการเดินทาง ความพึงพอใจด้านความสะดวกและความสวยงาม และ ความพึงพอใจด้านสิ่งอำนวยความสะดวก มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ส่วนประสบการณ์ด้านสังคม และความพึงพอใจด้านความปลอดภัย ไม่มีอิทธิพลต่อการสื่อสารบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยหรือมีการสื่อสารบอกต่อในทางลบ ดังนั้นหน่วยงานที่เกี่ยวข้องจึงควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวในด้านการเรียนรู้ การบริการ ความบันเทิง สิ่งดึงดูดใจในแหล่งท่องเที่ยว บุคลากร การคมนาคม ความสะดวก และสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว ให้ดียิ่งขึ้น และในส่วนด้านที่ไม่มีอิทธิพลต่อการบอกต่อ เช่น ด้านสังคม และด้านความปลอดภัย นั้นยังต้องมีการปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นเพื่อประสบการณ์และความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว เพิ่มโอกาสในการบอกต่อ และลดการบอกต่อในทางลบ

บรรณานุกรม

- กมลชนก คำอ่อน. (2561). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ที่มีต่ออุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา. วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 127-133.
- กลุ่มเผยแพร่ฯ กรมศิลปากร. (2565). จุดเริ่มต้นของอุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยา สู่มรดกโลกทางวัฒนธรรม. เข้าถึงได้จาก ศิลปวัฒนธรรม: https://www.silpa-mag.com/history/article_16192
- ชีวรรณ เจริญสุข. (2560). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อคุณค่าที่รับรู้ภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวและความภักดีต่อแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ (มรดกโลก) ในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- สุนันท์ เขมวงค์ชัย. (2564). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยววัดพนัญเชิงวรวิหาร จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ในช่วงสถานการณ์การระบาดของไวรัสโคโรนา 2019 (โควิด 19). กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- สุมาลย์ ปานคำ , และ นัทธมน พลายบัว. (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีผลต่อการบอกต่อแบบปากต่อปากเชิงบวกทางอิเล็กทรอนิกส์บนเพจเฟซบุ๊กเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 842-856.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2561). ระเบียบวิธีวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรม. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- Buttle Francis, Bowie David, Maureen Brookes, และ Anastasia Mariussen. (2016). Hospitality Marketing. Oxfordshire: Taylor & Francis.
- Emanuel Rosen. (2002). The anatomy of buzz : How to create word-of-mouth marketing. New York: Doubleday/Currency.

- Hung-Che Wu, Meng-Yu Li, และ Tao Li. (2014). A Study of Experiential Quality, Experiential Value, Experiential Satisfaction, Theme Park Image, and Revisit Intention. *Journal of Hospitality & Tourism Research*.
- James F. Burke, และ Paul Barry Resnick. (1991). *Marketing & Selling the Travel Product*. New York: South-Western Publishing Company.
- Marion Clawson, และ Jack L. Knetsch. (1966). *Economics of Outdoor Recreation*. Michigan: Resources for the Future.
- Michael R. Solomon. (2011). *Consumer Behavior: Buying, Having, and Being*. Hoboken: Prentice Hall.
- Richard L. Oliver. (1980). A Cognitive Model of the Antecedents and Consequences of Satisfaction Decisions. *Journal of Marketing Research*.
- Robert E. Franken. (1982). *Human Motivation*. California: Brooks/Cole Publishing Company.
- Susan M. Keaveney. (1995). Customer Switching Behavior in Service Industries: An Exploratory Study. *Journal of Marketing*, 71-82.
- Victor H. Vroom. (1964). *Work and motivation*. Hoboken: John Wiley & Son.
- W.G. Cochran. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons.

อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวใน
เขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

The Influence of Motivation on the Tourism Behavior of People with Mobility
Impairments in Pattaya, Chonburi Province

ปภาดา วิชัยดิษฐ¹ และ กัลยา สว่างคง²

¹คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต, wichaidit@live.com

²คณะการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และลักษณะความพิการ และ 3) ศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจทั้งปัจจัยผลักดัน (Push Factor) และปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ คนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จำนวน 208 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบง่าย (Simple Random Sampling) และใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัยพบว่า ลักษณะส่วนบุคคล เช่น ระดับการศึกษา อาชีพ และลักษณะความพิการ มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว ในขณะที่ เพศ อายุ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และการใช้เครื่องช่วยความพิการไม่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ นอกจากนี้ แรงจูงใจด้านปัจจัยผลักดัน เช่น ความต้องการด้านร่างกาย ความต้องการเข้าสังคม และความ ต้องการพบเจอสิ่งใหม่ ๆ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว ในขณะที่แรงจูงใจด้านปัจจัยดึงดูดไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อเสนอแนะจากการวิจัย ได้แก่ การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกในแหล่งท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ข้อมูลที่ชัดเจน และการออกแบบกิจกรรมที่รองรับคนพิการ เพื่อเพิ่มโอกาสและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เท่าเทียม

คำสำคัญ : แรงจูงใจ, พฤติกรรมการท่องเที่ยว, คนพิการทางการเคลื่อนไหว

Abstract

The purpose of this study was to 1) examine the level of travel motivation and travel behavior of people with mobility impairments in Pattaya, Chonburi Province, 2) compare travel behavior of people with mobility impairments categorized by personal characteristics such as gender, age, education level, occupation, average monthly income, and type of disability, and 3) study the influence of motivational factors, both push factors and pull factors, on the travel behavior of people with mobility impairments in Pattaya, Chonburi Province.

The sample group consisted of 208 individuals with mobility impairments in Pattaya, selected using simple random sampling. A questionnaire was used as the research instrument. Statistical analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis.

The results of the research found that personal characteristics such as education level, occupation, and type of disability had statistically significant relationships with travel motivation among people with mobility impairments. Meanwhile, gender, age, average monthly income, and the use of assistive devices were not significantly related to travel motivation. Furthermore, push factors such as physical needs, the need for social interaction, and the desire to explore new experiences had a statistically significant influence on the travel behavior of people with mobility impairments, while pull factors did not show a statistically significant influence. Recommendations from this study include the development of appropriate facilities at tourist destinations, clear and accessible information dissemination, and the design of activities tailored for people with disabilities to enhance equal opportunities and improve travel experiences.

Keywords : Motivation, Travel Behavior, Physical Disability

บทนำ

ปัจจุบันทั่วโลกมีจำนวนคนพิการมากกว่า ของประชากรโลก 16 พันล้านคน หรือประมาณร้อยละ 3.1 โดยมีจำนวนเพิ่มขึ้นจากการมีอายุยืนยาวและการเจ็บป่วยด้วยโรคเรื้อรังที่เพิ่มขึ้น (World Health Organization, 2024) สำหรับประเทศไทยมีคนพิการจดทะเบียนจำนวน 2,174, คน หรือ 158คิดเป็นร้อยละ 1 ของประชากร โดยประเภทที่พบมากที่สุดคือผู้พิการทางการเคลื่อนไหว จำนวน 29.3,097, คน 923หรือคิดเป็นร้อยละ 9 ของผู้พิการทั้งหมด ในจังหวัดชลบุรีมีผู้พิการทางการเคลื่อนไหว 50.50, คน คิดเป็นร้อยละ 799 ของผู้พิการในจังหวัด ซึ่งส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ความพิการส่งผลกระทบต่อทั้งทางด้านร่างกาย จิตใจ และ 14.52 สังคม เช่น การจำกัดการเคลื่อนไหวการเกิดโรคแทรกซ้อน ความรู้สึกด้อยค่า และการเข้าสังคมที่ถูกจำกัด

(พชรพร สุวิชาเชิดชู ,2552 ,พจนภา เจริญสันต์ ;2553) จึงมีความจำเป็นในการปรับปรุงการเข้าถึงบริการต่าง ๆ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตของผู้พิการทางการเคลื่อนไหว

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทยมีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจและการพัฒนาภูมิภาค โดยแผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 (พ.ศ. 2566-2570) ช่วยตอบโจทก์นักท่องเที่ยวยุคใหม่ อย่างไรก็ตาม การท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการ โดยเฉพาะผู้พิการทางการเคลื่อนไหวยังได้รับความสนใจน้อย เนื่องจากข้อจำกัดด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและความรู้ในภาคการท่องเที่ยว จึงควรส่งเสริมโอกาสการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวอย่างเท่าเทียม (ชุกลิน อุ่นวิจิตร, 2557)

รายงานสถานการณ์คุณภาพชีวิตคนพิการของประเทศไทย ปี 2565 ระบุว่าร้อยละ 37.2 ของผู้พิการยังต้องการความช่วยเหลือเพิ่มเติม การท่องเที่ยวซึ่งองค์การการท่องเที่ยวโลก (UNWTO) ยอมรับว่าเป็นสิทธิที่ทุกคนควรเข้าถึงได้ สามารถช่วยฟื้นฟูสมรรถภาพด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม งานวิจัยของกัลยา สว่างคง (2560) ชี้ว่าการเดินทางช่วยลดข้อจำกัดทางร่างกายและสังคมได้ ขณะที่อิสระ อูบัติ (2560) ระบุว่าแรงจูงใจทั้งปัจจัยผลักดัน เช่น การหลีกเลี่ยงสภาพแวดล้อมเดิม และปัจจัยดึงดูด เช่น สิ่งอำนวยความสะดวก มีผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้พิการ จึงควรพัฒนาบริการที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะเพื่อเพิ่มโอกาสการเดินทาง

จากสถานการณ์ดังกล่าว ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญในการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวภายในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งแรงจูงใจในการเดินทางไปท่องเที่ยวของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี การศึกษานี้มีเป้าหมายเพื่อให้หน่วยงานภาครัฐหรือหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการสามารถนำข้อมูลที่ได้จากการวิจัยไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ ข้อมูลจากการศึกษาดังกล่าวยังสามารถเป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหว เพื่อยกระดับคุณภาพของบริการและเสริมสร้างประสบการณ์ที่ดีขึ้นในการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มผู้พิการในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล
3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เมืองพัทธยา และท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดชลบุรี ทราบถึงแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตเมืองพัทธยา จังหวัดชลบุรี

2. การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) สามารถนำผลการศึกษามาใช้เป็นแนวทางให้แก่ผู้ประกอบการท่องเที่ยว ในการพัฒนาและปรับปรุงแหล่งท่องเที่ยวให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวที่เป็นคนพิการทางการเคลื่อนไหว

3. หน่วยงานภาครัฐและหน่วยงานที่มีบทบาทในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้พิการสามารถนำข้อมูลจากการศึกษานี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายหรือยุทธศาสตร์ด้านการท่องเที่ยว เพื่อเพิ่มโอกาสและความสะดวกสบายในการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการทางการเคลื่อนไหว

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาและทบทวนวรรณกรรมเพื่อเป็นฐานความรู้สำหรับงานวิจัย โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ (1) แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการตัดสินใจท่องเที่ยว (2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว และ (3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคนพิการทางการเคลื่อนไหว โดยมีรายละเอียดดังนี้

(1) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจในการท่องเที่ยว

การตัดสินใจท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเป็นกระบวนการที่เกิดขึ้นทั้งก่อนและหลังการเดินทาง โดย Johnston (2013) ระบุว่าผู้ประกอบการจำเป็นต้องเข้าใจขั้นตอนการตัดสินใจของลูกค้าเพื่อตอบสนองพฤติกรรมผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ กระบวนการตัดสินใจสามารถแบ่งออกเป็น 5 ขั้นตอน ได้แก่ การตระหนักรู้ปัญหา การหาข้อมูล การประเมินทางเลือก การตัดสินใจซื้อ และพฤติกรรมหลังการเดินทาง โดยนักท่องเที่ยวพิจารณาปัจจัยต่าง ๆ เช่น แรงจูงใจจากภายใน (Push Factors) และปัจจัยดึงดูดจากภายนอก (Pull Factors) เพื่อเลือกสถานที่ที่ตอบโจทย์ความต้องการของตนเอง ซึ่งยังรวมถึงการพิจารณาความคุ้มค่า ความปลอดภัย และสิ่งอำนวยความสะดวกก่อนตัดสินใจเดินทาง (วจนะ ภูพานี, 2555) และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในการตัดสินใจท่องเที่ยวเกี่ยวข้องกับปัจจัยตั้งแต่การโปรโมทการท่องเที่ยว การเกิดความต้องการเดินทาง การวางแผน การเดินทาง และการประเมินประสบการณ์หลังการท่องเที่ยว ทั้งนี้ การทำความเข้าใจกระบวนการเหล่านี้เป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนากลยุทธ์ทางการตลาดและการบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

(2) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว

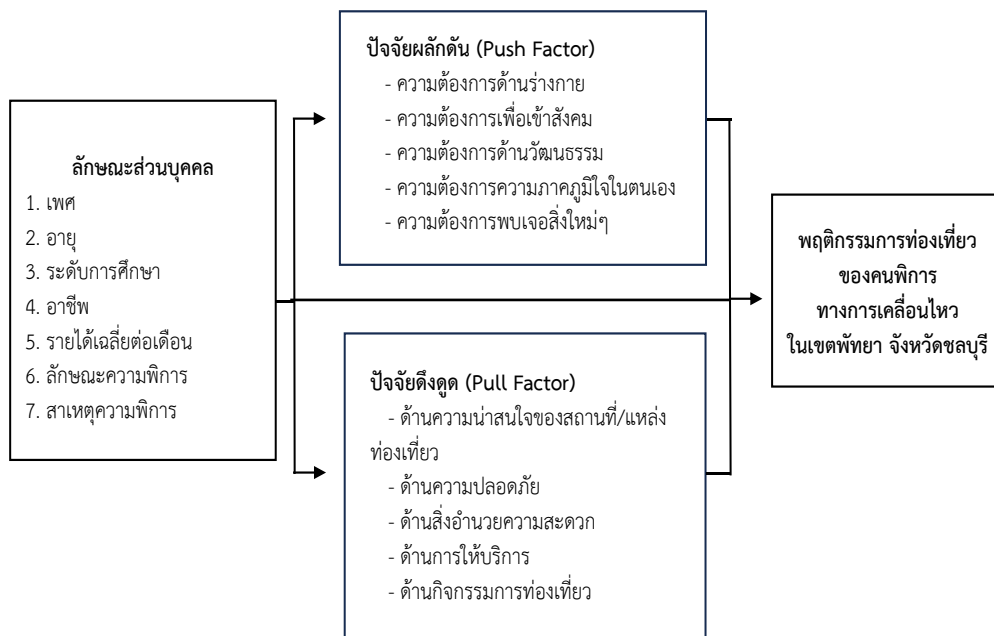
Dann (1977) ได้นำเสนอแนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวผ่านแนวคิด “ปัจจัยผลักดันและปัจจัยดึงดูด” (Push and Pull Factors) โดยแบ่งออกเป็นสองประเภทหลัก ได้แก่ ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่เกิดจากความต้องการภายในตัวบุคคล เช่น ความต้องการพักผ่อน ความสัมพันธ์ทางสังคม ความสนใจในวัฒนธรรม การเสริมสร้างความภาคภูมิใจในตนเอง และปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ซึ่งเป็นปัจจัยภายนอกที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว เช่น ความสวยงามของธรรมชาติ เส้นผ่าของสถานที่ท่องเที่ยว หรือความสะดวกสบายในการเดินทางและบริการ ทั้งสองปัจจัยนี้ร่วมกันกำหนดการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว ในขณะที่ อิศระ อุปดี (2560) ได้อธิบายว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการมีลักษณะไม่ต่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป โดยสามารถแบ่งออกเป็น ปัจจัยผลักดัน (Push Factors) และ ปัจจัยดึงดูด (Pull Factors) ปัจจัยผลักดันเกิดจากความต้องการภายใน เช่น ความต้องการพักผ่อน การหลีกเลี่ยงจากความจำเจ

การพบปะผู้คน ส่วนปัจจัยดึงดูดคือปัจจัยภายนอกที่ช่วยให้คนพิการตัดสินใจเดินทาง เช่น สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับผู้ใช้พิการในแหล่งท่องเที่ยว การคมนาคมขนส่งที่เหมาะสม การจัดกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะกลุ่ม และนโยบายส่งเสริมการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความเท่าเทียม ทั้งนี้ การจัดการปัจจัยดึงดูดที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้คนพิการสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกและมั่นใจยิ่งขึ้น

(3) แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับคนพิการทางการเคลื่อนไหว

ความหมายและสาเหตุของความพิการทางการเคลื่อนไหว ตาม พ.ร.บ.ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 ความพิการทางการเคลื่อนไหวหมายถึงข้อจำกัดในการดำรงชีวิตประจำวันหรือการเข้าร่วมกิจกรรมในสังคม อันเนื่องมาจากการสูญเสียหรือความบกพร่องของอวัยวะ เช่น แขน ขา หรือมือ โดยมีสาเหตุจากภาวะอัมพาต การสูญเสียแขนขา หรือโรคเรื้อรัง รวมถึงอุบัติเหตุหรือโรคที่ทำให้ร่างกายมีข้อจำกัดในการเคลื่อนไหว (วรวิทย์ เจริญศิริ, 2549) เพื่อสนับสนุนการดำรงชีวิตของผู้พิการ กระทรวงมหาดไทย (2564) ได้กำหนดมาตรฐานสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารและพื้นที่สาธารณะ เช่น ที่จอดรถสำหรับผู้พิการควรมีพื้นที่และตำแหน่งเหมาะสม ทางลาดควรมีความชันไม่เกิน 5 องศา และลิฟต์ต้องมีขนาดใหญ่พร้อมปุ่มควบคุมระดับต่ำสำหรับผู้ใช้วีลแชร์ ห้องน้ำควรมีพื้นที่กว้างสำหรับการเคลื่อนไหวยุติของรถเข็น พร้อมราวจับเพื่อความสะดวกและปลอดภัย สิ่งเหล่านี้ช่วยให้ผู้พิการสามารถดำเนินชีวิตและเข้าร่วมกิจกรรมในสังคมได้สะดวกและเท่าเทียม (กระทรวงมหาดไทย, 2564)

กรอบแนวคิดในการวิจัย



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย

1. ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี
2. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดัน (Push Factor) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี
3. แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาเรื่อง อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) และมีการเก็บรวบรวมข้อมูลในรูปแบบการวิจัยเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยผู้วิจัยได้อธิบายถึงวิธีการดำเนินงานวิจัย อันประกอบด้วยข้อมูล ดังนี้

1. กลุ่มประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 กลุ่มประชากรที่ใช้ในการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ คนพิการทางการเคลื่อนไหวที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่จังหวัดชลบุรี ซึ่งจากข้อมูลของฝ่ายส่งเสริมสวัสดิการสังคม สำนักสวัสดิการสังคมรายงานในปี พ.ศ. 2566 มีคนพิการทางการเคลื่อนไหวที่อาศัยอยู่ในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีจำนวนทั้งสิ้น 730 คน (ฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนขอรับเงินเบี้ยยังชีพความพิการของเมืองพัทยา ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2567 ฝ่ายส่งเสริมสวัสดิการสังคม สำนักสวัสดิการสังคม)

1.2 การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัย ผู้วิจัยเลือกวิธีการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Taro Yamane (1973) ซึ่งมีการกำหนดค่าความคลาดเคลื่อนไว้ร้อยละ 5 ส่งผลให้มีค่าความนัยสำคัญอยู่ที่ระดับ 0.05

$$\begin{array}{l} \text{สูตร} \\ \text{โดยที่} \end{array} \quad \begin{array}{l} n \\ n \\ N \\ e \end{array} = \begin{array}{l} = \\ = \\ = \\ = \end{array} \begin{array}{l} \frac{N}{1 + N(e)^2} \\ \text{จำนวนกลุ่มตัวอย่าง} \\ \text{จำนวนประชากร} \\ \text{ความคลาดเคลื่อนของกลุ่มตัวอย่างซึ่งกำหนดเท่ากับ} \\ (0.05) \end{array}$$

แทนค่า

$$\begin{array}{l} n \\ n \end{array} = \begin{array}{l} = \\ = \end{array} \begin{array}{l} \frac{730}{1 + 730 (0.05)^2} \\ 258.41 \text{ หรือเท่ากับ } 259 \text{ คน} \end{array}$$

จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการของ Taro Yamane พบว่า ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 258.41 หรือเท่ากับ 259 คน อย่างไรก็ตาม เนื่องจากข้อจำกัดในการเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย เช่น การประสานงานกับองค์กรที่เกี่ยวข้อง ความไม่สะดวกของกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม จึงสามารถเก็บรวบรวมข้อมูลได้เพียง 208 คน คิดเป็นร้อยละ 80.31 ของกลุ่มตัวอย่างที่กำหนด ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความครบถ้วนและความถูกต้องของข้อมูลที่ได้รับ เพื่อให้มั่นใจว่าสามารถนำไปวิเคราะห์และตอบสมมติฐานการวิจัยได้อย่างมีประสิทธิภาพภายใต้ข้อจำกัดดังกล่าว

2. เครื่องมือที่ใช้ในการทำวิจัย

การศึกษานี้ใช้แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้นเพื่อเก็บข้อมูลเชิงสำรวจเกี่ยวกับอิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้ประกอบการเคลื่อนไหวในเขตเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี แบบสอบถามได้รับการพัฒนาจากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และเอกสารที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ครอบคลุมวัตถุประสงค์การวิจัยและสอดคล้องกับบริบทของกลุ่มเป้าหมาย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล จำนวน 7 ข้อ ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ ระดับการศึกษา รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะความพิการ และเครื่องช่วยความพิการที่ใช้ในการท่องเที่ยว โดยใช้คำถามปลายปิดแบบเลือกตอบ (Check List) แบบสอบถามดังกล่าวถูกดัดแปลงจากแบบสอบถามของอารดา หรูสกุล (2564), สมชาย ไชยมูลวงศ์ (2562) และธีร์ ตรงจิตพิทักษ์ (2556)

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยว จำนวน 40 ข้อ แบ่งออกเป็นปัจจัยผลักดัน เช่น ความต้องการด้านร่างกายและวัฒนธรรม และปัจจัยดึงดูด เช่น ความน่าสนใจของสถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก โดยใช้การประเมินค่าแบบลิเคิร์ต (Likert's Rating Scale) แบบสอบถามดังกล่าวถูกดัดแปลงจากแบบสอบถามของณัฐวุฒิ จงชนะวัฒน์ (2560) ลลิตา เลิศส่องแสง (2565) ธนวัฒน์ สุกุมารวงศ์ (2564)

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยว เช่น ลักษณะการเดินทาง ช่วงเวลา ความถี่ และค่าใช้จ่าย โดยใช้คำถามแบบเลือกตอบ (Check List) จำนวน 11 ข้อ แบบสอบถามดังกล่าวถูกดัดแปลงจากแบบสอบถามของลลิตา เลิศส่องแสง (2565), สกมลภัส ปลูกจิตรสม (2559) และสุจิตรา หนูมี (2562)

ส่วนที่ 4 เป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับปัญหาและข้อเสนอแนะ เพื่อให้ผู้ตอบสามารถแสดงความคิดเห็นหรือเสนอแนวคิดเพิ่มเติมที่อาจเป็นประโยชน์ต่อการศึกษา โดยคำถามปลายเปิดช่วยให้ได้ข้อมูลเชิงลึกและครอบคลุมในประเด็นที่อาจไม่สามารถวัดผลได้จากคำถามแบบปิด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลระหว่างเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 โดยผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยเริ่มจากการติดต่อกับกลุ่มตัวอย่างผู้ประกอบการเคลื่อนไหวในพื้นที่เป้าหมายโดยตรง พร้อมทั้งแจ้งวัตถุประสงค์ของการวิจัยและเชิญชวนเข้าร่วมตอบแบบสอบถาม ข้อมูลถูกเก็บรวบรวมในรูปแบบออฟไลน์จนได้แบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 208 ชุด ซึ่งข้อมูลดังกล่าวถูกนำไปวิเคราะห์ทางสถิติเพื่อใช้ตอบวัตถุประสงค์การวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการรวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถามที่เกี่ยวกับอิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถามแล้ว ผู้วิจัยจึงทำการวิเคราะห์ข้อมูลและประมวลผลโดยใช้โปรแกรมวิเคราะห์สถิติสำเร็จรูป (Statistical Software) และนำข้อมูลที่ได้จากการเก็บรวบรวมมาตรวจสอบความถูกต้องและทำการจัดลำดับข้อมูล เพื่อดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ทั้งส่วน 6 ในการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล แรงจูงใจ และพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยสถิติเชิงพรรณนา (ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เพื่อแจกแจงความถี่และจัดลำดับข้อมูล และทำการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของผู้พิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา โดยใช้ สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างคุณลักษณะส่วนบุคคลกับแรงจูงใจและพฤติกรรมการท่องเที่ยวโดยใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการทดสอบไคสแควร์ (Chi-Square) รวมถึงการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวด้วยการถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดค่านัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 05.0

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี

จากการวิเคราะห์ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทธยา จังหวัดชลบุรี โดยจำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะความพิการ และสาเหตุความพิการ โดยแจกแจงการแสดงจำนวน (ความถี่) และร้อยละ ได้ผลดังตารางที่ 4.1

ตารางที่ 1 ตารางแสดงลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ที่	ลักษณะปัจจัยส่วนบุคคล	จำนวน (คน)	ร้อยละ
1	เพศหญิง	131	63
2	อายุ 41 – 60 ปี	63	30.3
3	ระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	179	86.1
4	อาชีพ รับจ้าง	75	36.1
5	รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 5,000 บาท	86	41.3
6	ลักษณะความพิการ ขาขาดหรืออ่อนแรง	58	27.9
7	เครื่องช่วยความพิการที่ใช้ในการท่องเที่ยว ไม่ใช่	104	50.0

จากตารางที่ 1 การสำรวจข้อมูลลักษณะปัจจัยส่วนบุคคลของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดชลบุรีจำนวน 208 คน พบว่า เพศหญิง มีจำนวนมากที่สุด จำนวน 131 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 60.0 และส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 41-60 ปี จำนวน 63 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 30.3 ด้านการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถาม

ส่วนใหญ่จบการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 179 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 86.1 อาชีพที่พบมากที่สุดคือ รับจ้าง จำนวน 75 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 36.1 โดยรายได้เฉลี่ยต่อเดือนส่วนใหญ่ น้อยกว่า 5,000 บาท จำนวน 86 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 41.3 ลักษณะความพิการพบว่า ขาขาดหรืออ่อนแรง เป็นความพิการที่พบมากที่สุด จำนวน 58 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 27.9 และส่วนใหญ่ ไม่ใช้เครื่องช่วยความพิการ ในการท่องเที่ยว จำนวน 104 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 50.0 รองลงมาคือการใช้ วีลแชร์ จำนวน 45 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 21.6 และ ไม้ค้ำยัน/วอล์กเกอร์ จำนวน 25 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 12.0

2. ผลการวิเคราะห์ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว

ตารางที่ 2 ตารางแสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว ของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดชลบุรี

พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว	\bar{x}	S.D.	แปลผล	ลำดับที่
ท่านต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเสมอเมื่อมีโอกาส	3.88	0.93	มาก	2
ท่านตั้งใจที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวในอนาคตอันใกล้	3.75	0.90	มาก	5
ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยว เมื่อว่างจากภารกิจประจำ	3.60	1.07	มาก	8
ท่านได้วางแผนที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวอีกในทริปต่อไป	3.43	1.10	มาก	9
ท่านยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่	3.65	1.08	มาก	7
ท่านประทับใจให้กับครอบครัว/ญาติของท่าน				
ท่านยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ที่	3.93	0.94	มาก	1
ท่านประทับใจให้กับเพื่อน/คนรู้จักของท่าน				
ท่านยินดีที่จะแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับคน	3.79	1.12	มาก	4
พิการทางการเคลื่อนไหวให้กับทุกคนที่ตั้งใจเดินทางไป				
ท่านยินดีที่จะแบ่งปันประสบการณ์การท่องเที่ยวที่	3.84	0.91	มาก	3
ประทับใจบนสื่อสังคมออนไลน์				
ท่านจะแจ้งให้ผู้ที่เกี่ยวข้องทราบทันที เมื่อเกิดความไม่พอใจ	3.66	0.96	มาก	6
ต่อการให้บริการ เพื่อเป็นข้อมูลให้แหล่งท่องเที่ยวได้				
ปรับปรุงการบริการให้ดีขึ้น				
ท่านตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต เมื่อเกิดความ	3.79	0.97	มาก	4
ประทับใจในสถานที่ท่องเที่ยว				
ท่านจะเดินทางไปท่องเที่ยวตามลำพัง	3.36	1.19	ปานกลาง	10
ท่านจะเดินทางไปกับสมาชิกที่ชอบการท่องเที่ยวเหมือนกัน	3.60	1.02	มาก	8
รวม	3.69	1.02	มาก	

จากตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานของความคิดเห็นเกี่ยวกับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในจังหวัดชลบุรี พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นในระดับมาก โดยมีค่าเฉลี่ยรวมเท่ากับ 3.69 และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.02 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่าท่านต้องการที่จะเดินทางไปท่องเที่ยวเสมอเมื่อมีโอกาส ($\bar{x} = 3.88$, S.D. = 0.93) อยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ท่านตั้งใจจะเดินทางไปเยี่ยมเยียนคนใกล้ชิด ($\bar{x} = 3.75$, S.D. = 0.90) ท่านยินดีที่จะแนะนำและบอกต่อสถานที่ท่องเที่ยวที่ชื่นชอบให้กับเพื่อน/คนรู้จักของท่าน ($\bar{x} = 3.93$, S.D. = 0.94) ท่านต้องการแหล่งข้อมูลเกี่ยวกับการท่องเที่ยวที่เหมาะสม ($\bar{x} = 3.66$, S.D. = 0.96) และอยู่ในระดับปานกลาง ได้แก่ ท่านต้องการเดินทางร่วมกับสมาชิกที่ชอบการท่องเที่ยวเหมือนกัน ($\bar{x} = 3.36$, S.D. = 1.19)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ (1) ลักษณะส่วนบุคคลมีความสัมพันธ์กับแรงจูงใจของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพญา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล	ระดับนัยยะ สำคัญ	ผลการทดสอบ	
		เป็นไปตามสมมติฐาน	ไม่เป็นไปตามสมมติฐาน
เพศ	.319		✓
อายุ	.642		✓
ระดับการศึกษา	.000*	✓	
อาชีพ	.040*	✓	
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน	.185		✓
ลักษณะความพิการ	.006*	✓	
เครื่องช่วยความพิการที่ใช้ในการท่องเที่ยว	.111		✓

จากตารางที่ 3 แสดงผลการทดสอบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) ได้แก่ ปัจจัยด้านระดับการศึกษา (Sig = .000), อาชีพ (Sig = .040), ลักษณะความพิการ (Sig = .006) ในขณะที่ปัจจัยด้านเพศ (Sig = .319), อายุ (Sig = .642) รายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ค่า Sig = 0.205) และเครื่องช่วยความพิการที่ใช้ในการท่องเที่ยว (Sig = .111) ไม่มีผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > 0.05$)

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ (2) แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยผลักดัน (Push Factor) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพญา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยวปัจจัยผลักดัน (Push Factor) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี

Model	B	Coefficient Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1 (Constant)	1.192	0.293		4.069	0.000
ด้านความต้องการด้านร่างกาย	0.153	0.058	0.165	2.621	0.009
ด้านความต้องการเพื่อเข้าสังคม	0.332	0.062	0.353	5.366	0.000
ด้านความต้องการด้านวัฒนธรรม	0.008	0.045	0.012	0.178	0.859
ด้านความต้องการความภาคภูมิใจในตนเอง	0.067	0.054	0.086	1.253	0.212
ด้านความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ	0.109	0.045	0.165	2.422	0.016
ด้านความน่าสนใจของสถานที่/แหล่งท่องเที่ยว	0.011	0.047	0.016	0.238	0.812

จากตาราง 4 สามารถนำข้อมูลมาเขียนสมการพยากรณ์ ดังนี้

$$Y = 1.192 + 0.009 (\text{ด้านความต้องการด้านร่างกาย}) + 0.000 (\text{ด้านความต้องการเพื่อเข้าสังคม}) + 0.016 (\text{ด้านความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ})$$

เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทั้ง 6 ตัวแปร พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ด้านความต้องการด้านร่างกาย ด้านความต้องการเพื่อเข้าสังคม และด้านความต้องการพบเจอสิ่งใหม่ๆ แสดงว่าค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ดังกล่าว ยอมรับสมมติฐาน (Sig< .05) กล่าวคือมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การทดสอบสมมติฐานข้อที่ (3)แรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี

ตารางที่ 5 ค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวแปรแรงจูงใจในการท่องเที่ยวด้านปัจจัยดึงดูด (Pull Factor) กับพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัททยา จังหวัดชลบุรี

Model	B	Coefficient Std. Error	Standardized Coefficient Beta	t	Sig.
1 (Constant)	2.786	0.180		15.457	0.000
ด้านความปลอดภัย	-0.013	0.056	-0.020	-0.242	0.809
ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก	0.041	0.057	0.069	0.718	0.474
ด้านการให้บริการ	0.119	0.055	0.194	2.149	0.033
ด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว	0.114	0.058	0.177	1.949	0.053

จากตาราง 5 เมื่อทดสอบความมีนัยสำคัญทั้ง 4 ตัวแปร พบว่า แรงจูงใจในการท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรม การท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี ได้แก่ ด้านความปลอดภัย ด้านสิ่งอำนวยความสะดวก ด้านการให้บริการ และด้านกิจกรรมการท่องเที่ยว แสดงว่าค่าสหสัมพันธ์พหุคูณ ดังกล่าว ปฏิเสธสมมติฐาน ($Sig < .05$) กล่าวคือไม่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับแรงจูงใจในการท่องเที่ยวและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการเพื่อเข้าสังคม เป็นปัจจัยผลักดันหลักที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว โดยการท่องเที่ยวเป็นช่องทางสำคัญที่ช่วยให้ผู้พิการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม สร้างมิตรภาพ และลดความโดดเดี่ยว ผลวิจัยนี้สอดคล้องกับงานของ ธนวัฒน์ สุกุณา ทวงศ์ (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของคนพิการ เช่น ความต้องการพักผ่อน การเดินทางกับครอบครัว และการฟื้นฟูสุขภาพ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจท่องเที่ยว นอกจากนี้ การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและข้อมูลที่ครบถ้วนในแหล่งท่องเที่ยวยังช่วยเพิ่มความมั่นใจและแรงจูงใจให้ผู้พิการเดินทางมากขึ้น

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขต พัทยา จังหวัดชลบุรี จำแนกตามคุณลักษณะส่วนบุคคล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรี

จากผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจเพื่อเข้าสังคม มีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหว โดยการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคมช่วยเสริมความมั่นใจในตนเองและลดความโดดเดี่ยว ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของธนวัฒน์ สุกุณา ทวงศ์ และมณฑกานติ ชูบชวงค์ (2565) ที่ระบุว่าการเข้าสังคมและการเดินทางกับครอบครัวเป็นปัจจัยสำคัญในการกระตุ้นพฤติกรรมการท่องเที่ยว

แรงจูงใจด้านความปลอดภัย มีอิทธิพลสำคัญต่อการตัดสินใจเดินทาง ผู้พิการให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวกและระบบความปลอดภัยที่ช่วยลดความกังวล ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชตสรณ์ ชัยชนะ (2564) ยืนยันว่า ความปลอดภัยส่งผลต่อแรงจูงใจของนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะกลุ่มที่มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว

แรงจูงใจด้านความสะดวกสบายและบริการที่เหมาะสม เช่น การให้บริการที่รองรับความต้องการเฉพาะและข้อมูลที่ชัดเจน มีผลต่อการกระตุ้นพฤติกรรมการเดินทาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอิสระ อุบัติ (2564) พบว่า การจัดสิ่งอำนวยความสะดวกและการบริการที่ดีช่วยเพิ่มประสบการณ์การเดินทางในเชิงบวก ซึ่งสอดคล้องกับผลวิจัยในเขตพัทยา

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

1.1 จากผลการวิจัยพบว่า ความต้องการเพื่อเข้าสู่สังคม เป็นปัจจัยหลักด้านที่มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการท่องเที่ยวมากที่สุด ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการส่งเสริมและจัดกิจกรรมที่สนับสนุนการเข้าสู่สังคมของคนพิการ เช่น การจัดโปรแกรมท่องเที่ยวแบบกลุ่มสำหรับคนพิการ เพื่อให้พวกเขาได้พบปะ แลกเปลี่ยนประสบการณ์ และสร้างเครือข่ายกับผู้อื่น รวมถึงการสนับสนุนให้แหล่งท่องเที่ยวสร้างพื้นที่หรือกิจกรรมที่เอื้อให้คนพิการสามารถมีส่วนร่วมไปกับคนอื่นๆได้อย่างเท่าเทียม เช่น การจัดกิจกรรมเชิงสร้างสรรค์ในชุมชน หรือการจัดเวิร์กช็อปที่เปิดโอกาสให้คนพิการและคนอื่นๆได้ร่วมกัน

1.2 ปัจจัยดึงดูดที่สำคัญจากผลการวิจัยคือ ด้านการให้บริการ ซึ่งมีอิทธิพลต่อแรงจูงใจอย่างมาก มีนัยสำคัญ ข้อเสนอแนะคือ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรปรับปรุงมาตรฐานการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับความต้องการเฉพาะของคนพิการ เช่น การฝึกอบรมพนักงานให้มีความรู้และทักษะในการช่วยเหลือคนพิการอย่างถูกต้อง และการจัดทำคู่มือบริการสำหรับคนพิการ นอกจากนี้ ควรจัดให้มีเจ้าหน้าที่ที่สามารถสื่อสารหรือช่วยเหลือคนพิการในแหล่งท่องเที่ยว โดยเฉพาะในจุดที่มีกิจกรรมเฉพาะ เช่น สถานที่ปั่นเขาจำลอง หรือกิจกรรมที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ

1.3 ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าแรงจูงใจของคนพิการทางการเคลื่อนไหวมาจากทั้งปัจจัยหลักด้านและปัจจัยดึงดูด ข้อเสนอแนะคือ ควรมีการบูรณาการทั้งสองปัจจัยในการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวและบริการ ตัวอย่างเช่น การออกแบบแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นการผสมผสานระหว่างความสะดวกสบายและการกระตุ้นแรงบันดาลใจ เช่น การจัดโซนที่เหมาะสมสำหรับคนพิการที่ต้องการพักผ่อน และโซนกิจกรรมที่ส่งเสริมความภาคภูมิใจในตนเอง เช่น การแข่งขันที่ออกแบบเฉพาะสำหรับคนพิการ รวมถึงการประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางที่คนพิการเข้าถึงได้ง่าย เช่น แพลตฟอร์มออนไลน์ที่รองรับการใช้งานของคนพิการ

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

2.1 ควรขยายกลุ่มตัวอย่างให้ครอบคลุมคนพิการในลักษณะความพิการที่หลากหลาย เช่น ผู้พิการทางการมองเห็น การได้ยิน หรือผู้มีปัญหาสุขภาพจิต เพื่อสะท้อนความต้องการและข้อจำกัดที่แตกต่างกันของแต่ละกลุ่ม และให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์มากขึ้น

2.2 ควรศึกษาในบริบทที่หลากหลาย เช่น ความแตกต่างทางวัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และภูมิภาค เพื่อเปรียบเทียบข้อจำกัดและปัจจัยสนับสนุนในพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งจะช่วยพัฒนาการท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับคนพิการในบริบทที่หลากหลาย

2.3 ควรเน้นการศึกษาเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่อเจาะลึกความต้องการ ความคาดหวัง และประสบการณ์เฉพาะของคนพิการ ข้อมูลเชิงลึกนี้จะเป็นประโยชน์ต่อการออกแบบนโยบายหรือพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะได้อย่างมีประสิทธิภาพ

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2565). รายงานสถานการณ์คุณภาพชีวิตคนพิการของประเทศไทย ประจำปี 2565. ฐานข้อมูลทะเบียนกลางคนพิการ กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ.
- กระทรวงมหาดไทย (2564). กฎกระทรวงในการกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพและคนชรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564. ราชกิจจานุเบกษา. เล่ม 138 ตอนที่ 16 ก, 4 มีนาคม 2564, น. 19-29
- กัลยา สว่างคง. (2561). การจัดทำเที่ยวสำหรับคนพิการในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว. วารสารวิชาการ Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์และศิลปะ, 11(3). 2937-2949.
- ชุกกลีน อุ่นวิจิตร และคณะ. (2557). แนวทางการพัฒนาการนันทนาการและการท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ ในจังหวัดเชียงราย. วารสารวิทยาลัยราชสุดา. 10 (13), หน้า 36-50.
- ฐานข้อมูลการขึ้นทะเบียนขอรับเงินเบี้ยยังชีพความพิการของเมืองพัทยา ณ วันที่ 31 พฤษภาคม 2567, ฝ่ายส่งเสริมสวัสดิการสังคม สำนักสวัสดิการสังคม.
- พชรพร สุวิชาเชิดชู และคณะ. (2553). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของคนพิการทางการเคลื่อนไหวของศูนย์แพทย์ชุมชนในหน่วยบริการปฐมภูมิ จังหวัดนครราชสีมา. วารสารวิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี ทุพพลภาพของคนพิการทางกายและการเคลื่อนไหวในจังหวัดสมุทรปราการ, 16(2), 38-50. พระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550. (2550).
- วจนะ ภูพานี. (2555). การตัดสินใจของผู้บริโภค. เอกสารประกอบการสอนเรื่องการตัดสินใจของผู้บริโภค. คณะการบัญชีและการจัดการ, มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- วรวิทย์ เจริญศิริ. (2549). ลักษณะของคนพิการทางร่างกาย การเคลื่อนไหวหรือสุขภาพ. สืบค้นเมื่อ 26 มิถุนายน 2567 จาก <http://www.bangkokhealth.com2index.php2health-system/brain/1802>.
- อิสระ อุปดี. (2560). แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ. นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Dann, G. (1977). Anomie, ego-enhancement and tourism. *Annals of Tourism Research*, 4(4), 184-194.
- Johnston, E. (2013). 5 Steps to understanding your customer's buying process. Retrieved from <http://goo.gl/YLFKX>.
- World Health Organization. (2024). World health statistics 2024 Monitoring health for the SDGs, Sustainable Development Goals. World Health Organization.
- Yamane, Taro. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis*. 3rd ed. New York: Harper and Row.

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่
การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ADMINISTRATIVE SKILLS OF SCHOOL ADMINISTRATORS AFFECTING THE PROFESSIONAL
LEARNING COMMUNITY UNDER THE SECONDARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OF BANGKOK 2

อารีรัตน์ บุญเรือง อัครจิรัญภรณ์¹ และ ชัยอนันต์ มั่นคง²

¹มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, areerat_o@mail.rmutt.ac.th

²มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, chaianan@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 2) ศึกษาระดับความเป็นชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 3) ศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 361 คน กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซี่และมอร์แกน (Krejcie and Morgan, 1970) และใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้สหวิทยาเขตและขนาดของโรงเรียนเป็นชั้นในการแบ่ง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ให้ครบตามจำนวน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทักษะด้านความคิดรวบยอด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ทักษะด้านการสื่อสารและเทคโนโลยี ทักษะด้านเทคนิคและทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด 2) ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านภาวะผู้นำร่วม และด้านการเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างสนับสนุนและด้านทีมร่วมแรงร่วมใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด 3) ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ทั้ง 4 ตัวแปรรวมกัน พหุคูณชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพได้ร้อยละ 65.70 และทักษะด้านความคิดรวบยอด ทักษะด้านการสื่อสารและเทคโนโลยีส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01

คำสำคัญ : ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา, ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ

Abstract

The purposes of this study were to 1) study the level of administrative skills of school administrators under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok Area 2 2) study the level of professional learning communities under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok Area 2 3) study the administrative skills of school administrators that affect professional learning communities under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok Area 2.

The sample group comprised 361 teachers under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok, in the 2024 academic year. The sample size was determined according to the table of Krejcie and Morgan (1970), and stratified random sampling was used, using the campus and school size as a stratum for dividing and then the simple random sampling method to complete the number.

The results were as follows: 1) The administrative skills of school administrators under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok Area 2, were at a high level overall. When considering each aspect, it was found that the skills of summarizing concepts had the highest average value, followed by skills in communication and technology use, and skills in human relations had the lowest average value. 2) The professional learning community under the Office of the Secondary Education Service Area, Bangkok Area 2 is at a high level overall. When considering each aspect, it was found that the aspect of shared leadership and professional learning and development had the highest mean values, followed by the aspect of support structure and teamwork, which had the lowest mean values. 3) The management skills of school administrators that affect the professional learning community under the Office of the Bangkok Metropolitan Region Educational Service Area 2, all 4 variables together predicted the professional learning community by 65.70 percent, and the skills in summarizing concepts, communication skills and the use of technology affected the professional learning community under the Office of the Bangkok Metropolitan Region Educational Service Area 2 with statistical significance at the .01 level.

Keywords : administrative skills of school administrators, professional learning communities

บทนำ

ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Community: PLC) เป็นแนวทางการดำเนินการที่ช่วยให้เกิดพลังในการเปลี่ยนแปลงในโรงเรียนทุกระดับ ครูผู้สอนรวมทั้งบุคลากรในโรงเรียนจะต้องมุ่งเน้นการเรียนรู้ที่จะเกิดขึ้นมากกว่าให้ความสำคัญกับการสอนภายใต้เป้าหมายเดียวกันโดยอาศัยการ

พึ่งพาซึ่งกันและกัน (DuFour, 2007; Mayer, D. and Lloyd, M. , 2011) นำไปสู่การเปลี่ยนแปลงเชิงคุณภาพทั้งด้านวิชาชีพและผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน จากการสังเคราะห์รายงานการวิจัยเกี่ยวกับโรงเรียนที่มีการจัดตั้งชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ โดยใช้คำถามว่า โรงเรียนดังกล่าวมีผลลัพธ์อะไรบ้างที่แตกต่างไปจากโรงเรียนทั่วไปที่ไม่มีชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ และถ้าแตกต่างแล้วจะมีผลดีต่อครูผู้สอนและต่อนักเรียนอย่างไรบ้าง (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2560) ประเทศที่มีการส่งเสริมการใช้แนวคิดชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) ในการพัฒนาวิชาชีพครูจนประสบผลสำเร็จ เช่น ประเทศญี่ปุ่น และสิงคโปร์ (สุวิมล ว่องวานิช, 2561) ทั้งนี้ (วิจารณ์ พานิช, 2556) ได้กล่าวว่า ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) คือ กระบวนการต่อเนื่องที่ครู และนักการศึกษาทำงานร่วมกันในวงจรของการร่วมกันตั้งคำถาม และการทำวิจัยเชิงปฏิบัติการเพื่อบรรลุผลการเรียนรู้ที่ดีขึ้นของนักเรียน โดยมีความเชื่อว่า หัวใจของการพัฒนาการเรียนรู้ของนักเรียนให้ดีขึ้นอยู่ที่การเรียนรู้ที่ฝังอยู่ในการทำงานของครู และนักการศึกษา

ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพมีผลดีต่อครูผู้สอน กล่าวคือ สามารถลดความรู้สึกโดดเดี่ยวในงานสอนของครู และสามารถเพิ่มความรู้สึกร่วมกันต่อพันธกิจและเป้าหมายของโรงเรียนมาก นอกจากนั้นแล้วชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพยังส่งผลดีต่อผู้เรียน กล่าวคือ สามารถลดอัตราการตกชั้น และจำนวนชั้นเรียนที่ต้องเลื่อนหรือชะลอการจัดการเรียนรู้ให้น้อยลง อัตราการขาดเรียนลดลง สุดท้ายคือมีความแตกต่างด้านผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างกลุ่มนักเรียนที่มีภูมิหลังไม่เหมือนกันและลดลงชัดเจน (Hord, 1997) กระทรวงศึกษาธิการได้มีนโยบายเกี่ยวกับการพัฒนาวิชาชีพครูให้ดำเนินงานในการประชุมเชิงปฏิบัติการเตรียมการอบรม PLC (Professional Learning Community) ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพมีแนวทางส่งเสริมให้มีการอบรมให้กับครูและผู้บริหารสถานศึกษา และมีผลในการเลื่อนตำแหน่ง โดยมีการกำหนดชั่วโมงปฏิบัติงานเป็นชั่วโมงในการพัฒนาตนเองและพัฒนาวิชาชีพ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560) ดังนั้นสถานศึกษาจึงจำเป็นต้องเรียนรู้เพื่อที่จะพัฒนาตนเองในการแก้ปัญหาเพื่อความอยู่รอด นั้นหมายถึงโรงเรียนจะต้องเป็นชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ (Professional Learning Community : PLC) ที่ฝังอยู่ในการทำงานของครู ผู้บริหารสถานศึกษาถือเป็นกลไกและตัวแปรสำคัญในการจัดการศึกษา การทำงานของครู และส่งเสริมให้เกิดชุมชนการเรียนรู้ขึ้นในสถานศึกษา เนื่องจากการบริหารจัดการศึกษาของสถานศึกษาจะเกิดประสิทธิผลและมีประสิทธิภาพ จะดำเนินงานจนประสบผลสำเร็จตามวัตถุประสงค์มากน้อยเพียงใด ย่อมขึ้นอยู่กับความสามารถในการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา ซึ่งทักษะการบริหารของผู้บริหารต้องรู้เท่าทันต่อการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น ต้องพัฒนาตนเอง คิดหายุทธศาสตร์ในการบริหารจัดการ ปรับเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน ให้มีความสนใจต่อวัฒนธรรมองค์กรที่มุ่งผลลัพธ์ ใส่ใจในเรื่องของศาสตร์ทางการสอนที่เหมาะสมและสร้างชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพให้การจัดการเรียนการสอนของครู ปรับเปลี่ยนเนื้อหาตามหลักสูตรควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะใหม่ๆ ให้กับครูผู้สอน ส่งเสริมให้มีการร่วมมือ ปรึกษาหารือกัน สร้างชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ เพื่อพัฒนาคุณภาพทางการศึกษาให้สูงขึ้น (วิจารณ์ พานิช, 2555)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ มีนโยบายในการจัดการศึกษาขั้นพื้นฐานเพื่อเป็นรากฐานในการพัฒนาประเทศให้ผู้เรียนมีโอกาสได้รับการศึกษาขั้นพื้นฐานอย่างทั่วถึงและมีคุณภาพตามมาตรฐาน มีทักษะที่จำเป็น สามารถแก้ปัญหา ปรับตัว สื่อสาร และทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีวินัย มีนิสัยใฝ่การเรียนรู้และเป็นพลเมืองที่รู้สิทธิและหน้าที่ มีความรับผิดชอบ มีจิตสาธารณะ มีความรักและความภาคภูมิใจในความเป็นไทย เพื่อเป็นศูนย์กลางพัฒนาคุณภาพการศึกษา และได้กำหนดทิศทางในการพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานในปีงบประมาณ พ.ศ. 2565 - 2567 โดยมีกลยุทธ์ ดังนี้ (ผลการดำเนินงานประจำปีงบประมาณ 2566 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2)

กลยุทธ์ที่ 1 เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการศึกษา ด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย

กลยุทธ์ที่ 2 พัฒนาสมรรถนะผู้บริหาร ครู และบุคลากรทางการศึกษา

กลยุทธ์ที่ 3 ยกระดับคุณภาพการศึกษาตามศักยภาพของผู้เรียนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงใน ศตวรรษที่ 21

กลยุทธ์ที่ 4 สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางการศึกษา

จากนโยบายและกลยุทธ์ดังกล่าวข้างต้นจะเห็นได้ว่าสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ส่งเสริมทักษะต่าง ๆ ให้เกิดแก่ผู้บริหาร ครู ผู้พัฒนาการศึกษาของนักเรียนอย่างสูงสุด โดยเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการศึกษาด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาตามศักยภาพของนักเรียนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ส่งเสริมให้เกิดกระบวนการทำงานแก่ครูในสถานศึกษา จากความเป็นมาและความสำคัญของปัญหาดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่าทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นองค์ประกอบหนึ่งที่ส่งผลต่อการเกิดชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพในสถานศึกษาเป็นอย่างมาก เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ที่ฝังอยู่ในกระบวนการทำงานของครู ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาเรื่องทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยศึกษาระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ศึกษาระดับความเป็นชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 และศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เพื่อเป็นข้อมูลให้แก่หน่วยงานที่เกี่ยวข้องนำไปใช้ในการวางแผน พัฒนา ตลอดจนการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้ทำวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ดังนี้

1. ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้วิจัยได้สังเคราะห์จากแนวคิดของนักวิชาการ ดำรา

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ Katz (1955); Wiles. (1967); Sergiovanni and Strarat (1983); Harris (1985); Steer (1985); Drake and Roe (1986); Bartol and Martin (1998); Mumford, Zaccaro, Connelly and Marks (2000); Peterson and Fleet (2004); Daft (2008); Doe (2009); Griffin (2013); NASSP (2013); Lussier and Kimball (2014); Stephen (2018); จันทรานี สงวนนาม (2533); จรุณี เก้าเอี้ยน (2557); แพรดาว สมองผัน (2557); สุรียา ทองยัง (2558); ชัยยนต์ เพาพาน (2559); ไกรศร เจียมทอง (2561); ดำเนินเพียรคำ (2561) โดยใช้ความถี่ตั้งแต่ 8 ขึ้นไปได้ 4 ทักษะ ดังนี้

- 1) ทักษะด้านความคิดรวบยอด
- 2) ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์
- 3) ทักษะด้านเทคนิค
- 4) ทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี

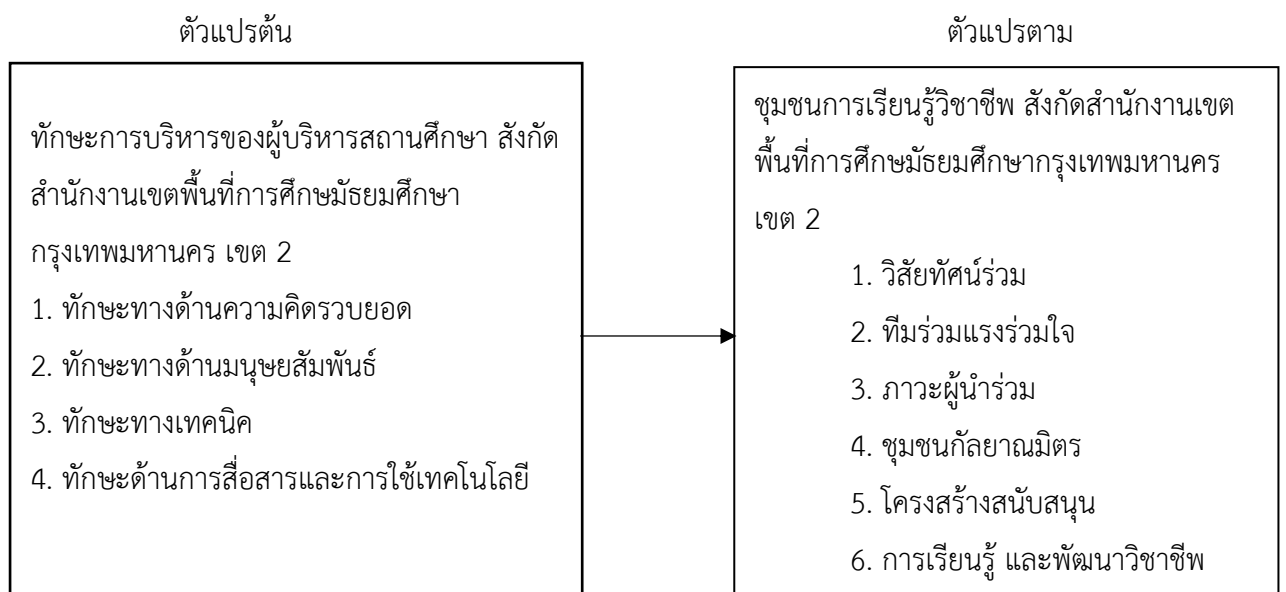
2. ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ ผู้วิจัยได้ใช้แนวทางตามคู่มือประกอบการอบรมการขับเคลื่อนกระบวนการ PLC. (Professional Learning Community) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่สถานศึกษา สำนักพัฒนาครูและบุคลากรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (ม.ป.ป.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ พุทธศักราช 2560 ประกอบด้วย

- 1) วิสัยทัศน์ร่วม
- 2) ทีมร่วมแรงร่วมใจ
- 3) ภาวะผู้นำร่วม
- 4) กัลยาณมิตร
- 5) โครงสร้างสนับสนุน
- 6) การเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ

กรอบแนวคิด

การศึกษาค้นคว้าวิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องประกอบด้วย แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยเกี่ยวกับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาและชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ โดยได้สังเคราะห์แนวคิดที่สอดคล้องเพื่อนำมาจัดทำกรอบแนวคิดในการศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ดังภาพที่ 1.1



สมมติฐานการวิจัย

1. ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 อยู่ในระดับมาก
2. ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 อยู่ในระดับมาก
3. ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาทุกด้านส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 5,936 คน (ข้อมูลจากบัญชีรายละเอียดอัตรากำลังข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษาในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เมื่อวันที่ 10 มิถุนายน 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 361 คน โดยการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามตารางของเครจซีและมอร์แกน (Krejcie and Morgan. 1970) และใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้น (Stratified Random Sampling) โดยใช้สหวิทยาเขตและขนาดของโรงเรียนเป็นชั้นในการแบ่ง จากนั้นใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ให้ครบตามจำนวน

การสร้างเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

1. ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา และชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ เพื่อรวบรวมข้อมูลมาเป็นกรอบแนวคิด
2. กำหนดนิยามศัพท์เฉพาะเพื่อสร้างแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ
3. สร้างแบบสอบถาม
 - 3.1 แบบสอบถามเกี่ยวกับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา จากการสังเคราะห์ข้อมูลจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
 - 3.2 แบบสอบถามเกี่ยวกับชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพจากคู่มือประกอบการอบรมการขับเคลื่อนกระบวนการ PLC. (Professional Learning Community) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่สถานศึกษา สำนักพัฒนาครูและบุคลากรการศึกษาขั้นพื้นฐาน (ม.ป.ป.) สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานกระทรวงศึกษาธิการ พุทธศักราช 2560
4. ร่างแบบสอบถามเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ เพื่อพิจารณาตรวจแก้ไขเนื้อหาและข้อเสนอแนะ สำนวนภาษาที่ใช้ ตลอดจนความถูกต้องและครอบคลุมเนื้อหาที่ต้องการวัด

5. นำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะของอาจารย์ที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์และนำเสนอผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 ท่าน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (IOC)

6. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน โดยการตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม โดยใช้สูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของ Cronbach (Cronbach's Alpha Coefficient) ทั้งฉบับ

7. จัดทำแบบสอบถามฉบับจริง เพื่อนำไปเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างต่อไป

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยตนเอง ดังนี้

1. ติดต่อขอหนังสือราชการขอเก็บข้อมูลจากงานบัณฑิตศึกษา คณะครุศาสตร์อุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เพื่อขอความความอนุเคราะห์จากผู้บริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยแบบสอบถาม (Paper) และแบบสอบถามออนไลน์ (Google Form) เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับครูในการตอบแบบสอบถาม

2. รวบรวมแบบสอบถามที่ได้การตอบกลับจากโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 เพื่อตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ตรวจสอบความถูกต้อง จากนั้นนำมาจัดเรียงและวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

การวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อวิเคราะห์ค่าสถิติต่าง ๆ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังนี้

ตอนที่ 1 การวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา และประสบการณ์ในการทำงานของครูโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยการหาค่าความถี่ร้อยละ

ตอนที่ 2 การวิเคราะห์ระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาและระดับชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

2.1 ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบ โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยรวม รายด้าน และรายข้อ จากนั้นใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายตามเกณฑ์

2.2 ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำเสนอในรูปแบบของตารางประกอบ โดยหาค่าเฉลี่ย (\bar{X}) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) โดยรวม รายด้าน และรายข้อ จากนั้นใช้โปรแกรมสำเร็จรูปในการวิเคราะห์ข้อมูล และแปลความหมายตามเกณฑ์

ตอนที่ 3 การวิเคราะห์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

3.1 การวิเคราะห์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ โดยนำข้อมูลจากแบบสอบถาม ตอนที่ 2 มาหาค่าความสัมพันธ์และส่งผล โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สัมพันธ์ของ Pearson (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณแบบนำตัวแปรทั้งหมดเข้าสมการ (Multiple Regression Analysis Enter Method)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาระดับทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 มีดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับทักษะการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมและรายด้าน

ข้อที่	ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา	\bar{X}	S.D.	ระดับทักษะการบริหารสถานศึกษา	อันดับที่
1.	ทักษะด้านความคิดรวบยอด	4.25	0.56	มาก	1
2.	ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์	4.23	0.63	มาก	3
3.	ทักษะด้านเทคนิค	4.23	0.59	มาก	3
4.	ทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี	4.24	0.58	มาก	2
	รวม	4.24	0.53	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ทักษะการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.53) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทักษะด้านความคิดรวบยอด ($\bar{X}=4.25$, S.D.=0.56) มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ ทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ($\bar{X}=4.24$, S.D.=0.58) ทักษะด้านเทคนิค ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.59) และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ ($\bar{X}=4.23$, S.D.=0.63) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อศึกษาระดับความเป็นชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมและรายด้าน

ข้อที่	ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ	\bar{X}	S.D.	ระดับชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ	อันดับที่
1.	วิสัยทัศน์ร่วม	4.23	0.55	มาก	3
2.	ทีมร่วมแรงร่วมใจ	4.21	0.63	มาก	5
3.	ภาวะผู้นำร่วม	4.28	0.60	มาก	1
4.	กัลยาณมิตร	4.22	0.62	มาก	4
5.	โครงสร้างสนับสนุน	4.26	0.58	มาก	2
6.	การเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ	4.28	0.62	มาก	1
รวม		4.25	0.60	มาก	

จากตารางที่ 2 พบว่า ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กรุงเทพมหานคร เขต 2 โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=4.25$, S.D.=0.60) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านภาวะผู้นำร่วม ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.60) และด้านการเรียนรู้และพัฒนาวิชาชีพ ($\bar{X}=4.28$, S.D.=0.62) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมาคือ ด้านโครงสร้างสนับสนุน ($\bar{X}=4.26$, S.D.=0.58) และด้านทีมร่วมแรงร่วมใจ ($\bar{X}=4.21$, S.D.=0.63) มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด

ผลการวิจัยจากวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์ค่าถดถอยพหุคูณทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2

ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา (Y)	b	S.E.b	B	t	Sig
ค่าคงที่ (constant)	.727	.147		4.951**	.000
ทักษะด้านความคิดรวบยอด (X_1)	.046	.055	.047	.841	.401
ทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_2)	.055	.054	.063	1.024	.307
ทักษะด้านเทคนิค (X_3)	.351	.061	.371	5.766**	.000
ทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี (X_4)	.375	.057	.390	6.573**	.000
R=.813 R ² =.662 Adjusted R ² =.657 S.E. _{est} = .324 F=156.445					

**P < .01

จากตารางที่ 3 พบว่า ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ (R) เท่ากับ 0.813 ค่าความคาดเคลื่อนที่เกิดจากการพยากรณ์ 0.324 ค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.662 หมายถึง ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาทั้ง 4 ตัวแปรร่วมกันพยากรณ์ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพได้ ร้อยละ 65.70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในระดับ .01

เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยตัวพยากรณ์รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าอำนาจจำแนกมากที่สุด คือ ทักษะด้านการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี (X_4) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.390 รองลงมา ทักษะด้านเทคนิค (X_3) มีค่าสัมประสิทธิ์การพยากรณ์ เท่ากับ 0.371 ส่วนทักษะด้านความคิดรวบยอด (X_1) และทักษะด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_2) สามารถพยากรณ์ชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ได้ แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ในรูปคะแนนดิบได้ดังนี้

$$y' = .727 + .046(X_1) + .055(X_2) + .351(X_3) + .375(X_4)$$

สามารถเขียนสมการพยากรณ์ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ในรูปคะแนนมาตรฐานได้ดังนี้

$$Z'y = .047(X_1) + .063(X_2) + .371(X_3) + .390(X_4)$$

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ผลการวิจัยพบว่า ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ด้านเทคนิคและด้านมนุษยสัมพันธ์ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้นผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาด้านการให้คำปรึกษาและให้คำแนะนำแนวทางการแก้ปัญหาในการปฏิบัติงาน ให้กับครูอย่างเป็นระบบและถูกต้องในการปฏิบัติงาน เพื่อให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21

2. ผลการวิจัยพบว่า ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 ด้านทีมร่วมแรงร่วมใจ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษา และครูควรมีการวิเคราะห์ความต้องการของนักเรียนร่วมกันในการจัดระบบการเรียนรู้ที่ครบวงจร เพื่อให้นักเรียนได้รับการพัฒนา และเพื่อให้ครูสามารถถ่ายทอดความรู้แก่ผู้เรียนได้อย่างแท้จริง

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในด้านเทคนิค และการสื่อสารและการใช้เทคโนโลยี ในเชิงเชิงลึกต่อไป เนื่องจากทั้ง 2 ด้านส่งผลต่อชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพในสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ

2. ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลต่อความสำเร็จชุมชนการเรียนรู้วิชาชีพในสถานศึกษา เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นประโยชน์ต่อไป

บรรณานุกรม

- ไกรศร เจียมทอง. (2561). ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา เขต 32. วิทยานิพนธ์ ค.ม. มหาสารคาม: มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- จรุณี แก้วเอี่ยม. (2557). เทคนิคการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา กลยุทธ์และแนวทาง การปฏิบัติ สำหรับผู้บริหารมืออาชีพ. สงขลา : ชานเมืองการพิมพ์.
- จันทร์ธานี สงวนนาม. (2553). ทฤษฎีและแนวปฏิบัติในการบริหารสถานศึกษา. นนทบุรี : บุ๊คพอยท์.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ ในศตวรรษที่ 21. รายงานการประชุมวิชาการ ระดับชาติครุศาสตร์ ครั้งที่ 1 การจัดการศึกษา เพื่อพัฒนาท้องถิ่นสหประชาคมอาเซียน : ทิศทางใหม่ ในศตวรรษที่ 21. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาฬสินธุ์.
- ดำเนิน เพียรคำ. (2561). แนวทางการพัฒนาทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษาใน ศตวรรษที่ 21 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1. กรุงเทพฯ: สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา สำนักงานปลัด กระทรวงศึกษาธิการ.
- แพรวดาว สอนองผัน. (2557). ทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3. วิทยานิพนธ์ ศษ.ม. ขอนแก่น : มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- วิจารณ์ พานิช. (2555). วิธีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : มูลนิธิสดศรี- สฤษดิ์วงศ์.
- _____. (2556). ทักษะแห่งอนาคตใหม่:การศึกษาเพื่อศตวรรษที่ 21. กรุงเทพฯ : มูลนิธิ สยามกมมา จล.
- สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา. (2561). การส่งเสริมกระบวนการ PLC ให้มีประสิทธิภาพ. ในการประชุมทาง วิชาการของคุรุสภา ประจำปี 2561 เรื่อง "ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ: พลังครูขับเคลื่อนคุณภาพ การศึกษาไทย", (หน้า 26-40). กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการคุรุสภา
- สำนักพัฒนาครูและบุคลากรการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (ม.ป.ป.). คู่มือประกอบการอบรม การขับเคลื่อน กระบวนการ PLC. (Professional Learning Community) ชุมชนการเรียนรู้ทางวิชาชีพสู่ สถานศึกษา. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.
- สุรียา ทองยัง. (2558). ทักษะของผู้บริหารโรงเรียนวัดตะล่อม สังกัดกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระ ศษ.ม. นครปฐม : มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุวิมล ว่องวานิช. (2561). การวิจัยประเมินความต้องการจำเป็น (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. (2567). รายงานผลการบริหารและพัฒนา
 ทรัพยากรบุคคลประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2566,น. 15-16. http://www.sesao2.go.th/data_16499

Bartol, M. Kathryn & C. Martin. (1998). Management Quality. 2 nded. New York : Prentice-Hall.

Ben M. Harris, Supervision behavior in education (New Jersey: Prentice Hall, 1985), 33-42.

Doe, J. (2009). 21 th Assessment Century School Administration Skills Report. Retrieved
 December 19, 2016, from <https://www.ndcel.org/cms/lib/ND07001211/Centricity/Domain/132/SAS%20Sample%20Report-Januanuary-2017-for%20website.pdf>

DuFour, R. (2007). Schools as learning communities. Educatioanal Leadership. 61(8), pp. 6-11

Griffin, Ricky W. Management principles and practices. 11th ed. Canada: Nelson Education Press, 2013.

Lussier, Robert N., and David C. Kimball. Applied sport management skills. 2nd ed.
 Washington D.C.: Printer Sheridan Books Press, 2014.

Drake, Thelbert, L., and Wiliam H. Roe. (1986). The Principalsip (3 ed.). New York Macmillan.

Katz, R.L. (1955). Skill of an Effective Administrator. Harvard Business Review. 4(12). 22-42.

Steers, R. M., Ungson, G. R., & Mowday, R. T. (1985). Managing effective organization: An
 introduction. Boston: Kent.

Mumford, M. D., Zaccaro, S. J., Connelly, M. S., and Marks, M. A. (2000). Leadership skills:
 Conclusions and future directions. The Leadership Quarterly, 11(1), 155-170.

NASSP. (2013). Breaking Ranks: 10 Skills for Successful School Leaders. (online). From
 :https://www.nassp.org/Content/158/BR_tenskills_ExSum.pdf. 22 November 2019.

Peterson and David Van Fleet, “The ongoing legacy of RL Katz: An updated typology of
 management skills,” 42, 10 (2004): 1297-1308.

Richard L. Daft, New era of management,2nd ed.(Ohio:Thomson higher education, 2008),11-12.

Sergiovanni, Thomas,J & Strarat, Robert J.(1983). Supervision Human Perspective . (3rded.)
 New York McGraw-Hill.

Stephen J. Skripak, Fundamentals of business, 2nd ed. (Virginia: VT Press, 2018), 175-177.

Wiles, Kimball. (1967). Supervision for Better Schools. New Jersey : Prentice-Hall.

การฝากไข่: การตัดสินใจและประสบการณ์ของผู้หญิงโสดในบริบทไทย
Egg Freezing: Decisions and Experiences of Single Thai Women

วรรณวิสา วิจิตรไพศาล

คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

E-mail : mintwij@gmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้ศึกษาการตัดสินใจและประสบการณ์ของผู้หญิงโสดในบริบทประเทศไทยที่เลือกฝากไข่ โดยใช้แนวคิดสตรีนิยมหลังสมัยใหม่ เพื่อวิเคราะห์อัตวิสัย และความหลากหลายทางประสบการณ์ของผู้หญิง การศึกษาเชิงคุณภาพนี้เก็บข้อมูลจากผู้หญิงที่มีประสบการณ์จำนวน 10 ราย ในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล โดยการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์

พบว่าผู้หญิงในการวิจัยมีแรงจูงใจในการฝากไข่ทั้งจากเหตุผลส่วนตัว เช่น การให้เวลาตนเองหาคู่ การลดความเสี่ยงจากการเสื่อมของระบบเจริญพันธุ์ และการเตรียมความพร้อมในอนาคต และเหตุผลทางสังคม เช่น ความไม่แน่นอนของสถานการณ์ในชีวิต และแรงกดดันจากคำถามเรื่องการแต่งงานและการมีลูก การฝากไข่ถูกมองว่าเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความมั่นใจและลดแรงกดดันในชีวิต ผลการศึกษายังพบว่า แม้การฝากไข่จะเป็นทางเลือกที่ช่วยสร้างทาง แต่ผู้หญิงต้องเผชิญผลกระทบที่หลากหลายทั้งร่างกายและอารมณ์จากการกระตุ้นไข่ รวมถึงความกังวลเรื่องผลลัพธ์ เทคโนโลยีนี้จึงสะท้อนถึงความพยายามของผู้หญิงในการจัดการตนเองกับบริบททางสังคมที่เต็มไปด้วยแรงกดดันและความคาดหวัง งานวิจัยนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการมองผู้หญิงในฐานะปัจเจกบุคคลที่มีความหลากหลายในตัวตนและการตัดสินใจ อีกทั้งยังช่วยให้เข้าใจอัตวิสัยที่ผู้หญิงมีต่อการใช้เทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ในบริบทไทยได้มากขึ้น

ดังนั้น จึงควรส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับการฝากไข่เพื่อการตัดสินใจที่มีข้อมูลครบถ้วน และควรศึกษาการใช้เทคโนโลยีฝากไข่ในประเทศไทย โดยผสมผสานวิธีวิจัยเชิงคุณภาพและปริมาณ เพื่อเข้าใจมิติที่หลากหลายของผู้หญิงในบริบทต่างๆ

คำสำคัญ : การฝากไข่, ผู้หญิงโสด, อัตวิสัย

Abstract

This study explores the decisions and experiences of single women in Thailand who choose to freeze their eggs, using postmodern feminist ideas to understand their perspectives and diverse experiences. The research gathered insights from 10 women in Bangkok and nearby areas through in-depth interviews and observations.

The findings show that women choose egg freezing for both personal and social reasons. Personal reasons include giving themselves more time to find a partner, reducing the risks of reproductive aging, and preparing for future uncertainties. Social reasons involve life's unpredictability and pressure from societal expectations around marriage and having children. Egg freezing is seen as a way to gain confidence and reduce life's stress. However, the study also found that while egg freezing provides new opportunities, it comes with challenges such as physical and emotional effects from the procedure and concerns about the outcomes. This technology reflects women's efforts to manage their lives while dealing with societal pressures and expectations.

The study highlights the importance of viewing women as individuals with unique identities and decisions. It also provides a better understanding of how women in Thailand view and use reproductive technologies. To support this, more accessible and clear information about egg freezing should be made available to help women make well-informed choices. Additionally, further research combining different methods is recommended to better understand the various factors affecting women from different cultural, professional, and social backgrounds who use this technology.

Keywords: Egg freezing, single woman, subjectivity

บทนำ

ในช่วงหลายทศวรรษที่ผ่านมา บทบาทและสถานะของผู้หญิงในสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งในบริบทของประเทศไทยและระดับโลก ความคาดหวังต่อผู้หญิงในเรื่องการศึกษาที่สูงขึ้นและการประสบความสำเร็จในอาชีพการงานได้สร้างการเปลี่ยนแปลงในบทบาททางเพศของพวกเธอ (Fowler et al., 2015) ผู้หญิงในยุคปัจจุบันไม่เพียงแต่พึ่งพาตนเองได้ แต่ยังให้ความสำคัญกับเป้าหมายในชีวิต เช่น ความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน การสร้างสถานะทางเศรษฐกิจ และการดำเนินชีวิตที่อิสระ การเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลต่อพฤติกรรมและค่านิยมที่เกี่ยวข้องกับการแต่งงานและการมีบุตร ผู้หญิงที่มีระดับการศึกษาสูงมักจะเลือกชะลอการแต่งงานและการมีบุตร เพื่อให้บรรลุเป้าหมายในชีวิตที่สำคัญก่อน (Paweenawat et al., 2019; Garcia et al., 2020)

ในระดับสากล มีการรายงานว่าผู้หญิงในหลายประเทศเลือกที่จะมีบุตรในช่วงอายุที่สูงขึ้น เช่น สหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักร ซึ่งพบว่าเมื่ออัตราการให้กำเนิดในผู้หญิงอายุมากกว่า 35 ปีเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง (Lewis et al., 2016) ปรากฏการณ์นี้ไม่เพียงเกิดในประเทศพัฒนาแล้วเท่านั้น แต่ยังเกิดขึ้นในประเทศเศรษฐกิจใหม่และประเทศกำลังพัฒนาด้วยเช่นกัน (Fowler et al., 2015; Baldwin, 2019) ในบริบทของประเทศไทย แนวโน้มดังกล่าวก็มีลักษณะคล้ายกัน ซึ่งมีการคาดการณ์ว่าภาวะเจริญพันธุ์ในผู้หญิงอายุ 30-49 ปีจะเพิ่มขึ้นพร้อมกับมีความชุกของภาวะมีบุตรยากในผู้หญิงวัยเจริญพันธุ์ ที่ปัจจุบันอยู่ที่ร้อยละ 11.6 และอาจเพิ่มสูงขึ้นเรื่อยๆ (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

การชะลอการมีบุตรของผู้หญิงส่วนหนึ่งเกี่ยวข้องกับการพัฒนาของเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ (Assisted Reproductive Technology: ARTs) ซึ่งมีบทบาทใหม่ที่สำคัญในการสร้างโอกาสให้ผู้หญิงสามารถวางแผนภาวะเจริญพันธุ์ของตนเอง ผ่านการใช้เทคโนโลยีที่สามารถรักษาภาวะการเจริญพันธุ์ไว้ได้ (Fertility Preservation) โดยการแช่แข็งไข่ (Oocyte Cryopreservation) เป็นวิธีการรักษาศักยภาพในการสืบพันธุ์ในสตรีวัยเจริญพันธุ์ผ่านการใช้เทคโนโลยี ช่วยให้ผู้หญิงสามารถรักษาไข่ที่มีสุขภาพดีที่ไม่ได้รับการผสมพันธุ์ออกมาจากรังไข่ เก็บรักษาเซลล์ไข่ด้วยความเย็นเพื่อหยุดกิจกรรมทางชีววิทยา และเก็บไว้จนกว่าจะถึงเวลาที่สามารถใช้สร้างตัวอ่อนผ่านการปฏิสนธินอกร่างกายในอนาคต ซึ่งในระยะหลัง เทคโนโลยีนี้ได้ถูกนำเสนอเป็นทางเลือกสำคัญสำหรับผู้หญิงที่ยังไม่พร้อมมีบุตรในปัจจุบัน ซึ่งต่างจากอดีตที่ใช้เพื่อการรักษาในผู้มีความเสี่ยงที่อาจสูญเสียความสามารถในการเจริญพันธุ์ไปก่อนเวลา เช่น การรักษาทางระบบสืบพันธุ์ หรือการรักษาด้วยเคมีบำบัด (Chemotherapy) การศึกษาที่ผ่านมาในสหรัฐอเมริกา, เบลเยียม และออสเตรเลีย (Inhorn et al., 2018) พบว่าผู้หญิงที่เข้าสู่กระบวนการแช่แข็งไข่ด้วยเหตุผลที่ไม่ใช่ทางการแพทย์มีมากถึงร้อยละ 84 โดยให้เหตุผลถึงการเป็นโสด ขาดคู่ครอง และต้องการประสบความสำเร็จในหน้าที่การงาน รวมถึง ยังมีการเพิ่มขึ้นของการแช่แข็งไข่ทางสังคม (social egg freezing) ในประเทศเศรษฐกิจเกิดใหม่ และประเทศที่มีรายได้ต่ำและปานกลาง (Baldwin, 2019)

บริบทประเทศไทยเราจะได้ยินการใช้คำว่า “การฝากไข่” (Egg Freezing) และเห็นการนำเสนอผ่านอิทธิพลของบุคคลที่มีชื่อเสียง เช่น ดารา นักแสดง และผู้มีอิทธิพลทางสังคม ซึ่งมักนำเสนอเทคโนโลยีนี้ในฐานะ “ทางเลือก” สำหรับการจัดการเวลาของการเป็นแม่ โดยพบว่าเป็นเทคโนโลยีที่มีค่าใช้จ่ายต่อกระบวนการ 1 ครั้ง สูงถึง 100,000 - 250,000 บาท ธุรกิจด้านการรักษาผู้มีบุตรยากและการใช้เทคโนโลยีดังกล่าวจึงมีการเติบโตอย่างรวดเร็วและมีบทบาทในระบบเศรษฐกิจที่เกี่ยวกับการแพทย์อย่างมาก โดยในปี 2565 ธุรกิจนี้สามารถสร้างรายได้กว่า 5,000 ล้านบาท และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 7,500 ล้านบาทในปี 2567 (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2567) จึงเป็นปรากฏการณ์ที่ผู้วิจัยเห็นถึงมิติทางสังคมที่เกี่ยวข้องกับลักษณะการใช้เทคโนโลยี ที่ไม่ได้เป็นการรักษา แต่เป็นการเลือกคงสภาพเซลล์สืบพันธุ์ สำหรับเหตุผลทางสังคมที่เริ่มปรากฏมากขึ้นในสังคม และการใช้เทคโนโลยีนี้ยังสัมพันธ์กับมุมมองเรื่องเพศและความสัมพันธ์เชิงอำนาจในสังคม ที่ผู้หญิงยังคงต้องรองรับบทบาทของตนในฐานะผู้หญิงยุคใหม่และผู้ประสบความสำเร็จและผู้ดูแลครอบครัวในบริบทที่สังคมยังคงมีค่านิยมแบบดั้งเดิมเกี่ยวกับความเป็นแม่ (Showden, 2011; Moore, 1995)

งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการตัดสินใจฝากไข่ของผู้หญิงโสดในบริบทสังคมไทย โดยใช้มุมมองสตรีนิยมหลังสมัยใหม่ (Postmodern Feminism) เพื่อมองปรากฏการณ์นี้ในมิติของอัตวิสัย (Subjectivity) ตัวตน ความรู้สึกนึกคิด และประสบการณ์ (Experience) ที่อยู่ภายใต้สังคมที่มีอุดมการณ์เรื่องเพศมากกับกับเนื้อตัวร่างกายของผู้หญิง แต่ผู้หญิงในสังคมก็มีความแตกต่างหลากหลาย ไม่ได้เป็นผู้หญิงในสังคมที่ดำเนินกิจกรรมโดยมีแบบแผนเดียวกันทั้งหมด พร้อมทั้งทำความเข้าใจความหมายที่ผู้หญิงสร้างขึ้นเกี่ยวกับการตัดสินใจฝากไข่ในบริบทของการเป็นผู้หญิงโสดในสังคมไทยด้วยเช่นกัน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดสตรีนิยมหลังสมัยใหม่ (Postmodern Feminism) เปิดโอกาสให้มองเห็นความหลากหลายของผู้หญิงในมิติของการตัดสินใจและประสบการณ์ การฝากไข่ในกลุ่มผู้หญิงโสดสะท้อนให้เห็นว่าผู้หญิงไม่ได้มีตัวตนที่ตายตัว หรือถูกกำหนดบทบาทจากสังคมเพียงอย่างเดียว แต่พวกเธอมีความหลากหลายทั้งในแง่ความคิด ชีวิต และแรงจูงใจที่แตกต่างกัน แนวคิดนี้จะมาช่วยให้เข้าใจว่าการฝากไข่ไม่ใช่เพียงแค่การเลือก "ชะลอการมีบุตร" ในเชิงชีวภาพ แต่ยังเกี่ยวข้องกับการจัดการเป้าหมายในชีวิต การต่อรองกับบทบาททางสังคม และการสร้างพื้นที่ของตัวเองในบริบทที่ท้าทาย เช่น ความกดดันเรื่องเวลา การหาคู่ และความคาดหวังของครอบครัว ที่ผู้หญิงในสังคมที่บทบาททางเพศเปลี่ยนแปลงไปกำลังเผชิญอยู่ อีกทั้ง ยังสามารถเผยให้เห็นอัตวิสัย (Subjectivity) ที่ช่วยให้เข้าใจผู้หญิงในฐานะปัจเจกที่มีมุมมองและประสบการณ์เฉพาะตัว การศึกษาผ่านแนวคิดนี้จึงมุ่งสำรวจว่าผู้หญิงสร้างความหมายและตัดสินใจเกี่ยวกับชีวิตตนเองอย่างไร โดยเฉพาะในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการฝากไข่ ซึ่งเป็นทางเลือกที่ดูเหมือนว่าจะมาเปิดโอกาสให้ผู้หญิงสามารถจัดการกับอนาคตด้านการเจริญพันธุ์ของตนเองได้ การมองอัตวิสัยช่วยเน้นย้ำว่าประสบการณ์ของผู้หญิงในการฝากไข่ไม่ได้เป็นผลมาจากอิทธิพลของโครงสร้างทางสังคมเพียงอย่างเดียว แต่ยังสะท้อนความปรารถนา ความคิด และความคาดหวังที่เฉพาะเจาะจงของแต่ละบุคคล การเลือกฝากไข่จึงเป็นมากกว่าการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์ แต่ยังเป็นกระบวนการที่ผู้หญิงสร้างความหมายให้กับชีวิตตนเองในบริบทที่เต็มไปด้วยความเปลี่ยนแปลง (Sherry B. Ortner ใน บุซบงก์ วิเศษพลชัย, 2558)

การศึกษาส่วนใหญ่ที่ผ่านมายังมีข้อจำกัดที่การศึกษาเกี่ยวกับประสบการณ์ เพราะยังเน้นความเป็นภาพรวมของปรากฏการณ์ในเชิงสถิติ และยังเป็นการทำความเข้าใจในมิติสังคมวัฒนธรรมอื่นเป็นส่วนใหญ่ ในการศึกษาบริบทของพื้นที่สังคมและวัฒนธรรมไทยผ่านงานชิ้นนี้ ผู้วิจัยจึงต้องการเชื่อมโยงแนวคิดทั้งสองเข้ากับปรากฏการณ์การฝากไข่ เพื่อให้เห็นภาพว่าผู้หญิงไม่ได้เพียงเลือกใช้เทคโนโลยีเพราะเหตุผลเชิงปัจเจกหรือแรงกดดันจากปัจจัยภายนอก แต่ยังใช้กระบวนการนี้เพื่อสร้างความหมายและต่อยอดตัวตนของตนเองในฐานะสมาชิกของสังคม การศึกษาปรากฏการณ์นี้จึงช่วยเผยให้เห็นความหลากหลายของประสบการณ์และความคิดที่แตกต่างกันในกลุ่มผู้หญิงที่เลือกใช้เทคโนโลยีนี้ โดยเฉพาะในบริบทของประเทศไทย ซึ่งมีทั้งโครงสร้างทางสังคมดั้งเดิมและการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในยุคปัจจุบัน

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative research) ที่ดำเนินการในพื้นที่กรุงเทพมหานครและปริมณฑล เนื่องจากเป็นบริบทเมืองที่มีความหนาแน่นทางสังคมและเศรษฐกิจสูง รวมถึงเป็นศูนย์กลางของสถานบริการเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ที่มีความหลากหลายและทันสมัย ผู้วิจัยมุ่งเน้นศึกษาผู้หญิงโสดที่มีประสบการณ์การฝากไข่ โดยเก็บข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลหลัก (Key Informants) จำนวน 10 ราย ซึ่งประกอบด้วยผู้หญิงที่ดำเนินกระบวนการเสร็จสมบูรณ์แล้ว 9 ราย และอยู่ระหว่างกระบวนการ 1 ราย กลุ่มตัวอย่างถูกคัดเลือกผ่าน การเลือกแบบเจาะจง (Purposive Sampling) โดยกำหนดเกณฑ์เฉพาะ (Inclusion Criteria) ได้แก่ ผู้หญิงโสดที่ยังไม่สมรสในทางกฎหมาย อาศัยในพื้นที่ศึกษา และสามารถเข้าถึงเทคโนโลยีการฝากไข่ได้

การเลือกกลุ่มตัวอย่างดำเนินการผ่านการสืบค้นในช่องทางโซเชียลมีเดีย เช่น YouTube, Facebook, Instagram และเว็บไซต์ต่าง ๆ โดยใช้คีย์เวิร์ด เช่น "การฝากไข่," "รีวิวฝากไข่," และ "Egg Freezing Thailand" เพื่อค้นหาผู้ที่มีประสบการณ์การฝากไข่ ในช่วงเวลาการเก็บข้อมูล (สิงหาคม-กันยายน 2565) เนื่องจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 และข้อจำกัดในการเข้าถึงสถานบริการโดยตรง ผู้วิจัยจึงใช้ช่องทางออนไลน์เพื่อความสะดวกในการหากกลุ่มตัวอย่างที่ตรงตามลักษณะของการศึกษา นอกจากนี้ ยังได้กลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีก 2 คน ผ่านการแนะนำของผู้ให้ข้อมูลหลักโดยใช้ การสุ่มแบบลูกโซ่ (Snowball Sampling) ซึ่งเป็นเพื่อนและผู้ติดตามของผู้ให้ข้อมูลที่เผยแพร่ประสบการณ์เกี่ยวกับการฝากไข่ในสื่อออนไลน์

การเก็บข้อมูลดำเนินการผ่าน การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-Structured In-depth Interview) โดยใช้ แนวคำถาม (Interview Guide) ที่ออกแบบไว้ล่วงหน้าเพื่อกำหนดประเด็นการพูดคุยที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย การสัมภาษณ์ดำเนินการผ่านช่องทางอินเทอร์เน็ต เนื่องจากข้อจำกัดในช่วงการระบาดของโควิด-19 นอกจากนี้ยังมีการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมในระหว่างสัมภาษณ์ (Participation Observation during Interview) และการสังเกตการณ์แบบไม่มีส่วนร่วมในพื้นที่ออนไลน์ (Non-Participation Observation on online platforms) เพื่อศึกษาบริบททางสังคมและการแสดงออกในสื่อสังคมออนไลน์ รวมถึงการศึกษาข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) เพื่อสนับสนุนการทำความเข้าใจข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ในบริบทของประเทศไทยและต่างประเทศ

ข้อมูลที่เก็บรวบรวมได้รับการวิเคราะห์โดยใช้ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อเขียนเป็นประเด็นสำคัญตามวัตถุประสงค์ที่สะท้อนถึงประสบการณ์ มุมมอง และความหมายที่ผู้ให้ข้อมูลสร้างขึ้นเกี่ยวกับการฝากไข่ รวมถึงการวิจัยครั้งนี้เป็นส่วนหนึ่งของวิทยานิพนธ์ที่ได้รับการรับรองด้านจริยธรรมจาก คณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในคนชุดกลาง มหาวิทยาลัยมหิดล (MU Central-IRB) ในการประชุมครั้งที่ 4/2565 หมายเลข COA No. MU-CIRB 2022/021.0303 ลงวันที่ 3 มีนาคม 2565 เพื่อยืนยันว่าการดำเนินการวิจัยเป็นไปตามหลักจริยธรรม และคำนึงถึงความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของผู้ให้ข้อมูลทุกคน เนื่องจาก การศึกษามีประเด็นละเอียดอ่อนเกี่ยวกับข้อมูลส่วนตัว จึงต้องพึงตระหนักและปกป้องผู้ให้ข้อมูล ที่มีความรู้สึกนึกคิดและมีวิถีชีวิตหลากหลาย อีกทั้งยังมีความเกี่ยวข้องกับเรื่องของความเป็นส่วนตัวในเรื่องเพศ เพศวิถี สุขภาพทางเพศ ความสัมพันธ์ส่วนตัว และตัวตนของผู้ให้ข้อมูล จึงต้องให้คุณค่าและเคารพในความเป็นส่วนตัวในเรื่องเหล่านี้อย่างมาก โดยใช้หลักการความเคารพในคน ในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เคารพความเป็นส่วนตัว การเก็บรักษาความลับของผู้ให้ข้อมูล และการใช้นามสมมุติ หลักการขอความยินยอม โดยใช้หนังสือแสดงเจตนา ยินยอมเข้าร่วมวิจัย (Informed consent form) หลักคุณประโยชน์ไม่ก่ออันตราย ที่ผู้เข้าร่วมและสังคมจะได้ ประโยชน์จากผลการศึกษา ที่เป็นประโยชน์ด้านความรู้ผ่านปรากฏการณ์

ผลการวิจัย

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลในงานวิจัยนี้เป็นผู้หญิงโสด จำนวน 10 ราย ที่มีประสบการณ์การฝากไข่ ทั้งที่กระบวนการเสร็จสมบูรณ์และบางคนยังอยู่ระหว่างดำเนินการ โดยพวกเธอมีอายุระหว่าง 31-38 ปี ทั้งหมดอยู่ในสถานะที่ยังไม่ผ่านการสมรส หรืออยู่ในความสัมพันธ์ที่ยังไม่ชัดเจนว่าจะนำไปสู่การแต่งงานหรือการมีลูก แต่ทุกคนมีพื้นฐานที่

หลากหลาย ทั้งในเรื่องการศึกษา ตั้งแต่จบปริญญาตรีจนถึงปริญญาเอก และอาชีพที่แตกต่างกัน เช่น เจ้าของธุรกิจ ผู้บริหาร พนักงานบริษัท ล่าม ช่างภาพอิสระ ไปจนถึงผู้มีอิทธิพลในโลกออนไลน์ หรือ Influencer พวกเขาส่วนใหญ่อาศัยในกรุงเทพฯ และปริมณฑล มีรูปแบบการใช้ชีวิตที่เน้นความเป็นปัจเจกที่มีอิสระสูง ชอบเดินทางท่องเที่ยว ออกกำลังกาย หรือมุ่งมั่นกับการพัฒนาตัวเองโดยมีเป้าหมายที่มองถึงการประสบความสำเร็จ

ผู้ให้ข้อมูลได้สะท้อนว่า มีมุมมองหรือทัศนคติต่อการใช้ชีวิตที่ให้ความสำคัญกับการทำตามเป้าหมายส่วนตัว เช่น การทำงาน การเรียนต่อ และการท่องเที่ยว โดยมองว่ายังมีเวลาและไม่รีบร้อนในการสร้างครอบครัว แต่อย่างไรก็ตาม ผู้ให้ข้อมูลบางคนที่อยู่ในช่วงวัย 30 ปีปลาย ก็เริ่มรู้สึกว่าเป็นช่วงเวลาที่เหมาะสมสำหรับการมีครอบครัว เนื่องจากมีความพร้อมทั้งด้านเศรษฐกิจและวุฒิภาวะแล้ว และนอกจากนี้ยังมีมุมมองที่สะท้อนถึงข้อจำกัดทางร่างกายและเวลา ซึ่งผู้หญิงรู้สึกที่ตนเองเข้าสู่วัยกลางคนเร็วกว่าผู้ชาย ทำให้มองว่าตนมีข้อจำกัดมากกว่าในเรื่องการมีลูกและการทำกิจกรรมบางอย่าง การใช้ชีวิตจึงต้องมีการวางแผน รวมถึงในขณะที่มีการเก็บข้อมูลมีการระบาดของโควิด-19 ปัจจัยนี้ก็มาเปลี่ยนมุมมองการใช้ชีวิตของผู้หญิงบางคนด้วยเช่นกัน เพราะทำให้เกิดการใช้ชีวิตแบบลดความทะเยอทะยานลงบ้าง มุ่งเน้นการใช้ชีวิตอย่างสงบ และวางแผนเกษียณเร็วขึ้น เพื่อให้ชีวิตมีความสุขและผ่อนคลายมากขึ้นในระยะยาว

ส่วนเรื่อง**การมีคู่**ในมุมมองของพวกเขา ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการเลือกคู่ที่เหมาะสมและมีความมั่นคง โดยเน้นการเลือกคู่ที่ "ศีลเสมอกัน" หรือมีความคิดและเป้าหมายที่คล้ายคลึงกัน เพื่อให้สามารถปรับตัวและใช้ชีวิตร่วมกันได้อย่างราบรื่น แต่ในบางคนมองว่าการมีครอบครัวเป็นเป้าหมายสำคัญในชีวิต ซึ่งได้รับแรงบันดาลใจจากประสบการณ์ในวัยเด็กที่เติบโตมากับครอบครัวที่อบอุ่น อย่างไรก็ตาม ความไม่แน่นอนในความสัมพันธ์ เช่น การเลิกรา หรือความสัมพันธ์ที่ไม่มั่นคงในอดีต ทำให้หลายคนเลือกที่จะไม่คาดหวังกับการมีคู่มากนัก และต้องการเวลาในการศึกษาคู่ให้รอบคอบ และในบริบทสังคมยุคสมัยใหม่ ผู้ให้ข้อมูลบางคนยังเปิดรับความหลากหลายทางเพศ และไม่ได้ยึดติดกับการมีคู่เฉพาะเพศตรงข้าม สะท้อนถึงการมองความสัมพันธ์ในรูปแบบที่ยืดหยุ่นและเปิดกว้างมากขึ้นในยุคปัจจุบัน

จากมุมมองจากมีคู่จึงส่งผลต่อ**ความคิดในเรื่องการมีลูก** เพราะการยังมีการกำหนดเรื่องคู่ ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ก็สะท้อนว่าตนเองก็ยังมีความต้องการมีลูก เพราะมองว่าการมีลูกช่วยเติมเต็มความสมบูรณ์ในชีวิตครอบครัว แต่ในบางคนก็เริ่มเกิดความลังเลเนื่องจากมองว่าการเลี้ยงลูกเป็นภาระใหญ่ และต้องขึ้นอยู่กับความพร้อมในอนาคต ด้านจำนวนลูก ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มองว่าการมีลูก 1-2 คนเป็นจำนวนที่เหมาะสมสำหรับการเลี้ยงดูในยุคปัจจุบัน อีกทั้งผู้หญิงยุคใหม่ยังมองว่าการมีลูกไม่จำเป็นต้องละทิ้งบทบาททางอาชีพหรือความฝัน สามารถปรับตัวเพื่อสร้างสมดุลระหว่างบทบาทแม่และงานได้ อย่างไรก็ตาม การมีลูกยังต้องอาศัยการเตรียมพร้อมทั้งด้านการเงิน สุขภาพ และสภาพแวดล้อม เพื่อให้ลูกเติบโตอย่างมีคุณภาพ ยิ่งไปกว่านั้น ผู้ให้ข้อมูลบางคนยังเปิดรับแนวคิดการเป็นแม่เลี้ยงเดี่ยว โดยมองว่าครอบครัวสมบูรณ์ไม่จำเป็นต้องประกอบด้วยพ่อแม่ลูกตามแบบแผนเดิมเสมอไป ผลการศึกษาจึงสะท้อนให้เห็นความหลากหลายและความเปลี่ยนแปลงในมุมมองของผู้หญิงยุคใหม่ในบริบทของการใช้ชีวิต การมีคู่ และการสร้างครอบครัว โดยเฉพาะความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทดั้งเดิมกับความต้องการส่วนตัวในบริบทที่สังคมและวัฒนธรรมเปลี่ยนแปลงไป

จากอหิวาต์ของการเป็นผู้หญิงโสดในปัจจุบัน เมื่อเชื่อมโยงกับการตัดสินใจฝากไข่ ก็พบว่า ของผู้หญิงที่เข้าร่วมการศึกษา มีปัจจัยหลากหลายที่สะท้อนความสัมพันธ์ระหว่างความต้องการส่วนตัวและอิทธิพลจากสภาพแวดล้อม โดยแบ่งเหตุผลออกเป็น 2 ส่วนหลัก ได้แก่

1. เหตุผลส่วนตัว

ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ให้เหตุผลถึงการตัดสินใจฝากไข่ว่า เป็นการทำให้ตัวเองมีเวลาในการค้นหาคู่ที่เหมาะสม โดยไม่ต้องกดดันทั้งตนเองและคู่ครอง การฝากไข่จึงเป็นวิธีที่ช่วยให้พวกเขาสามารถสร้างความสัมพันธ์ที่มั่นคงได้โดยไม่ต้องเร่งรีบ นอกจากนี้ อายุที่เพิ่มขึ้นและปัญหาสุขภาพ เช่น การที่ประจำเดือนมาไม่ปกติ หรือโรคเยื่อบุโพรงมดลูกเจริญผิดที่ที่เป็นโรคประจำตัวของผู้ให้ข้อมูลคนหนึ่ง ก็เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความกังวลเกี่ยวกับความสามารถในการมีลูกหรือสุขภาพของลูกในอนาคต การฝากไข่จึงถูกมองว่าเป็น "ทางเลือกเพื่อความปลอดภัย" หรือ "การทำประกัน" เพื่อเตรียมความพร้อมสำหรับการมีลูกในวันที่เหมาะสม และในผู้ให้ข้อมูลบางราย ยังมีเป้าหมายการฝากไข่ตั้งแต่แรก โดยมีการศึกษาและเตรียมตัวมาระยะหนึ่ง และเมื่อมีความพร้อมทั้งด้านการเงินและเวลา พวกเขาจึงตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการนี้ตามเป้าหมายที่วางไว้

2. เหตุผลจากสังคมหรือสิ่งแวดล้อม

การฝากไข่ของผู้ให้ข้อมูลยังสะท้อนถึงปัจจัยด้านเศรษฐกิจและสภาพแวดล้อมที่มีบทบาทสำคัญ หลายคนเลือกฝากไข่ไว้ก่อนเพราะยังอยู่ในช่วงสร้างฐานะทางการเงินและต้องรับผิดชอบครอบครัวเดิมอยู่ รวมทั้งการเข้าสู่กระบวนการเพราะได้รับการสนับสนุนจากคู่ ก็เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ทำให้ตัดสินใจเพื่อช่วยลดความกดดันและช่วยวางแผนอนาคตสำหรับพวกเขา นอกจากนี้ ความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน เช่น ความปลอดภัย การเมือง มลพิษ และโรคระบาด ทำให้ผู้หญิงบางคนรองานกว่าสถานการณ์จะเหมาะสมก่อนที่จะตัดสินใจมีลูก และปัจจัยที่เสี่ยงไม่ได้ในการเป็นผู้หญิงในบริษัทไทย คือ ปัจจัยจากครอบครัวและครอบครัว แม้จะไม่มี การกดดันอย่างชัดเจน แต่คำถามเกี่ยวกับการแต่งงานและการมีลูกยังคงเป็นหนึ่งในสิ่งกระตุ้นให้พวกเขาตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการฝากไข่ และในบางกรณีความเชื่อเรื่องดวงก็มีผลต่อการเลือกช่วงเวลาที่เหมาะสมและเป็นมงคลสำหรับการมีลูกในอนาคตด้วยเช่นกัน

ในประสบการณ์ของการเข้าสู่กระบวนการฝากไข่ของผู้หญิง พวกเขาต้องมีการศึกษาข้อมูล การวางแผน และการเตรียมความพร้อมในหลายมิติ ตั้งแต่ การศึกษาข้อมูลก่อนตัดสินใจ ผู้หญิงที่ตัดสินใจฝากไข่ส่วนใหญ่ได้รับแรงบันดาลใจและข้อมูลจากหลากหลายแหล่ง ทั้งจากสื่อต่างประเทศ เช่น บทความและนิตยสาร ที่ทำให้พวกเขาเห็นโอกาสในการวางแผนอนาคต เทรนด์นี้ยังได้รับการสนับสนุนผ่านสื่อออนไลน์อย่างมีบทบาทสำคัญ โดยเฉพาะผ่าน Influencers และบุคคลที่มีชื่อเสียงในสังคม ซึ่งรีวิวประสบการณ์การฝากไข่ไว้อย่างละเอียด เช่น ผ่านคลิปวิดีโอ ที่ข้อมูลเหล่านี้ส่งผลให้ช่วยลดความกลัวและเพิ่มความมั่นใจ นอกจากนี้ ผู้ให้ข้อมูลยังปรึกษาคนใกล้ตัวที่เคยมีประสบการณ์จริงเพื่อขอคำแนะนำ รวมถึงสอบถามข้อมูลโดยตรงจากสถานบริการเพื่อให้มั่นใจขั้นตอนของกระบวนการและเป็นการตรวจสอบสถานบริการที่เลือก

ส่วนการตัดสินใจเลือกสถานบริการ ผู้ให้ข้อมูลให้ความสำคัญกับค่าใช้จ่ายเป็นปัจจัยหลัก โดยมองหาราคาที่เหมาะสม โปรโมชัน หรือแพ็คเกจที่ครอบคลุมค่าใช้จ่ายในระยะยาว นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในแพทย์ผู้เชี่ยวชาญที่มีชื่อเสียงหรือความชำนาญเฉพาะทางก็มีความสำคัญ และในหลายๆทำเลที่ตั้ง ความสะดวกใน

การเดินทางก็เป็นอีกหนึ่งปัจจัยหลัก เนื่องจากกระบวนการฝากไข่ต้องมีการไปพบแพทย์หลายครั้ง ต้องมีการทำหัตถการ ผู้หญิงส่วนใหญ่จึงมองหาสถานบริการที่เข้าถึงได้ง่ายและลดความยุ่งยากในการเดินทาง

เมื่อตัดสินใจเข้าสู่กระบวนการแล้ว ก็ต้องมีการเตรียมตัวที่ต้องอาศัยการจัดการเวลาและการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ผู้ให้ข้อมูลต้องวางแผนตารางเวลาอย่างรอบคอบ เช่น การลางาน การนัดพบแพทย์หลังเลิกงาน หรือเลือกช่วง Work from Home เพื่อลดผลกระทบต่อการทำงาน ส่วนในด้านการเงิน ผู้เข้ารับบริการมีวิธีจัดการค่าใช้จ่ายที่หลากหลาย ตั้งแต่การจ่ายเงินก้อน การแบ่งจ่าย หรือการผ่อนชำระ หลายคนเลือกใช้เงินเก็บหรือเงินโบนัสเพื่อลดผลกระทบต่อค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน บางรายยังได้รับการสนับสนุนจากคนใกล้ชิด เช่น คู่รักหรือครอบครัว ที่มาช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่าย เพราะกระบวนการ 1 ครั้งที่พวกเขาตัดสินใจทำ มีราคาตั้งแต่ 100,000 ไปจนถึงเกือบ 200,000 บาทในบางราย ซึ่งค่าใช้จ่ายจะขึ้นอยู่กับเงื่อนไขของร่างกายพวกเขา

ก่อนที่จะเข้าสู่กระบวนการ พวกเขาก็มีอารมณ์และความรู้สึกกังวลที่เกิดขึ้นด้วยเช่นเดียวกัน เป็นความกังวลเกี่ยวกับขั้นตอนต่างๆที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะการฉีดยากระตุ้นไข่ด้วยตนเองซึ่งต้องทำซ้ำทุกวันในระหว่างกระบวนการ การตรวจภายในที่ต้องเผชิญหลายครั้ง รวมถึงการผ่าตัดเล็กและการวางยาสลบ นอกจากนี้ ผู้หญิงที่มีอายุมากกว่า 35 ปีหรือมีโรคเกี่ยวกับระบบสืบพันธุ์ยังแสดงความกังวลเกี่ยวกับจำนวนและคุณภาพของไข่ที่อาจได้ไม่เพียงพอต่อความต้องการ ซึ่งความกังวลเหล่านี้ทำให้เกิดความเครียดเนื่องจากต้นทุนกระบวนการที่สูงและความคาดหวังต่อผลลัพธ์ที่สำเร็จ

ในช่วงของกระบวนการ **ประสบการณ์**ตามกระบวนการทางการแพทย์จะมีลักษณะ ลำดับคล้ายคลึงกัน เริ่มจากการตรวจร่างกายเบื้องต้น เช่น การชั่งน้ำหนัก ตรวจความดัน ตรวจเลือด ตรวจภายใน และอัลตราซาวด์ เพื่อตรวจสอบไข่ตั้งต้นในช่วงมีประจำเดือน เพื่อประเมินความพร้อมของระบบสืบพันธุ์ หากร่างกายมีความพร้อม แพทย์จะจ่ายยากระตุ้นไข่เพื่อให้ผู้เข้ารับบริการนำกลับไปฉีดเองที่บ้าน โดยยาจะถูกฉีดที่หน้าท้องในเวลาเดิมทุกวัน ผู้ให้ข้อมูลต้องพยายามเอาชนะความกลัวเข็มหรืออาศัยความช่วยเหลือจากคนใกล้ชิดในช่วงนี้ นอกจากนี้ ยังต้องไปพบแพทย์ทุก 2-3 วัน เพื่อติดตามผลการเจริญเติบโตของไข่ผ่านการตรวจเลือดและอัลตราซาวด์ หากไข่ยังไม่สมบูรณ์เพียงพอ แพทย์จะปรับการใช้ยากระตุ้นไข่ต่อไปจนกว่าไข่จะโตเต็มที่ การฝากไข่ส่งผลกระทบต่อทั้งด้านร่างกายและอารมณ์ของผู้หญิง ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงรูปร่าง เช่น หน้าท้องบวม น้ำหนักเพิ่ม รอบเอวขยาย และระบบขับถ่ายไม่ปกติ การฉีดยากระตุ้นไข่ที่หน้าท้องยังทำให้ผิวช้ำ การฉีดยาฮอร์โมนก็ส่งผลให้มีอารมณ์อ่อนไหว หงุดหงิดง่าย และเกิดความเครียด ในบางรายอาจจึงต้องได้รับการสนับสนุนทางจิตใจจากครอบครัวหรือแฟนในช่วงนี้ แต่บางคนเลือกที่จะจัดการด้วยตัวเองทั้งหมด

เมื่อไข่โตเต็มที่และพร้อมสำหรับการเก็บ แพทย์จะกำหนดเวลาฉีดยาให้ไข่ตกก่อนเข้ารับการผ่าตัด ซึ่งเป็นกระบวนการที่ต้องดำเนินการตามเวลาที่กำหนดอย่างแม่นยำ หลังจากนั้นจะเข้าสู่ขั้นตอนการผ่าตัดเก็บไข่ โดยแพทย์จะใช้เครื่องมือดูดไข่ออกจากรังไข่และนำไปแช่แข็งที่อุณหภูมิต่ำ -196 องศาเซลเซียส กระบวนการนี้ต้องอดอาหารก่อนผ่าตัดและควรมีคนมาด้วยเพื่อช่วยดูแลหลังการผ่าตัด เนื่องจากอาจเกิดอาการข้างเคียงจากยาสลบ โดยแพทย์จะมีการติดตามผลหลังผ่าตัดเพื่อให้ระบบสืบพันธุ์กลับสู่ภาวะปกติ ประจำเดือนที่กลับมาตามรอบจะเป็นสัญญาณว่าร่างกายฟื้นตัวสมบูรณ์แล้ว โดยอาการหลังการผ่าตัดส่วนใหญ่เป็นอาการหน่วงที่ท้อง คล้ายเป็นประจำเดือน ซึ่งมักจะหายไปในวันหรือสองวันหลังประจำเดือนมาปกติ อย่างไรก็ตาม บางรายที่เก็บไข่จำนวนมากอาจ

เผชิญอาการรุนแรง เช่น เจ็บท้องจนต้องพักพื้นนาน ในขณะที่ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ก็มีผลข้างเคียงเพียงเล็กน้อย และสามารถกลับไปใช้ชีวิตตามปกติได้ในเวลาอันสั้น และหลังจากเสร็จกระบวนการ พบว่า ผลลัพธ์ของจำนวนไข่ที่ได้จะแตกต่างกันไปตามสภาพร่างกายของแต่ละคน ซึ่งมีตั้งแต่ 5-6 ใบ ไปจนถึง 30 ใบ ดังนั้น จึงเห็นได้ว่ากระบวนการฝากไข่เป็นกระบวนการที่ละเอียดอ่อนและผู้หญิงต้องจัดการดูแลในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การตรวจร่างกาย การฉีดยา ไปจนถึงการเก็บไข่ และต้องเผชิญความกังวล ความคาดหวัง และอารมณ์ที่หลากหลาย และสามารถสะท้อนผลต่ออวัยวะต่อเทคโนโลยี ได้ดังนี้

1. การฝากไข่เป็นการวางแผนอนาคตและการสร้างทางเลือก ผู้ให้ข้อมูลมองว่าการฝากไข่เป็นการวางแผนอนาคตและสร้างทางเลือกในการชะลอการมีลูก ช่วยลดความกดดันในชีวิต เช่น การตัดสินใจเรื่องครอบครัว ความสัมพันธ์ หรือการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงในร่างกายในอนาคต การฝากไข่จึงสะท้อนถึงการเตรียมพร้อมรับมือกับความไม่แน่นอน เช่น การเปลี่ยนแปลงสถานะความสัมพันธ์ หรือโรคเกี่ยวกับระบบสืบพันธุ์ในอนาคตด้วย

2. เป็นโอกาสในการค้นหาความสัมพันธ์ที่เหมาะสม สำหรับผู้หญิงที่ยังไม่มีคู่ การฝากไข่ช่วยให้พวกเธอมีเวลาในการค้นหาและศึกษาแฟนโดยไม่รู้สึกดัดดันในเรื่องเวลา และช่วยลดความกังวลเกี่ยวกับการเร่งสร้างครอบครัว

3. การปลดล็อกข้อจำกัดของอายุการเจริญพันธุ์ เทคโนโลยีช่วยยืดเวลาความสามารถในการมีลูก ลดความเสี่ยงจากการมีลูกในวัยที่อายุมากขึ้น เช่น ความเสี่ยงทางสุขภาพของแม่และลูก หรือปัญหาจากโรคที่เกี่ยวข้องกับระบบสืบพันธุ์ และการฝากไข่ยังมาช่วยสร้างความมั่นใจในความสมบูรณ์ของลูกที่อาจเกิดในอนาคตให้พวกเธอ

4. การมองการฝากไข่เหมือนการทำประกัน เป็นการรับประกันด้านความสามารถในการเจริญพันธุ์ สร้างความอุ่นใจและลดความเสี่ยงในอนาคต แม้จะไม่ได้ใช้ไข่ที่ฝากไว้ แต่ก็ถือว่าคุ้มค่าที่ได้ทำเพื่อความสบายใจ

5. ความรู้สึกมั่นใจในการประสบความสำเร็จ ผู้ให้ข้อมูลสะท้อนถึงการฝากไข่ว่าสามารถสร้างความมั่นใจในตัวเองให้พวกเธอได้ ทำให้รู้สึกว่าได้เตรียมพร้อมและวางแผนชีวิตอย่างดี ในบางคนมองว่าการฝากไข่เป็นความสำเร็จส่วนตัว และเป็นการเติมเต็มเป้าหมายชีวิตที่ตั้งไว้ ช่วยเสริมความมั่นใจในชีวิตประจำวัน และการจัดการอารมณ์ได้อีกด้วย

6. การเพิ่มพลังให้กับตัวเอง (Empowerment) การฝากไข่ถูกมองว่าเป็นการ empower ให้ผู้หญิงได้เลือกและทำสิ่งที่ต้องการ โดยไม่ต้องกังวลกับข้อจำกัดทางร่างกาย ผู้ให้ข้อมูลหลายคนจึงสะท้อนความต้องการแบ่งปันประสบการณ์เพื่อสร้างแรงบันดาลใจให้ผู้อื่นต่อไปในอีกทอดหนึ่ง

อวัยวะต่อการใช้เทคโนโลยีฝากไข่ของผู้หญิงดังที่กล่าวมา จึงสะท้อนถึงความเปลี่ยนแปลงในวิธีการวางแผนชีวิต การรับมือกับความไม่แน่นอน และความพยายามที่จะคงไว้ซึ่งทางเลือกและความมั่นใจในอนาคตของตนเองของการเป็นผู้หญิงยุคใหม่ที่มีบทบาททางสังคมเปลี่ยนแปลงไปจากผู้หญิงในอดีต ในมุมมองของพวกเธอ การฝากไข่จึงไม่เพียงเป็นเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่มากกระทำกับร่างกาย แต่ยังเป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างความมั่นใจและพลังในการตัดสินใจในชีวิตของผู้หญิงยุคใหม่ได้อย่างชัดเจน ที่ทำให้พวกเธอสามารถอยู่ในบทบาทใหม่และคงบทบาทดั้งเดิมของอุดมการณ์ทางเพศในสังคมไว้ได้

อภิปรายผล

การตัดสินใจฝากไข่ของผู้หญิงโสดในบริบทประเทศไทยสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามในการต่อรองกับข้อจำกัดทางชีววิทยาและแรงกดดันทางสังคมที่ผู้หญิงต้องเผชิญ การตัดสินใจใช้เทคโนโลยีในผู้หญิงไทยที่โสดไม่ได้เป็นไปโดยปราศจากอุดมการณ์เรื่องเพศและบทบาทความเป็นพลเมืองของสังคม ที่มากำกับในกิจกรรมของชีวิตประจำวัน กำกับบทบาทหน้าที่ สถานะทางสังคม และส่งผลต่อความรู้สึกนึกคิดของผู้หญิง สะท้อนให้เห็นผ่าน 'อัตวิสัย' ที่เกี่ยวกับการใช้ชีวิต และรูปแบบของกิจกรรมที่ผู้หญิงเลือกทำในการดำเนินชีวิต (เชษฐา พวงหัตถ์, 2549; Taylor, 2014) ผู้หญิงในงานวิจัยนี้มองการฝากไข่เป็นการใช้เทคโนโลยีทางการแพทย์เพื่อตอบสนองปัญหาที่ไม่ใช่เรื่องของการแพทย์ (Petropanagos et al., 2015) แต่เป็นการใช้เพื่อสร้างความมั่นใจในอนาคต และเป็นเครื่องมือที่ช่วยลดแรงกดดันจากสังคมที่ยังยึดถือกรอบความคิดดั้งเดิมเกี่ยวกับบทบาทของผู้หญิงในวัยเจริญพันธุ์ ช่วยให้พวกเขาสามารถจัดการเวลาในชีวิตได้อย่างยืดหยุ่น โดยไม่ต้องเร่งรีบในเรื่องของการแต่งงานหรือการมีลูก ช่วยปลดล็อกข้อจำกัดทางร่างกาย เช่น การเสื่อมของระบบเจริญพันธุ์ตามอายุ หรือข้อจำกัดจากสถานะความสัมพันธ์ที่ยังไม่มั่นคง สอดคล้องกับการศึกษาของ Gocman et al. (2018) ที่พบว่า ประเด็นการยังไม่มีคูครอง การให้ความสำคัญกับการเรียนและการทำงาน เป็นปัจจัยหลักที่ทำให้ผู้หญิงเข้าสู่กระบวนการตัดสินใจฝากไข่จึงไม่ได้เกิดขึ้นจากแรงจูงใจส่วนตัวเพียงอย่างเดียว แต่สะท้อนถึงการใช้ชีวิตในยุคที่ผู้หญิงต้องแบกรับความคาดหวังที่ขัดแย้งกันระหว่างการประสบความสำเร็จในชีวิตส่วนตัวและการเติมเต็มบทบาททางสังคม

แม้ว่าการฝากไข่จะถูกมองว่าเป็น "การประกันระบบสืบพันธุ์" แต่ประสบการณ์ของผู้หญิงที่เข้าสู่กระบวนการนี้เผยให้เห็นถึงความท้าทายและผลกระทบที่หลากหลาย ทั้งทางร่างกายและอารมณ์ เช่น หน้าท้องบวม น้ำหนักเพิ่ม หรือความเจ็บปวดหลังการเก็บไข่ และการใช้ยากระตุ้นไข่ยังส่งผลให้อารมณ์แปรปรวนและอ่อนไหวมากขึ้น นอกจากนี้ ความกังวลเกี่ยวกับผลลัพธ์ เช่น จำนวนไข่ที่ได้หรือคุณภาพของไข่ ยังเพิ่มความเครียดและความไม่แน่นอนในกระบวนการ ประสบการณ์เหล่านี้จึงชี้ให้เห็นว่าการฝากไข่ไม่ได้เป็นเครื่องมือในการจัดการกับข้อจำกัดเพียงอย่างเดียว แต่เป็นการสร้างความหมายที่ผู้หญิงสามารถใช้เพื่อต่อรองกับบริบทที่ยังเต็มไปด้วยแรงกดดันและความคาดหวัง เทคโนโลยีนี้ไม่ได้เพียงช่วยให้ผู้หญิงมีอำนาจในการจัดการชีวิตตามอัตวิสัย แต่ยังสะท้อนถึงความเป็นจริงที่ผู้หญิงต้องเผชิญความเสี่ยงและความไม่แน่นอน แม้จะอยู่ในกระบวนการที่ควรจะเป็นการเสริมพลังและสร้างความมั่นคงในอนาคตก็ตาม

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ควรมีการส่งเสริมการเข้าถึงข้อมูลเกี่ยวกับเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ โดยเฉพาะการฝากไข่อย่างเหมาะสม ให้เกิดความครอบคลุม และเข้าถึงง่าย ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อให้ผู้หญิงทุกคนสามารถตัดสินใจได้อย่างมีข้อมูล เนื่องจากการศึกษาพบว่า ข้อมูลที่ผู้หญิงเข้าถึงส่วนใหญ่มักมาจากสื่อที่ไม่ได้เป็นแพทย์เป็นหลัก ซึ่งอาจนำไปสู่การเข้าสู่กระบวนการโดยยังไม่มีข้อมูลที่รอบด้าน

และควรมีการศึกษาภาพรวมของปรากฏการณ์การใช้เทคโนโลยีฝากไข่ในประเทศไทย เพื่อให้เห็นภาพของปรากฏการณ์ที่ชัดเจน และเป็นข้อมูลที่มาจากผู้หญิงที่อาจมีความต่างทางวัฒนธรรม พื้นที่ อาชีพ และภูมิหลังทางสังคมที่แตกต่างกันที่มีการผสมผสานทั้งระเบียบวิธีเชิงคุณภาพและเชิงปริมาณ

บรรณานุกรม

- กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2567). กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ (สบส.) ระบุรายชื่อสถานพยาบาลที่ให้บริการเทคโนโลยีช่วยการเจริญพันธุ์ทางการแพทย์ ณ ปี 2567. สืบค้นจาก https://mrd.hss.moph.go.th/mrd1_hss/?p=10267
- เชษฐา พวงหัตถ์. (2549). วิวาทะ structure-agency และการหาทางออกให้กับปัญหาทวิลักษณ์นิยม: Marxism versus Foucault. วารสารสังคมศาสตร์ 37(1-2), 128-187.
- บุษบงก์ วิเศษพลชัย. (2558). อับสรากลางไฟ: อัตวิสัย พื้นที่ และประสบการณ์ผัสสะในชีวิตประจำวันของผู้หญิงบาร์ชาวกัมพูชา. ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชามานุษยวิทยา, คณะสังคมวิทยาและมานุษยวิทยา, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). แผนพัฒนาประชากร เพื่อการพัฒนาประเทศระยะยาว (พ.ศ.2565-2580) สืบค้นจาก chromeextension://efaidnbmninnibpcapjpcglclefindmkaj/https://thailand.unfpa.org/sites/default/files/pub-pdf/230202_unfpa_thai_population_info_report_preview.pdf
- Baldwin, K. (2019). Egg Freezing, Fertility and Reproductive Choice: Negotiating Responsibility, Hope and Modern Motherhood. Bingley, UK: Emerald Publishing Limited.
- Fowler, E. K., Bhatta, S. & Maheshwari, A. (2015). Young women's views of receiving information about the consequences of delayed childbearing: A qualitative study. *Fertility Science & Research*, 2015(2): 133-142.
- García, D., Vassena, R. & Rodríguez, A. (2020). Single women and motherhood: right now or maybe later?. *Journal of Psychosomatic Obstetrics & Gynecology*, 41(1), 69-73.
- Gocmen, I. & Kilic, A. (2018). Egg freezing experiences of women in Turkey: From the social context to the narratives of reproductive ageing and empowerment. *European Journal of Women's Studies* 2018, 25(2), 168-182.
- Inhorn, M. C., Birenbaum-Carmeli, D., Westphal, L. M., Doyle, J., Gleicher, N., Meiorow, D., et al. (2018). Ten pathways to elective egg freezing: a binational analysis. *Journal of Assisted Reproduction and Genetics*, 35, 2003–2011.
- Lewis, E. I., Missmer, S. A., Farland, L. V. & Ginsburg, E. S. (2016). Public support in the United States for elective oocyte cryopreservation. *Fertility and Sterility*, (106)5, 1183-1189.
- Moore, H. L. (1995). *Feminism and Anthropology*. Minneapolis, Great Britain: University of Minnesota Press.
- Paweenawat, S. W. & Liao, L. (2022). "Parenthood penalty and gender wage gap: Recent evidence from Thailand". *Journal of Asian Economics*, Elsevier, vol.78(C).
- Petropanagos, A., Cattapan, A., Baylis, F. & Leader, A. (2015). Social egg freezing: risk, benefits and other considerations. *CMAJ*, 187(9), 666–669.

Showden, C. R. (2011). *Choices Women Make: Agency in Domestic Violence, Assisted Reproduction, and Sex Work*. London, UK: the University of Minnesota Press.

Taylor, D. (2014). *Michel Foucault: key concepts* Edited by Dianna Taylor. New York, USA: Routledge.

เปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลใน
ประเทศไทยกับต่างประเทศ

A Comparative Study of Fire and Life Safety Laws and Standards for Healthcare Facility
Buildings in Thailand and Other Countries

บุษกร แสนสุข¹ วรานนท์ คงสง² และ ชัยวัฒน์ ภู่วรกุลชัย³

¹ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, 6419770010@rumail.ru.ac.th

² คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, nick_char@hotmail.com

³ คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, irrman2002@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยกับต่างประเทศที่มีมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยที่เข้มงวดและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อระบุข้อแตกต่างของกฎหมายในแต่ละประเทศ และประเมินความเหมาะสมในการนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนากฎหมายและมาตรฐานในประเทศไทย ใช้วิธีการวิจัยเชิงเอกสารโดยวิเคราะห์เอกสารกฎหมายและข้อกำหนดด้านอัคคีภัย เพื่อสรุปความแตกต่างที่สำคัญ ผลการวิจัยพบว่ากฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยในประเทศไทยยังขาดข้อกำหนดเฉพาะด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารประเภทสถานพยาบาล เช่น การจัดเตรียมเส้นทางหนีไฟในแนวราบสำหรับผู้ป่วยที่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ การจัดพื้นที่ปลอดภัยในชั้นอาคาร และการจำกัดขนาดพื้นที่รักษาพยาบาลด้วยการกั้นแยกเพื่อควบคุมการแพร่กระจายของไฟและควัน ข้อเสนอแนะจากการวิจัยนี้เสนอแนวทางในการพัฒนากฎหมายอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยให้เข้มงวดขึ้น เช่น การออกแบบที่คำนึงถึงข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายผู้ป่วย การจัดเตรียมเส้นทางหนีไฟตามมาตรฐานสากล การติดตั้งระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ และระบบป้องกันอัคคีภัยที่เหมาะสม และการจัดการแผนฉุกเฉินอัคคีภัยที่มีประสิทธิภาพ เพื่อเพิ่มความปลอดภัยในอาคารสถานพยาบาล

คำสำคัญ : ความปลอดภัยอัคคีภัย, อาคารสถานพยาบาล, กฎหมายและมาตรฐาน

Abstract

This research aims to compare fire and life safety laws and standards for healthcare facilities in Thailand with those in countries that have stringent and internationally recognized fire and life safety standards. The objective is to identify differences in regulations across countries and evaluate the feasibility of adapting these standards to improve Thailand's fire and life safety laws and standards. A document-based research methodology was employed, analyzing legal documents and fire and life safety standards to summarize key differences. The

findings reveal that Thailand's fire and life safety laws and standards lack specific provisions for healthcare facilities, such as requirements for horizontal exit routes to patients with limited mobility, the provision of safe zones on building floors, and the compartmentalization of treatment areas to limit fire spread and control smoke propagation. Recommendations from this study suggest strengthening fire and life safety regulations for healthcare facilities in Thailand. These include designing buildings that consider patient mobility constraints, providing fire evacuation routes in compliance with international standards, installing appropriate fire detection and alarm systems, and implementing effective fire emergency management plans to enhance safety in healthcare facilities.

Keywords : Fire and Life Safety, Healthcare Facility, Laws and Standards

บทนำ

การก่อสร้างอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยเติบโตอย่างรวดเร็ว เพื่อตอบสนองนโยบาย "ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub)" ตามยุทธศาสตร์ 20 ปี ด้านสาธารณสุข (พ.ศ. 2560–2569) ซึ่งเน้นพัฒนาบริการสุขภาพครบทุกมิติ ตั้งแต่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ สปา การยกระดับมาตรฐานบริการสุขภาพ รวมถึงการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกและโครงสร้างพื้นฐานด้านสุขภาพ เพื่อเสริมสร้างศักยภาพในการแข่งขันระดับสากล

ซึ่งการรับรองมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) มีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับสถานพยาบาลที่มุ่งเน้นให้บริการชาวต่างชาติ เนื่องจากมาตรฐานนี้สะท้อนถึงคุณภาพและความปลอดภัยของบริการ ข้อกำหนดด้านความปลอดภัยอัคคีภัยในมาตรฐาน JCI ระบุในหมวด Facility Management and Safety (FMS) ซึ่งให้ความสำคัญกับเส้นทางหนีไฟ ระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ และระบบหัวกระจายน้ำดับเพลิง การตรวจประเมินจะปฏิเสธการรับรองหากระบบเหล่านี้ไม่พร้อมใช้งาน

แต่ประเทศไทยยังขาดกฎหมายและมาตรฐานที่เฉพาะเจาะจงด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาล เช่น การออกแบบเส้นทางหนีไฟที่เหมาะสมกับผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนที่ การกั้นแยกพื้นที่เพื่อควบคุมควันไฟ และการบริหารจัดการอาคารให้ปลอดภัย ที่จะใช้เป็นแนวทางในการออกแบบอาคารสถานพยาบาลให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลเพื่อสนับสนุนนโยบาย "ศูนย์กลางทางการแพทย์ (Medical Hub)" ตามยุทธศาสตร์ 20 ปี ในการยกระดับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยให้ผ่านการรับรองมาตรฐาน JCI

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนามาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย โดยวิเคราะห์เปรียบเทียบมาตรฐานสากลเพื่อปรับปรุงกฎหมายไทยให้มีความเข้มงวดและประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ซึ่งจะช่วยเพิ่มความปลอดภัยในการออกแบบ การติดตั้ง การใช้งาน และการจัดการด้านอัคคีภัยในสถานพยาบาล เพื่อปกป้องชีวิตของผู้ป่วย บุคลากร และผู้ใช้อาคารเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยกับประเทศสิงคโปร์และประเทศสหรัฐอเมริกาที่มีมาตรฐานความปลอดภัยอัคคีภัยที่เข้มงวดและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล เพื่อระบุความแตกต่างของกฎหมายในแต่ละประเทศ และประเมินความเหมาะสมในการนำมาปรับใช้เพื่อพัฒนากฎหมายและมาตรฐานในประเทศไทย

กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎี

ผู้ป่วยจะต้องได้รับการปกป้องคุ้มครองให้สามารถอยู่ในอาคารได้อย่างปลอดภัยในขณะที่เกิดเพลิงไหม้ โดย เคลื่อนย้ายผู้ป่วยออกจากพื้นที่เกิดเหตุเพลิงไหม้ หลีกเลียงการอพยพออกจากอาคาร ตามหลักการที่เรียกว่า Defend in Place

กรอบแนวคิดเชิงปฏิบัติ

เปรียบเทียบกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยและต่างประเทศ

ตัวแปรต้น & ตัวแปรตาม



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยที่บังคับใช้กับสถานพยาบาลในประเทศไทยกับต่างประเทศ
2. เพื่อเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยที่บังคับใช้กับสถานพยาบาลในประเทศไทยกับต่างประเทศ

สมมติฐานการวิจัย

1. กฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศที่มีมาตรฐานความปลอดภัยอัคคีภัยที่เข้มงวดและเป็นที่ยอมรับในระดับสากล
2. การนำมาตราฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยจากประเทศที่มีมาตรฐานสูงมาปรับใช้ในประเทศไทย จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพและความปลอดภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยได้อย่างมีนัยสำคัญ

ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาวิจัยเชิงเอกสาร โดยการทบทวนเอกสารงานวิจัย พระราชบัญญัติและกฎกระทรวงที่เกี่ยวกับความปลอดภัยด้านอัคคีภัยในอาคารสถานพยาบาล มาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับความปลอดภัยด้านอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาล ผ่านการรวบรวม สรุปสาระสำคัญ และพิจารณาความสอดคล้องของกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลทั้งในประเทศและต่างประเทศ

การทบทวนวรรณกรรม

1. ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) (พ.ศ. 2560-2569)

ยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านพัฒนาบริการรักษาพยาบาล มีเป้าหมายให้ประเทศไทยมีสถานบริการสุขภาพที่ผ่านการรับประกันคุณภาพและมาตรฐานนานาชาติสำหรับให้บริการแก่ชาวไทยและชาวต่างชาติมากที่สุดในภูมิภาคอาเซียน โดยมีกลยุทธ์ที่ 1 ส่งเสริมพัฒนาบริการรักษาพยาบาลสู่ระดับสากล (Western Medicine) ผ่านการรับรองคุณภาพมาตรฐานนานาชาติทั้งมาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ Hospital Accreditation (HA) และมาตรฐาน Joint Commission International (JCI)

ซึ่งการที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ตามยุทธศาสตร์ที่ 2 ที่อ้างถึงนั้น ประเทศไทยจะต้องมีแนวทางในการออกแบบและบริหารจัดการในด้านความปลอดภัยอัคคีภัยโดยเฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาล โดยกำหนดเป็นกฎหมายหรือมาตรฐานของประเทศไทย ดังเช่น กฎกระทรวงกำหนดลักษณะและระบบความปลอดภัยของอาคารที่ใช้ประกอบธุรกิจโรงแรม พ.ศ. 2566 กฎกระทรวงกำหนดประเภทและระบบความปลอดภัยของอาคารที่ใช้ประกอบกิจการเป็นสถานบริการ พ.ศ. 2555 และกฎกระทรวงว่าด้วยการอนุญาตให้ใช้อาคารเพื่อประกอบกิจการโรงแรมสหประเภทและระบบความปลอดภัยของโรงแรมสหและอัตราค่าธรรมเนียมสำหรับการอนุญาตให้ใช้อาคารเพื่อประกอบกิจการโรงแรมสห พ.ศ. 2550

2. การทบทวนวรรณกรรม เรื่องการกำหนดรายละเอียดโครงการออกแบบโรงพยาบาลโรงเรียนแพทย์ในประเทศไทยที่จัดตั้งขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2527-2563

กมลพร และ ไตรวัฒน์ (2564) ศึกษาการออกแบบโรงพยาบาลโรงเรียนแพทย์ที่จัดตั้งระหว่างปี 2527-2563 โดยวิเคราะห์ข้อมูลด้านสถาปัตยกรรมและแนวทางการกำหนดรายละเอียดโครงการจากกลุ่มตัวอย่าง 5 แห่ง เช่น โรงพยาบาลมหาวิทยาลัยบูรพา และมหาวิทยาลัยนเรศวร การศึกษาครอบคลุมข้อมูลทั่วไปของอาคาร การออกแบบพื้นที่ใช้งาน การค้นคว้าเอกสารมาตรฐาน และการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

- การออกแบบขึ้นอยู่กับงบประมาณ ขนาดพื้นที่ และการขยายเตียงในอนาคต
- ข้อมูลสำคัญ เช่น พื้นที่ใช้งานและจำนวนเตียงขั้นต่ำ ช่วยวางแผนการออกแบบ
- ข้อมูลเชิงลึกจากงานวิจัยนำไปใช้วางแผนและออกแบบโรงพยาบาลใหม่ได้

ข้อสังเกตและผลการวิเคราะห์ พบว่ายังขาดความเชื่อมโยงระหว่างการออกแบบและความปลอดภัย แนวทางการพัฒนา การออกแบบโรงพยาบาลควรมีการบูรณาการแนวทางด้านความปลอดภัยอัคคีภัยเข้าไปใน กระบวนการตั้งแต่การออกแบบ โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ห้องปฏิบัติการ และพื้นที่ผู้ป่วยหนัก

3. การศึกษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอัคคีภัยเพื่อการรับรองมาตรฐานระดับสากล กรณีศึกษา โรงพยาบาลเอกชนในอาคารสูง

เสริมสกุล (ได้ศึกษาเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยด้านอัคคีภัยในโรงพยาบาลเอกชนที่ตั้งอยู่ (2554) ในอาคารสูง โดยเน้นเพื่อการรับรองมาตรฐานระดับสากล JCI โดยการศึกษานี้เปรียบเทียบกับมาตรฐาน การรับรอง JCI สำหรับโรงพยาบาล หัวข้อความปลอดภัยด้านอัคคีภัย (FMS.7) และมาตรฐานจาก สมาคม National Fire protection Association ,USA, NFPA 101 ,Life Safety Code เพื่อประเมินระบบความ ปลอดภัยด้านอัคคีภัยในอาคารในเบื้องต้น

ข้อสังเกตและผลการวิเคราะห์ พบว่ามาตรฐานความปลอดภัยอัคคีภัยในโรงพยาบาลเอกชนในอาคาร สูงยังไม่เป็นไปตามมาตรฐานสากล เช่น การแบ่งส่วนพื้นที่ใช้สอยโดยการกั้นแยกหรือปิดล้อมพื้นที่ด้วยวัสดุทน ไฟสำหรับพื้นที่ปลอดภัย เช่น ทางหนีไฟ พื้นที่เฉพาะที่มีอันตราย การควบคุมการแพร่กระจายควันไฟ เช่น ระบบอัดอากาศสำหรับบันไดหนีไฟและการระบายควันไฟบริเวณโถงสูงเปิดโล่ง ระบบกันการแพร่กระจายควัน จากอุปกรณ์ระบบปรับอากาศและระบายอากาศ การออกแบบเส้นทางหนีไฟ

สรุปผลการศึกษา พบว่ายังไม่มีข้อกำหนดเฉพาะสำหรับสถานพยาบาลที่ชัดเจนในกฎหมายไทยเพื่อ รองรับสถานพยาบาลโดยเฉพาะ ทำให้การออกแบบตามกฎหมายไม่สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

แนวทางการพัฒนา ควรทำการศึกษาเชิงลึกโดยนำมาตรฐานระดับสากลในแต่ละมาตรฐานมาใช้เป็น เกณฑ์ประเมินสถานพยาบาลในประเทศไทยโดยละเอียด จะให้ทราบถึงประสิทธิภาพ ความพร้อมการใช้งาน สูงสุดและลดความเสี่ยงการเกิดเหตุเพลิงไหม้ที่มีผลต่อผู้ใช้อาคารให้มีความมั่นใจในการเข้าหรืออยู่ใน อาคารซึ่งเป็นไปตามเจตนาของมาตรฐานการรับรอง JCI สำหรับโรงพยาบาล

4. การทบทวนด้านกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสถานพยาบาลในประเทศไทยสรุปข้อจำกัดและช่องว่าง ในกฎหมายควบคุมอาคารที่เกี่ยวข้องกับอาคารสถานพยาบาล

ข้อจำกัดในกฎหมายควบคุมอาคาร

1. พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

- ไม่มีข้อกำหนดเฉพาะ สำหรับอาคารสถานพยาบาล
- ไม่มีข้อกำหนดด้านการออกแบบเส้นทางหนีไฟแนวราบ ที่จำเป็นสำหรับการอพยพผู้ป่วย

ในกรณีฉุกเฉิน

- ขาดข้อกำหนดการกั้นแยกแบ่งส่วนอาคาร เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของควันไฟ
- ไม่มีข้อกำหนดด้านการบริหารจัดการการอพยพแนวราบ ก่อนการเคลื่อนย้ายลงแนวดิ่ง

2. กฎกระทรวงการแก้ไขอาคารที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพและชีวิต (พ.ศ. 2563)

- เน้นการปรับปรุงอาคารทั่วไป แต่ไม่ได้กำหนดแนวทางเฉพาะสำหรับสถานพยาบาล

3. ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานคร เรื่องควบคุมอาคาร พ.ศ. 2544

- กล่าวถึงการควบคุมการก่อสร้างอาคารในภาพรวม แต่ไม่มีข้อกำหนดเฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาล

4. พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

- ไม่ได้กำหนดมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัย เช่น พื้นที่อพยพ ระบบป้องกันอัคคีภัยหรือแนวทางเฉพาะสำหรับอาคารสูง

ช่องว่างสำคัญในกฎหมายและข้อกำหนด

1. ไม่มีการกำหนดกฎหมายเฉพาะ ที่มุ่งเน้นด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลโดยตรง

2. ขาดข้อกำหนดการอพยพแนวราบ ที่เหมาะสมกับผู้ป่วยที่ไม่สามารถใช้บันไดหนีไฟได้

3. การควบคุมการแพร่กระจายของควันไฟ ยังไม่ได้รับการกำหนดอย่างชัดเจน เช่น การแบ่งส่วนอาคารด้วยผนังกันไฟและประตูทนไฟ

4. การบริหารจัดการการอพยพ

- ไม่มีการกำหนดให้จัดทำแผนรองรับการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยในแนวราบ

- การจัดทำระบบอาคารและระบบวิศวกรรมที่รองรับการอพยพยังไม่ได้ระบุในข้อบังคับหรือมาตรฐานเฉพาะ

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนากฎหมายและมาตรฐานเฉพาะที่ครอบคลุมความปลอดภัยอัคคีภัยในอาคารสถานพยาบาลเป็นสิ่งจำเป็น โดยเฉพาะการออกแบบระบบอพยพที่เหมาะสม การควบคุมการแพร่กระจายของควันไฟ และการจัดการแผนฉุกเฉิน เพื่อยกระดับความปลอดภัยและคุณภาพบริการในสถานพยาบาลให้เทียบเท่ามาตรฐานสากล

5. การทบทวนกฎหมายควบคุมอาคารด้านอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาลในประเทศสิงคโปร์

5.1 การทบทวนวรรณกรรม โครงการวิจัยในรายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการข้อมูลกฎหมายอาเซียนระยะต่อเนื่อง เรื่อง “กฎหมายของประเทศสิงคโปร์และข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคมวัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคงของประเทศสิงคโปร์” จัดทำโดยสถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย (2558) เน้นย้ำถึงบทบาทสำคัญของกฎหมายในการคุ้มครองคุณภาพชีวิต โดยเฉพาะการป้องกันอุบัติเหตุและเหตุร้ายที่สามารถป้องกันได้ เช่น อัคคีภัยและการใช้สารพิษในที่สาธารณะ กฎหมายสำคัญในด้านการป้องกันอัคคีภัยของสิงคโปร์ประกอบด้วย *fire safety act (chapter 109a)* และ *dangerous fireworks act (chapter 72)* ซึ่งเป็นกรอบแนวทางหลักในการควบคุมและจัดการด้านความปลอดภัย

fire safety act (chapter 109a)

- กฎหมาย *fire safety act* เริ่มบังคับใช้ในปี พ.ศ. 2537 เพื่อควบคุมและจัดการความปลอดภัยจากอัคคีภัยในอาคารที่พักอาศัย อาคารสำนักงาน และสถานประกอบการ กฎหมายนี้ยังครอบคลุมถึงการ

ควบคุมการนำเข้า การจัดเก็บ และการขนส่งวัตถุไวไฟ โดยมี *Singapore Civil Defence Force (SCDF)* เป็นหน่วยงานหลักในการกำกับดูแลและปฏิบัติการ ภายใต้การกำกับของ *Ministry of Home Affairs*

- มาตรา 20 ของกฎหมายระบุว่า เจ้าของหรือผู้ประกอบการของอาคาร เช่น โรงพยาบาล ห้างสรรพสินค้า โรงงานอุตสาหกรรม และที่พักอาศัยส่วนบุคคล ต้องยื่นขอใบรับรองมาตรฐานอัคคีภัยที่เรียกว่า Fire Certificate เพื่อยืนยันว่าระบบป้องกันอัคคีภัยในอาคารมีความปลอดภัยและปฏิบัติตามข้อกำหนดอย่างครบถ้วน

- เงื่อนไขของ Fire Certificate:

- ใบรับรองมีอายุ 12 เดือน นับจากวันที่ออก
- ต้องยื่นคำขอต่ออายุใบรับรองกับ SCDF อย่างน้อย 2 เดือนก่อนใบรับรองปัจจุบันหมดอายุ
- การตรวจสอบระบบป้องกันอัคคีภัยต้องทำอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง

- บทลงโทษ ผู้ประกอบการที่ไม่ปฏิบัติตามข้อกำหนดจะถูกปรับไม่เกิน 10,000 ดอลลาร์สิงคโปร์ หรือจำคุกไม่เกิน 6 เดือน หรือทั้งจำทั้งปรับ

สรุปผลการทบทวน พบว่ากฎหมาย *fire safety act* ของประเทศสิงคโปร์มีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความปลอดภัยในอาคาร โดยเฉพาะการบังคับใช้ Fire Certificate ซึ่งช่วยสร้างระบบการตรวจสอบและประเมินความปลอดภัยอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอ ความเข้มงวดของกฎหมายนี้สะท้อนถึงความมุ่งมั่นของรัฐบาลสิงคโปร์ในการป้องกันอัคคีภัยและปกป้องชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน

5.2 การทบทวนกฎหมายความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาล ของประเทศสิงคโปร์

การพัฒนามาตรฐานด้านอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาลในประเทศสิงคโปร์มีวัตถุประสงค์เพื่อปกป้องชีวิตและทรัพย์สินของผู้ป่วย บุคลากร และอาคาร โดยกฎหมายดังกล่าวสอดคล้องกับการใช้งานอาคารประเภทต่าง ๆ และได้รับการสนับสนุนจากคู่มือปฏิบัติสำหรับมาตรการป้องกันอัคคีภัยในอาคาร ฉบับปี 2023 (*code of practice for fire precautions in buildings, 2023*) ซึ่งกำหนดข้อกำหนดด้านความปลอดภัยที่เฉพาะเจาะจงสำหรับอาคารรักษาพยาบาลและโรงพยาบาล ข้อกำหนดสำคัญที่ตรวจสอบตามมาตรฐานสากลมีดังนี้

ตามข้อกำหนดในเอกสาร *Code of Practice for Fire Precautions in Buildings (Singapore Civil Defence Force, 2023)* ได้นิยามเกี่ยวกับ สถานพยาบาล ไว้ในหัวข้อ 1.4.69 Hospital "โรงพยาบาล" หมายถึงอาคารที่ใช้สำหรับการรักษาพยาบาลและการผ่าตัด รวมถึงสถานพยาบาลที่มีบริการดูแลผู้ป่วยในหรือให้บริการตลอด 24 ชั่วโมง อาคารดังกล่าวรวมถึง โรงพยาบาลทั่วไป โรงพยาบาลจิตเวช(สถาบันสุขภาพจิต) โรงพยาบาลเด็ก/สตรี และ โรงพยาบาลชุมชน

การจำแนกประเภทการใช้งานอาคาร สถานพยาบาลตามลักษณะที่ใช้เป็นโรงพยาบาล หรือ Healthcare Facilities จะเป็นกลุ่ม III โดยมีข้อกำหนดในการจัดเตรียมระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัยสำหรับโรงพยาบาลโดยเฉพาะจะอยู่ในหัวข้อ 9.3 PURPOSE GROUP III OCCUPANCY, 9.3.2 Healthcare occupancy หน้า 270 มีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

1. ความต้องการทั่วไป (General Requirements) ระบบหัวกระจายน้ำดับเพลิง (Sprinkler) ต้องติดตั้งในอาคารสถานพยาบาลที่มีการรองรับผู้ป่วยสำหรับอาคารมีมากกว่าหนึ่งชั้น มีพื้นที่ผู้ป่วยตั้งอยู่ในชั้น บนที่ไม่ใช่ชั้นล่างสุด พื้นที่ชั้นที่ไม่แบ่งเขต (non-compartmented AFA) มีขนาดเกิน 750 ตารางเมตร

2. โรงพยาบาล (Hospitals)

1.1 พื้นที่ในชั้นใต้ดิน (Basement) ห้ามมีเตียงสำหรับผู้ป่วยอยู่ในชั้นใต้ดิน

1.2 ความกว้างของทางออก (Width of Exit) ความกว้างของประตูทางออกต้องไม่น้อยกว่า 1.2 เมตร

1.3 จำนวนทางออกต่อหอผู้ป่วย (Number of Exits per Ward) หอผู้ป่วยที่รองรับผู้ป่วย เกิน 50 คน ต้องมีทางออกอย่างน้อย 2 ทาง โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ห่างกัน

1.4 พื้นที่หลบภัย (Area of Refuge) ต้องมีพื้นที่หลบภัยอย่างน้อยหนึ่งแห่งในทุกชั้น เส้นทางไปยังพื้นที่หลบภัยต้องผ่านโถงหรือทางเดินที่มีผนังกันไฟได้อย่างน้อย 1 ชั่วโมง

1.5 การแบ่งพื้นที่ (Compartmentation) พื้นที่รองรับผู้ป่วยในแต่ละหอผู้ป่วยต้องไม่เกิน 750 ตารางเมตร และจำกัดจำนวนคนไว้ที่ 75 คน

1.6 การจัดให้มีลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน (Fire Escape Bed Lifts)

ข้อกำหนดเกี่ยวกับจำนวนและตำแหน่งของลิฟต์

- ต้องจัดให้มีลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉินอย่างน้อย 2 ตัว สำหรับอาคารที่มี มากกว่า 1 ชั้น โดยลิฟต์เหล่านี้ต้องตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ห่างกัน และติดตั้งใกล้กับบันไดหนีไฟที่อยู่ในพื้นที่ป้องกัน (protected exit staircase)

- แต่ละพื้นที่หลบภัย (area of refuge) ต้องมีลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยอย่างน้อย 1 ตัว

- ลิฟต์ดับเพลิง (fire lift) สามารถใช้เป็นลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยได้หากมีลิฟต์ดับเพลิง มากกว่า 1 ตัว และอย่างน้อย 1 ตัวต้องคงไว้สำหรับเป็นลิฟต์ดับเพลิงโดยเฉพาะ

- ในกรณีที่ลิฟต์ดับเพลิงถูกใช้เป็นลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วย ขนาดของลิฟต์ต้องเป็นไป ตามที่กำหนด

การก่อสร้างช่องลิฟต์

- ลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยต้องอยู่ภายในช่องลิฟต์ที่มีการป้องกัน (protected shaft)

ทางเข้าและพื้นที่โถงลิฟต์

- การเข้าถึงลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยและบันไดหนีไฟในพื้นที่ป้องกันต้องผ่านโถงลิฟต์ที่ ได้รับการป้องกันร่วมกัน (common protected lobby)

- ลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยต้องมีขนาดพื้นที่ใช้งาน (clear platform size) ขั้นต่ำ 2.8 เมตร (ลึก) x 1.8 เมตร (กว้าง)

- โถงลิฟต์ที่ได้รับการป้องกันต้องมีขนาดขั้นต่ำ 5 เมตร (ยาว) x 4 เมตร (กว้าง)

- หากโถงลิฟต์ที่ได้รับการป้องกันถูกใช้งานร่วมเป็นโถงลิฟต์ปลอดควัน (smoke-free lobby) หรือเป็นโถงลิฟต์ของลิฟต์ดับเพลิง ขนาดพื้นที่ของโถงลิฟต์ต้องเพียงพอสำหรับการอพยพเตียงผู้ป่วยตาม จำนวนที่กำหนด รวมถึงการสัญจรของผู้ใช้งานอื่นที่ต้องเข้าสู่บันไดหนีไฟในพื้นที่ป้องกัน

- ต้องติดตั้งป้ายแสดงข้อความ "FIRE ESCAPE BED LIFT" ไว้ภายนอกลิฟต์สำหรับอพยพ
เตียงผู้ป่วย

- เส้นทางหนีไฟของลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยที่ชั้น 1 ต้องมีการแยกพื้นที่จากส่วนใช้งาน
อื่นด้วยโครงสร้างที่มีการทนไฟไม่น้อยกว่า 1 ชั่วโมง และต้องเชื่อมต่อไปยังพื้นที่ภายนอกโดยตรง

ข้อยกเว้นสำหรับลิฟต์ที่เปิดสู่ทางเดินภายนอก

- ลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยที่เปิดสู่ทางเดินภายนอกโดยตรง และตั้งอยู่ใกล้บันไดหนีไฟใน
พื้นที่ป้องกัน ไม่จำเป็นต้องมีโถงลิฟต์ที่ได้รับการป้องกัน หากไม่มีช่องเปิดที่ไม่ได้รับการป้องกันภายในระยะ 3
เมตรในแนวนอน จากประตูของลิฟต์

- ลิฟต์อพยพเตียงผู้ป่วยในกรณีนี้อาจใช้ร่วมกันในหลายพื้นที่บนชั้นเดียวกัน

คุณลักษณะของลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วย

- ต้องมีแหล่งจ่ายไฟสำรองจากระบบไฟฟ้าฉุกเฉิน

- มีสวิทช์ควบคุมที่ติดป้ายว่า "Fire Escape Bed Lift" ติดตั้งใกล้ประตูทางขึ้น-ลงลิฟต์ที่ชั้น
สุดท้าย เพื่อให้ผู้ได้รับมอบหมายจากผู้จัดการอาคารสามารถควบคุมลิฟต์ในกรณีฉุกเฉิน โดยการทำงานของ
สวิทช์นี้ต้องคล้ายกับลิฟต์ดับเพลิง (ไม่จำเป็นในอาคาร 2 ชั้น)

- ติดตั้งระบบสื่อสาร (ยกเว้นในอาคาร 2 ชั้น) เพื่อให้ผู้ใช้งานในแต่ละชั้นสามารถติดต่อสื่อสาร
กับผู้ควบคุมลิฟต์ในลิฟต์ได้

- การติดตั้งลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยต้องเป็นไปตามข้อกำหนดใน SS 550 มาตรฐานที่
เกี่ยวข้องกับการติดตั้ง การดำเนินงาน และการบำรุงรักษาของลิฟต์ผู้โดยสารและลิฟต์สินค้าที่ใช้ไฟฟ้า

1.7 หอผู้ป่วยที่เข้าถึงได้จากทางเดินภายในต้องมีผนังกันไฟอย่างน้อย 1 ชั่วโมง และประตูกัน
ไฟอย่างน้อย 1 ชั่วโมง

1.8 การออกแบบทางหนีไฟ (Smoke-Free Approach to Exit Staircase) ทางหนีไฟต้องมี
โถงปลอดควันเพื่ออำนวยความสะดวกในการอพยพ

สรุปผลการทบทวน กฎหมายด้านความปลอดภัยสำหรับสถานพยาบาลในประเทศสิงคโปร์
ครอบคลุมข้อกำหนดสำหรับการอพยพผู้ป่วย ทั้งในด้านโครงสร้างอาคาร ระบบความปลอดภัยจากอัคคีภัย
และการจัดการพื้นที่สำคัญ เช่น พื้นที่หลบภัย ทางหนีไฟแนวราบและแนวตั้ง โดยเฉพาะสำหรับโรงพยาบาลที่มี
ความซับซ้อนในการดูแลผู้ป่วยที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายได้ด้วยตนเอง

3. มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ หรือ Hospital Accreditation (HA)

มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ ฉบับที่ 5 ได้กำหนดแนวทางสำหรับการพัฒนาคุณภาพ
สถานพยาบาลในประเทศไทย (สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน), 2562) กำหนด
แนวทางการตรวจประเมินด้านความเสี่ยงและความปลอดภัยอัคคีภัย อยู่ในหมวดหัวข้อ II-3.1 สิ่งแวดล้อมทาง
กายภาพและความปลอดภัย (Physical Environment and Safety) หน้า 94 ระบุว่า สิ่งแวดล้อมทางกายภาพ
ขององค์กรเอื้อต่อความปลอดภัยและความผาสุกของผู้ป่วย/ผู้รับผลงาน เจ้าหน้าที่และผู้มาเยือน องค์กรสร้าง

ความมั่นใจว่าผู้อยู่ในพื้นที่อาคารสถานที่จะปลอดภัยจากอัคคีภัย วัสดุและของเสียอันตราย หรือภาวะฉุกเฉินอื่นๆ ดังนี้

ค. ความปลอดภัยจากอัคคีภัย (Fire Safety)

(1) องค์กรจัดทำแผนความปลอดภัยจากอัคคีภัยและนำไปปฏิบัติ แผนครอบคลุมการสำรวจพื้นที่เสี่ยง การป้องกัน/การลดความเสี่ยงจากอัคคีภัย การตรวจจับแต่เริ่มแรก การดับเพลิง และการเคลื่อนย้าย/ขนย้าย ออกจากอาคารอย่างปลอดภัย เมื่อเกิดอัคคีภัยหรือภาวะฉุกเฉิน

(2) องค์กรให้ความรู้เพื่อสร้างความตระหนักทั่วทั้งองค์กร และดำเนินการฝึกซ้อมแผนอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอ มีการค้นหาจุดอ่อนและโอกาสพัฒนา มีการประเมินความพร้อมใช้ของเครื่องมืออุปกรณ์ต่างๆ ประสิทธิภาพของการฝึกอบรมและความรู้ของบุคลากรจากการฝึกซ้อมเพื่อรองรับอัคคีภัย

(3) องค์กรตรวจสอบ ทดสอบ บำรุงรักษาระบบและเครื่องมือต่างๆ ในการป้องกันและควบคุมอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอ

เครื่องมือการรับรองคุณภาพขั้นมาตรฐาน HA ได้กล่าวถึงระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัยตามแบบประเมินตนเอง โครงสร้างอาคารสถานที่สิ่งแวดล้อมและหน่วยงานสำคัญในสถานพยาบาล อยู่ในส่วนที่ 1 ประกอบด้วย เส้นทางหนีไฟ ระบบตรวจจับและแจ้งเหตุเพลิงไหม้ ระบบดับเพลิงด้วยน้ำ เครื่องมือดับเพลิงและอุปกรณ์ในการดับเพลิง ไฟแสงสว่างฉุกเฉิน ป้ายบอกทางหนีไฟ แผนป้องกันและระงับอัคคีภัยในระดับโรงพยาบาล ซึ่งเป็นข้อกำหนดที่อ้างอิงตามกฎกระทรวงที่ออกตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ยังไม่มีรายละเอียดโดยเฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาลในด้านการจำกัดขนาดพื้นที่ของอาคาร การกั้นแยกแบ่งส่วนอาคารเพื่อจำกัดผลกระทบจากควันไฟ ทางหนีไฟในแนวราบ (Horizontal Exit) เพื่อรองรับในเรื่องการอพยพเคลื่อนย้ายผู้ป่วยเมื่อเกิดเพลิงไหม้ (สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล. (2564). เครื่องมือการรับรองคุณภาพขั้นมาตรฐาน HA FM-ACD-051-01. สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน))

4. มาตรฐานประเทศไทยที่เกี่ยวข้องกับสถานพยาบาล

4.1 คู่มือมาตรฐานระบบบริการสุขภาพ (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2564) ได้กล่าวถึงเรื่องความปลอดภัยด้านอัคคีภัยจะอยู่ใน ด้านที่ 3 ด้านอาคาร สถานที่และสิ่งอำนวยความสะดวก หน้าที่ 20 ถึง หน้าที่ 27 มีข้อกำหนดทั่วไปเกี่ยวกับ บันไดหนีไฟ ระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ ไฟแสงสว่างฉุกเฉิน ป้ายทางออกหนีไฟ ยังไม่ได้กำหนดรายละเอียดที่เฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาล ยังไม่มีข้อกำหนดเกี่ยวกับการจำกัดขนาดพื้นที่ของอาคาร การกั้นแยกแบ่งส่วนอาคารเพื่อจำกัดผลกระทบจากควันไฟ ทางหนีไฟในแนวราบ (Horizontal Exit) เพื่อรองรับในเรื่องการอพยพเคลื่อนย้ายผู้ป่วยเมื่อเกิดเพลิงไหม้

4.2 มาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย (วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์, 2551) กล่าวถึงเรื่องการจัดเตรียมระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาล แต่ยังไม่ครอบคลุมถึงข้อกำหนดในการกั้นแยกแบ่งส่วนอาคารเพื่อลดผลกระทบจากไฟและควัน (Subdivision of Building Spaces) ในมาตรฐานนี้ สถานพยาบาลจะนิยามเป็นประเภทกิจกรรมการใช้อาคารสถานพยาบาลและสถานกักกัน (พ) มีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้อง เช่น

- การจำกัดขนาดพื้นที่ของอาคารที่เป็นชั้นห้องพักและพื้นที่อาคารทั่วไป แสดงพื้นที่สูงสุดในการแบ่งส่วนอาคารของกิจการแต่ละประเภท
- การกำหนดขีดความสามารถของเส้นทางหนีไฟโดยการคำนวณความจุคนในอาคารโดยใช้ขนาดพื้นที่ตารางเมตรต่อคน แสดงลักษณะกิจกรรมการใช้แบบเฉพาะกับขนาดพื้นที่ต่อคนเพื่อคำนวณความจุคน
- การคำนวณความกว้างของเส้นทางหนีไฟโดยใช้ค่าตัวประกอบ ตามตารางที่ 3.2.2 ค่าคำนวณความกว้างของเส้นทางหนีไฟ
- ข้อกำหนดเกี่ยวกับการจัดวางเส้นทางหนีไฟ ระยะทางสัญจร ระยะทางบังคับ ระยะทางตัน
- ทางหนีไฟแนวราบ (Horizontal Exit) กำหนดให้อาคารที่เป็นสถานพยาบาลและเป็นอาคารขนาดใหญ่ต้องมีทางหนีไฟแนวราบ มีข้อกำหนดเกี่ยวกับทางหนีไฟในแนวราบ

5. มาตรฐานสากลที่เกี่ยวข้องกับสถานพยาบาล

5.1 มาตรฐานการรับรอง Joint Commission International (JCI)

Joint Commission International (JCI) เป็นองค์กรที่ให้การรับรองคุณภาพและความปลอดภัยในสถานพยาบาลทั่วโลก โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับมาตรฐานการดูแลผู้ป่วยและการบริหารจัดการในสถานพยาบาล JCI จะประเมินและรับรองสถานพยาบาลที่สามารถปฏิบัติตามมาตรฐานที่กำหนดในด้านต่างๆ เช่น การจัดการคุณภาพ การป้องกันการติดเชื้อ การรักษาความปลอดภัยของผู้ป่วย และการพัฒนาองค์กร โดยได้รับการรับรองจาก JCI ถือเป็นที่ยืนยันถึงการปฏิบัติที่มีคุณภาพและได้มาตรฐานระดับสากลในวงการการแพทย์และสุขภาพ

ในด้านความปลอดภัยอัคคีภัยจะถูกประเมินในหัวข้อ การจัดการสถานที่และความปลอดภัย (Facility Management and Safety - FMS) อยู่ในหมวดมาตรฐานการบริหารจัดการองค์กรด้านการดูแลสุขภาพ (Health Care Organization Management Standards) ในมาตรฐาน JCI (Joint Commission International) ฉบับที่ 8 หัวข้อนี้มีเป้าหมายเพื่อให้แน่ใจว่าสถานพยาบาลมีโครงสร้างพื้นฐานและระบบที่เอื้อต่อความปลอดภัยของทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ป่วยและเจ้าหน้าที่ ซึ่งจะครอบคลุมมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการสถานที่และความปลอดภัยของสิ่งแวดล้อมในโรงพยาบาล เช่น

- การออกแบบและบำรุงรักษาสถานที่
- การจัดการความเสี่ยงด้านสิ่งแวดล้อม
- การจัดการด้านอัคคีภัยและการตอบสนองต่อเหตุฉุกเฉิน
- ความปลอดภัยของบุคลากรและผู้ป่วย

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการตรวจประเมินด้านความปลอดภัยอัคคีภัยในสถานพยาบาลนั้นพัฒนาขึ้นโดยอ้างอิงจาก มาตรฐาน NFPA 101, Life Safety Code ฉบับปี ค.ศ. 2012 (The Joint Commission & National Fire Protection Association, 2018) มีข้อกำหนดเกี่ยวกับระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลโดยเฉพาะ เช่น การจัดเตรียมเรื่องเส้นทางหนีไฟใน บทที่ 3 LS.02.01.20 Means of Egress การควบคุมการแพร่กระจายของไฟและควัน ในบทที่ 4 LS.02.01.30 The Features of Fire and Smoke Protection ระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ในบทที่ 5 LS.02.01.34 Fire Alarm Systems ระบบป้องกันและ

ระงับอัคคีภัย ในบทที่ 6 LS.02.01.35 Protection and Suppression โดยจุดประสงค์ของมาตรฐาน เพื่อให้ให้อาคารสถานพยาบาลมีความปลอดภัยเพียงพอในการปกป้องชีวิตผู้ป่วยจากผลกระทบจากไฟและควันเมื่อเกิดเพลิงไหม้ สามารถเคลื่อนย้ายผู้ป่วยในแนวราบได้แทนที่จะเคลื่อนย้ายในแนวตั้งผ่านบันไดหนีไฟ

5.2 มาตรฐาน NFPA 101, Life Safety Code

จากการศึกษาข้อมูลในมาตรฐาน NFPA 101, Life Safety Code เป็นมาตรฐานสมาคมป้องกันอัคคีภัยชาติ (National Fire Protection Association ; NFPA) ก่อตั้งมาตั้งแต่ปี ค.ศ.1896 เป็นองค์กรที่สนับสนุนกิจกรรมด้านการป้องกันอัคคีภัย ข้อกำหนดในมาตรฐานหรือข้อแนะนำต่างๆเป็นที่ยอมรับแพร่หลายทั่วโลกหลายประเทศได้นำเกณฑ์มาตรฐานและข้อแนะนำของ NFPA มาเป็นมาตรฐานของประเทศหรือประยุกต์เป็นกฎหมายเพื่อบังคับใช้สำหรับด้านความปลอดภัยของอาคาร โดยมาตรฐานที่เกี่ยวข้องกับสถานพยาบาล จะประกอบด้วย บททั่วไป บทที่ 1-10 และบทเฉพาะสำหรับอาคารที่เป็นอาคารสำหรับผู้ป่วยรักษาพยาบาลค้างคืน และผู้ป่วยฉุกเฉิน ผู้ป่วยนอก ที่เป็นอาคารใหม่และอาคารเก่าดังนี้

- 1) ผู้ป่วยรักษาพยาบาลค้างคืน Health Care Occupancies
 - อาคารก่อสร้างใหม่ บทที่ 18 New Health Care Occupancies
 - อาคารเก่าที่เปิดใช้งานแล้ว บทที่ 19 Existing Health Care Occupancies
- 2) ผู้ป่วยฉุกเฉิน ผู้ป่วยนอก Ambulatory Health Care
 - อาคารก่อสร้างใหม่ บทที่ 20 New Ambulatory Health Care
 - อาคารเก่าที่เปิดใช้งานแล้ว บทที่ 21 Existing Ambulatory Health Care

เป้าหมายและวัตถุประสงค์สำคัญสำหรับอาคารสถานพยาบาล ตามมาตรฐาน NFPA 101

Life Safety Code (National Fire Protection Association [NFPA], 2012)

“The goals and objectives shall be met with due consideration for functional requirements, which are accomplished by limiting the development and spread of a fire emergency to the room of fire origin and reducing the need for occupant evacuation, except from the room of fire origin.”

อาคารสถานพยาบาลจะต้องออกแบบก่อสร้าง บำรุงรักษา และดำเนินการเพื่อให้ลดความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดเพลิงไหม้ที่อาจทำให้ต้องอพยพผู้อยู่อาศัย

สถานพยาบาลจะต้องมีระบบความปลอดภัยของอาคารที่ครบถ้วน ครอบคลุมทั้งด้านโครงสร้างอาคาร การป้องกันไฟ การควบคุมควันและการจัดการอพยพ เพื่อควบคุมจำกัดการเกิดเหตุอัคคีภัยและการแพร่กระจายของไฟให้อยู่เฉพาะภายในห้องที่เกิดเหตุไฟไหม้ และลดความจำเป็นในการอพยพ ยกเว้นในกรณีที่ต้องอพยพออกจากห้องที่เกิดเหตุไฟไหม้ ไปสู่พื้นที่ปลอดภัยในชั้นเท่านั้น หรือที่เรียกว่า **กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place)**

กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place) ถูกนำมาใช้ผ่านแนวทางแบบองค์รวม (Total Concept) โดยแนวทางนี้ ประกอบด้วยคุณลักษณะหลากหลายที่จำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยออกไปภายนอกอาคารในกรณีเกิดไฟไหม้ สำหรับผู้ป่วยหรือผู้อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้ผลกระทบจากไฟไหม้ใน

ลักษณะที่อาจเป็นอันตราย จะมีการใช้มาตรการป้องกันหลายรูปแบบ เช่น การเคลื่อนย้ายไปยังส่วนพื้นที่ปลอดภัย (Smoke Compartment) ที่อยู่ติดกันบนชั้นเดียวกัน

แนวทาง Total Concept หมายถึง แนวทางการจัดการอัคคีภัยที่ครอบคลุมทุกด้าน โดยเน้นการผสมผสานระหว่างองค์ประกอบที่จำเป็นเพื่อควบคุมและลดผลกระทบจากไฟ

องค์ประกอบหลักของ Total Concept ได้แก่:

1. การจำกัดการแพร่กระจายของควันและไฟ

- การออกแบบโครงสร้างเพื่อป้องกันไฟและควัน เช่น แนวกันควัน (Smoke Barriers) และแนวกันไฟ (Fire Barriers)
- การกั้นแยกแบ่งพื้นที่ของอาคารออกอย่างน้อยสองส่วนเป็น Smoke Compartments โดยใช้ผนังกันควัน (Smoke Barriers) เพื่อจำกัดการลุกลามของควันและไฟ
- การป้องกันช่องเปิด การปิดล้อมช่องเปิดแนวตั้ง การปิดช่องเปิดที่พื้น
- การปิดล้อมพื้นที่เสี่ยงอันตรายอัคคีภัย
- การควบคุมควันไฟด้วยระบบปรับอากาศและระบายอากาศ (HVAC) เช่นการหยุดการทำงาน ของเครื่องปรับอากาศและระบายอากาศเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ การติดตั้งลิ้นกันไฟหรือลิ้นกันควัน ที่ช่องท่อทะลุผ่านผนังกันไฟ การระบายควันไฟ ระบบอัดอากาศสำหรับบันไดหนีไฟหรือโถงลิฟต์ดับเพลิง เป็นต้น

2. กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place) ผู้ป่วยที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายตนเองได้ สามารถเคลื่อนย้ายในแนวราบ ผ่านประตูกันไฟและควัน ผนังกันไฟหรือผนังกันควันเพื่อไปหลบภัยในชั้นในพื้นที่ปลอดภัยจากไฟและควัน

- ลดความจำเป็นในการอพยพผู้ป่วยออกจากอาคาร โดยใช้พื้นที่ปลอดภัย (Safe Areas) ภายในอาคาร ด้วยการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยไปยังพื้นที่ปลอดภัย (Smoke Compartments) ที่อยู่ติดกัน
- ทางหนีไฟแนวราบ (Horizontal Exits) การกั้นแยกแบ่งส่วนอาคารด้วยผนังกันไฟที่มีอัตราการทนไฟสองชั่วโมงพร้อมมีประตูบานคู่ที่เปิดสลับด้านกันเพื่อใช้เป็นทางหนีไฟในแนวราบ

3. ระบบตรวจจับและระงับเหตุอัตโนมัติ

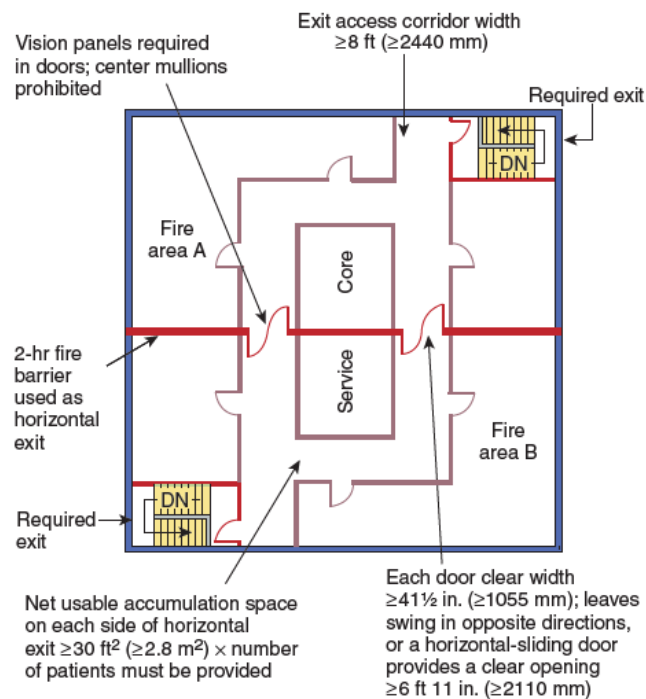
- ระบบตรวจจับควันที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม่นยำ แจ้งเตือนได้อย่างรวดเร็ว
- ระบบแจ้งเตือนภัยที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่การใช้งานในสถานพยาบาล
- อุปกรณ์แจ้งเหตุด้วยมืออยู่บริเวณใกล้เคาน์เตอร์พยาบาล
- การติดตั้งหัวกระจายน้ำดับเพลิง (Sprinklers) ครอบคลุมทุกพื้นที่ของอาคาร
- ระบบดับเพลิงอัตโนมัติที่เหมาะสมกับความเสี่ยงประเภทของเชื้อเพลิง

4. การบริหารจัดการความปลอดภัยอัคคีภัย (Fire and Life Safety Management)

- มีแผนการจัดการความปลอดภัยอัคคีภัยในสถานพยาบาล มาตรการป้องกันอัคคีภัย การวางแผน การเตรียมรับมือ การฝึกอบรม และการซ้อมแผน
- แผนป้องกันอัคคีภัยในระดับหน่วยงาน (RACE Plan) และแผนป้องกันอัคคีภัยในระดับโรงพยาบาล
- แผนการอพยพที่ออกแบบมาสำหรับผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว วิธีการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยไปยังพื้นที่ปลอดภัย (Areas of Refuge) หรือ วิธีการอพยพออกจากอาคาร
- กำหนดบทบาทของบุคลากรในด้านความปลอดภัยต่อชีวิต

- การดำเนินการของบุคลากรถือเป็นส่วนสำคัญของคุณลักษณะด้านความปลอดภัยชีวิตที่จำเป็นในสถานพยาบาล การตอบสนองที่เหมาะสมจากบุคลากร ทั้งในแง่ของความพร้อม การดำเนินการ และการจัดการสถานการณ์ไฟไหม้ สามารถส่งผลต่อผลลัพธ์ได้อย่างชัดเจน บุคลากรในสถานพยาบาลมีหน้าที่รับผิดชอบต่อความปลอดภัยของผู้ป่วย ไม่ว่าจะเป็นการแจ้งให้ผู้ป่วยที่ไม่อยู่ในอันตรายทราบ หรือช่วยย้ายผู้ป่วยที่ต้องการความช่วยเหลือไปยังพื้นที่ปลอดภัยการฝึกอบรมพนักงานให้สามารถรับมือสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

- การตรวจสอบระบบป้องกันอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอ และการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งาน



ภาพการกั้นแยกแบ่งส่วนอาคารออกเป็นสองส่วนด้วยผนังกันไฟและประตูบานคู่ เป็นทางหนีไฟแนวราบ (NFPA 101 (Exhibit 18/19.18 Horizontal exit in new hospital))

ผลการวิจัย

สรุปผลการเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยเทียบกับประเทศสิงคโปร์พบว่ามีความสอดคล้องและไม่สอดคล้องกันมากกว่าครึ่งหนึ่งของเกณฑ์ประเมิน ดังรายละเอียดที่แสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับประเทศสิงคโปร์

ลำดับ	ข้อกำหนดกฎหมายประเทศสิงคโปร์	พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522	พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541	ผลการวิเคราะห์
1	พื้นที่ใต้ดินห้ามมีพื้นที่ผู้ป่วยที่มีเตียงตั้งอยู่ในชั้นใต้ดิน	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
2	ความกว้างของทางออก (Width of Exit) ความกว้างของประตูทางออกต้องไม่น้อยกว่า 1.2 เมตร	กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535 ประตูกว้างสุทธิ ≥ 90 ซม. กม.ฉบับ 55 พ.ศ.2543 ประตูกว้างสุทธิ ≥ 80 ซม. กฎหมายอาคารสูงหรือขนาดใหญ่พิเศษที่เป็นอาคารเก่า* ประตูกว้างสุทธิ ≥ 80 ซม. กฎกระทรวงสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564* ช่องประตูกว้างสุทธิ ≥ 86 ซม.	ไม่มีข้อกำหนด	ข้อกำหนดไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน ช่องประตูขนาดเล็ก เคลื่อนย้ายผู้ป่วยไม่สะดวก
3	จำนวนทางออกต่อออร์ด (Number of Exits per Ward) หอผู้ป่วยที่รองรับผู้ป่วยเกิน 50 คน ต้องมีทางออกอย่างน้อย 2 ทาง โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ห่างกัน	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
4	พื้นที่หลบภัย (Area of Refuge) ต้องมีพื้นที่หลบภัยอย่างน้อย 1 แห่งในทุกชั้นสำหรับผู้ป่วย เส้นทางไปยังพื้นที่หลบภัยต้องผ่านโถงหรือทางเดินที่มีความต้านทานไฟอย่างน้อย 1 ชั่วโมง	ข้อ 28/3 อาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษ ต้องจัดให้มีพื้นที่หลบภัย	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด รายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่หลบภัย
5	การแบ่งพื้นที่ (Compartmentation) พื้นที่รองรับผู้ป่วยในแต่ละออร์ด ต้องไม่เกิน 750 ตารางเมตร และจำกัดจำนวนคนไว้ที่ 75 คน	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
6	การจัดให้มีลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน (Fire Escape Bed Lifts)			
6.1	อาคารที่มีมากกว่าหนึ่งชั้นต้องมีลิฟต์สำหรับเตียงอย่างน้อย 2 ตัว และต้องตั้งอยู่ใกล้บันไดทางหนีไฟ	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
6.2	การเข้าถึงภายในและภายนอก (Internal and External Access to Wards)	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับประเทศสิงคโปร์

ลำดับ	ข้อกำหนดกฎหมายประเทศสิงคโปร์	พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522	พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541	ผลการวิเคราะห์
7	หอพักผู้ป่วยที่เข้าถึงได้จากทางเดินภายในต้องมีผนังต้านไฟอย่างน้อย 1 ชั่วโมง และประตูต้านไฟอย่างน้อย 1 ชั่วโมง	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
8	การออกแบบทางหนีไฟ (Smoke-Free Approach to Exit Staircase)			
8.1	ทางหนีไฟต้องมีโถงปลอดควันเพื่ออำนวยความสะดวกในการอพยพ	ไม่มีข้อกำหนด Vestibule	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
9	ระบบหัวกระจายน้ำดับเพลิง (Sprinkler)			
9.1	ต้องติดตั้งในอาคารสถานพยาบาลที่มีการรองรับผู้ป่วยสำหรับอาคารมีมากกว่าหนึ่งชั้น มีพื้นที่ผู้ป่วยตั้งอยู่ในชั้นบนที่ไม่ใช่ชั้นล่างสุด พื้นที่ ชั้นที่ไม่แบ่งเขต (non-compartmented AFA) มีขนาดเกิน 750 ตารางเมตร	กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535 ให้ติดตั้งสำหรับอาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไปและขนาดพื้นที่ 10,000 ตรม. ขึ้นไป		แต่ให้ติดตั้งสำหรับอาคารสูงหรืออาคารขนาดใหญ่พิเศษขึ้นไป
10	ระบบดับเพลิงอัตโนมัติ	กฎกระทรวง ฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535 ให้ติดตั้งสำหรับอาคารที่มีความสูงตั้งแต่ 23 เมตรขึ้นไปและขนาดพื้นที่ 10,000 ตรม.ขึ้นไป	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
11	ระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้	มีข้อกำหนด แต่ไม่ระบุเฉพาะสำหรับอาคารพยาบาล	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด แต่ไม่ระบุเฉพาะสำหรับอาคารพยาบาล
12	ระบบควบคุมการแพร่กระจายควันไฟ			
12.1	ระบบอัดอากาศสำหรับบันไดหนีไฟ	มีข้อกำหนด รายละเอียดไม่ถูกต้อง ครอบคลุมตามมาตรฐาน	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด รายละเอียดไม่ถูกต้อง ครอบคลุมตามมาตรฐาน
12.2	ระบบอัดอากาศสำหรับโถงลิฟต์ดับเพลิง	มีข้อกำหนด รายละเอียดไม่ถูกต้อง ครอบคลุมตามมาตรฐาน	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด รายละเอียดไม่ถูกต้อง ครอบคลุมตามมาตรฐาน
13	การป้องกันควันไฟกรณีที่ไม่ใช่ระบบอัดอากาศ แบบวิถีธรรมชาติ (Natural Ventilation) จัดทำห้อง Vestibule เปิดช่องเปิดที่ผนังห้องขนาด ไม่น้อยกว่า 1.6 ตารางเมตร ทุกชั้น ก่อนเข้าบันไดหรือโถงลิฟต์ดับเพลิง	มีข้อกำหนด แต่ไม่มี Vestibule เปิดช่องที่ผนังบันไดหนีไฟด้านที่อยู่ติดภายนอกอาคาร 1.4 ตารางเมตรต่อชั้น	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด แต่ไม่มี Vestibule
14	การหยุดทำงานของเครื่องส่งลมเย็นและพัดลม	มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด

ตารางที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับประเทศสิงคโปร์

ลำดับ	ข้อกำหนดกฎหมายประเทศสิงคโปร์	พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522	พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541	ผลการวิเคราะห์
15	การป้องกันช่องเปิดแนวตั้ง	มีข้อกำหนดสำหรับอาคารเก่า*	ไม่มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนดสำหรับอาคารเก่า*
16	ป้ายทางออกหนีไฟ	มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด
17	ไฟแสงสว่างฉุกเฉิน	มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด	มีข้อกำหนด

*กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564

**กฎกระทรวงการแก้ไขอาคารที่มีสภาพหรือมีการใช้ที่อาจเป็นอันตรายต่อสุขภาพ ชีวิต ร่างกายหรือทรัพย์สิน หรืออาจไม่ปลอดภัยจากอัคคีภัย หรือก่อให้เกิดเหตุรำคาญหรือกระทบกระเทือนต่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2563

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับมาตรฐานสากล

หมายเหตุ สถานพยาบาลที่อยู่ในกรอบการประเมินจะเป็นสถานพยาบาลที่มีการจัดที่พักสำหรับการนอนหลับให้กับผู้พักอาศัย และมีผู้พักอาศัยซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในกรณีฉุกเฉิน เนื่องจากอายุ ความบกพร่องทางร่างกายหรือจิตใจ หรือเนื่องจากมาตรการด้านความปลอดภัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้พักอาศัย

ลำดับ	NFPA101 Life Safety Code, Edition 2012	มาตรฐาน JCI Life Safety Book	มาตรฐาน วสท.*	มาตรฐานโรงพยาบาล HA *
1	การจำกัดการแพร่กระจายของควันและไฟ			
1.1	มีการออกแบบโครงสร้างเพื่อป้องกันไฟและควัน เช่น แนวกันควัน (Smoke Barriers) และแนวกันไฟ (Fire Barriers)	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดทั่วไปในมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย แต่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับอาคารสถานพยาบาลโดยตรง	ไม่มีข้อกำหนด
1.2	การกั้นแยกแบ่งพื้นที่ของอาคารออกอย่างน้อยสองส่วนเป็น Smoke Compartments โดยใช้ผนังกันควัน (Smoke Barriers) เพื่อจำกัดการลุกลามของควันและไฟ	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
1.3	การป้องกันช่องเปิด การปิดล้อมช่องเปิดแนวตั้ง การปิดช่องเปิดที่พื้น	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดทั่วไปในมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย	ไม่มีข้อกำหนด
1.4	การปิดล้อมพื้นที่เสี่ยงอันตรายอัคคีภัย	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดทั่วไปในมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย แต่ไม่ได้เฉพาะเจาะจงกับอาคารสถานพยาบาลโดยตรง	ไม่มีข้อกำหนด

**ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับมาตรฐานสากล**

หมายเหตุ สถานพยาบาลที่อยู่ในกรอบการประเมินจะเป็นสถานพยาบาลที่มีการจัดที่พักสำหรับการนอนหลับให้กับผู้พักอาศัย และมีผู้พักอาศัยซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในกรณีฉุกเฉิน เนื่องจากอายุ ความบกพร่องทางร่างกายหรือจิตใจ หรือเนื่องจากมาตรการด้านความปลอดภัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้พักอาศัย

ลำดับ	NFPA101 Life Safety Code, Edition 2012	มาตรฐาน JCI Life Safety Book	มาตรฐาน วสท.*	มาตรฐานโรงพยาบาล HA *
1.5	การควบคุมควันไฟด้วยระบบปรับอากาศและระบายอากาศ (HVAC) เช่น การหยุดการทำงาน ของเครื่องปรับอากาศและระบายอากาศเมื่อเกิดเหตุเพลิงไหม้ การติดตั้งลิ้นกันไฟหรือลิ้นกันควัน ที่ช่องท่อทะลุผ่านผนังกันไฟ การระบายควันไฟ ระบบอัดอากาศสำหรับบันไดหนีไฟหรือโถงลิฟต์ดับเพลิง เป็นต้น	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดในมาตรฐานควบคุมควันไฟ	ไม่มีข้อกำหนด
2	กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place)			
2.1	มีพื้นที่ปลอดภัย (Safe Areas) ภายในอาคาร รองรับการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยไปยังพื้นที่ปลอดภัย (Smoke Compartments) ที่อยู่ติดกัน	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ยังไม่มีข้อกำหนดและมาตรฐานสำหรับอาคารสถานพยาบาล	ไม่มีข้อกำหนดในการอพยพหนีไฟแนวราบ
2.2	ทางหนีไฟแนวราบ (Horizontal Exits) การกันแยกแบ่งส่วนอาคารด้วยผนังกันไฟที่มีอัตราการทนไฟสองชั่วโมงพร้อมมีประตูบานคู่ที่เปิดสลับด้านกันเพื่อใช้เป็นทางหนีไฟในแนวราบ	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดในมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย แต่รายละเอียดยังไม่สอดคล้องทั้งหมด	ไม่มีข้อกำหนดในการอพยพหนีไฟแนวราบ
3	ระบบตรวจจับและระงับเหตุอัตโนมัติ			
3.1	ระบบตรวจจับควันที่สามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม่นยำ แจ้งเตือนได้อย่างรวดเร็ว	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดในมาตรฐานระบบแจ้งเหตุเพลิงไหม้ แต่ไม่มีการกำหนดรายละเอียดพิเศษเฉพาะสำหรับสถานพยาบาล	อุปกรณ์ตรวจจับควันกำหนดมีเฉพาะอาคารสูงและอาคารขนาดใหญ่ (7.4)
3.2	ระบบแจ้งเตือนภัยที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่การใช้งานในสถานพยาบาล	มีข้อกำหนดสอดคล้อง		กำหนดให้มีแต่ไม่มีรายละเอียดเฉพาะ (7.4)
3.3	อุปกรณ์แจ้งเหตุด้วยมืออยู่ในบริเวณใกล้เคาน์เตอร์พยาบาล	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ยังไม่มีข้อกำหนด	ไม่มีข้อกำหนด
3.4	ติดตั้งดับเพลิงอัตโนมัติด้วยหัวกระจายน้ำดับเพลิง (Sprinklers) ครอบคลุมทุกพื้นที่ของอาคาร หรือระบบดับเพลิงอื่นที่เทียบเท่า	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีข้อกำหนดทั่วไปในมาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย แต่ไม่ได้กำหนดเฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาลที่มีความเสี่ยงและข้อจำกัดที่แตกต่างอาคารทั่วไป	กำหนดให้มีสำหรับอาคารตั้งแต่ 5 ชั้นขึ้นไป (7.4)
4	การบริหารจัดการความปลอดภัยอัคคีภัย			
4.1	แผนป้องกันอัคคีภัยและระงับอัคคีภัยในระดับหน่วยงาน(RACE Plan)	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน	ไม่มีข้อกำหนด

**ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย
เทียบกับมาตรฐานสากล**

หมายเหตุ สถานพยาบาลที่อยู่ในกรอบการประเมินจะเป็นสถานพยาบาลที่มีการจัดที่พักสำหรับการนอนหลับให้กับผู้พักอาศัย และมีผู้พักอาศัยซึ่งส่วนใหญ่ไม่สามารถช่วยเหลือตัวเองได้ในกรณีฉุกเฉิน เนื่องจากอายุ ความบกพร่องทางร่างกายหรือจิตใจ หรือเนื่องจากมาตรการด้านความปลอดภัยที่อยู่นอกเหนือการควบคุมของผู้พักอาศัย

ลำดับ	NFPA101 Life Safety Code, Edition 2012	มาตรฐาน JCI Life Safety Book	มาตรฐาน วสท.*	มาตรฐานโรงพยาบาล HA *
4.2	แผนป้องกันอัคคีภัยและระงับอัคคีภัยในระดับโรงพยาบาล	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน	มีข้อกำหนดให้มีแผนระงับอัคคีภัยระดับโรงพยาบาล (7.1)
4.3	กำหนดให้มีการซ้อมแผน และการปรับปรุงแผน	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน	มีข้อกำหนดให้มีแผนระงับอัคคีภัยระดับโรงพยาบาล (7.2)
4.4	มีแผนการอพยพที่ออกแบบมาสำหรับผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดด้านการเคลื่อนไหว วิธีการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยไปยังพื้นที่ปลอดภัย (Areas of Refuge) หรือวิธีการอพยพออกจากอาคาร	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน	ไม่มีข้อกำหนดในการเคลื่อนย้ายแนวราบ แต่มีข้อกำหนดให้มีรถเพื่ออพยพแนวตั้งสำหรับอาคารสูงตั้งแต่ 5 ชั้นขึ้นไป (7.5)
4.5	กำหนดบทบาทของบุคลากรในด้านความปลอดภัยต่อชีวิต	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน	ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดแผน
4.6	การตรวจสอบระบบป้องกันอัคคีภัยอย่างสม่ำเสมอ และการบำรุงรักษาอุปกรณ์ให้พร้อมใช้งาน	มีข้อกำหนดสอดคล้อง	มีรายละเอียด วิธีการตรวจสอบบำรุงรักษาอุปกรณ์ในแต่ละมาตรฐาน	มีข้อกำหนดให้ปฏิบัติตามรายการอุปกรณ์ในข้อ (7.4)
*วสท. ย่อมาจาก สมาคมวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ * มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ HA ตามแบบประเมินตนเองโครงสร้างอาคาร สถานที่ และสิ่งแวดล้อมในสถานพยาบาล FM-ACD-051-01				

สรุปผลการประเมิน การเปรียบเทียบมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลประเทศไทยกับมาตรฐานสากล ตามกลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place) ซึ่งจะใช้แนวทางแบบองค์รวม (Total Concept) ประกอบด้วยคุณลักษณะหลากหลายที่จำเป็นเพื่อหลีกเลี่ยงการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยออกไปภายนอกอาคารในกรณีเกิดไฟไหม้ สำหรับผู้ป่วยหรือผู้อยู่อาศัยที่อยู่ใกล้ผลกระทบจากไฟไหม้ในลักษณะที่อาจเป็นอันตราย จะมีการใช้มาตรการป้องกันหลายรูปแบบ เช่น การเคลื่อนย้ายไปยังส่วนพื้นที่ปลอดภัย (Smoke Compartment) ที่อยู่ติดกันบนชั้นเดียวกัน

การแบ่งระดับความสอดคล้อง

1. ระดับสีเขียว หมายถึง มีข้อกำหนด มีมาตรฐาน ที่กล่าวถึง เกณฑ์ข้อกำหนดให้อาคารทั่วไปมีระบบความปลอดภัยด้านอัคคีภัย แต่ไม่ครบถ้วนและมาตรฐานยังไม่ระบุเฉพาะเจาะจงสำหรับอาคารสถานพยาบาล
2. ระดับสีแดง หมายถึง ยังไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดครอบคลุมตามเกณฑ์มาตรฐานสากลเพื่อสอดคล้องตาม กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place)

อภิปรายผลการวิจัย

จากตาราง ที่ 1 ผลการเปรียบเทียบกฎหมายด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยเทียบกับประเทศสิงคโปร์ และตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบมาตรฐานประเทศไทยกับมาตรฐาน NFPA 101 ในด้านกลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place) สรุปได้ว่า กฎหมายและมาตรฐานของประเทศไทยยังมีรายละเอียดไม่ครบถ้วน ไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดโดยตรงเฉพาะสำหรับอาคารสถานพยาบาล เพื่อเป็นแนวทางในการออกแบบและการบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคาร สรุปรายละเอียดในประเด็นที่ไม่สอดคล้อง ดังนี้

1. ไม่มีมาตรการหรือข้อกำหนดที่สอดคล้องกับกลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place) ซึ่งอาคารสถานพยาบาลจะต้องออกแบบ ก่อสร้าง บำรุงรักษา และดำเนินการเพื่อให้ลดความเสี่ยงและโอกาสที่จะเกิดเพลิงไหม้ที่อาจทำให้ต้องอพยพผู้อยู่อาศัย
2. ในกฎหมายและมาตรฐานประเทศไทย ไม่มีข้อกำหนดในการกั้นแยกแบ่งส่วนอาคาร เพื่อลดผลกระทบจากการแคว้นไฟ
3. ไม่มีข้อกำหนดในการจัดเตรียมทางหนีไฟในแนวราบ สำหรับรองรับการอพยพผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดในการเคลื่อนย้ายลงในทางตั้ง
4. ไม่มีข้อกำหนดการจัดให้มีลิฟต์สำหรับอพยพเตียงผู้ป่วยในกรณีฉุกเฉิน (Fire Escape Bed Lifts)
5. ข้อกำหนดการจัดเตรียมความกว้างของทางเดินส่วนกลางต้องไม่น้อยกว่า 2.40 เมตรและขนาดประตูบานคู่แต่ละบานจะต้องกว้างไม่น้อยกว่า 1.10 เมตรสำหรับอาคารโรงพยาบาลก่อสร้างใหม่
6. ขนาดความกว้างขั้นต่ำของช่องประตูทางออกตามที่กำหนดในกฎหมายมีขนาด 80-90 เซนติเมตร ไม่สะดวกต่อการเคลื่อนย้ายผู้ป่วยพร้อมอุปกรณ์ผ่านช่องประตู
7. ไม่ได้กำหนดจำนวนทางออกต่อออร์ด (Number of Exits per Ward) หอพักผู้ป่วยที่รองรับผู้ป่วยเกิน 50 คน ต้องมีทางออกอย่างน้อย 2 ทาง โดยตั้งอยู่ในตำแหน่งที่ห่างกัน
8. ไม่มีการกำหนดรายละเอียดเกี่ยวกับพื้นที่หลบภัย
9. ไม่มีข้อกำหนดในการกั้นแยกพื้นที่ (Compartmentation) สำหรับพื้นที่เสี่ยงอันตราย อัคคีภัย และพื้นที่ปลอดภัยในอาคาร
10. การติดตั้งระบบดับเพลิงอัตโนมัติด้วยหัวกระจายน้ำดับเพลิง ประเทศไทยมีข้อกำหนดให้ติดตั้งสำหรับอาคารที่มี ความสูง 23 เมตรขึ้นไปและขนาดพื้นที่ 10,000 ตารางเมตรขึ้นไป ขณะที่ประเทศสิงคโปร์ให้ติดตั้งสำหรับอาคารที่มีความสูงมากกว่าหนึ่งชั้นขึ้นไป
11. ยังไม่มีข้อกำหนดห้ามใช้พื้นที่ชั้นใต้ดินเป็นห้องผู้ป่วยที่มีเตียง
12. มาตรฐาน วสท. ยังไม่มีข้อกำหนดที่เกี่ยวข้องกับอาคารสถานพยาบาลโดยตรง รายละเอียดยังไม่ครอบคลุมตามเกณฑ์มาตรฐานสากลเพื่อสอดคล้องตาม กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place)
13. มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ หรือ Hospital Accreditation (HA) ยังไม่มีข้อกำหนดและรายละเอียดครอบคลุมตามเกณฑ์มาตรฐานสากลเพื่อสอดคล้องตาม กลยุทธ์การป้องกันในพื้นที่ (Defend-in-Place)

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

บทความนี้เป็นส่วนหนึ่งของคู่มือฉบับนี้เพื่อพัฒนากฎหมายและมาตรฐานความปลอดภัยด้านอัคคีภัยสำหรับสถานพยาบาล ในประเทศไทย

จากผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นในการปรับปรุงกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยของอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทย เพื่อให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล เพื่อความปลอดภัยให้กับผู้ป่วยและบุคลากรทางการแพทย์ โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ประเทศไทยควรมีกฎหมายและมาตรฐานด้านความปลอดภัยอัคคีภัยสำหรับอาคารโรงพยาบาลโดยเฉพาะ เพื่อให้มีการพัฒนายกระดับมาตรฐานความปลอดภัยอาคารสถานพยาบาล ในประเทศไทยให้มีความปลอดภัยและบรรลุวัตถุประสงค์ตามเป้าหมายในยุทธศาสตร์ที่ 2 ด้านพัฒนาบริการรักษาพยาบาล (กระทรวงสาธารณสุข. (2560). ยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศไทยให้เป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (พ.ศ. 2560–2569). นนทบุรี: กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ) ให้สถานพยาบาลในประเทศไทยได้รับมาตรฐานการรับรอง Joint Commission International (JCI) ซึ่งเป็นมาตรฐานการจัดการด้านความปลอดภัยอาคารสถานพยาบาลในระดับสากล มีข้อกำหนดแนวทางการจัดการสิ่งอำนวยความสะดวกและความปลอดภัยด้านอัคคีภัยในสถานพยาบาล

2. การออกแบบอาคารสถานพยาบาลในประเทศไทยจะต้องเป็นไปตามกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ผู้ป่วยจะต้องได้รับการปกป้องคุ้มครองให้สามารถอยู่ในอาคารได้อย่างปลอดภัยในขณะที่เกิดเพลิงไหม้ โดยเคลื่อนย้ายผู้ป่วยออกจากพื้นที่เกิดเหตุเพลิงไหม้ หลีกเลี่ยงการอพยพออกจากอาคาร ตามกลยุทธ์ Defend in Place ดังนี้

1) การออกแบบคำนึงถึงผู้ป่วย โดยนำมาตรฐานสากลมาปรับใช้เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ป่วยที่มีข้อจำกัดในการเคลื่อนย้าย โดยการจัดเตรียมเส้นทางหนีไฟในแนวราบ จะต้องมีการกำหนดหรือข้อบังคับที่ชัดเจนในการออกแบบเส้นทางหนีไฟในแนวราบ เพื่อรองรับการอพยพของผู้ป่วยที่ไม่สามารถเคลื่อนย้ายลงในแนวตั้งได้ทันที

2) การจัดเตรียมพื้นที่ปลอดภัยในชั้น โดยกำหนดมาตรฐานในการจัดเตรียมพื้นที่ปลอดภัยในแต่ละชั้นของอาคาร เพื่อให้ผู้ป่วยสามารถหลบภัย ซึ่งจะอพยพเคลื่อนย้ายจากพื้นที่เกิดเหตุไปพื้นที่ปลอดภัยในชั้นที่จัดเตรียมไว้

3) การจำกัดขนาดพื้นที่และการกั้นแยกส่วน มีข้อบังคับในการจำกัดขนาดพื้นที่และการกั้นแยกส่วนของอาคาร เพื่อควบคุมการแพร่กระจายของเพลิงไหม้และควันไฟ

4) การติดตั้งระบบตรวจจับและแจ้งเตือนเหตุเพลิงไหม้ ให้มีประสิทธิภาพ มีการแจ้งเตือนภัยที่เหมาะสมกับสภาพผู้ป่วย และสัมพันธ์กับแผนการอพยพเคลื่อนย้ายผู้ป่วยตามทฤษฎีหรือแนวคิด Defend in Place และมีระบบดับเพลิงอัตโนมัติให้ครอบคลุมทุกพื้นที่ของอาคาร

5) การบริหารจัดการด้านความปลอดภัยอัคคีภัย ให้มีการประเมินความเสี่ยงอัคคีภัย จัดทำแผนการป้องกันและระงับอัคคีภัยในระดับหน่วยงาน และระดับอาคารโรงพยาบาล โดยอ้างอิงจากแนวทาง

ปฏิบัติที่ดีของประเทศที่มีมาตรฐานสากล ฝึกอบรมบุคลากร และมีการบำรุงรักษาอุปกรณ์ป้องกันอัคคีภัยและอุปกรณ์ที่ใช้ในแผนฉุกเฉิน เป็นประจำ ให้พร้อมใช้งานตลอดเวลา

บรรณานุกรม

กมลพร สมคิด และ ไตรวัฒน์ วิริยศิริ. (2564). การกำหนดรายละเอียดโครงการออกแบบโรงพยาบาลโรงเรียนแพทย์ในประเทศไทยที่จัดตั้งขึ้นในช่วงปี พ.ศ. 2527-2563. วารสารสารະศาสตร์, 3(2564), 570-584.

เสริมสกุล ศรีน้อย. (2554). การศึกษามาตรฐานความปลอดภัยด้านอัคคีภัย เพื่อการรับรองมาตรฐานระดับสากล กรณีศึกษา โรงพยาบาลเอกชนในอาคารสูง. วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต, สาขาวิชาการบริหารทรัพยากรอาคาร, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย. (2558). รายงานฉบับสมบูรณ์ โครงการข้อมูลกฎหมายอาเซียนระยะต่อเนื่อง: กฎหมายของประเทศสิงคโปร์และข้อมูลกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับสังคม วัฒนธรรม การเมือง และความมั่นคงของประเทศสิงคโปร์ (ดร. บุญวรา สุมะโน เจนพิงพร, หัวหน้าโครงการ; ดร. เตือนเด่น นิคมบริรักษ์, ที่ปรึกษาโครงการ; นภาง เอกอัคร, วิรวัลย์ ไพบุลย์จิตต์อารี, นิสากร เลิศพัชรานนท์, นักวิจัย; และศิริภรณ์ รูปเทียน, เลขานุการและผู้ประสานงาน). กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา.

สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน). (2562). มาตรฐานโรงพยาบาลและบริการสุขภาพ ฉบับที่ 5. กรุงเทพมหานคร: สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน).

สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล. (2564). เครื่องมือการรับรองคุณภาพชั้นมาตรฐาน HA FM-ACD-051-01. สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน)

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2564). คู่มือมาตรฐานระบบบริการสุขภาพ. กระทรวงสาธารณสุข

วิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์. (2551). มาตรฐานการป้องกันอัคคีภัย พิมพ์ปรับปรุง ครั้งที่ 1 เดือน กันยายน 2551 (EIT Standard 3002-51). กรุงเทพมหานคร

กระทรวงสาธารณสุข. (2541). พระราชบัญญัติสถานพยาบาล พ.ศ. 2541 และที่แก้ไขเพิ่มเติม

กระทรวงสาธารณสุข. (2545). กฎกระทรวงว่าด้วยการดำเนินการสถานพยาบาล พ.ศ. 2545

กระทรวงสาธารณสุข. (2545). กฎกระทรวงว่าด้วยการจัดให้มีและรายงานหลักฐานเกี่ยวกับผู้ประกอบการวิชาชีพในสถานพยาบาลและผู้ป่วย และเอกสารอื่นที่เกี่ยวกับการรักษาพยาบาล พ.ศ. 2545

กระทรวงสาธารณสุข. (2562). กฎกระทรวงกำหนดลักษณะของสถานพยาบาลและลักษณะการให้บริการของสถานพยาบาล (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2562

สถาบันรับรองคุณภาพสถานพยาบาล (องค์การมหาชน). (2021). ความปลอดภัยจากอัคคีภัย.

กระทรวงมหาดไทย. (2522). พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร กฎกระทรวงฉบับที่ 39 พ.ศ. 2537, กฎกระทรวงฉบับที่ 55 พ.ศ. 2543, กฎกระทรวงฉบับที่ 33 พ.ศ. 2535, กฎกระทรวงฉบับที่ 50 พ.ศ. 2540 (แก้ไขเพิ่มเติมฉบับที่ 33), กฎกระทรวงฉบับที่ 69 พ.ศ. 2564 เพิ่มเติมฉบับที่ 33, กฎกระทรวงการแก้ไขอาคารที่มีสภาพหรือมีการใช้ที่อาจเป็นภัยอันตรายต่อสุขภาพ ชีวิต ร่างกาย หรือทรัพย์สิน หรืออาจไม่

ปลอดภัยจากอัคคีภัย หรือก่อให้เกิดเหตุรำคาญ หรือกระทบกระเทือนต่อการรักษาคุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2563. สืบค้นจาก <https://www.dpt.go.th/th/spread-knowledge/>

กระทรวงมหาดไทย. (2564). กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการหรือทุพพลภาพ และคนชรา (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2564. ราชกิจจานุเบกษา, 138(16ก), 24.

สภากรุงเทพมหานคร. (2544). ข้อบัญญัติกรุงเทพมหานครเรื่องควบคุมอาคาร. สืบค้นจาก <https://bmc.go.th/common-local-law/>

กระทรวงมหาดไทย. (2555). เรื่อง การป้องกันและระงับอัคคีภัยในสถานประกอบการ. สืบค้นจาก <http://www.ratchakitcha.soc.go.th/DATA/PDF/2556/A/002/24.PDF>

National Fire Protection Association. (2018). NFPA 101: Life safety code. Quincy, MA

Singapore civil defence force. (2023). code of practice for fire precautions in buildings. singapore: singapore civil defence force.

หลักกฎหมายการป้องกันเหตุอาคารพังถล่มและปัญหาการบังคับทางอาญาแก่
ผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา

Legal Principles for Preventing Building Collapses and Issues Regarding Criminal
Enforcement for Professionals Engineering Controlled in Civil Engineering

อิทธิพล พลิชฐโยธิน¹ และ วรานนท์ คงสง²

¹คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, itti.pas@gmail.com

²คณะวิศวกรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง, Nick_char@hotmail.com

บทคัดย่อ

เหตุอาคารพังถล่มเป็นภัยพิบัติที่ส่งผลกระทบต่อทั้งชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน และความมั่นคงของสังคม อาคารพังถล่มอาจเกิดขึ้นได้จากหลายสาเหตุ เช่น การออกแบบที่ไม่ได้มาตรฐาน การก่อสร้างที่ไม่มีคุณภาพที่ดี หรือการบำรุงรักษาอาคารที่ไม่เพียงพอ ในบทความนี้ จะกล่าวถึงกฎหมายที่ควบคุมเหตุดังกล่าว โดยเฉพาะที่เกี่ยวข้องกับการขออนุญาต ก่อสร้าง รื้อถอนอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างและหน้าที่ความรับผิดชอบของวิศวกรโยธิตามหลักกฎหมาย เพื่อศึกษาถึงประสิทธิภาพในการป้องกันเหตุอาคารพังถล่มและการควบคุมการประกอบวิชาชีพของวิศวกรโยธา ตามหลักกฎหมายที่บังคับใช้อยู่ โดยศึกษามาตราที่เกี่ยวข้องในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 พระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ.2542 ประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 และกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง

การวิจัยฉบับนี้ มุ่งเน้นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) เริ่มจากการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) นำมาวิเคราะห์เชื่อมโยงกับแหล่งข้อมูลอื่น สังเคราะห์ข้อมูลดังกล่าวเพื่อให้เกิดเป็นองค์ความรู้ใหม่ ทำการศึกษา ค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับสภาพความเป็นจริงหรือลักษณะทั่ว ๆ ไปของงานที่วิจัย และจากคำพิพากษาศาลฎีกา ผลการศึกษาพบว่า การควบคุมการปฏิบัติวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมสาขาวิศวกรรมโยธา จะพึ่งพาเพียงมาตรฐานการออกแบบ และควบคุมการก่อสร้างไม่ได้ แต่ต้องอาศัยหลักกฎหมายที่ชัดเจน มีการบังคับใช้กฎหมายที่เคร่งครัด เพื่อควบคุมการปฏิบัติวิชาชีพในการออกแบบ ควบคุมการก่อสร้างให้มีประสิทธิภาพเพื่อลดเหตุอาคารพังถล่ม จากการวิจัยมีข้อเสนอให้แก่ไขตัวบทในประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 เพื่อให้มีความชัดเจนในองค์ประกอบของกฎหมาย รวมทั้งกฎกระทรวงที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้การบังคับใช้มีประสิทธิภาพเป็นการลดเหตุอาคารพังถล่ม

คำสำคัญ : อาคารพังถล่ม, วิศวกรโยธา, กฎหมาย

Abstract

The collapse of buildings as a disaster has severe impacts on life, health, property, and the stability of society. Building collapses can occur due to various causes, such as non-standard designs, poor-quality construction, or insufficient building maintenance. This article discusses the laws that govern these incidents, specifically those related to building construction and demolition permits, as well as the responsibilities of civil engineers according to legal principles. It aims to examine the effectiveness of preventing building collapses and controlling the practice of civil engineering based on the laws in force, by studying the relevant provisions in the Building Control Act B.E. 2522, the Engineering Act B.E. 2542, Section 227 of the Criminal Code, and the related ministerial regulations.

This research focuses on qualitative research, starting with document research and linking it with other sources of information. The data is synthesized to generate new knowledge. The study investigates the reality or general characteristics of the research topic and judicial decisions from the Supreme Court. The study finds that controlling the engineering profession, particularly in civil engineering, cannot rely solely on design standards and construction control but must also rely on clear laws and strict enforcement to regulate professional practice in design and construction to effectively reduce building collapses. The research suggests amendments to Section 227 of the Penal Code to clarify the legal components, as well as related ministerial regulations, to improve enforcement and reduce building collapses.

Keywords : The collapse of buildings, Civil Engineer, Law

บทนำ

การเกิดเหตุการณ์พังถล่มของอาคารหรือสิ่งก่อสร้างนั้น ในแต่ละครั้ง ล้วนแต่ทำให้เกิดความเสียหายแก่ ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน และจิตใจ รวมทั้งกระทบกับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยของประชาชนเป็นอย่างมาก ไม่ว่าจะการพังถล่มของอาคารนั้น จะเกิดขึ้นในขณะที่ทำการก่อสร้างหรือเมื่อก่อสร้างแล้วเสร็จหรือในขณะระหว่างอาคารเปิดใช้งาน รวมทั้งอาจเกิดการพังถล่มได้ แม้ในขณะที่ทำการรื้อถอน ดังปรากฏเหตุการณ์ในอดีต เช่น ¹เหตุการณ์พังถล่มของโรงแรมรอยัลพลาซ่า จังหวัดนครราชสีมา เมื่อวันที่ 13 สิงหาคม 2536 มีผู้เสียชีวิต 137 คน และบาดเจ็บอีก 227 คน ²เหตุการณ์ห้างสรรพสินค้านิวเวิลด์ บางลำพู พังถล่มขณะดำเนินการรื้อถอน เมื่อวันที่ 2 มิถุนายน 2547 มีผู้เสียชีวิต 1 คน และบาดเจ็บ 6 คน ³เหตุการณ์อาคารยูเพลสคอนโดมิเนียม ปทุมธานี พังถล่มลงมาระหว่างการก่อสร้างเมื่อวันที่ 11 สิงหาคม 2557 มีผู้เสียชีวิต 14 คน และบาดเจ็บอีก 25 คน การพังถล่มดังกล่าวข้างต้นสร้างความเสียหายให้แก่ ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน ของ

ประชาชนเป็นจำนวนมากเป็นการทำลายเศรษฐกิจ ทั้งยังทำให้ขาดความเชื่อมั่นในความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชนเป็นอย่างมาก จึงถือได้ว่าการพังถล่มของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างเป็นภัยพิบัติภัยที่เป็นอันตรายร้ายแรงกับประชาชน ด้วยเหตุดังกล่าวรัฐจึงได้ออกพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 เพื่อควบคุมการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง โดยมีหลักว่า บุคคลใดที่มีความประสงค์จะทำการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใด จะต้องยื่นคำขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นก่อนที่จะเริ่มดำเนินการก่อสร้างดังกล่าว ก็เพื่อเป็นการสร้างความเชื่อมั่นให้กับประชาชนว่าอาคารที่ได้รับอนุญาตให้ก่อสร้างแล้วนั้นจะไม่พังถล่มลงมา เพราะได้มีการคำนวณออกแบบและก่อสร้างตามหลักวิศวกรรมโดยมีวิศวกรโยธาเป็นผู้ออกแบบและวิศวกรโยธาเป็นผู้ควบคุมงานก่อสร้าง เพื่อให้การก่อสร้างอาคารเป็นไปตามหลักวิศวกรรมมีความปลอดภัย ทั้งในระหว่างการก่อสร้างและเมื่ออาคารก่อสร้างแล้วเสร็จ ดังนั้นสาเหตุสำคัญที่อาจทำให้อาคารหรือสิ่งก่อสร้างเกิดการวิบัติได้นั้นอาจมาจากวิศวกรโยธาหรืออาจจะมาจากผู้รับเหมาก่อสร้างอาคารโดยวิศวกรโยธาที่ทำหน้าที่ในการออกแบบหรือทำหน้าที่ในการควบคุมการก่อสร้างอาคารนั้น ต้องเป็นบุคคลที่ได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา จากสภาวิศวกร ตามพระราชบัญญัติสภาวิศวกร พ.ศ. 2542 ซึ่งได้วางหลักไว้ว่าบุคคลจะประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมได้นั้นจะต้องมีสัญชาติไทยและผ่านการทดสอบสามารถตามเกณฑ์ที่สภาวิศวกรกำหนด จึงจะได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา ซึ่งสภาวิศวกรมีหน้าที่ในการควบคุมการประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมของวิศวกร ซึ่งตามหลักกฎหมายของพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2542 กำหนดให้วิศวกรโยธาทำหน้าที่ อยู่ 2 ประการ ในการได้มาซึ่งอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างคือ 1.เป็นผู้ออกแบบโครงสร้างอาคารเพื่อกำหนดแบบรูปและขนาดหน้าตัดของโครงสร้างเพื่อให้มีความสามารถในการต้านทานแรงกระทำภายนอกได้และ 2.เพื่อควบคุมงานการก่อสร้าง โดยต้องควบคุมการก่อสร้างให้แบบรูปเป็นไปตามรูปแบบที่ผู้ออกแบบได้คำนวณออกแบบไว้ เพื่อให้อาคารหรือสิ่งปลูกอาคารนั้นๆ มีระบบโครงสร้างที่มีความมั่นคงแข็งแรง มีความปลอดภัยในการใช้งานได้ตามวัตถุประสงค์ของการก่อสร้าง ดังนั้นเมื่อมีเหตุการณ์พังถล่มของอาคารไม่ว่าจะเกิดขณะทำการก่อสร้างอาคารหรือรื้อถอนอาคารรวมทั้งการพังถล่มในระหว่างการใช้งานวิศวกรโยธาจึงมีส่วนเกี่ยวข้องในการพังถล่มของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นด้วย ดังนั้นในการป้องกันเหตุอาคารพังถล่มจึงต้องศึกษาหลักกฎหมายและการบังคับโทษกับผู้ที่เกี่ยวข้องที่ใช้บังคับอยู่ เพื่อแก้ไข ปรับปรุงกฎหมายให้มีความชัดเจนและมีอัตราโทษที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันเหตุและมีการกำหนดโทษที่เหมาะสมเมื่อมีการฝ่าฝืน

การทบทวนวรรณกรรม

เมื่อเกิดเหตุอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างพังถล่มจะก่อให้เกิดอันตรายแก่ประชาชนทั้ง ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สิน รวมทั้งเกิดผลกระทบทางจิตใจของประชาชนอย่างร้ายแรง ดังนั้นรัฐจำเป็นต้องมีการควบคุมการก่อสร้างอาคารเพื่อประกันความปลอดภัยแก่ประชาชนโดยวางหลักว่า เมื่อบุคคลใดต้องการจะก่อสร้าง รื้อถอน อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างจะต้องจัดทำแบบรูป รายการประกอบแบบก่อสร้างรวมทั้งรายการคำนวณและเอกสารอื่นๆ เพื่อยื่นขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่นตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 มาตรา 21 หรือมาตรา 22 ตามลำดับ และโดยหากประเภทของอาคารที่ยื่นขออนุญาตก่อสร้างเป็นอาคารอยู่ในประเภทอาคารควบคุม

ตามหลักกฎหมายของมาตรา 26 ผู้ขออนุญาตต้องจัดให้มีวิศวกรผู้ได้ใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม ลงนามเป็นผู้รับรองในแบบรูป และรายการคำนวณของอาคารที่จะขออนุญาต หากไม่มีผู้รับรองทางเจ้าพนักงานท้องถิ่นจะไม่รับพิจารณาคำขอ โดยมาตรา 26 วางหลักว่า“ในกรณีที่การก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน หรือเคลื่อนย้าย อาคารที่ขออนุญาตนั้น มีลักษณะหรืออยู่ในประเภทที่ได้กำหนดเป็นวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม ตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพวิศวกรรมหรือเป็นวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุม ตามกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพสถาปัตยกรรม ถ้าวิศวกรหรือสถาปนิกผู้รับผิดชอบในการนั้นตามที่ระบุไว้ในคำขอมิได้เป็นผู้ได้รับใบอนุญาตให้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมหรือวิชาชีพสถาปัตยกรรมควบคุมตามกฎหมายดังกล่าว แล้วแต่กรณี ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นปฏิเสธไม่รับพิจารณาคำขอนั้น เมื่อวิเคราะห์หลักกฎหมายทั้งสามมาตราข้างต้น พอจะสรุปได้ดังนี้ พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ต้องการที่จะคุ้มครองความปลอดภัย ที่อาจจะเกิดจากอาคาร และสิ่งก่อสร้างให้กับประชาชน โดยกำหนดให้ผู้ที่ต้องการจะก่อสร้างอาคารต้องยื่น เอกสารแบบรูป รายการประกอบแบบและรายการคำนวณของอาคารที่ลงนามรับรองโดยวิศวกรผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม เพื่อขออนุญาตต่อเจ้าพนักงานท้องถิ่น หากไม่มีการลงนามรับรองดังกล่าว ก็ไม่สามารถยื่นขออนุญาตก่อสร้างกับเจ้าพนักงานท้องถิ่นได้ ดังนั้นกฎหมายมุ่งให้วิศวกรเป็นผู้รับผิดชอบในความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างอาคารมิใช่เจ้าของอาคาร รวมทั้งยังวางหลักไว้ไม่ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจพิจารณา ส่วนของรายการคำนวณ ตามที่วางหลักไว้ในมาตรา 28 “ ในกรณีที่แบบแปลน รายการประกอบแบบแปลน และรายการคำนวณ ที่ได้ยื่นมาพร้อมกับคำขอรับใบอนุญาต กระทำโดยผู้ที่ได้รับใบอนุญาตให้เป็นผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมตามกฎหมายว่าด้วยวิศวกร ให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นตรวจพิจารณาแต่เฉพาะในส่วนที่ไม่เกี่ยวกับรายการคำนวณ” ซึ่งเป็นการยืนยันได้ว่าวิศวกรผู้ซึ่งลงนามรับรอง ในรายการคำนวณและแบบรูปเพียงผู้เดียวเท่านั้น ที่เป็นผู้รับผิดชอบในความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างอาคารซึ่งในการปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมโยธาเรียกว่า “วิศวกรผู้ออกแบบ”เมื่อได้รับใบอนุญาตก่อสร้างหรือรื้อถอนอาคารแล้ว ในมาตรา 29 ยังวางหลักว่ายังต้องการวิศวกรโยธารับผิดชอบในการควบคุมการก่อสร้างให้ตรงตามแบบรูปและรายการที่ได้รับอนุญาต โดยมาตรา 29 วางหลักว่า“เมื่อได้รับใบอนุญาตแล้ว ให้ผู้ได้รับใบอนุญาตมีหนังสือแจ้งชื่อผู้ควบคุมงานกับวันเริ่มต้นและวันสิ้นสุดการดำเนินการตามที่ได้รับอนุญาตให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นทราบ พร้อมทั้งแนบหนังสือแสดงความยินยอมของ ผู้ควบคุมงานมาด้วย ผู้ควบคุมงานจะเป็นบุคคลใดหรือเป็นเจ้าของอาคารก็ได้เว้นแต่จะเป็นการต้องห้ามตามกฎหมาย ว่าด้วยวิชาชีพวิศวกรรมหรือกฎหมายว่าด้วยวิชาชีพสถาปัตยกรรม ” เพื่อให้อาคารได้มีก่อสร้างหรือรื้อถอนเป็นไปตามหลักวิศวกรรม กฎหมายยังคงลงโทษกับวิศวกรผู้ควบคุมงาน หากมีการก่อสร้าง รื้อถอนผิดไปจากแบบรูปและรายการที่ได้รับอนุญาตโดยถือว่าเป็นการกระทำของวิศวกรผู้ควบคุมงาน โดยมาตรา 31 วางหลักว่า“ห้ามมิให้ผู้ใดจัดให้มีหรือดำเนินการก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน หรือเคลื่อนย้าย อาคารให้ผิดไปจากแผนผังบริเวณ แบบแปลน และรายการประกอบแบบแปลนที่ได้รับอนุญาต ตลอดจนวิธีการหรือเงื่อนไขที่เจ้าพนักงานท้องถิ่นกำหนดไว้ในใบอนุญาต หรือให้ผิดไปจากที่ได้แจ้งไว้ตามมาตรา 39 ทวิ เว้นแต่ (1) เจ้าของอาคารนั้นได้ยื่นคำขออนุญาตและได้รับใบอนุญาตจากเจ้าพนักงานท้องถิ่นให้ทำการแก้ไขเปลี่ยนแปลงได้ (2) เจ้าของอาคารนั้นได้แจ้งการแก้ไขเปลี่ยนแปลงให้เจ้าพนักงานท้องถิ่นทราบแล้ว หรือ (3) การดำเนินการดังกล่าวไม่ขัดต่อกฎกระทรวงหรือข้อบัญญัติท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องหรือเป็นกรณีตามที่กำหนดใน

กฎกระทรวง” วรรคสอง .ให้นำมาตรา 25 หรือ 39 ทวิ มาใช้บังคับแก่การดำเนินการตาม(1)หรือ(2) แล้วแต่กรณีโดยอนุโลม” วรรคท้าย”ในกรณีที่การก่อสร้าง ดัดแปลง รื้อถอน หรือเคลื่อนย้ายอาคารเป็นการฝ่าฝืนความในวรรคหนึ่งให้ถือว่าเป็นการกระทำของผู้ควบคุมงาน เว้นแต่ผู้ควบคุมงานจะพิสูจน์ได้ว่าเป็นการกระทำของผู้อื่นซึ่งผู้ควบคุมงานได้มีหนังสือแจ้งข้อทักท้วงการกระทำดังกล่าวให้เจ้าของ หรือผู้ครอบครองอาคาร และผู้ดำเนินการทราบแล้ว แต่บุคคลดังกล่าวไม่ยอมปฏิบัติตาม” จากหลักกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ที่กล่าวมาทั้งหมดข้างต้น ก่อให้วิศวกรโยธาผู้ออกแบบซึ่งมีหน้าที่รับรองความมั่นคงแข็งแรงของโครงสร้างอาคารในแบบรูปและรายการประกอบแบบที่ได้ลงนามเป็นผู้รับรองไว้ แต่มิได้กำหนดโทษแก่วิศวกรผู้ออกแบบไว้ในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 หากมีการคำนวณออกแบบหรือให้รายละเอียดในรายการประกอบแบบที่ผิดพลาดไปจากหลักทางวิศวกรรมจนทำให้อาคารพังถล่ม แต่มีบทลงโทษแก่วิศวกรผู้ควบคุมงานการก่อสร้างหากการควบคุมงานนั้นไม่ตรงตามแบบรูปและรายการที่ออกแบบไว้ โดยมีโทษจำคุกไม่เกินสามเดือนหรือปรับไม่เกินหกหมื่นบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ ตามมาตรา 65 วรรคหนึ่งและยังต้องระวางโทษปรับอีกวันละไม่เกินหนึ่งหมื่นบาทตลอดเวลาที่ยังฝ่าฝืนหรือจนกว่าจะได้ปฏิบัติให้ถูกต้องตามมาตรา 65 วรรคท้าย แต่ในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ได้วางหลักการลงโทษผู้มีวิชาชีพในการออกแบบ ควบคุมหรือทำการก่อสร้าง ซ่อมแซมหรือรื้อถอน อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำการนั้นๆ โดยประการที่น่าจะเกิดอันตรายบุคคลอื่น มีโทษจำคุกไม่เกิน 5 ปีปรับไม่เกิน 100,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ แต่พบว่าในประมวลกฎหมายอาญามีได้บัญญัตินิยามความหมายของคำว่า”ผู้มีวิชาชีพ”และ”หลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำ”ว่ามีความหมายอย่างไร จึงทำให้ผู้ใช้กฎหมายต้องสร้างขึ้นมาใช้เองอีกทั้งฐานความผิดในมาตรานี้ยังเป็นผิดที่ยังไม่ต้องการผลของการกระทำที่อาคารต้องพังถล่มจนเป็นอันตรายแก่ผู้อื่น แต่เพียงแค่ใช้การคาดเดาว่าน่าจะเกิดก็ทำให้ครบองค์ประกอบความผิดของกฎหมายมาตรานี้แล้ว ซึ่งการคาดเดาว่าอาคารน่าจะพังถล่มนั้น ต้องใช้หลักการทางวิศวกรรมโยธามาอธิบายพฤติกรรมของโครงสร้างอาคาร จะเห็นได้ว่า กฎหมายอาญามาตรานี้มีความไม่แจ่มชัดอยู่ 3 ประการดังแสดงข้างต้น ดังนั้นจึงเป็นตัวแปรหลักที่ต้องทำตามศีกษาวิจัยเพราะความไม่แจ่มชัดในหลักกฎหมายมาตรานี้ทำให้ผู้ที่ถูกลงโทษไม่อาจยอมรับ ทำให้เกิดการโต้แย้งกันในหลายวาระ ซึ่งจะได้ศึกษาวิเคราะห์หลักการใช้อกฎหมายซึ่งเป็นผลของมาตรานี้อันเป็นตัวแปรตาม จากคำพิพากษาของศาลฎีกา เพราะในการป้องกันพิบัติภัยจากอาคารถล่มมีอาจอาศัยเพียงแค่มาตรการการบังคับทางวิชาชีพตามพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ 2542 เพียงเท่านั้น จำต้องมีมาตรการทางอาญาที่ชัดเจนในองค์ประกอบความผิดของกฎหมายและมีอัตราโทษที่เหมาะสมหากมีการประกอบวิชาชีพที่ผิดพลาดจนเป็นเหตุให้ผู้อื่นได้รับอันตราย ซึ่งการควบคุมการประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลทางตรงในการป้องกันพิบัติภัยจากเหตุอาคารพังถล่ม ซึ่งในการวิจัยนี้ จะได้ศึกษาวิเคราะห์หลักกฎหมายอาญามาตรา 227 คำพิพากษาศาลฎีกาและหลักปฏิบัติทางวิศวกรรมโยธารวมทั้งข้อเท็จจริงทั่วไปในการประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมสาขาวิศวกรรมโยธา เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมหลักกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมป้องกันการพังถล่มของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง

ระเบียบวิธีวิจัย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย สมมติฐานของการวิจัย ขอบเขตการศึกษาวิจัย วิธีดำเนินการวิจัย มีดังนี้

3.1 วัตถุประสงค์ของการวิจัย การศึกษาวิจัยนี้ได้กำหนดวัตถุประสงค์ไว้ 4 ประการ คือ

3.1.1) เพื่อศึกษาหลักกฎหมายที่ใช้ควบคุมและป้องกันเหตุอาคารพังถล่มของประเทศไทย

3.1.2) เพื่อศึกษาหลักกฎหมายมาตรา 227 ประมวลกฎหมายอาญาที่ใช้ลงโทษแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพ

3.1.3) เพื่อวิเคราะห์ปัญหาและอุปสรรคการตีความหลักกฎหมายมาตรา 227 ประมวลกฎหมายอาญา

3.1.4) เพื่อเสนอแนวทางการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายให้มีความชัดเจนในการตีความหลักกฎหมาย

ในฐานความผิดของผู้มีวิชาชีพและมีอัตราโทษที่เหมาะสม

3.2 สมมติฐานของการวิจัย ในการป้องกันพิบัติภัยจากเหตุอาคารพังถล่มของประเทศไทยนั้น ใช้ระบบการขออนุญาตก่อสร้างอาคาร ซึ่งบัญญัติไว้ในมาตรา 21 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 โดยพระราชบัญญัตินี้ยังวางหลักเกี่ยวกับขั้นตอนการขออนุญาต การรับรองแบบแปลนการก่อสร้างและรายการประกอบแบบโดยผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมและยังกำหนดให้มีการควบคุมการก่อสร้างโดยผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรม ตามมาตรา 29 ทั้งนี้เพื่อให้อาคารมีความมั่นคงแข็งแรงและปลอดภัยไม่อาจเป็นอันตรายแก่ผู้ใดได้ แต่ทั้งในอดีตและปัจจุบันก็ยังพบว่ามีเหตุการณ์ที่อาคารพังถล่มทั้งในระหว่างการก่อสร้างหรือแม้แต่เมื่อก่อสร้างเสร็จแล้วยังคงมีการพังถล่มจนเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สิน แก่ประชาชน ดังนั้นจึงจำเป็นต้องศึกษาเพื่อหาหลักและวิธีการทางกฎหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการป้องกันเหตุ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในส่วนที่เกี่ยวกับผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมโยธาซึ่งเป็นทั้งผู้ออกแบบและผู้ควบคุมการก่อสร้างซึ่งจะเป็นส่วนที่สำคัญสำหรับการป้องกันเหตุอาคารพังถล่ม ดังนั้นกฎหมายจึงต้องมีความชัดเจนในองค์ประกอบความผิดและอัตราโทษที่เหมาะสม จึงจะสามารถป้องกันเหตุอาคารพังถล่มได้ตามวัตถุประสงค์

3.3 ขอบเขตการศึกษาวิจัย งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาแนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับความผิดทางอาญาที่เกี่ยวข้องกับการประกอบวิชาชีพที่ผิดพลาดของผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ. 2542 โดยศึกษาหลักกฎหมายที่ใช้ในการควบคุมป้องกันการเหตุอาคารพังถล่มและการลงโทษทางอาญาแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา จากคำพิพากษาศาลฎีกาและศึกษาแนวคิดในการกำหนดโทษทางอาญาในประเทศไทย รวมทั้งหาแนวทางหรือมาตรการอื่นที่นำมาบังคับเพื่อทดแทนโทษทางอาญาที่มีอยู่ในปัจจุบัน

3.4 วิธีดำเนินการวิจัย การศึกษาวิจัยในการวิเคราะห์หลักกฎหมายที่ลงโทษทางอาญาแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมกรณีการปฏิบัติวิชาชีพที่เป็นอันตรายแก่บุคคลอื่น โดยศึกษาวิจัยจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่ ตำบัทกฎหมาย หนังสือ หนังสือกฎหมาย วารสารทางวิชาการ บทความวิจัย คำพิพากษาศาลฎีกา และข้อมูลทางอินเทอร์เน็ตที่เกี่ยวข้องกับการลงโทษแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธาเพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ว่าสมควรแก้ไขหลักกฎหมายเพื่อแก้ไขปัญหาเหตุอาคารพังถล่มและการลงโทษทางอาญาแก่ผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา

ผลการวิจัย

จากหลักกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ที่ต้องการคุ้มครองพิบัติภัยและอันตรายที่อาจเกิดจากอาคารพังถล่มให้กับประชาชน โดยการมอบหน้าที่การออกแบบโครงสร้างของอาคารให้กับวิศวกรผู้ออกแบบและการควบคุมการก่อสร้างให้ตรงตามแบบรูปและรายการประกอบแบบให้กับวิศวกรผู้ควบคุมงาน โดยที่ มิได้วางหลักความรับผิดชอบแก่วิศวกรผู้ออกแบบ หากมีการคำนวณออกแบบที่ผิดพลาดจนเป็นเหตุให้อาคารพังถล่ม คงมีแต่การลงโทษแก่วิศวกรผู้ควบคุมงานที่ควบคุมการก่อสร้างไม่ตรงตามแบบรูปและรายการประกอบแบบที่ผู้ออกแบบได้ให้รายละเอียดไว้ตามหลักกฎหมายมาตรา 65 ก็ตาม แต่ในประมวลกฎหมายอาญาได้บัญญัติลงโทษแก่ผู้มีวิชาชีพไว้แม้ว่าอาคารจะยังไม่พังถล่มอันเป็นเหตุให้บุคคลอื่นได้รับอันตรายแก่ชีวิต ร่างกายของผู้อื่นก็ตาม ก็ถือว่าเป็นความผิดสำเร็จแล้ว เมื่อพิจารณาประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 ซึ่งวางหลักไว้ว่า “ผู้ใดเป็นผู้มีวิชาชีพในการออกแบบ ควบคุม หรือทำการก่อสร้าง ซ่อมแซมหรือรื้อถอนอาคาร หรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ หรือวิธีการอันพึงกระทำการนั้นๆโดยประการที่น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น ต้องระวางโทษจำคุกไม่เกินห้าปี หรือปรับไม่เกินหนึ่งแสนบาท หรือทั้งจำทั้งปรับ” โดยในมาตรา 227 มีประเด็นเกี่ยวกับองค์ประกอบความผิดตามหลักกฎหมายที่บัญญัติไว้ไม่แจ้งชัดอยู่ 3 ประเด็นที่ศึกษาคือ 1.ผู้ใดมีวิชาชีพ ออกแบบ ควบคุมการก่อสร้าง ทำการก่อสร้างอาคาร 2.ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำการนั้นๆ 3.โดยประการที่น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น โดยมีผลการวิจัยดังต่อไปนี้

1.1 ผู้มีวิชาชีพตามกฎหมายมาตรานี้เป็นผู้ใดได้บ้าง? บุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคล สามารถเป็นผู้ประกอบวิชาชีพได้ไหม? ในพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 มาตรา 72 วางหลักเกี่ยวกับนิติบุคคล โดยมีการกำหนดโทษสำหรับนิติบุคคลไว้ว่า “กรณีที่นิติบุคคลกระทำความผิดตามพระราชบัญญัตินี้ ให้ถือว่ากรรมการหรือผู้จัดการทุกคนของนิติบุคคลนั้นเป็นผู้ร่วมกระทำผิดกับนิติบุคคลนั้น เว้นแต่จะพิสูจน์ได้ว่าการกระทำของนิติบุคคลนั้น ได้กระทำโดยตนมิได้รู้เห็นหรือยินยอมด้วย” และในพระราชบัญญัติวิศวกร 2542 มาตรา 74 ก็วางหลักเกี่ยวกับโทษของนิติบุคคลไว้เช่นกันว่า “ในกรณีที่ผู้กระทำความผิดเป็นนิติบุคคล ถ้าการกระทำความผิดของนิติบุคคลนั้นเกิดจากการสั่งการ หรือการกระทำของกรรมการหรือผู้จัดการหรือบุคคลใดซึ่งรับผิดชอบในการดำเนินงานของนิติบุคคลนั้น หรือในกรณีที่บุคคลดังกล่าวมีหน้าที่ต้องสั่งการหรือทำการและละเว้นไม่สั่งการหรือไม่ทำการจนเป็นเหตุให้นิติบุคคลนั้นกระทำความผิด ผู้นั้นต้องรับโทษตามที่บัญญัติไว้สำหรับความผิดนั้น และสำหรับนิติบุคคลต้องระวางโทษปรับไม่เกินสิบเท่าของอัตราโทษปรับ สำหรับความผิดนั้นด้วย” เมื่อพิจารณามาตรา 46 ซึ่งวางหลักเกี่ยวกับระดับของผู้ประกอบวิชาชีพไว้ว่า “ผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมแต่ละสาขามี 4 ระดับ คือ (1) วิศวกร (2) สามัญวิศวกร (3) ภาควิศวกร (4) ภาควิศวกรพิเศษ” และในมาตรา 49 ซึ่งวางหลักเกี่ยวกับคุณสมบัติของผู้ขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมไว้โดยวางหลักว่า “(1) ผู้ขอรับใบอนุญาตต้องมีคุณสมบัติและไม่มีลักษณะต้องห้ามตามที่กำหนดในข้อบังคับสภาวิศวกร (2) ผู้ขอรับใบอนุญาตที่เป็นบุคคลธรรมดาต้องเป็นสมาชิกสามัญหรือสมาชิกวิสามัญของสภาวิศวกร และขาดจากสมาชิกภาพเมื่อใดให้ใบอนุญาตของผู้นั้นสิ้นสุดลงและ (3) ผู้ขอรับใบอนุญาตที่เป็นนิติบุคคล ไม่ว่าจะ เป็นนิติบุคคลซึ่งมีทุนเป็นของคนต่างด้าว จำนวนเท่าใด นิติบุคคลนั้นอย่างน้อยต้องมีคุณสมบัติ

ดังต่อไปนี้ (3.1) มีสำนักงานใหญ่ตั้งอยู่ในราชอาณาจักร (3.2) ผู้เป็นหุ้นส่วนของห้างหุ้นส่วน กรรมการของ บริษัท หรือสมาชิกในคณะผู้บริหารของนิติบุคคลจำนวนไม่น้อยกว่ากึ่งหนึ่ง หรือหุ้นส่วนผู้จัดการของห้างหุ้นส่วน กรรมการ ผู้จัดการของบริษัท หรือผู้มีอำนาจบริหารแต่ผู้เดียวของนิติบุคคลเป็นผู้ซึ่งได้รับใบอนุญาตตามพระราชบัญญัตินี้ “เมื่อพิจารณาหลักกฎหมายทั้ง 4 มาตราข้างต้นพอสรุปได้ว่าผู้มีวิชาชีพตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 สำหรับผู้มีวิชาชีพในการออกแบบและการควบคุมการก่อสร้างมิได้เฉพาะบุคคลธรรมดาเท่านั้นเพราะไม่มีกฎหมายมาตราใดวางหลักเกี่ยวกับระดับของนิติบุคคลผู้ขอรับใบอนุญาต ซึ่งในแต่ละประเภทงานตามข้อบังคับสภาวิศวกรว่าด้วยหลักเกณฑ์และคุณสมบัติของผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม แต่ละระดับสาขาวิศวกรรมโยธา พ.ศ.2566 ได้กำหนดความสามารถในการให้บริการได้ในแต่ละระดับไว้ด้วย เมื่อไม่มีการกำหนดระดับไว้นิติบุคคลจึงไม่สามารถให้บริการในการออกแบบและการควบคุมการก่อสร้างได้ ในส่วนวิชาชีพในการก่อสร้างนั้นบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลที่ขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมกับสภาวิศวกรและได้รับใบอนุญาตแล้วจะเป็นผู้มีวิชาชีพตามหลักกฎหมาย นอกจากเป็นผู้มีวิชาชีพจากการขึ้นทะเบียนแล้ว หากยึดตามคำพิพากษาศาลฎีกา ผู้ที่ทำงานเป็นการฝึกฝนในการประกอบอาชีพอันเป็นปกติธรรมดาถือว่าเป็น ผู้มีวิชาชีพ ดังคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 10821/2551 “ศาลฎีกาวินิจฉัยว่า ในชั้นนี้กรณีปัญหาข้อกฎหมายที่จะต้องวินิจฉัยตามฎีกาของจำเลยที่ 3 เพียงประการเดียวว่า จำเลยที่ 3 เป็นผู้มีวิชาชีพในการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ ตามความหมายของ ประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 หรือไม่ ประมวลกฎหมายอาญาไม่ได้ให้คำนิยามของคำว่า ”ผู้มีวิชาชีพ ”ไว้จึงต้องถือตามความหมายที่ยอมรับกันโดยทั่วไปซึ่งตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ.2525 ให้ความหมายของคำว่า ”วิชาชีพ ”หมายถึงอาชีพที่ต้องอาศัยวิชาความรู้ความชำนาญ ส่วนพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2542 ให้ความหมายของคำว่า ”วิชาชีพ ”หมายถึงวิชาที่จะนำไปใช้ในการประกอบอาชีพ เช่น วิชาแพทย์ วิชาช่างไม้ วิชาช่างยนต์ และคำว่า ”วิชา ”พจนานุกรมทั้งสองฉบับให้ความหมายว่าความรู้ ความรู้ที่ได้ด้วยการเล่าเรียนหรือฝึกฝน ดังนั้น คำว่า ”ผู้มีวิชาชีพ ”จึงหมายถึงผู้มีอาชีพที่ต้องอาศัยวิชาความรู้ความชำนาญหรือผู้ที่มีความรู้ซึ่งอาจได้จากการเล่าเรียนโดยตรงหรือจากการทำงานอันเป็นการฝึกฝนในการประกอบอาชีพเป็นปกติธรรมดาได้ผู้มีวิชาชีพ ในการก่อสร้างตามความหมายของมาตรานี้ จึงหาได้จำกัดเฉพาะผู้ที่ได้เล่าเรียนมาโดยตรงเพื่อเป็นสถาปนิก วิศวกร หรือโพรแมนดังที่จำเลยที่ 3 ฎีกาไม่ เมื่อข้อเท็จจริงได้ความว่า บริษัทจำเลยที่ 1 มีกรรมการเพียงคนเดียวคือจำเลยที่ 3 ในการรับเหมาก่อสร้างบ้านให้แก่โจทก์ทั้งสองนั้น จำเลยที่ 3 เป็นผู้ทำการแทนจำเลยที่ 1 ตลอดมา ตั้งแต่ก่อนการทำสัญญารับเหมาก่อสร้างและรับผิดชอบการก่อสร้างในฐานะเป็นเจ้าของกิจการบริษัท จำเลยที่ 1 ทั้งเป็นผู้กระทำการแก้ไขแบบแปลนการก่อสร้างเพื่อให้การก่อสร้างเสียค่าใช้จ่ายน้อยลง ดังนี้แม้ จำเลยที่ 3 จะไม่ได้จบการศึกษาทางด้านก่อสร้างอาคารก็ถือได้ว่าจำเลยที่ 3 มีความรู้ความชำนาญและใช้ความรู้ด้านการก่อสร้างในการประกอบอาชีพเป็นปกติธรรมดา จำเลยที่ 3 จึงเป็นผู้มีวิชาชีพ ในการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ ตามความหมายของประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ดังที่ศาลล่างทั้งสองวินิจฉัยฎีกาของจำเลยที่ 3 ฟังไม่ขึ้น” หากยึดหลักตามคำพิพากษาศาลฎีกานี้ ไม่ว่าบุคคลธรรมดาหรือนิติบุคคลจะขึ้นทะเบียนเพื่อขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพตามมาตรา 46 พระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ. 2542 หรือไม่ หากเป็นผู้ที่ฝึกฝนทำงานประกอบอาชีพอันเป็นปกติธรรมดา ก็ถือว่าเป็นผู้มีวิชาชีพ”ตามมาตรา 227 ประมวล

กฎหมายอาญา โดยในคำพิพากษานั้นนิติบุคคลก็อาจเป็นผู้วิชาชีพในการก่อสร้างได้แม้ว่าจะไม่ได้ขอขึ้นทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพื่อรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมประเภทนิติบุคคลกับสภาวิศวกรหรือไม่ เช่น มีปรากฏในคำพิพากษาศาลอาญาชั้นต้น(ศาลอาญามีนบุรี) คดีหมายเลขแดงที่ อ.3310/2567 ซึ่งในคดีนี้ โจทก์ที่ 1(บุคคลธรรมดา)และที่ 2(บุคคลธรรมดา) ยื่นฟ้อง จำเลยที่ 1(นิติบุคคล) ผู้มีวิชาชีพทำการก่อสร้าง และ ที่ 2(บุคคลธรรมดา) ผู้มีวิชาชีพในการควบคุม ในความผิดอาญาฐานผู้ประกอบวิชาชีพไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำ ศาลมีคำพิพากษาว่าจำเลยทั้งสองมีความผิดตามฟ้องใน มาตรา 227 ประกอบ มาตรา 83 ประมวลกฎหมายอาญา จำเลยที่ 1 ลงโทษปรับ 80,000 บาท จำเลยที่ 2 ลงโทษจำคุก 2 ปีทางนำสืบของจำเลยทั้งสอง เป็นประโยชน์ แก่การพิจารณาอยู่บ้าง มีเหตุบรรเทาโทษเห็นสมควรลดโทษให้ตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 78 คนละหนึ่งในสี่ จำเลยที่ 1 คงปรับ 60,000 บาทจำเลยที่ 2 จำคุก 1 ปี 6 เดือน หากจำเลยที่ 1 ชำระค่าปรับให้จัดการตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 29”

1.2 การไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำ การ ซึ่งในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 มิได้บัญญัตินิยามคำว่า”หลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำ”ไว้เช่นกันว่าหลักเกณฑ์หรือวิธีการใดที่ผู้มีวิชาชีพฝ่าฝืนไม่ปฏิบัติตาม แล้วจะทำให้การกระทำนั้นครบองค์ประกอบของกฎหมายในข้อนี้ ดังนั้นการที่จะถือว่าการกระทำใดเป็นการไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำนั้น ศาลฎีกาจึงต้องอ้างอิงจากหลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานทางวิศวกรรม แต่หลักเกณฑ์ในการปฏิบัติงานทางวิศวกรรมนั้นมีอยู่จำนวนมากโดยมีหน่วยงานและองค์กรวิชาชีพทั้งภาครัฐและเอกชนทั้งในและต่างประเทศได้ออกมาตรฐานไว้หลายฉบับ ทั้งยังมีกฎกระทรวงที่ออกตามมาตรา 5 และมาตรา 8 พระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2552 เช่น กฎกระทรวงกำหนดฐานรากของอาคารและพื้นดินที่รองรับอาคาร พ.ศ. 2566 ที่กล่าวถึงข้อบังคับในการออกแบบฐานรากของอาคาร กฎกระทรวงกำหนดการออกแบบโครงสร้างอาคารและลักษณะและคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ในงานโครงสร้างอาคาร พ.ศ.2566 ที่กล่าวถึงข้อบังคับในการออกแบบโครงสร้างอาคารและกฎกระทรวงกำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้ออกแบบ ผู้ควบคุมงาน ผู้ดำเนินการ ผู้ครอบครองอาคาร และเจ้าของอาคาร พ.ศ.2561 ที่ระบุถึงหน้าที่ของบุคคลต่างๆที่เกี่ยวข้องกับอาคาร และมีมาตรฐานที่ออกโดยองค์กรด้านวิศวกรรมของทั้งภาครัฐและเอกชน ทั้งในและต่างประเทศก็ได้มีการออกมาตรฐานการปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมเป็นจำนวนมาก เช่น มาตรฐานของกรมโยธาธิการและผังเมือง (มยผ.) มาตรฐานของวิศวกรรมสถานแห่งประเทศไทยในพระบรมราชูปถัมภ์ (วสท.) มาตรฐานของกรมชลประทาน (ชป.) มาตรฐานของกรมทางหลวง (ทล.) มาตรฐานของกรมทางหลวงชนบท (ทช) มาตรฐานของสถาบันคอนกรีตอเมริกัน (ACI) มาตรฐานของสมาคมเจ้าหน้าที่ทางหลวงและการขนส่งแห่งรัฐอเมริกา(AASHTO) สถาบันมาตรฐานอังกฤษ(BSI) ฯลฯ ซึ่งในแต่ละมาตรฐานอาจจะมีความแตกต่างกันอยู่บ้าง ดังนั้นในองค์ประกอบของกฎหมายในข้อ”ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำ”ในมาตรานี้ ยังไม่มีความชัดเจนว่าจะยึดหลักเกณฑ์หรือมาตรฐานใดเป็นหลักในการวินิจฉัยเปรียบเทียบการกระทำว่าได้ปฏิบัติหรือไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือไม่ ทั้งยังไม่ปรากฏหลักกฎหมายจากคำพิพากษาศาลฎีกาด้วยเช่นกัน

1.3 น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น องค์ประกอบนี้เป็นผลจากการกระทำที่ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำของผู้มีวิชาชีพ ซึ่งการที่อาคารหรือสิ่งปลูกสร้าง จะเป็นเหตุให้เกิด

อันตรายแก่บุคคลอื่นนั้นจะเกิดขึ้นได้ก็ต่อเมื่ออาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นพังถล่มลงมา หากเป็นกรณีที่พังถล่มลงมา ก็ไม่ต้องใช้ข้อสันนิษฐานว่าจะพังถล่ม ซึ่งผู้มีวิชาชีพจะมีความผิดตามมาตรา 15335-15336/2555 วินิจฉัยว่า”ข้อเท็จจริงฟังยุติโดยไม่มีคู่ความฝ่ายใดฎีกาโต้แย้งว่า จำเลยที่ 1 ฎีกายอมรับว่า จำเลยที่ 1 ทำการออกแบบแปลนโดยไม่มีการทำรายละเอียดของรังกาน้ำกับหัวเสาและแบบพิมพ์เขียวไม่ได้แสดงรายละเอียดรอยต่อระหว่างคานกับหัวเสา แต่โต้แย้งว่า การก่อสร้างนี้ไม่ได้มีเฉพาะแบบแปลนและแบบพิมพ์เขียวเท่านั้น ยังมีรายการประกอบซึ่งเป็นส่วนหนึ่งของแบบแปลนอีกด้วย ข้อโต้แย้งของจำเลยที่ 1 ปรากฏว่าคณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพวิศวกรรม (กว.) มีความเห็นจำเลยที่ 1 ออกแบบอาคารโดยไม่มีการทำรายละเอียดของรังกาน้ำกับหัวเสาโดยในแบบพิมพ์เขียวไม่ได้แสดงรายละเอียดรอยต่อระหว่างคานกับหัวเสาซึ่งเป็นการออกแบบโดยไม่ได้กำหนดรายละเอียดของแบบแปลนให้ครบถ้วน ถึงแม้ว่าจะได้กำหนดไว้ในรายการประกอบแบบก่อสร้างอาคารศูนย์ไปรษณีย์เด่นชัยว่า ผู้รับเหมาก่อสร้างเป็นผู้ทำแบบโดยละเอียดสำหรับก่อสร้าง (SHOP DRAWING) ในส่วนที่ไม่ชัดเจนก็ตาม ยังถือว่าแบบแปลนที่จำเลยที่ 1 ออกแบบนั้นไม่สมบูรณ์เพียงพอที่จะนำไปใช้ในการก่อสร้างได้ จึงเป็นการประกอบวิชาชีพอย่างไม่ถูกต้องตามหลักปฏิบัติและวิชาการ มีมติให้พักใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมของจำเลยที่ 1 มีกำหนด 6 เดือน โดยไม่ปรากฏว่าจำเลยที่ 1 ได้ดำเนินการอุทธรณ์โต้แย้งมติของคณะกรรมการดังกล่าวแต่อย่างใด ประกอบกับศาลล่างทั้งสองได้วินิจฉัยปัญหาในข้อนี้โดยให้เหตุผลและรายละเอียดต่างๆไว้ชอบแล้ว ศาลฎีกาไม่วินิจฉัยซ้ำอีกดังนั้น การที่จำเลยที่ 1 ออกแบบอาคารศูนย์ไปรษณีย์เด่นชัย จังหวัดแพร่โดยไม่มีการทำรายละเอียดของรังกาน้ำกับหัวเสา และแบบพิมพ์เขียวไม่ได้แสดงรายละเอียดรอยต่อระหว่างคานกับหัวเสาถือได้ว่าจำเลยที่ 1 ซึ่งเป็นผู้มีวิชาชีพในการออกแบบอาคาร ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำการนั้นๆ โดยประการที่น่าจะเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่นอันเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ฎีกาของจำเลยที่ 1 ในข้อนี้จึงฟังไม่ขึ้น”ในส่วนจำเลยที่ 2 ซึ่งเป็นวิศวกรผู้ควบคุมงานนั้น ศาลฎีกา วินิจฉัยว่า”การกระทำของจำเลยที่ 2 เป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 หรือไม่ ในข้อนี้ เมื่อข้อเท็จจริงได้ความว่า จำเลยที่ 2 เป็นวิศวกรควบคุมงานก่อสร้างของห้างหุ้นส่วนจำกัดชาติเจริญศรีตามสัญญาจ้างซึ่งในสัญญาผู้รับจ้างมีหน้าที่ควบคุมงานก่อสร้างตลอดเวลาที่งานยังไม่แล้วเสร็จแสดงว่าผู้รับจ้างต้องควบคุมงานก่อสร้างทุกวัน จำเลยที่ 2 ในฐานะวิศวกรผู้ควบคุมงานของห้างดังกล่าวจึงมีหน้าที่ควบคุมงานก่อสร้างทุกวันแต่จำเลยที่ 2 กลับมอบหมายให้นายอรุณผลและนายสุชาติ ซึ่งไม่ใช่วิศวกรเป็นผู้ควบคุมงานก่อสร้างแทนโดยจำเลยที่ 2 ไปควบคุมการก่อสร้างเพียงเดือนละ 1 ครั้ง ดังที่ให้การยอมรับไว้แก่คณะกรรมการควบคุมการประกอบวิชาชีพวิศวกรรม(กว.) จึงเป็นเหตุให้จำเลยที่ 2 ไม่มีเวลาเพียงพอในการอ่านทำความเข้าใจแบบแปลนที่จำเลยที่ 1 ออกแบบไว้โดยไม่สมบูรณ์และจึงไม่ได้มีการปรึกษาหารือกับจำเลยที่ 1 ในส่วนของรังกาน้ำคานและหัวเสาที่ยังขาดรายละเอียด ซึ่งในฐานะวิศวกรเชื่อว่าจำเลยที่ 2 ย่อมสามารถรู้ได้ว่าจะขาดรายละเอียดอย่างไรเพื่อจัดการเพิ่มเติมรายละเอียดส่วนนั้นให้สมบูรณ์ปลอดภัยเมื่อก่อสร้าง ดังนั้นจึงถือได้ว่าจำเลยที่ 2 ย่อมเห็นผลของการไม่ไปควบคุมงานทุกวันได้ว่าย่อมเป็นเหตุให้เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่นได้และก็ได้เกิดเหตุขึ้นจริงๆ การกระทำของจำเลยที่ 2 ดังกล่าวจึงถือได้ว่าจำเลยที่ 2 ซึ่งเป็นผู้มีวิชาชีพในการควบคุมการก่อสร้างอาคาร ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำการนั้นๆ โดยประการที่น่าจะเป็นเหตุให้

เกิดอันตรายแก่บุคคลอื่น อันเป็นความผิดตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 แล้ว ที่ศาลอุทธรณ์ภาค 5 พิพากษามานั้นศาลฎีกาเห็นพ้องด้วย ฎีกาของจำเลยที่ 2 ในข้อนี้ฟังไม่ขึ้น”แต่หากว่าโครงสร้างของอาคารนั้นยังไม่พัง ฝ่ายจำเลยอาจจะมีข้อโต้แย้งได้ว่าโครงสร้างของอาคารนั้นอาจจะไม่พังหรือไม่มีโอกาสจะพังเลยก็ได้จากการศึกษาพบว่าในกระบวนการพิจารณาคดีของศาลในการวินิจฉัยองค์ประกอบของกฎหมายข้อนี้ ศาลจะฟังความเห็นของผู้เชี่ยวชาญประจำศาลมาประกอบการวินิจฉัย ดังนั้นหากผู้เชี่ยวชาญให้ความเห็นว่า”อาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นน่าจะพังถล่มลงมาจนน่าจะเป็นอันตรายแก่ผู้อื่นได้” ศาลจะวินิจฉัยองค์ประกอบของกฎหมายข้อนี้เป็นไปตามความเห็นของผู้เชี่ยวชาญประจำศาล เพราะองค์ประกอบในข้อนี้ใช้เพียงข้อสันนิษฐานว่าผลของการกระทำน่าจะเกิดขึ้นตามข้อสันนิษฐานก็เพียงพอแล้ว ไม่ต้องรอให้ผลเกิดขึ้นก็ถือว่าความผิดสำเร็จแล้ว แต่ในหลักทางวิศวกรรม การคาดการณ์ว่าโครงสร้างของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างใดๆ จะพังถล่มลงมาได้นั้น ต้องมีการทดสอบตามหลักวิศวกรรมจึงจะอธิบายพฤติกรรมของโครงสร้างในสภาวะต่างๆ ได้ว่ามีโอกาสจะพังถล่มลงมาหรือไม่ ได้อย่างถูกต้องแต่ถ้าใช้สมมุติฐานการคำนวณทางคณิตศาสตร์ขั้นสูงในการอธิบายพฤติกรรมโครงสร้างก็พอที่จะอธิบายพฤติกรรมของโครงสร้างในสภาวะต่างๆ ได้เช่นกัน แม้อาจจะให้ผลไม่ตรงกับพฤติกรรมของโครงสร้างที่ได้จากการทดสอบทั้งหมด แต่ยังคงมีความน่าเชื่อถือในผลจากการคำนวณ ซึ่งในการวินิจฉัยองค์ประกอบข้อนี้ยังคงมีข้อโต้แย้งกันอยู่และยังไม่ปรากฏหลักกฎหมายที่เกิดจากคำพิพากษาศาลฎีกาในองค์ประกอบของกฎหมายส่วนนี้

สรุปผลการวิจัย

การใช้มาตรการทางกฎหมายเพื่อป้องกันภัยอันตรายจากการพังถล่มของอาคารซึ่งเป็นภัยที่ร้ายแรงก่อให้เกิดความเสียหายแก่ ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สินให้แก่ประชาชนและกระทบต่อความเชื่อมั่นในความปลอดภัยสาธารณะรวมทั้งกระทบต่อระบบเศรษฐกิจอย่างร้ายแรงนั้น วิชาชีพที่เป็นเป้าหมายในการสร้างความปลอดภัยตามหลักกฎหมายพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ.2542 นั้น คือวิชาชีพวิศวกรรมโยธา โดยกฎหมายวางหลักให้ผู้ที่ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมโยธาได้นั้นจะต้องมีคุณสมบัติและได้รับอนุญาตใบประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมสาขาโยธาเป็นไปตามหลักเกณฑ์ของสภาวิศวกรจึงจะสามารถเป็นผู้ออกแบบและเป็นผู้ควบคุมงานได้ตามพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 และหากวิศวกรโยธาปฏิบัติวิชาชีพผิดพลาด โดยไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์ทางวิศวกรรมจนทำให้โครงสร้างของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างน่าจะเป็นอันตรายแก่บุคคลอื่นจะมีความผิดตามประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 ซึ่งกฎหมายมาตรานี้เป็นมาตราที่ใช้ในการควบคุมการประกอบวิชาชีพของวิศวกรโยธา แม้ว่าได้มีการบังคับใช้กฎหมายมาตรานี้มาตั้งแต่ พุทธศักราช 2499 แต่ยังคงพบปัญหาในการบังคับใช้ทั้งในแง่ของการตีความเกี่ยวกับองค์ประกอบของกฎหมายและประสิทธิภาพในการป้องกันภัยอันตรายที่เกิดขึ้นจากอาคารและสิ่งปลูกสร้างดังจะเห็นได้ว่าการพังถล่มของอาคารและสิ่งปลูกสร้างทั้งในระหว่างการก่อสร้างและในระหว่างการใช้งานที่สร้างความเสียหายให้กับ ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สินแก่ประชาชนเป็นจำนวนมากในหลายเหตุการณ์ จากการศึกษาขององค์ประกอบของกฎหมายในมาตรานี้พบว่ามีความไม่แจ่มชัดในองค์ประกอบของกฎหมายอยู่ 3 ส่วน

คือในส่วนของผู้มีวิชาชีพ ในส่วนของหลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำและในส่วนที่น่าจะเกิดอันตรายร้ายแก่บุคคลอื่น ซึ่งสรุปได้ดังนี้

2.1 ในส่วน”ผู้มีวิชาชีพ”เนื่องจากประมวลกฎหมายอาญามีได้บัญญัติความหมายของคำว่า”ผู้มีวิชาชีพ”ไว้จึงมีประเด็นว่าผู้ใดบ้างที่เป็นผู้มีวิชาชีพตามองค์ประกอบของกฎหมายมาตรานี้ ซึ่งตามหลักกฎหมายของพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ. 2522 และพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ.2542 ผู้ที่มีใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุม สาขาวิศวกรรมโยธา เท่านั้น ถึงจะเป็นผู้มีวิชาชีพในการออกแบบและการควบคุม การก่อสร้าง ส่วนนิติบุคคล แม้ว่าจะขึ้นทะเบียนเป็นนิติบุคคลผู้ประกอบการวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมกับสภาวิศวกรก็อาจจะเป็นผู้มีวิชาชีพ ในการออกแบบและการควบคุมการก่อสร้างได้แต่หลักกฎหมายที่เกิดจากคำพิพากษาศาลฎีกานั้น ผู้มีวิชาชีพคือบุคคลใดๆ ที่มีความรู้ซึ่งมาจากการทำงานอันเป็นการฝึกฝนจากการประกอบอาชีพเป็นปกติธุระ แต่ในข้อเท็จจริงการที่เป็นผู้มีวิชาชีพการออกแบบและการควบคุมการก่อสร้างได้นั้นจำเป็นต้องมีความรู้ทางด้านวิศวกรรมที่ดีและมีความรู้ทางคณิตศาสตร์ชั้นสูงจึงจะสามารถพัฒนาความรู้จากการปฏิบัติเป็นปกติธุระได้ การที่ไม่มีความรู้ทางด้านวิศวกรรมและความรู้ทางคณิตศาสตร์ชั้นสูงแม้ว่าจะทำซ้ำๆ อยู่ประจำก็อาจจะเกิดความรู้ทางด้านวิศวกรรมและความรู้ทางคณิตศาสตร์ชั้นสูงขึ้นมาได้ ดังนั้นผู้ที่มีได้เล่าเรียนมาจากหลักสูตรที่สภาวิศวกรรับรองยากที่จะสามารถมีความรู้ที่จะเป็นผู้มีวิชาชีพได้ตามความหมายของมาตรานี้ ส่วนผู้มีวิชาชีพก่อสร้างนั้น ในส่วนของหลักกฎหมายและในส่วนข้อเท็จจริงบุคคลธรรมดาและนิติบุคคลสามารถเป็นผู้มีวิชาชีพได้และนิติบุคคลก็อาจเป็นผู้มีวิชาชีพในการก่อสร้างได้แม้ว่าจะไม่ได้ขอขึ้นทะเบียนเป็นนิติบุคคลเพื่อขอรับใบอนุญาตประกอบวิชาชีพวิศวกรรมควบคุมประเภทนิติบุคคลกับสภาวิศวกร ดังคำพิพากษาของศาลอาญามีนบุรี ดังนั้นรัฐจึงควรมีมาตรการทางกฎหมายให้ผู้รับเหมาก่อสร้างจดทะเบียนเป็นนิติบุคคลและขึ้นทะเบียนเป็นผู้ประกอบวิชาชีพวิศวกรรมกับสภาวิศวกรเพื่อเป็นการตรวจสอบความพร้อมในการให้บริการตามหลักวิศวกรรมเพื่อเป็นการรับประกันถึงความสามารถให้บริการทางวิชาชีพวิศวกรรม

2.2 ในส่วน”ไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำนั้น” ซึ่งในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 มิได้บัญญัติเกี่ยวกับหลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำไว้ รวมทั้งพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 และพระราชบัญญัติวิศวกร พ.ศ.2542 ก็มีได้บัญญัติไว้เช่นเดียวกัน คงมีแต่กฎกระทรวงที่ออกตามความใน มาตรา 5 และมาตรา 8 ของพระราชบัญญัติควบคุมอาคาร พ.ศ.2522 ไว้เพื่อเป็นข้อบังคับในการออกแบบคำนวณ เช่น กฎกระทรวง กำหนดฐานรากของอาคาร และพื้นดินที่รองรับอาคาร พ.ศ. 2566 กฎกระทรวงกำหนดการออกแบบโครงสร้างอาคารและลักษณะและคุณสมบัติของวัสดุที่ใช้ในงานโครงสร้างอาคาร พ.ศ.2566 และกฎกระทรวงที่ระบุถึง หน้าที่ของบุคคลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกัอาคารใน กฎกระทรวง กำหนดหน้าที่และความรับผิดชอบของ ผู้ออกแบบ ผู้ควบคุมงาน ผู้ดำเนินการ ผู้ครอบครองอาคาร และเจ้าของอาคาร พ.ศ.2561 นอกจากกฎกระทรวงแล้ว ในหน่วยงานของรัฐ เช่น กรมโยธาธิการและผังเมือง กรมทางหลวง กรมทางหลวงชนบท กรมชลประทาน รวมทั้งหน่วยงานในต่างประเทศ ก็มีการออกมาตรฐานในการปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมเช่นเดียวกัน ดังนั้นจึงทำให้มีมาตรฐานที่ใช้อ้างอิงในการปฏิบัติงานด้านวิศวกรรมโยธาอยู่มากมาย จึงมีปัญหว่าในการตีความขององค์ประกอบกฎหมายมาตรานี้ว่าจะใช้หลักเกณฑ์หรือมาตรฐานใดซึ่งในแต่ละมาตรฐานอาจจะมีความเหมือนและแตกต่างกันในบางส่วน เพราะในหลักของ

กฎหมายอาญาต้องตีความโดยเคร่งครัด ซึ่งหากว่าผู้ออกแบบได้มีการอ้างถึงมาตรฐานไว้ในแบบรูปหรือรายการก็ไม่มีปัญหาในการพิจารณาองค์ประกอบกฎหมายมาตรานี้ แต่หากไม่ได้กล่าวอ้างไว้ในแบบรูปและรายการก็จะทำให้เกิดข้อโต้แย้งในการการวินิจฉัยในองค์ประกอบของกฎหมายในส่วนนี้และยังไม่ปรากฏหลักจากคำพิพากษาศาลฎีกาในองค์ประกอบส่วนนี้ด้วยเช่นกัน จึงยังไม่มีข้อสรุปใดๆว่าจะใช้หลักเกณฑ์หรือมาตรฐานใดเป็นหลักเกณฑ์ขององค์ประกอบของกฎหมายของมาตรานี้ในการวินิจฉัยว่าการกระทำนั้นๆได้ปฏิบัติถูกต้องหรือไม่

2.3 ในส่วน”น่าจะเป็นอันตรายแก่บุคคลอื่น”นั้นตามหลักกฎหมายไม่ต้องรอให้ผลเกิดเพียงแต่ใช้ข้อสันนิษฐานว่าน่าจะเป็นอันตรายแก่บุคคลประกอบของกฎหมายในส่วนนี้แล้ว ในกรณีที่โครงสร้างของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นพังลงมาจะทำให้ไม่มีข้อโต้แย้งในการวินิจฉัยองค์ประกอบของกฎหมายในข้อนี้ แต่จะมีปัญหาที่ทำให้เกิดข้อโต้แย้งและไม่ยอมรับกันอยู่เสมอกว่า การสันนิษฐานว่าโครงสร้างของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างนั้นจะพังถล่มลงมาจนทำให้เกิดอันตรายแก่ผู้อื่นนั้น มีความถูกต้องเพียงใด เพราะในทางปฏิบัติในกระบวนการพิจารณาองค์ประกอบของกฎหมายส่วนนี้ ใช้เพียงความเห็นของผู้เชี่ยวชาญประจำศาล ซึ่งตามหลักทางวิศวกรรมการอธิบายพฤติกรรมของโครงสร้างโดยที่ไม่มีการทดสอบหรือการคำนวณทางคณิตศาสตร์ใดๆ มาเป็นฐานในการอธิบายนั้น ถือว่าเป็นความเห็นที่ไม่น่าเชื่อถือและไม่อาจรับฟังได้แม้จะเป็นความเห็นของผู้เชี่ยวชาญ จึงยังมีการโต้เถียงกันอยู่มากในการวินิจฉัยองค์ประกอบ เพราะแม้ว่าผู้มิวิชาชีพจะไม่ปฏิบัติตามหลักเกณฑ์หรือวิธีการอันพึงกระทำแต่ไม่น่าจะเกิดไม่เกิดอันตรายแก่ผู้อื่น ผู้มิวิชาชีพก็ยังไม่มีความผิดตามมาตรานี้ จึงถือได้ว่าเป็นองค์ประกอบของกฎหมายที่สำคัญในการพิจารณาคดีตามฐานความผิดในมาตรานี้และยังไม่ปรากฏหลักจากคำพิพากษาศาลฎีกาในองค์ประกอบส่วนนี้ด้วยเช่นกัน

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากผลการวิจัยสรุปได้ว่าการป้องกันพิบัติภัยที่อาจเกิดจากเหตุอาคารพังถล่มนั้นสามารถป้องกันได้โดยใช้มาตรการทางกฎหมายในการป้องกันเหตุโดยการแก้ไขเพิ่มเติมกฎหมายที่เกี่ยวข้องในการควบคุมการก่อสร้างอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างที่บังคับให้อยู่ให้มีความแข็งแรงในตัวบ มีอัตราโทษที่เหมาะสมและมีการบังคับใช้อย่างเคร่งครัด โดยเฉพาะประมวลกฎหมายอาญามาตรา 227 ที่ใช้ในการลงโทษทางอาญาแก่ผู้ประกอบวิชาชีพ ซึ่งเป็นประเด็นหลักของการวิจัยนี้มีความไม่แข็งแรงในองค์ประกอบของกฎหมายในมาตรานี้อยู่ 3 ส่วนที่ได้กล่าวไว้ข้างต้น จึงมีข้อเสนอแนะที่ได้จากการวิจัยดังนี้ คือ

1. แก้ไขเพิ่มเติม องค์ประกอบความผิดในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ในส่วน” ผู้มิวิชาชีพ” ให้แจ้งชัดว่า ‘ผู้มิวิชาชีพ’ เป็นใครได้บ้าง
2. แก้ไขเพิ่มเติม องค์ประกอบความผิดในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ในส่วน”หลักเกณฑ์และวิธีการอันพึงกระทำนั้น” ให้แจ้งชัดว่า ‘หลักเกณฑ์’ อะไรและองค์กรใดเป็นผู้ออกหลักเกณฑ์
3. แก้ไขเพิ่มเติม องค์ประกอบความผิดในประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 227 ในส่วน”น่าจะเป็นอันตรายแก่บุคคลอื่น” ให้เป็น “เป็นอันตรายแก่ ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของบุคคลอื่น” โดยให้เป็น การกระทำที่ต้องการผลของการกระทำเกิดขึ้น ถึงจะครบองค์ประกอบของกฎหมายในส่วนนี้

4. แก้ไขเพิ่มเติม อัตราโทษให้เหมาะสมกับความมุ่งหมายของกฎหมายมาตรานี้เพราะมาตรา 227 มีการบังคับใช้มาตั้งแต่ พุทธศักราช 2499 แต่ก็ยังมีเหตุการณ์ฟังกลมของอาคารหรือสิ่งปลูกสร้างอยู่บ่อยครั้งโดยแต่ละครั้งได้สร้างความเสียหายให้กับ ชีวิต ร่างกาย ทรัพย์สินแก่ประชาชนอย่างมากทั้งยังกระทบกับความเชื่อมั่นในความปลอดภัยสาธารณะและเป็นการทำลายเศรษฐกิจทั้งทางตรงและทางอ้อม ทั้งที่ความปลอดภัยนี้สามารถสร้างได้จากการออกแบบ การควบคุมงานที่ถูกต้องตามหลักวิศวกรรมและการใช้ความระมัดระวังของผู้ประกอบวิชาชีพ

บรรณานุกรม

คณพล จันทน์หอม. (2563). หลักพื้นฐานกฎหมายอาญา เล่ม 1. กรุงเทพฯ: วิญญูชน.

ณัฐชยา พารุ่ง “หลักความสัมพันธ์ระหว่างการกระทำและผล : ศึกษาการปรับใช้หลักเหตุแทรกแซงจาก คำพิพากษาของศาล.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2563. เข้าถึงได้ที่ https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc :91092.

ทวิเกียรติ มีนะกนิษฐ. “ลักษณะแห่งการกระทำในกฎหมายอาญา.” *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 12, ฉ. 3 (2525) : 265-189. เข้าถึงได้ที่ <http://publications.law.tu.ac.th/upload/ magazine/2014-12-15-1418615483-41775.pdf>.

พลสิทธิ์ จิระสันติมน. “การกระทำและผลในกฎหมายอาญา : ศึกษาแนวคำพิพากษาของศาลฎีกาของไทย และต่างประเทศ.” วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2528. เข้าถึง ได้ที่ http://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2015/TU_2015_5601031718_2696_2647.pdf.

รณกรณ์ บุญมี. “ไม่มีความผิด โดยไม่มีกฎหมาย : สำนวนการปรับใช้ในกฎหมายระบบ Anglo-American.” *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 47, ฉ. 1 (มีนาคม 2561) : 1-25. เข้าถึงได้ที่ <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tulawjournal/article/view/196764/136772>.

สุรศักดิ์ ลิขิตวิวัฒน์กุล. “หลักความชอบด้วยในกฎหมายอาญา Principe de la Legalite Criminelle.” ใน *รวมบทความวิชาการเนื่องในโอกาสครบรอบ 84 ปี ศาสตราจารย์จิตติ ติงศภัทิย์*. พิศวาท สุคนธ์พันธุ์ บรรณาธิการ. กรุงเทพฯ: คณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2536 : 11-16. เข้าถึงได้ที่ https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:147159

สุรศักดิ์ ลิขิตวิวัฒน์กุล, “ความรับผิดในทางอาญาของนิติบุคคล : การศึกษาเปรียบเทียบทางนิติวิธีในประเทศ คอมมอนลอร์และซีวิลลอร์.” *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 25, ฉ. 4 (2538) : 684-707. เข้าถึงได้ที่ <http://publications.law.tu.ac.th/upload/magazine/2014-12-15-1418617133-94764.pdf>.

แสวง บุญเฉลิมวิภาส. “โครงสร้างความผิดอาญา : ความแตกต่างในระบบกฎหมาย.” *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์* 14, ฉ. 4 (2527) : 1-21. เข้าถึงได้ที่ <http://publications.law.tu.ac.th/upload/magazine/2014-12-15-1418615608-32300.pdf>.

- อัจฉริยา ชูตินันท์ “นิติวิธีในการตีความกฎหมายอาญาของประเทศไทย.” สุทธิปริทัศน์ 33, ฉ. 107 (กรกฎาคม-กันยายน 2562) : 247-261. เข้าถึงได้ที่ <https://s005.tci-thaijo.org/index.php/DPUthiparithatJournal/article/view/242647/164806>.
- อำนาจ เนตยสุภา และมนตรีปรารณา มณีรุ่ง “การตีความกฎหมายอาญา.” บทบัณฑิตย์ 62, ฉ. 3 (2549): 135-163. เข้าถึงได้ที่ http://digi.library.tu.ac.th/journal/0072/62_3_2549/06PAGE135_PAGE163.pdf.
- ทีมข่าว. (2565, 13 สิงหาคม). ย้อนรอยโศกนาฏกรรม 29 ปี รร.รอยัลพลาซ่าโคราชถล่ม ฝังร่างทั้งเป็น 137 ชีวิต. เดลินิวส์ออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2567. <https://www.dailynews.co.th/news/1355557>
- ทีมข่าวเฉพาะกิจไทยรัฐออนไลน์. (2558, 16 มกราคม). นิวเวสต์ จากโศกนาฏกรรม สู่ตานานวังมัจฉา.ไทยรัฐออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2567. <https://www.thairath.co.th/news/local/474997>
- ทีมข่าว. (2557, 16 สิงหาคม). อุบัติภัย ยูเพลส ถล่ม แรงงานส่งเว่ยทุนไร้ความรับผิดชอบ โศกนาฏกรรมไม่รู้จบของประเทศไทย. MRG Online. สืบค้นเมื่อ 30 มกราคม 2567. <https://mgronline.com/daily/detail/9570000093330>

ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

INNOVATIVE LEADERSHIP OF SCHOOL ADMINISTRATORS UNDER THE OFFICE
OF CHACHOENSAO PRIMARY EDUCATIONAL SERVICE AREA OFFICE 1

นัสรีนา ศรีสำราญ¹ และ ชัยอนันต์ มั่นคง²

¹สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, nassareena_s@mail.rmutt.ac.th

²สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, chaianan@rmutt.ac.th

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษา ปีการศึกษา 2567 จำนวน 310 คน และทำการสุ่มโดยใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) โดยใช้ขนาดของสถานศึกษาเป็นชั้นในการแบ่งเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามรูปแบบการตอบสนองคู่ (Dual-response format) มีลักษณะเป็นมาตราประมาณค่า 5 ระดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และ ค่าดัชนีการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น Priority Needs Index (PNI_{modified}) ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมาก 2) สภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด 3) ค่าดัชนีการเรียงลำดับความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ (0.36) มีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุดเป็นอันดับแรก รองลงมาคือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ (0.31) และด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (0.29) ตามลำดับ

คำสำคัญ : ภาวะผู้นำ, ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม, ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

This research aimed to study the current situation and the desired state of innovative leadership among school administrators under the Office of Chachoengsao Primary Educational Service Area Office 1. The sample group for this study consists of teachers in the 2024 academic year, totaling 310 individuals. A stratified random sampling method was used,

with the size of the schools as the strata for sampling. The research instrument is a Dual-response format questionnaire, with a 5-point Likert scale. Statistics for data analysis include frequency, percentage, mean, standard deviation, and the Priority Needs Index (PNI_{modified}).

Results of this research revealed the following: 1) The current state of innovative leadership among school administrators under the Office of Chachoengsao Primary Educational Service Area Office 1 is generally at a high level, 2) The desired state of innovative leadership among school administrators under the Office of Chachoengsao Primary Educational Service Area Office 1 is generally at the highest level, and 3) The Priority Needs Index (PNI) for innovative leadership of school administrators under the Chachoengsao Primary Educational Service Area Office 1 revealed that the highest priority need is creativity (0.36), followed by vision (0.31), and teamwork and participation (0.29), respectively.

Keywords : Leadership, Innovative leadership, School administrators

บทนำ

จากข้อมูลแผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนในบางกลุ่มสาระวิชายังต่ำกว่าระดับประเทศจากข้อมูลการเปรียบเทียบผลการจัดสอบระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ระดับโรงเรียนและระดับประเทศปีการศึกษา 2566 คะแนนเฉลี่ยรวม 4 กลุ่มสาระการเรียนรู้ ระดับชั้นประถมศึกษาปีที่ 6 มีค่าเฉลี่ยรวม 38.06% ซึ่งต่ำกว่าค่าเฉลี่ยรวมของระดับประเทศ 41.33% โดยมีค่าเฉลี่ยรวมต่ำกว่าค่าเฉลี่ยของระดับประเทศอยู่ -3.27% นอกจากนี้ยังพบว่าครูและบุคลากรทางการศึกษาบางส่วนยังขาดทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล ขาดการนำสื่อนวัตกรรมที่ทันสมัยมาใช้ในการจัดการเรียนการสอน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทราเขต 1, 2567) และแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560-2579 ได้มีการกำหนดยุทธศาสตร์ในการจัดการศึกษา ยุทธศาสตร์ที่ 2 การผลิตและพัฒนากำลังคน และยุทธศาสตร์ที่ 3 การพัฒนาศักยภาพคนทุกช่วงวัยและการสร้างสังคมแห่งการเรียนรู้มีแนวพัฒนารูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่จำเป็นสำหรับผู้เรียนในศตวรรษที่ 21 ส่งผลให้ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องมีการปรับการบริหารโดยการผลิต พัฒนาสื่อและนวัตกรรมที่สนับสนุนการจัดการเรียนรู้และการปฏิบัติงานในสถานศึกษาให้มีความสามารถในการรับรู้และใส่ใจเหตุการณ์ วิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้งและเปิดรับแนวคิดใหม่ กล้าคิดแตกต่างอย่างสร้างสรรค์รวมถึงต่อยอดแนวคิดเก่าเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา ตลอดจนการนำนวัตกรรมไปใช้ให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อสถานศึกษาได้ (สุกัญญา เข้มซ้อย, 2562) จากปัญหาและความจำเป็นดังกล่าวจะเห็นได้ว่าผู้บริหารสถานศึกษาถือเป็นตัวแปรสำคัญในด้านการจัดการศึกษาให้มีคุณภาพและเป็นแรงผลักดันสำคัญให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในสถานศึกษา (ชัยยนต์ เพาพาน, 2559) การที่จะพัฒนาการศึกษาให้มีคุณภาพและตอบรับการเปลี่ยนแปลงไป

ตามกระแสของโลกในยุคปัจจุบันนี้ผู้บริหารสถานศึกษาจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมซึ่งจะสามารถปฏิบัติงานในหน้าที่เพื่อให้ได้นวัตกรรมหรือสิ่งใหม่ ๆ ที่เป็นประโยชน์ต่อสถานศึกษาได้ เป็นผู้สร้างและพัฒนาให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ยั่งยืนในสถานศึกษาโดยที่คุณลักษณะด้านการสร้างการเรียนรู้และสำรวจนั้นจะเป็นแนวทางในการเข้าใจถึงปัญหาที่เกิดขึ้นกับกลุ่มเป้าหมายอย่างลึกซึ้งนำไปสู่การสร้างสรรค่นวัตกรรมที่มีความสำคัญ (นครินทร์ วนกิจไพบูลย์, 2562)

เพื่อให้ตอบสนองต่อความต้องการของการบริหารการศึกษาในยุคปัจจุบัน ผู้บริหารจึงควรมีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมเพื่อให้มีการพัฒนานวัตกรรมและการสร้างองค์กรนวัตกรรม จากความสำคัญดังกล่าว ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 เพื่อนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมต่อไปซึ่งจะส่งผลให้การการบริหารจัดการสถานศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิผลต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

ความหมายของภาวะผู้นำ

ธีระ รุญเจริญ (2550) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ หมายถึงผู้ที่มีคุณสมบัติ เช่น สติปัญญา ความดีงาม ความรู้ความสามารถของบุคคลที่ชักนำให้คนทั้งหลายมาประสานกันและพากันไปสู่จุดหมายที่ดีงาม

สุนทร โคตรบรรเทา (2560) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเป็นพฤติกรรมและกระบวนการที่ทำให้ผู้อื่นเปลี่ยนแปลง และ ละทิ้งความสนใจของตนเองแล้วหันมาปฏิบัติตามเป้าหมายของกลุ่ม โดยการหล่อหลอมแนวคิดใหม่ การให้คำปรึกษา การแนะนำ การชักชวนและการกระทำเชิงสัญลักษณ์ ซึ่งคลใจและให้ความหมายแก่ผู้อื่น เพื่อให้บรรลุตามเป้าหมายที่ตั้งไว้

สมคิด บางโม (2562) กล่าวว่า ภาวะผู้นำ หมายถึง การที่ผู้นำขององค์การใช้อิทธิพลต่าง ๆ เพื่อให้ผู้ใต้บังคับบัญชาร่วมมือกันปฏิบัติหน้าที่เพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ อิทธิพลดังกล่าวนี้อาจเป็นไปในทางบวกและทางลบหรือทางใดทางหนึ่ง

ความหมายของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม

กุลชลี จงเจริญ (2562) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หมายถึง การแสดงออกถึงคุณลักษณะของผู้นำที่มีสมรรถนะ บุคลิกภาพ บทบาท ความสามารถในการเข้าถึงปัญหาหรือโอกาสที่สลับซับซ้อน สามารถค้นพบแนวทางในการดำเนินการใหม่ ๆ เน้นสัมพันธภาพของกลุ่มบุคลากรที่มีคุณภาพ และมีความไว้วางใจสมาชิกภายในองค์การรวมทั้งใช้กระบวนการของการสร้างสรรค์บริบททางนวัตกรรมเพื่อการขับเคลื่อนให้บุคลากรสามารถสร้างนวัตกรรมในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลผลิตและการให้บริการอย่างสร้างสรรค์สุกัญญา แซ่มซ้อย (2562) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หมายถึง ความสามารถในการรับรู้และใส่ใจรายละเอียดของเหตุการณ์ วิเคราะห์สถานการณ์ได้อย่างลึกซึ้งและเปิดใจรับแนวคิดใหม่ กล้าแตกต่าง

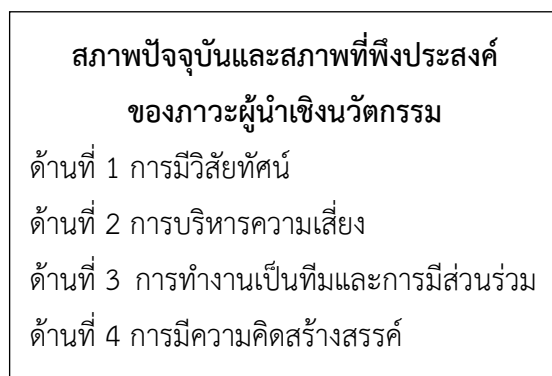
อย่างสร้างสรรค์รวมทั้งนำแนวคิดเก่ามาต่อยอดเพื่อเป็นแนวทางใหม่ในการแก้ปัญหาหรือสร้างสิ่งใหม่ให้เกิดขึ้น

Sen & Eren (2012) กล่าวว่า ภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม หมายถึง การที่ผู้บริหารแสดงออกถึงการมีอิทธิพลในการจูงใจ ชี้แนะ ควบคุม ช่วยเหลือสนับสนุนบุคลากร โดยใช้นวัตกรรมหรือนำนวัตกรรมมาใช้เพื่อแก้ปัญหาต่างๆ

กรอบแนวคิดในการวิจัย

กรอบแนวคิดในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อมูลจากการศึกษาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมสำหรับผู้บริหารสถานศึกษา จากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเกี่ยวกับองค์ประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจากนักวิชาการทางการศึกษา ดังนี้

ตัวแปรที่ศึกษา



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ระเบียบวิธีวิจัย

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ปีการศึกษา 2567 จำนวน 137 แห่ง จำนวนทั้งสิ้น 1,570 คน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทราเขต 1, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูผู้สอนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 ปีการศึกษา 2567 โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจากตารางสำเร็จรูปของ Krejcie & Morgan (1970) ได้กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 310 คน และใช้วิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) เพื่อให้กระจายไปตามขนาดของสถานศึกษาโดยใช้ขนาดของสถานศึกษาเป็นชั้นในการแบ่ง ได้แก่ สถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษ ขนาดใหญ่ ขนาดกลางและขนาดเล็ก

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถามที่ได้มาจากการสังเคราะห์องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมจากแนวคิดของนักวิชาการทางการศึกษาด้านการศึกษาที่ตรงกัน แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 สถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นแบบตรวจรายการ (Check list) ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับเพศ ระดับการศึกษา ประสบการณ์ในการทำงาน และขนาดสถานศึกษา มีลักษณะเป็นแบบตัวเลือกที่กำหนดคำตอบไว้ให้

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับสภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทราเขต 1 โดยผู้วิจัยใช้เกณฑ์ในการสังเคราะห์ที่ระดับความถี่ตั้งแต่ 4 ขึ้นไป ตามแนวคิดทฤษฎีจะต้องประกอบของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา 4 ด้าน รูปแบบการตอบสนองคู่

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัย

- 1.) สถิติพื้นฐาน
- 2.) สถิติที่ใช้ในการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ
- 3.) สถิติที่ใช้ในการเรียงลำดับความสำคัญของความต้องการจำเป็น

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพและข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม

จากการวิเคราะห์ข้อมูลสถานภาพและข้อมูลเกี่ยวกับผู้ตอบแบบสอบถาม โดยการแจกแจงความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 237 คน คิดเป็นร้อยละ 76.45 อายุของผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ อยู่ระหว่าง 31-39 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 41.94 ระดับการศึกษาส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 224 คน คิดเป็นร้อยละ 72.26 และส่วนใหญ่มีประสบการณ์ในการทำงาน 6 – 10 ปี จำนวน 112 คน คิดเป็นร้อยละ 36.13 ตามลำดับ

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1

ตารางที่ 1 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ในภาพรวม

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1	การมีวิสัยทัศน์	3.59	0.62	มาก	4.70	0.50	มากที่สุด	0.31	2
	การทำงานเป็นทีมและ	3.71	0.66	มาก	4.80	0.41	มากที่สุด	0.29	3
2	การมีส่วนร่วม								

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
3	การบริหารความเสี่ยง	3.67	0.62	มาก	4.67	0.54	มากที่สุด	0.27	4
4	การมีความคิดสร้างสรรค์	3.50	0.64	ปานกลาง	4.78	0.50	มากที่สุด	0.36	1
รวมเฉลี่ย		3.62	0.63	มาก	4.74	0.49	มากที่สุด		

จากผลการวิจัย พบว่า สภาพปัจจุบันด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.71$, S.D.=0.66) รองลงมา คือ ด้านการบริหารความเสี่ยง ($\bar{X}=3.67$, S.D.= 0.62) และด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}=3.50$, S.D.=0.64)

จากผลการวิจัย พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.80$, S.D.=0.41) รองลงมา คือ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ ($\bar{X}=4.78$, S.D.= 0.50) และด้านการบริหารความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}=4.67$, S.D.= 0.54)

ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} 3 ลำดับแรก คือ ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ (0.36) มีค่าความต้องการจำเป็นลำดับแรก รองลงมาคือ ด้านการมีวิสัยทัศน์ (0.31) และด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม (0.29) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการมีวิสัยทัศน์

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1	ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต	3.63	0.61	มาก	4.57	0.54	มากที่สุด	0.26	5
2	ผู้บริหารมีความรอบรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน	3.87	0.59	มาก	4.65	0.52	มากที่สุด	0.20	6
3	ผู้บริหารสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงโดยมุ่งเน้นให้เกิดการพัฒนาไปสู่การสร้างนวัตกรรม	3.56	0.61	มาก	4.67	0.52	มากที่สุด	0.31	4

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
4	ผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม	3.51	0.61	ปานกลาง	4.72	0.49	มากที่สุด	0.34	3
5	ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์สอดคล้องกับทิศทางการศึกษาที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม	3.45	0.59	ปานกลาง	4.80	0.43	มากที่สุด	0.39	1
6	ผู้บริหารมีการสื่อสารแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนสถานศึกษาด้วยนวัตกรรม	3.49	0.62	ปานกลาง	4.77	0.45	มากที่สุด	0.37	2
รวมเฉลี่ย		3.59	0.62	มาก	4.70	0.50	มากที่สุด	0.31	

จากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันด้านการมีวิสัยทัศน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารมีความรอบรู้เท่าทันกับการเปลี่ยนแปลงในปัจจุบัน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.87$, S.D.=0.59) รองลงมา คือ ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต ($\bar{X}= 3.63$, S.D.= 0.61) และ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์สอดคล้องกับทิศทางการศึกษาที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}= 3.45$, S.D.= 0.59)

จากผลการวิจัยสภาพที่พึงประสงค์ด้านการมีวิสัยทัศน์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์สอดคล้องกับทิศทางการศึกษาที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.80$, S.D.=0.43) รองลงมา คือ ผู้บริหารมีการสื่อสารแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนสถานศึกษาด้วยนวัตกรรม ($\bar{X}= 4.77$, S.D.= 0.45) และ ผู้บริหารสามารถคาดการณ์แนวโน้มสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลงไปในอนาคต มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}= 4.57$, S.D.= 0.54)

ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} 3 ลำดับแรก คือ ผู้บริหารมีวิสัยทัศน์สอดคล้องกับทิศทางการศึกษาที่ขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรม (0.39) มีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริหารมีการสื่อสารแนวทางการดำเนินงานอย่างชัดเจนเพื่อนำไปสู่การขับเคลื่อนสถานศึกษาด้วยนวัตกรรม (0.37) และผู้บริหารสามารถวิเคราะห์ทิศทางการเปลี่ยนแปลงเพื่อสร้างวิสัยทัศน์เชิงนวัตกรรม (0.34) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1	ผู้บริหารสถานศึกษาแสดงออกถึงความรู้ ความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคลากรในสถานศึกษาได้เป็นอย่างดี	3.70	0.63	มาก	4.76	0.44	มากที่สุด	0.29	4
2	ผู้บริหารสนับสนุนให้ครูและบุคลากรทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ	3.78	0.66	มาก	4.77	0.44	มากที่สุด	0.26	5
3	ผู้บริหารปฏิบัติงานร่วมกับครูและบุคลากรโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเดียวกัน	3.69	0.65	มาก	4.81	0.40	มากที่สุด	0.30	3
4	ผู้บริหารรับฟังความคิดเห็นของครูและบุคลากร	3.62	0.68	มาก	4.84	0.37	มากที่สุด	0.34	1
5	ผู้บริหารสนับสนุนให้ครูและบุคลากรแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานร่วมกัน	3.83	0.62	มาก	4.79	0.42	มากที่สุด	0.25	6
6	ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ส่งผลให้การทำงานประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ	3.66	0.69	มาก	4.82	0.40	มากที่สุด	0.32	2
รวมเฉลี่ย		3.71	0.62	มาก	4.80	0.41	มากที่สุด	0.29	

จากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารสนับสนุนให้ครูและบุคลากรแลกเปลี่ยนเรียนรู้การทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.83$, S.D.=0.62) รองลงมา คือ ผู้บริหารสนับสนุนให้ครูและบุคลากรทำงานร่วมกันเป็นทีมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ($\bar{X}= 3.78$,S.D.= 0.66) และ ผู้บริหารรับฟังความคิดเห็นของครูและบุคลากร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}= 3.62$, S.D.= 0.68) จากผลการวิจัยสภาพที่พึงประสงค์ด้านการทำงานเป็นทีมและการมีส่วนร่วม เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารรับฟังความคิดเห็นของครูและบุคลากร มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.84$, S.D.=0.67) รองลงมา คือ ผู้บริหารเปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ส่งผลให้

การทำงานประสบผลสำเร็จอย่างมีประสิทธิภาพ (\bar{X} = 4.82, S.D. = 0.40) และ ผู้บริหารสถานศึกษาแสดงออกถึงความรู้ ความสามารถในการทำงานร่วมกับบุคลากรในสถานศึกษาได้เป็นอย่างดี มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (\bar{X} = 4.76, S.D. = 0.44) ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} 3 ลำดับแรก คือ ผู้บริหารรับฟังความคิดเห็นของครูและบุคลากร (0.34) มีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริหาร เปิดโอกาสให้ครูและบุคลากรริเริ่มสร้างสรรค์ผลงานนวัตกรรมที่เป็นประโยชน์ส่งผลให้การทำงานประสบผลสำเร็จ อย่างมีประสิทธิภาพ (0.32) และผู้บริหารปฏิบัติงานร่วมกับครูและบุคลากรโดยมีวัตถุประสงค์และเป้าหมายเดียวกัน (0.30) ตามลำดับ

ตารางที่ 4 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการบริหารความเสี่ยง

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1	ผู้บริหารมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการบริหารงานอย่างรอบด้าน	3.65	0.60	มาก	4.66	0.53	มากที่สุด	0.28	3
2	ผู้บริหารกำหนดมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันโอกาสที่จะเกิดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้มีผลต่อการปฏิบัติงานน้อยที่สุด	3.60	0.61	มาก	4.75	0.45	มากที่สุด	0.32	1
3	ผู้บริหารมีการกำกับติดตามการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ	3.65	0.63	มาก	4.63	0.59	มากที่สุด	0.27	4
4	ผู้บริหารมีการไตร่ตรองและประเมินสถานการณ์สามารถปฏิบัติงานภายใต้ความเสี่ยงได้	3.62	0.61	มาก	4.65	0.57	มากที่สุด	0.29	2
5	ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการประเมินผลงาน	3.83	0.66	มาก	4.74	0.48	มากที่สุด	0.24	6
6	ผู้บริหารกล้าตัดสินใจขับเคลื่อนนวัตกรรมในสถานศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดการศึกษาของสถานศึกษา	3.68	0.60	มาก	4.60	0.59	มากที่สุด	0.25	5
รวมเฉลี่ย		3.67	0.62	มาก	4.67	0.54	มากที่สุด	0.27	

จากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันด้านการบริหารความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหาร สนับสนุนให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผลงาน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} =3.83, S.D.=0.66) รองลงมา คือ ผู้บริหารกล้าตัดสินใจขับเคลื่อนนวัตกรรมในสถานศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดการศึกษา ของสถานศึกษา (\bar{X} = 3.68, S.D.= 0.60) และ ผู้บริหารกำหนดมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดโอกาสที่จะ เกิดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้มีผลต่อการปฏิบัติงานน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (\bar{X} = 3.60, S.D.= 0.61)

จากผลการวิจัยสภาพที่พึงประสงค์ด้านการบริหารความเสี่ยง เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารกำหนดมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดโอกาสที่จะเกิดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้มีผลต่อการ ปฏิบัติงานน้อยที่สุด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด (\bar{X} =4.75, S.D.=0.45) รองลงมา คือ ผู้บริหารสนับสนุนให้บุคลากรมี ส่วนร่วมในการตรวจสอบและประเมินผลงาน (\bar{X} = 4.74, S.D.= 0.48) และ ผู้บริหารกล้าตัดสินใจขับเคลื่อน นวัตกรรมในสถานศึกษาเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการจัดการศึกษาของสถานศึกษา มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด (\bar{X} = 4.60, S.D.= 0.59) ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} 3 ลำดับ แรก คือ ผู้บริหารกำหนดมาตรการควบคุมเพื่อป้องกันหรือลดโอกาสที่จะเกิดความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นให้มีผล ต่อการปฏิบัติงานน้อยที่สุด (0.32) มีค่าความต้องการจำเป็นสูงสุด รองลงมาคือ ผู้บริหารมีการไตร่ตรองและ ประเมินสถานการณ์สามารถปฏิบัติงานภายใต้ความเสี่ยงได้ (0.29) และผู้บริหารมีการวิเคราะห์ปัจจัยในการ บริหารงานอย่างรอบด้าน (0.28) ตามลำดับ

ตารางที่ 5 สภาพปัจจุบันและสภาพที่พึงประสงค์ของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรม ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์

	รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
		\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
1	ผู้บริหารแสดงถึงความสามารถ ในการคิดริเริ่มที่หลากหลาย	3.46	0.65	ปาน กลาง	4.76	0.53	มาก ที่สุด	0.38	3
2	ผู้บริหารมีความคิดนอกกรอบ และมีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ สิ่งใหม่	3.50	0.63	ปาน กลาง	4.77	0.54	มาก ที่สุด	0.36	4
3	ผู้บริหารสร้างนวัตกรรมใหม่มา ใช้ในการบริหาร	3.35	0.58	ปาน กลาง	4.75	0.54	มาก ที่สุด	0.42	1
4	ผู้บริหารมีรูปแบบการทำงาน ยืดหยุ่นให้อิสระทางความคิด	3.69	0.60	มาก	4.83	0.45	มาก ที่สุด	0.31	6
5	ผู้บริหารกระตุ้นบุคลากรให้เกิด ความกล้าที่จะริเริ่มสร้างสรรค์ ความคิดใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการ เปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น	3.44	0.65	ปาน กลาง	4.81	0.48	มาก ที่สุด	0.40	2

รายการประเมิน	สภาพปัจจุบัน			สภาพที่พึงประสงค์			PNI	ลำดับ
	\bar{X}	S.D.	ระดับ	\bar{X}	S.D.	ระดับ		
6 ผู้บริหารผลักดันให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมนำมาใช้ปฏิบัติงาน	3.57	0.65	มาก	4.78	0.47	มากที่สุด	0.34	5
รวมเฉลี่ย	3.50	0.64	ปานกลาง	4.78	0.50	มากที่สุด	0.36	

จากผลการวิจัยสภาพปัจจุบันด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารมีรูปแบบการทำงานยืดหยุ่นให้อิสระทางความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=3.69$, S.D.=0.60) รองลงมา คือ ผู้บริหารผลักดันให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการสร้างสรรค์นวัตกรรมนำมาใช้ปฏิบัติงาน ($\bar{X}= 3.57$, S.D.= 0.65) และ ผู้บริหารสร้างนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบริหาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}= 3.35$, S.D.= 0.58)

จากผลการวิจัยสภาพที่พึงประสงค์ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า ผู้บริหารมีรูปแบบการทำงานยืดหยุ่นให้อิสระทางความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($\bar{X}=4.83$, S.D.=0.45) รองลงมา คือ ผู้บริหารกระตุ้นบุคลากรให้เกิดความกล้าที่จะริเริ่มสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น ($\bar{X}= 4.81$, S.D.= 0.48) และ ผู้บริหารสร้างนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบริหาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด ($\bar{X}= 4.75$, S.D.= 0.54) ผลการวิเคราะห์ความต้องการจำเป็น พบว่า ค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} 3 ลำดับแรก คือ ผู้บริหารสร้างนวัตกรรมใหม่มาใช้ในการบริหาร (0.42) มีค่าความต้องการจำเป็นสูงที่สุด รองลงมาคือ ผู้บริหารกระตุ้นบุคลากรให้เกิดความกล้าที่จะริเริ่มสร้างสรรค์ความคิดใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่ดีขึ้น (0.40) และผู้บริหารแสดงออกถึงความสามารถในการคิดริเริ่มที่หลากหลาย (0.38) ตามลำดับ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

ข้อเสนอแนะสำหรับการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่าสภาพปัจจุบันของภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของผู้บริหารสถานศึกษาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ด้านการบริหารความเสี่ยง มีค่าดัชนีความต้องการจำเป็น PNI_{modified} เป็นอันดับสุดท้าย ดังนั้นผู้บริหารควรตระหนักในสำคัญของการวางแผนการบริหารความเสี่ยง การกำหนดมาตรการควบคุมหรือประเมินเหตุการณ์ความเสี่ยงด้านต่าง ๆ ที่อาจมีผลกระทบต่อโรงเรียนเพื่อควบคุมป้องกันความเสี่ยงได้ทันท่วงทีมีการกำกับติดตามการจัดการความเสี่ยงอย่างเป็นระบบ บุคลากรมีส่วนร่วมในการตรวจสอบประเมินผล สรุปผล รายงานผลการดำเนินงานต่าง ๆ มาปรับปรุงแก้ไข

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงนวัตกรรมของครูและบุคลากรทางการศึกษา เพื่อขับเคลื่อนสถานศึกษาไปสู่ความเป็นองค์กรนวัตกรรม

บรรณานุกรม

- กุลชลี จงเจริญ. (2562). การพัฒนาชุดฝึกอบรมผ่านเว็บเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งด้านศักยภาพภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาสตรีในประเทศไทย. วารสารครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 47(1), 18-36.
- ชัยยนต์ เพาพาน. (2559). แนวคิดและทฤษฎีพื้นฐานการเป็นผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21. วารสารบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น 12(1), 1-9.
- ธีระ รุญเจริญ. (2550). การบริหารโรงเรียนยุคปฏิรูปการศึกษา. กรุงเทพฯ: ข้าวฟ่าง.
- นครินทร์ วณกิจไพบูลย์. (2562). จุลินทรีย์แห่งความสำเร็จ. กรุงเทพฯ: อะบุ๊ก.
- สุกัญญา แซ่มซ้อย. (2562). การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล. พิมพ์ครั้งที่ 2 กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุนทร โคตรบรรเทา. (2560). ภาวะผู้นำในองค์กรสถานศึกษา. กรุงเทพฯ : ปัญญาชน.
- สมคิด บางโม. (2562). องค์กรและการจัดการ. กรุงเทพฯ: ซีเอ็ดยูเคชั่น จำกัด (มหาชน).
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1. (2567). แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567. <http://www.ccs1.go.th/planYear>
- Sen, A., & Eren, E. (2012). Innovative leadership for the twenty-first century. International Conference on Leadership. Technology and Innovation Management, 41, 1-14.

การวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจของนักเรียนชาวจีนโพ้นทะเลและนักเรียนต่างชาติที่กำลังศึกษาอยู่ในไต้หวัน
ปัจจัยในการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิตประจำวัน ทักษะคิดในการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

Research on the Motivation, School Selection, life Adaptation, learning Attitude, and
learning Outcome of Overseas Chinese Students and Foreign Students Studying in Taiwan

Pichit Sae Lee¹ Li-Ping Li² and Shih-Yun Hsu³

¹National Taichung University of Science and Technology Department of Business Administration

²National Taichung University of Science and Technology Department of Business Administration

³National Taichung University of Science and Technology Department of Business Management

E-mail : plchit1165@gmail.com

Abstract

This study aims to explore the relationships between the motivations for studying abroad, school selection factors, life adaptation, learning attitudes, and learning outcomes of overseas Chinese students studying in Taiwan. The research subjects are overseas Chinese students currently studying in Taiwan. Data were collected through questionnaires and statistically analyzed. The results indicate that the main factors for choosing to study in Taiwan include Taiwan's educational resources, cultural environment, and relatively low tuition and living costs. The primary motivations for studying abroad are learning Chinese, enhancing competitiveness, and expanding international perspectives. In terms of life adaptation, overseas Chinese students adapt well to Taiwan's living environment, food, and transportation. In learning attitudes, overseas Chinese students generally exhibit a positive attitude towards learning and achieve good academic results.

This study finds that motivations for studying abroad have a significant positive impact on school selection factors, life adaptation, learning attitudes, and learning outcomes. Among them, there is a strong correlation between the motivations for studying abroad and the school selection factor of "future development" ($r=.577^{**}$), indicating that they believe Taiwan's education can enhance their career competitiveness. The relationship between motivations for studying abroad and life adaptation is also significant ($r=.508^*$), with respondents generally believing that Taiwan's living environment can meet their needs and help them better adapt to the new life. The relationships between motivations for studying abroad and learning attitudes, learning outcomes, as well as between school selection factors

and life adaptation, learning attitudes, and learning outcomes, are all significant, demonstrating the complexity of the interactions among multiple factors.

Based on the research results, the following practical management suggestions are proposed: strengthening international recruitment strategies, providing diverse scholarships, establishing cultural adaptation courses, enhancing language support, improving campus facilities, offering mental health services, promoting teacher-student interactions, and establishing alumni networks and career development support. These suggestions aim to improve the quality of study and life for overseas Chinese students in Taiwan and further promote the international development of Taiwan's higher education

คำสำคัญ : นักเรียนชาวจีนโพ้นทะเล, แรงจูงใจของนักเรียน, ปัจจัยในการเลือกสถาบัน, การปรับตัวในชีวิตประจำวัน, ทักษะคติในการเรียนรู้, ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

บทนำ

การวิจัยนี้มีพื้นฐานมาจากการพิจารณาความสำคัญของการศึกษานานาชาติในยุคปัจจุบัน ซึ่งเป็นยุคที่การเชื่อมต่อทางวัฒนธรรมและเศรษฐกิจระหว่างประเทศเติบโตขึ้นอย่างรวดเร็ว ได้เห็นในฐานะประเทศที่มีทรัพยากรทางการศึกษาที่มีคุณภาพและค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่สำคัญสำหรับนักศึกษาชาวต่างชาติและชาวจีนโพ้นทะเล อย่างไรก็ตาม การทำความเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจมาเรียน รวมถึงปัจจัยด้านการปรับตัวและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ยังถือเป็นเรื่องที่ทำนายและสำคัญ

ที่มาของงานวิจัย

ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา จำนวนของนักศึกษาชาวต่างชาติที่เลือกมาเรียนในไต้หวันเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อันเนื่องมาจากนโยบายการศึกษานานาชาติและการส่งเสริม "นโยบายมุ่งใต้ใหม่" (New Southbound Policy) ที่มุ่งเน้นดึงดูดนักศึกษาจากประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยที่กระตุ้นการตัดสินใจเลือกไต้หวันยังคงมีความหลากหลาย เช่น ทรัพยากรทางการศึกษา ค่าเล่าเรียนที่เหมาะสม ความปลอดภัย และโอกาสในการเรียนรู้วัฒนธรรมจีน

ปัญหาการวิจัย

แม้ว่าจำนวนของนักศึกษาต่างชาติที่มาเรียนในไต้หวันจะเพิ่มขึ้น แต่ยังคงมีคำถามเกี่ยวกับ:

1. แรงจูงใจของนักศึกษาที่เลือกมาเรียนในไต้หวันคืออะไร?
2. ปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษามีผลกระทบต่อทัศนคติอย่างไร?
3. นักศึกษาต่างชาติปรับตัวเข้ากับชีวิตในไต้หวันได้ดีเพียงใด?
4. ทักษะคติในการเรียนรู้ของนักศึกษาเหล่านี้ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาอย่างไร?

ความสำคัญของการวิจัย

งานวิจัยนี้มีความสำคัญต่อการส่งเสริมความเข้าใจในปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษานานาชาติในไต้หวัน โดยเฉพาะ :

1. การพัฒนากลยุทธ์การจัดการด้านการศึกษาเพื่อรองรับนักศึกษาชาวต่างชาติ
2. การปรับปรุงนโยบายการศึกษานานาชาติในระดับสถาบันและระดับประเทศ
3. การเพิ่มศักยภาพของไต้หวันในฐานะศูนย์กลางการศึกษานานาชาติ

การศึกษาครั้งนี้ไม่เพียงช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนักศึกษาต่างชาติ แต่ยังสามารถนำเสนอแนวทางปฏิบัติที่สามารถนำไปใช้ในการพัฒนาระบบการศึกษาของไต้หวันให้สอดคล้องกับมาตรฐานสากล

วัตถุประสงค์การวิจัย

วัตถุประสงค์ของการศึกษานี้คือการสำรวจปัจจัยต่างๆ ที่มีผลต่อการตัดสินใจมาเรียนในไต้หวันของนักศึกษาชาวต่างชาติและนักศึกษาชาวจีนโพ้นทะเล โดยเฉพาะในด้าน 1) แรงจูงใจในการศึกษา 2) ปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษา 3) การปรับตัวในชีวิตประจำวัน 4) ทักษะคติในการเรียนรู้ และ 5) ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐาน : กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยนี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์เชิงระบบเพื่อศึกษา แรงจูงใจในการเรียน ปัจจัยในการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิตประจำวัน ทักษะคติในการเรียนรู้ และ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา ของนักศึกษาชาวต่างชาติ และนักศึกษาชาวจีนโพ้นทะเลในไต้หวัน โดยมีกรอบแนวคิดหลักดังนี้:

1. แรงจูงใจในการเรียน :
ศึกษาปัจจัยทั้งภายในและภายนอกที่ส่งผลต่อการตัดสินใจของนักศึกษาในการเลือกมาเรียนที่ไต้หวัน
2. ปัจจัยในการเลือกสถาบัน :
วิเคราะห์ปัจจัยสำคัญที่นักศึกษาใช้ในการตัดสินใจเลือกสถาบัน เช่น ทรัพยากรทางการศึกษา สภาพแวดล้อมของมหาวิทยาลัย และค่าเล่าเรียน

3. การปรับตัวในชีวิตประจำวัน :

สำรวจความท้าทายและวิธีการปรับตัวของนักศึกษาในชีวิตประจำวันระหว่างศึกษาในไต้หวัน

4. ทักษะคิดในการเรียนรู้ :

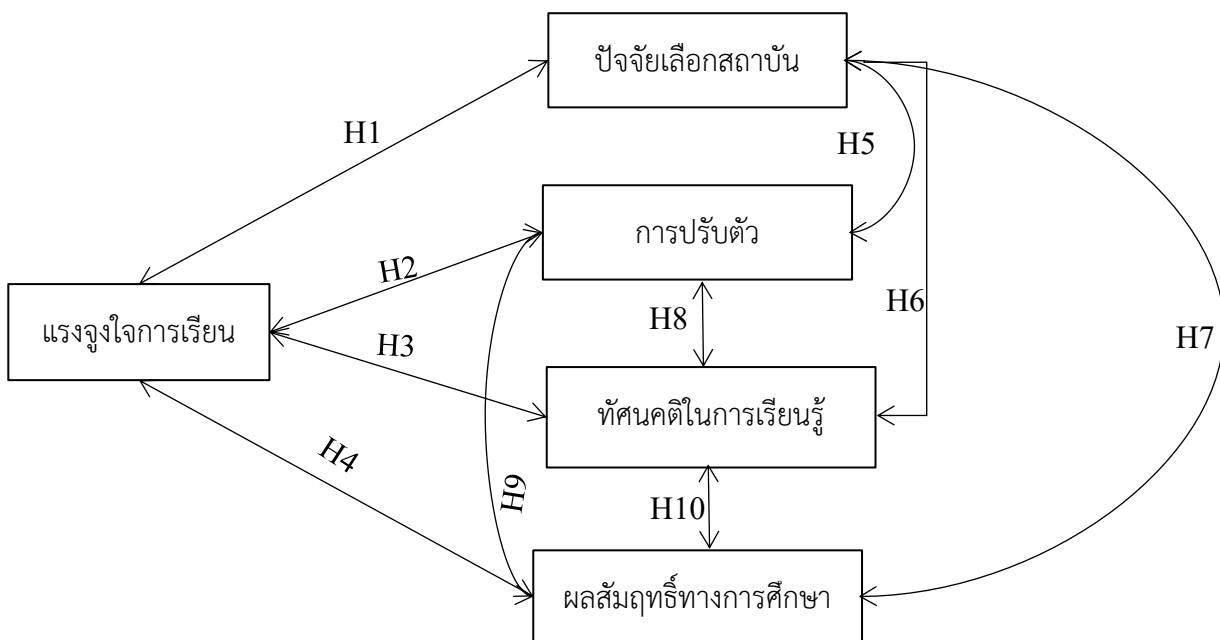
ประเมินความกระตือรือร้นและการมีส่วนร่วมในกระบวนการเรียนรู้ของนักศึกษา

5. ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา :

วัดผลการเรียนและการพัฒนาตนเองของนักศึกษาจากประสบการณ์การศึกษา

กรอบแนวคิดนี้คาดการณ์ว่าปัจจัยเหล่านี้มีผลกระทบซึ่งกันและกัน และส่งผลโดยตรงต่อ ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

กรอบแนวคิดการวิจัยและสมมติฐาน



ภาพโครงสร้างการวิจัย

แหล่งที่มา : สร้างขึ้นโดยงานวิจัยนี้เอง

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypotheses)

สมมติฐานของการวิจัยนี้ได้ถูกกำหนดขึ้นโดยอ้างอิงจากเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมีรายละเอียดดังนี้:

H1: แรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษา

H2: แรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับการปรับตัวในชีวิตประจำวัน

H3: แรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับทัศนคติในการเรียนรู้

H4: แรงจูงใจในการเรียนของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

H5: ปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับการปรับตัวในชีวิตประจำวัน

H6: ปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับทัศนคติในการเรียนรู้

H7: ปัจจัยในการเลือกสถาบันการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

H8: การปรับตัวในชีวิตประจำวันของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับทัศนคติในการเรียนรู้

H9: การปรับตัวในชีวิตประจำวันของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

H10: ทัศนคติในการเรียนรู้ของนักศึกษาต่างชาติและนักศึกษาจีนโพ้นทะเลมีความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญกับผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

ระเบียบวิธีวิจัย (Research Methodology)

การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีที่ออกแบบมาเพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการเรียน ปัจจัยในการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิตประจำวัน ทัศนคติในการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาต่างชาติในไต้หวัน โดยมีรายละเอียดดังนี้:

1. การออกแบบการวิจัย

- งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ซึ่งใช้ แบบสอบถาม เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่างๆ โดยใช้สถิติเชิงอนุมาน

2. กลุ่มเป้าหมายและการเลือกตัวอย่าง

- กลุ่มเป้าหมาย : นักศึกษาชาวต่างชาติและนักศึกษาชาวจีนโพ้นทะเลที่กำลังศึกษาในไต้หวัน
- การสุ่มตัวอย่าง : ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) เพื่อเลือกนักศึกษาที่ตรงตามเกณฑ์ เช่น อายุ ช่วงเวลาที่ศึกษาในไต้หวัน และระดับการศึกษา
- ขนาดตัวอย่าง : กำหนดขนาดตัวอย่างที่เหมาะสมโดยใช้สูตรหรือเกณฑ์จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนของประชากรเป้าหมาย

3. เครื่องมือวิจัย แบบสอบถาม (Questionnaire) :

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 6 ส่วนหลัก :

การวิจัยนี้ใช้วิธีการสำรวจ (Survey Techniques) โดยใช้แบบสอบถามออนไลน์เป็นเครื่องมือวิจัย และใช้มาตรวัดแบบลิเคิร์ต (Likert Scale) ระดับ 5 จุดในการวัดค่าตัวแปร โดยตัวเลือกเรียงจากซ้ายไปขวา ดังนี้: "ไม่เห็นด้วยอย่างยิ่ง" (1 คะแนน), "ไม่เห็นด้วย" (2 คะแนน), "ปานกลาง" (3 คะแนน), "เห็นด้วย" (4 คะแนน) และ "เห็นด้วยอย่างยิ่ง" (5 คะแนน)

แบบสอบถามถูกพัฒนาขึ้นโดยอ้างอิงจากงานวิจัยของนักวิชาการหลายท่าน แบ่งออกเป็น 6 ส่วน ได้แก่ :

1. ****ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล**** (14 ข้อ)

หัวข้อ	ตัวเลือก
เพศ	ชาย / หญิง
อายุ	18 ปีหรือต่ำกว่า / 19-22 ปี / 23-26 ปี / 27-30 ปีขึ้นไป
ระดับการศึกษา	ประกาศนียบัตรวิชาชีพ (5 ปี) / ปริญญาตรีเทคนิค (2 ปี) / ปริญญาตรี (4 ปี) / ปริญญาโท
คณะ	คณะบริหารธุรกิจ / คณะภาษาศาสตร์ / คณะการออกแบบ / คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและโลจิสติกส์
สาขาวิชา	การจัดการสารสนเทศ, วิศวกรรมสารสนเทศ, การจัดการโลจิสติกส์ / พยาบาลศาสตร์, ความงาม, การบริหารธุรกิจเพื่อผู้สูงอายุ
สัญชาติ	อินโดนีเซีย / มาเลเซีย / เวียดนาม / ฮองกงและมาเก๊า / ไทย / ญี่ปุ่น / เมียนมา
ระยะเวลาที่ศึกษาในได้หวัน	มากกว่า 6 เดือน แต่ไม่ถึง 1 ปี / มากกว่า 1 ปี แต่ไม่ถึง 2 ปี / มากกว่า 2 ปี แต่ไม่ถึง 3 ปี / มากกว่า 3 ปี แต่ไม่ถึง 4 ปี / มากกว่า 4 ปี แต่ไม่ถึง 5 ปี / มากกว่า 5 ปี แต่ไม่ถึง 6 ปี / มากกว่า 6 ปี
สถานะเศรษฐกิจของครอบครัว	ยากจน / ปานกลาง / ค่อนข้างดี
หลังเลิกเรียนรับทำงานพิเศษ	ใช่ / ไม่ใช่
รายได้ต่อเดือน	5,001-10,000 ดอลลาร์ได้หวัน / 10,001-15,000 ดอลลาร์ได้หวัน / 15,001-20,000 ดอลลาร์ได้หวัน / มากกว่า 20,001 ดอลลาร์ได้หวัน
ความสามารถทางภาษาจีน	ระดับ A (พื้นฐาน) / ระดับ B (ระดับกลาง) / ระดับ C (คล่องแคล่ว)

หัวข้อ	ตัวเลือก
คะแนนเฉลี่ยทางการศึกษา	ไม่ผ่าน / 60-69 คะแนน / 70-79 คะแนน / 80-89 คะแนน / 90-100 คะแนน
อันดับในชั้นเรียน	อันดับ 25% แรก / อันดับ 26%-50% / อันดับ 51%-75% / อันดับ 25% หลัง
ความตั้งใจที่จะอยู่ต่อทำงานใน ได้ในวันหลังสำเร็จการศึกษา	มีความตั้งใจมาก / มีความตั้งใจ / ปานกลาง / ไม่มีความตั้งใจ / ไม่มีความตั้งใจ อย่างยิ่ง

2. **แรงจูงใจในการมาเรียนต่อที่ได้วัน** (14 ข้อ) 韓宜娟(2011)徐子慙(2014)蘇意晴(2015)卓福安(2016)譚柳, 蔡文榮(2016)洪佳伶(2017)潘俊宏, 張仁家(2019)Roberts, Rampold, Ramage & Komunjeru (2020) 黃柳菁(2023)

คำถามในแบบสอบถาม	
มิติภายใน	มิติภายนอก
1. ต้องการเรียนรู้ภาษาจีนให้เชี่ยวชาญ	8. มีญาติหรือเพื่อนในไต้หวัน
2. ต้องการเรียนรู้การพึ่งพาตนเอง	9. ได้รับคำแนะนำจากครูหรือเพื่อน
3. ต้องการออกจากสภาพแวดล้อมเดิม	10. ไต้หวันอยู่ใกล้บ้านและมีวัฒนธรรมรวมถึง ภูมิอากาศที่คล้ายกัน
4. ต้องการสัมผัสวัฒนธรรมที่แตกต่าง	11. ไต้หวันมีประชาธิปไตย เสรีภาพ และความปลอดภัย
5. ต้องการขยายมุมมองระดับนานาชาติและ เพิ่มพูนความรู้	12. ไต้หวันมีสังคมที่ก้าวหน้าและเศรษฐกิจที่ เจริญรุ่งเรือง
6. ต้องการเพิ่มคุณค่าและความสามารถในการ แข่งขันของตนเอง	13. การศึกษาระดับอุดมศึกษาในไต้หวันมีความคุ้มค่า (คุณภาพสูงราคาประหยัด)
7. ต้องการมีอนาคตที่ดีกว่า	14. ไต้หวันมีโอกาสการทำงานมาก

3.**ปัจจัยในการเลือกสถาบัน** (23 ข้อ) 黃俊堯(2008)江怡慧, 林宛儒, 賴奕仲, 趙淑均 (2011) 吳怡霏(2016)陳怡伶, 李智明(2018)郭德貞, 藍毓莉, 楊劭為 (2023)

หัวข้อคำถาม
<p>ชื่อเสียงของสถาบัน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันมีชื่อเสียงสูง 2. สถาบันมีชื่อเสียงดี 3. สถาบันอยู่ในอันดับต้นๆ 4. คณาจารย์ในสถาบันมีคุณภาพ 5. สถาบันได้รับการประเมินที่ดีจากภาคธุรกิจ 6. คำแนะนำจากครูและเพื่อนเกี่ยวกับสถาบันมีคุณภาพสูง
<p>ทรัพยากรที่หลากหลาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. สถาบันมีทุนการศึกษาที่หลากหลาย 8. การดูแลและให้คำปรึกษาของสถาบันมีประสิทธิภาพ 9. สถาบันมีกิจกรรมนักศึกษาและชมรมที่หลากหลาย 10. สถาบันมีทรัพยากรการเรียนรู้ที่หลากหลาย 11. สถาบันมีความร่วมมือกับบริษัทชั้นนำและโอกาสฝึกงาน 12. สถาบันมีโอกาสทำงานพิเศษในและนอกวิทยาเขต 13. สถาบันมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศและโอกาสแลกเปลี่ยนหรือฝึกงานในต่างประเทศ
<p>สิ่งแวดล้อมและอุปกรณ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. ที่ตั้งของสถาบันเหมาะสมและเดินทางสะดวก 15. วิทยาเขตสวยงามและสะอาด 16. สภาพแวดล้อมการเรียนและอุปกรณ์การเรียนครบครัน 17. สถาบันมีหอพักในวิทยาเขต 18. สภาพแวดล้อมรอบสถาบันมีความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน
<p>การพัฒนาในอนาคต</p> <ol style="list-style-type: none"> 19. มีสาขาที่ฉันต้องการเรียน 20. สถาบันช่วยพัฒนาทักษะในอนาคต 21. มีโอกาสศึกษาต่อในอนาคตมาก 22. มีอัตราการจัดงานในอนาคตสูง 23. มีโอกาสได้งานที่ดีในอนาคต

4. **การปรับตัวในชีวิตประจำวัน** (16 ข้อ) 蘇意晴(2015) 沈碩彬(2014) 黃文三、沈碩彬(2016) 沈碩彬(2019) 黃紹喻(2020) 鄭佳榮(2020) 彭羽琪, 張翊辰(2021) 莊淑娟(2021) 陳德智(2023) 邱美芬(2023)

คำถามในแบบสอบถาม
<p>ชื่อเสียงของสถาบัน</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. สถาบันมีชื่อเสียงสูง 2. สถาบันมีชื่อเสียงดี 3. สถาบันอยู่ในอันดับต้นๆ 4. คณาจารย์ในสถาบันมีคุณภาพ 5. สถาบันได้รับการประเมินที่ดีจากภาคธุรกิจ 6. คำแนะนำ จากครูและเพื่อนเกี่ยวกับสถาบันมีคุณภาพสูง
<p>ทรัพยากรที่หลากหลาย</p> <ol style="list-style-type: none"> 7. สถาบันมีทุนการศึกษาที่หลากหลาย 8. การดูแลและให้คำปรึกษาของสถาบันมีประสิทธิภาพ 9. สถาบันมีกิจกรรมนักศึกษาและชมรมที่หลากหลาย 10. สถาบันมีทรัพยากรการเรียนรู้ที่หลากหลาย 11. สถาบันมีความร่วมมือกับบริษัทชั้นนำและโอกาสฝึกงาน 12. สถาบันมีโอกาสทำงานพิเศษในและนอกวิทยาเขต 13. สถาบันมีความร่วมมือกับมหาวิทยาลัยต่างประเทศและโอกาสแลกเปลี่ยนหรือฝึกงานในต่างประเทศ
<p>สิ่งแวดล้อมและอุปกรณ์</p> <ol style="list-style-type: none"> 14. ที่ตั้งของสถาบันเหมาะสมและเดินทางสะดวก 15. วิทยาเขตสวยงามและสะอาด 16. สภาพแวดล้อมการเรียนและอุปกรณ์การเรียนครบครัน 17. สถาบันมีหอพักในวิทยาเขต 18. สภาพแวดล้อมรอบสถาบันมีความสะดวกสบายในชีวิตประจำวัน
<p>การพัฒนาในอนาคต</p> <ol style="list-style-type: none"> 19. มีสาขาที่ฉันต้องการเรียน 20. สถาบันช่วยพัฒนาทักษะในอนาคต 21. มีโอกาสศึกษาต่อในอนาคตมาก 22. มีอัตราการได้งานในอนาคตสูง 23. มีโอกาสได้งานที่ดีในอนาคต

5.**ทัศนคติในการเรียนรู้** (11 ข้อ) 陳美滿(2006) 邱慧芳(2013) 麻治中(2016) 樊祖燁、潘博宇 (2021) 黃柳菁(2023) 郭德貞、藍毓莉、楊劭為 (2023) 邱美芬(2023) 廖淑汾(2023)

คำถามในแบบสอบถาม
<ol style="list-style-type: none"> 1. ฉันใช้เวลาทบทวนบทเรียนล่วงหน้าก่อนเข้าเรียน 2. ฉันเข้าเรียนตรงเวลาและขาดเรียนน้อยมาก 3. ฉันตั้งใจฟังในระหว่างการเรียน 4. ฉันนำหนังสือเรียนหรือเอกสารประกอบไปเรียนด้วย 5. ฉันจดบันทึกในระหว่างการเรียน 6. ฉันใช้เวลาทบทวนบทเรียนหลังเลิกเรียน 7. ฉันสอบถามอาจารย์หรือเพื่อนเมื่อมีข้อสงสัย 8. ฉันพูดคุยกับเพื่อนเกี่ยวกับเนื้อหาวิชา 9. ฉันทำการบ้านและรายงานเสร็จตรงเวลา 10. ฉันเตรียมตัวสอบล่วงหน้าโดยไม่รีบเร่งในนาทีสุดท้าย 11. ฉันมีนิสัยการเรียนที่ดี

6. **ผลลัพธ์การเรียนรู้** (3 ข้อ) 施創譯(2019)

คำถามในแบบสอบถาม
<ol style="list-style-type: none"> 1. ฉันผ่านการสอบทุกวิชา 2. ฉันมีผลการเรียนที่ดี 3. ฉันพอใจกับผลการเรียนของตัวเอง

- เครื่องมือถูกพัฒนาโดยอ้างอิงจากงานวิจัยก่อนหน้า และผ่านการตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) และความเชื่อมั่น (Reliability)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

-แจกแบบสอบถามให้กับนักศึกษาที่ศึกษาในมหาวิทยาลัยในได้ทุกวันผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

-ระยะเวลาเก็บข้อมูล: ดำเนินการในช่วงเวลาที่กำหนด เช่น 2-3 เดือน

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics):

- ใช้เพื่ออธิบายลักษณะทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics):

- การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (Correlation Coefficient)
- การวิเคราะห์การถดถอย (Regression Analysis) เพื่อวัดผลกระทบของตัวแปรอิสระต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

6. การตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือ

- ความเที่ยงตรง (Validity): ใช้การตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญด้านการศึกษาและสถิติ
- ความเชื่อมั่น (Reliability): ใช้สถิติ Cronbach's Alpha เพื่อประเมินความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม โดยกำหนดค่ามาตรฐานที่ ≥ 0.70

7. ขั้นตอนการดำเนินการวิจัย

- กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)
- พัฒนาแบบสอบถามและตรวจสอบคุณภาพ
- แจกจ่ายแบบสอบถามและเก็บข้อมูล
- วิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผล
- จัดทำรายงานการวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ Correlation

ในบทนี้จะใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์แบบเพียร์สัน เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างแรงจูงใจในการศึกษาต่อ ปัจจัยในการเลือกโรงเรียน การปรับตัวในชีวิต ทศนคติในการเรียน และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา โดยอ้างอิงจากเกณฑ์การตัดสินของนักวิจัยทั่วไป: ค่าความสัมพันธ์ที่อยู่ระหว่าง 0.3 ถึง -0.3 จะถือว่ามีความสัมพันธ์ต่ำ; ค่าความสัมพันธ์ที่อยู่ระหว่าง 0.3 ถึง 0.6 และ -0.3 ถึง -0.6 จะถือว่ามีความสัมพันธ์ปานกลาง; และค่าความสัมพันธ์ที่อยู่ระหว่าง 0.6 ถึง 0.9 และ -0.6 ถึง -0.9 จะถือว่ามีความสัมพันธ์สูง เพื่อทำความเข้าใจระดับความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต่าง ๆ (Bhandari, 2023)

การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้

การศึกษานี้ใช้ค่า Cronbach's Alpha ในการวัดความสอดคล้องภายในของตารางรวมและแต่ละแบบสอบถาม หากค่า Cronbach's > 0.7 ถือว่ามีความเชื่อถือได้สูง; อยู่ระหว่าง 0.35 ถึง 0.7 ถือว่ามีความเชื่อถือได้ปานกลาง และต่ำกว่า 0.3 ถือว่ามีความเชื่อถือได้ต่ำ

การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแต่ละแบบสอบถามมีดังตาราง 3-5-11 ดังนี้:

(1) การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามแรงจูงใจในการศึกษาต่อในได้หวัน แบบสอบถามแรงจูงใจในการศึกษาต่อในได้หวันมีทั้งหมด 11 ข้อ โดยมีสามมิติ ได้แก่ "การมุ่งเน้นภายนอก", "การมุ่งเน้นภายใน", "การมุ่งเน้นเชิงปฏิสัมพันธ์" ค่า Cronbach's Alpha คือ: 0.765, 0.780, 0.702 ซึ่งทั้งหมดมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายใน

(2) แบบสอบถามปัจจัยการเลือกโรงเรียนมีทั้งหมด 18 ข้อ โดยมีสามมิติ ได้แก่ "การพัฒนาทางอนาคต", "ชื่อเสียงของโรงเรียน", "สิ่งอำนวยความสะดวก" ค่า Cronbach's Alpha คือ: 0.942, 0.928, 0.724 ซึ่งทั้งหมดมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายใน

(3) การวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ของแบบสอบถามการปรับตัวในชีวิต แบบสอบถามการปรับตัวในชีวิตมีทั้งหมด 10 ข้อ โดยมีสามมิติ ได้แก่ "การปรับตัวทางสังคมและวัฒนธรรม", "การปรับตัวในการเรียน", "การปรับตัวในชีวิต" ค่า Cronbach's Alpha คือ: 0.896, 0.869, 0.711 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายใน

(4) แบบสอบถามทัศนคติการเรียนมีทั้งหมด 18 ข้อ โดยมีสองมิติ ได้แก่ "ทัศนคติขั้นสูง", "ทัศนคติพื้นฐาน" ค่า Cronbach's Alpha คือ: 0.906, 0.808 ซึ่งทั้งหมดมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายใน

(5) แบบสอบถามผลสัมฤทธิ์การเรียนมีทั้งหมด 3 ข้อ โดยมีมิติเดียวคือ "ผลสัมฤทธิ์การเรียน" ค่า Cronbach's Alpha คือ: 0.869 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่าแบบสอบถามมีความสอดคล้องภายในตารางที่ 5-1-1 การสรุป

สมมติฐานการวิจัยและผลการพิสูจน์ทางสถิติ

สมมติฐานการวิจัย	ผลการพิสูจน์ทางสถิติ
H1: แรงจูงใจในการศึกษาต่อส่งผลต่อปัจจัยในการเลือกสถาบัน	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H2: แรงจูงใจในการศึกษาต่อส่งผลต่อการปรับตัวในชีวิต	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H3: แรงจูงใจในการศึกษาต่อส่งผลต่อทัศนคติในการเรียนรู้	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H4: แรงจูงใจในการศึกษาต่อส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H5: ปัจจัยในการเลือกสถาบันส่งผลต่อการปรับตัวในชีวิต	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H6: ปัจจัยในการเลือกสถาบันส่งผลต่อทัศนคติในการเรียนรู้	ได้รับการยืนยันบางส่วน
H7: ปัจจัยในการเลือกสถาบันส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา	สมมติฐานได้รับการยืนยัน
H8: การปรับตัวในชีวิตส่งผลต่อทัศนคติในการเรียนรู้	สมมติฐานได้รับการยืนยัน
H9: การปรับตัวในชีวิตส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา	สมมติฐานได้รับการยืนยัน
H10: ทัศนคติในการเรียนรู้ส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา	สมมติฐานได้รับการยืนยัน

ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติด้านการจัดการ

การวิจัยนี้วิเคราะห์ข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถามเพื่อสำรวจแรงจูงใจในการศึกษาต่อ ปัจจัยการเลือกสถาบัน การปรับตัวในชีวิต ทัศนคติในการเรียนรู้ และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาของนักศึกษาชาวจีนโพ้นทะเล พร้อมเสนอข้อแนะนำเชิงปฏิบัติ ดังนี้:

1. ****แรงจูงใจและปัจจัยการเลือกสถาบัน****
 - แรงจูงใจส่งผลต่อปัจจัยการเลือก โดยเฉพาะด้าน "การพัฒนาในอนาคต" ($r=.577^{**}$)
 - แนะนำให้สถาบันเน้นความสามารถในการเพิ่มศักยภาพทางอาชีพและโอกาสการพัฒนาของนักศึกษา
2. ****แรงจูงใจและการปรับตัวในชีวิต****
 - แรงจูงใจส่งผลเชิงบวกต่อการปรับตัว ($r=.508^*$)
 - สถาบันควรเสริมสร้างการสนับสนุนด้านวัฒนธรรมและสิ่งแวดล้อม เพื่อช่วยนักศึกษาปรับตัว
3. ****แรงจูงใจและทัศนคติในการเรียนรู้****
 - แรงจูงใจช่วยเสริมทัศนคติในการเรียน ($r=.516^{**}$)
 - ส่งเสริมกิจกรรมที่กระตุ้นการเรียนรู้และสร้างแรงจูงใจให้นักศึกษา
4. ****แรงจูงใจและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา****
 - นักศึกษาที่มีแรงจูงใจสูงมีผลการเรียนที่ดี ($r=.454^{**}$)

- จัดกิจกรรมเสริมความชัดเจนในเป้าหมายการเรียนรู้
- 5. ****ปัจจัยการเลือกสถาบันและการปรับตัวในชีวิต****
 - ปัจจัยการเลือกสถาบันมีผลต่อการปรับตัว โดยเฉพาะ "การปรับตัวทางสังคม" ($r=.562^{**}$)
 - พัฒนาโปรแกรมต้อนรับและสนับสนุนเพื่อช่วยนักศึกษาในการเริ่มต้นชีวิต
- 6. ****ปัจจัยการเลือกสถาบันและทัศนคติในการเรียนรู้****
 - ปัจจัยการเลือกมีความสัมพันธ์สูงกับทัศนคติการเรียน ($r=.763^{**}$)
 - สถาบันควรมุ่งเน้นทรัพยากรการเรียนที่มีคุณภาพและการสนับสนุนทางวิชาการ
- 7. ****ปัจจัยการเลือกสถาบันและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา****
 - ปัจจัยการเลือกมีผลต่อผลลัพธ์การเรียน ($r=.325^{**}$)
 - เพิ่มโอกาสและทรัพยากรด้านการเรียนเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษา
- 8. ****การปรับตัวในชีวิตและทัศนคติในการเรียนรู้****
 - การปรับตัวในชีวิตส่งผลต่อการเรียน ($r=.683^{**}$)
 - สถาบันควรพัฒนาสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนรู้และการใช้ชีวิต
- 9. ****การปรับตัวในชีวิตและผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา****
 - การปรับตัวในชีวิตมีผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ($r=.551^{**}$)
 - สนับสนุนกิจกรรมช่วยนักศึกษาปรับตัว เช่น การให้คำปรึกษาและกิจกรรมชุมชน
- 10. ****ทัศนคติในการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา****
 - ทัศนคติที่ดีมีผลต่อผลการเรียน ($r=.499^{**}$)
 - สร้างแรงจูงใจและสนับสนุนพฤติกรรมการเรียนที่ดี

บรรณานุกรม

- Roberts, R., Rampold, S. D., Ramage, R., & Komunjeru, B. (2020). A typology of university agriculture students' projected motivations to study abroad: An application of Q methodology. *Journal of International Agricultural and Extension Education*, 27(3), 59-74.
- 徐子愨.(2014). 陸生來臺就學適應情形探究-以淡江大學為例(未出版之碩士論文), 淡江大學, 新北市.
- 蘇意晴 (2015)。陸生來臺動機、生活適應與學習成效之探討—以朝陽科技大學為例 (碩士論文, 朝陽科技大學)。華藝線上圖書館。
- 卓福安 (2016)。影響馬來西亞華裔學生來臺就讀高等教育之因素與因應之道。應華學報, (18), 107-141。
- 譚柳、蔡文榮 (2016)。大陸交換生在臺的學習動機及適應問題之研究：以中興大學為例。國立臺中科技大學通識教育學報, (5), 139-176。
- 洪佳伶 (2017)。外籍生來臺就讀因素及適應問題探討-以東部 T 大學越南外籍生為例。(碩士論文。國立臺東大學) 臺灣博碩士論文知識加值系統。

- 潘俊宏、張仁家（2019）。新南向政策背景下國際學生來臺留學現況暨影響因素初探。臺灣教育評論月刊，8(2)，154-175。
- 黃柳菁（2023）。學習動機、學習態度與專業素養對學習成效之影響-以照顧服務員長照專業教育訓練課程為例。（碩士論文，崑山科技大學）臺灣博碩士論文知識加值系統。
- 黃俊堯（2008）。私立高職學校行銷策略與學生選校因素之研究（碩士論文，淡江大學）。華藝線上圖書館。
- 江怡慧，林宛儒，賴奕仲，趙淑均，(2011)，影響高職畢業生選擇學校因素之研究，明新學報，37 卷第 2 期，頁 143-152。
- 吳怡霏(2016). 技職校院學生選校因素與學習滿意度之研究-以基北區為例. 江怡慧，林宛儒，賴奕仲，趙淑均，(2011)，影響高職畢業生選擇學校因素之研究，明新學報，37 卷第 2 期，頁 143-152。
- 郭德貞、藍毓莉、楊劭為（2023）。大學新生選校因素與學習適應、學習成效之關聯分析——以東部某科技大學醫務暨健康管理系為例。管理實務與理論研究，17(3)，105-116。
- 蘇意晴（2015）。陸生來臺動機、生活適應與學習成效之探討——以朝陽科技大學為例（碩士論文，朝陽科技大學）。華藝線上圖書館。
- 沈碩彬（2019）。高中教師適應之成因探究：身心靈整合的觀點。嘉大教育研究學刊，(43)，83-108。
- 沈碩彬、陳怡伶、黃麗蓉（2021）。大學推動國際教育現況與發展——以靜宜大學為例，自取：臺灣教育評論月刊，10(4)，98-100。
- 彭羽琪、張翊辰(2021)。大學生學校生活適應與主觀幸福感關係之研究。正修通識教育學報，18 期，1-24。
- 陳德智（2023）。探討外籍生的生活適應、自我效能與學習成效對留台就業意願的影響以及學校行銷應用（碩士論文，醒吾科技大學）。臺灣博碩士論文知識加值系統。
- 邱美芬(2023)，新南向政策越南專班學生來臺留學動機、生活適應、學習態度與學習成效之研究，（碩士論文，中國科技大學）。臺灣博碩士論文知識加值系統。
- 陳美滿（2006）。高職原住民學生學習態度之研究（碩士論文，國立臺北科技大學）。華藝線上圖書館。
- 邱慧芳（2013）。科技校院幼保系學生自我概念、學習態度與就業能力之研究（博士論文，國立臺北科技大學）。華藝線上圖書館。
- 麻治中（2016）。數位學習的學習態度與成效之探討-以線上「名師學院」為例（碩士論文，義守大學）。華藝線上圖書館。
- 樊祖燁、潘博宇（2021）。雙因子理論對學生學習成就之影響——以學習態度作為中介變數。商管科技季刊，22(2)，257-297。
- 黃柳菁（2023）。學習動機、學習態度與專業素養對學習成效之影響-以照顧服務員長照專業教育訓練課程為例。（碩士論文，崑山科技大學）臺灣博碩士論文知識加值系統。

廖淑芬 (2023)。師培生混成學習學習態度與學習成效之研究-以中部某國立大學為例。
(碩士論文。國立臺中教育大學) 臺灣博碩士論文知識加值系統。

施創 (2019)。國中階段數學科補救教學方案學習成效個案研究。臺灣大學公共事務研究所
學位論文, 2019, 1-140。

Bhandari, P. (2023). Correlation Coefficient| Types, Formulas & Examples.

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

เส้นแบ่งที่ไม่ชัดเจนของความขัดแย้ง: สงครามลูกผสมของรัสเซียในซีเรีย
และอนาคตของความมั่นคงระหว่างประเทศ

Blurred Lines of Conflict: Russia's Hybrid Warfare in Syria
and the Future of International Security

ชมชนก ปริญฐิติภา

คณะรัฐศาสตร์ สาขาวิชาการเมืองและการต่างประเทศ

ภาควิชาภาษาอังกฤษ (BMIR) มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

E-mail : phob_prinotmail.com

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อการศึกษาทฤษฎีสงครามลูกผสมของรัสเซีย ซึ่งเป็นการผสมผสานวิธีการทำสงครามตามแบบและนอกแบบ ถูกนำไปใช้ในสงครามกลางเมืองซีเรีย ซึ่งเป็นหนึ่งในสถานการณ์ความขัดแย้งที่มีความซับซ้อนมากที่สุดในภูมิภาคตะวันออกกลาง อย่างไรก็ตาม ทฤษฎีนี้จะส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพในภูมิภาคและความมั่นคงระดับโลกมากแค่ไหน มีบทบาทเพียงใดในการส่งเสริมผลประโยชน์ของนโยบายต่างประเทศของรัสเซีย และช่วยอธิบายสถานการณ์ความขัดแย้งของโลกในยุคปัจจุบัน

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพและการวิเคราะห์กรณีศึกษา โดยใช้ซีเรียเป็นกรณีศึกษาหลักสำหรับการศึกษาสงครามลูกผสม และเปรียบเทียบพฤติกรรมของรัสเซียในยุคแรกเพื่ออธิบายการพัฒนาของทฤษฎีสงครามลูกผสม การวิเคราะห์เอกสารและการวิเคราะห์แก่นสาระ ถูกนำมาใช้เพื่อระบุกลยุทธ์หลักของรัสเซีย ได้แก่ ปฏิบัติการทางทหาร ปฏิบัติการข้อมูล และการใช้กองกำลังตัวแทน นอกจากนี้ งานวิจัยยังใช้มุมมองทางภูมิรัฐศาสตร์และโครงสร้างนิยมในการประเมินเจตนาของรัสเซียและผลกระทบที่เกิดขึ้น ผลที่ได้จากการศึกษา พบว่า สงครามลูกผสมช่วยให้รัสเซียสามารถสนับสนุนระบอบอัสซาดสามารถขยายอิทธิพลในตะวันออกกลาง และตอบโต้การแทรกแซงของชาติตะวันตก โดยรัสเซียใช้การปฏิบัติการทางทหาร การโฆษณาชวนเชื่อ และการทูต เพื่อบรรลุเป้าหมายที่วางไว้ อย่างไรก็ตาม สงครามลูกผสมทำให้ความแตกแยกทางศาสนาในซีเรียรุนแรงขึ้น ขัดขวางการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจของซีเรีย และนำไปสู่ความไม่มั่นคงของภูมิภาคในระยะยาว ยิ่งไปกว่านั้น การที่ตัวแสดงอื่น ๆ นำยุทธวิธีสงครามลูกผสมไปใช้ เป็นการสร้างภัยคุกคามรูปแบบใหม่ต่อความมั่นคงระดับโลก และผลการศึกษายังพบว่า ถึงแม้ว่าสงครามลูกผสมเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังสำหรับการบรรลุเป้าหมายระยะสั้น แต่กลับมีข้อก้ำกัในด้านศีลธรรมและกฎหมาย รวมถึงไม่มีศักยภาพเชิงปฏิบัติสำหรับการรักษาความมั่นคงในระยะยาว เพื่อเติมเต็มช่องว่างงานวิจัย งานวิจัยนี้จึงศึกษาและเปรียบเทียบความคิดเห็น กลยุทธ์ และวัตถุประสงค์ของรัฐที่ใช้สงครามลูกผสม ซึ่งสามารถช่วยผู้กำหนดนโยบายและนักวิชาการในการจัดการกับความซับซ้อนของสงครามลูกผสมและความมั่นคงระดับโลกได้

คำสำคัญ : สงครามลูกผสม, ภูมิรัฐศาสตร์, ความไม่มั่นคงของภูมิภาค

Abstract

This research focuses on Russia's hybrid warfare approach and use in the Syrian Civil War, looking at its effects on regional stability and global security. The project aims to examine the extent to which hybrid warfare – mixed traditional and non-traditional methods – promotes Russia's foreign policy interests while defining contemporary conflicts.

This research uses a case study approach and qualitative methodology to examine Syria as an important case study in hybrid warfare. It compares Russia's behavior in Ukraine to explain the development of its hybrid doctrine. Documentary analysis and thematic investigation were used to determine Russia's primary strategies: military operations, information operations, and proxy forces. The research also uses geopolitical and constructivist lenses to assess Russia's larger strategic intentions and consequences.

As the research reveals, hybrid warfare allowed Russia to support the Assad regime, gain leverage in the Middle East, and counter-act Western aggression. Russia was able to achieve major tactical victory via military operations, propaganda, and diplomacy. But the plan also deepened sectarian divisions, stymied Syria's economic recovery, and led to sustained regional instability. Moreover, other actors' adoption of the same tactics poses new threats to global security. Hybrid warfare also offers a powerful tool for short-term goals but is morally and legally questionable and has no practical potential for long-term security. To fill the research gap, this analysis analyzes and compares each state actor's opinion, strategy, and objective on the use of hybrid warfare, which can help policymakers and scholars navigate the waters of hybrid warfare and global security.

Keywords : Hybrid Warfare, Geopolitics, Regional Instability.

บทนำ

สงครามลูกผสมได้กลายเป็นลักษณะเด่นของความขัดแย้งในยุคปัจจุบัน เส้นแบ่งระหว่างสงครามและสันติภาพ การทหารและพลเรือน รวมถึงบทบาทของรัฐและตัวแสดงที่ไม่ใช่รัฐถูกทำให้กลมกลืนกันมากขึ้น ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา รัสเซียได้กลายเป็นผู้นำด้านสงครามลูกผสม โดยรัสเซียได้ใช้กองทัพ การโจมตีทางไซเบอร์ การใช้ยุทธการทางข้อมูลข่าวสาร และกองกำลังตัวแทน เพื่อผลักดันเป้าหมายทางภูมิรัฐศาสตร์ (Fridman, 2018) (Najžer, 2020) แม้ว่าสงครามลูกผสมมีประสิทธิภาพในเชิงยุทธวิธีสูง แต่สงครามลูกผสมก็ได้สร้างข้อสงสัยที่สำคัญเกี่ยวกับความสำคัญเชิงยุทธศาสตร์ต่อความมั่นคงในภูมิภาคและระดับโลก งานวิจัยนี้สำรวจผลกระทบจากยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซียต่อสงครามกลางเมืองซีเรีย การมีส่วนร่วมของ

รัสเซียในความขัดแย้ง และผลกระทบทางภูมิรัฐศาสตร์ อย่างไรก็ตาม สงครามลูกผสมยังคงเป็นทฤษฎีที่ยังถูกค้นคว้าวิจัยน้อย โดยมีคำถามที่ยังไม่ชัดเจนเกี่ยวกับเรื่องบทบาท วัตถุประสงค์ และประโยชน์จากการใช้งานของสงครามลูกผสม ในกรณีของซีเรีย ยุทธศาสตร์หลายด้านของรัสเซียได้สร้างผลกระทบทางภูมิรัฐศาสตร์ที่สำคัญ ตั้งแต่การทำให้ภูมิภาคไม่มีเสถียรภาพไปจนถึงการบั่นทอนระเบียบระหว่างประเทศ แต่ยังมีการพูดถึงผลกระทบของนโยบายเหล่านี้ต่อความสัมพันธ์ในภูมิภาคและโครงสร้างความมั่นคงระดับโลกน้อยมาก บทความนี้มีเป้าหมายเพื่อเติมเต็มช่องว่างเหล่านี้ โดยการเจาะลึกถึงการดำเนินนโยบายสงครามลูกผสมของรัสเซียและผลกระทบในวงกว้างต่อโลก

แม้สงครามลูกผสมจะมีความโดดเด่น แต่ยังคงเป็นแนวคิดที่ยังไม่ได้รับการพัฒนาอย่างเต็มที่ในวรรณกรรมทางวิชาการ โดยมีการถกเถียงเกี่ยวกับคำจำกัดความ ขอบเขต และประสิทธิภาพของมัน (Fridman, 2018) ในกรณีของซีเรีย ยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซียได้สร้างผลกระทบทางภูมิรัฐศาสตร์ที่สำคัญ รวมถึงการเสริมอำนาจของรัฐบาลอัสซาด การทำให้ภูมิภาคไม่มั่นคง และการกีดกันบรรทัดฐานระหว่างประเทศ (Vasiliev, 2018) อย่างไรก็ตาม การวิเคราะห์ว่ายุทธศาสตร์เหล่านี้มีปฏิสัมพันธ์กับพลวัตในภูมิภาคและส่งผลกระทบต่อโครงสร้างความมั่นคงระดับโลกอย่างไรยังมีอยู่อย่างจำกัด งานวิจัยนี้จึงพยายามที่จะเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดยตรวจสอบปฏิสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซียกับผลกระทบในวงกว้าง

วิวัฒนาการและลักษณะเฉพาะของสงครามลูกผสม

สงครามลูกผสมเป็นแนวคิดที่รวมเอากลยุทธ์แบบดั้งเดิมและไม่ดั้งเดิมเข้าด้วยกันเพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ โดยมีการพัฒนาอย่างมีนัยสำคัญเพื่อตอบสนองต่อความซับซ้อนของความขัดแย้งในยุคปัจจุบัน รากฐานทางทฤษฎีของสงครามลูกผสมที่ได้รับการอธิบายโดยนักวิชาการ เช่น Frank G. Hoffman เน้นย้ำถึงความยืดหยุ่นและความหลากหลายของสงครามลูกผสม ซึ่งครอบคลุมความสามารถทางการทหารแบบปกติ ยุทธวิธีที่ผิดปกติ รวมถึงองค์ประกอบของการก่อการร้ายและกิจกรรมทางอาชญากรรม (Hoffman, 2007) โดยมีตัวอย่างทางประวัติศาสตร์ เช่น สงครามเซเชนในช่วงทศวรรษ 1990 และการปฏิบัติการของกลุ่มฮิซบอลเลาะห์ในสงครามเลบานอนครั้งที่สองในปี 2006 แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพของยุทธศาสตร์ลูกผสมในการทำหายความเหนือกว่าทางการทหารแบบดั้งเดิมและบรรลุเป้าหมายที่ไม่สามารถทำได้ด้วยวิธีการปกติ (Najzer, 2020) ความขัดแย้งเหล่านี้แสดงให้เห็นว่าสงครามลูกผสมเติบโตจากการใช้พลวัตทางสังคม การหลอกลวงเชิงยุทธศาสตร์ และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ทำให้ความขัดแย้งมีความซับซ้อนมากขึ้นและยากต่อการรับมือในโลกที่เชื่อมโยงถึงกัน

ลักษณะเฉพาะของสงครามลูกผสมประกอบด้วยความคลุมเครือ การปฏิเสธความรับผิดชอบ และความสามารถในการปรับตัว โดยการลบเส้นแบ่งระหว่างสงครามและสันติภาพ รวมถึงการเปลี่ยนผ่านอย่างไร้รอยต่อระหว่างยุทธวิธีแบบดั้งเดิมและแบบผิดปกติ ตัวแสดงในสงครามลูกผสมสามารถใช้ประโยชน์จากช่องโหว่ในหลายมิติ (Fridman, 2018) เช่น การใช้กองกำลังตัวแทน การโจมตีจุดอ่อนของพลเรือนและสังคม รวมถึงการผนวกปฏิบัติการข้อมูลเข้ากับกลยุทธ์เพื่อควบคุมการเล่าเรื่องและมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจ ตัวอย่างเช่น การผนวกไครเมียของรัสเซียในปี 2014 แสดงให้เห็นถึงการใช้สงครามลูกผสมอย่างชาญฉลาด โดย

ผสมผสานการโฆษณาชวนเชื่อกับการปฏิบัติการทางทหารลับเพื่อบรรลุเป้าหมายทางภูมิรัฐศาสตร์ (Richey, 2017) เมื่อสงครามลูกผสมทำทลายบรรทัดฐานและกฎเกณฑ์แบบดั้งเดิม มันจึงก่อให้เกิดภัยคุกคามที่สำคัญต่อความมั่นคงระหว่างประเทศ และจำเป็นต้องมีกรอบการรับมือใหม่เพื่อตอบสนองต่อเส้นแบ่งที่เลือนลางและภัยคุกคามหลายมิติที่เกิดขึ้น (Boms, 2019)

สงครามกลางเมืองซีเรียและตัวแสดงหลักที่มีส่วนร่วมในความขัดแย้ง

สงครามกลางเมืองซีเรียซึ่งเริ่มต้นในปี 2011 จากการลุกฮือต่อต้านระบอบการปกครองของบาชาร์ อัล-อัสซาด ได้พัฒนาเป็นความขัดแย้งที่ซับซ้อนและหลากหลายมิติ ซึ่งเกี่ยวข้องกับตัวแสดงทั้งในระดับรัฐและไม่ใช่รัฐที่มีเป้าหมายแตกต่างกันอย่างมาก ระบอบอัสซาดได้รับการสนับสนุนจากพันธมิตรที่ทรงอิทธิพลอย่างรัสเซียและอิหร่าน ซึ่งมุ่งมั่นที่จะรักษาอำนาจ สำหรับอิหร่าน ซีเรียเป็นส่วนสำคัญใน "แกนต้านทาน" ที่เชื่อมโยงเตหะรานกับกลุ่มฮิซบอลเลาะห์ในเลบานอน ขณะที่รัสเซียมองว่าซีเรียเป็นประตูสำคัญในการรักษาอิทธิพลในตะวันออกกลางและเข้าถึงทะเลเมดิเตอร์เรเนียนผ่านฐานทัพเรือในทาร์ทัส (Vasiliev, 2018) (Szekely, 2023) ฝ่ายต่อต้านอัสซาดเป็นกลุ่มพันธมิตรที่แตกแยกกัน ซึ่งรวมถึงกลุ่มชาตินิยมทางโลก กลุ่มอิสลามหัวรุนแรง เช่น จาบัต อัล-นุสรา (ที่ต่อมาเปลี่ยนชื่อเป็น ไฮยัต ทาห์รีร์ อัล-ชาม) และกลุ่ม ISIS ซึ่งพยายามสร้างรัฐเคาะลีฟะฮ์ในซีเรียและอิรัก (Reese Erlich, 2014) (Boms, 2019) ตัวแสดงที่มีอำนาจในภูมิภาค เช่น ตุรกี ซาอุดีอาระเบีย และกาตาร์ สนับสนุนกลุ่มต่อต้านด้วยเหตุผลทางภูมิรัฐศาสตร์และนิกายศาสนา ในขณะที่อียิปต์และอิรัก ซึ่งได้รับอิทธิพลจากความกังวลด้านความมั่นคงของตนเอง ให้การสนับสนุนต่ออัสซาดอย่างเปิดเผยหรือลับๆ (Vasiliev, 2018) (Szekely, 2023) สหรัฐฯ และพันธมิตร ซึ่งรวมถึงชาติยุโรป เข้ามาแทรกแซงด้วยเหตุผลหลักในการต่อต้าน ISIS แต่กลับต้องเผชิญกับความขัดแย้งทางยุทธศาสตร์ เช่น การสนับสนุนกองกำลังเคิร์ดที่ตุรกีไม่พอใจ และการช่วยเหลือกลุ่มฝ่ายค้านสายกลางอย่างจำกัด ซึ่งมักขาดความสามัคคีและประสิทธิภาพทางทหาร (Reese Erlich, 2014) (Vasiliev, 2018)

การเข้ามาและเป้าหมายของรัสเซียในสงครามกลางเมืองซีเรีย

การมีส่วนร่วมโดยตรงของรัสเซียเริ่มต้นในปี 2015 ด้วยการแทรกแซงทางทหารเพื่อสนับสนุนอัสซาด โดยถูกนำเสนอว่าเป็นความพยายามต่อต้านการก่อการร้าย แต่มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อรักษาผลประโยชน์เชิงยุทธศาสตร์ในซีเรียและยืนยันบทบาทในฐานะมหาอำนาจระดับโลก (Vasiliev, 2018) (Najzer, 2020) รัสเซียใช้กลยุทธ์สงครามลูกผสมที่รวมการปฏิบัติการทางทหาร เช่น การโจมตีทางอากาศและการใช้ยุทโธปกรณ์ขั้นสูง เข้ากับการดำเนินการทางการทูต เศรษฐกิจ และยุทธการทางข้อมูลข่าวสาร (Fridman, 2018) (Vasiliev, 2018) กลยุทธ์เหล่านี้ช่วยให้อัสซาดยึดคืนพื้นที่สำคัญ เช่น อเลปโปและพัลไมรา พร้อมทั้งแสดงศักยภาพทางการทหารของรัสเซียและเพิ่มความนิยมในประเทศต่อวลาดิมีร์ ปูติน (Szekely, 2023) (Vasiliev, 2018) ในด้านเศรษฐกิจ รัสเซียมุ่งปกป้องการลงทุนในอุตสาหกรรมซีเรีย เช่น พลังงานและการขายอาวุธ ในขณะที่เดียวกันก็วางตัวเป็นผู้ไกล่เกลี่ยในการเจรจาสันติภาพและยับยั้งมติของสหประชาชาติที่วิจารณ์อัสซาด (Reese Erlich, 2014) (Boms, 2019) วิธีการที่ครอบคลุมนี้สะท้อนถึงความสามารถของมอสโกในการใช้อำนาจแข็งและอำนาจอ่อนร่วมกันเพื่อผลักดันวาระทางภูมิรัฐศาสตร์ของตน

กลยุทธ์ทางทหารและพลเรือนของรัสเซียในซีเรีย

การแทรกแซงของรัสเซียในสงครามกลางเมืองซีเรียแสดงให้เห็นถึงการใช้สงครามลูกผสมอย่างครอบคลุม โดยการบูรณาการกลยุทธ์ทางทหารและพลเรือนเพื่อรักษาผลประโยชน์ทางภูมิรัฐศาสตร์ในขณะที่ลดต้นทุนและความเสี่ยง ด้านการทหาร รัสเซียใช้การโจมตีทางอากาศที่แม่นยำ อาวุธชั้นสูง เช่น ระบบขีปนาวุธ S-300 และ S-400 เครื่องบินรบ Su-30SM และบริษัททหารเอกชน (PMCs) เช่น กลุ่ม Wagner เพื่อดำเนินปฏิบัติการอย่างมีประสิทธิภาพในขณะที่ยังสามารถปฏิเสธความรับผิดชอบแบบน่าเชื่อถือได้ (Fridman, 2018) (Vasiliev, 2018) ความร่วมมือกับตัวแสดงท้องถิ่น เช่น ระบบอัสซาด กลุ่มฮิซบอลเลาะห์ และกองกำลังติดอาวุธของอิหร่าน ช่วยให้รัสเซียสามารถแสดงอำนาจโดยไม่ต้องส่งกำลังทหารจำนวนมาก โดยใช้กองกำลังตัวแทนเพื่อดำเนินปฏิบัติการและบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ ความร่วมมือเหล่านี้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนกำลัง ทำให้มอสโกสามารถรักษาอิทธิพลเหนือความขัดแย้งได้โดยใช้ทรัพยากรโดยตรงในระดับต่ำสุด (Reese Erlich, 2014) (Boms, 2019)

กลยุทธ์ที่พลเรือนก็มีความสำคัญอย่างยิ่งในแนวทางสงครามลูกผสมของรัสเซียเช่นกัน สงครามข้อมูลมีบทบาทสำคัญ โดยสื่อที่ควบคุมโดยรัฐ เช่น Russia Today และ Sputnik News มีส่วนในการกำหนดมุมมองระดับนานาชาติ โดยแสดงภาพรัสเซียว่าเป็นกำลังที่สร้างเสถียรภาพเพื่อต่อต้านการก่อการร้าย และในขณะเดียวกันก็สามารถทำลายการแทรกแซงของชาติตะวันตกได้ (Richey, 2017) (Fridman, 2018) ความสามารถทางไซเบอร์ยังช่วยขยายเรื่องเล่าเหล่านี้ โดยการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อโน้มน้าวความคิดเห็นของสาธารณชนและสร้างความสับสนในบรรดาฝ่ายตรงข้ามได้ (Boms, 2019) นอกจากนี้ มาตรการทางเศรษฐกิจ เช่น ความช่วยเหลือกว่า 1 พันล้านดอลลาร์และสัญญาการฟื้นฟู ยังช่วยเน้นย้ำการมีส่วนร่วมระยะยาวของรัสเซียในซีเรีย (Vasiliev, 2018) (Reese Erlich, 2014) ด้วยการผสมผสานการปฏิบัติการทางทหาร การปฏิบัติการข้อมูล และแรงจูงใจทางเศรษฐกิจเข้าด้วยกัน รัสเซียใช้สงครามลูกผสมได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนระบบอัสซาด ขยายอิทธิพลในภูมิภาค และแสดงอำนาจในเวทีโลก

ข้อกังวลด้านจริยธรรมและกฎหมาย

แม้สงครามลูกผสมจะมีประสิทธิภาพในการบรรลุเป้าหมายระยะสั้น แต่ก็สร้างปัญหาด้านจริยธรรมและกฎหมายที่สำคัญซึ่งท้าทายมาตรฐานระหว่างประเทศ การพึ่งพาการใช้ประโยชน์จากความคลุมเครือในกฎหมาย ซึ่งมักเรียกว่า "lawfare" ทำให้ตัวแสดง เช่น รัสเซีย สามารถบรรลุเป้าหมายได้โดยไม่ต้องแสดงความรับผิดชอบ (Boms, 2019) (Najžer, 2020) ในกรณีของซีเรีย กลยุทธ์เช่น การส่งทหารที่ไม่มีเครื่องหมาย การใช้กองกำลังตัวแทน และการวางกรอบการแทรกแซงทางทหารว่าเป็นความพยายามต่อต้านการก่อการร้ายแสดงให้เห็นถึงการจัดการกรอบกฎหมายอย่างเจตนา ยุทธวิธีเหล่านี้ทำให้การกระทำถูกซ่อนเร้นและซับซ้อนขึ้นในการตอบสนองและการแสดงความรับผิดชอบในระดับนานาชาติ (Reese Erlich, 2014) (Fridman, 2018) นอกจากนี้ การเผยแพร่ข้อมูลเท็จยังบั่นทอนความไว้วางใจในสถาบันระดับโลก และสร้างความไม่มั่นคงในสังคมที่ได้รับผลกระทบ ซึ่งลดความน่าเชื่อถือของตัวแสดงสงครามลูกผสมบนเวทีระหว่างประเทศ แม้จะได้ผลประโยชน์ในระยะสั้นก็ตาม (Richey, 2017) (Fridman, 2018)

ข้อจำกัดของสงครามลูกผสมในการบรรลุเป้าหมายระยะยาว

แม้ว่าสงครามลูกผสมจะให้ทางเลือกที่คุ้มค่าสำหรับเป้าหมายระยะสั้น แต่ก็มีข้อจำกัดในการรักษาความสำเร็จเชิงยุทธศาสตร์ในระยะยาว การพึ่งพากลยุทธ์ลูกผสมมากเกินไปเสี่ยงที่จะกระตุ้นการต่อต้านจากมหาอำนาจคู่แข่ง ทำให้ความขัดแย้งยกระดับขึ้น และทำให้สิ้นเปลืองทรัพยากรของประเทศ (Fridman, 2018) (Najzer, 2020) ในกรณีของซีเรีย การมีส่วนร่วมของรัสเซียได้นำไปสู่ภาวะทางเศรษฐกิจที่เพิ่มขึ้น ซึ่งซ้ำเติมด้วยการคว่ำบาตรและรายได้จากน้ำมันที่ลดลง ทำให้เกิดคำถามเกี่ยวกับความยั่งยืนของแนวทางนี้ (Vasiliev, 2018) (Fridman, 2018) นอกจากนี้ ความคลุมเครือโดยธรรมชาติของสงครามลูกผสมมักส่งผลให้เกิดนโยบายที่ตอบสนองมากกว่าวางแผนล่วงหน้า และการกระทำที่ขัดแย้งกัน เช่น การแสวงหาการเจรจาสันติภาพควบคู่ไปกับการเพิ่มความเข้มข้นของปฏิบัติการทางทหาร (Boms, 2019) ความไม่สอดคล้องเหล่านี้บั่นทอนพันธมิตรและทำให้ความไม่มั่นคงยืดเยื้อ ทิ้งไว้เบื้องหลังสังคมที่แตกแยก สถาบันที่อ่อนแอ และความไม่ไว้วางใจที่เพิ่มขึ้น สุดท้าย ผลกระทบระยะยาวเหล่านี้สร้างความท้าทายไม่เพียงแต่ต่อภูมิภาคที่ได้รับผลกระทบเท่านั้น แต่ยังรวมถึงตัวแสดงที่ใช้กลยุทธ์ลูกผสมด้วย ซึ่งอาจทำให้สูญเสียอิทธิพลและสร้างความเสี่ยงด้านความมั่นคงใหม่ในอนาคต (Najzer, 2020) (Fridman, 2018)

การทำความเข้าใจสงครามลูกผสมจะมีบทบาทสำคัญต่อการกำหนดทิศทางของผู้กำหนดนโยบายและนักวิจัยที่ต้องการทำความเข้าใจสงครามในยุคปัจจุบัน ผ่านความขัดแย้งลูกผสมของรัสเซียในซีเรีย งานวิจัยนี้ได้เพิ่มบริบทใหม่ให้กับวรรณกรรมที่กำลังเติบโตเกี่ยวกับความขัดแย้งในปัจจุบัน โดยอธิบายถึงจุดเริ่มต้น จุดจบ และความเป็นไปได้ในอนาคต (Fridman, 2018) (Najzer, 2020) นอกจากนี้ ผลการศึกษายังสามารถนำไปใช้เพื่อหาวิธีการรับมือกับผลกระทบที่ทำให้เกิดความไม่มั่นคงของสงครามลูกผสม และจินตนาการถึงโครงสร้างความมั่นคงระหว่างประเทศแบบใหม่เพื่อตอบสนองต่อภัยคุกคามรูปแบบใหม่ (Vasiliev, 2018) (Reese Erlich, 2014) ด้วยการสำรวจการปฏิสัมพันธ์ระหว่างยุทธศาสตร์ ภูมิรัฐศาสตร์ และความมั่นคง บทความนี้พยายามสร้างความเข้าใจที่ดีขึ้นเกี่ยวกับบทบาทของสงครามลูกผสมในการกำหนดรูปแบบความขัดแย้งในยุคปัจจุบันและความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ (Boms, 2019) แม้จะมุ่งเน้นไปที่กรณีของรัสเซียและซีเรีย แต่บทความนี้ยังมีส่วนร่วมในวงสนทนาที่กว้างขึ้นเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ของสงครามในศตวรรษที่ 21 (Najzer, 2020)

การทบทวนวรรณกรรม

การทำสงครามลูกผสม

สงครามลูกผสมได้กลายเป็นแนวคิดสำคัญในงานวิจัยด้านความขัดแย้งร่วมสมัย ซึ่งผสมผสานวิธีการแบบดั้งเดิมและไม่ดั้งเดิมเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ Frank G. Hoffman เป็นผู้ที่นิยามแนวคิดนี้อย่างเป็นทางการ โดยอธิบายว่าสงครามลูกผสมคือการผสมผสานระหว่างความสามารถทางทหารแบบปกติและยุทธวิธีที่ผิดปกติ เช่น สงครามข้อมูล ปฏิบัติการไซเบอร์ และการใช้กองกำลังตัวแทน Hoffman เน้นว่าสงครามลูกผสม “ลบเส้นแบ่งดั้งเดิมระหว่างสงครามแบบปกติและไม่ปกติ” และใช้ประโยชน์จากจุดอ่อนของฝ่ายตรงข้ามได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Hoffman, 2007) (Najzer, 2020)

งานวิจัยนี้ต่อยอดจากงานพื้นฐานของ Hoffman โดยมุ่งเน้นไปที่การปรับใช้สงครามลูกผสมในเชิงปฏิบัติ โดยเฉพาะบทบาทของสงครามลูกผสมในการสนับสนุนเป้าหมายของรัฐ งานวิจัยได้ขยายแนวคิดนี้โดยวิเคราะห์การนำไปใช้ของรัสเซีย ซึ่งสงครามลูกผสมได้กลายเป็นส่วนสำคัญของหลักคำสอนทางการทหารของประเทศ (Fridman, 2018)

หลักคำสอนและความคิดเชิงยุทธศาสตร์ของรัสเซีย

สงครามลูกผสมของรัสเซีย หรือที่เรียกว่า Gibridnaya Voyna ได้รับอิทธิพลอย่างมากจากงานเขียนของ Valery Gerasimov ซึ่งกล่าวถึง “เส้นแบ่งที่เลือนลาง” ระหว่างสงครามและสันติภาพในความขัดแย้งยุคใหม่ หลักคำสอนของ Gerasimov เน้นความสำคัญของมาตรการพลเรือน เช่น กลยุทธ์ทางการเมือง เศรษฐกิจ และข้อมูล ซึ่งทำงานประสานกับปฏิบัติการทางทหารเพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ (Fridman, 2018) (Najžer, 2020) นักวิชาการ เช่น Ofer Fridman ให้ความเห็นว่าหลักคำสอนนี้สะท้อนถึงวิธีการที่เป็นเอกลักษณ์ของรัสเซีย ซึ่งได้รับการหล่อหลอมจากประสบการณ์ทางประวัติศาสตร์และความจำเป็นเชิงภูมิรัฐศาสตร์ (Boms, 2019)

งานวิจัยนี้ตั้งอยู่บนกรอบแนวคิดที่กว้างขึ้น โดยศึกษาสงครามลูกผสมของรัสเซียในเชิงวิวัฒนาการและการปรับใช้ พร้อมให้ความสำคัญกับความขัดแย้งในซีเรียเป็นกรณีศึกษา

สงครามลูกผสมในทางปฏิบัติ: ยูเครนและซีเรีย

วรรณกรรมที่มีอยู่เกี่ยวกับสงครามลูกผสมในยูเครนได้บันทึกไว้ว่า รัสเซียใช้ยุทธวิธีที่คลุมเครือ เช่น “Little Green Men” ปฏิบัติการข้อมูล และการบีบบังคับทางเศรษฐกิจ วิธีการเหล่านี้ถูกวิเคราะห์ว่าเป็นแนวทางเริ่มต้นที่พัฒนาขึ้นมาเป็นยุทธศาสตร์ที่ซับซ้อนยิ่งขึ้นในซีเรีย (Richey, 2017) (Vasiliev, 2018) ในขณะที่ยูเครนทำหน้าที่เป็นสนามทดลอง ซีเรียกลับกลายเป็นสนามพิสูจน์สำหรับสงครามลูกผสมในระดับโลก งานวิจัยเกี่ยวกับซีเรียชี้ให้เห็นถึงความสามารถของรัสเซียในการรวมกำลังทางอากาศ กองกำลังตัวแทน และสงครามข้อมูลเข้าเป็นกลยุทธ์ที่เหนียวแน่น ซึ่งไม่เพียงสนับสนุนระบอบอัสซาด แต่ยังขยายอิทธิพลของมอสโกในตะวันออกกลาง (Reese Erlich, 2014) (Szekely, 2023)

งานวิจัยนี้ต่อยอดจากข้อค้นพบเหล่านี้ โดยเปรียบเทียบแนวทางของรัสเซียในยูเครนและซีเรียเพื่อระบุความต่อเนื่อง การปรับตัว และผลกระทบที่กว้างขึ้นต่อความมั่นคงระหว่างประเทศ

ความท้าทายด้านจริยธรรมและกฎหมาย

การพึ่งพาความคลุมเครือและมาตรการพลเรือนในสงครามลูกผสมทำให้เกิดความกังวลด้านจริยธรรมและกฎหมาย นักวิชาการได้วิจารณ์ว่าสงครามลูกผสมเป็นรูปแบบของ “สงครามกฎหมาย” (Lawfare) ซึ่งตัวแสดงในสงครามใช้ช่องว่างทางกฎหมายเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในขณะที่หลีกเลี่ยงความรับผิดชอบ (Najžer, 2020) (Fridman, 2018) นอกจากนี้ การใช้ข้อมูลเท็จและการบิดเบือนในสงครามลูกผสมยังถูกวิจารณ์ว่าเป็นการบั่นทอนสถาบันประชาธิปไตยและความไว้วางใจของสาธารณชน (Richey, 2017)

งานวิจัยนี้ได้วิเคราะห์ประเด็นวิจารณ์เหล่านี้ โดยประเมินมิติด้านจริยธรรมและกฎหมายของกลยุทธ์ สงครามลูกผสมของรัสเซียในซีเรีย และชี้ให้เห็นถึงผลกระทบระยะยาวที่อาจเกิดขึ้นจากการทำให้ยุทธวิธี ดังกล่าวเป็นเรื่องปกติในความมั่นคงระดับโลก

การทบทวนวรรณกรรมนี้เน้นถึงความซับซ้อนหลายมิติของสงครามลูกผสม และวางตำแหน่งกลยุทธ์ของ รัสเซียไว้ในกรอบทฤษฎีและการปฏิบัติที่กว้างขึ้น ด้วยการอ้างอิงงานวิจัยสำคัญและมุมมองที่สำคัญ งานวิจัยนี้ มุ่งหวังที่จะเติมเต็มช่องว่างที่มีอยู่ พร้อมนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้สงครามลูกผสมและ ผลกระทบต่อความมั่นคงระหว่างประเทศ.

กรอบแนวคิด

กรอบแนวคิดทางทฤษฎีของงานวิจัยนี้รวมเอามุมมองหลักสองประการ ได้แก่ ทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์ และ ทฤษฎีประกอบสร้างนิยม (Constructivist Theory) เพื่อวิเคราะห์สงครามลูกผสมของรัสเซียในสงครามกลาง เมืองซีเรีย และผลกระทบในระดับภูมิภาคและระดับโลก

1. ทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์

งานวิจัยนี้อาศัยทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์เพื่อมุ่งเน้นไปที่ปฏิสัมพันธ์เชิงยุทธศาสตร์ระหว่างอำนาจ ภูมิภาคศาสตร์ และอิทธิพล โดยศึกษาว่าการกระทำของรัสเซียในซีเรียสอดคล้องกับเป้าหมายเชิงภูมิรัฐศาสตร์ที่ กว้างขึ้นอย่างไร เช่น การรักษาอิทธิพลในตะวันออกกลาง การต่อต้านการครอบงำของชาติตะวันตก และการ รักษาการเข้าถึงทรัพยากรสำคัญ เช่น ฐานทัพเรือที่ทาร์ทัส (Vasiliev, 2018) (Najžer, 2020) ทฤษฎีภูมิ รัฐศาสตร์ให้กรอบการทำงานที่มีโครงสร้างสำหรับการทำความเข้าใจแรงจูงใจและกลยุทธ์ของรัสเซียในบริบท ของพลวัตอำนาจระหว่างประเทศ มุมมองนี้ยังเน้นถึงผลกระทบในระดับภูมิภาคของยุทธศาสตร์ลูกผสมของ รัสเซีย เช่น การปรับเปลี่ยนพันธมิตร การทำให้ฝ่ายตรงข้ามไม่มีเสถียรภาพ และการฉายอำนาจโดยไม่ เผชิญหน้าโดยตรง (Fridman, 2018) (Reese Erlich, 2014)

2. ทฤษฎีประกอบสร้างนิยม (Constructivist Theory)

ทฤษฎีการสร้างความหมายช่วยเสริมมุมมองด้านภูมิรัฐศาสตร์ โดยเน้นถึงบทบาทของปัจจัยเชิง อุดมการณ์ เช่น การเล่าเรื่อง มุมมอง และอัตลักษณ์ ในการกำหนดยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซีย งานวิจัยนี้สำรวจว่ารัสเซียสร้างและจัดการการเล่าเรื่องอย่างไรเพื่อสร้างความชอบธรรมให้กับการกระทำของ ตน กำหนดกรอบฝ่ายตรงข้าม และสร้างการสนับสนุนทั้งในประเทศและระดับนานาชาติ (Richey, 2017) (Boms, 2019) ทฤษฎีนี้มีความเกี่ยวข้องโดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับการทำความเข้าใจการปฏิบัติการข้อมูล การ ครอบงำโฆษณาชวนเชื่อ และการใช้ข้อมูลเท็จของรัสเซียเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์เชิงยุทธศาสตร์ในซีเรีย ด้วยการ กำหนดมุมมองเกี่ยวกับการแทรกแซงว่าเป็นความพยายามที่สร้างเสถียรภาพและต่อต้านการก่อการร้าย รัสเซีย สามารถเสริมสร้างความชอบธรรมของตนเองในขณะเดียวกันก็ทำลายความน่าเชื่อถือของฝ่ายตรงข้าม (Vasiliev, 2018) (Najžer, 2020)

การรวมทฤษฎีภูมิรัฐศาสตร์และทฤษฎีประกอบสร้างนิยมช่วยให้สามารถวิเคราะห์สงครามลูกผสมได้อย่างรอบด้านในฐานะเครื่องมือทางรัฐศาสตร์ที่มีมิติหลากหลาย ขณะที่มุมมองภูมิรัฐศาสตร์เน้นไปที่มิติทางวัตถุและเชิงพื้นที่ มุมมองด้านการสร้างความหมายกล่าวถึงแง่มุมเชิงอุดมการณ์และบรรทัดฐานในยุทธศาสตร์ของรัสเซีย ทั้งสองกรอบนี้ร่วมกันให้ความเข้าใจอย่างครอบคลุมว่าสงครามลูกผสมดำเนินการอย่างไร ไม่เพียงในฐานะเครื่องมือที่ใช้เพื่อบรรลุเป้าหมายที่เป็นรูปธรรม แต่ยังเป็นกลไกในการปรับเปลี่ยนบรรทัดฐานระหว่างประเทศและการกำหนดมุมมองระดับโลก (Boms, 2019) (Reese Erlich, 2014)

การผสมผสานมุมมองทางทฤษฎีเหล่านี้ ทำให้นักวิจัยมีส่วนร่วมในวงวิชาการเกี่ยวกับสงครามยุคใหม่ โดยนำเสนอข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับการดำเนินการสงครามลูกผสมและผลกระทบต่อความมั่นคงระหว่างประเทศและการแก้ไขความขัดแย้ง (Najžer, 2020) (Fridman, 2018)

สมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1: การดำเนินกลยุทธ์สงครามลูกผสมโดยรัสเซียมีส่วนสำคัญในการสนับสนุนวัตถุประสงค์ของนโยบายต่างประเทศในซีเรีย โดยการรักษาระบอบอัสซาด ขยายอิทธิพลในตะวันออกกลาง และต่อต้านการแทรกแซงของชาติตะวันตก

สมมติฐานที่ 2: การใช้สงครามลูกผสมของรัสเซียในซีเรียมีส่วนทำให้เกิดความไม่มั่นคงในภูมิภาค โดยการเพิ่มความตึงเครียดทางศาสนา บั่นทอนการฟื้นตัวทางเศรษฐกิจ และสร้างแบบอย่างให้เกิดการแพร่กระจายของกลยุทธ์ที่คล้ายคลึงกันในหมู่ผู้แสดงบทบาทอื่น ๆ ในภูมิภาค

ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยนี้ใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Methodology) ซึ่งประกอบด้วย(๑.) การวิเคราะห์กรณีศึกษา เพื่อวิเคราะห์ยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซียในสงครามกลางเมืองซีเรีย โดยเลือกซีเรียเป็นกรณีศึกษาที่สำคัญเพื่อสำรวจว่ารัสเซียได้ดำเนินการสงครามลูกผสมอย่างไรเพื่อบรรลุเป้าหมายเชิงภูมิรัฐศาสตร์ (๒.) การวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ โดยเปรียบเทียบกิจกรรมของรัสเซียในซีเรียกับการแทรกแซงครั้งก่อนๆ เช่น ในยูเครน เพื่อระบุการพัฒนาและการปรับตัวของหลักคำสอนสงครามลูกผสมของรัสเซีย (Fridman, 2018) (Najžer, 2020) (๓.) การวิเคราะห์แก่นสาระ เพื่อระบุรูปแบบและยุทธศาสตร์ที่เกิดซ้ำในสงครามลูกผสมของรัสเซีย โดยมุ่งเน้นไปที่การปฏิบัติการทางทหาร การรณรงค์ข้อมูลข่าวสาร และการใช้กองกำลังตัวแทน (Richey, 2017) (Reese Erlich, 2014) (๔.) การวิเคราะห์เอกสารเพื่อศึกษาแหล่งข้อมูลปฐมภูมิและทุติยภูมิอย่างเป็นระบบ โดยข้อมูลปฐมภูมิประกอบด้วยเอกสารนโยบาย คำให้การ ยุทธศาสตร์ทางการทหาร สุนทรพจน์จากแหล่งข้อมูลทางการของรัฐบาลรัสเซีย และข่าวจากสื่อที่ควบคุมโดยรัฐของรัสเซีย (Boms, 2019) (Vasiliev, 2018) เช่น คำให้การของ Christopher S. Chivvis ใน “Understanding Russian “Hybrid Warfare” And What Can Be Done About it” เป็นต้น ส่วนข้อมูลทุติยภูมิประกอบด้วยวรรณกรรมเชิงวิชาการ การวิเคราะห์ รายงานเกี่ยวกับสงครามลูกผสมและยุทธศาสตร์ของรัสเซียในซีเรียและ

ยูเครน เช่น หนังสือ “Russia’s Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity” โดย Andrei P. Tsygankov เป็นต้น

กรอบการวิเคราะห์

กรอบการวิเคราะห์นี้ผสมผสานมุมมองทางทฤษฎีเกี่ยวกับสงครามลูกผสมเข้ากับแนวคิดจากการศึกษา ยุทธศาสตร์ทางทหารของรัสเซียและทฤษฎีความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ องค์ประกอบสำคัญประกอบด้วย: ทฤษฎีสงครามลูกผสม (Hybrid Warfare Theory): ใช้คำนิยามและแบบจำลองต่าง ๆ เพื่อสำรวจมิติทาง ยุทธศาสตร์และการปฏิบัติ โดยมีผลงานสำคัญจากนักวิชาการอย่าง Frank G. Hoffman และนักทฤษฎี การทหารของรัสเซีย เช่น Valery Gerasimov ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการทำความเข้าใจการบรรจบกันระหว่าง ยุทธวิธีแบบดั้งเดิมและแบบไม่ดั้งเดิมในสงครามลูกผสม (Hoffman, 2007) (Fridman, 2018) (Najzer, 2020) การวิเคราะห์เชิงภูมิรัฐศาสตร์ (Geopolitical Analysis): เพื่อวางตำแหน่งการกระทำของรัสเซียให้อยู่ในพลวัต ที่กว้างขึ้นของภูมิรัฐศาสตร์ตะวันออกกลางและการแข่งขันอำนาจระดับโลก มุมมองนี้ตรวจสอบวัตถุประสงค์ เชิงยุทธศาสตร์ของรัสเซีย เช่น การต่อต้านอิทธิพลของตะวันตก การสร้างพันธมิตรในภูมิภาค และการ รักษาการเข้าถึงทรัพยากรสำคัญอย่างฐานทัพเรือที่ทาร์ทัส ด้วยการวิเคราะห์การกระทำของรัสเซียในบริบท ของภูมิรัฐศาสตร์ มุมมองนี้ช่วยเปิดเผยปัจจัยทางวัตถุและเชิงพื้นที่ที่ขับเคลื่อนยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของ รัสเซีย (Reese Erlich, 2014) (Vasiliev, 2018)

มุมมองแบบประกอบสร้างนิยมและสัจนิยม (Constructivist and Realist Perspectives): เพื่อ วิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ระหว่างการเล่าเรื่อง การรับรู้ และพลวัตของอำนาจ มุมมองเชิงสร้างความหมายถูก นำมาใช้เพื่อประเมินว่ารัสเซียใช้สงครามข้อมูลข่าวสารและการโฆษณาชวนเชื่ออย่างไรในการกำหนดมุมมอง มี อิทธิพลต่อผลลัพธ์ และสร้างความชอบธรรมต่อการกระทำของตนทั้งในระดับประเทศและระดับนานาชาติ ในขณะที่มุมมองเชิงสมจริงช่วยประเมินพลวัตของอำนาจ ผลประโยชน์เชิงยุทธศาสตร์ และข้อกังวลด้านความ มั่นคงที่สนับสนุนยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซีย โดยเน้นการแสวงหาอิทธิพลและความเหนือกว่าใน สภาพแวดล้อมโลกที่มีการแข่งขัน (Szekely, 2023) (Fridman, 2018)

การประเมินผลกระทบ (Impact Assessment): เพื่อประเมินผลกระทบทางยุทธวิธี เชิงกลยุทธ์ และ จริยธรรมของสงครามลูกผสมที่มีต่อความขัดแย้งในซีเรียและเสถียรภาพในภูมิภาค นอกจากนี้ ยังพิจารณาถึง ผลกระทบในระยะยาวต่อบรรทัดฐานระหว่างประเทศและกรอบความมั่นคง (Najzer, 2020) (Boms, 2019) โดยประเมินผลกระทบของสงครามลูกผสมที่มีต่อพลวัตความขัดแย้งระดับโลก

ผลการวิจัย

งานวิจัยนี้เผยให้เห็นข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญเกี่ยวกับการใช้สงครามลูกผสมของรัสเซียในสงครามกลาง เมืองซีเรีย และผลกระทบในวงกว้างต่อเสถียรภาพในภูมิภาคและความมั่นคงระหว่างประเทศ ในเชิงยุทธวิธี ยุทธศาสตร์สงครามลูกผสมของรัสเซียพิสูจน์แล้วว่ามีประสิทธิภาพสูงในการสร้างเสถียรภาพให้กับรัฐบาล ของอัสซาด โดยผ่านการแทรกแซงทางทหาร การปฏิบัติการข้อมูลข่าวสาร และการใช้กองกำลังตัวแทน รัสเซีย

สามารถช่วยให้ข้อขัดแย้งที่คืบคลานมาเรื่อยๆ เช่น เมืองอเลปโปและปาล์มไรต์ (Fridman, 2018) (Najžer, 2020) ยุทธศาสตร์เหล่านี้ยังช่วยให้รัสเซียขยายอิทธิพลในภูมิภาค โดยวางตนเป็นผู้เล่นสำคัญในตะวันออกกลาง นอกจากนี้ ด้วยการต่อต้านการเล่าเรื่องแทรกแซงของตะวันตกผ่านการรณรงค์ข้อมูลบิดเบือนและการเคลื่อนไหวทางการเมือง รัสเซียได้สร้างภาพลักษณ์ของตนเองว่าเป็นผู้สร้างเสถียรภาพในภูมิภาค พร้อมทั้งยังสามารถรักษาทรัพย์สินสำคัญ เช่น ฐานทัพเรือทาร์ทัส (Vasiliev, 2018) (Boms, 2019)

แต่การพึ่งพายุทธศาสตร์สงครามลูกผสมส่งผลกระทบต่อเสถียรภาพในภูมิภาค การใช้กองกำลังตัวแทนและปฏิบัติการทางทหารที่มุ่งเป้าหมายทำให้ความตึงเครียดทางนิยายในซีเรียรุนแรงขึ้น ซึ่งซับซ้อนต่อความพยายามในการสร้างสันติภาพและการปรองดอง (Vasiliev, 2018) (Reese Erlich, 2014) นอกจากนี้ ความขัดแย้งที่ยืดเยื้อ ซึ่งเลวร้ายลงด้วยยุทธศาสตร์ของรัสเซีย ได้ทำให้โครงสร้างพื้นฐานและเศรษฐกิจของซีเรียอยู่ในสภาพย่ำแย่ ทำให้ความพยายามฟื้นฟูล่าช้าและสร้างความไม่มั่นคงในภูมิภาค (Szekely, 2023) (Dam, 2017) ความสำเร็จของสงครามลูกผสมในซีเรียยังได้กลายเป็นแบบอย่างที่กระตุ้นให้รัฐและกลุ่มนอกภาครัฐอื่น ๆ นำสงครามลูกผสมไปใช้ ซึ่งเสี่ยงต่อการแพร่กระจายยุทธศาสตร์ที่ก่อให้เกิดความไม่มั่นคงในสถานการณ์ความขัดแย้งในอนาคต (Boms, 2019) (Najžer, 2020)

นอกจากนี้ ยังพบความท้าทายด้านจริยธรรมและกฎหมายที่มีความสำคัญ การจัดการข้อมูลข่าวสารผ่านการรณรงค์ข้อมูลบิดเบือนของรัสเซียได้บั่นทอนความเชื่อมั่นของประชาชนต่อบรรทัดฐานและสถาบันระหว่างประเทศ ซึ่งก่อให้เกิดข้อกังวลด้านจริยธรรมที่ร้ายแรง (Richey, 2017) (Boms, 2019) ยิ่งไปกว่านั้น สงครามลูกผสมมักดำเนินการในพื้นที่สีเทาของกฎหมาย โดยใช้ประโยชน์จากความคลุมเครือระหว่างภาวะสงครามและสันติภาพ ซึ่งเป็นการท้าทายการบังคับใช้กฎหมายระหว่างประเทศและทำให้มาตรการการหาความรับผิดชอบซับซ้อนขึ้น (Najžer, 2020) (Fridman, 2018) แม้ว่าสงครามลูกผสมจะประสบความสำเร็จในเป้าหมายเชิงยุทธศาสตร์ระยะสั้น แต่การพึ่งพาการบังคับและความคลุมเครือทำให้ความสามารถในการสร้างเสถียรภาพอย่างยั่งยืนหรือสันติภาพในระยะยาวจำกัด ยุทธวิธีที่ทำให้ไม่มั่นคงเหล่านี้ไม่ได้ส่งผลกระทบต่อเพียงแค่วิถีชีวิต แต่ยังคงลุกลามไปทั่วตะวันออกกลาง เพิ่มความเสี่ยงต่อความขัดแย้งในภูมิภาคที่กว้างขึ้นและบ่อนทำลายกรอบความมั่นคงระหว่างประเทศ (Vasiliev, 2018) (Reese Erlich, 2014)

งานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่าสงครามไฮบริดเป็นเครื่องมือที่ทรงพลังในการบรรลุเป้าหมายทางภูมิรัฐศาสตร์ในระยะสั้น แต่ก็มาพร้อมกับข้อเสียในด้านจริยธรรม กฎหมาย และยุทธศาสตร์อย่างมาก การใช้ยุทธวิธีสงครามไฮบริดของรัสเซียในความขัดแย้งในซีเรียสะท้อนให้เห็นถึงทั้งประโยชน์และความเสี่ยงของแนวทางนี้ ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกที่สำคัญสำหรับนักนโยบายและนักวิชาการในการพิจารณาเกี่ยวกับผลกระทบต่อความขัดแย้งในปัจจุบันและในอนาคต

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

เพื่อต่อกรความท้าทายของสงครามลูกผสม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่รัสเซียใช้ในซีเรีย การเสริมสร้างกรอบกฎหมายระหว่างประเทศเป็นสิ่งสำคัญ สถาบันระหว่างประเทศต้องทำงานเพื่อชี้แจงและ

บังคับใช้กฎหมายที่ป้องกันการใช้ประโยชน์จาก "พื้นที่สีเทา" เช่น การใช้กองกำลังตัวแทนและ ยุทธการทาง ข้อมูลข่าวสาร กลไกต่างๆ เช่น การคว่ำบาตรและศาระหว่างประเทศ ควรถูกพัฒนาให้แข็งแกร่งขึ้นเพื่อให้แน่ใจว่ามีความรับผิดชอบและยับยั้งการบิดเบือนมาตรฐานทางกฎหมายโดยตัวแสดงในสงครามลูกผสม

รัฐบาลควรพัฒนากลยุทธ์ตอบโต้สงครามลูกผสมอย่างครอบคลุม โดยผสมรวมแนวทางการทหารและพลเรือนเข้าด้วยกัน ใช้ทั้งยุทธวิธีแบบดั้งเดิมและแบบไม่ดั้งเดิมเพื่อรับมือกับภัยคุกคามลูกผสมอย่างมีประสิทธิภาพ การเพิ่มความแข็งแกร่งให้โครงสร้างพื้นฐานด้านความมั่นคงทางไซเบอร์และการเปิดตัวแคมเปญตอบโต้ข้อมูลเท็จมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการลดผลกระทบของการปฏิบัติการข้อมูลในสงครามลูกผสม นอกจากนี้ การส่งเสริมความร่วมมือระหว่างประเทศผ่านความพยายามพหุภาคี และการเสริมสร้างพันธมิตรด้านความมั่นคงในภูมิภาค โดยเฉพาะในตะวันออกกลาง สามารถช่วยจำกัดการแทรกแซงจากภายนอกและสร้างการตอบสนองที่เป็นเอกภาพต่อภัยคุกคามลูกผสม

การสร้างเสถียรภาพในระยะยาวและการปรับตัวให้เข้ากับภัยคุกคามทางเทคโนโลยีที่กำลังพัฒนาเป็นสิ่งสำคัญไม่แพ้กัน การริเริ่มสร้างสันติภาพ เช่น โปรแกรมการปรองดองและการปฏิรูปการปกครอง สามารถลดผลกระทบที่ก่อให้เกิดความไม่มั่นคงจากสงครามลูกผสม ในขณะที่การสร้างควมไว้วางใจในสถาบันอีกครั้งสามารถลดช่องโหว่ในเขตความขัดแย้งได้ รัฐบาลและองค์กรระหว่างประเทศควรติดตามเทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น หุ่นยนต์และปัญญาประดิษฐ์ เพื่อคาดการณ์ภัยคุกคามจากสงครามลูกผสมในอนาคต และกำหนดข้อบังคับสำหรับเทคโนโลยีที่ใช้ได้สองทาง (Dual-Use Technologies) เพื่อป้องกันการใช้งานในทางที่ผิด ข้อเสนอแนะเหล่านี้มุ่งเสริมสร้างกรอบความมั่นคงระหว่างประเทศ และสร้างแนวทางสำหรับการแก้ไขความขัดแย้งและการสร้างสันติภาพที่ยั่งยืนอย่างมีประสิทธิภาพ.

บรรณานุกรม

- Alexey Vasiliev. (2018). *Russia's Middle East Policy: From Lenin to Putin*. London, New York: Routledge.
- Andrei P. Tsygankov. (2014). *The Strong State in Russia: Development and Crisis*. New York: Oxford University Press.
- Andrei P. Tsygankov. (2016). *Russia's Foreign Policy: Change and Continuity in National Identity*. Lanham: Rowman & Littlefield.
- Brin Najzer. (2020). *The Hybrid Age: International Security in the Era of Hybrid Warfare*. London, New York, Sydney, New Delhi: I.B.Tauris.
- Charles River Editors. (2013). *Syria and the Assad Family: The History Behind Bashar al-Assad's Rise to Power and the Civil War*. Ann Arbor: Charles River Editors.
- Christopher S. Chivvis. (2017). *Understanding Russian "Hybrid Warfare" and What Can Be Done About It*. Santa Monica: RAND Corporation.
- Foreword by Noam Chomsky Reese Erlich. (2014). *Inside Syria: The Backstory of Their Civil War and What the World Can Expect*. New York: Prometheus Books.

- Frank F. Hoffman. (2007). *Conflict in the 21 century: The rise of Hybrid Wars 2007*. Arlington: Potomac Institute for Policy Studies.
- Jonah Schulhofer-Wohl. (2018). Syria, Productive Antinomy, and the Study of Civil War. *Perspectives on Politics*, 1-7.
- Maria Raquel Freire & Regina Heller. (2018). Russia's Power Politics in Ukraine and Syria: Status-seeking between Identity, Opportunity and Costs. *Europe-Asia Studies*, 1-29.
- Mason Richey. (2017). Contemporary Russian revisionism: understanding the Kremlin's hybrid warfare and the strategic and tactical deployment of disinformation. *Asia Europe Journal*, 1-13.
- Nenad Taneski & Metodija Dojchinovski Gjorgji Veljovski. (2017). The danger of "hybrid warfare" from a sophisticated adversary: the Russian "hybridity" in the Ukrainian conflict. *Defense & Security Analysis*, 1-17.
- Nicu Popescu (Editor), and Stanislav Secieru (Editor) Dimitar Bechev (Editor). (2021). *Russia Rising: Putin's Foreign Policy in the Middle East and North Africa*. London, New York, Oxford, New Delhi, Sydney: I.B.Tauris.
- Nikolaos Van Dam. (2017). *Destroying a Nation: The Civil War in Syria*. London, New York: I.B.Tauris & Co. Ltd.
- Nir Boms. (2019). Hybrid Conflicts and Information Warfare: New Labels, Old Politics. *Israel Journal of Foreign Affairs*, 1-5.
- Ofer Fridman. (2018). *Russian "Hybrid Warfare" Resurgence and Politicization*. New York: Oxford University Press.
- Ora Szekely. (2023). *Syria Divided: Patterns of Violence in a Complex Civil War*. New York: Columbia University Press.
- Ora Szekely. (2023). *Syria Divided: Patterns of Violence in a Complex Civil War*. New York: Columbia University Press.
- Rob Kevlihan & Donnacha Ó Beacháin Abel Polese. (2016). Introduction: hybrid warfare in post-Soviet spaces, is there a logic behind? *Small Wars & Insurgencies*, 1-7.
- Sharmila Devi. (2018). Syria: 7 years into a civil war. *World Report*, 1-2.
- Tracey German. (2020). Harnessing protest potential: Russian strategic culture and the colored revolutions. *Contemporary Security Policy*, 1-24.
- Yimin Zhou. (2019). A double-edged sword: Russia's hybrid warfare in Syria. *Asian Journal of Middle Eastern and Islamic Studies*, 1-17.

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุในประเทศไทย: กรณีศึกษากลุ่ม
ที่ประเมินว่าการออกกำลังกายของตนไม่เพียงพอ

ภารดี ศิริวรรณ

นิสิตปริญญาโท วิทยาลัยประชากรศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

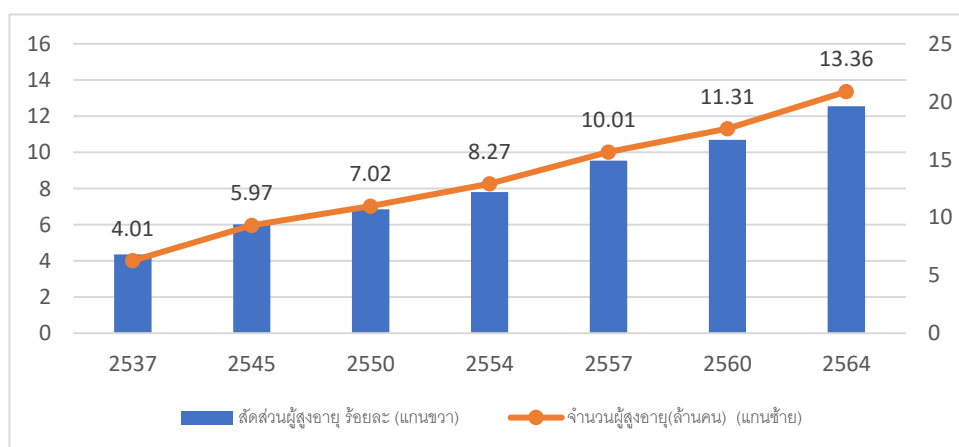
E-mail : Paradee.j555@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุ (ในกลุ่มที่คิดว่าออกกำลังกายไม่เพียงพอ) ในประเทศไทย ที่ประเมินว่าตนเองมีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ ท่ามกลางบริบท ที่ประเทศไทยก้าวสู่สังคมสูงวัย โดยในปี 2564 ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไปมีสัดส่วนเพิ่มขึ้น เป็นร้อยละ 19.6 การส่งเสริมการออกกำลังกายจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการลดความเสี่ยงของโรคเรื้อรัง และพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ การศึกษานี้ใช้ข้อมูลจากโครงการสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพ พ.ศ. 2564 และวิเคราะห์ด้วยการถดถอยโลจิสติก พบว่าปัจจัยที่ส่งผลสำคัญ ได้แก่ อายุ สถานะทางเศรษฐกิจ ระดับการศึกษา พื้นที่อยู่อาศัย และแรงสนับสนุนทางสังคม ผลการศึกษานี้เสนอแนวทางส่งเสริมการออกกำลังกาย เช่น การจัดกิจกรรมฟรีในชุมชน และการพัฒนานโยบายสนับสนุนกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ รวมถึงการศึกษา ต่อเนื่องเกี่ยวกับการสนับสนุนทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในอนาคต

บทนำ

รูปที่ 1 สัดส่วนผู้สูงอายุ ปี 2537 - 2564



ที่มา สำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) : แผนภูมิ2 จำนวนและร้อยละของผู้สูงอายุพ.ศ. 2537 - 2564

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรอย่างรวดเร็วสู่การเป็นสังคมสูงอายุ โดยสัดส่วนของผู้สูงอายุที่มีอายุตั้งแต่ 60 ปีขึ้นไป ได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ จากร้อยละ 6.8 หรือประมาณ 4.01 ล้านคนในปี พ.ศ. 2537 เป็นร้อยละ 19.6 หรือประมาณ 13.36 ล้านคนในปี พ.ศ. 2564 (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ดังแสดงในรูปที่ 1 การเพิ่มขึ้นของประชากรผู้สูงอายุนี้ไม่เพียงแต่สะท้อนถึงการพัฒนาทางการแพทย์และสาธารณสุขที่ดีขึ้น แต่ยังเน้นย้ำถึงความจำเป็นในการดูแลสุขภาพและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุอย่างยั่งยืน โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความตั้งใจและพฤติกรรมออกกำลังกายที่ต่อเนื่องและสม่ำเสมอ

การออกกำลังกายเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความเสี่ยงต่อการเสียชีวิตและโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง เช่น โรคความดันโลหิตสูง เบาหวานชนิดที่ 2 ภาวะไขมันในเลือดผิดปกติ โรคหัวใจและหลอดเลือด โรคหลอดเลือดสมอง และมะเร็ง จากการศึกษาของ Reimers, Knapp, และ Reimers (2012) พบว่าการออกกำลังกายเป็นประจำมีความสัมพันธ์กับการเพิ่มอายุขัยตั้งแต่ 0.4 ถึง 6.9 ปี และหากออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ จะมีแนวโน้มที่อายุขัยจะเพิ่มขึ้น 0.4 ถึง 4.2 ปี ดังนั้น การส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความตั้งใจในการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่องจึงเป็นสิ่งที่จำเป็นและสำคัญอย่างยิ่ง

ภาครัฐบาลไทยได้ตระหนักถึงความสำคัญของการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของผู้สูงอายุ โดยเป็นหนึ่งในภารกิจหลักของคณะกรรมการผู้สูงอายุแห่งชาติ มีมาตรการรองรับสังคมสูงวัยคนไทยอายุยืนใน 4 มิติ ได้แก่ เศรษฐกิจ สภาพแวดล้อม สุขภาพ และสังคม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติสุขภาพ ที่มีการสนับสนุนการขับเคลื่อนงานส่งเสริมผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิง และส่งเสริมบทบาทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้เป็นผู้รับผิดชอบหลักในการบูรณาการและขับเคลื่อนงานพัฒนาคุณภาพชีวิตประชาชนในทุกมิติ รวมทั้งส่งเสริมให้โรงพยาบาลชุมชนมีศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพควบคู่กับบริการฟื้นฟูสมรรถภาพ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าการออกกำลังกายจะเป็นที่รับรู้ถึงประโยชน์และเป็นส่วนหนึ่งของนโยบายหลัก แต่จากการสำรวจพฤติกรรมออกกำลังกายโดยสำนักงานสถิติแห่งชาติ (2564) พบว่า ในภาพรวมประชากรอายุ 15 ปีขึ้นไปที่มีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอมีเพียงร้อยละ 57.5 และโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปีขึ้นไป มีเพียงร้อยละ 49.9 ที่มีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอ สะท้อนให้เห็นว่ามีผู้สูงอายุจำนวนมากที่ยังไม่มีกิจกรรมทางกายที่เพียงพอต่อการส่งเสริมสุขภาพ

การศึกษาที่ผ่านมาได้ชี้ให้เห็นว่ามีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ เช่น แรงสนับสนุนทางสังคม การรวมกลุ่มในชมรมผู้สูงอายุ การรับรู้ประโยชน์ของการออกกำลังกาย และสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการออกกำลังกาย ภัทรเดช (2559) พบว่าการจัดกิจกรรมโดยตั้งชมรมผู้สูงอายุเพื่อมาร่วมกิจกรรมออกกำลังกายเพื่อสุขภาพ และการมีแรงสนับสนุนทางสังคมจากสมาชิกชมรมที่ชักชวนกันออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอ มีความสำคัญในการส่งเสริมการออกกำลังกาย นอกจากนี้ สถานที่ที่เอื้อต่อการออกกำลังกายก็เป็นปัจจัยที่ส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีความตั้งใจในการออกกำลังกายมากขึ้น

อย่างไรก็ตาม จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่ายังไม่มีการศึกษาที่มุ่งเน้นถึงปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุในประเทศไทย โดยเฉพาะในกลุ่มที่ประเมินว่าการออกกำลังกายของตนไม่เพียงพอ ฝันทิพย์ สีสรรค์ (2566) ได้ศึกษาความรอบรู้ด้านสุขภาพและการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ แต่ยังไม่มีการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุในกลุ่มที่คิดว่าการออกกำลังกายไม่เพียงพอ ในบริบทของประเทศไทย

ดังนั้น การศึกษานี้จึงมีความสำคัญในการเติมช่องว่างทางวิชาการ โดยมุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุ ในกลุ่มที่คิดว่าการออกกำลังกายไม่เพียงพอในประเทศไทย และมีประโยชน์อย่างยิ่งในการส่งเสริมสุขภาพของผู้สูงอายุ และสามารถนำไปใช้ในการวางแผนและดำเนินกิจกรรมหรือโครงการที่มุ่งเน้นการเพิ่มความตั้งใจและพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในอนาคต

เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ต่อความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุ ในกลุ่มที่คิดว่าการออกกำลังกายไม่เพียงพอ ในประเทศไทย ผลการวิจัยนี้จะช่วยให้เข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการเพิ่มการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาแนวทางและมาตรการในการส่งเสริมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ทั้งในระดับบุคคล ชุมชน และนโยบายสาธารณะ เพื่อให้ผู้สูงอายุมีสุขภาพที่ดีและคุณภาพชีวิตที่สูงขึ้น

ทฤษฎีและวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง

การวิเคราะห์นี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยส่วนบุคคล ด้านสุขภาพ และด้านสิ่งแวดล้อม มีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างมีนัยสำคัญ การสนับสนุนเชิงนโยบาย เช่น การให้ข้อมูลด้านสุขภาพ และการส่งเสริมกิจกรรมชุมชน สามารถช่วยเพิ่มความตั้งใจและพฤติกรรมการออกกำลังกายในกลุ่มผู้สูงอายุได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1. ปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ การทำงาน สถานภาพการสมรส ระดับเศรษฐฐานะ และระดับการศึกษา มีบทบาทสำคัญในการกำหนดพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ จากการศึกษาพบว่าเมื่ออายุมากขึ้น ผู้สูงอายุจะมีแนวโน้มออกกำลังกายน้อยลง โดยเฉพาะในกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป ซึ่งมีความเปราะบางทางร่างกายและความกลัวการบาดเจ็บ (นพ.สมยศ เจริญศักดิ์, 2548; เดชพระธรรม, 2556) สำหรับเพศชายมักมีแนวโน้มออกกำลังกายมากกว่าเพศหญิง แม้ว่าจะไม่มีนัยสำคัญในบางการศึกษา การทำงานก็เป็นปัจจัยสำคัญโดยผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานมีแนวโน้มออกกำลังกายมากกว่าอย่างมีนัยสำคัญ (ดารารัตน์ อานันทนะ, 2564) ระดับเศรษฐฐานะก็มีผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย โดยกลุ่มที่มีเศรษฐฐานะสูงมีแนวโน้มออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่มีเศรษฐฐานะต่ำ (Chaudhury et al., 2016) ระดับการศึกษาก็ส่งผลอย่างชัดเจน โดยผู้สูงอายุที่

มีการศึกษาสูงกว่ามีความตั้งใจออกกำลังกายมากขึ้น ซึ่งอาจเป็นเพราะความเข้าใจในประโยชน์ของการออกกำลังกายดีกว่า

2. ปัจจัยด้านสุขภาพ

สุขภาพของผู้สูงอายุ เช่น การมีโรคประจำตัว ดัชนีมวลกาย และพฤติกรรมสุขภาพ เช่น การสูบบุหรี่ และการดื่มสุรา เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออกกำลังกาย ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวบางกลุ่มมีความตั้งใจออกกำลังกายเพิ่มขึ้น เนื่องจากต้องการควบคุมอาการและเสริมสร้างสุขภาพ (วิไลวรรณ ทองเจริญ, 2554) อย่างไรก็ตาม ผู้ที่มีโรคบางชนิดอาจเผชิญข้อจำกัดในการออกกำลังกายอย่างเหมาะสม ในส่วนของดัชนีมวลกาย ผู้สูงอายุที่มีน้ำหนักเกินหรือมีภาวะอ้วนมักมีแนวโน้มออกกำลังกายน้อยกว่ากลุ่มที่มีน้ำหนักตัวปกติ (รตโนภาส, 2565) สำหรับการสูบบุหรี่และการดื่มสุรา กลุ่มที่ไม่สูบบุหรี่และไม่ดื่มสุรามีความตั้งใจออกกำลังกายสูงกว่ากลุ่มที่สูบบุหรี่และดื่มสุราอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าพฤติกรรมสุขภาพที่ดีส่งผลโดยตรงต่อความตั้งใจในการออกกำลังกาย

3. ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

สิ่งแวดล้อมที่ไม่เอื้อต่อการออกกำลังกาย เช่น พื้นที่อยู่อาศัยที่ไม่เหมาะสม ความห่างไกลจากสถานที่ออกกำลังกาย หรือสภาพอากาศที่ไม่เหมาะสม มีผลกระทบต่อพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ (ธาริน สุขอนันต์, 2557) การศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่อยู่นอกเขตเทศบาลมีโอกาสออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาล เนื่องจากการเข้าถึงสถานที่ออกกำลังกายและกิจกรรมทางกายในพื้นที่ชุมชนไม่เท่ากัน นอกจากนี้ แรงสนับสนุนทางสังคม เช่น การมีกลุ่มเพื่อนร่วมออกกำลังกายหรือการเข้าร่วมกิจกรรมในชุมชน ช่วยส่งเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุอย่างชัดเจนโดยเฉพาะในกลุ่มที่รวมตัวกันทำกิจกรรมในลานกีฬา หมู่บ้าน หรือศูนย์สุขภาพ (หังสสุต, 2549)

กรอบแนวคิดของการศึกษานี้

กรอบแนวคิดในการศึกษานี้มุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุที่ประเมินว่าตนเองมีการออกกำลังกายไม่เพียงพอในปัจจุบัน โดยกำหนดตัวแปรสำคัญที่เกี่ยวข้องเพื่อทำความเข้าใจในเชิงลึก ตัวแปรต้นในกรอบแนวคิดแบ่งออกเป็นสามกลุ่มหลัก ได้แก่ ปัจจัยส่วนบุคคล ปัจจัยทางสุขภาพ และปัจจัยแรงสนับสนุนทางสังคม

ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้สูงอายุประกอบด้วยลักษณะพื้นฐาน เช่น อายุ เพศ การทำงาน สถานภาพสมรส ระดับเศรษฐฐานะ ระดับการศึกษา และพื้นที่อยู่อาศัย ซึ่งล้วนมีบทบาทสำคัญต่อความสามารถและโอกาสในการออกกำลังกาย ตัวอย่างเช่น ผู้สูงอายุที่อาศัยในพื้นที่ชนบทอาจมีข้อจำกัดในเรื่องสถานที่สำหรับการออกกำลังกาย ขณะที่ผู้สูงอายุที่มีรายได้สูงอาจเข้าถึงบริการหรืออุปกรณ์การออกกำลังกายที่หลากหลายกว่า

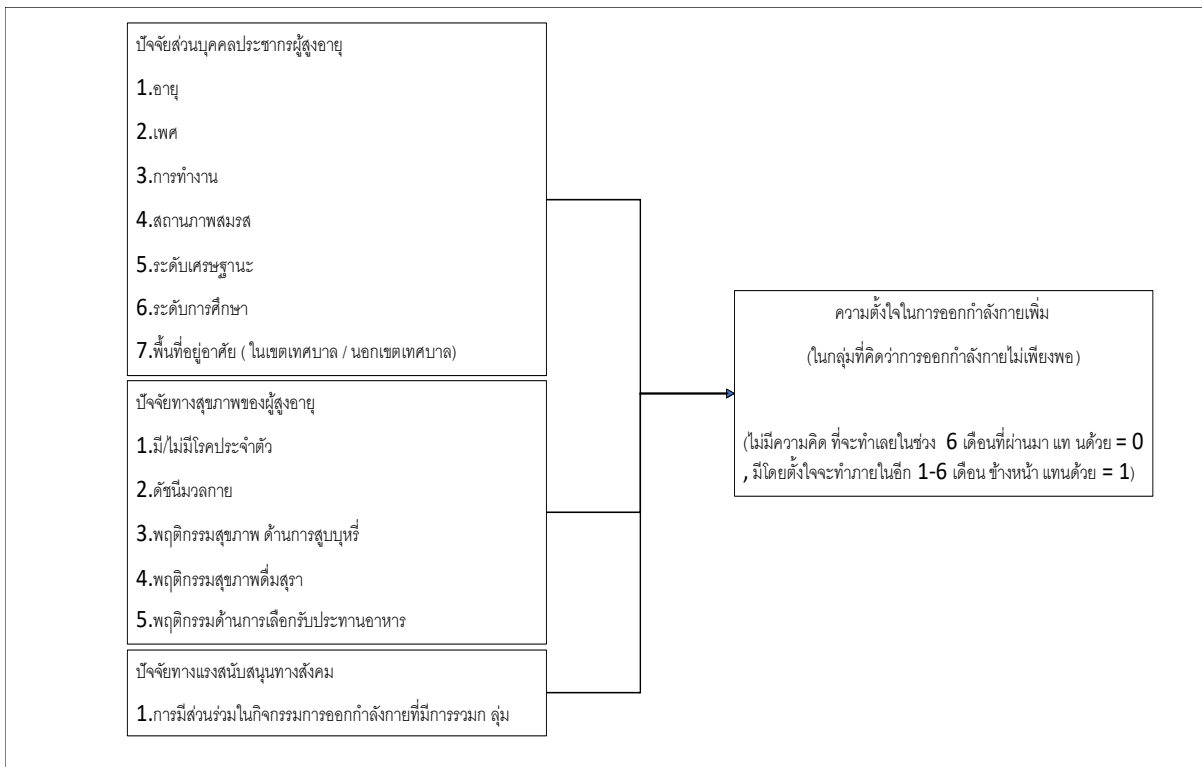
ในส่วนของปัจจัยทางสุขภาพ ครอบคลุมถึงการมีหรือไม่มีโรคประจำตัว ดัชนีมวลกาย พฤติกรรมสุขภาพด้านการสูบบุหรี่และการดื่มสุรา รวมถึงพฤติกรรมการเลือกบริโภคอาหาร ซึ่งอาจส่งผลโดยตรงต่อ

สมรรถภาพร่างกายและความตั้งใจที่จะเริ่มต้นหรือเพิ่มกิจกรรมทางกาย ปัจจัยเหล่านี้ชี้ให้เห็นถึงความจำเป็นของการส่งเสริมสุขภาพอย่างรอบด้าน เพื่อให้ผู้สูงอายุมีศักยภาพเพียงพอในการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง

ปัจจัยแรงสนับสนุนทางสังคมเป็นอีกหนึ่งองค์ประกอบที่สำคัญ เช่น การมีส่วนร่วมในกิจกรรมกลุ่มหรือชมรมที่ส่งเสริมการออกกำลังกาย ซึ่งสามารถสร้างแรงจูงใจและความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของชุมชนได้ การสนับสนุนจากครอบครัว เพื่อน และชุมชนยังช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและเพิ่มโอกาสในการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง

ตัวแปรตามในกรอบแนวคิดนี้คือความตั้งใจในการออกกำลังกายเพิ่ม ซึ่งวัดจากการมีหรือไม่มีแผนที่จะเริ่มออกกำลังกายภายในช่วง 1-6 เดือนข้างหน้า โดยแบ่งออกเป็นสองระดับ คือไม่มีความตั้งใจเลยและมีความตั้งใจที่ชัดเจน การกำหนดตัวแปรนี้ช่วยให้สามารถวัดและประเมินผลของปัจจัยต่าง ๆ ได้อย่างชัดเจน

รูปที่ 1 กรอบแนวคิด



วิธีการวิจัย

ข้อมูลนี้ใช้โครงการสำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร พ.ศ. 2564 ของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ในด้านการวิเคราะห์ข้อมูล การวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติก (Binary Logistic Regression) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น เช่น อายุ เพศ การทำงาน สถานภาพการสมรส ระดับเศรษฐฐานะ ระดับการศึกษา พฤติกรรมสุขภาพ และแรงสนับสนุนทางสังคม กับตัวแปรตามที่วัดพฤติกรรมออกกำลังกายอย่างสม่ำเสมอหรือไม่สม่ำเสมอ ทั้งนี้ยังวิเคราะห์ความตั้งใจในการออกกำลังกาย

เพิ่มในขนาดของผู้ที่มีกิจกรรมทางกายไม่เพียงพอ โดยแบ่งผู้ตอบแบบสอบถามเป็นสองกลุ่ม ได้แก่ กลุ่มที่ไม่มีความคิดจะออกกำลังกายในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา และกลุ่มที่ตั้งใจจะเริ่มใน 1-6 เดือนข้างหน้า

ตัวแปรต้นที่สำคัญ ได้แก่ อายุ ซึ่งแบ่งผู้สูงอายุออกเป็นช่วง 60-69 ปี, 70-79 ปี และ 80 ปีขึ้นไป เพศที่ศึกษาพฤติกรรม การออกกำลังกายระหว่างชายและหญิง การทำงานซึ่งมีผลต่อเวลาว่างและพลังงานในการออกกำลังกาย รวมถึงสถานภาพการสมรสที่พบว่าผู้แต่งงานมักมีพฤติกรรมการออกกำลังกายที่ดีกว่า นอกจากนี้ยังมีการศึกษาเศรษฐฐานะที่วัดจากความเป็นเจ้าของสิ่งอำนวยความสะดวกในครัวเรือน ระดับการศึกษาที่มีผลต่อการตระหนักรู้เกี่ยวกับสุขภาพ และพื้นที่อยู่อาศัยที่อาจกำหนดโอกาสในการเข้าถึงสถานที่ออกกำลังกาย

ปัจจัยด้านสุขภาพ เช่น การมีโรคประจำตัว เช่น ความดันโลหิตสูง เบาหวาน และโรคหัวใจ มีผลต่อข้อจำกัดในการออกกำลังกาย รวมถึงดัชนีมวลกาย (BMI) ที่บ่งชี้ความเหมาะสมทางกายภาพในการออกกำลังกาย พฤติกรรมสุขภาพ เช่น การสูบบุหรี่ การดื่มสุรา และการเลือกรับประทานอาหาร มีผลต่อประสิทธิภาพและแรงจูงใจในการออกกำลังกาย ส่วนแรงสนับสนุนทางสังคม เช่น การเข้าร่วมกิจกรรมกลุ่ม เป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมพฤติกรรมการออกกำลังกาย โดยเฉพาะในกลุ่มที่ขาดความตั้งใจหรือแรงจูงใจในการออกกำลังกาย

ผลศึกษาและวิเคราะห์

ผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ในกลุ่มเป้าหมายมีอายุอยู่ในช่วง 60-69 ปี (57.94%) และ 70-79 ปี (30.29%) โดยมีสัดส่วนเพศหญิงมากกว่าเพศชายเล็กน้อย (52.13% ต่อ 47.87%) ในด้านการทำงาน ผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำงานมีสัดส่วนมากกว่า (53.94%) และส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรสหรือเคยสมรส (95.12%) อย่างไรก็ตาม ผู้สูงอายุในครัวเรือนที่มีเศรษฐฐานะต่ำมีจำนวนมากถึง 74.13% และส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับประถมศึกษา (48.41%) หรือไม่มีการศึกษาเลย (37.19%) นอกจากนี้ ผู้สูงอายุที่อาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีสัดส่วนมากกว่าเล็กน้อย (51.46%)

ในด้านสุขภาพ พบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่มีโรคประจำตัว (61.95%) โดยผู้ที่มีดัชนีมวลกายอยู่ในเกณฑ์อ้วนมีสัดส่วนสูงสุด (40.74%) ส่วนพฤติกรรมสุขภาพพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่สูบบุหรี่ (88.99%) และไม่ดื่มสุราเลยในช่วง 12 เดือนที่ผ่านมา (86.88%) สำหรับพฤติกรรมการเลือกรับประทานอาหาร ผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่เคยเห็นหรือไม่แน่ใจเกี่ยวกับฉลากอาหาร (53.36%) และการมีแรงสนับสนุนทางสังคมในการออกกำลังกายพบว่าผู้สูงอายุส่วนใหญ่ไม่มีการรวมกลุ่มกิจกรรม (96.65%)

ผลการศึกษาโดยใช้ Logistic model (ตารางที่ 1) แสดงให้เห็นถึงปัจจัยที่มีผลต่อความตั้งใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุ ในประเทศไทย โดยกลุ่มประชากรผู้สูงอายุที่มีช่วงอายุ 70-79 ปี มีความตั้งใจในการออกกำลังกายไม่แตกต่างจากกลุ่มอายุ 60-69 ปี (Odds Ratio = 1.042, P = 0.480) แต่กลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจลดลงอย่างมีนัยสำคัญ (Odds Ratio = 0.630, P = 0.000) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดาร์รตัน อานันทนะ สุวงศ์ และคณะ (2564) ที่พบว่าผู้สูงอายุวัยปลายมีสัดส่วนการออกกำลังกาย

กายลดลงเหลือเพียงร้อยละ 41 เพศไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยผู้หญิงมีแนวโน้มที่จะออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ชาย (Odds Ratio = 0.935, P = 0.276) ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาในพื้นที่อื่น เช่น เขตเทศบาลกำแพงแสน (มยุรี รัตนอมสุข และคณะ, 2558) ที่พบความแตกต่างในเชิงเพศในพฤติกรรมการออกกำลังกาย

สำหรับการทำงาน ผลการศึกษาพบว่าผู้สูงอายุที่ยังคงทำงานมีความตั้งใจออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่ไม่ได้ทำงาน (Odds Ratio = 1.163, P = 0.007) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของดารารัตน์ อานันทนะ สุวงศ์ และคณะ (2564) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการทำงานและกิจกรรมทางกาย สถานภาพการสมรสไม่ได้ส่งผลต่อความตั้งใจอย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มที่แต่งงานและกลุ่มที่มีสถานภาพอื่น (หม้าย หย่า แยกกันอยู่) ไม่มีความแตกต่างจากกลุ่มโสด (Odds Ratio = 0.986, P = 0.906; Odds Ratio = 0.962, P = 0.906)

ในด้านระดับเศรษฐฐานะ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีระดับเศรษฐฐานะสูงมีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจในการออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่มีเศรษฐฐานะต่ำอย่างมีนัยสำคัญ (Odds Ratio = 1.323, P = 0.000) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ Yi et al. (2016) และ Chaudhury et al. (2016) ที่ระบุถึงบทบาทของเศรษฐฐานะในการสนับสนุนกิจกรรมทางกาย ระดับการศึกษาก็มีผลสำคัญ โดยผู้ที่มีการศึกษาสูงกว่าประถมศึกษาที่มีแนวโน้มออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีการศึกษาหรือจบการศึกษาต่ำกว่าระดับประถม (Odds Ratio สูงสุดสำหรับกลุ่มการศึกษาปริญญาตรีและสูงกว่าที่ 1.703, P = 0.000)

ด้านพื้นที่อยู่อาศัย พบว่าผู้สูงอายุที่อยู่นอกเขตเทศบาลมีความตั้งใจออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ที่อยู่ในเขตเทศบาลอย่างมีนัยสำคัญ (Odds Ratio = 0.905, P = 0.05) ซึ่งอาจเกิดจากความแตกต่างในศักยภาพการสนับสนุนด้านสุขภาพในแต่ละพื้นที่ เช่นเดียวกับผลการศึกษาของเชษฐสุดา พรหมสาสน์ และสิวลี รัตนปัญญา (2562) ในจังหวัดเชียงใหม่

ปัจจัยทางสุขภาพแสดงให้เห็นว่า ผู้สูงอายุที่มีโรคประจำตัวเกี่ยวกับโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง (NCDs) มีความตั้งใจในการออกกำลังกายมากกว่าผู้ที่ไม่มโรค แต่ไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ (Odds Ratio = 1.086, P = 0.113) ซึ่งสนับสนุนผลการศึกษาของอำนาจ เมืองแก้ว (2563) ที่ระบุถึงความสัมพันธ์ระหว่างพฤติกรรมสุขภาพกับการเจ็บป่วยเรื้อรัง กลุ่มผู้สูงอายุที่มีดัชนีมวลกายน้อยกว่าหรือมากกว่าปกติมีความตั้งใจออกกำลังกายน้อยกว่ากลุ่มที่มีค่าดัชนีมวลกายปกติ (Odds Ratio = 0.887, P = 0.248; Odds Ratio = 0.986, P = 0.798) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาโดยรัตนภาส (2565) ที่พบว่าดัชนีมวลกายที่อยู่นอกเกณฑ์ปกติส่งผลลบต่อความตั้งใจในการออกกำลังกาย

พฤติกรรมการสูบบุหรี่แสดงให้เห็นว่าผู้ที่สูบบุหรี่ทุกวันมีแนวโน้มที่จะออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ที่ไม่สูบบุหรี่ (Odds Ratio = 0.889, P = 0.162) เช่นเดียวกับผู้ที่สูบบุหรี่ไม่ทุกวัน (Odds Ratio = 1.169, P = 0.421) ซึ่งแตกต่างอย่างไม่มีนัยสำคัญ แต่ยังคงสนับสนุนผลการศึกษาของดารารัตน์ อานันทนะ สุวงศ์ และคณะ (2564) ที่ชี้ว่าอัตราการสูบบุหรี่ที่ลดลงสัมพันธ์กับการออกกำลังกายที่เพิ่มขึ้น การดื่มสุราก็ส่งผลเชิงลบ โดยผู้ที่ดื่มสุราทุกวันหรือดื่มเกือบทุกวันมีแนวโน้มออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ที่ไม่เคยดื่ม (Odds Ratio = 0.993,

P = 0.938) เช่นเดียวกับผู้ที่ดื่มสุราเป็นครั้งคราว (Odds Ratio = 0.928, P = 0.506) ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาที่ผ่านมา

ด้านการเลือกบริโภคอาหาร กลุ่มที่เคยเห็นฉลากโภชนาการแต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจไม่มีแนวโน้มแตกต่างจากกลุ่มที่ไม่เคยเห็นฉลาก (Odds Ratio = 0.910, P = 0.196) ในขณะที่กลุ่มที่ฉลากมีผลต่อการตัดสินใจแสดงแนวโน้มที่สูงขึ้นอย่างไม่มีนัยสำคัญ (Odds Ratio = 1.020, P = 0.170) ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของข้อมูลโภชนาการในพฤติกรรมการออกกำลังกายและสนับสนุนผลการศึกษาคงสุวรรณ (2567)

สุดท้าย ปัจจัยทางแรงสนับสนุนทางสังคมมีผลชัดเจน โดยกลุ่มที่มีกิจกรรมรวมกลุ่มมีแนวโน้มออกกำลังกายมากกว่ากลุ่มที่ไม่มีการรวมกลุ่มอย่างมีนัยสำคัญ (Odds Ratio = 3.542, P = 0.000) ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของหังสสุต (2549) ที่ระบุว่า การสนับสนุนทางสังคมมีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในประเทศไทย.

ตารางที่ 1 ผลการศึกษาโดยใช้ Logistic model วิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อความต้องการออกกำลังกายเพิ่มของผู้สูงอายุที่ระบุว่าออกกำลังกายไม่เพียงพอ

ตัวแปรอิสระ	Odds ratio	SE	Z	P
1.ปัจจัยส่วนบุคคลของประชากรผู้สูงอายุ				
1.อายุ				
*70 – 79 ปี	1.0424	.0613	0.71	0.480
*80 ปีขึ้นไป	.6308	.0666	-4.36	0.000
2.เพศ				
*หญิง	.9353	.0573	-1.09	0.276
3.การทำงาน				
*ทำงาน	1.1639	.0655	2.70	0.007
4.สถานภาพการสมรส				
*กลุ่มสมรส	.9864	.1129	-0.12	0.906
*ม่าย หย่า แยกกันอยู่ เคยสมรสแต่ไม่ทราบสถานภาพ	.9628	.1090	-0.33	0.738
5.ระดับเศรษฐฐานะ				
*ผู้สูงอายุที่อยู่ในครัวเรือนที่มีระดับเศรษฐฐานะสูง	1.3236	.0760	4.88	0.000
6.ระดับการศึกษาของผู้สูงอายุ				
*ประถมศึกษา	1.2453	.0709	3.85	0.000
*มัธยมศึกษาตอนต้น	1.3643	.1649	2.57	0.010

*มัธยมศึกษาตอนปลาย สายสามัญ สายอาชีพ ปวส ปวช อนุปริญญา	1.3807	.1465	3.04	0.002
*ปริญญาตรีและสูงกว่าปริญญาตรี	.7033	.1841	4.93	0.000
7.พื้นที่อยู่อาศัย *นอกเขตเทศบาล	.9054	.0459	-1.96	0.050
ตัวแปรอิสระ	Odds			
2. ปัจจัยทางสุขภาพของผู้สูงอายุ	ratio	SE	Z	P
1.มี/ไม่มีโรคประจำตัว *เป็น	1.0864	.0569	1.58	0.113
2.ดัชนีมวลกาย *ผอม *อ้วน	.8879 .9868	.0913 .0510	-1.16 -0.26	0.248 0.798
3.พฤติกรรมสุขภาพ ด้านการสูบบุหรี่ *สูบ *สูบ แต่ไม่ทุกวัน	.8894 1.1695	.0745 .2273	-1.40 0.81	0.162 0.421
4.พฤติกรรมดื่มสุรา *ดื่มทุกสัปดาห์(1-2วัน/สัปดาห์) หรือดื่มทุก เดือน(1-3วัน/เดือน) หรือ ดื่มนานๆครั้ง(8- 11วัน/ปี) (4-7วัน/ปี) (1-3วัน/ปี) *ดื่ม ใน 12 เดือนที่แล้ว ดื่มทุกวัน(7 วัน/ สัปดาห์) ดื่มเกือบทุกวัน(5-6วัน/สัปดาห์) ดื่ม วันเว้นวัน(3-4 วัน/สัปดาห์)	.9283 .9934	.1038 .0839	-0.66 -0.08	0.506 0.938
5.พฤติกรรมด้านการเลือกรับประทานอาหาร *เคยเห็น แต่ไม่มีผลต่อการตัดสินใจ *เคยเห็น มีผลต่อการตัดสินใจ	.9101 .9101	.0662 .0662	-1.29 -1.29	0.196 0.196
3.ปัจจัยทางแรงสนับสนุนทางสังคม				
การมีส่วนร่วมในกิจกรรมการออกกำลังกายที่มี การรวมกลุ่ม *มี	3.5426	.3356	13.35	0.000
Pseudo R square = 0.0631				

ข้อสรุป

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจในการออกกำลังกายของกลุ่มผู้สูงอายุที่ระบุว่าตนเองออกกำลังกายไม่เพียงพอและต้องการออกกำลังกายเพิ่ม มีปัจจัยสำคัญ ได้แก่ อายุ เศรษฐฐานะ ระดับการศึกษา พื้นที่อยู่อาศัย และการมีแรงสนับสนุนทางสังคม โดยพบว่ากลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปมีความตั้งใจออกกำลังกายน้อยกว่ากลุ่มอายุ 60-69 ปี อย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงผู้สูงอายุที่มีเศรษฐานะต่ำหรืออาศัยอยู่นอกเขตเทศบาลมีแนวโน้มตั้งใจออกกำลังกายน้อยกว่าผู้ที่มีเศรษฐานะสูงหรืออาศัยในเขตเทศบาล นอกจากนี้ การศึกษาพบว่าผู้ที่มีกลุ่มสนับสนุนทางสังคม เช่น การรวมกลุ่มทำกิจกรรม มีแนวโน้มที่จะมีความตั้งใจออกกำลังกายเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

ข้อจำกัดและแนวทางการศึกษาในอนาคต

ข้อเสนอแนะทางนโยบาย

1. ส่งเสริมกิจกรรมออกกำลังกายแบบกลุ่มโดยเฉพาะในพื้นที่เทศบาล: ควรสนับสนุนงบประมาณและทรัพยากรให้หน่วยงานท้องถิ่นหรือชมรมผู้สูงอายุจัดกิจกรรมออกกำลังกายที่เหมาะสมกับผู้สูงอายุในพื้นที่ โดยเน้นกลุ่มที่มีการสนับสนุนทางสังคมร่วมกัน เช่น ชมรมสุขภาพในชุมชนหรือฟิตเนสสำหรับผู้สูงอายุ
2. ลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐานะ: จัดโครงการส่งเสริมการออกกำลังกายโดยไม่มีค่าใช้จ่ายในพื้นที่ชนบทหรือนอกเขตเทศบาล เช่น ลานกีฬาชุมชนหรือการอบรมสุขภาพเชิงปฏิบัติ
3. พัฒนาศูนย์สุขภาพเฉพาะทางสำหรับผู้สูงอายุ: โดยให้คำแนะนำด้านการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไปหรือผู้ที่มีข้อจำกัดทางสุขภาพ

ข้อเสนอแนะทางวิชาการ

การศึกษานี้มีข้อจำกัดในด้านการใช้ข้อมูลจากการสำรวจแบบตัดขวาง (cross-sectional survey) ซึ่งไม่สามารถระบุความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างปัจจัยต่าง ๆ กับความตั้งใจในการออกกำลังกายได้ นอกจากนี้ การเก็บข้อมูลอาศัยการรายงานตนเองจากผู้ตอบแบบสอบถาม อาจเกิดความลำเอียง (response bias) โดยเฉพาะในกลุ่มผู้สูงอายุที่อาจ ประเมินพฤติกรรมหรือความตั้งใจของตนเองไม่ถูกต้อง รวมถึงข้อจำกัดในการวัดปัจจัยทางเศรษฐานะและสิ่งแวดล้อมในระดับพื้นที่ ซึ่งอาจส่งผลต่อความแม่นยำในการประเมินผลของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับการออกกำลังกาย การศึกษานี้สามารถพัฒนาเพิ่มเติมได้โดยการ

1. ศึกษาารูปแบบการออกกำลังกายเฉพาะกลุ่ม วิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับรูปแบบการออกกำลังกายที่เหมาะสมสำหรับผู้สูงอายุในกลุ่มอายุ 80 ปีขึ้นไป เพื่อพัฒนานโยบายที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะกลุ่ม
2. วิเคราะห์ปัจจัยเชิงลึกของแรงสนับสนุนทางสังคม ศึกษาปัจจัยทางจิตวิทยาและสังคมที่ส่งเสริมการเข้าร่วมกิจกรรมทางกายของผู้สูงอายุ เพื่อพัฒนาโปรแกรมการรวมกลุ่มที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น

บรรณานุกรม

- วิไลวรรณ ทองเจริญ. (2554). การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมสุขภาพของผู้สูงอายุหลังเข้ารับบริการในศูนย์ส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ มหาวิทยาลัยมหิดล.
- C. D. Reimers, G. Knapp, และ A. K. Reimers. (2012). Does physical activity increase life expectancy? A review of the literature.,. *Journal of aging research*(243958.).
doi:<https://doi.org/10.1155/2012/243958>
- Lersilp S, Putthinoi S. Punyakaew A. (2019). Active ageing level and time use of elderly persons in a thai suburban community. *Occup Ther Int.* .
- N. Pender. (2006). *Health Promotion in Nursing Practice*. New Jersey: Pearson Education, Inc. N.J. (1987). Pender. (1987). *Health promotion in Nursing Paractice*. Stamford, CT : Appleton. N.J., Murdaugh, C.L., and Parson, M.A. (2002). Pender. (2002). *Health Promotion in Nursing Practice*. Upper Saddle River, N.J. : Prentia Hall.
- กรมควบคุมโรค กระทรวงสาธารณสุข. (2563). รู้ตัวเลข รู้ความเสี่ยงสุขภาพ. กรุงเทพฯ. เข้าถึงได้จาก <https://ddc.moph.go.th/uploads/publish/1064820201022081932.pdf>
- จรรยาเพ็ญ ภัทรเดช. (2559). .ปัจจัยทำนายพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุ. *วิทยาลัยพยาบาลและการสาธารณสุขภาคใต้*, 3.
- จารุณี ทรัพย์ประเสริฐ , สุภาวัลย์ จาริยะศิลป์ , อภิสรา วงศ์สละ ชาริน สุขอนันต์. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองบ้านสวน จังหวัดชลบุรี. *วารสารสาธารณสุข มหาวิทยาลัยบูรพา*.
- ชมพูนุท พรหมภักดี. (2556). การเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุของประเทศไทย Aging society in Thailand. กรุงเทพฯ : สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการวุฒิสภา.
- เชษฐสุตา พรหมสาสน์ และสิวลี รัตนปัญญา. (2562). แรงจูงใจในการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเมืองและชนบทจังหวัดเชียงใหม่. *วารสารวิทยาศาสตร์การกีฬาและสุขภาพ ปีที่ 20 ฉบับที่3 (กันยายน-ธันวาคม 2562)*.
- ดารารัตน์ อานันทนะ สุวงศ์และคณะ ดารารัตน์. (ตุลาคม 2564). *โครงการวิจัย เรื่อง สุขภาพ การสูงอายุ และการเกษียณในประเทศไทย: รอบที่ 3. สนับสนุนโดยสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม (สกสว.)*.
- นพ.ประเสริฐ หลุยเจริญ นพ.สมยศ เจริญศักดิ์. (2548). การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ. *กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข*.
- นางสาวทิพรัตน์ คงสุวรรณ. (2567). *พฤติกรรมบริโภคอาหารของผู้สูงอายุ จังหวัดนนทบุรี ปทุมธานี และสมุทรปราการ*.

นางสาวรฤทัย จันทรวงศ์. (2558). ภาวะหกล้มในผู้สูงอายุในประเทศไทย.

นางอัจฉรี หังสสุต. (2549). การเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของผู้สูงอายุ กรณีศึกษาผู้สูงอายุเขตดุสิต กรุงเทพมหานคร.

นายแพทย์ บรรลุ ศิริพานิช. (2550). คู่มือผู้สูงอายุ (เล่มที่ ฉบับสมบูรณ์). กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ หมอชาวบ้าน.

บรรจง พลไชย. (2554). การรับรู้ประโยชน์ ปัญหา และพฤติกรรมออกกำลังกายของผู้สูงอายุในเขตเทศบาลเมืองนครพนม. วารสารพยาบาลศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.

ปิยะภัทร เดชพระธรรม. (2556). การออกกำลังกายในผู้สูงอายุ ปัญหาสุขภาพที่พบบ่อยในผู้สูงอายุและการป้องกัน. (พิมพ์ครั้งที่4). กรุงเทพฯ:ยูเนี่ยน.

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปุระคม. (สิงหาคม 2558). การส่งเสริมกิจกรรมทางกายเพื่อสุขภาพผู้สูงอายุ (Promoting Physical Activity for Health in the Elderly) . บริษัท เพชรเกษมพรินต์ติ้ง กรุ๊ป จำกัด. ฝนทิพย์ สีสรรค. (2566). ปัจจัยทำนายพฤติกรรมการออกกำลังกายของผู้สูงอายุในโรงเรียนผู้สูงอายุ จังหวัดชลบุรี. วารสารคณะพยาบาลศาสตร์, ปีที่ 31 ฉบับที่ 1 (2023): (มกราคม - มีนาคม) , 56-68.

พิสมัย จันทวิมล. (2541). นิยามศัพท์ส่งเสริมสุขภาพฉบับปรับปรุง. กรุงเทพฯ ดีไซน์.

มยุรี ถนอมสุข และคณะ. (2558). การสร้างต้นแบบการออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุอำเภอกำแพงแสน. ยุทธ ไกยวรรณ. (2555). หลักการและการใช้การวิเคราะห์การถดถอยโลจิสติกสำหรับการวิจัย. วารสารวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย, 4(1), 1-12 . เข้าถึงได้จาก <https://rdi.rmutsv.ac.th/rmutsvrj/download/year4-issue1-2555/p1.pdf>

วสุนธรา รตโนภาส. (ตุลาคม - ธันวาคม 2565). การประเมินภาวะโภชนาการผู้สูงอายุในพื้นที่บริการของ มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงแสน. วารสารวิชาการสาธารณสุขชุมชน.

ศ.นพ.ประเวศ วะสี. (2533). อายุวัฒนะ คุณภาพชีวิต ผู้สูงอายุ. หมอชาวบ้าน.

ศ.นพ.วิฑูรย์ อึ้งประพันธ์ นพ.อนุวัฒน์ ศุภชติกุล นวลอนันต์ ตันติเกตุ และคณะ. (2541). นโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ. สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข.

สรชัย พิศาลบุตร. (2556). งานวิจัย. กรุงเทพฯ: วิทยพัฒน์.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจประชากรสูงอายุในประเทศไทย. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). สำรวจพฤติกรรมด้านสุขภาพของประชากร. กรุงเทพฯ: สำนักงานสถิติแห่งชาติ.

สำนักอนามัยผู้สูงอายุกรมอนามัย. (2564). คู่มือแนวทางการส่งเสริมสุขภาพดี ชะลอชรา ชีวียืนยาว. สำนักอนามัยผู้สูงอายุ กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.

สุดา วงศ์สวัสดิ์. (2559). พัฒนาผู้สูงวัยสู่ภาวะ “พดุมพลัง”. วารสารสุขภาพจิตแห่งประเทศไทย .

สุภาพร สุดหนองบัว. (2564). การดูแลผู้สูงอายุ สถานการณ์และคุณภาพชีวิต. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อาจารย์ ภาควิชาการพยาบาลผู้ใหญ่ ผู้สูงอายุ และบริหารการพยาบาล วิทยาลัยพยาบาลบรมราชชนนี.

(2562). การออกกำลังกายสำหรับผู้สูงอายุ. วารสาร โรงพยาบาลสกลนคร.

อิสระพงศ์ เพลิดเพลิน , จิตรรัตน์ ปองทอง ,เกษศิริรินทร์ พุทธวงศ์ อำนาจ เมืองแก้ว. (2563). การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมเสี่ยงโรคไม่ติดต่อเรื้อรังด้านการบริโภคอาหารรสเค็ม โดยใช้ชุมชนเป็นบานในพื้นที่ภาคเหนือตอนบน ปี พ.ศ.2563.

ความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลางกรณีศึกษา:ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์

Vulnerability of Middle-Income Earners : A Case Study of Apartment Residents

คริสฐา เพ็ญวิบูลย์

จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : grace.karitta@gmail.com

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบจากการระบาดของโควิด-19 ที่มีต่อความเปราะบางของครัวเรือนผู้มีรายได้ปานกลางในกรุงเทพมหานครที่พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ โดยมุ่งเน้นการศึกษาประเด็นสำคัญในด้านผลกระทบทางอาชีพ รายได้ การเงิน สุขภาพจิต และวิถีชีวิต รวมถึงการเสนอแนวทางเชิงนโยบายที่เหมาะสมเพื่อลดความเปราะบางในสถานการณ์โรคระบาดในอนาคต

งานวิจัยนี้ใช้วิธีการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ผ่านกรณีศึกษาที่เลือกจากกลุ่มเป้าหมายซึ่งมีลักษณะเฉพาะเจาะจง ได้แก่ ครัวเรือนรายได้ปานกลางในเขตกรุงเทพฯ ที่พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ การเลือกกลุ่มตัวอย่างดังกล่าวพิจารณาจากลักษณะสำคัญ เช่น ความเปราะบางต่อรายได้ที่ไม่มั่นคง ต้นทุนการครองชีพสูงในเมือง ความเสี่ยงต่อสุขภาพในพื้นที่แออัด และการเป็นตัวแทนของกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางในเขตเมืองใหญ่

ผลการศึกษาพบว่า การระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อครัวเรือนกลุ่มนี้ในหลากหลายมิติ ได้แก่

1. ผลกระทบด้านอาชีพและรายได้: การเปลี่ยนรูปแบบการทำงาน เช่น การทำงานจากที่บ้าน และการลดชั่วโมงการทำงานส่งผลต่อความมั่นคงของรายได้
2. ผลกระทบด้านการเงินและรายจ่าย: รายได้ที่ลดลงทำให้กลุ่มตัวอย่างต้องปรับพฤติกรรมการใช้จ่าย เช่น ลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น และเพิ่มความระมัดระวังในการจัดการเงินสด
3. ผลกระทบด้านสุขภาพจิต: ความกังวลต่อสุขภาพและความไม่แน่นอนในอนาคตส่งผลต่อสุขภาพจิต เช่น ความเครียด และความรู้สึกโดดเดี่ยวจากการเว้นระยะห่างทางสังคม
4. ผลกระทบด้านสังคมและวิถีชีวิต: การปรับตัวสู่การใช้ชีวิตในพื้นที่จำกัด การพึ่งพาเทคโนโลยี และการลดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม

งานวิจัยนี้สรุปว่า การออกแบบนโยบายที่เน้นการลดความเปราะบางของครัวเรือนรายได้ปานกลางควรให้ความสำคัญกับการสนับสนุนเศรษฐกิจครัวเรือน การเพิ่มการเข้าถึงทรัพยากรสุขภาพจิต และการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในอนาคต ผลการวิจัยมีความสำคัญต่อการออกแบบแนวทางช่วยเหลือในระดับครัวเรือนและนโยบายระดับประเทศที่ตอบสนองต่อความเปราะบางของประชาชนในสถานการณ์วิกฤต

คำสำคัญ : รายได้ปานกลาง, ความเปราะบาง, ความเสี่ยง

Abstract

This study aims to analyze the impact of the COVID-19 pandemic on the vulnerability of middle-income households residing in apartments in Bangkok. It focuses on key areas, including occupational, income, financial, mental health, and lifestyle impacts, as well as proposing appropriate policy measures to mitigate vulnerability during future pandemics. The research employs a qualitative research approach using case studies selected from a specific target group: middle-income households living in Bangkok apartments. The sample selection was based on critical characteristics such as vulnerability to unstable income, high urban living costs, health risks in crowded areas, and representation of urban middle-income groups.

The findings reveal that the COVID-19 pandemic affected this group in various dimensions:

1. Occupational and Income Impacts: Changes in work arrangements, such as remote working and reduced working hours, affected income stability.
2. Financial and Expenditure Impacts: Reduced income prompted changes in spending behavior, including cutting non-essential expenses and exercising greater caution in cash management.
3. Mental Health Impacts: Concerns about health and future uncertainties led to mental health issues such as stress and feelings of isolation due to social distancing.
4. Social and Lifestyle Impacts: Adjustments to living in confined spaces, increased reliance on technology, and reduced social interactions were observed.

The study concludes that policies aimed at reducing the vulnerability of middle-income households should prioritize:

- Supporting household economic resilience.
- Enhancing access to mental health resources.
- Improving infrastructure to accommodate lifestyle changes in future crises.

The findings are critical for developing both household-level assistance strategies and national policies to address public vulnerability during crises.

Keywords : Middle-Income, Vulnerability, Risk

บทนำ

ภาครัฐมักจะทำให้ความสำคัญกับผู้มีรายได้น้อยในการแก้ไขปัญหาความยากจน จนอาจหลงลืมดูแลผู้มีรายได้อีกกลุ่ม ผู้มีรายได้อีกกลุ่มที่มีสถานะอยู่ตรงกลางระหว่าง คนรวย กับ คนจน จึงมักตกที่นั้งลำบาก เนื่องจากไม่ใช่กลุ่มที่ภาครัฐให้ความสำคัญในการช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาแบบกลุ่มผู้มีรายได้น้อย จึงเป็นกลุ่มที่มักได้รับการช่วยเหลือจากภาครัฐผ่านนโยบายช่วยเหลือต่าง ๆ ส่วนผู้มีรายได้สูง หรือคนรายนั้นมีความสามารถในการใช้ชีวิตด้วยตนเองอยู่แล้ว

ประเด็นสำคัญคือเมื่อผู้มีรายได้อีกกลุ่มถูกหลงลืม จึงต้องเผชิญปัญหาจากโครงสร้างทางสังคมด้วยตนเอง ไม่ว่าจะเป็นปัญหาเงินเฟ้อ ปัญหาด้านแรงงาน หรืออื่น ๆ ต่างก็เป็นปัญหาที่สามารถส่งผลกระทบต่อสถานะทางสังคมและเศรษฐกิจของผู้มีรายได้อีกกลุ่มได้ เมื่อผู้มีรายได้อีกกลุ่มไม่สามารถรับมือกับปัญหาต่าง ๆ ได้ จึงเกิดการถดถอยทางชนชั้นขึ้น เมื่อผู้มีรายได้อีกกลุ่มถูกผลักลงมาจากสถานะเดิมจึงกลายเป็นคนชนชั้นล่างหรือผู้มีรายได้อีกต่ำ เห็นได้ชัดเลยว่านี่เป็นการผลิตซ้ำของวงจรรอบอุบาทที่เกิดขึ้นระหว่างผู้มีรายได้อีกกลุ่มและผู้มีรายได้อีกน้อยอย่างแท้จริง

การขยับสถานะทางสังคมสำหรับคนส่วนมากเป็นเรื่องเชื่อมโยงกับนโยบายสาธารณะที่มุ่งจะช่วยเหลือผู้คน โดยหลัก ๆ แล้ว นโยบายจากภาครัฐนั้นมี 2 แบบ ได้แก่ ถ้วนหน้าและ คัดเลือก นโยบายหรือมาตรการในรูปแบบถ้วนหน้าเป็นนโยบายที่ประชาชนทุก ๆ คนสามารถเข้าร่วมได้โดยไม่ต้องผ่านการคัดเลือกจากคุณสมบัติที่ภาครัฐกำหนด ในขณะที่นโยบายหรือมาตรการในรูปแบบการคัดเลือกเป็นการกำหนดคุณสมบัติของผู้ที่ผ่านการคัดเลือกในการเข้าร่วมนโยบายของภาครัฐ (มูลนิธิศุภนิมิตแห่งประเทศไทย ร่วมกับ สถาบันเสริมศึกษาและทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2566)

ประเทศไทยในปัจจุบันนี้ ส่วนใหญ่จะมีการจะดำเนินนโยบายในรูปแบบคัดเลือก โดยใช้เส้นความยากจน (Poverty Line) เข้ามาเป็นเกณฑ์สำคัญในการพิจารณาคุณสมบัติ ไม่ว่าจะเป็น

- 1) เงินอุดหนุนเพื่อดูแลเด็กแรกเกิด เดือนละ 600 บาทจำนวน 3 ปี ให้เฉพาะคนจน เกณฑ์คือครอบครัวมีรายได้อีกไม่เกินเดือนละ 3,000บาท โดยให้อาสาสมัครพัฒนาสังคม(อพม.) เป็นคนเสนอรายชื่อคนที่ยากจนสมควรได้รับค่าเลี้ยงดู ปี 2559 (กรมกิจการเด็กและเยาวชน, 2561)
- 2)สวัสดิการช่วยเหลือตามอาชีพ เช่น การช่วยเหลือชาวนา นโยบายรับจำนำข้าว ให้เงินช่วยเหลือเมื่อเกิดภัยธรรมชาติ ให้ไร่ละ 1000 บาท ไม่เกิน 10 ไร่ต่อคน ปี 2559 ใช้งบประมาณสำหรับชาวนา 3.7 ล้านราย ประมาณ 4หมื่นล้านบาท การช่วยเหลือชาวสวนผลไม้สวนยาง เป็นต้น (TDRI, 2566)

เห็นได้ชัดว่านโยบายช่วยเหลือส่วนใหญ่ของภาครัฐจำกัดเฉพาะเพียงคนบางกลุ่มเท่านั้น นอกจากนี้ยังมีนโยบายที่ดึงดูดให้ผู้มีรายได้อีกกลุ่มจับจ่ายใช้สอยในสัดส่วนของหนี้สินครัวเรือนเพิ่มขึ้นอีกด้วย ไม่ว่าจะเป็นนโยบายรถคันแรก บ้านหลังแรก ที่ได้รับการตอบรับจากประชาชน โดยเฉพาะผู้มีรายได้อีกกลุ่มอย่างท่วมท้น เมื่อมองถึงสัดส่วนหนี้ครัวเรือนของไทยจะพบว่า หนี้บ้าน ซึ่งเป็นหนี้ระยะยาวคิดเป็น 33% ของหนี้ครัวเรือนทั้งหมดเท่านั้น แต่ส่วนใหญ่เป็นหนี้ระยะสั้น เช่น สินเชื่อส่วนบุคคล หนี้บัตรเครดิต หนี้รถยนต์ คิดเป็น 40-50% (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2565)

สัดส่วนของหนี้ที่สูงอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต และอาจกระทบสภาพจิตใจ โดยกลุ่มเสี่ยงนี้ส่วนใหญ่เป็นคนรายได้ต่ำถึงปานกลาง ความสามารถชำระหนี้ไม่สูงนัก และมีความสามารถรองรับความผันผวนทางเศรษฐกิจน้อย จึงมีโอกาสสูงที่จะกลายเป็นหนี้เสีย(สันติ ชัยศรีสวัสดิ์สุข, 2563)

เมื่อเกิดวิกฤติการณ์โรคระบาดอย่างโควิด-19ขึ้น ประชาชนทุกคนต่างได้รับผลกระทบเหมือนกันหมด ไม่ว่าจะเป็นคุณจะเป็นใคร ประกอบอาชีพอะไร มีรายได้เท่าไร ก็ไม่อาจหลบหลีกเลี่ยงผลกระทบนี้ได้ ภาครัฐจึงมีบทบาทสำคัญในการกำหนดนโยบายและมาตรการต่าง ๆ มารับมือกับวิกฤติการณ์เช่นนี้ เพื่อบรรเทาและลดความเสียหายที่เกิดกับสมาชิกในสังคมและระบบเศรษฐกิจภายในประเทศให้ได้มากที่สุด (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2566) โควิด-19 จึงเป็นปัจจัยที่สร้างความผกผันให้กับทั้งระบบเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และวัฒนธรรม จนเกิดวิถีชีวิตใหม่ที่เรียกว่า New Normal Life ขึ้นมา (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2563)

ผู้มีรายได้ปานกลางถูกขูดรีดโดยนายทุน ซึ่งเป็นกลุ่มผู้ถือครองปัจจัยการผลิต ผู้มีรายได้ปานกลางจึงมีฐานะเป็นกลุ่มผู้มีรายได้ที่อยู่ระหว่าง ผู้มีรายได้สูง กับผู้มีรายได้น้อย ในฐานะของการเป็นพนักงานที่มีตำแหน่งสูงทั้งในภาคเอกชน และภาคราชการ ถึงแม้ว่าผู้มีรายได้ปานกลางจะเป็นผู้ที่ได้รับผลประโยชน์มากกว่าผู้มีรายได้น้อยอย่างเช่น กรรมาชีพ แต่ก็ไม่ได้ได้รับผลประโยชน์อย่างเต็มหน่วยเท่ากับผู้มีรายได้มากอย่างนายทุน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2560) ผู้มีรายได้ปานกลางเป็นเพียงผู้ได้รับส่วนแบ่งจากการขูดรีดจากผู้มีรายได้น้อยเท่านั้น ดังนั้นแล้วเมื่ออ้างอิงจากทฤษฎีของ อิริค โอลิน ไรท์ จะเห็นได้ว่า ผู้มีรายได้ปานกลางที่มักถูกมองข้ามไปนั้น ก็มีความเปราะบางในตัวเองเช่นเดียวกับที่ผู้มีรายได้น้อยมี

ความเปราะบางของผู้มีรายได้ปานกลางที่ว่านั้นมีทั้งการถูกขูดรีดจากนายทุน ระบบเศรษฐกิจที่ไม่สามารถกระจายความมั่งคั่งได้จึงทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ การถูกครอบงำจากลัทธิบริโภคนิยมกระแสโลกาภิวัตน์ และจากสถานการณ์ในปัจจุบันยังมีเรื่องของวิกฤติการณ์โควิด-19เข้ามาเป็นตัวเสริมอีกด้วยนำไปสู่หัวข้อการวิจัยของดิฉันซึ่งก็คือ “ความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลางกรณีศึกษา:ผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์” โดยเจาะจงกลุ่มผู้พักอาศัยในอพาร์ทเมนท์ในกรุงเทพมหานคร เนื่องจากผู้มีรายได้ปานกลางส่วนใหญ่ที่อาศัยในอพาร์ทเมนท์เนื่องจากเป็นผู้มีรายได้ปานกลางเป็นกลุ่มที่พึ่งพางานประจำเป็นส่วนใหญ่ซึ่งมักพักอาศัยอพาร์ทเมนท์เนื่องจากไม่สามารถสู้ราคาที่ดิน ราคาบ้าน และคอนโดได้ อีกทั้งยังเป็นกลุ่มที่ทั้งมีภาระหนี้สินก้อนใหญ่และไม่มีภาระหนี้สินก้อนใหญ่ จึงเหมาะแก่การศึกษาอย่างยิ่ง

ผู้มีรายได้ปานกลาง มักจะถูกมองข้ามไปเมื่อมีการพิจารณาถึงมาตรการในการช่วยเหลือบรรเทาเพราะถูกมองว่าเป็นกลุ่มครัวเรือนที่มีขีดความสามารถในการปรับตัวรองรับกับภาระที่เพิ่มขึ้นนี้ได้ ซึ่งก็อาจจะจริงสำหรับบางครัวเรือนที่มีความมั่งคั่งหรือมีความมั่นคงทางการเงินดีพอสมควร แต่ก็ไม่ใช่ทุกคนที่จะมีสถานะทางการเงินที่เข้มแข็งเพียงพอจนสามารถรองรับต่อผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นต่อเนื่องกัน นับตั้งแต่ก่อนการระบาดของโรคโควิด-19 จนถึงปัจจุบัน ที่มีการออกมาตรการในการควบคุมโรคจนมีผลต่อการจำกัดกิจกรรมทางเศรษฐกิจ จนเกิดการเพิ่มขึ้นของเงินเฟ้ออย่างรวดเร็ว และยังมีทิศทางว่าภาวะเงินเฟ้อจะกลายเป็นปัญหาต่อเศรษฐกิจไทยในระยะยาว ดังนั้นผู้มีรายได้ปานกลางจึงเป็นกลุ่มที่มีความเสี่ยงต่อการที่

จะต้องถูกผลักดันให้ตกลงไปอยู่ในสภาวะความยากลำบากจากความยากจนและมีแนวโน้มว่ากลุ่มนี้จะต้องเผชิญกับอุปสรรคหลายประการในการที่จะยกระดับรายได้ของตนเองให้สูงขึ้นจากความยากจน

เมื่อประชากรส่วนใหญ่ไม่มีศักยภาพเพียงพอที่จะรองรับภาระค่าครองชีพที่เพิ่มสูงขึ้น หรือถ้ารองรับได้ก็ทำได้อย่างยากลำบาก อีกทั้งข้อมูลหนี้ของภาคครัวเรือนที่สูงกว่าร้อยละ 90 ของผลิตภัณฑ์มวลรวมภายในประเทศชี้ให้เห็นถึงความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลาง ได้เป็นอย่างดีเมื่อต้องเผชิญกับค่าครองชีพที่สูงมากขึ้นเกินกว่าที่คาดหมายไว้อย่างมาก ในขณะที่โอกาสทางเศรษฐกิจหรือโอกาสในการสร้างรายได้กลับมีข้อจำกัดมากขึ้นเรื่อย ๆ กลุ่มผู้ที่มีรายได้ปานกลางนี้มีสัดส่วนมากทีเดียวที่ยังมีหนี้ผ่อนค่าบ้าน ค่ารถ หนี้บัตรเครดิต ข้อมูลหนี้ครัวเรือนของเครดิตบูโร แสดงให้เห็นว่าการเป็นหนี้ของครัวเรือนเริ่มต้นตั้งแต่อายุน้อย และกลุ่มที่มีอายุ 40-50 ปีเป็นกลุ่มที่มีหนี้มากที่สุด ดังนั้นแล้วการดำเนินนโยบายในการช่วยเหลือหรือสร้างเสริมให้กับผู้ที่มีรายได้ปานกลางเพื่อให้พวกเขาสามารถรักษาสถานะทางเศรษฐกิจเดิมของพวกเขาไว้ได้หรืออาจช่วยให้พัฒนาสถานะของตนเองได้ดียิ่งขึ้นกว่าเก่าจึงเป็นเรื่องที่ควรให้ความสำคัญไม่แพ้กับครัวเรือนที่มีรายได้น้อย

การที่จะทำให้ทุกคนเป็นคนรวยทั้งหมดนั้นเป็นไปได้ แต่การที่จะทำให้คนส่วนใหญ่ของประเทศกินดีอยู่ดี รวมทั้งยกระดับชนชั้นกลางให้เข้มแข็งและมีจำนวนมากขึ้น เป็นเป้าหมายสำคัญ ทั้งเป็นเรื่องที่ท้าทายความสามารถในการบริหารประเทศ ข้อความดังกล่าวนี้แม้สถานการณ์ปัจจุบันจะยังคงไกลจากการที่จะทำให้คนส่วนใหญ่ของประเทศกินดีอยู่ดี รวมทั้งยกระดับครัวเรือนที่มีรายได้ปานกลางให้เข้มแข็งและมีจำนวนมากขึ้นได้ แต่อย่างไรก็ตามดิฉันเชื่อว่าหากพวกเราช่วยกัน สิ่งหวังไว้คงไม่ไกลเกินเอื้อมมือถึง

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษานี้มีเป้าหมายที่จะศึกษาผลกระทบที่เกิดกับผู้ที่มีรายได้ปานกลาง โดยวิเคราะห์ผ่านทฤษฎี โดยเฉพาะความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้ปานกลาง เช่น ภัยพิบัติต่าง ๆ ที่เกิดท่ามกลางความไม่แน่นอน ส่งผลให้ครัวเรือนมีความยากจนเพิ่มขึ้น เนื่องจากความสูญเสียจากเหตุการณ์ ดังกล่าว ไม่ว่าจะเป็นการสูญเสียทรัพย์สิน สูญเสียเครื่องมือ เครื่องใช้ในการประกอบอาชีพ หรือแม้กระทั่งสูญเสียที่อยู่อาศัย นอกจากนี้การเตรียมการรับมือกับปัญหาและประสบการณ์ในการแก้ไขปัญหาสำหรับหนี้ครัวเรือนย่อมส่งผลต่อสภาวะความเปราะบางต่อความยากจนของครัวเรือนในการได้รับผลกระทบทางเศรษฐกิจจากปัญหาดังกล่าว โดยเฉพาะผู้ยากจนใหม่ที่เป็นทางเศรษฐศาสตร์เดิมที่เราเรียกว่าเป็นผู้เปราะบาง ซึ่งผู้ที่มีรายได้น้อยและผู้เปราะบางที่มีความเสี่ยงหรือมีโอกาสที่จะเป็นคนจนเมื่อเกิดเหตุการณ์ไม่คาดฝันและภัยพิบัติ ซึ่งความเปราะบางอาจเกิดจากสาเหตุหลายประการ การที่เศรษฐกิจไทยจะสามารถเติบโตได้อย่างต่อเนื่อง ภาคครัวเรือนควรมีความเข้มแข็งที่จะสามารถสร้างรายได้ให้เพิ่มขึ้น เพื่อนำมาใช้จ่ายในแต่ละวัน ก็จะส่งผลต่อการเติบโตทางเศรษฐกิจที่ยั่งยืน แต่ในทางกลับกัน ถ้าการใช้จ่ายของประชาชนเพิ่มขึ้นจากการสร้างหนี้หรือการนำเงินในอนาคตมาใช้ในปัจจุบัน ย่อมจะเป็นความเสี่ยงต่อเศรษฐกิจโดยรวมในระยะต่อไป

กรอบแนวคิด

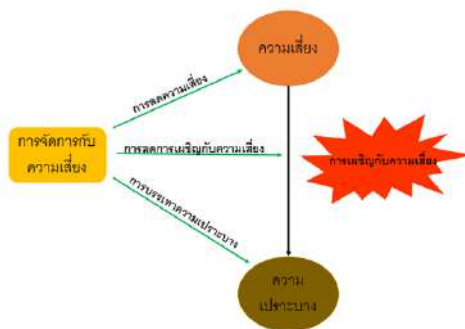
ศึกษาโดยใช้ 2 ทฤษฎีในการวิเคราะห์ คือทฤษฎีความเสี่ยง และทฤษฎีความเปราะบาง

1. ความเสี่ยง (risk) หมายถึง เหตุการณ์ที่ไม่สามารถพยากรณ์ได้ว่าจะเกิดขึ้นหรือไม่ หรือเกิดขึ้นได้อย่างไร อย่างไรก็ตาม อาจมีแนวทางที่กำหนดความน่าจะเป็นที่จะเกิดเหตุการณ์ขึ้นล่วงหน้าได้ กล่าวอีกนัยหนึ่ง ความเสี่ยงเป็นเรื่องของการพิจารณาเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต
2. แนวคิดความเปราะบางของMartha Fineman ความเปราะบางคือสิ่งที่มนุษย์ทุกคนมี เป็นสถานะที่สามารถเปลี่ยนแปลงได้ทั้งในแง่ดีและแย่ ขึ้นอยู่กับว่าเราเลือกที่จะรับมือกับสถานะความเปราะบางอย่างไร จึงกล่าวได้ว่าความเปราะบางไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่ถูกกำหนดโดยปัจจัยทางสังคม เศรษฐกิจ และการเมืองมนุษย์ทุกคนจึงต้องเผชิญกับความท้าทายและความเสี่ยงในชีวิตอยู่เสมอตั้งแต่เกิดจนตาย

กล่าวคือ ความเปราะบาง เป็นสถานการณ์ที่เมื่อบุคคลเจอกับความเสี่ยง แล้วไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ภายหลังจากเกิดเหตุการณ์ เนื่องจากไม่ได้เตรียมการจัดการ หรือไม่สามารเตรียมการจัดการกับความเสียหายไว้อย่างเพียงพอ

ความเปราะบางจึงเป็นผลสืบเนื่องมาจากความเสี่ยง เมื่อมีความเสี่ยงและเกิดเหตุการณ์ขึ้น บุคคลที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองหรือไม่สามารถจัดการกับเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นได้ถือว่าเป็นบุคคลที่เปราะบาง ตัวอย่างเช่น บุคคลที่มีความเสี่ยงจะเจ็บป่วย ต่อมาบุคคลนั้นล้มป่วยลงและไม่มีเงินเพียงพอที่จะจ่ายค่ารักษาพยาบาล จึงส่งผลกระทบต่อฐานะความเป็นอยู่ของบุคคลนั้น ซึ่งในช่วงก่อนที่จะเจ็บป่วย บุคคลดังกล่าวอาจเป็นผู้มีฐานะและสามารถหาเลี้ยงตนเองหรือครอบครัวได้

บุคคลที่ไม่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ภายหลังเหตุการณ์ จัดได้ว่าเป็นบุคคลที่มีความเปราะบาง ส่วนบุคคลใดที่สามารถช่วยเหลือตนเองได้ภายหลังเหตุการณ์ จัดได้ว่าบุคคลนั้นมีความมั่นคงในชีวิต อย่างไรก็ตาม ในช่วงชีวิตหนึ่งของแต่ละบุคคลก็อาจประสบทั้งความมั่นคงและความเปราะบางได้ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับความสามารถในการจัดการกับความเสี่ยงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในชีวิตตน



ระเบียบวิธีวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อสำรวจและวิเคราะห์ผลกระทบจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 ต่อผู้มีรายได้อาจปานกลางที่อาศัยในอพาร์ทเมนท์ โดย

การศึกษาในครั้งนี้จะใช้วิธีการเก็บข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการแจกแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มเป้าหมายเพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและมีความลึกซึ้งในมุมมองของผู้ตอบ

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาคั้งนี้คือผู้ที่มีรายได้ปานกลางและอาศัยในอพาร์ทเมนท์ในเขตกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการบริหารของประเทศ มีประชากรหนาแน่นและพื้นที่อยู่อาศัยจำกัด กลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางที่พักในอพาร์ทเมนท์ส่วนใหญ่มักเป็นผู้ที่พึ่งพารายได้จากการทำงานประจำ ซึ่งรายได้ของพวกเขาไม่สูงพอที่จะซื้อบ้านเดี่ยวหรือสังหาริมทรัพย์ในเมืองได้ และมีรายได้ที่สามารถครอบคลุมค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน แต่ไม่เพียงพอที่จะสร้างเงินออมสำรองสำหรับสถานการณ์วิกฤติกลุ่มนี้จึงสะท้อนถึงลักษณะเฉพาะของความเปราะบางและความเสี่ยงในสถานการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ได้อย่างชัดเจน โดย ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างจำนวน 15-20 คน โดยกลุ่มตัวอย่างจะถูกเลือกตามเกณฑ์ที่กำหนด ซึ่งประกอบไปด้วย

1. กลุ่มเป้าหมายหลัก: เป็นผู้มีรายได้ปานกลาง โดยพิจารณาจากระดับรายได้ที่อยู่ในช่วงกลางตามการจัดประเภทของรายได้ตามสถิติหรือเกณฑ์ที่ใช้ในสังคมไทย ซึ่งมีรายได้อยู่ที่ 15,000 -45,000 บาท/เดือน โดยอ้างอิงจาก ธนาคารแห่งประเทศไทย และ สำนักงานสถิติแห่งชาติ
2. ข้อกำหนดเกี่ยวกับที่อยู่อาศัย: อาศัยอยู่ในอพาร์ทเมนท์ที่มีจำนวนยูนิตระหว่าง 10-100 ยูนิต ที่ตั้งอยู่ในเขตเมืองที่ได้รับผลกระทบจากโควิด-19 ซึ่งอาจมีผลกระทบในด้านการเข้าถึงทรัพยากร เช่น การซื้อของ อาหาร และการเดินทาง
3. จำนวนกลุ่มตัวอย่าง: จำนวนผู้เข้าร่วมการสัมภาษณ์จะถูกเลือกประมาณ 15-20 คน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายและครอบคลุมมุมมองที่แตกต่างกัน

วิธีการเก็บข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้จะใช้วิธีการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และการแจกแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลเชิงปริมาณ (Quantitative Data) เพื่อให้การศึกษามีมุมมองที่หลากหลาย และสามารถให้รายละเอียดที่ครบถ้วนมากขึ้น

1. การสัมภาษณ์เชิงลึก: การสัมภาษณ์จะดำเนินการในรูปแบบการสัมภาษณ์แบบเปิด (Open-ended interview) โดยจะมีการถามคำถามเกี่ยวกับผลกระทบที่ได้รับจากการระบาดของโควิด-19 การสัมภาษณ์จะดำเนินการโดยผู้วิจัย และใช้การบันทึกเสียงในการสัมภาษณ์เพื่อให้สามารถถอดข้อมูลได้อย่างถูกต้องและครบถ้วน
2. การแจกแบบสอบถาม: แบบสอบถามจะประกอบไปด้วยคำถามที่เกี่ยวข้องกับผลกระทบจากโควิด-19 ในด้านต่างๆ เช่น ผลกระทบต่อรายได้ การใช้จ่าย การปรับตัวในที่ทำงาน และความรู้สึกส่วนตัวต่อสถานการณ์ การแจกแบบสอบถามจะแจกพร้อมกับการสัมภาษณ์

กระบวนการเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลในงานวิจัยนี้จะดำเนินการตามขั้นตอนดังนี้:

1. การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่าง: คัดเลือกกลุ่มตัวอย่างจากผู้มีรายได้ปานกลางที่อาศัยในอพาร์ทเมนท์ โดยพิจารณาให้ครอบคลุมทุกช่วงอายุและอาชีพ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลาย
2. การดำเนินการสัมภาษณ์: นัดหมายการสัมภาษณ์กับกลุ่มตัวอย่างและดำเนินการสัมภาษณ์ตามประเด็นที่ตั้งไว้ โดยจะใช้เทคโนโลยีในการบันทึกเสียงและถอดข้อมูล
3. การแจกแบบสอบถาม: แจกแบบสอบถามให้กลุ่มตัวอย่างพร้อมการสัมภาษณ์
4. การบันทึกข้อมูลและการจัดเก็บ: ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะถูกบันทึกและถอดเสียงเพื่อการวิเคราะห์ ข้อมูลจากแบบสอบถามจะถูกเก็บในระบบออนไลน์เพื่อความสะดวกในการจัดการ

โครงสร้างคำถามในแบบสอบถาม

แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ส่วน ดังนี้ ตอนที่ 1: ข้อมูลสถานภาพส่วนบุคคล, ตอนที่ 2: ผลกระทบทางด้านอาชีพ, ตอนที่ 3: ผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจและรายได้, ตอนที่ 4: ผลกระทบด้านการเงินและรายจ่าย, ตอนที่ 5: ผลกระทบด้านสุขภาพจิตและจิตใจ, ตอนที่ 6: ผลกระทบด้านสังคมและวิถี, ตอนที่ 7: ความคิดเห็นเพิ่มเติม

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์จะใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยจะทำการแยกแยะข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แต่ละคนเพื่อสรุปแนวโน้มและปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อผู้มีรายได้ปานกลางในด้านต่างๆ นอกจากนี้ยังจะใช้การจำแนกหมวดหมู่ (Coding) ข้อมูลที่ได้รับ เพื่อนำมาวิเคราะห์และสรุปผล สำหรับข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามจะทำการวิเคราะห์เชิงปริมาณ (Quantitative Analysis) โดยใช้สถิติเบื้องต้น เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean) และเปอร์เซ็นต์ (Percentage) เพื่อให้เห็นภาพรวมของผลกระทบที่เกิดขึ้น

ผลการวิจัย

ตาราง 1 แสดงข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ข้อมูลพื้นฐาน	จำนวน (n=20)	ร้อยละ (100.00)
1.เพศ		
ชาย	8	40
หญิง	12	60
2.อายุ		
18-28ปี	7	35

29-39ปี	8	40
40-50ปี	3	15
มากกว่า 50ปี	2	10
3.ศาสนา		
พุทธ	17	85
คริสต์	3	15
4.สถานภาพ		
โสด	18	90
สมรส	2	10
5.ระดับการศึกษา		
มัธยมตอนต้น	0	0
มัธยมตอนปลาย	0	0
อนุปริญญา	1	5
ปริญญาตรี	18	90
สูงกว่าปริญญาตรี	1	5
6.อาชีพก่อนโควิด		
ข้าราชการ	5	25
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	5
พนักงานบริษัทเอกชน	8	40
ธุรกิจส่วนตัว	2	10
รับจ้าง / งานไม่ประจำ	3	15
ว่างงาน / ไม่มีงานทำ / ตกงาน	0	0
อื่น ๆ	1	5
7.อาชีพหลังโควิด		
ข้าราชการ	6	30
พนักงานรัฐวิสาหกิจ	1	5
พนักงานบริษัทเอกชน	6	30
ธุรกิจส่วนตัว	4	20
รับจ้าง / งานไม่ประจำ	2	10
ว่างงาน / ไม่มีงานทำ / ตกงาน	0	0
อื่น ๆ	1	5

ผลกระทบจากโควิด-19 ต่อความเปราะบางของกลุ่มผู้มีรายได้น้อยปานกลางในอพาร์ทเมนต์

โควิด-19 ได้ส่งผลกระทบในทุกมิติของชีวิตต่อกลุ่มผู้มีรายได้น้อยปานกลางที่พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ ตั้งแต่การลดความมั่นคงในอาชีพ รายได้ และการเงิน ไปจนถึงการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและสุขภาพจิต ในมุมมองของ ทฤษฎีความเปราะบาง กลุ่มคนเหล่านี้มีความเสี่ยงสูงในการเผชิญกับความไม่มั่นคงในระยะยาว เนื่องจากขาดทรัพยากรสำรองที่เพียงพอ และการเปลี่ยนแปลงทางสังคมที่เกิดขึ้นอาจทิ้งร่องรอยไว้ในรูปแบบของความโดดเดี่ยวและความไม่มั่นคงทางจิตใจ และในมุมมองของทฤษฎีความเสี่ยง ยังแสดงให้เห็นว่า การตัดสินใจของผู้คนในช่วงโควิด-19 สะท้อนถึงความพยายามในการลดความเสียหายจากรiskด้านสุขภาพและการเงิน แม้บางครั้งการตัดสินใจเหล่านั้นอาจส่งผลเสียต่อเศรษฐกิจส่วนรวม เช่น การลดการบริโภคหรือการใช้จ่าย

โดยสรุป โควิด-19 ไม่เพียงเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและวิถีชีวิตของประชาชน แต่ยังเน้นย้ำถึงความสำคัญของการสร้างระบบสนับสนุนทางสังคมและเศรษฐกิจเพื่อช่วยลดความเปราะบางและความเสี่ยงในอนาคต โดยเมื่อนำทฤษฎีความเปราะบางมาวิเคราะห์ในกรณีของการระบาดของโควิด-19 ความเปราะบางของผู้ที่มีรายได้น้อยปานกลางในกรุงเทพมหานครที่อาศัยอพาร์ทเมนต์สามารถวิเคราะห์ได้ดังนี้:

1. ความเปราะบางทางเศรษฐกิจ

- การสูญเสียรายได้: การระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้มีรายได้น้อยปานกลางต้องเผชิญกับการสูญเสียรายได้ทั้งจากงานหลักและงานเสริม ความเปราะบางทางเศรษฐกิจนี้ทำให้ครัวเรือนต้องปรับตัวในการใช้จ่ายและการจัดการหนี้สิน
- การขาดสภาพคล่องทางการเงิน: การสูญเสียอาชีพประจำ และรายได้ทำให้ครัวเรือนขาดสภาพคล่องทางการเงิน ซึ่งส่งผลกระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้และการจัดการค่าใช้จ่ายในชีวิตประจำวัน

2. ความเปราะบางทางสุขภาพ

- ความเสี่ยงในการติดเชื้อ: ผู้ที่ทำงานในสถานที่เสี่ยง เช่น โรงพยาบาล ต้องเผชิญกับความเสี่ยงในการติดเชื้อโควิด-19 ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพกายและจิตใจ
- การขาดการเข้าถึงบริการสุขภาพ: การระบาดของโควิด-19 ทำให้การเข้าถึงบริการสุขภาพยากลำบากขึ้น เนื่องจากโรงพยาบาลและสถานพยาบาลต้องรับมือกับผู้ป่วยโควิด-19 เป็นจำนวนมาก

3. ความเปราะบางทางสังคม

- การขาดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม: การรักษาระยะห่างทางสังคมและการจำกัดการเดินทางทำให้ผู้คนขาดปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิตและความเป็นอยู่เนื่องจากต้องเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของตนที่เคยปฏิบัติมานาน

- การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต: การเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิต เช่น การทำงานจากที่บ้าน การลดกิจกรรมทางสังคม และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่าย ทำให้ผู้คนต้องปรับตัวและเผชิญกับความเครียดและความวิตกกังวล

4. ความเปราะบางทางจิตใจ

- ความเครียดและความวิตกกังวล: การระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนต้องเผชิญกับความเครียดและความวิตกกังวลเกี่ยวกับอนาคต ทั้งในแง่ของสุขภาพและเศรษฐกิจ รวมถึงการต้องอยู่ในพื้นที่ที่จำกัด
- การขาดการสนับสนุนทางอารมณ์: การขาดปฏิสัมพันธ์ทางสังคมทำให้ผู้คนรู้สึกโดดเดี่ยวและขาดการสนับสนุนทางอารมณ์ ซึ่งส่งผลกระทบต่อสุขภาพจิต

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

การแก้ไขปัญหาความเปราะบางที่เกิดจากโควิด-19 ในกลุ่มผู้มีรายได้น้อยปานกลางที่พักอาศัยในอพาร์ทเมนต์ต้องการความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ตั้งแต่การพัฒนานโยบายที่พักอาศัย การสนับสนุนด้านการเงินและสุขภาพจิต ไปจนถึงการสร้างโครงสร้างพื้นฐานที่รองรับการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตในยุค New Normal การดำเนินมาตรการเหล่านี้จะช่วยลดผลกระทบระยะสั้นและเสริมสร้างความพร้อมในการรับมือวิกฤตในอนาคต

1. การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจ เรื่องการเงิน ควรจัดอบรมเกี่ยวกับการจัดการความเสี่ยง การวางแผนการเงิน มีการส่งเสริมการออมในกลุ่มรายได้น้อยปานกลางผ่านมาตรการจูงใจ เช่น การสนับสนุนเงินฝากระยะสั้นแบบดอกเบี้ยสูง เนื่องจากเห็นได้ชัดจากกลุ่มตัวอย่างที่มีวินัยทางการเงินมาโดยตลอดตั้งแต่ช่วงก่อนการระบาดโควิด-19 ทำให้มีการเก็บออมเงินไว้ใช้ในภาวะฉุกเฉิน และยังไม่มีการหนี้นี้ใหญ่ที่ทำให้ต้องตกที่นั่งลำบากในช่วงวิกฤติ
2. การเสริมสร้างความรู้ ความเข้าใจพื้นฐานด้านเทคโนโลยี วิธีการใช้งานแพลตฟอร์มดิจิทัล เพื่อรองรับการทำงานจากที่บ้าน และการเรียนออนไลน์ รวมถึงอาชีพที่สามารถทำได้ผ่านออนไลน์ เนื่องจาก เมื่อเกิดการระบาดโควิด-19 เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญเนื่องจากเป็นสิ่งที่เข้ามาเป็นตัวช่วยในการทำเรื่องต่าง ๆ ในภาวะที่เราต้องเว้นระยะห่าง จนทำให้เกิด New Normal Life ขึ้น แต่ยังมีประชาชนอีกมากที่ไม่สามารถเข้าถึงเทคโนโลยีหรือไม่มีความรู้ ความเข้าใจด้านนี้ ดังนั้นแล้ว ภาครัฐจึงควรส่งเสริมเพื่อเตรียมพร้อมให้ประชาชนก้าวเข้าสู่ยุค New Normal Life ได้
3. ส่งเสริมนโยบายในการหางาน จ้างงาน เพื่อรองรับกับผู้ตกงานในยามวิกฤติ โดยปรับระยะเวลาโครงการให้เป็นระยะยาว หรืออาจจะออกแบบให้เป็นการต่อสัญญาเมื่อมีผลงานที่ดี เนื่องจากโครงการที่ภาครัฐมีนั้น มีระยะสั้นเพียง 3 เดือน ซึ่งไม่เพียงพอให้ผู้ที่อยู่ในช่วงวิกฤติได้ทันปรับตัว

บรรณานุกรม

- เกรียงศักดิ์ จันทร์นอก และพลาญ จันทร์จตุรภัทร, (2562), ผลกระทบของชนชั้นทางสังคมกับแรงจูงใจทางสังคมที่มีต่อความตั้งใจซื้อสินค้าออนไลน์: หลักฐานเชิงประจักษ์จากมุมมองของผู้บริโภคในประเทศไทย, กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์
- คนธ์พงษ์ เลิศชัยทัศน์, (2550), การเปลี่ยนแปลงรูปแบบการถือครองที่อยู่อาศัยของคนชั้นกลาง : กรณีศึกษาอาคารพักอาศัยรวมในเขตบางกะปิ กรุงเทพมหานคร, วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเคหการ ภาควิชาเคหการ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- ไทยพับลิก้า, (2564), ธนาคารโลกชี้คนชั้นกลางจมนลง คาดเศรษฐกิจไทยฟื้นอีก 2 ปี, ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก <https://thaipublica.org/2020/06/worldbank-thailand-economic-monitor-report-sees-gdp-2020-minus-5-percent/>
- นิตยาพร วัฒนศัพท์, ธวานิดา บุญวรรณ, และศิวาภรณ์ ไชยเจริญ, (2559), ชนชั้นทางสังคม ความไม่เท่าเทียมกันทางสังคม และการอธิบายถึงการเป็นประชากรกลุ่มเปราะบางในสังคม, วารสารวิจัยระบบสาธารณสุข, 10(4), 368-34
- นุกูล ชื่นพัก, วรลักษณ์ ลลิตศศิวิมล, อับดุลเราะมัน มอลอ, และสุนิตดา สันบุกา, (2563), ชนชั้นนำ: นโยบายประชานิยมกับความคาดหวังของชนชั้นกลางตามแนวคิดของนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์, การประชุมมหาดใหญ่วิชาการระดับชาติและนานาชาติครั้งที่ 11, (13-23), สงขลา : มหาวิทยาลัยหาดใหญ่
- ปรีดี บุญซื่อ, (2562), โลกาภิวัตน์ เทคโนโลยีใหม่ และเศรษฐกิจดิจิทัล กับ “การสูญหายของชนชั้นกลาง”, ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก <https://thaipublica.org/2018/02/pridi89/>
- พิชญ์ พงษ์สวัสดิ์, (2562), การขยับสถานะทางสังคม, ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก https://www.matichon.co.th/columnists/news_1720579
- วอยซ์ออนไลน์, (2564), สัดส่วน 'ชนชั้นกลาง' จะน้อยลง เพราะ 'คนจน' กำลังเพิ่มขึ้น, ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก <https://voicetv.co.th/read/ZBSred-tZ>
- ศิริพร ยอดกมลศาสตร์, (2538), แนวคิดว่าด้วยชนชั้นกลางในสังคมไทย, วิทยานิพนธ์ปริญญาเศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
- เศรษฐศาสตร์ นอกกะลา, (2564), เศรษฐกิจไทย บนบ่าของ “คนชั้นกลาง”, ค้นเมื่อ 26 เมษายน 2564, จาก <https://www.thestorythailand.com/08/06/2020/2053/>
- อัมมาร สยามวาลา, อัมมาร สยามวาลา..[และคนอื่นๆ], (2549) การประเมินความเสี่ยงและความเปราะบางทางสังคม : การวัดภาวะความยากไร้และความเปราะบางทางสังคม สู่แนวทางนำไปปฏิบัติได้ในประเทศไทย, สถาบันวิจัยเพื่อการพัฒนาประเทศไทย:กรุงเทพฯ
- Frank Rudy Cooper, (2015), Always Already Suspect: Revising Vulnerability Theory, University of Nevada, Las Vegas.

TSURUYO FUNATSU, &KAZUHIRO KAGOYA, (2003), THE MIDDLE CLASSES IN THAILAND: THE RISE OF THE URBAN INTELLECTUAL ELITE AND THEIR SOCIAL CONSCIOUSNESS, *The Developing Economies*, 243-263

OECD (2019), *Under Pressure: The Squeezed Middle Class*, OECD Publishing, Paris.

WONG PEI TING, (2019), Housing policies effective in helping children from low-income families upgrade, but less so for middle class: NUS study, Retrieved April 26, 2020, from <https://www.todayonline.com/singapore/housing-policies-effective-helping-children-low-income-families-upgrade-less-so-middle>

World Bank Group. 2020. *Thailand Economic Monitor: Thailand in the Time of COVID-19*. World Bank, Bangkok.

ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา
สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1

The Professional Administrator for Affecting School Effectiveness Under Uthaitхани
Primary Educational Service Area Office 1

สุภาวดี เกษม¹ และ ศักดิพงษ์ สุภีรักษ์²

¹หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์
มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, supawadee82717@gmail.com

²คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเจ้าพระยา, dr.somsak.su@gmail.com

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 วัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาระดับของความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา 2) เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิผลของสถานศึกษา 3) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา 4) เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่สามารถทำนายประสิทธิผลของสถานศึกษา กลุ่มตัวอย่างได้แก่ ข้าราชการครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 จำนวน 226 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ผลการหาคุณภาพเครื่องมือวิจัย มีค่าความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 ค่าความเชื่อมั่น (Reliability) ภาพรวมอยู่ที่ 0.986 โดยค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรอิสระอยู่ที่ 0.984 และค่าความเชื่อมั่นของตัวแปรตามอยู่ที่ 0.973 สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณแบบมีขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับความคิดเห็นความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.58$) 2) ระดับความคิดเห็นของประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($x = 4.59$) 3) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้านความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา พบว่า มีความสัมพันธ์กันในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 4) ผลการสร้างสมการพยากรณ์ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษาที่สามารถร่วมกันทำนายคุณภาพของประสิทธิผลของสถานศึกษา มีค่าอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 50.1 ($R \text{ square} = .501$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 สามารถสร้างสมการ ได้ดังนี้

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบ

$$\hat{Y} = 1.627 + .322(X_{10}) + .108(X_6) + .132(X_7) + .075(X_9)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .422(z_{10}) + .254(z_6) + .172(z_7) + .138(z_9)$$

คำสำคัญ : ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา, ประสิทธิภาพของสถานศึกษา

Abstract

The purpose of the research The Professional Administrator for Affecting School Effectiveness Under Uthaithani Primary Educational Service Area Office 1 were : 1) to study the level of the Professional Administrator 2) to study School Effectiveness 3) to study the relationship between peer the purpose of the research The Professional Administrator and Affecting School Effectiveness 4) to create The regression of the Professional Administrator for be able to predict the Professional Administrator The sample consisted of 226 teachers in Uthaithani Primary Educational Service Area Office 1 The research instruments used for gathering data was a rating 5 scales questionnaire. The results of the research instrument were the index of item objective congruence (IOC) was between 0.60 – 1.00, the reliability was 0.986 Independent Variable Reliability was 0.98 4 Dependent Variable Reliability was 0.97 3 . The statistical analysis employed were percentage, mean, standard deviation, Pearson Correlation and multiple regression analysis.

The research findings of the study were : 1) The administrator's and teacher's opinions of towards The Professional Administrator were Very Good (x = 4.58) 2) The opinion towards The Affecting School Effectiveness were Very Good (x = 4.59) 3) The relationship between The Professional Administrator and The Affecting School Effectiveness were statistically significant different at .05 level. 4) The results of creating a prediction equation for The Professional Administrator that can jointly predict the quality of The Affecting School Effectiveness, the R – Square equaled .501 was statistically significant difference at .05 level. The equation were: The regression of raw scores

$$\hat{Y} = 1.627 + .322(X_{10}) + .108(X_6) + .132(X_7) + .075(X_9)$$

The standard scores

$$\hat{Z} = .422(z_{10}) + .254(z_6) + .172(z_7) + .138(z_9)$$

Keywords : The Professional Administrator, Affecting School Effectiveness

บทนำ

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 เป็นหน่วยงานที่รับผิดชอบ จัดทำนโยบาย แผนพัฒนา และมาตรฐานการศึกษาของเขตพื้นที่การศึกษาให้สอดคล้องกับนโยบาย มาตรฐานการศึกษา แผนการศึกษา แผนพัฒนาการศึกษาขั้นพื้นฐานและความต้องการของท้องถิ่น ตลอดจนปฏิบัติหน้าที่อื่นเกี่ยวกับกิจการภายในเขตพื้นที่การศึกษาที่มีได้ระบุให้เป็นหน้าที่ของผู้ใดโดยเฉพาะ หรือปฏิบัติงานอื่นตามที่มอบหมาย ซึ่งสภาพปัญหาของผู้บริหารในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 จะเห็นได้ว่า ในปัจจุบันผู้บริหารนับว่ามีความสำคัญและความจำเป็นต้องเป็นนักบริหารการศึกษา มืออาชีพ เพราะจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจสังคมความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี และการบริหาร การศึกษายังไม่เหมาะสม ขาดประสิทธิภาพ เพราะฉะนั้น เพื่อยกระดับการบริหารสถานศึกษา ผู้บริหาร ที่มีประสิทธิภาพเท่านั้นจึงจะสามารถเป็นผู้นำที่ดีและสร้างงานที่โดดเด่นการปฏิบัติหน้าที่ความรับผิดชอบ นำพาโรงเรียน ฝ่าฟันอุปสรรคต่าง ๆ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและมีประสิทธิผล (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1. 2565: 18)

ประสิทธิผลของสถานศึกษา เกิดจากสถานศึกษาที่มีสภาพทางสังคม บรรยากาศ และสิ่งแวดล้อม รอบ ๆ ตัวผู้เรียนที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ที่เหมาะสม มีความพร้อมในด้านทรัพยากรต่าง ๆ เอกสาร สื่อวัสดุ อุปกรณ์ เทคโนโลยีที่เหมาะสม มีคุณภาพและประสิทธิภาพ มีงบประมาณเพียงพอและมีทรัพยากร มนุษย์ เพื่อให้สามารถจัดการศึกษาได้อย่างดี ผู้เรียนมีความรู้ ความสามารถ และทักษะในด้านต่าง ๆ เพื่อให้กระบวนการจัดการศึกษาเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ สามารถพัฒนาผู้เรียนให้เป็นบุคคลแห่งการเรียนรู้ ให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น กล่าวโดยสรุป ประสิทธิภาพในการบริหารสถานศึกษา ย่อมขึ้นอยู่กับผู้บริหารเป็นสำคัญ

คุณลักษณะผู้บริหารมีส่วนสำคัญที่ส่งผลต่อการบริหารงานของผู้บริหารสถานศึกษา เพราะการบริหาร กิจการใด ๆ ที่เกี่ยวกับสาธารณะในยุคโลกาภิวัตน์นั้น มีความจำเป็นต้องอาศัย ผู้บริหารมืออาชีพ จึงจะทำให้ ธุรกิจต่าง ๆ เหล่านั้น ดำเนินการไปได้ด้วยดีและบรรลุจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เพราะการเปลี่ยนแปลง ด้านเศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีเป็นไปอย่างรวดเร็ว ไร้พรมแดน และกระทบกระเทือน ไปทุกประเทศทั่วโลก เพราะฉะนั้นการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าทัดเทียมอารยประเทศได้นั้น หลักสำคัญ ก็คือการศึกษา เพราะการศึกษาสร้างคน คนสร้างชาติ เราจำเป็นต้องยกระดับประชากรของเราให้ได้ มาตรฐานสากล สิ่งแรกที่รีบเร่งพัฒนาคนรุ่นใหม่ รัฐบาลจึงต้องปรับเปลี่ยนนโยบายการพัฒนาประเทศ จากที่เคยมุ่งเน้นการพัฒนาด้านเศรษฐกิจมาเป็นการพัฒนาคนแทน

จากปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหาร สถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษา ให้มีความเป็นมืออาชีพ และปรับปรุง การบริหารงานของผู้บริหารให้เป็นมืออาชีพ ซึ่งจะส่งผลให้ประสิทธิผลของสถานศึกษามีคุณภาพ ตามมาตรฐาน สอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียน ชุมชน สังคม และบรรลุผลตามเป้าหมายของการจัดการศึกษาที่กำหนด ไว้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยเรื่อง ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ผู้วิจัยได้ศึกษาหลักการ แนวคิด ทฤษฎีและ เอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

1. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับ ประสิทธิภาพของสถานศึกษา

มอท์ (Mott 1972 อ้างถึงใน Hoy & Miskel, 1991 : 389) ได้กล่าวถึงเกณฑ์ในการประเมิน ประสิทธิภาพของสถานศึกษาในแง่ของความสามารถ 4 ด้าน คือ 1) ความสามารถในการผลิตนักเรียนให้มี ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง 2) ความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก 3) ความสามารถในการ ปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา และ 4) ความสามารถในการแก้ไขปัญหาภายในสถานศึกษา จากแนวคิด ดังกล่าวสรุปได้ว่า ประสิทธิภาพของสถานศึกษา หมายถึง กระบวนการตรวจสอบการดำเนินงานของสถานศึกษา โดยต้องตรวจสอบหรือประเมินตามเป้าหมายและวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ว่ามีผลสำเร็จของงานมากน้อยเพียงใด อย่างไร โดยอาศัยเกณฑ์ประเมินประสิทธิภาพของสถานศึกษามาเป็นกรอบในการดำเนินงานประสิทธิผลสูงสุด และจากการเปรียบเทียบการประเมินประสิทธิภาพของสถานศึกษา เนื่องจากสถานศึกษามีหน้าที่ในการจัด การศึกษาโดยตรง ฉะนั้นการประเมินประสิทธิภาพที่เหมาะสมกับสถานศึกษาควรมีตัวชี้วัดด้านที่เกี่ยวข้องกับ ผลสัมฤทธิ์ของนักเรียน จึงเห็นว่า แนวความคิดของ มอท์ (Mott, 1972) เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา

2. แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยเกี่ยวกับ ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา

ผู้บริหารมืออาชีพ หมายถึง ผู้บริหารที่มีความรู้ความสามารถในการบริหารได้อย่างยอดเยี่ยม เป็นผู้ที่มั่งคั่งศาสตร์และศิลป์ในการปฏิบัติงานอย่างสูงสุดและพร้อมที่จะนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ ตามเป้าหมายที่ตั้งไว้ ผู้บริหารมืออาชีพ มีความสำคัญต่อการจัดการศึกษา เนื่องจากการพัฒนาคุณภาพการจัดการ การศึกษาของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ และการพัฒนาคุณภาพของผู้เรียนให้บรรลุเป้าหมายของ สถานศึกษาได้นั้น จะต้องขึ้นอยู่กับศักยภาพของผู้บริหารสถานศึกษาเป็นหลัก ดังนั้น จึงจำเป็นที่จะต้อง มีผู้บริหารสถานศึกษาที่มีความเป็นมืออาชีพในการบริหารสถานศึกษา เพื่อให้การจัดการศึกษาประสบความสำเร็จตามจุดหมายที่กำหนดไว้ จากการศึกษาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษามืออาชีพแล้วนั้น ผู้วิจัยได้คัดเลือกคุณลักษณะของผู้บริหารมืออาชีพ โดยการสังเคราะห์คุณลักษณะของผู้บริหารมืออาชีพ จากผลการศึกษานักวิชาการ ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2560 - 2565 ได้คุณลักษณะดังต่อไปนี้ 1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม 2) ด้านวิชาการ 3) ด้านความเป็นผู้นำ 4) ด้านการบริหารจัดการ 5) ด้านการพัฒนาตนเองในเชิงบริหาร 6) ด้านวิสัยทัศน์ 7) ด้านมนุษยสัมพันธ์ 8) ด้านสังคมและชุมชน 9) ด้านบุคลิกภาพ 10) ด้านการจัดระบบ

วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1

2. เพื่อศึกษาระดับของประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1

4. เพื่อสร้างสมการพยากรณ์ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่สามารถทำนายประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1

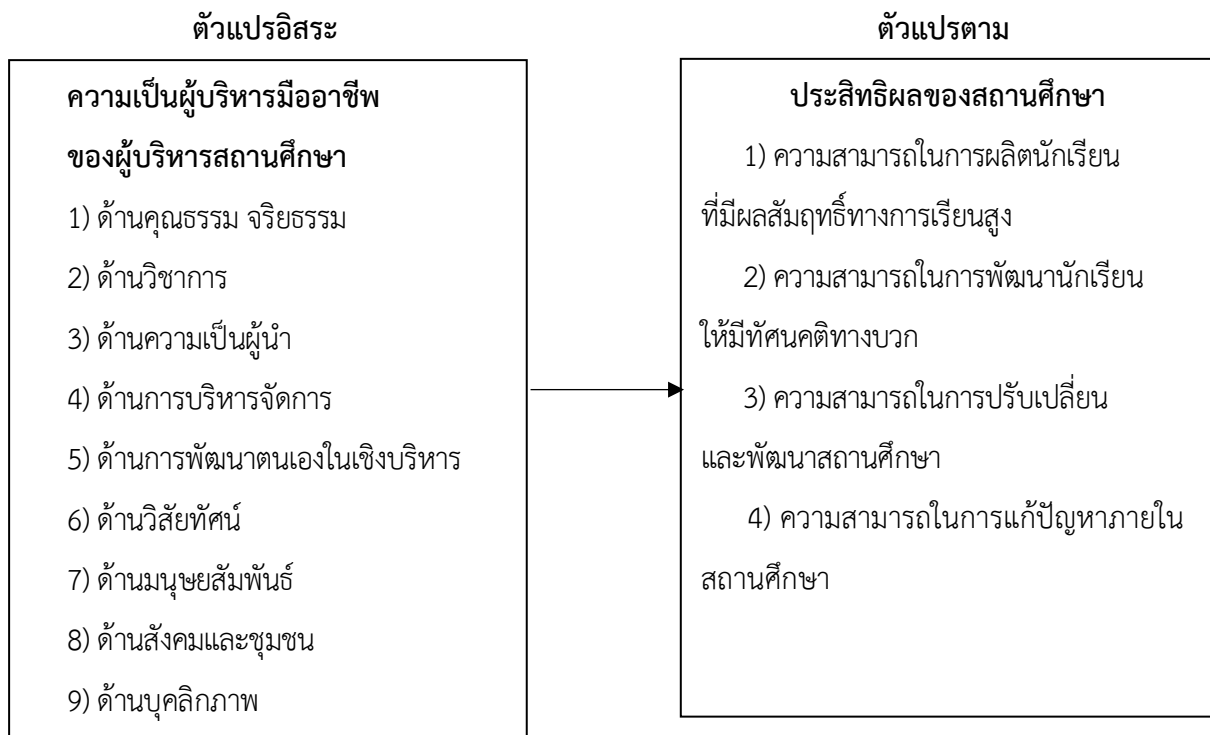
สมมติฐานการวิจัย

1. ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา กับประสิทธิผลของสถานศึกษามีความสัมพันธ์กันในเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทางสถิติที่ .05

2. ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา อย่างน้อย 1 ด้าน สามารถพยากรณ์ประสิทธิผลของสถานศึกษา ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ .05

กรอบแนวคิดการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดการศึกษาความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 โดยมีเนื้อหาในการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1.1 กรอบแนวคิดการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรประชากร ที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 จำนวน 544 คน (รายงานผลการดำเนินงานสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ปี 2565) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ข้าราชการครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 กำหนดขนาดจากการเปิดตารางของเครจซี่ และมอร์แกน (Krejcie & Morgan) ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 226 คน จากนั้นทำการสุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น และกำหนดสัดส่วน (stratified Random Sampling) และทำการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างตามจำนวนที่กำหนด 226 คน

เครื่องมือวิจัยและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ เป็นแบบสอบถามที่ผู้ศึกษาสร้างขึ้นเป็นแบบสอบถามชนิดปลายปิด ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item Objectives Congruence : IOC) อยู่ระหว่าง 0.60 – 1.00 มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ 0.986 และมีค่าอำนาจจำแนกรายข้ออยู่ระหว่าง 0.20 – 0.80

การวิเคราะห์ข้อมูล

1. เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปที่เกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์ใช้สถิติ ค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา วิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์
3. เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของสถานศึกษาวิเคราะห์โดยใช้สถิติ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) โดยนำไปเปรียบเทียบกับเกณฑ์
4. เป็นการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้บริหารมืออาชีพ กับ ประสิทธิผลของสถานศึกษา โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) โดยมีเกณฑ์ในการแปลความหมาย

ผลการวิจัย

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา
สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 รายด้าน

ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา	\bar{X}	SD	แปลผล
1) ด้านคุณธรรม จริยธรรม	4.67	0.20	มากที่สุด
2) ด้านวิชาการ	4.62	0.31	มากที่สุด
3) ด้านความเป็นผู้นำ	4.60	0.21	มากที่สุด
4) ด้านการบริหารจัดการ	4.55	0.22	มากที่สุด
5) ด้านการพัฒนาตนเองในเชิงบริหาร	4.51	0.28	มากที่สุด
6) ด้านวิสัยทัศน์	4.56	0.28	มากที่สุด
7) ด้านมนุษยสัมพันธ์	4.57	0.26	มากที่สุด
8) ด้านสังคมและชุมชน	4.58	0.27	มากที่สุด
9) ด้านบุคลิกภาพ	4.57	0.37	มากที่สุด
10) ด้านการจัดระบบ	4.57	0.26	มากที่สุด
รวม	4.58	0.15	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนมีความคิดเห็นเกี่ยวกับความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ปรากฏว่าทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนาตนเองในเชิงบริหาร

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา
ประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 โดยรวมแต่ละด้าน

ประสิทธิผลของสถานศึกษา	\bar{X}	SD	แปลผล
1. ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง	4.61	0.24	มากที่สุด
2. ด้านความสามารถในการพัฒนานักเรียนให้มีทัศนคติทางบวก	4.60	0.26	มากที่สุด
3. ด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา	4.56	0.24	มากที่สุด
4. ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา	4.58	0.26	มากที่สุด
รวม	4.59	0.20	มากที่สุด

จากตารางที่ 2 พบว่า ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาสถานศึกษา

ตาราง 3 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ในภาพรวม

	X ₁	X ₂	X ₃	X ₄	X ₅	X ₆	X ₇	X ₈	X ₉	X ₁₀	Y _{tot}
X ₁	1										
X ₂	.006	1									
X ₃	.269**	.023	1								
X ₄	.071	.194**	.086	1							
X ₅	.164*	.109	.216**	.183**	1						
X ₆	.262**	.245**	.261**	.419**	.329**	1					
X ₇	.186**	.254**	.226**	.403**	.225**	.542**	1				
X ₈	.193**	.114	.179**	.269**	.242**	.485**	.439**	1			
X ₉	-.009**	.532**	.168*	.165*	.179**	.320**	.432**	.156*	1		
X ₁₀	.148*	.148*	.177**	.374**	.277**	.600**	.391**	.480**	.109	1	
Y _{tot}	.345**	.514**	.415**	.531**	.513**	.778**	.721**	.613**	.603**	.635**	1

*p< .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ในทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (rX) เท่ากับ .778, .721, .635, .631, .603, .531, .514, .513, .415 และ .345 ตามลำดับ

ตาราง 4 ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ในภาพรวม (Y_{tot})

ตัวแปรอิสระ (ตัวพยากรณ์)	B	Beta	t	p	Collinearity Statistics	
					Tolerance	VIF
Constant(β_0)	1.627		4.529**	.000		
ด้านการจัดระบบ (X ₁₀)	.322	.422	6.560**	.000	.561	1.782
ด้านวิสัยทัศน์ (X ₆)	.180	.254	3.557**	.000	.457	2.190
ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X ₇)	.132	.172	2.665**	.008	.555	1.801
ด้านบุคลิกภาพ (X ₉)	.075	.138	2.175**	.031	.580	1.725

Constant(β_0) = 1.627 R=.708 R square=.501 Adjusted R square=.477
 Durbin Watson = 1.244 F = 21.549**

*p< .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 พิจารณาตามตัวแปรที่เข้าสมการตามลำดับความสำคัญ พบว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา 4 ด้านได้แก่ ด้านการจัดระบบ (X_{10}) ด้านวิสัยทัศน์ (X_6) ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_7) และด้านบุคลิกภาพ (X_9) สามารถร่วมกันทำนายประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 (Y_{tot}) โดยมีค่าอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 50.1 ($R \text{ square} = .501$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยมีค่า .457 - .850 ค่า VIF อยู่ระหว่าง 1.165 - 2.190 และค่า Durbin Watson 1.244 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่เชื่อถือได้ ซึ่งสามารถนำมาสร้าง สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนดิบได้ ดังนี้

$$\hat{Y} = 1.627 + .322(X_{10}) + .108(X_6) + .132(X_7) + .075(X_9)$$

สมการพยากรณ์ในรูปคะแนนมาตรฐาน

$$\hat{Z} = .422(z_{10}) + .254(z_6) + .172(z_7) + .138(z_9)$$

อภิปรายผลการวิจัย

จากการศึกษาเรื่องความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของ สถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. จากผลการศึกษาความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากที่สุด ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยด้านคุณธรรม จริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดที่ รองลงมาเป็นด้านวิชาการ ด้านความเป็นผู้นำ ด้านสังคมและชุมชน ด้านมนุษยสัมพันธ์ ด้านบุคลิกภาพ ด้านการจัดระบบ ด้านวิสัยทัศน์ และด้านการบริหารจัดการ ตามลำดับ ส่วนด้านการพัฒนาตนเองในเชิงบริหาร มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด จะเห็นได้ว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านคุณธรรม จริยธรรม มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเมื่อเทียบกับด้านอื่นทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารโรงเรียนสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ได้พัฒนาตนเองในด้านคุณธรรมจริยธรรมอยู่เสมอ มีความซื่อสัตย์สุจริต มีเหตุผล และมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน เป็นแบบอย่างของผู้มีมาตรฐานทางคุณธรรม จริยธรรม ในวิชาชีพตนเอง ส่งเสริมและพัฒนาผู้ร่วมงาน มีคุณธรรมและจริยธรรมที่เหมาะสม สอดคล้องกับงานวิจัยของ วงศ์วะลี ยั่งยืน (2564) ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษา อุบลราชธานี เขต 2 ผลการวิจัยพบว่า คุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพของโรงเรียนในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาอุบลราชธานี เขต 2 ในภาพรวม อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ครูมีความคิดเห็นต่อคุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพของโรงเรียนในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุบลราชธานี เขต 2 อยู่ในระดับมากที่สุด 6 ด้าน โดยเรียงลำดับ ค่าเฉลี่ยจากสูงไปหาต่ำ ดังนี้ ด้านคุณธรรม จริยธรรม ด้านการจัดระบบ ด้านสังคมและชุมชน ด้านวิชาการ ด้านการบริหารจัดการ และด้านการพัฒนาตนเองใน เชิงบริหาร ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษณพงษ์ ศรีทรัพย์ (2565) ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะ ผู้บริหารมืออาชีพที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

สกลนคร เขต 1 ผลการวิจัยพบว่าคุณลักษณะผู้บริหารมีอาชีพ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา สกลนคร เขต 1 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครูผู้สอนอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย คือ ด้านคุณธรรม จริยธรรม และ จรรยาบรรณของผู้นำ ด้านบุคลิกภาพดี ด้านวิสัยทัศน์กว้างไกล ด้านภาวะผู้นำและผู้นำการเปลี่ยนแปลง ด้านทักษะ การสื่อสารและมนุษยสัมพันธ์ และด้านทักษะการบริหารจัดการที่ดีของผู้บริหารยุคใหม่ ทั้งนี้อาจเนื่องจากว่า ผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1 เป็นผู้ที่มีบุคลิกภาพและการ แสดงออกที่มีความเหมาะสม ทำให้ภาพรวมของการรับรู้ของครูมีความมั่นใจและเชื่อมั่นว่าเป็นผู้ที่มีความรู้ ความสามารถในการบริหารด้านวิชาการ งานงบประมาณ งานบุคคลและงานทั่วไป มีการกำกับติดตามดูแลการ ปฏิบัติงานและประเมินผลงานอย่างต่อเนื่อง เสริมสร้างความร่วมมือในการทำงานและดำเนินการอย่างต่อเนื่อง มีการวางแผนและจัดทำหลักสูตรสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลบนพื้นฐานความต้องการของนักเรียนและชุมชน ส่งเสริม การจัดการความรู้และเปิดโอกาสให้ครูได้อบรม สัมมนาและแสวงหาความรู้ รวมทั้งสร้างนวัตกรรมใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนการสอน ค่าปรึกษาแนะแนวทางแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิดความไม่เข้าใจและขัดแย้ง โดยใช้เหตุและผลในการแก้ไขปัญหา สถานศึกษาส่งเสริม สนับสนุนให้ครูและบุคลากรแสวงหาความรู้ และเทคนิควิธีการใหม่ ๆ มาใช้ในการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง

2. จากผลการศึกษาประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุทัยธานี เขต 1 ที่พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านมีระดับ ความคิดเห็นมากที่สุด โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยดังนี้ ด้านความสามารถในการผลิตนักเรียน ที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูง มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด รองลงมา คือ ด้านความสามารถในการพัฒนานักเรียน ให้มีทัศนคติทางบวก ความสามารถในการแก้ปัญหาภายในสถานศึกษา และด้านความสามารถในการปรับเปลี่ยน และพัฒนาสถานศึกษา ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารและครูผู้สอน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 มีการส่งเสริมให้นักเรียนสามารถพัฒนาตนเอง ให้มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น มีคุณธรรมและจริยธรรม และมีเจตคติที่ดีต่อการศึกษาและอาชีพสุจริต ปฏิบัติ ตนอยู่ในระเบียบวินัยของสถานศึกษา มีการปรับตัวให้เข้ากับสังคมและสภาพแวดล้อม ผู้บริหารสถานศึกษาสามารถ แก้ไขสถานการณ์ฉุกเฉินหรือปัญหาเฉพาะหน้าของสถานศึกษาที่เกิดขึ้นได้ สามารถปรับปรุงการบริหารจัดการ สถานศึกษาสถานศึกษาให้ทันต่อสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไป มีการส่งเสริมให้ครูพัฒนาวิธีการจัดกระบวนการ เรียนรู้อย่างหลากหลายต่อเนื่อง ทันเหตุการณ์ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปวีณา ศรีนาราง (2561) ได้ทำการศึกษา คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร ผลการวิจัยพบว่า ระดับประสิทธิผลของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร โดยภาพรวมอยู่ใน ระดับมากและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ประสิทธิผลของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาครอยู่ในระดับมากทุกด้าน โดยเรียงลำดับ จากมากไปหาน้อยดังนี้ความสามารถในการผลิตนักเรียนที่มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงมีค่าเฉลี่ย สูงที่สุดรองลงมา คือความสามารถในการปรับเปลี่ยนและพัฒนาโรงเรียนความสามารถในการพัฒนาให้นักเรียน

มีทัศนคติทางบวก การแก้ปัญหาภายในโรงเรียนตามลำดับ ทั้งนี้ เพราะประสิทธิผลของโรงเรียนเป็นสิ่งสำคัญ ที่ก่อให้เกิดคุณภาพในการปฏิบัติงาน ซึ่งประสิทธิผลในการปฏิบัติงานเป็นสิ่งสำคัญที่จะบอกถึงความสามารถในการสานสัมพันธ์ของบุคลากรในโรงเรียนเพื่อร่วมแรงให้เป็นอย่างหนึ่งอันเดียวกันในการปฏิบัติหน้าที่ให้กับโรงเรียน และการใช้ทรัพยากรในการบริหารอย่างมีประสิทธิภาพเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ

3. จากผลการศึกษาความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษากับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ที่พบว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ด้านการจัดระบบ ด้านวิสัยทัศน์ ด้านมนุษยสัมพันธ์ และด้านบุคลิกภาพ มีความสัมพันธ์ในทางบวกกับประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ว่า ที่เป็นเช่นนี้อาจเรื่องมาจากผู้บริหารและครูผู้สอน สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 มีการพัฒนาการจัดระบบฐานข้อมูลให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันภายในระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอกมีวิสัยทัศน์ มองไกลและพร้อมที่จะเปลี่ยนแปลงเพื่อให้เกิดการพัฒนาในสถานศึกษา สามารถนำวิสัยทัศน์มากำหนดกลยุทธ์ในการบริหารสถานศึกษาได้ โดยใช้ในการวางแผนและจัดทำหลักสูตรสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบนพื้นฐานความต้องการของนักเรียนและชุมชน และยังมีบุคลิกภาพที่ดี มีการแต่งกายสะอาด เรียบร้อย สุภาพ เหมาะสม มีการวางตัวที่ดี มีความเหมาะสม มีความร่าเริง ยิ้มแย้ม แจ่มใส เป็นมิตรกับทุกคน มีความมั่นคงในอารมณ์ เชื่อมมั่นในตนเอง สามารถควบคุมอารมณ์ได้ดี ความเป็นผู้นำสูง และยังมีมนุษยสัมพันธ์ที่ดีกับผู้ร่วมงาน ให้ความสนใจในการแก้ไขปัญหาและความต้องการของบุคลากรสร้างความเป็นกันเองและความคุ้นเคยกับผู้ร่วมงาน สามารถให้คำปรึกษาแนะแนวทางแก้ไขปัญหาที่อาจจะเกิด ความไม่เข้าใจและขัดแย้งโดยใช้เหตุและผลในการแก้ไขปัญหา มีแนวทางในการจัดกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความสัมพันธ์อันดีของบุคลากรอย่างต่อเนื่อง

4. จากผลการสร้างสมการพยากรณ์ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สามารถทำนายประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 พบว่า ความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา สามารถร่วมกันพยากรณ์ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ได้จำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการจัดระบบ (X_{10}) ด้านวิสัยทัศน์ (X_6) ด้านมนุษยสัมพันธ์ (X_7) และด้านบุคลิกภาพ (X_9) ตามลำดับ โดยมีค่าอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 50.1 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนด ที่เป็นเช่นนี้อาจเนื่องมาจากตัวแปรทั้ง 4 ด้าน ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล โดยการจัดระบบเป็นกระบวนการที่มีความสำคัญที่ผู้บริหารมีการพัฒนาการจัดระบบฐานข้อมูลให้เกิดการถ่ายทอดความรู้ซึ่งกันและกันภายในระหว่างบุคลากร ควบคู่ไปกับการรับความรู้จากภายนอก มีความรู้ความสามารถ ก้าวทันต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมโลกที่เกิดขึ้นตลอดเวลาโดยการสร้างเครือข่ายเพื่อพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา และมีการบริหารจัดการแหล่งเรียนรู้ให้เอื้อต่อการจัดการศึกษาทั้งในและนอกสถานศึกษา

ข้อเสนอแนะจากการวิจัย

1. ข้อเสนอแนะเพื่อนำไปปฏิบัติ

จากการศึกษาเรื่องความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1 ดังนี้

1.1 ผู้บริหารควรให้ความสนใจต่อการแสวงหาวิธีการทำงานให้ประสบผลสำเร็จพร้อมกับให้ข้อเสนอแนะแนวทางในการปฏิบัติงานที่เป็นประโยชน์ต่อความก้าวหน้าในอาชีพครูได้

1.2 ผู้บริหารควรส่งเสริมให้ครูจัดทำหลักสูตรให้สอดคล้องกับสภาพปัญหา ความต้องการ และความสามารถของผู้เรียน

1.3 ผู้บริหารควรรับรู้ถึงปัญหาแนวทางแก้ไขปัญหาร่วมกับครูและบุคลากรในโรงเรียน ควรใช้วิธีการประนีประนอมยุติธรรมในการแก้ไขปัญหาสามารถประสานความขัดแย้งที่เกิดขึ้นภายในสถานศึกษาได้อย่างเหมาะสม

1.4 ผู้บริหารและครูควรร่วมกันปรับปรุงพัฒนาการเรียนการสอนให้นักเรียนมีทัศนคติทางบวกโดยใช้นวัตกรรมหรือเทคโนโลยีทางการศึกษาและพัฒนาอาคารสถานที่ในโรงเรียนที่เอื้อต่อการเรียนรู้ของผู้เรียน

2. ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาแนวทางในการพัฒนาคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

2.3 ควรศึกษาประสิทธิผลของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

2.4 ควรมีการศึกษาและพัฒนาแนวทางการปฏิบัติที่มีประสิทธิผลของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาโดยใช้ตัวแปรความเป็นผู้บริหารมืออาชีพ

บรรณานุกรม

กฤษณพงษ์ ศรีทรัพย์. (2565). คุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารสถานศึกษา

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์

มหาบัณฑิต. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

บุญชม ศรีสะอาด. (2556). วิธีการทางสถิติสำหรับการวิจัย เล่ม 1 (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.

ปวีณา ศรีนาราง. (2561). คุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน สังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรสาคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต.

นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.

- รัตนา เหลืองงาม (2562). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาจันทบุรี เขต 1. วิทยานิพนธ์ ค.ม. จันทบุรี: มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.
- เลิศณรงค์ นามวงศ์ชัย. (2562). คุณลักษณะที่พึงประสงค์ของผู้บริหารมืออาชีพในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. สกลนคร: มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.
- วาสนา ไชยศาสตร์. (2562). คุณลักษณะผู้บริหารมืออาชีพที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนเอกชนสังกัดสำนักงานศึกษาธิการจังหวัดหนองคาย. วิทยานิพนธ์ ค.ม. อุตรธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรธานี.
- วีรยุทธ เสาก้าว. (2561). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียนประถมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1. วารสารวิจัยรำไพพรรณี, 12 (2), 59.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1. (2565). แผนปฏิบัติการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1. อุทัยธานี: สำนักงานการศึกษา
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 1. (2565). รายงานผลการดำเนินงานปี 2565. อุทัยธานี.
- อรรวรรณ เปรมบำรุง. (2559). คุณลักษณะความเป็นผู้บริหารมืออาชีพของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 2. ฉะเชิงเทรา: มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์

เศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยเมืองนครศรีธรรมราช

Political economy of Nakhon Si Thammarat city

พุดิพงศ์ พจน์จำเนียร

หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเศรษฐศาสตร์การเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย

E-mail : p.photjumnian@gmail.com

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์ คือ 1.ศึกษากระบวนการการกลายเป็นเมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราช 2.ศึกษาปฏิสัมพันธ์ทางสถาบันและการปรับตัวของกลุ่มทุนท้องถิ่นในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยใช้พื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ช่วงเวลาในการศึกษา พ.ศ.2552-2562 งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ศึกษาทางประวัติศาสตร์ (Historical Method) ซึ่งเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ผ่านเอกสารข้อมูลชั้นต้น (Primary Data) จากหน่วยงานราชการ จากการสัมภาษณ์ และเอกสารที่มีการเผยแพร่ออนไลน์ และรวมถึงข้อมูลชั้นรอง (Secondary Data) ข้อมูลที่มีการตีความแล้ว เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชผ่านกลุ่มทุนท้องถิ่น 4 กลุ่ม คือ 1.กลุ่มทุนการเมือง 2.กลุ่มทุนสัมปทาน 3.กลุ่มทุนเจ้าที่ดิน 4.กลุ่มทุนการค้า ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชในช่วง พ.ศ.2552-2562 นั้น รัฐมีบทบาทนำในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานระบอบกับศักยภาพพื้นที่ทางด้านภูมิศาสตร์ ประชากรภายในจังหวัด และการท่องเที่ยวทำให้จังหวัดนครศรีธรรมราชกลายเป็นที่สนใจของกลุ่มทุนระดับชาติเข้ามาลงทุนในจังหวัด นำไปสู่การปรับตัวและเปลี่ยนแปลงของกลุ่มทุนท้องถิ่น ไม่ว่าจะเป็นการเปลี่ยนธุรกิจ, ร่วมทุนกับทุนส่วนกลาง หรือจะเป็นการยกเลิกประกอบธุรกิจ สู่ออกเกิดกลุ่มทุนหน้าใหม่ หรือกล่าวได้ว่าเป็นยุค “กลุ่มทุนเก่ากำลังหดตัว สู่ออกเกิดขึ้นของกลุ่มทุนรายย่อย” โดยงานวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของกลุ่มทุนและโครงสร้างเศรษฐกิจของจังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านการวิเคราะห์ภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมือง

คำสำคัญ : เศรษฐศาสตร์การเมือง, ทุนท้องถิ่น

Abstract

This article aims to 1. study the process of urbanization in Nakhon Si Thammarat Province. 2. study the institutional interactions and adaptations of local capital groups in Nakhon Si Thammarat Province using Nakhon Si Thammarat Province as the area. The study period is 2009-2019. This research is qualitative research using historical methods, which is a documentary research through primary data from government agencies, interviews, and documents published online, as well as secondary data and interpreted data to create a

conceptual framework for studying the political economy of the development of Nakhon Si Thammarat Province through 4 local capital groups: 1. Political capital group 2. Concession capital group 3. Landowner capital group 4. Trade capital group. The research results found that in the development of Nakhon Si Thammarat Province from 2009 to 2019, the state played a leading role in developing infrastructure, along with the potential of the geographical area, the population in the province, and tourism, making Nakhon Si Thammarat Province an attractive province for national capital groups to invest in the region, leading to adaptation and changes of local capital groups. Whether it is changing businesses, joint ventures with central capital, or terminating business operations, leading to the emergence of new capital groups, it can be said that it is an era of "old capital groups shrinking, leading to the emergence of small capital groups", this research indicates changes in capital groups and the economic structure of Nakhon Si Thammarat Province through analysis under the framework of political economy.

Keywords : political economy, local capital

บทนำ

ที่ผ่านมาการศึกษาเรื่องเมืองในประเทศไทย มักศึกษาการเติบโตของเมืองในด้านเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเชิงกายภาพ ทางภูมิศาสตร์ การใช้ประโยชน์ที่ดินและการเปลี่ยนแปลงของผังเมือง แต่ยังมีอีกด้านหนึ่งที่มีการศึกษาน้อยในประเทศไทยคือภายใต้กรอบแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการพัฒนาเมือง ซึ่งสาระสำคัญ คือการศึกษาปฏิสัมพันธ์ทางสังคมในเมือง เพื่อแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างของเศรษฐกิจภายในเมือง จากการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐานของรัฐ รวมถึงการลงทุนของกลุ่มทุนเอกชน ระดับประเทศในพื้นที่ต่างจังหวัด ว่าการลงทุนดังกล่าวส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงของเมืองอย่างไร และนำไปสู่การรวมตัวกันของกลุ่มผลประโยชน์เพื่อแย่งชิงพื้นที่แห่งอำนาจภายในเมืองและนำไปสู่การแสวงค่าเช่าทางเศรษฐกิจ

การขยายตัวของประชากรของเมืองทุกประเทศมักประสบกับปัญหา “หัวโตตัวลีบ” หรือเมืองเอก นครคือการขาดสมดุลของการกระจายเชิงพื้นที่ของประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจสังคมของประเทศ (พันธ์ทิพย์ จงโกทรย และ ชนมณี ทองใบ, 2554) และจากรายงานของสำนักงานสถิติแห่งชาติรายงานการย้ายถิ่นฐานของประชากรเข้าสู่หัวเมืองตามภาคต่าง ๆ ในปี 2563 จากผลสำรวจชี้ให้เห็นว่า คนย้ายเข้ากรุงเทพมหานคร กว่า 84,375 คน, เชียงใหม่ 52,344 คน นครราชสีมา 40,758 คน และนครศรีธรรมราช 35,821 คน ซึ่งกลุ่มที่ใหญ่ที่สุดคือกลุ่มอาชีพที่ใช้ทักษะปานกลางและต่ำ อยู่ในงานอาชีพบริการ และอาชีพพื้นฐาน (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2564) กรุงเทพมหานครจึงกลายเป็นเมืองเอกนครของประเทศไทย

ปัญหาที่หนึ่ง คือการกำหนดอำนาจหน้าที่ในการจัดระบบการบริหารสาธารณสุขระหว่างรัฐบาล ส่วนกลางกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นด้วยกันเอง. ปัญหาที่สอง คือการจัดสรรสัดส่วนภาษีอากรระหว่างรัฐบาลส่วนกลางกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยคำนึงถึงภาระหน้าที่ ทั้งสองฝ่าย (รังสรรค์ ธนะพันธ์,2564).

ช่องว่างทางกฎหมายกลายเป็นช่องทางของการสะสมทุนในระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยม การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจโดยการเข้าสู่อำนาจทางการเมืองจึงกลายเป็นช่องทางหนึ่งของการสะสมทุนของกลุ่มทุนไทยทั้งระดับชาติและระดับท้องถิ่นอย่างในงานของ นพนนท์ วรรณเทพสกุล ซึ่งให้เห็นความสัมพันธ์ของธุรกิจก่อสร้างกับการเมืองไทยหลังวิกฤติปี 2540 โดยวิธีการเกาะเกี่ยวอำนาจทางการเมือง เพื่อเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของการกำหนดงบประมาณของรัฐบาลให้ โดยเฉพาะกระทรวงคมนาคม เพราะนอกจากสามารถสะสมทุนได้จาก การก่อสร้างถนนแล้วยังรวมถึงการเกร็งกำไรจากราคาที่ดิน และนำผลประโยชน์จากโครงการก่อสร้างบางส่วนไปใช้ในการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น เพื่อเอื้อประโยชน์และหวังผลเป็นคะแนนเสียงเลือกตั้งในอนาคตอย่างเป็นระบบ

เมื่อกฎหมายไทยกลายเป็นเครื่องมือในการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจแนวเสรีนิยมใหม่การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ และการสะสมทุนในสังคมไทยหยั่งรากลึกกลงไปถึงระดับพื้นที่ การวิเคราะห์ปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนที่รับหน้าที่เป็นผู้ริเริ่มสร้างสรรค์ นักการเมืองกลายเป็นเพียงผู้นำเนินการตาม โดยใช้กฎหมายเป็นเครื่องมือ รังสรรค์นโยบายพัฒนาผังเมืองออกมาเพื่อตอบสนองกลุ่มทุน เมื่อวงจรมีไม่ได้ทำงานเพื่อตอบสนองความต้องการสาธารณะ ไม่ได้ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน ยังส่งผลกระทบต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนในวงกว้าง เพราะฉะนั้นจึงเป็นเรื่องที่น่าศึกษาเพื่อแสดงให้เห็นถึงปฏิสัมพันธ์ของกลุ่มทุนทางเศรษฐกิจ ทุนทางสังคม ทุนทางวัฒนธรรมและกลุ่มทุนทางการเมืองต่อการเปลี่ยนแปลงนโยบายผังเมือง และแสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของผังเมืองที่เป็นปัจจัยในการส่งเสริมให้เกิดการสะสมทุนหรือแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มทุนในพื้นที่ โดยอธิบายผ่านพื้นที่เทศบาลนครนครศรีธรรมราช จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งปัจจุบันเมืองนครศรีธรรมราชกำลังขยายตัวและทำให้เกิดการย้ายพื้นที่เศรษฐกิจของเมือง เป็นหน่วยในการวิเคราะห์ (Unit of Analysis)

เนื่องด้วยในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราชซึ่งถือเป็นหัวเมืองที่สำคัญของภาคใต้กำลังเกิดการย้ายตัวของพื้นที่เศรษฐกิจและเมือง ซึ่งเดิมย่านเศรษฐกิจของเมืองนครศรีธรรมราช คือย่านท่าวังซึ่งตั้งอยู่บนถนนราชดำเนิน แต่ด้วยการพัฒนาทางด้านการคมนาคมประจวบกับของจำกัดของการใช้ประโยชน์ที่ดิน จึงทำให้ย่านท่าวังซบเซาลง ทำให้คนทยอยย้ายออกเพื่อขยายขนาดของธุรกิจ และเกิดการหลังไหลเข้ามาของทุนขนาดใหญ่จำนวนมาก ซึ่งสามารถแยกปัจจัยที่ทำให้เกิดการย้ายตัวของเมืองได้สองประการคือ หนึ่ง ปัจจัยทางกายภาพในเรื่องของทำเลที่ตั้ง, การเข้าถึงโครงข่ายคมนาคม และแผนและนโยบายที่เกี่ยวข้อง. ปัจจัยทางเศรษฐกิจ คือรูปแบบของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ, การรวมตัวของกลุ่มการค้า และการเข้ามาของทุนขนาดใหญ่ (ณัฐนิช จำรูญโรจน์ และ กฤตพร หัวใจเจริญ,2559). ทำให้เมืองนครศรีธรรมราชขยายออกไปยังถนนพัฒนาการคูขวาง และถนนเทิดพระเกียรติ ในปัจจุบัน. จากการขยายตัวดังกล่าวอาจส่งผลกระทบต่อชุมชนดั้งเดิม และส่งผลต่อ

พฤติกรรมของประชาชนในพื้นที่. นอกจากนั้นผู้อ่านจะได้เห็นถึงปัจจัยและความสัมพันธ์ของกลุ่มทุนท้องถิ่นและกลุ่มทุนระดับประเทศ ในประเภทต่างที่ส่งผลต่อการพัฒนาของเมือง.

จากนโยบายความเป็นเมืองสู่ปัญหาของเมืองและความเท่าเทียม งานวิจัยชิ้นนี้จึงนำการวิเคราะห์เชิงวิพากษ์ ภายใต้กรอบเศรษฐศาสตร์การเมือง เพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการพัฒนาเมือง ในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ผ่านนโยบายพัฒนาเมือง การลงทุนโดยรัฐ การลงทุนของทุนเอกชนระดับชาติ และทุนท้องถิ่น รวมไปถึงความสัมพันธ์ของกลุ่มทุนเหล่านี้และการปรับตัวทางเศรษฐกิจ เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบาย ในการกำหนดนโยบายที่มีความเท่าเทียม และเหมาะสมกับพื้นที่ รวมถึงกระบวนการการปรับตัวของกลุ่มทุนท้องถิ่น (ธุรกิจท้องถิ่น) เพื่อให้สามารถแข่งขันได้ในระบบเศรษฐกิจแบบเสรี.

การทบทวนวรรณกรรม

การสะสมทุนของกลุ่มทุนในประเทศไทย

งานของนวนน้อย ตรีรัตน์ ที่ศึกษาพฤติกรรมของการสะสมทุนของไทยโดยใช้ธุรกิจสุราเป็นกรณีศึกษา เนื่องจากธุรกิจสุราเป็นธุรกิจถือว่าเป็นธุรกิจผูกขาดที่เกิดจากการกำหนดกติกาในภาครัฐ ภายในช่วงอายุคนเดียว เริ่มจากการการเปิดสัมปทานโรงงานสุรบบางยี่ห้อขึ้นและกำหนดพื้นที่การขายสุราอย่างชัดเจนในสมัยปี พ.ศ.2502 จอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์ นายรัฐมนตรี เห็นชอบให้บริษัทสุรามหาคุณเข้าดำเนินการและบริหารจัดการโรงงานสุรบบางยี่ห้อโดยไม่ต้องมีการประมูล ระยะเวลา 10 ปี กำหนดค่าเช่าปีละ 41 ล้านบาท ต่อมาในสมัยจอมพลถนอม กิตติขจร บริษัทสุรามหาคุณได้รับสัมปทานต่อโดยที่มีจอมพลถนอม กิตติขจร เป็นผู้ถือหุ้นคนสำคัญในบริษัท ในต่อสัมปทานครั้งที่ 3 สุรามหาคุณพ่ายให้กับบริษัทสุรามหาชน ที่นำโดยนายเจริญ สิริวัฒนภักดี ท่ามกลางข่าวลือถึงเครือข่ายทางการเมือง ระบบราชการ การอุปถัมภ์ และเงินผลประโยชน์การวิ่งเต้น สู่การเปิดตลาดเสรีกึ่งผูกขาดในการผลิตและจัดจำหน่ายเบียร์นายเจริญ สิริวัฒนภักดีเข้าครอบครองอาณาจักรสุราไทยอย่างเด็ดขาดและก้าวเข้าสู่กระบวนการสะสมทุน ผ่านกลยุทธ์ทุนต่อทุน เพื่อเก็บเกี่ยวผลประโยชน์ สู่การเข้าระดมทุนในตลาดหลักทรัพย์(นวนน้อย ตรีรัตน์, 2549).

ผาสุก พงษ์ไพจิตร ได้วิเคราะห์การสะสมทุนของกลุ่มทุนไทยในกรอบของประวัติศาสตร์เศรษฐศาสตร์การเมืองไว้ในหนังสือชุดวิชาการ “การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1” กล่าวถึงสภาวะเศรษฐกิจในช่วงหลังปี1997 ที่ไทยได้ประสบกับปัญหาของวิกฤตการเงิน อย่างหนักทำให้หลายธุรกิจต้องแบ่งเบาภาระทางการเงิน โดยให้ทุนต่างชาติเข้ามาซื้อหุ้น อย่างเช่น Toyota Thailand, Siam Motor Nissan, Standard Chartered Bank ทำให้นักลงทุนต่างชาติเข้ามาเป็นคู่แข่งในอุตสาหกรรมประเภทต่างในประเทศมากยิ่งขึ้น นำไปสู่การเกิดของนวัตกรรมการสะสมทุนไทยรูปแบบใหม่ที่ผาสุกเรียกว่าระบบ “ไทควนคือรัฐ” คือการต่อสู้ของทุนไทยด้วยอาวุธทางการเมืองวัฒนธรรม (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2549)

เป็นระบบที่ลดช่องว่างระหว่างนักธุรกิจและนักการเมืองหายไป ตระกูลธุรกิจแนวหน้าของไทยจำนวนหนึ่งได้ร่วมมือกันเข้าเกาะกุมอำนาจรัฐโดยตรง เพื่อจะได้อำนาจกำหนดนโยบายที่ส่งผลคุ้มครองผลประโยชน์ของธุรกิจครอบครัวได้อย่างชัดเจนและแน่นอน ทำให้ธุรกิจวงนอกเสียเปรียบอย่างมาก

เช่นเดียวกันในกลุ่มทุนต่างจังหวัด (ทุนภูธร) ที่ต้องต่อสู้กับกลุ่มทุนต่างชาติเช่นเดียวกับทุนส่วนกลาง ผ่านการใช้อำนาจทางการเมือง ผ่านการกระจายอำนาจ และกลุ่มพันธมิตรอื่น ๆ

อย่างในงานของ เวียงรัตน์ เนติโพธิ์ ที่ได้วิเคราะห์โครงสร้างของทุนและการเปลี่ยนแปลงของนักธุรกิจ ในเมืองเชียงใหม่ โดยการวิเคราะห์เชิงลึกในตระกูลต่าง ๆ ที่เป็นชนชั้นนำทางธุรกิจของเมืองเชียงใหม่ทั้งกลุ่ม ที่ได้ผลประโยชน์จากนโยบายรัฐ หรือได้รับการผูกขาดโดยรัฐหรือกลุ่มที่ทำธุรกิจตามกลไกตลาด จุดสำคัญที่ เวียงรัตน์ได้กล่าวในงานชิ้นนี้คือ ความสัมพันธ์ของ รัฐธรรมนูญปี 40 ที่ได้เพิ่มอำนาจให้กับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและประจวบเหมาะับชัยชนะของ นายทักซิณ ชินวัตร ที่เชื่อมโยงจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและการเมืองระดับชาติ และสร้างความเข้มแข็งให้กับกลุ่มต้น จนมีบทบาทนำทางการเมืองและสังคมโดดเด่นกว่ากลุ่มอื่นในท้องถิ่นอย่างเห็นได้ชัด (เวียงรัตน์ เนติโพธิ์, 2552)

ผาสุกชี้ให้เห็นว่าเรากำลังอยู่ในยุคที่ทุนไทยกำลังต่อสู้ด้วยอาวุธทางการเมืองและวัฒนธรรม กับระบอบทุนนิยม ที่มีความเป็นพลวัตสูงและปรับตัวอยู่ตลอดเวลาอย่างที่เวียงรัตน์ได้สรุปไว้ในงานทุนเชียงใหม่.

จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้นชี้ให้เห็นถึงพัฒนาการของกระบวนการสะสมทุนในประเทศไทยที่มีความเฉพาะตัวและมีความเป็นพลวัตเป็นอย่างมาก. สามารถกล่าวได้ว่าการสะสมทุนไทยนั้นอยู่ในรูปแบบของการ “แข่งขันทางการเมือง” เพื่อเข้าไปเอื้อประโยชน์ในการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจให้กับตนเอง และกลุ่มเครือข่าย. จากโครงสร้างดังกล่าวชี้ให้เห็นว่าการวิเคราะห์โครงสร้างเศรษฐกิจไทยต้องใช้ ความรู้ ในทางเศรษฐศาสตร์การเมืองเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อให้เห็นถึงโครงสร้างความสัมพันธ์ของกลุ่มผลประโยชน์ได้อย่างชัดเจน

การพัฒนาทางเศรษฐกิจเมืองนครศรีธรรมราช

เมืองนครศรีธรรมราช เป็นเมืองที่ขยายตัวตามแนวสันทราย (เหนือ-ใต้) เป็นแนวยาวประมาณ 10 กิโลเมตร โดยมีจุดเริ่มต้นของการสร้างเมืองที่เมืองบ้านท่าเรือซึ่งอยู่บริเวณคลองท่าเรือในยุคแรก และได้พัฒนาการมาเป็นเมืองพระเวียงในยุคที่สอง จนยุคที่สาม (ปัจจุบัน) การสร้างเมืองอยู่ในบริเวณเมืองเก่า (ในกำแพงเมือง) และได้ขยายต่อตามแนวสันทราย และขยายออกไปทางทิศตะวันตกบริเวณตลาดหัวอิฐ และทางทิศตะวันออกตามแนวถนนพัฒนาการคูขวาง ลักษณะการขยายตัวทางกายภาพของเมืองนครศรีธรรมราชที่กล่าวมาข้างต้นเป็นปัญหาของชุมชนเมืองนครศรีธรรมราชที่กำลังพัฒนามาโดยลำดับ

อย่างในงานวิจัยของ สาธิต โมราศิลป์ ได้สรุปปัญหาของการขยายตัวของเมืองนครศรีธรรมราช ภายใต้เขตการปกครองของเทศบาลนครศรีธรรมราช (ดูจากผังเมือง) โดยแบ่งออกเป็น 3 ประเด็นคือ 1. ปัญหาการใช้ที่ดิน เกิดความสับสนและไม่เป็นระเบียบของกิจกรรมการใช้ที่ดิน, การใช้ที่ดินบริเวณเมืองเก่าขยายตัวโดยการขาดการควบคุม,ปัญหาการเข้าถึงศูนย์กลาง 2. ปัญหาด้านสาธารณูปโภค ถนน การระบายน้ำ ไฟฟ้า และประปา 3. ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม เกิดชุมชนแออัดขึ้นถึง 5 แห่ง ในชุมชนเมืองนครศรีธรรมราช

งานชิ้นนี้ชี้ให้เห็นถึงแนวทางการพัฒนาสังคมเศรษฐกิจของเมืองนครศรีธรรมราชตามแนวผังเมืองที่เกิดขึ้นจากลักษณะทางกายภาพของภูมิประเทศ (สาธิต โมราศิลป์,2536)

เช่นเดียวกันกับงานของ สุรัสวดี นิปริยาย ที่ได้นำผังเมืองนครศรีธรรมราช (เขตเมืองเก่า) มาวิเคราะห์ แนวทางการอนุรักษ์เมืองเก่านครศรีธรรมราช โดยได้นำเสนอแนวทางการอนุรักษ์เมืองเก่าโดยแบ่งออกเป็น 3 บริเวณ คือ 1. พื้นที่อนุรักษ์เพื่อคุณภาพชีวิต วัฒนธรรมและการพักอาศัย 2. พื้นที่อนุรักษ์พักอาศัยและ กึ่งพาณิชย์ 3. พื้นที่รับรองการพัฒนาและการขยายตัวของชุมชนเมือง โดยปัญหาของเมืองเก่าคือ ปัญหา การใช้ประโยชน์ที่ดิน ที่ไม่เป็นระเบียบ ความสับสนและความขัดแย้งในการใช้ที่ดิน การใช้ที่ดินบางแห่งหนาแน่น บางแห่งแออัด, ปัญหาเอกลักษณ์ทางสถาปัตยกรรม, ปัญหาด้านสภาพแวดล้อม (สุรัสวดี นิปริยาย, 2543)

จุดเปลี่ยนแปลงสำคัญทางเศรษฐกิจและสังคมของเมืองนครศรีธรรมราชคือ การขยายเขตเทศบาล และยกระดับสถานะจากเทศบาลเมืองเป็นเทศบาลนคร ใน พ.ศ. 2537 ภายใต้การนำของ นายสมนึก เกตุชาติ ซึ่งมีงานวิจัยกล่าวถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจและการเมือง ต่อการขยายตัวของเทศบาลนคร นครศรีธรรมราช โดยกล่าวถึงอิทธิพลทางเศรษฐกิจของตลาดกลางสินค้าการเกษตรตลาดหัวอิฐ ของอนุวัช สุวรรณเดช จากการศึกษาดังกล่าวได้ข้อสรุปว่าการขยายตัวของเทศบาลนครศรีธรรมราชนั้นเมืองสามารถ ขยายออกได้เพียง 3 ทิศทาง คือทิศตะวันตก ทิศใต้ และทิศตะวันออก ส่วนทางทิศเหนือของเมืองนั้นเป็นที่ตั้งของกองทัพภาค 4 จำทำให้เมืองไม่สามารถขยายไปทางนั้นได้ ซึ่งทิศทางเหมาะสมที่สุดคือทางทิศ ตะวันตก ซึ่งเป็นที่ตั้งเป็นที่ตั้งของตลาดกลางสินค้าเกษตร(หัวอิฐ) และอาคารพาณิชย์ที่เป็นร้านค้าปลีก ที่ช่วยให้พื้นที่เกิดกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากยิ่งขึ้นเป็นปัจจัยหลักในการเร่งให้เทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช ขยายเขต. ประกอบกับพื้นที่ทิศตะวันตกเป็นที่ตั้งของสถานที่ราชการ อย่างแขวงการทาง สถานีขนส่ง ประจำจังหวัด และโรงเรียนประจำจังหวัด (อนุวัช สุวรรณเดช, 2543).

ในมุมมองด้านรัฐศาสตร์ ของประดิษฐ์ ทิพย์สุมาลัย ศึกษาความขัดแย้งในการเมืองท้องถิ่นจากการณิ การขยายเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช กล่าวว่าการขยายเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราชครั้งนี้ไม่ได้ เป็นเพียงกระบวนการราชการ แต่เป็นกระบวนการ “เป็นการช่วงชิงผลประโยชน์และอำนาจ” ของกลุ่ม การเมืองท้องถิ่น และโดยเฉพาะกลุ่มนักการเมืองระดับชาติ ระหว่างพรรคประชาธิปัตย์ และพรรคกิจสังคม ขณะนั้นกลุ่มที่ต่อต้านนำโดยนักการเมืองพรรคประชาธิปัตย์ จับมือกับกำนันผู้ใหญ่บ้านในพื้นที่ ที่เสีย ผลประโยชน์ทางอำนาจทางการเมือง ความมั่นคงในชีวิต ร่วมรณรงค์คัดค้านการขยายเขต ส่วนนาย เทศมนตรี นายสมนึก เกตุชาติ ที่สนับสนุนพรรคกิจสังคม พร้อมกับผู้นำหลายตำบลในอำเภอข้างเคียง สนับสนุนการขยายเขต แต่ก็ไม่สามารถทำให้เป็นเสียงข้างมากในการทำประชามติในครั้งนั้นได้ ในท้ายที่สุด ด้วยความจำเป็นทางเศรษฐกิจและสังคม หน่วยงานราชการระดับภูมิภาคเห็นความจำเป็นต้องขยายเมืองไป ในทางทิศตะวันตก (จากการประเมินทางเศรษฐกิจ และสังคม) ว่าหากไม่มีการขยายเขตเทศบาลออกไปจะ ก่อให้เกิดปัญหาด้านสุขอนามัยและเกิด สลัมขึ้นใจกลางเมือง จึงใช้คำสั่งกระทรวงขยายเขตเทศบาล นครศรีธรรมราช และยกระดับจากเทศบาลเมืองเป็นเทศบาลนคร (ประดิษฐ์ ทิพย์สุมาลัย, 2531).

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองนครศรีธรรมราชแสดงให้เห็น ถึง แนวทางการพัฒนาเศรษฐกิจเมืองนครศรีธรรมราช โดยงานที่กล่าวข้างต้นเป็นงานวิจัยที่นำผังเมือง ทั้งใน มุมมองของกิจกรรมทางเศรษฐกิจ และทางกายภาพของเมือง มาเป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์เพื่อนำเสนอ เป็นแนวปฏิบัติ และแนวทางแก้ไขในเชิงนโยบาย นอกจากนี้ยังมีงานในมุมมองของนักรัฐศาสตร์ที่แสดงให้เห็น

เห็นถึงการช่วงชิงอำนาจทางการเมืองของกลุ่มการเมืองท้องถิ่นและกลุ่มการเมืองระดับชาติที่เข้ามามีส่วน
เกี่ยวข้องในพื้นที่เมืองนครศรีธรรมราช

จึงสามารถสรุปได้ว่าการพัฒนาเมืองนครศรีธรรมราชนั้นเป็นการพัฒนาที่อยู่บนฐานของการช่วงชิง
การสะสมทุน ไม่ว่าจะเป็นทุนทางเศรษฐกิจ หรือทุนทางการเมือง จนมาถึงปัจจุบัน จากการทบทวน
วรรณกรรมจึงทำให้เห็นถึงช่องว่างทางวิชาการ ในเรื่องการแข่งขันเพื่อการสะสมทุนของกลุ่มทุนในเมือง
นครศรีธรรมราช ที่สามารถเป็นงานวิจัยที่อธิบายเมืองนครศรีธรรมราช ภายใต้องค์ความรู้ทางเศรษฐศาสตร์
การเมือง

กรอบแนวคิด

แนวคิดการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจ (Rent-seeking)

กรอบแนวคิดในงานของธานี ชัยวัฒน์ ที่ใช้ในงาน การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจในประเทศไทย
(ธานี ชัยวัฒน์, 2549) กระบวนการแสวงหาค่าเช่าเกี่ยวข้องกับต้นทุนและจะนำไปสู่ผลกระทบทางสังคม โดยมี
ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับต้นทุนในการแสวงหาค่าเช่าประกอบด้วย 1) ตัวแปรทางด้านสถาบัน กฎระเบียบของสังคม
โดยกลไกทางสถาบันประกอบด้วย กลไกการกำกับดูแลที่ก่อให้เกิดต้นทุนเมื่อถูกจับได้หรือถูกร้องเรียน และ
กลไกข้อมูลข่าวสาร 2) ต้นทุนจมและความได้เปรียบของคนในวามีการแข่งขันจากคนนอกมากน้อยเพียงใด 3)
การกระจายอำนาจ เนื่องจากประเทศที่รวมศูนย์มาก ๆ จะมีต้นทุนของการแสวงหาค่าเช่าที่ต่ำ นอกจากนั้น
ยังต้องพึงพาอาศัยองค์กรแสวงหาค่าเช่า ทั้งกลุ่มการเมือง,ข้าราชการ, นักธุรกิจ, นักการเมือง ผ่าน
ความสัมพันธ์ที่เรียกว่าค่าคอมมิชชั่น หรือเงินใต้โต๊ะ

ดังนั้นการแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจจะเกิดขึ้นได้ต้องอาศัยความร่วมมือจากสองฝ่ายคือ กลุ่ม
การเมืองที่เข้าถึงอำนาจรัฐ และกลุ่มธุรกิจที่มีอำนาจเงินหรือทุน ธานี ชัยวัฒน์ ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่าง
กลุ่มการเมืองและกลุ่มธุรกิจในประเทศไทย 3 แบบ คือระบบการประมุข,ระบบการส่งตัวแทน และการเข้าสู่
การเมืองทางตรง

แนวคิดเรื่องการผลิตพื้นที่ (The Production of Space)

กรอบแนวคิดเรื่องการผลิตพื้นที่ของ อ็องรี เลอแฟฟวร์ เน้นการศึกษาความสัมพันธ์กลุ่มต่าง ๆ ภายใน
เมือง ในใช้แนวคิดเชิงวิพากษ์ (Critical Theory) เป็นกรอบที่แสดงให้เห็นถึงการเอาเปรียบของกลุ่มคน
หนึ่งกับอีกกลุ่มคนหนึ่งผ่านอำนาจทางการเมืองผ่าน “พื้นที่” เมือง โดยนโยบายพัฒนาและการใช้พื้นที่ต่างๆ
ภายในเมือง อ็องรี เลอแฟฟวร์ กล่าวว่าเมืองเป็นเหมือนภาชนะของการผลิตซ้ำนั้นเมื่อวิเคราะห์ชนชั้นทางทาง
สังคมต่อมมองให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของสถาบันนั้นคือชั้นชั้นนำทางการเมือง (รัฐ) ชนชั้นนำทางเศรษฐกิจ
(พ่อค้า) (Lefebvre, 1991 68-168p)

ระเบียบวิธีวิจัย

วิธีการศึกษาทางประวัติศาสตร์ (Historical Method) ซึ่งเป็นการวิจัยเอกสาร (Documentary Research) ผ่านเอกสารข้อมูลขั้นต้น (Primary Data) จากหน่วยงานราชการ จากการสัมภาษณ์ และเอกสารที่มีการเผยแพร่ออนไลน์ และรวมถึงข้อมูลชั้นรอง (Secondary Data) ข้อมูลที่มีการตีความแล้ว เพื่อสร้างกรอบแนวคิดในการศึกษาเศรษฐศาสตร์การเมืองว่าด้วยการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชจึงต้องมีเอกสารชั้นรองที่เกี่ยวข้อง 2 ประเภท คือ

1. ลักษณะการสะสมทุนของกลุ่มทุนท้องถิ่นในประเทศไทย ตัวอย่างเช่นข้อมูลจาก หนังสือที่ระลึกงานศพ, จากการสัมภาษณ์กลุ่มทุน.
2. พัฒนาการเศรษฐกิจจังหวัดนครศรีธรรมราช ตัวอย่างเช่นข้อมูลจาก แผนพัฒนาเทศบาล นคร นครศรีธรรมราช 2552-2563 ผังเมืองรวมจังหวัดนครศรีธรรมราช

รวมถึงการสัมภาษณ์กลุ่มทุนที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย เช่น บุคคลในตระกูลกลุ่มทุนการค้า

เป็นการวิเคราะห์กลุ่มทุนในจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยแบ่งออกเป็น 4 กลุ่ม 1.กลุ่มทุนการเมือง 2.กลุ่มทุนสัมปทาน 3.กลุ่มทุนที่ดิน 4.กลุ่มทุนการค้า เกณฑ์ที่ใช้ในการเลือกกลุ่มตัวอย่างคือ 1.เป็นกลุ่มทุนที่มีขึ้นทะเบียนการค้ากับเทศบาลนครนครศรีธรรมราช 2.กลุ่มทุนที่ได้รับสัมปทานในเขตเทศบาลนครศรีธรรมราช 3.กลุ่มทุนที่มีความสัมพันธ์ทางการเมืองหรือมีตัวแทนของทุนดำรงตำแหน่งทางการเมือง 4.การถือครองที่ดินในพื้นที่เขตเทศบาล

ผลการวิจัย

ความได้เปรียบของศักยภาพในด้านพื้นที่และความเป็นเมืองจังหวัดนครศรีธรรมราชมีศักยภาพทางเศรษฐกิจที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น ด้วยทรัพยากรธรรมชาติ และด้านการท่องเที่ยว และจำนวนของประชากรทำให้รัฐมองจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นศูนย์กลางของการพัฒนาเศรษฐกิจ ด้านสุขภาพ การศึกษาและโลจิสติกของภาคใต้ตอนบน สู่การลงทุนของภาครัฐในโครงสร้างพื้นฐานต่างๆ อาทิ ถนน โรงพยาบาล มหาวิทยาลัย และการตั้งนิคมอุตสาหกรรมยางพาราของประเทศเพื่ออำนวยความสะดวกในการพัฒนาเศรษฐกิจ ทำให้ทุนเอกชนส่วนกลางให้ความสนใจจังหวัดนครศรีธรรมราชเป็นอย่างมากทั้งกลุ่มทุนค้าปลีก (เซเนทรัล , ซีพี) กลุ่มทุนอสังหาริมทรัพย์ (เอพี, เซเนทรัล, ซีพี แลนด์, บันยันทรี, ศุภาลัย) เข้ามาลงทุนในจังหวัดมากยิ่งขึ้นนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างเศรษฐกิจท้องถิ่นที่ต้องปรับตัวตาม.

ปฏิสัมพันธ์ทางสถาบันของจังหวัดนครศรีธรรมราช รัฐมีบทบาทนำในการพัฒนาจังหวัดนครศรีธรรมราชโดยการลงทุนในโครงสร้างพื้นฐาน สร้างจุดศูนย์กลางของเมืองอย่างเช่นพื้นที่มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์ ทพให้เกิดการรวมตัวของคนจำนวนมากสู่การกลายเป็นเมืองของพื้นที่อำเภอท่าศาลา หรือโครงการสร้างทางยกระดับในอำเภอทุ่งสงเพื่อเป็นเส้นทางเชื่อมต่อพื้นที่ อ่าวไทย-อันดามัน และประเทศมาเลเซียอินโดนีเซียสู่ประเทศไทย นอกจากนี้ การปรับตัวของทุนท้องถิ่นนครศรีธรรมราชจากกลุ่มที่ศึกษานั้นได้มีการปรับตัวในกลุ่มของทุนค้าปลีกที่ได้เปลี่ยนแปลงธุรกิจจากค้าปลีกที่ต้องต่อสู้กับทุนส่วนกลางอย่าง เซเนทรัล ซีพี ได้ปรับรูปแบบธุรกิจไปลงทุนในอสังหาริมทรัพย์อสังหาริมทรัพย์ (สร้างบ้านขาย) ในราคา 2-4 ล้านบาท ซึ่งเป็นคนละ

ตลาดกับทุนส่วนกลางที่มาลงทุนในอสังหาริมทรัพย์ และบางตระกูลก็ร่วมกับกลุ่มระดับชาติในการประกอบธุรกิจ กลุ่มเจ้าที่ดินก็ปรับตัวโดยการร่วมมือกับทุนระดับชาติ โดยการให้เช่าหรือขายที่ดินให้กับกลุ่มทุนระดับชาติ กลุ่มทุนการเมืองมีการปรับตัวเพียงเล็กน้อยในด้านการทำนโยบายพัฒนาพื้นที่เนื่องจากความเจริญก้าวหน้าทางเศรษฐกิจได้ทำการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชนไปตามกลไกของเศรษฐกิจ และยังประกอบธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับก่อสร้างเช่นเดิน กลุ่มที่ไม่ได้รับผลกระทบและยังได้รับประโยชน์จากการพัฒนาหรือการเข้ามาของกลุ่มทุนระดับชาติคือกลุ่มสัมปทานที่ยังสามารถขนส่งแร่ได้อย่างสะดวกสบายยิ่งขึ้น นอกจากนี้จากการเข้ามาของกลุ่มทุนระดับชาติจังหวัดนครศรีธรรมราชได้ก่อให้เกิดกลุ่มทุนรายใหม่ที่ประกอบธุรกิจร่วมกับกลุ่มทุนนครศรีธรรมราชอีกด้วย กล่าวได้ว่า “กลุ่มทุนเก่ากำลังหดตัว สู่การเกิดขึ้นของกลุ่มทุนรายย่อย”

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย

จากงานวิจัยชี้ให้เห็นถึงความไม่เท่าเทียมที่เกิดขึ้นจากกระบวนการกำหนดนโยบายโดยรัฐผ่านนโยบายพัฒนาเมืองในพื้นที่จังหวัดนครศรีธรรมราช ซึ่งนำไปสู่การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจของกลุ่มทุนบางกลุ่มได้ประโยชน์และกลุ่มทุนบางกลุ่มเสียประโยชน์จากการกำหนดนโยบายผู้วิจัยจึงมีข้อเสนอแนะจากผลการวิจัยจากกระบวนการกลายเป็นเมืองของจังหวัดนครศรีธรรมราช ส่งผลต่อการปรับตัวของกลุ่มทุนท้องถิ่น ดังนี้

1. รัฐบาลควรกระจายการลงทุนให้ครอบคลุมพื้นที่ทั้งจังหวัดนครศรีธรรมราชเพื่อลดระดับความเหลื่อมล้ำได้อย่างเท่าเทียมไม่นำไปสู่การกระจุกตัวของพื้นที่เมือง
2. รัฐบาลควรมีแผนการพัฒนาจังหวัดเป็นลายลักษณ์อักษรที่เข้าใจง่ายและบ่งบอกถึงการเป็นกลไกทางเศรษฐกิจของจังหวัดต่างๆต่อประเทศไทยเพื่อเป็นทิศทางให้กับเอกชนท้องถิ่นแสวงหาโอกาสทางธุรกิจและบรรลุเป้าหมายร่วมกัน
3. ในกระบวนการกำหนดนโยบายรัฐควรมีนโยบายส่งเสริมการแข่งขันของทุนท้องถิ่นในแต่ละพื้นที่เพื่อกระจายรายได้สู่หัวเมืองต่าง ๆ

บรรณานุกรม

Henri Lefebvre .(1991). The Production of space [Production de l'espace.] (Donald Nicholson-smit, translate). USA: Basil Blackwell Ltd. (1974).

ณัฐนิช จำรูญโรจน์ และ กฤตพร หัวใจเจริญ. “การเปลี่ยนแปลงของย่านท่าวัง จังหวัดนครศรีธรรมราช,” วารสารวิชาการคณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สจล. ฉบับที่ 23 (2016): URL <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmit/article/view/78709/63056>.

ธนาคารแห่งประเทศไทย “คลื่นแรงงานย้ายถิ่นกับการปรับตัวของชุมชนท้องถิ่น.”

https://www.bot.or.th/Thai/ResearchAndPublications/articles/Pages/Article_25May2021-2.aspx (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 64)

- ธานี ชัยวัฒน์, “การแสวงหาค่าเช่าทางเศรษฐกิจในประเทศไทย,” ใน ชุดวิชาการ การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1, ผาสุก พงษ์ไพจิตร บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: ,มติชน, 2549), 373-389 .
- นวนน้อย ตรีรัตน์, “เจ้าพ่อน้ำเมา:ผูกขาดไม่ผูกขาด,” ใน ชุดวิชาการ การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1, ผาสุก พงษ์ไพจิตร บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: ,มติชน, 2549), 146-209 .
- ประดิษฐ์ ทิพย์สุมาลัย, “ความขัดแย้งในการเมืองท้องถิ่นศึกษาระดับขยายเขตเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาการปกครอง, คณะรัฐศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2531), หน้า 191-197 ใน CUIR, <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/30319> (สืบค้นเมื่อวันที่ 30 กันยายน 2564).
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร, “การต่อสู้ของทุนไทย:พลวัตหลังวิกฤติ ปี 2540,” ใน ชุดวิชาการ การต่อสู้ของทุนไทย เล่ม 1, ผาสุก พงษ์ไพจิตร บรรณาธิการ (กรุงเทพฯ: ,มติชน, 2549), 15.
- พันธ์ทิพย์ จงไกรย และ ชนมณี ทองใบ. “รูปแบบการกระจายเชิงพื้นที่ของพื้นที่เมืองในประเทศไทย,” วารสารเกษตรศาสตร์ สาขาสังคมศาสตร์ ปีที่ 32 ฉบับที่ 2 (2554): 35- 40 ,<https://www.thaiscience.info/journals/Article/TKJS/10960924.pdf> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 64
- รังสรรค์ ณะพันธ์, เศรษฐศาสตร์รัฐธรรมนูญ บทวิเคราะห์รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2540 (มปป.),ภายใต้ “สำนักงานกองทุนสนับสนุนการวิจัย” <http://www.rangsun.econ.tu.ac.th/data/01/01-08-เศรษฐศาสตร์รัฐธรรมนูญ.pdf> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 64) หน้า 484.
- เวียงรัตน์ เนติโพธิ์ , ทุนเชียงใหม่, (กรุงเทพฯ: โค-ชยัน,)
- สาธิต โมราศิลป์, “การศึกษาวิวัฒนาการและแนวทางการพัฒนาชุมชนเมืองนครศรีธรรมราช”(วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาการวางแผนภาคและผังเมืองมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2536), หน้า114-191 ใน CUIR, <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/74938> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564).
- สุรัสดา นิปรียาย, “แนวทางการอนุรักษ์เมืองเก่านครศรีธรรมราช” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2543), หน้า147-156 ใน CUIR, <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/72101> (สืบค้นเมื่อวันที่ 10 กันยายน 2564).
- อนุวัช สุวรรณเดช, “อิทธิพลของตลาดกลางสินค้าเกษตรหั่วอิฐต่อการขยายตัวของเทศบาลเมืองนครศรีธรรมราช” (วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต, สาขาการวางแผนภาคและผังเมืองมหาบัณฑิต, คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2534), หน้า173-185 ใน CUIR, <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/34454> (สืบค้นเมื่อวันที่ 15 กันยายน 2564).

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก
เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี

Expectations of Thai and foreign tourists towards world-class tourist cities Pattaya City,
Chonburi Province

พัชรพร ชัยเทศ

สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 65130814@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเป็นการศึกษาเรื่องความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ผู้วิจัยโดยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวจำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

ผลการวิจัย พบว่าทั้งสองกลุ่มมีความคาดหวังในระดับสูงต่อการพัฒนาเมืองพัทยาให้เป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการนำเที่ยว ระบบคมนาคมขนส่งที่ทันสมัย และความหลากหลายของร้านอาหาร ผลการเปรียบเทียบไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งสองกลุ่ม

คำสำคัญ : ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว, นักท่องเที่ยว, เมืองพัทยา

Abstract

The academic article is a study of Thai and foreign tourists' expectations of the world-class tourist city of Pattaya, Chonburi Province. The objective is to study and compare expectations towards the world-class tourist city of Pattaya, Chonburi Province by comparing Thai and foreign tourists. The researcher used a questionnaire to collect data from a sample of 400 tourists. The data was analyzed using a statistical package.

The results of the research found that both groups had high expectations for the development of Pattaya city into a world-class tourist city. By paying attention to the quality of tour services, modern transportation system and a variety of restaurants, the results of the comparison did not find any statistically significant differences between the expectations of the two groups of tourists.

Keywords : tourist expectations, tourists, Pattaya city

บทนำ

พัทยาเป็นแหล่งท่องเที่ยวชายทะเลที่มีชื่อเสียงที่สุดแห่งหนึ่งของประเทศไทย มีสถานที่ท่องเที่ยวทั้งทางบก และทางน้ำ มีชื่อเสียงในการเป็นศูนย์รวมความบันเทิงและกิจกรรมมากมาย ไม่ว่าจะเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่น่าสนใจ เช่น หาดพัทยาและเกาะล้านเขาพระตำหนักหรือเขาพระบาท และแหล่งท่องเที่ยวที่มนุษย์สร้างขึ้นมากมาย อย่างเช่นห้างสรรพสินค้า พิพิธภัณฑสถานบันเทิง ร้านอาหาร บาร์ โรงหนัง ไนท์คลับ สนามกอล์ฟ,สนามเทนนิส, โกคาร์ท, โรงยิมสำหรับออกกำลังกาย ฯลฯ สำหรับสถานการณ์ด้านการท่องเที่ยวในปีพ.ศ.2565 ข้อมูลจากกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา พบว่า จังหวัดชลบุรีมีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและต่างชาติเข้ามาเยี่ยมเยือนถึง 16.2 ล้านคน โดยเป็นชาวไทย 35% และชาวต่างชาติ 65% มีรายได้จากการท่องเที่ยวถึง 2.06 แสนล้านบาท สิ่งที่น่าสนใจคือ เมืองพัทยา เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่ทำรายได้ถึง 1.98 แสนล้านบาท จากจำนวนนักท่องเที่ยวที่เข้ามามากกว่า 13.6 ล้านคน หรือคิดเป็นสัดส่วนประมาณ 84% ของนักท่องเที่ยวทั้งจังหวัดชลบุรี พื้นที่เมืองพัทยา อยู่ภายใต้การบริหารจัดการของ “เมืองพัทยา” เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นรูปแบบพิเศษเช่นเดียวกับกรุงเทพมหานคร ในปัจจุบัน เมืองพัทยามีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องจากการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานสำคัญ เช่น โครงการรถไฟความเร็วสูงเชื่อม 3 สนามบิน โครงการก่อสร้างท่าอากาศยานนานาชาติอู่ตะเภา และโครงการพัฒนาท่าเรือพาณิชย์สัตหีบ การที่จะพัฒนาให้เมืองพัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลกที่มีความยั่งยืนนั้น จำเป็นต้องเข้าใจความคาดหวังของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติอย่างลึกซึ้ง เพื่อนำไปสู่การพัฒนาที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างแท้จริง

ผู้วิจัยเห็นถึงความสำคัญดังกล่าวจึงได้ทำการศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ ในการใช้บริการและเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา เพื่อเป็นประโยชน์แก่ผู้ประกอบการและผู้บริหารด้านการท่องเที่ยว ในการวางแผนทางด้านการบริหารจัดการสถานที่ท่องเที่ยวในพื้นที่ให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวต่อไป

วัตถุประสงค์

1. เพื่อศึกษาและเปรียบเทียบความคาดหวังที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา โดยเปรียบเทียบระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. หน่วยงานภาครัฐ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยว ชุมชน และภาคส่วนที่เกี่ยวข้องในเมืองพัทยา สามารถนำข้อมูลที่ได้จากการศึกษานี้ไปเป็นแนวทางในการสร้างกลยุทธ์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาในเชิงรุกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจ และกระตุ้นการท่องเที่ยวให้กลับมาฟื้นตัวโดยเร็ว

ขอบเขตการวิจัย

1. ประชากรในการศึกษาวิจัยครั้งนี้คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา ซึ่งไม่สามารถรับทราบจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการสุ่มชนิดไม่อาศัยความน่าจะเป็น โดยการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก ขนาดของกลุ่มตัวอย่างได้จากคำนวณได้จากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตร

การคำนวณของ W.G.Cochran (1953) แบบที่ไม่ทราบจำนวนประชากร ซึ่งการเปิดตารางหาขนาดของกลุ่มตัวอย่าง จะเปิดตารางที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 0.05 ได้ขนาดของกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน

2. ด้านพื้นที่: สถานที่ท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่ตั้งอยู่บริเวณเมืองพัทยา

3. ด้านระยะเวลา: ดำเนินการจัดเก็บข้อมูลแบบสอบถาม ระหว่างเดือนมกราคม 2567 จนถึงเดือนมีนาคม 2567 เป็นช่วงระยะเวลาที่มีจำนวนนักท่องเที่ยวมาเที่ยวชมเมืองพัทยานับว่ามีจำนวนมาก

กรอบแนวคิด

ตัวแปรอิสระ (Independent Variable)

ตัวแปรตาม (Dependent Variable)

ลักษณะนักท่องเที่ยว
เพศ
อายุ
รายได้
ภูมิภาค
สัญชาติ
จำนวนครั้งที่เดินทางมาพัทยา
ลักษณะการเดินทาง
ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว
- ด้านการคมนาคมขนส่งสมัยใหม่ทุกช่องทาง
- ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มสมัยใหม่
- ด้านบริการนำเที่ยว
- ด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวใหญ่ระดับโลก
- ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง
- งาน event ระดับโลก
- ความปลอดภัย
- การเผยแพร่และโฆษณา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับความคาดหวัง

ความคาดหวัง (Expectation Theory) เป็นความเชื่อหรือความคิดอย่างมีเหตุผล (Kuha, 2003) กล่าวถึงทฤษฎีความคาดหวัง ว่าทุกคนต่างก็มีเป้าหมายเพื่อต้องการความสำเร็จ และความคาดหวังในความสำเร็จนั้น อาจจะเป็นความคาดหวังให้กับตัวเองหรือให้กับบุคคลอื่น โดยการคาดหวังให้บุคคลอื่นเป็นไปตามที่ตัวเองต้องการ มีผู้ให้ความหมายไว้หลายท่านได้แก่สจวร์ต จันท์ธอม (อ้างถึงใน Kiewying and others, 1997) กล่าวว่า ความคาดหวังหมายถึง ความเชื่อว่าสิ่งใดน่าจะเกิดขึ้นและสิ่งใดบ้างน่าจะไม่มี เกิดขึ้น ความคาดหวังจะเกิดขึ้นได้ถูกต้องหรือไม่ขึ้นอยู่กับประสบการณ์ของแต่ละบุคคลในทำนองเดียวกัน (Pathonsmith, 1997) ได้ให้ความหมายของความคาดหวังไว้ว่า เป็นแนวคิดที่บุคคลมีต่อสิ่งหนึ่งสิ่งใด แล้ว แสดงออกมาโดยการพูด การเขียน และการแสดงออกดังกล่าวนั้นขึ้นอยู่กับภูมิหลังทางสังคม ประสบการณ์ และสิ่งแวดล้อมของบุคคลนั้น ๆ ซึ่งบุคคลอื่นอาจไม่เห็นด้วยก็ได้ จึงควรพิจารณาในด้านองค์ประกอบของ ทศนคติควบคู่ไปด้วยในขณะเดียวกัน (Nibut, 1997) ก็ได้กล่าวว่า ความคาดหวังเกิดจากความรู้สึกนึกคิด ในการคาดคะเนเหตุการณ์ล่วงหน้าว่าจะเกิดขึ้นอย่างไร อันเป็นความปรารถนาจะให้ไปถึงเป้าหมายที่ กำหนดไว้ซึ่ง Blair (อ้างถึง Pirawatchara, 1996) ได้กล่าวไว้ว่า ความคาดหวังเป็นค่านิยมทั้งทางบวกและ ทางลบที่บุคคลมีต่อผลของการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง จากที่กล่าวมาทั้งหมด สรุปได้ว่า ความคาดหวังจึง เปรียบเสมือนเป็นแรงผลักดันให้

เกิดความต้องการซึ่งเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์แต่ละ บุคคลก็มีความคาดหวังไม่เท่ากันในแต่ละช่วงเวลาหรือสถานการณ์โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในสภาวะที่ สิ่งแวดล้อมมีการเปลี่ยนแปลง ทั้งนี้จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความคาดหวังในการเลือกใช้ บริการที่พักแรมมีปัจจัยที่สำคัญ ได้แก่ ราคา ทำเลที่ตั้ง การให้บริการ ความปลอดภัย และลักษณะห้องพัก โดย (Passakorn,2014) และ (Chantima, 2015) กล่าวว่า การตั้งราคาที่เหมาะสมส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่พักโดยที่พักแรมต้องมีการกำหนดราคาห้องพัก และการบริการต่าง ๆ อย่างชัดเจนและ เหมาะสม รวมถึงที่พักจำเป็นต้องมีการให้บริการที่ดี เป็นมิตร และใส่ลูกค้ำจึงจะทำให้เกิดความพึงพอใจใน การใช้บริการ นอกจากนี้(Tuaenjai, 2017) พบว่า โรงแรมที่มีทำเลที่ตั้งที่สามารถเดินทางได้สะดวก มีรถ ประจำทางผ่าน และอยู่ในแหล่งชุมชนจะทำให้นักท่องเที่ยวเลือกใช้บริการได้มากกว่าการมีบรรยากาศที่ดี นอกจากนี้ความปลอดภัยถือเป็นอีกปัจจัยที่มีผลอย่างมากกับการเลือกใช้บริการ โดย (Tuaenjai, 2017) กล่าวว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการรักษาความปลอดภัยของโรงแรมเป็นอันดับแรก โดยจะเลือกที่ ที่พักที่มีการติดกล้องวงจรปิด และมีพนักงานรักษาความปลอดภัย และสุดท้าย (Passakorn, 2014) กล่าวว่า ลักษณะห้องพักที่มีความสะอาด มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และมีการตกแต่งอย่างสวยงามจะดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเข้าใช้บริการได้เป็นอย่างดี

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

บุญหาพิกา มาลีแก้ว (2564) ศึกษาเรื่องความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพ การบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรีมีวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้ 1) เพื่อศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยว ชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาว ในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 2) เพื่อศึกษา พึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรม 3 ดาวในเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี 3) เพื่อเปรียบเทียบระดับความคาดหวังและระดับความพึงพอใจที่มีต่อองค์ประกอบ คุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เคยใช้บริการโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวนทั้งหมด 400 คน ใช้การเลือกตัวอย่างวิธีอาศัยความ สะดวก เนื่องจากการวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ จึงใช้แบบสอบถามเป็นการเก็บข้อมูล และเป็น แบบสอบถามที่ผ่านการวัดความเชื่อมั่น ไม่ต่ำกว่า 0.7 โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่สถิติทดสอบที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว หรือแบบมีปัจจัยเดียว (F-test หรือ One-Way ANOVA)ผลการวิจัยพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับสูงต่อคุณภาพบริการของโรงแรมระดับสามดาวในพัทยา อย่างไรก็ตาม ดูเหมือนว่าผู้ตอบ แบบสอบถามมีความพึงพอใจต่ำกว่าที่คาดหวังไว้กับการบริการ ผลการวิจัยบ่งชี้ว่าบริการของ โรงแรมอาจมีประสิทธิภาพต่ำและไม่ตรงตามความคาดหวังของลูกค้า ดังนั้นโรงแรมควรให้บริการที่เป็นมิตรและสุภาพแก่ลูกค้า พนักงานโรงแรมควรมีบุคลิกภาพที่ดีและสามารถตอบคำถามของ ผู้มาเยี่ยมได้ถูกต้อง

วิธีการดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยแบบไม่ทดลอง เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนาม โดยใช้เครื่องมือการวิจัยเป็นแบบสอบถามแล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยวิธีทางสถิติ ประชากรในกาศึกษาวิจัย ครั้งนี้ คือนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่เข้ามาท่องเที่ยวเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลเป็นแบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ รายได้ ภูมิภาค สัญชาติ จำนวนครั้งที่มาพัทยา ลักษณะการเดินทาง ระยะเวลาที่เดินทางมาเที่ยวเมืองพัทยา แบบสอบถามเป็นลักษณะแบบมีคำตอบ ให้เลือก (Multiple Choices) โดยมีจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 2 ข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยครอบคลุมเนื้อหา 15 ข้อ แบ่งเป็น 5 ระดับ โดยค่าแต่ละระดับมีความหมาย ดังนี้

5	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับดีมากที่สุด
4	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับดีมาก
3	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีความคาดหวังอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเป็นข้อคำถามแบบเติมคำ เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเมืองพัทยาที่นักท่องเที่ยว ชาวไทยและชาวต่างชาติท่องเที่ยวเมืองพัทยา รวมถึงข้อเสนอแนะในการแก้ไขและปรับปรุง

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ซึ่งสามารถแยกผลของการวิจัยออกเป็น 2 ส่วน ประกอบด้วย

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) วิเคราะห์ข้อมูลของแต่ละกรอด้วย ค่าความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Average) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
2. สถิติเชิงอนุมาน (Inferential Statistics) เพื่อใช้เป็นการทดสอบสมมติฐานมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.05 ซึ่งแบ่งการทดสอบตามสมมติฐานที่สอดคล้องกับกรอบการวิจัยได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 นักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคาดหวังที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยเลือกการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย F-test

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ลักษณะประชากรของนักท่องเที่ยว จำแนกตาม เพศ อายุ รายได้ ภูมิภาค สัญชาติ จำนวนครั้งที่เดินทางมาพำนัก ลักษณะการเดินทาง และระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพำนัก พบว่า กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ มีดังนี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยเพศหญิงมีจำนวน 114 คน คิดเป็นร้อยละ 57.00 เพศชายมีจำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเพศชาย มีจำนวน 137 คน คิดเป็นร้อยละ 68.50 เพศหญิง มีจำนวน 63 คน คิด เป็นร้อยละ 31.50

เมื่อพิจารณาตามอายุของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยพบว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 20-31 ปี จำนวน 92 คน คิดเป็นร้อยละ 46.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 32-44 ปี จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 37.50 และนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติพบว่าส่วนใหญ่จะอยู่ในช่วงอายุ 45-59 ปี จำนวน 76 คน คิดเป็นร้อยละ 38.00 รองลงมาคือ ช่วงอายุ 32-44 ปี จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามรายได้ของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 72.50 รองลงมาคือ รายได้ระหว่าง 30,001 - 60,000 บาท จำนวน 43 คน คิดเป็นร้อยละ 21.50 และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าส่วนใหญ่มีรายได้ระหว่าง 30,001 - 60,000 บาท จำนวน 89 คน คิดเป็นร้อยละ 44.50 รองลงมาคือ รายได้ต่ำกว่า 30,000 บาท จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามภูมิภาคของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในภาคกลาง จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 41.50 รองลงมาคือ ภาคเหนือ จำนวน 39 คน คิดเป็นร้อยละ 19.50 และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในภาคเหนือ จำนวน 70 คน คิดเป็นร้อยละ 35.00 รองลงมาคือ ภาคกลาง จำนวน 55 คน คิดเป็นร้อยละ 27.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามสัญชาติของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่สัญชาติเอเชีย จำนวน 188 คน คิดเป็นร้อยละ 94.00 รองลงมาคือ ยุโรป จำนวน 10 คน คิดเป็นร้อยละ 5.00 และกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ พบว่าส่วนใหญ่สัญชาติแอฟริกา จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 รองลงมาคือ เอเชีย จำนวน 46 คน คิดเป็นร้อยละ 23.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามจำนวนครั้งที่เดินทางมาพำนักของกลุ่มตัวอย่าง นักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4 ครั้งขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 87 คน คิดเป็น ร้อยละ 43.50 รองลงมาเป็น นักท่องเที่ยวเดินทางมา 2-3 ครั้ง จำนวน 74 คน คิดเป็นร้อยละ 37.00 และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติพบว่า นักท่องเที่ยวที่เดินทางมา 4 ครั้งขึ้นไป มากที่สุด จำนวน 119 คน คิดเป็น ร้อยละ 59.50 รองลงมาเป็นนักท่องเที่ยวเดินทางมา 2-3 ครั้ง จำนวน 47 คน คิดเป็นร้อยละ 23.50 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามลักษณะการเดินทางของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่เดินทาง รถยนต์ส่วนตัว จำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 71.50 รองลงมาคือ รถโดยสารประจำทาง จำนวน 47 คน คิด เป็นร้อยละ 23.50 รถเช่า และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าส่วนใหญ่เดินทางรถยนต์ส่วนตัว จำนวน 86 คน คิดเป็นร้อยละ 43.00 รองลงมาคือ รถเช่า จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 34.00 รถโดยสาร ประจำทาง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 15.00 ตามลำดับ

เมื่อพิจารณาตามระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยาของกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทย พบว่าส่วนใหญ่ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา 1-3 วัน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มากกว่า 7 วัน จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 32.00 และกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวต่างชาติ พบว่าส่วนใหญ่ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา มากกว่า 7 วัน จำนวน 97 คน คิดเป็นร้อยละ 48.50 รองลงมาคือ ระยะเวลาที่เดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา 1-3 วัน จำนวน 56 คน คิดเป็นร้อยละ 28.00 ตามลำดับ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยรวม และระดับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี (รายด้าน)

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	\bar{X}	ระดับความคาดหวัง
ด้านการคมนาคมขนส่งสมัยใหม่ทุกช่องทาง	4.48	มาก
ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มสมัยใหม่	4.41	มาก
ด้านบริการนำเที่ยว	4.57	มากที่สุด
ด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวใหญ่ระดับโลก	4.41	มาก
ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมือง	4.39	มาก
งาน event ระดับโลก	4.39	มาก
ความปลอดภัย	4.48	มาก
การเผยแพร่และโฆษณา	4.42	มาก
ค่าเฉลี่ยรวม	4.43	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติที่มาเมืองท่องเที่ยวระดับโลก - เมืองพัทยา มีความคาดหวัง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.43$) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมากที่สุด คือ ด้านบริการนำเที่ยว ($\bar{X} = 4.57$) รองลงมาได้แก่ ด้านการคมนาคมขนส่งสมัยใหม่ทุกช่องทาง ($\bar{X} = 4.48$) ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มสมัยใหม่ และความปลอดภัย ($\bar{X} = 4.48$) เท่ากัน การเผยแพร่และโฆษณา ($\bar{X} = 4.42$) ด้านร้านอาหารและเครื่องดื่มสมัยใหม่ และด้านสิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวใหญ่ระดับโลก ($\bar{X} = 4.41$) เท่ากัน ร้านขายของที่ระลึก และสินค้าพื้นเมืองและงาน event ระดับโลก ($\bar{X} = 4.39$) เท่ากัน ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยเปรียบเทียบความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

(n=400)

ประเด็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
1. มีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา	4.48	4.83
2. ควรจัดระเบียบการเดินรถในเมืองพัทยา	4.38	4.75
3. มีรถไฟฟ้าความเร็วสูงจากเมืองหลวงสู่พัทยา	4.12	4.62
ประเด็นความคาดหวังของนักท่องเที่ยว	ค่าเฉลี่ย (\bar{X}) ความคาดหวัง ของนักท่องเที่ยว	
	นักท่องเที่ยว ชาวไทย	นักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติ
4. เปิดให้บริการเที่ยวบินสแนมบินนานาชาติอยู่ตะเภา ทุกจังหวัด และทุกประเทศ	4.15	4.52
5. ร้านอาหารให้บริการอาหารสดใหม่ และราคาเหมาะสม	4.29	4.50
6. มีร้านอาหารนานาชาติแบบชั้นนำระดับโลก	4.35	4.51
7. มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ระดับโลกหลายแห่ง	4.35	4.48
8. มีโรงแรมขนาดใหญ่ ทันสมัยมากมายระดับโลก	4.38	4.45
9. มีกิจกรรมประเพณีไทยระดับโลกในเมืองพัทยา	4.30	4.50
10. มีงานอีเว้นท์ระดับโลกจัดขึ้นหลายครั้งต่อปี	4.28	4.52
11. มีแหล่งบันเทิงระดับโลกกระจายอยู่ทั่วเมืองพัทยา	4.33	4.48
12. มีสวนน้ำและสวนสนุกขนาดใหญ่ระดับโลก แบบครบวงจร	4.34	4.42
13. มีแหล่งซื้อสินค้า/ของที่ระลึกจำนวนมากขนาดใหญ่	4.30	4.48
14. มีเว็บไซต์ข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาอย่างครบถ้วน	4.32	4.52
15. มีศูนย์บริการการท่องเที่ยวเมืองพัทยาตามจุดต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว	4.43	4.53
ค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด	4.32	4.54

พบว่าจากการเปรียบเทียบจากค่าเฉลี่ยรวมทั้งหมด ภาพรวม นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติ (\bar{X} = 4.54) ที่เป็นกลุ่มตัวอย่างมีความคาดหวังของนักท่องเที่ยวมากกว่านักท่องเที่ยวชาวไทย (\bar{X} = 4.32)

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวชาวไทย ที่มีระดับความคาดหวังต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมาก ที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.32 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความคาดหวัง

สูงสุดคือ มีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ มีศูนย์บริการการท่องเที่ยวเมืองพัทยาตามจุดต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.43 รองลงมาคือ มีโรงแรมขนาดใหญ่ทันสมัยมากมายระดับโลก, ควบคุมจัดระเบียบการเดินทางในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.38 รองลงมาคือ มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ระดับโลกหลายแห่ง, มีร้านอาหารนานาชาติแบบชั้นนำระดับโลก มีค่าเฉลี่ย 4.35 รองลงมาคือ มีสวนน้ำและสวนสนุกขนาดใหญ่ระดับโลก แบบครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 4.34 รองลงมาคือ มีแหล่งบันเทิงระดับโลกกระจายอยู่ทั่วเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือ มีเว็บไซต์ข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.32 รองลงมาคือ มีแหล่งซื้อสินค้า/ของที่ระลึกจำนวนมากขนาดใหญ่ มีกิจกรรมประเพณีไทยระดับโลกในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.30 รองลงมาคือ ร้านอาหารให้บริการอาหารสดใหม่และราคาเหมาะสม มีค่าเฉลี่ย 4.29 รองลงมาคือ มีงานอีเวนต์ระดับโลกจัดขึ้นหลายครั้งต่อปี มีค่าเฉลี่ย 4.28 และเปิดให้บริการเที่ยวบินสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ทุกจังหวัด และทุกประเทศ มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

ผู้ตอบแบบสอบถามนักท่องเที่ยวต่างชาติ ที่มีระดับความคาดหวังต่อการเดินทางมาท่องเที่ยวเมืองพัทยา โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด มีค่าเฉลี่ย 4.54 เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีระดับความคาดหวังสูงสุดคือ มีความสะดวกในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.83 รองลงมาคือ ควบคุมจัดระเบียบการเดินทางในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.75 รองลงมาคือ มีรถไฟฟ้าความเร็วสูงจากเมืองหลวงสู่พัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.62 รองลงมาคือ มีศูนย์บริการการท่องเที่ยวเมืองพัทยาตามจุดต่างๆในแหล่งท่องเที่ยว มีค่าเฉลี่ย 4.53 รองลงมาคือ เปิดให้บริการเที่ยวบินสนามบินนานาชาติอู่ตะเภา ทุกจังหวัด และทุกประเทศ, มีงานอีเวนต์ระดับโลกจัดขึ้นหลายครั้งต่อปี, มีเว็บไซต์ข้อมูลการท่องเที่ยวของเมืองพัทยาอย่างครบถ้วน มีค่าเฉลี่ย 4.52 รองลงมาคือ ร้านอาหารให้บริการอาหารสดใหม่ และราคาเหมาะสม, มีกิจกรรมประเพณีไทยระดับโลกในเมืองพัทยา มีค่าเฉลี่ย 4.50 รองลงมาคือ มีห้างสรรพสินค้าขนาดใหญ่ระดับโลกหลายแห่ง มีแหล่งบันเทิงระดับโลกกระจายอยู่ทั่วเมืองพัทยา มีแหล่งซื้อสินค้า/ของที่ระลึกจำนวนมากขนาดใหญ่ มีค่าเฉลี่ย 4.48 รองลงมาคือ มีโรงแรมขนาดใหญ่ ทันสมัยมากมายระดับโลก มีค่าเฉลี่ย 4.45 และมีสวนน้ำและสวนสนุกขนาดใหญ่ระดับโลกแบบครบวงจร มีค่าเฉลี่ย 4.15 ตามลำดับ

อภิปรายผล

1. ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่อเมืองพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่านักท่องเที่ยวมีความคาดหวังสูงมากต่อการท่องเที่ยวในเมืองพัทยา โดยเฉพาะอย่างยิ่งในด้านความปลอดภัย สิ่งดึงดูดใจการท่องเที่ยวระดับโลก และการเผยแพร่และโฆษณาประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ว่า ความคาดหวังที่สูงของนักท่องเที่ยวสะท้อนให้เห็นถึงภาพลักษณ์ของพัทยาในฐานะเมืองท่องเที่ยวระดับโลก ซึ่งนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงในทุกด้าน ความคาดหวังที่สูงนี้อาจเป็นผลมาจากการส่งเสริมการท่องเที่ยวและการสร้างภาพลักษณ์ของพัทยาในฐานะจุดหมายปลายทางระดับโลก รวมถึงประสบการณ์ก่อนหน้าหรือข้อมูลที่นักท่องเที่ยวได้รับจากแหล่งต่าง ๆ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Gnoth (1997) ที่เสนอว่าความคาดหวังของนักท่องเที่ยวเกิดจากการรับรู้และการประเมินข้อมูลเกี่ยวกับจุดหมายปลายทาง

อย่างไรก็ตาม ความคาดหวังที่สูงนี้อาจเป็นดาบสองคม ในแง่หนึ่ง มันสะท้อนให้เห็นถึงโอกาสในการสร้างความประทับใจและความพึงพอใจให้กับนักท่องเที่ยว แต่ในอีกแง่หนึ่ง มันก็สร้างความท้าทายให้กับผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวที่ต้องพยายามตอบสนองความคาดหวังที่สูงนี้ ซึ่งหากไม่สามารถทำได้ อาจนำไปสู่ความไม่พึงพอใจและผลกระทบเชิงลบต่อภาพลักษณ์ของเมืองพัทยา

2. ความแตกต่างระหว่างนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าโดยภาพรวมไม่มีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติระหว่างความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติ แม้ว่านักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจะมีแนวโน้มที่จะมีความคาดหวังสูงกว่าเล็กน้อยในบางด้าน ประเด็นนี้สามารถอธิบายได้ว่า การที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างนักท่องเที่ยวสองกลุ่มอาจเป็นผลมาจากการที่พัทยาเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับนานาชาติที่มีมาตรฐานการบริการที่เป็นที่ยอมรับทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมีความคาดหวังในระดับที่ใกล้เคียงกัน

นอกจากนี้ ความคาดหวังที่สูงกว่าของนักท่องเที่ยวต่างชาติในด้านความปลอดภัยอาจเป็นผลมาจากการรับรู้ความเสี่ยงที่สูงขึ้นเมื่อเดินทางไปต่างประเทศ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Lepp และ Gibson (2003) ที่พบว่านักท่องเที่ยวต่างชาติมักมีความกังวลเกี่ยวกับความปลอดภัยมากกว่านักท่องเที่ยวภายในประเทศ

ข้อเสนอแนะ

การศึกษาเรื่อง ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวชาวไทยและชาวต่างชาติที่มีต่อเมืองท่องเที่ยวระดับโลก เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี ดังนี้

1. นักท่องเที่ยวมีความคาดหวังในเรื่องความปลอดภัยในการเดินทางท่องเที่ยวเมืองพัทยาพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยแบบบูรณาการ โดยเฉพาะการจัดตั้งศูนย์บัญชาการความปลอดภัยนักท่องเที่ยวที่มีการเชื่อมโยงข้อมูลและการทำงานระหว่างหน่วยงานต่างๆ เช่น ตำรวจท่องเที่ยว โรงพยาบาล และหน่วยกู้ภัย การติดตั้งระบบกล้องวงจรปิดอัจฉริยะที่ครอบคลุมพื้นที่ท่องเที่ยวสำคัญทั้งหมด และการจัดตั้งหน่วยตำรวจท่องเที่ยวเคลื่อนที่เร็วที่สามารถเข้าถึงจุดเกิดเหตุได้อย่างทันท่วงที

2. ควรมีการจัดการเส้นทางคมนาคมขนส่งในเมืองพัทยาให้มีความสะดวกสบายต่อการเดินทางท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการระบบการเดินทางสาธารณะให้มีความคล่องตัวขึ้น

ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป

1. ในการศึกษาเพื่อต่อยอดงานวิจัยครั้งต่อไป ควรมีแบบสอบถามภาษาจีน และภาษารัสเซียเนื่องจากนักท่องเที่ยวชาวจีนและชาวรัสเซียบางคนไม่ได้ใช้ภาษาอังกฤษ การมีแบบสอบถามภาษาจีน และภาษารัสเซีย จะช่วยให้สามารถเก็บแบบสอบถามจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้หลากหลายสัญชาติมากยิ่งขึ้น

2. การศึกษาเปรียบเทียบระหว่างพัทยากับแหล่งท่องเที่ยวระดับโลกอื่นๆ ก็เป็นอีกประเด็นที่ควรได้รับการวิจัยเพิ่มเติม เพื่อวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน และแนวทางการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของเมือง

พัทยา โดยเฉพาะในประเด็นต่างๆ เช่น การบริหารจัดการแหล่งท่องเที่ยว การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน และการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- จุฑามาศ กันทพลธิติมา. (2559). ภาพลักษณ์และทัศนคติต่อการท่องเที่ยวในเขตพัทยา จังหวัดชลบุรีของนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ส่งผลต่อการกลับมาเยือนซ้ำ. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- ธัญวลัย ชุติมาวัฒนานันท์. (2558). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางกับคณะทัวร์ที่ส่งผลต่อความภักดีต่อการท่องเที่ยวเมืองพัทยา
- บุญหาพิกา มาลีแก้ว. (2564). ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการในธุรกิจโรงแรมในระดับ 3 ดาว ของเมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี. มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.
- พัชรี มหาลาภ. (2558). แนวคิดความคาดหวัง. เข้าถึงได้จาก <http://www.stpa.ac.th>
- พรศิริ บินนาราวี. (2555). ความคาดหวังและการรับรู้ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มีต่อการท่องเที่ยว ใน อำเภอป่าาย จังหวัดแม่ฮ่องสอน. (วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัย ธุรกิจบัณฑิตย์).
- W.G. Cochran. (1953). Sampling Techniques. New York : John Wiley & Sons.

ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิง
 สุขภาพในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
 EXPECTATIONS, SATISFACTION, AND WORD OF MOUTH AMONG THAI TOURISTS
 FOR HEALTH TOURISM. IN THE AREA OF KUNG BANG KRACHAO
 PHRA PRADAENG DISTRICT SAMUT PRAKAN PROVINCE

ณัฐพงษ์ ภัทรธำรงค์ชัย

นักศึกษาระดับปริญญาโท หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

E-mail : 65230017@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) กำลังได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในระดับโลกและในประเทศไทย โดยเฉพาะหลังสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา (COVID-19) พื้นที่คุ้มบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ถือเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีศักยภาพสูงสำหรับการพัฒนาเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยทรัพยากรธรรมชาติอันอุดมสมบูรณ์ วิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่าย และกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า (2) เปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ และรายได้ และ (3) วิเคราะห์แนวโน้มการบอกต่อเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่ดังกล่าว

ผลการวิจัย พบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยส่วนใหญ่นิยมมาเยือนคุ้มบางกระเจ้าเป็นกลุ่มวัยทำงานอายุ 41-50 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ประกอบอาชีพในภาคราชการและรัฐวิสาหกิจ และมีความคาดหวังในระดับสูงต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะด้านภาพลักษณ์ของสถานที่ที่มีความโดดเด่นในด้านธรรมชาติและคุณภาพอากาศ รวมถึงความราบรื่นในประสบการณ์การเดินทางที่ต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น การปั่นจักรยานและการเดินชมธรรมชาติ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวโดยรวมอยู่ในระดับสูง โดยเฉพาะในด้านการรักษาภาพลักษณ์ของพื้นที่และความเป็นมิตรของคนในชุมชน อย่างไรก็ตาม มีข้อเสนอแนะด้านการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนน ป้ายบอกทาง และการจัดการขยะการบอกต่อผ่านช่องทางออนไลน์ และการพูดคุยในวงใกล้ชิดเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนถึงศักยภาพในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่และการเพิ่มอัตราการเยือนซ้ำ

ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ในการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การตลาด และกิจกรรมเพื่อเสริมสร้างความน่าสนใจของพื้นที่ รวมถึงผลักดันให้คุ้มบางกระเจ้าเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ยั่งยืนและได้รับการยอมรับในระดับสากล

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, คุ้มบางกระเจ้า, ความคาดหวัง, ความพึงพอใจ, การบอกต่อ, นักท่องเที่ยวชาวไทย

Abstract

Wellness Tourism has been gaining popularity globally and in Thailand, particularly after the COVID-19 pandemic, which has increased people's awareness of physical and mental health. Bang Kachao, located in Phra Pradaeng District, Samut Prakan Province, is a highly potential destination for developing wellness tourism due to its abundant natural resources, simple community lifestyle, and health-promoting activities. This research aimed to (1) study the expectations and satisfaction of Thai tourists regarding wellness tourism in Bang Kachao, (2) compare expectations and satisfaction based on demographic characteristics such as gender, age, occupation, and income, and (3) analyze the word-of-mouth trends related to wellness tourism in the area.

The findings revealed that most Thai tourists visiting Bang Kachao are working adults aged 41–50, predominantly employed in the public sector or state enterprises. They exhibited high expectations for wellness tourism, particularly in the area's image, which is recognized for its outstanding natural beauty and clean air. Tourists also valued smooth travel experiences supported by adequate facilities and health-oriented activities such as cycling and nature walks.

Overall satisfaction was high, particularly in the preservation of the area's image and the friendliness of the local community. However, suggestions for improvement were noted in infrastructure, including roads, signage, and waste management. Word-of-mouth through online platforms and interpersonal communication emerged as a key indicator of the area's potential to attract new visitors and increase repeat visits. The results of this research can be utilized to improve infrastructure, marketing strategies, and activities to enhance the area's appeal. Moreover, they contribute to promoting Bang Kachao as a sustainable wellness tourism destination recognized internationally.

Keywords : Wellness Tourism, Bang Kachao, Expectations, Satisfaction, Word-of-Mouth, Thai Tourists

บทนำ

ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นทั่วโลก รวมถึงในประเทศไทย หลังสถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลต่อสุขภาพกายและจิตใจของผู้คน โดยเน้นการฟื้นฟูสุขภาพผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น โยคะ การทำสมาธิ อาหารเพื่อสุขภาพ และการบำบัดด้วยธรรมชาติ การท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพ (Wellness Tourism กลายเป็นการท่องเที่ยวอีกรูปแบบ หนึ่งที่ได้รับความนิยมอย่างมาก พื้นที่คู้ง บางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ มีศักยภาพสูงในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ด้วยทรัพยากรธรรมชาติที่ สมบูรณ์ บรรยากาศเงียบสงบ และวิถีชีวิตชุมชนที่เรียบง่าย นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสกิจกรรมที่หลากหลาย เช่น ปั่นจักรยาน ชมสวนผลไม้ ล่องเรือ และเดินตลาดน้ำบางน้ำผึ้ง

งานวิจัยดังกล่าวทำให้ทราบถึงข้อมูลและความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของ นักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บริเวณพื้นที่ คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยความรู้และข้อเสนอแนะจากผลงานวิจัยจะเป็นประโยชน์แก่ชุมชนบริเวณพื้นที่ คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผู้ประกอบการและบริการด้านการท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว เพื่อนำไปพัฒนาปรับปรุงวางแผนการท่องเที่ยว เชิงสุขภาพ เพื่อนำไปสร้างแนวทางการส่งเสริมการท่องเที่ยวให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อส่งเสริมการตลาด การประชาสัมพันธ์ การสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมทั้งสามารถเข้าถึงกลุ่ม นักท่องเที่ยวในปัจจุบันมากขึ้น สอดคล้องกับกระบวนการเรียนรู้พัฒนาทักษะรวมถึงมีการสร้างสรรค์กิจกรรมที่ ทำให้เกิดการตระหนักถึงคุณค่าเพื่อพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้ตอบสนองต่อความต้องการ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความยั่งยืนทางเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อมใน พื้นที่คู้งบางกระเจ้าต่อไป

วัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย

1. เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในพื้นที่คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิง สุขภาพ ในพื้นที่ คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะ ประชากรศาสตร์
3. เพื่อศึกษาแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่ คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

ในการศึกษาวิจัยเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมา ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการนี้ประโยชน์ที่คาดว่าจะ ได้รับมีดังนี้

1. ประโยชน์ด้านวิชาการเพื่อให้ทราบถึงข้อมูลเกี่ยวกับความคาดหวัง ความพึงพอใจ และแนวโน้มการ บอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยต่อการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ โดยจะพิจารณาจาก ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความคาดหวัง ความพึง

พอใจ และแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเพื่อเป็นพื้นฐานในการพัฒนาและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้าให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นำไปเปรียบเทียบกับงานวิจัยอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทยต่อไป

2. ประโยชน์ด้านนโยบาย หน่วยงานภาครัฐและเอกชนที่เกี่ยวข้องสามารถนำผลการวิจัยนี้ไปใช้ในการกำหนดนโยบายและแผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ รวมถึงสามารถนำไปใช้ในการต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่ตรงกับความต้องการของนักท่องเที่ยว

3. ประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้รับจากงานวิจัยนำไปปรับประยุกต์ใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้าจะช่วยส่งเสริมเศรษฐกิจในท้องถิ่นประชาชนในท้องถิ่นมีโอกาสประกอบอาชีพและสร้างรายได้จากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในภาพรวมของประเทศ

4. ประโยชน์ด้านสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยส่งเสริมให้ผู้คนหันมาดูแลสุขภาพมากขึ้น นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการดูแลสุขภาพแบบองค์รวมจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยพัฒนาคุณภาพชีวิตของผู้คนในท้องถิ่น

5. ประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อม การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยส่งเสริมให้ผู้คนตระหนักถึงความสำคัญของการรักษาสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวสามารถเรียนรู้เกี่ยวกับวิธีการรักษาสิ่งแวดล้อมจากการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจะช่วยพัฒนาความยั่งยืนของการท่องเที่ยวในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้า

6. ประโยชน์ด้านอื่นๆ เป็นเพิ่มภาพลักษณ์ที่ดีในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้าให้เป็นที่รู้จักแก่นักท่องเที่ยวในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและยังช่วยในการส่งเสริมความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างชุมชนในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้ากับนักท่องเที่ยว

งานวิจัยเรื่องความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ มีประโยชน์ต่อหลายภาคส่วนทั้ง ภาครัฐบาล ภาคเอกชน ภาคประชาชนและชุมชนรวมถึงผู้ประกอบการท่องเที่ยวในท้องถิ่นสามารถนำข้อมูลและองค์ความรู้จากงานวิจัยนี้ไปปรับประยุกต์ในการพัฒนา การส่งเสริม และการต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์และบริการด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ และในพื้นที่อื่น ๆ ยังส่งผลให้เกิดประโยชน์ทั้งด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม

ขอบเขตของการศึกษาวิจัย

1. ขอบเขตด้านพื้นที่ศึกษาในพื้นที่คู้บบางกระบะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ครอบคลุม 6 ตำบล ได้แก่ ตำบลบางกระบะเจ้า, บางน้ำผึ้ง, บางกอบัว, บางกระสอบ, บางยอ และทรงคนอง

2. ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย ขอบเขตของประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ในการศึกษา ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในครั้งนี้ ได้ทำการเลือก

กลุ่มประชากรที่เป็นนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวบริเวณพื้นที่คุ้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ใช้วิธีสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบสะดวก ซึ่งมีความหลากหลายในหลายๆ ด้าน เช่น เพศ อายุ อาชีพ จึงทำให้มีความเหมาะสมในการศึกษาวิจัยในครั้งนี้

3.ขอบเขตด้านเวลา เก็บข้อมูลระหว่างเดือนสิงหาคมถึงกันยายน พ.ศ. 2567

4.ขอบเขตด้านเนื้อหาศึกษาความคาดหวัง ความพึงพอใจ และแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยว โดยจำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ความพึงพอใจที่มีต่อการบอกต่อ

5.เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยในการวิจัยในครั้งนี้เป็นกระบวนการประเมินประสิทธิภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เพื่อให้มั่นใจว่าเครื่องมือสามารถวัดสิ่งที่ต้องการวัดได้อย่างถูกต้อง เชื่อมั่นได้ และแม่นยำทางผู้วิจัยได้มีการประยุกต์มาจากข้อมูลตามแนวความคิด ทฤษฎี และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้มีการตรวจสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา ตรวจสอบความน่าเชื่อถือประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยมีการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรงผลลัพธ์ที่ได้จากเครื่องมือที่มีคุณภาพสูง จะช่วยให้ผู้วิจัยสามารถดึงข้อสรุปที่ถูกต้องและเชื่อถือได้ ทางผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา โดยนำแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญด้านงานวิจัยทางด้านการท่องเที่ยวเพื่อพิจารณารวมถึงการปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามให้มีความชัดเจนและตรงตามวัตถุประสงค์ครอบคลุมถึงจุดประสงค์ในงานวิจัยครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิดทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง ศึกษาข้อมูลทฤษฎีและข้อมูลปฐม จากนั้นจึงได้สร้างเครื่องมือในการวิจัย ประกอบไปด้วยคำถามเพื่อใช้วิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) โดยทำการแบ่งข้อคำถามเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

ตอนที่ 2 ข้อมูลความคาดหวังและความพึงพอใจ ของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

ตอนที่ 3 ข้อมูลการสื่อสารแบบบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้งบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) ถือเป็นแนวโน้มที่กำลังเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในทุกมิติ การท่องเที่ยวรูปแบบนี้ไม่เพียงแต่สร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับนักท่องเที่ยว แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและสร้างรายได้ให้กับประเทศอย่างยั่งยืน

Global Wellness Institute (2015) ระบุว่า การท่องเที่ยวเชิงส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) หมายถึงการเดินทางที่มีจุดประสงค์เพื่อส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม ทั้งทางกาย ใจ และจิตวิญญาณ ผ่านกิจกรรมต่างๆ ในสถานที่ที่เอื้อต่อการฟื้นฟู เช่น สปา การออกกำลังกาย อาหารเพื่อสุขภาพ โยคะ และสมาธิ ซึ่งสถานที่เหล่านี้จะมีสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัย สะอาด และผ่อนคลาย ลักษณะสำคัญของการท่องเที่ยวเชิง

สุขภาพ การส่งเสริมสุขภาพแบบองค์รวม เน้นการป้องกันโรคและพัฒนาคุณภาพชีวิตมากกว่าการรักษา กิจกรรมที่หลากหลายครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น การตรวจสุขภาพ การนวด สปา และสมาธิ สปาแวดล้อมที่เหมาะสม ต้องเป็นสถานที่ที่ปลอดภัย สะอาด และให้ความรู้สึกผ่อนคลาย ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย ประเทศไทยถือว่ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) เนื่องจากมีระบบบริการสุขภาพที่เข้มแข็งและแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลาย นับตั้งแต่ปี 2546 รัฐบาลได้กำหนดให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นยุทธศาสตร์สำคัญในการพัฒนาประเทศ โดยตั้งเป้าให้เป็น "ศูนย์กลางสุขภาพของเอเชีย" และขยายบทบาทไปสู่ระดับโลกภายใน 10 ปี การสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 2 (พ.ศ. 2560–2564) และแผนยุทธศาสตร์ประเทศไทย (พ.ศ. 2560–2569) ได้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยใช้แหล่งท่องเที่ยวสำคัญ เช่น กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต และเกาะสมุย เป็นพื้นที่นำร่อง

ธานินทร์ สนธิรักษ์ (2533) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นการค้นหา "ยาอายุวัฒนะ" ผ่านกิจกรรมและสถานที่ที่ช่วยสร้างสมดุลชีวิตทั้งทางร่างกายและจิตใจ มุ่งเน้นการผ่อนคลายและการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและภูมิปัญญาท้องถิ่น.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2552, 2559) ให้ความหมายว่าการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพรวมถึงการเรียนรู้วิถีชีวิต การพักผ่อน และการทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ เช่น การนวด อบสมุนไพร การออกกำลังกาย และการตรวจสุขภาพ.

สุนิษา เพ็ญทรัพย์ และปวีณรัตน์ แสงศิริโรจน์ (2555) แบ่งการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพออกเป็น 3 ระดับ ได้แก่ การส่งเสริมสุขภาพ การฟื้นฟูสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงสร้างสรรค์.

วุฒิชชาติ กัลยาณมิตร และปิยะพร พุกพิบูลย์ (2562) เน้นการผสมผสานกิจกรรมเพื่อสุขภาพกับธรรมชาติและวัฒนธรรม

Maslow (1943) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพสามารถตอบสนองความต้องการของมนุษย์ในระดับต่าง ๆ เช่น ความต้องการทางกายภาพ (สุขภาพและความปลอดภัย) และการบรรลุศักยภาพ (การพัฒนาตนเอง)

G.M.S. Dann (1977) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเกี่ยวข้องกับการเรียนรู้ การสัมผัสธรรมชาติ และกิจกรรมเพื่อสุขภาพจิตและกาย

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคือการเดินทางที่มุ่งเน้นการพัฒนาความเป็นอยู่ที่ดีทั้งกายและใจ โดยผสมผสานธรรมชาติ วัฒนธรรม และกิจกรรมเสริมสุขภาพ เพื่อสร้างสมดุลในชีวิตและความสุขอย่างยั่งยืน

แนวคิดความคาดหวังในบริบทของความ ต้องการ

Maslow's Hierarchy of Needs ความคาดหวังเกี่ยวกับความต้องการของมนุษย์แบ่งออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ความต้องการพื้นฐาน (Physiological Needs) ความต้องการด้านความปลอดภัย (Safety Needs) ความต้องการความรักและความสัมพันธ์ (Love and Belongingness) ความต้องการการยอมรับและความนับถือ (Esteem Needs) ความต้องการพัฒนาตนเอง (Self-Actualization Needs)

ทฤษฎีความคาดหวัง (Expectancy Theory) พัฒนาโดย Victor H. Vroom ทฤษฎีนี้เน้นความสัมพันธ์ระหว่างความพยายาม (Effort) ผลลัพธ์ (Performance) และรางวัล (Outcome)

ทฤษฎีการตั้งเป้าหมาย (Goal Setting Theory) พัฒนาโดย Edwin Locke การตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนและท้าทายช่วยเพิ่มแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการทำงาน โดยมีหลักการสำคัญ เป้าหมายที่เฉพาะเจาะจง (Specific Goals) เป้าหมายที่ท้าทาย (Challenging Goals) การให้ข้อมูลย้อนกลับ (Feedback)

ทฤษฎีความยุติธรรม (Equity Theory) พัฒนาโดย John Stacey Adams เน้นการเปรียบเทียบความยุติธรรมระหว่างความพยายาม (Inputs) และผลตอบแทน (Outcomes) โดยบุคคลจะรู้สึกยุติธรรมหรือไม่ขึ้นอยู่กับ การเปรียบเทียบกับบุคคลอื่นในบริบทเดียวกัน

ทฤษฎีการเสริมแรง (Reinforcement Theory) พัฒนาโดย B.F. Skinner ทฤษฎีนี้เน้นว่าพฤติกรรมที่ได้รับการเสริมแรง (ทั้งทางบวกและลบ) จะมีแนวโน้มเกิดขึ้นซ้ำ เช่น การให้รางวัลหรือการลดสิ่งที่ไม่พึงประสงค์

สุชา จันทร์อม และสุรางค์ จันทร์อม เน้นความคาดหวังที่สัมพันธ์กับประสบการณ์

ประภัสสร ปานศรี กล่าวถึงความคาดหวังในแง่ของการคาดการณ์ต่อบุคคลอื่น

Finn และ Blair อธิบายถึงผลกระทบของความคาดหวังทางบวกและลบต่อพฤติกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบอกต่อนักท่องเที่ยว

Schiffman & Kanuk (1997) การพูดคุยหรือการสื่อสารระหว่างบุคคลผ่านช่องทางต่างๆ
คุณสมบัติของ WOM (Silverman, 2001) ไม่เสียค่าใช้จ่าย มีความน่าเชื่อถือสูง มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ
แพร่กระจายรวดเร็วและหลากหลาย ยากที่จะควบคุม มีผลลัพธ์ที่วัดได้

Arndt (1967) การถ่ายโอนข้อมูลระหว่างบุคคล โดยเฉพาะการเผชิญหน้าถือเป็นวิธีที่เร็วที่สุด

Ismail & Spinelli (2012) การแบ่งปันข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้า/บริการ

Berger (2014) WOM มีรูปแบบหลากหลาย เช่น ผู้เชี่ยวชาญถึงผู้เชี่ยวชาญ หรือบุคคลทั่วไปถึงบุคคลทั่วไป

Two-Step Flow Theory ข่าวสารไหลผ่าน Opinion Leaders ก่อนถึงผู้ตาม มีบทบาทสำคัญในการถ่ายทอดข้อมูล

Diffusion of Innovations Theory (Rogers) อธิบายการยอมรับนวัตกรรมผ่านกลุ่มคน 5 แบบ (Innovators, Early Adopters, Early Majority, Late Majority, Laggards)

Social Network Theory วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลผ่านโครงสร้างเครือข่าย เช่น Nodes (บุคคล) และ Edges (ความสัมพันธ์)

การนำทฤษฎีและกลยุทธ์เหล่านี้ไปใช้ในธุรกิจ สามารถช่วยสร้าง ความไว้วางใจ และ ความยั่งยืนให้กับแบรนด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศรีณัฐ ไทรชมภู และ บุญเกียรติ ไทรชมภู (2558) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพ รวบรวมข้อมูลการใช้ทรัพยากรอย่างยั่งยืนและพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เหมาะสม พบศักยภาพ

ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ เช่น การท่องเที่ยวทางจักรยาน และกิจกรรมอนุรักษ์ที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน

อมรรัตน์ พิริญาณี (2558) การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบ (Slow Tourism) • ส่งเสริมวิถีชีวิตเรียบง่ายและกิจกรรมเช่น การปั่นจักรยาน ชิมอาหารท้องถิ่น ชุมชนบางกระเจ้ามีศักยภาพสูงในการพัฒนาการท่องเที่ยว Slow Tourism ซึ่งช่วยกระจายรายได้และอนุรักษ์ทรัพยากร

ฉัฐสุรีย์ สิทธิทรัพย์ไพศาล (2559) ทัวร์จักรยานที่คังบางกะเจ้า ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยว เช่น ความพึงพอใจและคุณค่าที่รับรู้ การรับรู้คุณค่าเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดที่ส่งผลต่อการกลับมาท่องเที่ยว

ทิพย์รัตน์ ศุภันธุ์ (2561) พัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เช่น สปา โยคะ และนวดแผนไทย คังบางกะเจ้ามีศักยภาพสูงเนื่องจากทรัพยากรธรรมชาติที่สมบูรณ์และการสนับสนุนจากภาครัฐ

หทัยรัตน์ เพชรพนมพรวงษ์ และคณะ (2563) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรม บริหารจัดการทุนทางสังคมและสร้างภาพลักษณ์ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยว การมีส่วนร่วมของชุมชนและเครือข่ายความร่วมมือช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยว

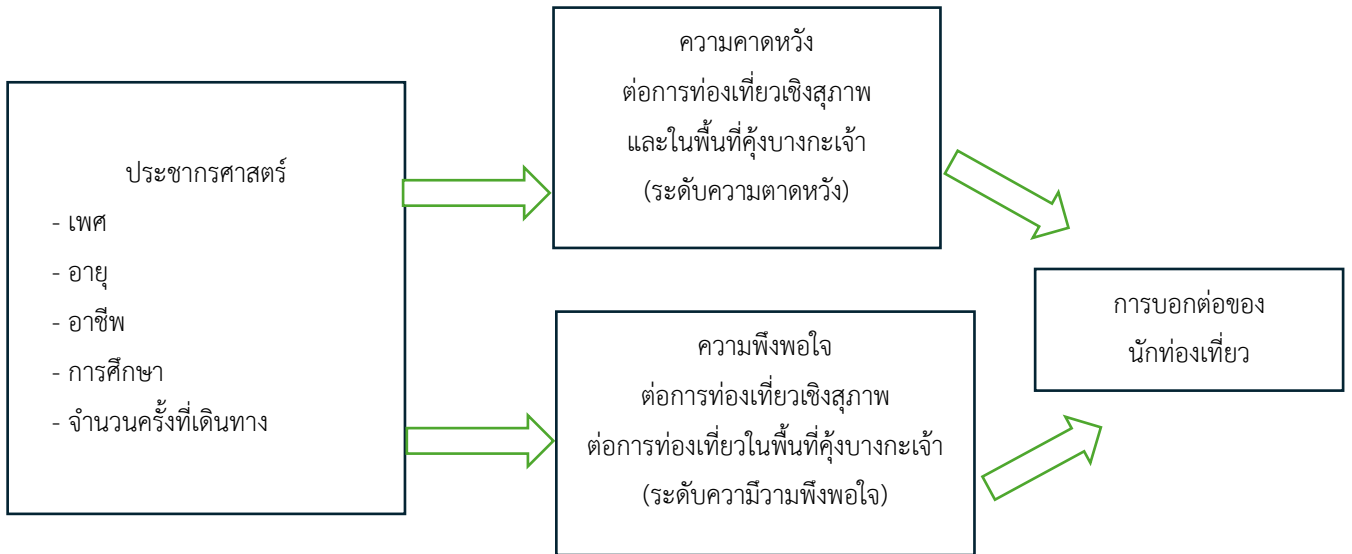
สุวิจิ แดงอ่อน (2564) อาหารยั่งยืนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมเมนูอาหารที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมและมีคุณค่าทางโภชนาการ การใช้วัตถุดิบท้องถิ่นและลดการสูญเสียอาหารช่วยสร้างรายได้และส่งเสริมสุขภาพ

สมคิด ยอดโต และ นวพร ทองประเสริฐ (2560) ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มาเยือนแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ นักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีความพึงพอใจในระดับสูง โดยเฉพาะด้านการบริการและสิ่งแวดล้อม

แนวทางการพัฒนา เพิ่มโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ที่พัก ร้านอาหาร และเส้นทางจักรยาน ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนและการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อ พัฒนาสินค้าและบริการที่สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยว เน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรม งานวิจัยเหล่านี้แสดงถึงศักยภาพที่หลากหลายของคังบางกะเจ้าและวิธีการพัฒนาที่ยั่งยืนในด้านการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจของชุมชน

กรอบแนวคิดในการวิจัย

ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยไว้ดังต่อไปนี้



ระเบียบวิธีวิจัย

การวิจัยเรื่อง ความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คુંบางกระเจ้า มีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้เป็นกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยที่มาท่องเที่ยวในพื้นที่คુંบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง การเลือกกลุ่มตัวอย่างใช้วิธี Non-Probability Sampling โดยเลือกกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธี Accidental Sampling (สุ่มแบบบังเอิญ) และ Convenience Sampling (สุ่มตามความสะดวก)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย แบบสอบถาม (Questionnaire) การสร้างเครื่องมือและตรวจคุณภาพเครื่องมือ: การสร้างแบบสอบถามและการทดสอบคุณภาพเครื่องมือ เช่น การตรวจสอบความเที่ยงตรงเนื้อหา และการทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยใช้ค่า Cronbach's Alpha

3. วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล เก็บข้อมูลโดยการสัมภาษณ์หรือแจกแบบสอบถามในพื้นที่คુંบางกระเจ้า โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบังเอิญและสุ่มตามความสะดวก

4. การวิเคราะห์ข้อมูล การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เช่น การใช้สถิติพื้นฐาน (เช่น ค่าความถี่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน) เพื่อสรุปผลข้อมูลที่เก็บมา การใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) และอาจมีการใช้สถิติอนุมาน (Inferential Statistics) เช่น t-test, ANOVA หรือการวิเคราะห์ถดถอย ขึ้นอยู่กับประเภทของข้อมูลที่ใช้ในการศึกษา

การวิจัยใช้วิธีการวิจัยเชิงปริมาณ เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างที่เป็นนักท่องเที่ยวชาวไทยในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า โดยใช้เครื่องมือแบบสอบถามและการวิเคราะห์สถิติพื้นฐานเพื่อสรุปผลการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้

ผลการวิจัย

1. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 เพื่อศึกษาความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่คุ้มบางกระเจ้า มีความคาดหวังในระดับสูง โดยเน้นใน 3 ด้านหลัก ได้แก่

ภาพลักษณ์ของสถานที่ที่นักท่องเที่ยวมองว่าคุ้มบางกระเจ้าเป็นพื้นที่ที่มีเอกลักษณ์และความงดงามของธรรมชาติ มีอากาศบริสุทธิ์ ซึ่งเหมาะแก่การพักผ่อนและส่งเสริมสุขภาพ

สิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมด้านการท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น การเข้าถึง การบริการ และความปลอดภัย

กิจกรรมด้านการท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวคาดหวังที่จะได้มีส่วนร่วมในกิจกรรมเพื่อสุขภาพ เช่น การปั่นจักรยานและการเดินชมธรรมชาติ ในด้านความพึงพอใจ นักท่องเที่ยวแสดงความพึงพอใจในภาพลักษณ์ของสถานที่และการบริการในพื้นที่ โดยมีข้อเสนอแนะในเรื่องการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานและการจัดการขยะ

ข้อเสนอแนะจากผลการวิจัย ควรพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมสุขภาพต่างๆ เช่น การเพิ่มกิจกรรมกลางแจ้งและเวิร์กช็อปเพื่อสุขภาพ รวมถึงการปรับปรุงการจัดการขยะและโครงสร้างพื้นฐาน เช่น ถนนและป้ายบอกทาง เพื่อให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวมีความสะดวกสบายและตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น

2. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อเปรียบเทียบความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามลักษณะประชากรศาสตร์ ผลการวิจัยพบว่า ความคาดหวังและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในพื้นที่คุ้มบางกระเจ้าแตกต่างกันตามลักษณะประชากรศาสตร์ เช่น อายุ อาชีพ และระดับการศึกษา กลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีอายุ 41-50 ปี ซึ่งส่วนใหญ่ทำงานในภาครัฐ มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับสูง เนื่องจากมีความมั่นคงในอาชีพและสามารถใช้เวลาพักผ่อนในพื้นที่ที่ส่งเสริมสุขภาพได้ นักท่องเที่ยวที่ศึกษาจบระดับปริญญาตรีให้ความสำคัญกับการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความเหมาะสมทั้งในด้านสิ่งแวดล้อมและกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับสุขภาพ

ข้อเสนอแนะควรออกแบบกิจกรรมและโปรแกรมขึ้นให้ตรงกับความต้องการของกลุ่มประชากรที่แตกต่างกัน โดยเน้นกิจกรรมที่เหมาะสมกับกลุ่มอายุและอาชีพ เช่น การเพิ่มกิจกรรมที่เป็นมิตรกับสุขภาพและการศึกษาในเชิงลึกสำหรับนักท่องเที่ยวที่มีความรู้ทางด้านสุขภาพ

3. ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เพื่อศึกษาแนวโน้มการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของพื้นที่คั้งบางกระเจ้า อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสมุทรปราการ ผลการวิจัยพบว่าการบอกต่อ (Word of Mouth) เป็นเครื่องมือที่สำคัญในการสร้างความน่าสนใจและดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่ นักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ดีในพื้นที่มักจะแชร์ประสบการณ์ผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โซเชียลมีเดีย การแชร์วีวและรูปภาพในแพลตฟอร์มต่างๆ รวมถึงการบอกต่อในกลุ่มเพื่อนและครอบครัว การบอกต่อในลักษณะนี้ส่งผลในเชิงบวกต่อชื่อเสียงของพื้นที่และช่วยสร้างความน่าเชื่อถือ

ข้อเสนอแนะควรใช้สื่อสังคมออนไลน์เป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างแคมเปญการตลาด โดยเน้นความเป็นเอกลักษณ์ของคั้งบางกระเจ้า เช่น การสร้างแคมเปญเพื่อส่งเสริมกิจกรรมเชิงสุขภาพ และใช้ประโยชน์จากการบอกต่อของนักท่องเที่ยวในการดึงดูดนักท่องเที่ยวใหม่และสร้างความน่าสนใจอย่างยั่งยืน.

ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

งานวิจัยครั้งนี้นำเสนอความคาดหวัง ความพึงพอใจ และการบอกต่อของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการมาท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในพื้นที่คั้งบางกระเจ้า อำเภอลำลูกเกด จังหวัดสมุทรปราการ ควรมีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน ควรให้ความสำคัญกับการปรับปรุงถนน การเพิ่มป้ายบอกทาง และการจัดการขยะในพื้นที่ เพื่อให้ประสบการณ์การท่องเที่ยวราบรื่นยิ่งขึ้น การพัฒนาการตลาดใช้ประโยชน์จากการบอกต่อผ่านสื่อสังคมออนไลน์ในการสร้างแคมเปญที่เน้นความเป็นเอกลักษณ์ของคั้งบางกระเจ้า ส่งเสริมกิจกรรมเชิงสุขภาพใหม่ ๆ เพิ่มความหลากหลายของกิจกรรม เช่น การออกกำลังกายกลางแจ้ง เวิร์กช็อปเพื่อสุขภาพ และกิจกรรมที่เหมาะสมกับทุกวัย ควรมีการสำรวจความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวอย่างสม่ำเสมอเพื่อติดตามความเปลี่ยนแปลงและปรับปรุงบริการให้สอดคล้องกับความต้องการ ควรมีการมีส่วนร่วมของชุมชนในการพัฒนาการท่องเที่ยว เพื่อให้การท่องเที่ยวเกิดประโยชน์กับชุมชนอย่างยั่งยืน ควรมีการประชาสัมพันธ์คั้งบางกระเจ้าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจไปยังกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพของคั้งบางกระเจ้าในฐานะแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่มีความคาดหวังและความพึงพอใจในระดับสูง การพัฒนาอย่างต่อเนื่องในด้านโครงสร้างพื้นฐานและการสร้างสรรค์กิจกรรมสามารถเพิ่มความน่าสนใจและส่งเสริมการบอกต่ออย่างยั่งยืน

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2550). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการแพทย์: แนวทางการพัฒนา. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2552). คู่มือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย.
- กลิ่นบุศย์, เกศสินี. (2540). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณิต ดวงหัตถ์. (2531). ความพึงพอใจในการทำงาน. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาระบบราชการ.
- จันทร์เอม, สุชา, และ จันทร์เอม, สุรางค์. (2529). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จีวีวิทยา.

- ชนิดา ทวีศรี. (2557). แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. วารสารมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช, 32(2), 117-130.
- ชรินี เดชจินดา. (2535). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวที่มีต่อบริการของบริษัทท่องเที่ยว. วารสารการท่องเที่ยว, 2(1), 1-10.
- ธนวุฒิ วรรณม. (2562). ทฤษฎีการสื่อสารมวลชน. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ธานินทร์ สนธิรักษ์. (2533). การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ: แนวทางการพัฒนา. วารสารการท่องเที่ยว, 12(3), 1-11.
- ธีรกิติ นวรัตน์ ณ อยู่ธยา. (2549). การตลาดแบบบอกต่อ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จีวลักษณ์.
- นันทินี กันทะวงศ์วาร, และคณะ. (2562). ความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (เมดคัล). รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. เชียงใหม่: สำนักงานคณะกรรมการวิจัยแห่งชาติและสำนักงานกองทุนสนับสนุนวิจัย.
- บุญชม ศรีสะอาด และ บุญส่ง นิลแก้ว. (2535). การวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ปธนสมิทธิ์, สกาวเดือน. (2540). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ปานศรี, ประภัสสร. (2536). จิตวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์จิตวิทยา.
- พรรณนิภา พิพัฒน์ธนากร. (2558). การสื่อสารมวลชนในยุคดิจิทัล. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- พิทักษ์ ตรุษหิบบ. (2538). จิตวิทยาการจัดการ. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มนตรี เฉียบแหลม. (2536). การบริหารงานบุคคล. กรุงเทพฯ: เลิท์อักษร.
- สมวงศ์ พงศ์สถาพร. (2531). การตลาด. กรุงเทพฯ: Chulalongkorn University Press.
- สนิท เหลืองบุตรนาค. (2529). จิตวิทยาการโฆษณา. กรุงเทพฯ: Chulalongkorn University Press.
- วาสนา ขวัญทองยิ้ม และ พีรวัส หนูเกตุ. (2560). ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ประเภทบ่อน้ำร้อนในพื้นที่ภาคใต้ฝั่งอันดามัน. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 15(2), 1-16.
- วุฒิชชาติ กัลยาณมิตร, และ ปิยะพร พุกพิบูลย์. (2562). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของนักท่องเที่ยวชาวไทย. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 12(1), 1-16.
- ศรีณัฐ ไทรชมภู และ บุญเกียรติ ไทรชมภู. (2558). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศบนฐานความหลากหลายทางชีวภาพและภูมิปัญญาท้องถิ่นเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจในพื้นที่คุ้งบางกะเจ้า อำเภอพระประแดง จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารมหาวิทยาลัยสวนสุนันทา, 23(1), 1-22.
- ศรีสุข, พัชรี. (2552). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศิลปวัฒนธรรมกรุงเทพมหานคร. (2540). คุ้งบางกะเจ้า. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมวัฒนธรรมแห่งชาติ.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2541). การศึกษาความพึงพอใจของลูกค้าที่มีต่อบริการของธนาคารพาณิชย์. วารสารการตลาด, 35(2), 1-15.

- สุนิษา เพ็ญทรัพย์, และ ปวีณ์ตัน แสงสิริโรจน์. (2555). แนวคิดและรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในประเทศไทย. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏรำคำแหง, 28(2), 55-66.
- สุภาลักษณ์ ชัยอนันต์. (2540). จิตวิทยาการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สุวจิ แดงอ่อน. (2564). อาหารยั่งยืนเพื่อรองรับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารวิจัยมหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 13(1), 127-136.
- หทัยรัตน์ เพชรพนมพรวงษ์ประยูร, ฤเดช เกิดวิชัย, และ สุรมน จันทร์เจริญ. (2563). ปัจจัยในการบริหารจัดการที่ส่งผลต่อรูปแบบการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและวัฒนธรรมในคั้งบางกะเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 18(2), 1-18.
- องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน). (2562). แผนพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงนิเวศคั้งบางกะเจ้า พ.ศ. 2562 - 2565. นนทบุรี: องค์การบริหารการพัฒนาพื้นที่พิเศษเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (องค์การมหาชน).
- อมรรัตน์ ปริญาญณี. (2558). การส่งเสริมการท่องเที่ยวแบบไม่เร่งรีบในชุมชนบางกระเจ้า จังหวัดสมุทรปราการ. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, 13(2), 1-16.
- อุทัยพรรณ สุกใจ. (2545). จิตวิทยาสังคม. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อุกฤษฏ์ ทรงชัยสงวน. (2543). การจัดการการท่องเที่ยว. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2561). การเขียนงานวิจัยและวิทยานิพนธ์. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- American Psychological Association. (2020). Publication manual of the American Psychological Association. <https://apastyle.apa.org/>
- Arndt, D. (1967). Word-of-mouth advertising: A review of basic research and some empirical findings. *Journal of Marketing*, 31(2), 10-21.
- Beer, M. (1964). Toward a Model of Organizational Change. *Journal of Applied Behavioral Science*, 10(4), 490-500. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/014920639201800306>
- Blair, W. D. (1959). Expectancy: A theoretical review. *Psychological Review*, 66(3), 252-257.
- Berger, J. (2014). *Word of mouth marketing: How to harness the power of customer influence*. Routledge.
- Cochran, W. G. (1953). *Sampling techniques*. New York: Wiley.
- Dann, G. M. S. (1977). *Form and function in tourism*. Harper & Row.
- Finn, E. A. (1921). An experimental study of changes in confidence as a measure of suggestion. *Psychological Review*, 28(4), 382-407.
- Global Wellness Institute. (2015). What is wellness tourism? Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/>

- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Ismail, M., & Spinelli, R. (2012). Word of mouth marketing: A literature review. *International Journal of Marketing & Business Communication*, 29(4), 383-401.
- Kotler, P. (2531). การตลาด (3rd ed.). กรุงเทพฯ: Chulalongkorn University Press. (Original work published 1967)
- Lazarsfeld, P. F., Katz, E., & Coleman, J. L. (1955). *The personal influence: The impact of mass media*. Glencoe, IL: Free Press.
- Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. *Psychological Review*, 50(4), 370-396.
- Michael, B. (1964). Toward a Model of Organizational Change. *Journal of Applied Behavioral Science*, 10(4), 490-500. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/014920639201800306>
- Milgram, S. (1963). The small world problem. *Psychology Today*, 1(6), 61-67.
- Petty, R. E., & Cacioppo, J. T. (1984). The elaboration likelihood model of persuasion. *Communication and Persuasion*, 21, 1-22.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). New York, NY: Free Press.
- Schiffman, L. G., & Kanuk, L. L. (1997). *Consumer Behavior*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- Silverman, D. S. (2001). *Word-of-mouth communication: From interpersonal to organizational contexts*. Sage Publications.
- Skinner, B. F. (1953). *Science and human behavior*. New York: The Macmillan Company.
- Tourism Authority of Thailand. (2023). *Wellness Tourism*. Retrieved from <https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-thailand/>
- Vroom, V. H. (1964). *Work and motivation*. New York: John Wiley & Sons.

บทความวิชาการ

ซอฟต์พาวเวอร์อาหารไทยกับการท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Soft Power Thai Food with Gastronomy Tourism

ภัทรวดี เกตุแก้ววโรชิตี

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

E-mail : 66230166@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

เมื่อกล่าวถึงประเทศไทยสิ่งที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติมักจะคิดถึงเป็นลำดับแรก ๆ คือ อาหารไทย เนื่องจากอาหารไทยส่วนใหญ่มีส่วนผสมจากพืชผักสมุนไพรไทยซึ่งเกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีเอกลักษณ์ มีรสชาติที่หลากหลาย มีคุณค่าตามหลักโภชนาการ และมีความพิถีพิถัน ดังนั้น นอกจากสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สวยงาม ศิลปวัฒนธรรมประเพณีของไทยแล้ว อาหารไทยจึงเป็นอีกเหตุผลที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี โดยนักท่องเที่ยวในปัจจุบันมีความต้องการที่จะได้เรียนรู้ และสัมผัสประสบการณ์ใหม่ๆ ของเอกลักษณ์วัฒนธรรมในแต่ละท้องถิ่นที่ไปเยือนรวมไปถึง "อาหาร" ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่เชื่อมโยงระหว่างขนบธรรมเนียม วัฒนธรรม และทิศทางการท่องเที่ยวเชิงอาหารไว้ด้วยกัน นับว่าเป็นอีกทางเลือกของการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ อีกทั้งในปัจจุบันรัฐบาลไทยมีนโยบายที่จะสนับสนุนการสร้างวัฒนธรรมสร้างสรรค์หรือซอฟต์พาวเวอร์ของประเทศไทย เพื่อเป็นแนวทางยกระดับพัฒนาความสามารถด้านความคิดสร้างสรรค์ของคนไทยในการสร้างมูลค่าและสร้างรายได้ พัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ ส่งเสริมบทบาทความเป็นผู้นำของประเทศไทยในเวทีโลก ซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาต่อยอดความเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการค้าระหว่างประเทศนำไปสู่การพัฒนาและความเจริญรุ่งเรืองอย่างต่อเนื่อง

คำสำคัญ : ซอฟต์พาวเวอร์, อาหารไทย, การท่องเที่ยวเชิงอาหาร

Abstract

When people think of Thailand, one of the first things that often comes to mind is Thai cuisine. Thai food is well-known for its use of herbs and spices derived from local wisdom, making it unique in flavor, diverse in taste, and nutritious. Each dish is meticulously prepared. Alongside Thailand's beautiful natural attractions and rich cultural traditions, Thai cuisine is a key factor that attracts tourists. Nowadays, travelers are increasingly interested in learning

about and experiencing the distinctive culture of each place they visit, including food, which serves as an essential link between customs, culture, and culinary tourism. This type of tourism has become an intriguing option for those seeking unique experiences. Moreover, the Thai government currently has a policy to support the development of Thailand's "Soft Power" as a way to elevate and enhance the creative potential of Thai people, generating value and income, improving the country's competitiveness, and reinforcing Thailand's leadership role on the global stage. This initiative aims to boost economic growth and international trade, leading to ongoing development and prosperity.

Keywords : Soft Power, Thai Food, Gastronomy Tourism

ปัจจุบันการท่องเที่ยวของประเทศไทยกำลังอยู่ในภาวะฟื้นตัว ซึ่งรัฐบาลไทยได้สร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมการท่องเที่ยวด้วยมาตรการยกเว้นวีซ่าแก่นักท่องเที่ยวจาก 93 ประเทศ สถิติตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม - 3 พฤศจิกายน 2567 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยจำนวน 29.08 ล้านคน ทำให้ประเทศไทยมีรายได้จากการท่องเที่ยวรวมทั้งสิ้น 1.358 ล้านล้านบาท (กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) และข้อมูลจากโครงการสำรวจเพื่อการวิเคราะห์พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ในปี 2566 ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยหลักที่นักท่องเที่ยวเลือกเดินทางมาประเทศไทย คือ 1. ความหลากหลายของแหล่งท่องเที่ยว 54.98% 2. อาหารและเครื่องดื่ม 50.61% 3. อธิปไตยของนักท่องเที่ยว 37.45% และนอกจากนี้ยังพบอีกว่ากิจกรรมที่ได้รับความนิยมมากที่สุดคือ การรับประทานอาหารไทย 91.81% จะเห็นได้ว่าอาหารและเครื่องดื่มเป็นหนึ่งในเหตุผลสำคัญที่ทำให้นักท่องเที่ยวมาเยี่ยมเยือนประเทศไทย และจากรายงาน Global Culinary Tourism Market 2020-2027 ตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลกเติบโตที่เฉลี่ยปีละ 16.8% และคาดว่าจะมีมูลค่าตลาด 1,796.5 พันล้านดอลลาร์ภายในปี 2027 ซึ่งขนาดตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารของประเทศไทยในปี 2022 คือ 23,285 ล้านดอลลาร์ มีส่วนแบ่งทางการตลาดเกือบ 4% ในตลาดการท่องเที่ยวเชิงอาหารทั่วโลก ซึ่งถือเป็นมูลค่ามหาศาล ดังนั้น อาหารไทยจึงถือเป็นซอฟต์แวร์ที่มีจุดขายที่แข็งแกร่งของประเทศและส่งผลให้เกิดโอกาสทางธุรกิจมากมายรวมถึงธุรกิจทัวร์ชิมอาหารที่มีแนวโน้มเพิ่มสูงขึ้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566)

ซอฟต์แวร์ (Soft Power) เป็นคำที่ถูกบัญญัติครั้งแรกโดย ดร.โจเซฟ เนย์ (Joseph Nye) จากมหาวิทยาลัยฮาร์วาร์ด มีความหมายว่าการทำให้ผู้อื่น “ต้องการ” และ “ยอมรับ” อย่าง “เต็มใจ” (Thai PBS, 2566) Soft Power หรือ “อำนาจละมุน” ซึ่งเป็นการสร้างอำนาจรูปแบบหนึ่ง ด้วยวิธีการอย่างหนึ่งที่สามารถดึงดูดและสร้างการมีส่วนร่วมได้มากกว่าการบังคับ ผลลัพธ์จะนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงและสร้าง

อิทธิพลต่อความคึกของประชาชนในประเทศนั้น ๆ หมายความว่า Soft Power จะทำให้ผู้คนค่อยๆ ซึมซับรับเอาสิ่งสิ่งนั้นไปโดยไม่ต้องไปบังคับขู่เข็ญทางจิตใจใด ๆ (Sanook.com, 2566)

สำหรับประเทศไทย มีการกำหนดนโยบายระบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ คือ การนำสินค้าหรือบริการมาเพิ่มมูลค่าโดยผ่านการคิดสร้างสรรค์ และนำเทคโนโลยีหรือนวัตกรรมใหม่ๆ รวมถึงพื้นฐานทางวัฒนธรรมสังคม เข้ามาช่วยในการสร้างสรรค์ผลงาน โดยการกำหนดให้เป็นอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มีทั้งหมด 15 สาขา ได้แก่ 1. งานฝีมือและหัตถกรรม 2. ดนตรี 3. ศิลปะการแสดง 4. ทศนศิลป์ 5. ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ 6. การแพร่ภาพและกระจายเสียง 7. การพิมพ์ 8. ซอฟต์แวร์ 9. การโฆษณา 10. การออกแบบ 11. การให้บริการด้านสถาปัตยกรรม 12. แฟชั่น 13. อาหารไทย 14. การแพทย์แผนไทย 15. การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.), 2564) โดยประเทศไทยได้ตั้งอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ในสาขาที่มีศักยภาพขึ้นมาเป็น Soft Power ของไทย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมที่มีศักยภาพ 5F ได้แก่ อาหาร (Food) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์ (Film) การออกแบบแฟชั่นไทย (Fashion) ศิลปะการป้องกันตัวแบบไทย (Fight) และเทศกาลประเพณีไทย (Festival) ซึ่งรัฐบาลได้ตั้งเป้าหมายว่า 5F ของไทยจะช่วยเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับประเทศ เป็น 3.45 ล้านล้านบาท ในปี พ.ศ. 2570 (สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์, 2566) และจากรายงานดัชนี Soft Power ของโลก (Global Soft Power Index) ผลสำรวจปี 2567 จัดให้ประเทศไทยเป็นอันดับที่ 40 ของโลกและเป็นอันดับ 3 ในกลุ่มประเทศอาเซียนรองจากสาธารณรัฐสิงคโปร์ และประเทศมาเลเซีย (สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์, 2567)

5F เป็นวัฒนธรรมสร้างสรรค์ที่มีศักยภาพ 5 ด้าน ที่รัฐบาลไทยมุ่งมั่นจะดำเนินการส่งเสริมสนับสนุนและประชาสัมพันธ์เป็น Soft Power ของประเทศไทยประกอบด้วย

1. อาหาร (Food) อาหารไทยที่มีชื่อเสียง มีความเป็นเอกลักษณ์และเป็นที่ยอมรับในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ในประเทศไทย เช่น ต้มยำกุ้งในภาคกลาง ข้าวซอยในภาคเหนือ ส้มตำในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ แกงส้มในภาคใต้ นอกจากนี้ ยังมีผัดไทย ผัดกะเพราที่เป็นที่นิยมอยู่ทั่วประเทศ

2. ภาพยนตร์ (Film) ภาพยนตร์และวีดิทัศน์รวมถึงซีรีส์ที่มีเนื้อหาแสดงให้เห็นถึงความสวยงามของประเทศไทย สร้างภาพลักษณ์ ทำให้รู้สึกหลงรักสถานที่ ฉาก เรื่องราว บทเพลงหรือวัฒนธรรมในแต่ละจังหวัดของพื้นที่ ในประเทศไทย และกระตุ้นให้นักท่องเที่ยวชาวไทยเกิดความต้องการเดินทางมาท่องเที่ยวตามรอยสื่อ ภาพยนตร์และวีดิทัศน์เช่น ภาพยนตร์สับเพร่ที่มีการถ่ายทอดเนื้อหาวิถีชีวิต ความเชื่อ และวัฒนธรรมของภาคตะวันออกเฉียงเหนือสู่คนรุ่นใหม่

3. แฟชั่น (Fashion) การออกแบบเครื่องประดับที่ใช้เป็นของตกแต่งและใช้สำหรับสวมใส่ เช่น เครื่องเงิน เครื่องถม รวมไปถึง เครื่องรางและของมงคล เช่น จตุคามรามเทพ หัวนะโม การออกแบบเครื่องแต่งกายต่าง ๆ เช่น เสื้อผ้า จากผ้าไหมไทยที่มีลวดลายสวยงามมีความเป็นเอกลักษณ์

4. ศิลปะการต่อสู้ (Fighting) มวยไทย มรดกทางวัฒนธรรมที่สำคัญของประเทศ เป็นศิลปะการต่อสู้และกีฬาที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย ภายในประเทศ รวมไปถึงกีฬาประเภทอื่น ๆ นอกเหนือจากมวยไทยที่มีความโดดเด่นเป็นที่นิยม เช่น ฟุตบอล วอลเลย์บอล

5. เทศกาล (Festival) เอกลักษณ์ด้านศิลปวัฒนธรรมที่เป็นส่วนหนึ่งของงานเทศกาลงานประเพณีที่สืบทอดต่อกันมาตั้งแต่ อดีตจนถึงปัจจุบัน เช่น ประเพณีที่สำคัญ การทำบุญไหว้พระขอพรสิ่งศักดิ์สิทธิ์ งานแสดงนาฏศิลป์ไทย ความเก่าแก่โบราณสถาน (ภุริณัฐ แก้วลिया, 2566)

การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) หมายถึง การท่องเที่ยวเพื่อการเรียนรู้เกี่ยวกับอาหารหรือการท่องเที่ยวที่ผสมผสานกับธรรมชาติของพื้นที่ วัฒนธรรม การบริการ การเข้าถึงทรัพยากรท่องเที่ยว การเป็นเจ้าของที่ดีและเอกลักษณ์เฉพาะพื้นที่ เพื่อเป็นประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้วิธีทำและลงมือทำอาหารด้วยตัวเอง ซึ่งถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เกิดประโยชน์ทั้งทางตรงและทางอ้อมต่อเศรษฐกิจการท่องเที่ยว โดยการท่องเที่ยวเชิงอาหารก่อให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชนท้องถิ่นที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวในทุกกลุ่มคน (อพท, 2566)

อุตสาหกรรมอาหารไทยซึ่งเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมที่มีบทบาทสำคัญต่อเศรษฐกิจของประเทศทั้งในด้านการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับวัตถุดิบสินค้าเกษตร สร้างรายได้เข้าประเทศจากการส่งออก ทำให้เกิดการจ้างงาน รวมทั้งเป็นอุตสาหกรรมที่เชื่อมโยงไปในอุตสาหกรรมต่อเนื่องอย่างภาคการท่องเที่ยวคือ การท่องเที่ยวเชิงอาหาร เป็นการเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางซึ่งมีอาหารและเครื่องดื่มในท้องถิ่นเป็นปัจจัยหลักในการท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสถึงวัฒนธรรมการกินดื่ม และครอบคลุมไปถึงการผลิต เช่น ทัวร์ไร่หรือสวน ทัวร์ไวน์ ทัวร์โรงกลั่น ทัวร์ทำอาหาร และทัวร์ฟาร์ม เนื่องจากความต้องการเดินทางมาประเทศไทยเพื่อทานอาหารไทยรสชาติที่เหมือนคนไทยกินของนักท่องเที่ยวนั้นมีเพิ่มมากขึ้น จึงเป็นโอกาสของธุรกิจต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องทั้งสายการบิน โรงแรม ที่พัก ร้านอาหาร รวมทั้ง Food Tour หรือทัวร์ชิมอาหารสำหรับนักท่องเที่ยวที่อยากชิมอาหารท้องถิ่นแท้ ๆ แนะนำโดยไกด์ท้องถิ่น โดยมีรูปแบบหลากหลาย ทั้งการเดินทางชิมสตรีทฟู้ด นั่งตุ๊กตุ๊กทัวร์ชิมอาหารหรือนั่งรถบัสชมวิวเมืองและรับประทานอาหาร

ประสบการณ์สำคัญของนักท่องเที่ยวอย่างหนึ่งนอกจากความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว คืออาหารและวิถีชีวิตความเป็นอยู่ ดังนั้น หากใช้การท่องเที่ยวเชิงอาหารเป็นเครื่องมือในการผลักดันให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสถึงประสบการณ์จากอาหารไทยภายในประเทศเมื่อเดินทางเข้าเข้าท่องเที่ยวแล้วจะสามารถสร้างมูลค่าทางการท่องเที่ยวของประเทศให้เกิดขึ้นได้ โดยใช้อาหารเป็นส่วนหนึ่งของกลยุทธ์การจัดการด้านการท่องเที่ยวซึ่งที่ผ่านมาโครงการครัวไทยสู่ครัวโลก มีพื้นฐานมากจากการใช้ความเป็นไทยและอัตลักษณ์อาหารไทยเพื่อสร้างความต้องการให้กับผู้บริโภคที่ชื่นชอบการบริโภคอาหารไทยเนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มดังกล่าวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย และสามารถสร้างประสบการณ์ในการบริโภคอาหารไทยจากการเดินทางท่องเที่ยวในประเทศไทยได้โดยตรง ซึ่งจะเป็นสิ่งที่สะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคอาหารไทยในประเทศต้นทาง

ได้เป็นอย่างดี โดยการสร้างพฤติกรรมและประสบการณ์ท่องเที่ยวเกี่ยวกับอาหารไทยเพื่อสะท้อนวิถีชีวิต และอัตลักษณ์ความเป็นไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ที่ผ่านมาภาครัฐได้ทำการส่งเสริมการตลาด Soft Power ในเรื่องอาหาร (Food) โดยมีการจัดทำคู่มือ มิชลินไกด์ ประเทศไทย (The Michelin Guide Thailand) โดยคัดเลือกและรวบรวมรายชื่อร้านอาหารที่อยู่ในระดับมาตรฐานของมิชลิน ซึ่งในคู่มือไม่ได้มีแต่อาหารระดับหรูหราและราคาสูง แต่ยังมี Street Food ที่น่าสนใจและน่ารับประทานอีกจำนวนมาก เช่น ร้านสำหรับสำหรับไทย กรุงเทพมหานคร ร้านบ้านเทพา กรุงเทพมหานคร ร้านอั้งโล่ บาย ย่างแรก กรุงเทพมหานคร ร้านเปลว กวยเตี๋ยวต้มยำโบราณ จังหวัดนครปฐม ร้านข้าวเป็ยกอตุร จังหวัดอุดรธานี ร้านต้นมะยม จังหวัดภูเก็ต นอกจากนี้ ยังสนับสนุนผู้ประกอบการในการทำตลาด ส่งออกวัตถุดิบที่ใช้ปรุงอาหารจากประเทศไทย รวมถึงสนับสนุนการเปิด ร้านอาหารไทยในต่างประเทศ และการยกระดับคุณภาพร้านอาหารไทยในต่างประเทศให้มีมาตรฐาน รวมทั้งการจัดงานเทศกาลอาหารต่าง ๆ เช่น โครงการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism Amazing Thailand Culinary City) เพื่อยกระดับและสร้างคุณค่าอาหารไทยสู่สากล อีกทั้งยังเป็นการสร้างการรับรู้ข้อมูลการท่องเที่ยวเชิงอาหาร ภายใต้แนวคิดเศรษฐกิจ BCG ซึ่งจะถือเป็นการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงอาหารอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม สังคม และชุมชน (Business+, 2565)

บทสรุป

ประเทศไทยสามารถพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารโดยใช้อัตลักษณ์ของอาหารท้องถิ่น วิธีการทำอาหารและวิถีชีวิต ตลอดจนนำมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์จากอาหารและการบริการที่เกี่ยวข้องกับอาหาร การท่องเที่ยวเชิงอาหารสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมายังแหล่งท่องเที่ยวได้ เพราะสร้างประสบการณ์ที่แปลกใหม่ให้นักท่องเที่ยว โดยอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยว เพื่อให้ได้ลิ้มรสอาหารที่มีเอกลักษณ์ทางด้านรสชาติและยังมีประโยชน์ต่อสุขภาพ สามารถต่อยอดการบริการ และผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับอาหาร ซึ่งจะเป็นเครื่องมือในการกระจายรายได้สู่ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงอาหารในปัจจุบันจึงได้รับความนิยมและเป็นที่น่าสนใจจากนักท่องเที่ยวทั่วโลกมากขึ้นเป็นอย่างมาก เพราะทำให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้ ได้สัมผัสประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ผ่านการสัมผัสวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนในชุมชน โดยมีอาหารเป็นปัจจัยหลักในการสร้างประสบการณ์ผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบ เช่น การได้ลิ้มรสอาหาร การได้เรียนรู้และทดลองทำอาหารด้วยตัวเอง การเที่ยวชมสถานที่เป็นแหล่งวัตถุดิบสำหรับใช้ปรุงอาหาร ถือเป็นการสร้างประสบการณ์ที่ประทับใจให้นักท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

เพื่อให้ประเทศไทยมีศักยภาพสูงด้าน Soft Power มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักและยอมรับในระดับนานาชาติ ภาครัฐควรส่งเสริม Soft Power ควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวไทย ให้เป็นประเทศที่มีแหล่งท่องเที่ยว อาหาร เทศกาล และ Soft Power ด้านอื่น ๆ ที่เป็นที่ยอมรับแก่นักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติ จะทำให้ประเทศไทยได้จากการท่องเที่ยวมากขึ้น อันเป็นการยกระดับการท่องเที่ยวไทยให้ดีขึ้นต่อไป

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (30 สิงหาคม 2566). พฤติกรรมนักท่องเที่ยวระหว่างประเทศที่เดินทางมาท่องเที่ยวประเทศไทยคนเดียว (Solo Traveler). <https://datacatalog.tat.or.th/>
- กองเศรษฐกิจการท่องเที่ยวและกีฬา กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(1 พฤศจิกายน 2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวประจำสัปดาห์ที่ 44 ของปี 2567 (28 ตุลาคม – 3 พฤศจิกายน 2567). Facebook. <https://www.facebook.com/photo?fbid=1110536444186706&set=a>
- ภริณัฐ แก้วสिया. (2566). ประเภท ซอฟต์ พาวเวอร์ (5F) ที่ใช้สื่อสาร ส่งผลต่อการตัดสินใจมาท่องเที่ยวจังหวัด นครศรีธรรมราช.วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์, 2(2), 54-82. <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/265865>
- สำนักงานนโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.). (13 ตุลาคม 2564). Creative Economy พาเศรษฐกิจไทยก้าวไกลสู่สากล. <https://www.nxpo.or.th/th/9440/>
- สำนักงานส่งเสริมวัฒนธรรมสร้างสรรค์. (6 มีนาคม 2567). soft-power-ไทยอยู่อันดับที่เท่าไรของโลก <https://thacca.go.th/article>
- สถาบันวิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (11 สิงหาคม 2565). TU-RAC ชวนอ่านบทความ เรื่อง Soft Power ไทย อย่าหยุดแค่ 5F. <https://turac.tu.ac.th/newsampex>
- อพท. (21 ธันวาคม 2566). ท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) <https://www.dasta.or.th/th/article/3087>
- Business+. (6 ตุลาคม 2565). Soft Power ด้านอาหาร จุดขายการท่องเที่ยวไทย สู่ Gastronomy tourism. <https://www.thebusinessplus.com/gastronomy-tourism/>
- Thai PBS. (11 พฤศจิกายน 2566). Soft Power คืออะไร ? รวม “ของไทย” ปังจริงในหมู่ชาวต่างชาติ. <https://www.thaipbs.or.th/now/content/491>
- Sanook.com. (23 กรกฎาคม 2566). Soft Power แบบไทย ๆ มีอะไรที่นำไปต่อยอดได้บ้าง <https://www.sanook.com/campus/1416411/>

บทความวิชาการ
การท่องเที่ยวชุมชนสู่ความยั่งยืน
Community-Based Tourism Towards

พัชรินทร์ ชูชัย

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Email : ampacharin@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวชุมชนกำลังมีความสำคัญมากขึ้นในสังคมโลก โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่น เนื่องจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับความนิยม ทำให้กิจกรรมทางเศรษฐกิจเข้ามามีบทบาทใกล้ชิดกับวิถีชีวิตของชุมชนมากขึ้น ขณะเดียวกันแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศไทยก็เติบโตในทิศทางที่ดีโดยนักท่องเที่ยวจำนวนมากเริ่มให้ความสนใจในการเดินทางไปพื้นที่ชุมชนเพื่อสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตดั้งเดิมในชุมชนต่างๆ ของไทย การท่องเที่ยวไม่เพียงแต่กระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่ แต่ยังมีกระจายไปยังชุมชนต่างๆ ส่งผลให้หลายพื้นที่เตรียมพร้อมรับนักท่องเที่ยว และใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการพัฒนาเศรษฐกิจและคุณภาพชีวิต ในขณะเดียวกัน ภาครัฐก็ให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวชุมชนมากขึ้น โดยมีการประกาศให้การท่องเที่ยววิถีไทยเป็นวาระแห่งชาติ พร้อมทั้งจัดทำแผนยุทธศาสตร์เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวในชุมชนให้ยั่งยืน อุตสาหกรรมท่องเที่ยวจึงถือเป็นอุตสาหกรรมที่เต็มไปด้วยความหวัง สร้างรายได้ให้กับประเทศไทยในระดับสูง และมีความสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศ ซึ่งส่งผลดีต่อคุณภาพชีวิตของประชาชน การเติบโตของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนำมาซึ่งประโยชน์มหาศาลให้กับคนในประเทศ

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวชุมชน,ความยั่งยืน,ชุมชน

Abstract

Community Tourism is becoming a more significant factor in the global society, especially in local communities. This is due to the expansion of tourism activities closer to the community's way of life. Meanwhile, the trend of tourism in Thailand is growing positively, with many tourists showing interest in traveling to experience the culture and traditional way of life in various areas of Thailand. Tourism is not only concentrated in big cities but is also spreading to different communities. As a result, many areas are preparing to welcome tourists and using tourism as a tool to develop the economy and quality of life. At the same time, the government is placing greater emphasis on community tourism. There have been national

campaigns to promote Thai cultural tourism, along with strategic plans to support sustainable development in local tourism. Therefore, the tourism industry is considered a hopeful industry that generates significant income for Thailand and is important for the country's economic development, which benefits the quality of life of its people. The growth of the tourism industry brings substantial benefits to the local population.

Keyword : Community tourism, sustainability, local communities

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นแหล่งสร้างรายได้ที่สำคัญให้กับประเทศไทย โดยในไตรมาสแรกของปี 2567 ประเทศไทยต้อนรับนักท่องเที่ยวถึง 9.37 ล้านคน ซึ่งเพิ่มขึ้นร้อยละ 43.54 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่กลับมาเยือนประเทศไทยคิดเป็นประมาณร้อยละ 86.82 ของจำนวนในช่วงเดียวกันของปี 2562 (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567)

โดยมีการฟื้นตัวที่ดีจากนักท่องเที่ยวหลายประเทศซึ่งในปัจจุบันมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายและได้รับความนิยม โดยเฉพาะการท่องเที่ยวที่เน้นการอนุรักษ์และการท่องเที่ยวชุมชนเพื่อความยั่งยืน กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, (2567) การท่องเที่ยวชุมชนเป็นแนวทางที่มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่น เป็นการนำเสนอ การใช้ชีวิตของคนในท้องถิ่น และทรัพยากรธรรมชาติของพื้นที่ให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสอย่างใกล้ชิด วัตถุประสงค์หลักของการท่องเที่ยวชุมชน คือ การสร้างอาชีพและรายได้ให้กับคนในชุมชน ส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม วิถีชีวิต อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การท่องเที่ยวชุมชนยังช่วยเสริมสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสนับสนุนการพัฒนาที่ยั่งยืนในระดับท้องถิ่น ช่วยให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้มากขึ้น โดยการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เป็นเอกลักษณ์ในพื้นที่ เช่น การทำอาหารพื้นเมือง การสาธิตการทำงานฝีมือ และการจัดกิจกรรมต่าง ๆ ที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่น ทั้งนี้ การรวมกันของคนในชุมชนกับการวางแผนและจัดการการท่องเที่ยวจะช่วยเพิ่มคุณค่าทางเศรษฐกิจและสังคมให้กับชุมชนอย่างยั่งยืนในระยะยาว สุดท้าย การสนับสนุนจากภาครัฐและองค์กรต่าง ๆ ในการส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชนจะเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้ชุมชนสามารถพัฒนาตนเองได้อย่างยั่งยืน โดยการจัดการอบรมและพัฒนาทักษะให้กับชุมชน รวมถึงการสร้างช่องทางการตลาดที่เข้าถึงนักท่องเที่ยวได้มากขึ้น จะส่งผลให้การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยมีศักยภาพในการเติบโตและขยายตัวต่อไปในอนาคต

ความหมายของการท่องเที่ยวชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community based Tourism) คือ รูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นความยั่งยืนในด้านสิ่งแวดล้อม สังคม และวัฒนธรรม โดยมีสมาชิกในชุมชนเป็นผู้กำหนดทิศทางการท่องเที่ยวและ

จัดการกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อประโยชน์สูงสุดของชุมชนเอง ชุมชนที่เป็นเจ้าของแหล่งท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการดูแลและบริหารจัดการเพื่อสร้างโอกาสในการเรียนรู้ให้กับผู้มาเยือน

ตามที่ สมภพ ยี่จ่อหอ, (2556) ได้กล่าวไว้ การท่องเที่ยวที่ดำเนินการโดยชุมชนยังคงได้รับความนิยมในพื้นที่ที่มีลักษณะเป็นชุมชน ซึ่งรูปแบบนี้มีบทบาทสำคัญในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น ผ่านการสร้างงานและการกระจายรายได้อย่างทั่วถึง

นอกจากนี้ การท่องเที่ยวชุมชนยังมีบทบาทในการส่งเสริมการอนุรักษ์วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียม และประเพณีที่สำคัญของท้องถิ่น เป็นโอกาสที่ดีในการสร้างความเข้าใจและการเรียนรู้ร่วมกันระหว่างชุมชนและนักท่องเที่ยว รวมถึงการดูแลรักษาทรัพยากรต่าง ๆ ของชุมชน ด้วยเหตุนี้ การท่องเที่ยวชุมชนจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาความยั่งยืนของชุมชน โดยได้รับความร่วมมือจากทุกฝ่ายในชุมชน เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาทางเศรษฐกิจ สังคม และพื้นที่ ส่งผลให้คุณภาพชีวิตของประชาชนในชุมชนดีขึ้นอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวชุมชนยั่งยืนเป็นการเดินทางท่องเที่ยวทางเลือกซึ่งมีวัตถุประสงค์ที่คล้ายกัน คือ การส่งเสริมให้คนในชุมชนเป็นเจ้าของกิจกรรมการท่องเที่ยว รวมถึงการจัดการและกำหนดแนวทางการท่องเที่ยวที่ตอบสนองต่อความต้องการของชุมชนอย่างแท้จริง ชุมชนต้องมีส่วนร่วมและเห็นถึงความสำคัญในการดูแลจัดการการท่องเที่ยว เพื่อให้รายได้จากการท่องเที่ยวสามารถนำไปพัฒนาคุณภาพชีวิตของสมาชิกในชุมชนให้ดีขึ้น ตามที่ พจนา สงวนศรี, (2556) ได้กล่าวไว้ การพัฒนาชุมชนไม่เพียงแต่จะสร้างประโยชน์ทางเศรษฐกิจ แต่ยังช่วยเสริมสร้างความมั่นคงให้กับชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนในประเทศไทยไม่เพียงแต่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมและการตัดสินใจของชุมชน แต่ยังช่วยสนับสนุนการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและวัฒนธรรมท้องถิ่น โดยให้ชุมชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของและสามารถรักษาทรัพยากรธรรมชาติและประเพณีของตนได้อย่างยั่งยืน พร้อมทั้งสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับความสำคัญของการดูแลสิ่งแวดล้อมในหมู่นักท่องเที่ยว ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืนในระยะยาว การท่องเที่ยวโดยชุมชนยังเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งที่มีลักษณะเป็นชุมชน และการท่องเที่ยวโดยชุมชนนี้จะทำให้เกิดการกระตุ้นเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างงานการกระจายรายได้ และเป็นการอนุรักษ์วัฒนธรรมขนบธรรมเนียม ประเพณีของชุมชนที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตน แหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของไทย ได้แก่ ชุมชนคีรีวง จังหวัดนครศรีธรรมราช ชุมชนบางกระบือ จังหวัดสมุทรปราการ ที่เป็นชุมชนเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในปัจจุบันได้ขยายขอบเขตไปอย่างกว้างขวางเนื่องจากเป็นการสร้างความสมดุลให้เกิดความยั่งยืนทำให้การท่องเที่ยวให้คงอยู่ยาวนาน การสร้างประโยชน์ด้านเศรษฐกิจ

และสังคม เพื่อรวมถึงการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม รวมถึงการเคารพและรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่น การท่องเที่ยวในลักษณะนี้มุ่งหวังที่จะสร้างความสมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับการดูแลรักษาทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมของพื้นที่ การปรับตัวของรูปแบบการท่องเที่ยวและกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับแนวโน้มการอนุรักษ์และฟื้นฟูธรรมชาตินั้น มีความสำคัญอย่างยิ่ง นักพัฒนาจึงได้ร่วมมือกันพิจารณารูปแบบใหม่ในการจัดการทรัพยากรอย่างยั่งยืน ผ่านความร่วมมือขององค์การท่องเที่ยวโลก แนวทางนี้มุ่งเน้นการบริการที่ตอบโจทย์การจัดการทรัพยากรในพื้นที่ เพื่อส่งเสริมการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนที่ครอบคลุมทุกด้าน

การท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนไม่เพียงแต่ช่วยสร้างรายได้ให้กับชุมชนและเศรษฐกิจท้องถิ่น แต่ยังเป็นการส่งเสริมชุมชน โดยการสร้างโอกาสในการทำงานและการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับการยกระดับการท่องเที่ยว นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและการเคารพในวัฒนธรรมท้องถิ่น การพัฒนาที่ยั่งยืนในภาคการท่องเที่ยวจึงต้องมีการวางแผนอย่างรอบคอบ โดยคำนึงถึงผลกระทบในระยะยาวต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม ซึ่งจะนำไปสู่การสร้างประสบการณ์ท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน ทั้งนี้ การสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับชุมชนท้องถิ่นก็เป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินไปได้อย่างยั่งยืนในอนาคต (พัทธมน รุ่งชวาลนนท์, 2565)

ความสำคัญของการท่องเที่ยวแบบยั่งยืน

การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสามารถนำมาเป็นกลยุทธ์สำคัญในการแก้ปัญหาและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศได้เนื่องจากการท่องเที่ยวสามารถเป็นกลไกในการเสริมสร้างชุมชนได้ ดังนี้

1. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสประสบการณ์แบบใหม่คือการเดินทางอย่างมีความรับผิดชอบ ส่งผลให้เกิดรายได้หมุนเวียนอย่างมาก ซึ่งเป็นวิธีที่มีคุณภาพในการแก้ไขปัญหาดุลการค้าระหว่างประเทศ
2. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนสร้างโอกาสในการจ้างงานและกระตุ้นกิจกรรมทางเศรษฐกิจมากมาย เช่น การให้บริการ การขนส่ง การประกันภัย บริษัทนำเที่ยว ร้านอาหาร โรงแรม และด้านการรักษาความปลอดภัย
3. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนช่วยพัฒนาแหล่งท่องเที่ยว โดยมีการปรับปรุงและดูแลให้สถานที่ต่าง ๆ สะอาดและสวยงาม เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาเยี่ยมชมมากขึ้น ซึ่งจะส่งผลดีต่อการสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่น
4. การท่องเที่ยวแบบยั่งยืนส่งเสริมอุตสาหกรรมต่อเนื่องในชุมชน เช่น การผลิตผลผลิตทางการเกษตร การขายอาหาร ของที่ระลึก การให้บริการที่พัก และการนำเที่ยว หมดนี้ช่วยสร้างรายได้ให้กับคนในท้องถิ่น การให้ความร่วมมือกันของคนในชุมชน ทำให้เกิดการกระจายผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจอย่างเป็นธรรมให้กับ

คนในท้องถิ่นส่งเสริมประสบการณ์ที่มีคุณค่ากับนักท่องเที่ยวที่มาเยือนเข้าใจและเรียนรู้สภาพเฉพาะของพื้นที่ ทรัพยากร วัฒนธรรมนิยม วัฒนธรรม วิถีชีวิตส่งเสริมการออกแบบที่เป็นกับสถาปัตยกรรมท้องถิ่นและใช้วัสดุ ในท้องถิ่นผสมผสานการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในแผนพัฒนาทั้งระดับท้องถิ่น ภูมิภาค และประเทศ

สรุปการท่องเที่ยวชุมชนสู่ความยั่งยืน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism) เน้นแนวคิดการท่องเที่ยวโดยคนในท้องถิ่น เพื่อคนในท้องถิ่น การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนส่งเสริมให้ชุมชนมีส่วนร่วมในกระบวนการตัดสินใจและได้รับ ประโยชน์โดยตรงจากการท่องเที่ยว ด้วยการมีความเป็นเจ้าของพื้นที่ ชุมชนจะมุ่งเน้นการหาสมดุลระหว่างการ เติบโตทางเศรษฐกิจและผลกระทบต่อสังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อมของตนเอง แม้ว่าการท่องเที่ยวชุมชน มักถูกเข้าใจผิดว่าเป็นการท่องเที่ยวเฉพาะในหมู่บ้านชนบท แต่ในความเป็นจริงแล้วรูปแบบนี้สามารถนำไปใช้ ได้อย่างหลากหลาย ไม่ว่าจะเป็นในเมืองใหญ่ ธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติมุ่งหมายหลักของการ ท่องเที่ยวชุมชน คือการเสริมสร้างศักยภาพชุมชนในการยกระดับคุณภาพชีวิตของคนในพื้นที่ การปรับตัวของ นักท่องเที่ยว นำมาทั้งความท้าทายและโอกาสสำหรับ การลดลงของนักท่องเที่ยวต่างชาติบีบให้ชุมชนต้องหัน ไปพึ่งตลาดนักท่องเที่ยวในประเทศ และพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลาย นอกจากนี้ แนวโน้มพฤติกรรม นักท่องเที่ยวใหม่ ๆ เช่น การท่องเที่ยวกลุ่มเล็ก ความนิยมสถานที่ไม่แออัด ธรรมชาติ และการพักผ่อนเชิง สุขภาพ ล้วนสอดคล้องกับคุณค่าของความยั่งยืนในชุมชน การท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืนช่วยเพิ่มโอกาสในการ จ้างงาน สร้างรายได้ให้กับคนในชุมชน และช่วยกระจายรายได้กิจกรรมทางเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นการทำโฮมส เตย์ อาหารที่มาจากชุมชนหรือแม้แต่ประโยชน์จากการใช้กองทุนชุมชนทำให้เกิดการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การตระหนักรู้ และเกิดการหวงแหนบ้านเกิด

ข้อเสนอแนะ

1. การรวมตัวกันของชุมชนท้องถิ่นส่งเสริมให้ชาวบ้านมีส่วนร่วมในกิจกรรมการท่องเที่ยวโดย การให้คำแนะนำและจัดการกิจกรรมต่างๆ ที่ให้คนในชุมชนรู้สึกถึงความเป็นเจ้าของและเห็นคุณค่าใน ทรัพยากรท้องถิ่น ทั้งยังช่วยเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสมดุลของชุมชนทำให้เกิดความยั่งยืน
2. ให้การฝึกอบรมให้แก่ชาวบ้านเพื่อพัฒนาทักษะในการสื่อสารและการให้บริการเช่น การต้อนรับ การแนะนำข้อมูลทางประวัติศาสตร์ เพื่อเพิ่มความเชี่ยวชาญ สร้างความมั่นใจให้แก่นักท่องเที่ยวรวมถึง ประสบการณ์แบบโต้ตอบจัดกิจกรรมเชิงปฏิบัติเช่นการทำอาหารหรือทำด้วยมือ
3. การทำกิจกรรมของชุมชนที่นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมได้ เช่น การเรียนทำอาหารท้องถิ่น การทำงานฝีมือ หรือกิจกรรมอื่นๆ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่มีความหมายและเชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น
4. การแก้ปัญหาอุปสรรคด้านภาษา เนื่องจากปัจจุบันมีนักท่องเที่ยวต่างชาติสนใจการท่องเที่ยว เรียนรู้วิถีชีวิตในชุมชน การฝึกอบรมทักษะทางด้านภาษาให้กับชาวบ้านจะช่วยในการสื่อสารกับนักท่องเที่ยว ต่างชาติ และเพิ่มความเข้าใจและปฏิสัมพันธ์ที่ดีระหว่างนักท่องเที่ยวกับชุมชน

5. การอบรมด้านความปลอดภัยของผู้นักท่องเที่ยวควรมีการฝึกอบรมแก่มัคคุเทศก์หรือเจ้าหน้าที่ท้องถิ่นในด้านการจัดการสถานการณ์ฉุกเฉิน เช่น การปฐมพยาบาล การรักษามาตรฐานด้านสุขภาพ เพื่อให้ นักท่องเที่ยวมั่นใจว่าหากไปเที่ยวกับชุมชนแล้วจะได้รับการดูแลอย่างดี

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานสถานะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. ในวนิดา พันธุ์สอ (บ.ก.), Tourism Economic (น. 8-24). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- พจนา สวนศรี. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่
- พัทธมน รุ่งชวลนนท์. (2565). การท่องเที่ยวโดยชุมชน : เสริมสร้างผู้นำท้องถิ่นเพื่อการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. <https://www.undp.org/thailand/blog/community-based-tourism-empowering-local-champions-sustainable-tourism-thailand>
- สมภพ ยี่จ่อหอ. (2556). คู่มือมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน. เชียงใหม่

บทความวิชาการ

ภูมิปัญญาชาวบ้านกับการท่องเที่ยวในเขตเมืองของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

FOLK WISDOM AND TOURISM IN URBAN AREAS OF SURAT THANI PROVINCE

ภัทธรันย์ จันท์เที่ยง

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130830@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

สังคมในยุคปัจจุบัน ชีวิตของผู้คนต้องแข่งขันกับการทำงาน การหาเวลาว่างเพื่อใช้ในการเดินทางท่องเที่ยวหรือแสวงหาความสุขเพื่อเติมเต็มความสุข นอกจากจะช่วยให้ผู้คนได้เปิดโลกทัศน์มากขึ้นแล้ว ยังช่วยปรับเปลี่ยนมุมมอง และทัศนคติในการใช้ชีวิตได้อีกด้วย ในประเทศไทยมีรูปแบบการท่องเที่ยวที่หลากหลายไม่ว่าจะเป็นการท่องเที่ยวทางธรรมชาติ การท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ รวมไปถึงการท่องเที่ยวเพื่อชมประเพณี วัฒนธรรม และวิถีชีวิตชุมชน ที่กล่าวมาทุกจังหวัดในประเทศไทยล้วนแต่มีเอกลักษณ์ และอัตลักษณ์ในแต่ละจังหวัด ซึ่งใช้เป็นจุดที่ดึงดูดความสนใจให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในจังหวัดของตน เพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจของจังหวัด ชุมชน และธุรกิจครัวเรือน ในส่วนของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ถือได้ว่าเป็นจังหวัดหนึ่งในภาคใต้ที่ยังคงเอกลักษณ์ดั้งเดิมเอาไว้ โดยเฉพาะในเขตพื้นที่ตัวเมืองของจังหวัด หากเทียบกับบางจังหวัดในประเทศไทย วัฒนธรรมหรือวิถีชีวิตดั้งเดิมได้ค่อย ๆ ถูกความเจริญกลืนหายไป แต่ทว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานียังคงรักษาเอกลักษณ์ให้ทั้งชาวบ้าน คนในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวได้พบเห็นอยู่เสมอ เมื่อเดินทางมาท่องเที่ยวยังที่แห่งนี้ วิถีชีวิตพื้นบ้านของชาวประมง และชาวเกษตรกรที่ผสมผสานเอาความเจริญทางด้านวัตถุเข้ามาช่วยให้วิถีชีวิตมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น แต่ยังคงความบริสุทธิ์ และความดั้งเดิมเอาไว้ไม่เลือนหายนี้ถือว่าเป็นข้อได้เปรียบที่จังหวัดสุราษฎร์ธานียังมีความโดดเด่น และดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาเยี่ยมชมเป็นจำนวนมากในแต่ละปี การท่องเที่ยวในเขตเมืองสุราษฎร์ธานี เป็นอีกหนึ่งเอกลักษณ์สะท้อนให้เห็นถึงภูมิปัญญาชาวบ้านที่ยังคงรักษาเอกลักษณ์ดั้งเดิมไว้ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบภูมิปัญญาของชาวประมงในการหาปลา และจับสัตว์น้ำเป็นอาชีพหลัก การใช้เรือหางยาว และเรือพายในการส่งเสริมเอกลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงวิถีชีวิต รวมไปถึงภูมิปัญญาด้านการทำอาหาร การทำขนม สะท้อนให้เห็นได้ว่าจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีเขตเมืองที่มีความเจริญด้านวัตถุ และเทคโนโลยีควบคู่ไปกับวิถีชีวิตและภูมิปัญญาที่ยังคงได้รับการอนุรักษ์เอาไว้เป็นอย่างดี

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, ภูมิปัญญา, เขตเมืองสุราษฎร์ธานี

Abstract

Society in today's era, people's lives are a competition with work and finding free time for travel or seeking happiness to fulfill their joy. Not only does this help broaden people's horizons, but it also helps change their perspectives and attitudes towards life. In Thailand, there are various forms of tourism. Whether it is nature tourism, historical tourism, or tourism to observe traditions, culture, and community lifestyles, every province in Thailand has its own unique characteristics and identities. These serve as attractions for both Thai and foreign tourists to visit their provinces, stimulating the economy of the province, community, and household businesses. In the case of Surat Thani Province, it is one of the southern provinces that still retains its traditional characteristics, especially in the urban areas. It can be considered one of the provinces in the South that still retains its original identity, especially in the urban area of the province. Compared to some provinces in Thailand, traditional culture or way of life has gradually been swallowed up by progress. However, Surat Thani province still preserves its unique identity, allowing both locals and tourists to experience it whenever they visit. The traditional lifestyles of fishermen and farmers, which incorporate material advancements to improve their living conditions, still retain their purity and originality. This is considered an advantage that Surat Thani province still stands out and attracts many tourists to visit. In large numbers each year, tourism in the Surat Thani city area is another unique characteristic that reflects The local wisdom that continues to preserve its original identity, whether it is the fishing techniques of the fishermen in Fishing and catching aquatic animals as the main occupation, using long-tail boats and rowing boats to promote tourism identity. In terms of lifestyle, including culinary wisdom and dessert-making, it reflects that Surat Thani Province has urban areas. Which has developed in terms of material wealth and technology alongside a lifestyle and wisdom that have been well-preserved.

Keywords: tourism, wisdom, urban area of Surat Thani Province

บทนำ

การท่องเที่ยว เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่เรียกได้ว่าสอดแทรกเข้าไปเป็นส่วนหนึ่งในชีวิตประจำวันของผู้คนไปแล้ว โลกที่เปลี่ยนแปลงไปทำให้ผู้คนหันมาเดินทางเพื่อเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ ให้กับตัวเองมากขึ้น การท่องเที่ยวตลาดในประเทศไทยเดือนมกราคม-มีนาคม 2567 มีการเติบโตเพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ผ่านมา โดยมีจำนวนผู้เยี่ยมชมเยือนชาวไทย 41.18 ล้านคน-ครั้ง เพิ่มขึ้นร้อยละ 10 และมีรายได้ทางการท่องเที่ยว 228,100 ล้านบาท เพิ่มขึ้นร้อยละ 8 เนื่องจากเป็นฤดูท่องเที่ยวและมีช่วงวันหยุดยาว

ต่อเนื่องอย่างวันส่งท้ายปีเก่าต้อนรับปีใหม่ ส่งผลให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยวหรือเดินทางกลับบ้าน รวมทั้งหลายพื้นที่ยังมีอากาศที่หนาวเย็นเหมาะกับการท่องเที่ยวพักผ่อน จึงเป็นแรงกระตุ้นให้คนไทยออกเดินทางท่องเที่ยว ผวนวกกับปัจจัยสนับสนุนจากภาครัฐและเอกชน (งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด, 2567)

ในช่วง 3 - 4 ปีที่ผ่านมาหลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 ที่ส่งผลกระทบต่อทั่วโลก ทำให้ผู้คนต้องหยุดการเดินทางไปช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งแน่นอนว่าอุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้รับผลกระทบเป็นลำดับต้น ๆ ผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวบางส่วนต้องปิดกิจการลงเนื่องจากไม่มีกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาใช้บริการ บางส่วนก็ยังคงให้บริการต่อไปแต่ก็ต้องมีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ ณ ตอนนั้น หลังจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค Covid-19 เริ่มคลี่คลายลง หลาย ๆ ประเทศได้เริ่มกลับมาเปิดประเทศเพื่อเร่งกระตุ้นให้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวได้กลับมาสร้างรายได้ให้กับประเทศของตนภายใต้รูปแบบการใช้ชีวิตใหม่ที่ชื่อว่า “New Normal” ส่วนของบริบท New Normal ด้านการท่องเที่ยว คือ ทิศทางการท่องเที่ยวแบบใหม่ที่เกิดจากผลกระทบของโควิด-19 ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมและทัศนคติที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยว และในเวลาเดียวกันแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติก็ได้มีเวลาฟื้นฟูสภาพกลับมา สวยงามอีกครั้ง เพราะที่ผ่านมาภาคอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวอาจไม่ได้คำนึงถึงธรรมชาติมากเท่าที่ควร จึงทำให้ปลุกกระแส “การท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบ” หรือ “Responsible Tourism” ให้กลับมาอีกครั้ง ทั้งนี้ ความหมายของการท่องเที่ยวอย่างรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม หมายถึง การทำให้สถานที่ที่นำอยู่ขึ้นทั้งเจ้าของบ้านและผู้มาเยือน โดยมุ่งเน้นไปที่ภาคที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยว คือ ผู้ประกอบการธุรกิจท่องเที่ยว หน่วยงานภาครัฐ ชุมชน ท้องถิ่น และนักท่องเที่ยว ที่ช่วยกันสร้างให้เกิดประโยชน์สูงสุดจากการท่องเที่ยวทั้ง 3 ด้าน คือ เศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม โดยให้มีผลกระทบน้อยที่สุด ให้ความสำคัญกับความเป็นท้องถิ่น มีการดำเนินการที่โปร่งใส เพื่อใช้การท่องเที่ยวนำไปสู่การพัฒนาอย่างยั่งยืน (ปรัชญากรณ์ ไชยคช, 2561)

ข้อมูลทั่วไปของจังหวัดสุราษฎร์ธานี

“เมืองร้อยเกาะ เงาะอร่อย หอยใหญ่ ไข่แดง แหล่งธรรมะ” เป็นคำขวัญประจำจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่คนส่วนใหญ่จะค่อนข้างคุ้นชิน เนื่องจากเป็นประโยคที่สั้น มีการเล่นคำสัมผัสที่จำได้ง่าย และมีความสละสลวยของคำ จังหวัดสุราษฎร์ธานี ใช้อักษรย่อว่า สฎ. เป็นจังหวัดที่ตั้งอยู่ทางภาคใต้ของประเทศไทย และจัดว่าเป็นจังหวัดที่อยู่ทางภาคใต้ฝั่งตะวันออกติดกับทะเลอ่าวไทย มีพื้นที่ใหญ่ที่สุดเป็นอันดับ 1 ของภาคใต้ และมีพื้นที่ใหญ่เป็นอันดับ 6 ของประเทศไทย แบ่งเขตการปกครองออกเป็น 19 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี อำเภอพนม อำเภอท่าชนะ อำเภอไชยา อำเภอบ้านนาสาร อำเภอพุนพิน อำเภอวิภาวดี อำเภอกีรีรัฐนิคม อำเภอดอนสัก อำเภอเวียงสระ อำเภอชัยบุรี อำเภอกาญจนดิษฐ์ อำเภอท่าฉาง อำเภอเคียนซา อำเภอบ้านนาเดิม อำเภอบ้านตาขุน อำเภอพระแสง อำเภอเกาะสมุย และอำเภอเกาะพะงัน ซึ่งในนี้มีจำนวน 2 อำเภอ ที่มีพื้นที่เป็นเกาะ ได้แก่ อำเภอเกาะสมุย และอำเภอเกาะพะงัน ซึ่งถือได้ว่าเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงมากแห่งหนึ่งของประเทศไทย และมีชื่อเสียงโด่งดังไปทั่วโลก ทำให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเป็นจำนวนมากตลอดทั้งปี จังหวัดสุราษฎร์ธานี มีลักษณะรูปร่างของแผนที่คล้ายกับ “ผีเสื้อที่กำลังกางปีกบินอยู่” นับเป็นจังหวัดที่มีประวัติศาสตร์มายาวนานตั้งแต่สมัยศรีวิชัย มี

หลักฐานทั้งประวัติศาสตร์และโบราณคดีเก่าแก่ มีแหล่งท่องเที่ยวทั้งทางธรรมชาติ ประวัติศาสตร์ ประเพณี วัฒนธรรม ชุมชนท่องเที่ยวรวมไปถึงมีอุทยานแห่งชาติหลายแห่ง จังหวัดสุราษฎร์ธานี เป็นที่ตั้งของเมืองเก่า เป็นศูนย์กลางของเมืองศรีวิชัย มีหลักฐานแสดงถึงการตั้งรกรากและเส้นทางสายไหมในอดีต พื้นที่อ่าวบ้านดอน เจริญขึ้นจนเป็นอาณาจักรศรีวิชัยในช่วงหลังพุทธศตวรรษที่ 13 โดยมีหลักฐานทางประวัติศาสตร์เป็นเครื่องยืนยันความรุ่งเรืองในอดีต ภายหลังจากยังเชื่อว่า เมื่ออาณาจักรตามพรลิงก์หรือเมืองนครศรีธรรมราชมีความรุ่งเรืองมากขึ้นนั้น เมืองไชยาก็คือหนึ่งในเมืองสิบสองนักษัตรของเมืองนครศรีธรรมราชด้วย ชื่อว่า "เมืองบันไทยสมอ" นอกจากนี้ในยุคใกล้เคียงกันนั้นยังพบความเจริญของเมืองที่เกิดขึ้นในบริเวณลุ่มแม่น้ำตาปี ได้แก่ เมืองเวียงสระ เมืองศรีรัฐนิคม และเมืองท่าทอง โดยเชื่อว่าเจ้าศรีธรรมมาโคก ผู้ครองเมืองนครศรีธรรมราชนั้นอพยพย้ายเมืองมาจากเมืองเวียงสระ เนื่องจากเป็นเมืองที่ไม่มีทางออกสู่ทะเล รวมทั้งเกิดโรคภัยระบาดและเมื่อเมืองนครศรีธรรมราชเจริญรุ่งเรืองขึ้น ได้ยกเมืองไชยา และเมืองท่าทอง เป็นเมืองสิบสองนักษัตรของตนด้วย ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระนั่งเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้ก่อตั้งเรือพระที่นั่งและเรือรบเพื่อใช้ในราชการที่อ่าวบ้านดอน ต่อมาในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ทรงให้ย้ายที่ตั้งเมืองท่าทองมายังอ่าวบ้านดอน (ซึ่งเป็นที่ตั้งของอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานีในปัจจุบัน) พร้อมทั้งยกฐานะให้เป็นเมืองจัตวา ขึ้นตรงต่อกรุงเทพมหานคร และพระราชทานชื่อว่า "เมืองกาญจนดิษฐ์" โดยแต่งตั้งให้พระยากาญจนดิษฐ์บดีเป็นเจ้าเมืองดูแลการปกครอง ในรัชสมัยพระบาทสมเด็จพระจุลจอมเกล้าเจ้าอยู่หัวโปรดเกล้าฯ ให้รวมเมืองกาญจนดิษฐ์ เมืองศรีรัฐนิคม และเมืองไชยาเป็นเมืองเดียวกัน เรียกว่า "เมืองไชยา" ภายใต้อำนาจกรมชลประทาน เมื่อเมืองขยายใหญ่ขึ้น จึงมีการปรับเปลี่ยนการปกครองและขยายเมืองออกไป มีการสร้างเมืองใหม่ขึ้นที่ อ่าวบ้านดอน ให้ชื่อเมืองใหม่ว่า อำเภอไชยา และให้ชื่อเมืองเก่าว่า "อำเภอพุมเรียง" แต่เนื่องด้วยประชาชนยังติดเรียกชื่อเมืองเก่าว่า "อำเภอไชยา" ด้วยเหตุนี้ พระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัว จึงพระราชทานนามเมืองใหม่ที่บ้านดอนว่า "สุราษฎร์ธานี" และให้ชื่อเมืองเก่าว่า "อำเภอไชยา" และพระราชทานนาม "แม่น้ำตาปี" ให้ในคราวเดียวกันนั่นเอง ซึ่งเป็นการตั้งชื่อตามแบบเมืองและแม่น้ำในประเทศอินเดียที่มีแม่น้ำตาปีไหลลงสู่ทะเลออกผ่านปากอ่าวที่เมือง สุราษฎร์ (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2564)

ภูมิปัญญาชาวบ้านสองฝั่งคลอง

สิ่งหนึ่งที่ทำให้จังหวัดสุราษฎร์ธานียังคงมีเอกลักษณ์ที่โดดเด่น และน่าสนใจอยู่เสมอ นั่นก็คือ วิถีชีวิตของชาวบ้านสองฝั่งคลอง จังหวัดสุราษฎร์ธานีมีแม่น้ำสายหลักไหลผ่าน และหล่อเลี้ยงชาวบ้านมาตั้งแต่อดีตคือ แม่น้ำตาปี ซึ่งถือได้ว่าเป็นแม่น้ำที่มีความสำคัญของภาคใต้ แม่น้ำตาปี เดิมเรียกแม่น้ำหลวง มีต้นน้ำเกิดจากเขาหลวง ในอำเภอฉวาง จังหวัดนครศรีธรรมราช ไหลผ่านอำเภอฉวาง อำเภอทุ่งใหญ่ จังหวัดนครศรีธรรมราชแล้วไหลผ่านอำเภอบ้านนาสาร อำเภอเวียงสระ อำเภอพระแสง อำเภอพุนพิน และอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ออกทะเลที่อ่าวบ้านดอน มีความยาวประมาณ 232 กิโลเมตร มีคลองสาขาที่สำคัญ 6 สาย คือ

1. คลองสินปุน ต้นน้ำอยู่ที่จังหวัดกระบี่ ไหลรวมกับแม่น้ำตาปีทางฝั่งซ้ายในตำบลสินปุน อำเภอพระแสง
2. คลองอิปัน ต้นน้ำมาจากอำเภอทับปุด จังหวัดพังงา ไหลมารวมกับแม่น้ำตาปีทางฝั่งซ้ายใกล้บ้านย่านดินแดง ที่ตั้งที่ว่าการอำเภอพระแสง

3. คลองพุนพิน แยกจากฝั่งซ้ายแม่น้ำตาปี ใกล้สะพานจุลจอมเกล้า ตำบลท่าข้าม อำเภอพุนพิน ใ
ออกบ้านดอน

4. คลองท่ากูป ต้นน้ำมาจากบึงขุนทะเล ในตำบลขุนทะเล อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ไหลมารวมกับแม่น้ำตาปีทางฝั่งขวา

5. คลองมะขามเตี้ย ต้นน้ำมาจากบึงขุนทะเล ไหลมารวมกับแม่น้ำตาปีทางฝั่งขวา

6. คลองขวาง แยกจากฝั่งซ้ายตรงข้ามหน้าตลาดบ้านดอน อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี ไปบรรจบ คลองพุนพิน ที่ตำบลบางไทร อำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี

ในช่วงที่แม่น้ำตาปีแยกออกไปเป็นคลองสายต่าง ๆ ในเขตตัวเมืองของจังหวัดสุราษฎร์ธานีนั้น สะท้อนให้เห็นถึงความเจริญของบ้านเมืองที่ยังคงวิถีชีวิตดั้งเดิมอยู่ไม่เปลี่ยนแปลง นับว่าเป็นการผสมผสานเอารูปแบบวิถีชีวิต 2 ยุคสมัย ได้แก่ สมัยดั้งเดิม กับสมัยปัจจุบัน ได้เข้ากันอย่างน่าอัศจรรย์ใจ ในช่วงเช้า ชาวบ้านริมสองฝั่งคลองจะใช้เรือหางยาวออกไปทำงานหรือออกไปประกอบอาชีพหาเลี้ยงตนเอง และครอบครัว บางคนขับเรือออกไปขายของ บางคนขับเรือออกสู่ทะเลใหญ่เพื่อไปทำประมง จับสัตว์น้ำ กุ้ง หอย ปู ปลา เพื่อนำมาประกอบเป็นอาหารสำหรับบริโภคในแต่ละวัน บางครอบครัวนำสัตว์น้ำที่จับได้ออกมาวางขายยังตลาดในเขตตัวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่มีทั้งตลาดเช้า และตลาดในตอนกลางวัน ซึ่งตลาดที่อยู่ในเขตตัวจังหวัดสุราษฎร์ธานีมีมากมายหลายแห่งให้นักท่องเที่ยวหรือผู้คนที่ในพื้นที่ได้เลือกใช้บริการ อาทิเช่น ตลาดกอบกาญจน์นฤมิตร หรือที่ชาวบ้านในพื้นที่จะเรียกกันติดปากว่า ตลาดแม่ครู เป็นตลาดยามเช้าที่มีผู้คนมาซื้อของเยอะมาก ตั้งอยู่ริมแม่น้ำตาปี แม่น้ำสายโลหิตที่หล่อเลี้ยงชาวจังหวัดสุราษฎร์ธานี ที่นี้ชาวบ้านส่วนใหญ่จะนำอาหารทะเล เช่น กุ้ง หมึก และปู มาวางขายกันเต็มพื้นที่ ซึ่งอาหารทะเลของที่ตลาดแม่ครูแห่งนี้มีราคาที่ถูกเพราะไม่ได้ผ่านพ่อค้าคนกลาง ชาวบ้านออกไปจับเอง และทำมาขายกันเองทำให้มีราคาที่ถูก นอกจากอาหารทะเลแล้วยังมีจุดเด่นอีกหนึ่งอย่างของที่นี่ ได้แก่ ร้านกาแฟโบราณที่ไม่ได้โบราณแค่รสชาติ แต่ยังโบราณไปถึงแม้กระทั่งร้านค้า เนื่องจากบริเวณนี้เป็นย่านเมืองเก่าของจังหวัดสุราษฎร์ธานี ทำให้ตัวอาคารบ้านเรือนยังคงเป็นสถาปัตยกรรมแบบเก่าแก่ดั้งเดิมตั้งแต่สมัย 100 กว่าปีที่แล้ว คนขายส่วนใหญ่ก็จะเป็นผู้สูงอายุ บางร้านก็ตกทอดมาถึงลูกหลานที่รับหน้าที่สืบทอดธุรกิจกันต่อ ๆ มา กาแฟที่นี่รสชาติไม่เหมือนกับกาแฟตามร้านกาแฟชั้นนำหรือตามคาเฟ่ที่มีชื่อเสียง แต่เป็นกาแฟโบราณที่ทำให้ผู้คนที่มาซื้อต่างก็ได้ย้อนเวลาไปถึงเรื่องราวในสมัยอดีต หากว่าใครมาใช้บริการและนั่งรับประทานที่ร้านพร้อมกับปาตองโก หรือขนมโบราณอื่น ๆ ถ้าได้ลองถามคุณตา คุณยาย หรือผู้สูงอายุแถวนี้เกี่ยวกับวิถีชีวิตของคนที่นี่ในอดีตแล้ว ผู้คนที่พร้อมที่จะบอกเล่าเรื่องราวให้ได้รับฟังกันได้อย่างเต็มอรรถรส ราวกับว่าสะกดให้เราได้กลับไปอยู่ในยุคนั้นจริง ๆ

ในบาง “วิถีชีวิตคลองร้อยสาย”

ออกนอกเขตตัวเมืองสุราษฎร์ธานีไปไม่ไกลแต่ยังอยู่เขตของอำเภอเมืองสุราษฎร์ธานี เป็นพื้นที่ที่ชาวบ้านหรือคนในท้องถิ่นของจังหวัดสุราษฎร์ธานีเรียกว่า “ในบาง” ภูมิศาสตร์ของที่นี่จะใช้แม่น้ำตาปีเป็นเส้นแบ่งเขตแดนทางธรรมชาติระหว่างพื้นที่ในบาง ซึ่งเป็นพื้นที่ชุ่มน้ำกับ “บ้านดอน” ที่เป็นพื้นที่บนฝั่งในเขตเมืองและย่านเมืองเก่าของจังหวัดสุราษฎร์ธานี กิจกรรมการท่องเที่ยวของในบาง เป็นกิจกรรมที่เกิดจากวิถีชีวิต และการนำเอาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ในพื้นที่มาเป็นจุดเด่นซึ่งสามารถดึงดูดให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทย และ

ชาวต่างชาติเข้ามาเที่ยวยังพื้นที่แห่งนี้ ในบางมีชุมชนท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงอันดับต้น ๆ ของประเทศไทย คือ “ชุมชนท่องเที่ยวบางไผ่” บางไผ่เป็นชื่อของตำบล เป็นหนึ่งในชุมชนที่ตั้งอยู่ในพื้นที่คลองร้อยสายของจังหวัดสุราษฎร์ธานี เหตุที่เรียกว่า คลองร้อยสาย นั้นเพราะมีคลองเล็กคลองน้อยนับร้อย ๆ สายเชื่อมต่อถึงกัน และท้ายที่สุดแล้วก็ไหลลงสู่ทะเลที่ชาวบ้านเรียกว่า อ่าวบ้านดอน ชุมชนบางไผ่ เป็นตำบลที่เต็มไปด้วยไผ่ สมกับชื่อชุมชน ด้วยไผ่จากและพีชน้ำจำนวนมากขึ้นหนาแน่นตลอดสองฝั่งคลอง รวมถึงต้นมะพร้าวสูงใหญ่ ทั้งหมดล้วนสร้างรายได้ให้กับชาวบ้านที่นี่ ไม่ว่าจะทำสวนมะพร้าว หรือทำประมงชายฝั่ง อีกทั้งความสมบูรณ์ของทรัพยากรที่มีอยู่หลากหลาย ทำให้ชาวชุมชนได้ใช้ประโยชน์อย่างเต็มที่ วิถีชีวิตของชาวชุมชนที่นี่จึงผูกพันกับสายน้ำ และธรรมชาติอย่างไม่อาจแยกออกจากกัน จึงเป็นเสน่ห์ที่โดดเด่นสำหรับผู้มาเยือน (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2566)

ชุมชนบางไผ่ เป็นชุมชนท่องเที่ยวที่ผสมผสานทั้งวิถีชีวิตและธรรมชาติได้อย่างกลมกลืนที่ชุมชนบางไผ่แห่งนี้มีต้นตอที่ขึ้นเองตามธรรมชาติอย่างหนาแน่น เพราะต้นจากสามารถเติบโตได้ดีในสภาพอากาศของบริเวณพื้นที่แห่งนี้ และในบริเวณที่เป็นปากแม่น้ำ ต้นจากจะพบมากในจังหวัดสุราษฎร์ธานี ในส่วนของประโยชน์ก็มีมากมาย ทั้งการกันคลื่นที่แรงของน้ำ ช่วยให้คลื่นน้ำเบาลง และยังสามารถนำมาแปรรูปเป็นผลิตภัณฑ์อื่น ๆ ได้ต้นจากถือว่าเป็นสิ่งที่อยู่คู่กับวิถีชีวิตของชาวบ้านในชุมชนบางไผ่มาตั้งแต่สมัยอดีต ที่นี่นักท่องเที่ยวจะได้ลิ้มรสชาติความหอมหวานของขนมจาก ซึ่งเป็นขนมไทยโบราณ โดยชาวบ้านจะใช้ส่วนผสมของแป้ง น้ำตาลและมะพร้าวขูดผสมเข้าด้วยกัน ห่อด้วยใบจากที่หาได้ทั่วไปในชุมชนแห่งนี้ แล้วนำไปย่างบนเตา เมื่อสุกแล้วจะมีกลิ่นหอมตามธรรมชาติของใบจาก รับประทานร้อน ๆ กับบรรยากาศที่ถูกล้อมรอบด้วยสวนต้นจาก เป็นอีกหนึ่งภาพความทรงจำที่ดีมาก ๆ เมื่อได้มาเยือน ณ ชุมชนบางไผ่แห่งนี้

ตลาดน้ำประชารัฐบางไผ่

ในวันอาทิตย์ในพื้นที่ และนักท่องเที่ยวจะนิยมเดินทางมาเที่ยวยังชุมชนบางไผ่ เพราะที่นี่มีตลาดชุมชนในวันอาทิตย์ที่ชื่อว่า “ตลาดน้ำประชารัฐบางไผ่” สะท้อนวิถีชีวิตของคนในชุมชนได้อย่างดีเยี่ยม ที่ตลาดแห่งนี้มีการนำสินค้าแปรรูปงานหัตถกรรม และอาหารพื้นบ้านมากมายมาวางขายท่ามกลางบรรยากาศที่ถูกโอบรอบด้วยธรรมชาติ ต้นจาก และลำคลองหลายสาย ร้านค้ามีมากมายกว่า 50 ร้าน ซึ่งแต่ละร้านก็จะมีความโดดเด่นที่แตกต่างกันออกไปโดยเฉพาะในเรื่องของอาหารการกิน นักท่องเที่ยวสามารถเลือกซื้อของฝากของที่ระลึกหรือเดินเที่ยวชิมอาหารพื้นบ้านของที่นี่ได้ นอกจากนี้นักท่องเที่ยวคนไหนที่สนใจการนั่งเรือชมทัศนียภาพริมสองฝั่งของคลองร้อยสายก็สามารถเลือกใช้บริการได้เช่นกัน โดยชาวบ้านจะรวมกลุ่มกันอย่างเข้มแข็งในการทำเรือกิจกรรมท่องเที่ยว ซึ่งจะนำนักท่องเที่ยวชมวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของชาวบ้าน และบางจุดที่เป็นจุดไฮไลต์ก็จะมีเรือแจวที่พายได้ถ่ายรูป โดยเฉพาะอุโมงค์ต้นจาก ที่ต้นจากได้แก่กิ่งก้าน และโน้มเข้าหากันจนกลายเป็นอุโมงค์ธรรมชาติ ในระหว่างที่กำลังล่องเรือ สองฝั่งของลำคลองนักท่องเที่ยวจะเห็นต้นจากที่ขึ้นอยู่ริมคลองอย่างหนาแน่น ต้นจากทุกต้นของที่นี่คนในชุมชนสามารถนำไปใช้ประโยชน์ได้ทั้งหมดตั้งแต่ การนำใบเอามาทำหลังคา ทำฝาบ้าน ข้าวของเครื่องใช้ นำลูกจากนำมาทำขนม งวงจากเอามาทำน้ำตาลเหมือนน้ำตาลจากมะพร้าว ใบอ่อนเอามาห่อขนมจาก หรือแม้กระทั่งมวนบุหรี่ยังเอายอดจากเอามาตากแดดเพื่อใช้

ทำได้อีกด้วย ผลผลิตจากต้นจากจึงถือได้ว่าเป็นภูมิปัญญาที่สืบทอดกันมายาวนานของชาวบ้านที่นี้ตั้งแต่อดีตส่งต่อถึงปัจจุบัน โดยราคาในการนั่งเรือเพียง 20 บาทต่อคนเท่านั้น

บทสรุป

แม้ว่าโลกในยุคปัจจุบัน ความเจริญได้เข้ามาถึงแทบจะทุกพื้นที่ในเขตตัวเมืองของจังหวัดต่าง ๆ ในประเทศไทย แต่ทว่าในส่วนของจังหวัดสุราษฎร์ธานียังคงไว้ซึ่งเอกลักษณ์และความดั้งเดิมของวิถีชีวิตที่ยังบริสุทธิ์ ชาวบ้าน และคนในท้องถิ่นต่างยอมรับ และใช้ความเจริญเข้ามาช่วยในการประกอบอาชีพ และดำรงชีวิต แต่ยังคงหวงแหนซึ่งวิถีชีวิตที่ยังคงเอกลักษณ์เอาไว้ตั้งแต่บรรพบุรุษส่งต่อถึงลูกหลาน เทคโนโลยีที่เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของผู้คนมากขึ้น ทำให้รูปแบบการดำเนินชีวิต ความคิด และทัศนคติของผู้คนเปลี่ยนไป วิถีชีวิตแบบดั้งเดิมที่เคยได้พบเห็นในอดีตก็เช่นกัน ในปัจจุบันนี้บางอย่างค่อยๆ ถูกเลือนหายไปจากท้องถิ่นบางอย่างกำลังจะเลือนหายในอนาคต หากทั้งนี้เราสามารถให้ความเจริญนำพาวิถีชีวิตดั้งเดิมไปสู่ความเจริญที่ควบคู่กันไปโดยไม่ให้สิ่งใดสิ่งหนึ่งมีบทบาทมากกว่ากัน นั่นอาจจะทำให้บ้านเมืองนั้นหรือจังหวัดนั้นมีอัตลักษณ์ที่โดดเด่น ดึงดูดให้ผู้คนสนใจ และตัดสินใจเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในอนาคต ทำได้ดีเพียงอยากให้หลาย ๆ จังหวัดคงไว้ซึ่งวิถีชีวิตดั้งเดิม ให้เจริญเพียงแค่วัตถุหาได้ใช้จิตใจของผู้คน

บรรณานุกรม

- งานวิเคราะห์ตลาดในประเทศ กองกลยุทธ์การตลาด, (2567). สถานการณ์ท่องเที่ยวตลาดในประเทศ เดือน มกราคม-มีนาคม 2567. สืบค้น 8 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.mots.go.th/download/ImplementationOfThePolicy>
- ปรัชญากรรณ์ ไชยคช. (2561). การศึกษาองค์ประกอบสินค้าทางการท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวโดยชุมชนใน 5 จังหวัด ชายแดนภาคใต้ (สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส). สืบค้น 8 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://dric.nrct.go.th/Search/SearchDetail/299581>
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2564). บรรยายสรุปจังหวัดสุราษฎร์ธานี. สืบค้น 10 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://suratthani.moc.go.th/th/content/category/detail/id/17/iid/1055>
- สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี. (2566). แหล่งท่องเที่ยวในคลองร้อยสาย สืบค้น 11 พฤศจิกายน 2567, จาก ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคลองร้อยสาย.com

บทความวิชาการ

การให้บริการที่แตกต่างกันของลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย
The Differences in Services Provision between Private and National Park Campsites in Thailand

ศรีประภา ศิริมหา

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 66230049@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

จากสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่านมาซึ่งครอบคลุมระยะเวลาหลายปี ผู้คนต่างต้องการอิสระหลังจากถูกกักตัวมาเป็นระยะเวลายาวนาน ผู้คนที่เฝ้าหาการเดินทางและอยากสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น การท่องเที่ยวที่มุ่งหวังการหลบหลีกสถานที่แออัดเป็นทางเลือกใหม่สำหรับนักท่องเที่ยวจนทำให้ธุรกิจลานกางเต็นท์เอกชนได้รับการเลือกท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ประเทศไทยมีธุรกิจลานกางเต็นท์เกิดใหม่ขึ้นมาหลายในหลายจังหวัดทั้งในส่วนของรัฐบาลและเอกชน จึงทำให้เกิดความต้องการและปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่เป็นองค์ประกอบรวมถึงส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มาเลือกใช้บริการกางเต็นท์แตกต่างกันออกไปจากการให้บริการที่แตกต่างกัน โดยบทความนี้ได้ศึกษาการให้บริการที่แตกต่างกันของลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย จากข้อมูลทุติยภูมิ ผลการศึกษาพบว่าการให้บริการที่แตกต่างกันซึ่งเกิดจากปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการของนักท่องเที่ยว อันได้แก่ พื้นที่กว้างขวาง สิ่งอำนวยความสะดวก และระบบสาธารณูปโภค

คำสำคัญ : การให้บริการ, ลานกางเต็นท์เอกชน, ลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติ

Abstract

From the long existence of Covid-19 situation, people need to be free after being quarantined for a long time. Travelling and experiencing are needed by tourists to get closed to the nature. Tourism that aims to avoid crowded places is a new option for tourists causing private campsite businesses to be chosen to travel more clearly. Thailand has many new campsite businesses in many provinces including official and private businesses. Therefore, there are many needs and factors affecting the decision to select campsite differently from different services. By studying the different services provision of private campsites and national park campsites in Thailand by secondary data, the study found that there are

different services from various factors affecting tourists' decisions such as wide space, facilities and utilities.

Keywords : Services provision, Private campsites, National park campsites

บทนำ

การตั้งแคมป์ เริ่มขึ้นจากการทำสงครามของทหารที่ต้องใช้เวลานานในการทำสงครามแต่ละครั้ง นอกเหนือจากการทำสงครามแล้วคนที่ออกไปตั้งแคมป์จะเป็นคนที่ต้องเดินทางไปค้าขาย ไปแสวงบุญ และการออกล่าสัตว์ จุดเริ่มต้นของการออกไปตั้งแคมป์เพื่อการท่องเที่ยวพักผ่อน เกิดขึ้นเมื่อศตวรรษที่ 19 ในประเทศตะวันตก ประเทศไทยรับการตั้งแคมป์ภายหลังจากปี พ.ศ. 2523 แต่ช่วงที่เริ่มเป็นกระแสนิยมมากผู้คนออกมาตั้งแคมป์กันอย่างแน่นหนาในเขตพื้นที่อุทยานแห่งชาตินั้น เริ่มขึ้นเมื่อปี พ.ศ. 2535 จนเมื่อปลายปีพ.ศ. 2562 เกิดโรคระบาด Covid-19 ทุกประเทศทั่วโลกห้ามประชากรออกนอกประเทศ แม้กระทั่งในประเทศไทยรัฐบาลยังมีประกาศห้ามข้ามจังหวัดและประกาศห้ามบุคคลใดทั่วประเทศออกนอกเคหสถาน (เคอร์ฟิว) ระหว่างเวลา 22.00-04.00 น. โดยห้ามไม่ให้มีการรวมตัวกัน เพื่อควบคุมสถานการณ์การแพร่ระบาด ในสถานการณ์นี้ จึงทำให้การท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ กลับมาเป็นที่นิยมทั่วทั้งโลกมากกว่าในอดีตที่ผ่านมา

จากสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่านมาซึ่งครอบคลุมระยะเวลาหลายปี ผู้คนต่างต้องการอิสระหลังจากถูกกักตัวมาเป็นระยะเวลายาวนาน จึงทำให้พบว่า เกิดการกระตุ้น ผู้คนที่โหยหาการเดินทางและอยากสัมผัสธรรมชาติมากขึ้น โดยผลการวิจัยเกี่ยวกับด้านสุขภาพที่ผ่านมายังสนับสนุนว่าการเดินทางเพื่อสัมผัสกับธรรมชาติ และพื้นที่สีเขียวอย่างน้อย 2 ชั่วโมงต่อสัปดาห์นั้นมีความสำคัญต่อร่างกายและสุขภาพอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้กระแสการเดินทางท่องเที่ยวแบบแคมป์เกิดขึ้นกลายเป็นอีกเทรนด์ท่องเที่ยวในยุค Covid-19 ซึ่งเป็นทางเลือกใหม่สำหรับการท่องเที่ยวที่มุ่งหวังการหลบหลีกสถานที่แออัด จนทำให้ธุรกิจลานกางเต็นท์เอกชนได้รับการเลือกท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ปัจจุบันการท่องเที่ยวในรูปแบบการกางเต็นท์ (Camping) ถือเป็นรูปแบบของการเดินทางสำหรับทุกคน และยังเป็นกิจกรรมที่สามารถเข้าร่วมได้ทั้งครอบครัว ทุกเพศทุกวัย ตั้งแต่เด็กเล็ก ๆ ที่มากับครอบครัว ไปจนถึงผู้สูงอายุ ในปัจจุบันการกางเต็นท์ (Camping) เป็นที่ได้รับความนิยมมากขึ้น ตอบโจทย์ทั้งราคาที่ไม่สูงเกินไปและต้องการได้สัมผัสใกล้ชิดธรรมชาติ สูดอากาศบริสุทธิ์ที่เลือกลานกางเต็นท์ได้หลากหลายแห่ง ซึ่งในประเทศไทยมีธุรกิจลานกางเต็นท์เกิดใหม่ขึ้นมากมายในหลายจังหวัดทั้งในส่วนของรัฐและเอกชน ในขณะเดียวกันการเลือกพื้นที่กางเต็นท์นั้นไม่จำเป็นต้องเป็นจังหวัดที่เป็นพื้นที่สูงหรือชายทะเลเท่านั้น แม้ในฤดูร้อนและฤดูฝน ก็ยังคงท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์จากการเลือกใช้บริการโดยนักท่องเที่ยวด้วยความสมัครใจ ทั้งนี้จึงทำให้เกิดความต้องการและปัจจัยหลาย ๆ อย่างที่เป็นองค์ประกอบ รวมถึงส่งผลต่อการตัดสินใจของผู้มาเลือกใช้บริการกางเต็นท์ (Camping) ที่แตกต่างกันออกไป ทั้งในส่วนของเหตุจูงใจของผู้บริโภค เช่น การบริการ ความปลอดภัย ความสะอาด และความสะอาดสบายของสถานที่บริการ

กางเต็นท์ (Camping) ทั้งนี้ลานกางเต็นท์ที่ให้บริการก็จะมีแตกต่างกันอย่างเห็นได้ชัด ระหว่างลานกางเต็นท์อุทยานแห่งชาติ กับ ลานกางเต็นท์เอกชน ในประเทศไทย

ลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย

การท่องเที่ยวจัดเป็นการดำเนินธุรกิจรูปแบบหนึ่งที่ต้องพึ่งพาทรัพยากรธรรมชาติที่มีอยู่ภายในประเทศที่มีหลากหลายด้าน เช่น ท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ทางโบราณคดีต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ รวมทั้งประเพณีวัฒนธรรม และท่องเที่ยวที่เป็นความคิดสร้างสรรค์ทางศิลปะ วัฒนธรรม ประเพณี และกิจกรรมต่าง ๆ ที่ปะปนอยู่ในวิถีการดำรงชีวิตของประชาชนในแต่ละพื้นที่ ซึ่งบ่งชี้ลักษณะเฉพาะรวมทั้งพัฒนาการของประเทศ สิ่งเหล่านั้นนับเป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเลือกมาท่องเที่ยวจนเกิดความประทับใจ ในขณะที่เดียวกันการเจริญเติบโต และการขยายตัวขึ้นอย่างรวดเร็วของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวนี้อาจมีผลต่อการรองรับนักท่องเที่ยวที่มากขึ้นตามมา (ชวลิต อภิสิทธิ์ตระกูล และต่อลาภ คำโย, 2565) เช่น การตอบรับที่ดีหรือความต้องการเข้าหาธรรมชาติ อย่างการกางเต็นท์ ที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายหลังจากการสถานการณ์ Covid-19 ที่ผ่านมามีความเนืองแน่นมากเกินไปของผู้คนที่มาใช้บริการ ทั้งในลานกางเต็นท์อุทยานแห่งชาติ และลานกางเต็นท์เอกชน ต่างมีการปรับตัวการจัดการที่เกี่ยวข้องและพัฒนาเรื่องพื้นที่กางเต็นท์และสิ่งอำนวยความสะดวกรวมถึงตามความต้องการของผู้มาใช้บริการโดยเฉพาะลานกางเต็นท์อุทยานแห่งชาติ และลานกางเต็นท์เอกชนนั้นมีความแตกต่างกันในการให้บริการ ทั้งเรื่องความปลอดภัย การคมนาคม ความสะอาด เป็นต้น กิจกรรมนันทนาการในพื้นที่ธรรมชาติโดยเฉพาะอุทยานแห่งชาติเป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวจำนวนมากนิยมทำมาโดยตลอด

อย่างไรก็ตามการเลือกใช้บริการลานกางเต็นท์อุทยานแห่งชาติปัจจุบันนี้มีทั้งข้อดีและข้อเสียที่ไม่เหมือนกันเมื่อเทียบกับลานกางเต็นท์เอกชน เช่น ระยะทางของพื้นที่ที่ค่อนข้างไกลและมีระดับความเอียงของทางเดิน ด้วยบางพื้นที่ของอุทยานเมื่ออยากเข้าไปชมวิทิวทัศน์ที่โดดเด่นสวยงามนั้น จำเป็นต้องมีการเดินเท้าเข้าไปเท่านั้น นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำเลในการกางเต็นท์ตามสะดวก จึงทำให้เกิดความไม่เรียบร้อย และเกิดการทำลายและยึดพื้นที่ป่าสงวนบางแห่ง อีกทั้งข้อจำกัดในการรับรองปริมาณของผู้เข้าพักที่เข้ามาดำเนินกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่อนุญาตให้ประกอบอาหารได้ แต่การจัดการยังไม่ได้มีการวางระบบที่ดี การขาดระบบการจัดการขยะ ซึ่งระบบนี้เวทอาจได้รับผลกระทบจากการจัดการที่ไม่ดี นักท่องเที่ยวต้องแบกและเตรียมสัมภาระในการยังชีพไปเอง สิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ มีการพัฒนาอย่างไม่เพียงพอ ระบบสาธารณูปโภค เช่น ห้องน้ำ-ห้องสุขาที่ให้บริการยังไม่สะอาด ลานจอดรถมีปริมาณไม่พอกับจำนวนผู้ใช้บริการ และลานกางเต็นท์อุทยานแห่งชาติมีกฎระเบียบที่ค่อนข้างมาก ซึ่งเป็นสิ่งที่ผู้ใช้บริการตัดสินใจเลือกใช้บริการจำนวนของเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ การให้บริการไม่มีความเป็นกันเองเหมือนลานกางเต็นท์เอกชน ขาดพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ขาดการวางแผนที่ดี และในบางอุทยานแห่งชาติยังมีการจัดลานกางเต็นท์อย่างไม่เป็นระบบ แต่หากกล่าวถึงด้านดีของลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติที่มีความชัดเจน คือ วิทิวทัศน์ของธรรมชาติที่สวยงามซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถเข้าถึงความสวยงามของธรรมชาติ ทั้งต้นไม้ ป่าไม้

ภูเขา หมอก ทะเล ชายหาด สวนดอกไม้สวย ๆ น้ำตก บรรยากาศที่ตื่นตาและประทับใจได้มากกว่า มีการจำกัดเวลาในการใช้เสียงภายในเวลาที่กำหนด และมีความปลอดภัยเนื่องด้วยมีเจ้าหน้าที่คอยสังเกตการณ์ตลอดทั้งคืนที่พักแรมอีกด้วย (ทิพย์รุ่ง และสโรชินี, 2566)

ในขณะที่ลานกางเต็นท์ของเอกชน คำนึงถึงคุณภาพการบริการ ซึ่งถือเป็นเรื่องสำคัญมากของธุรกิจลานกางเต็นท์ เพราะในปัจจุบันที่มีลานกางเต็นท์ใหม่ ๆ เพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมาก จึงต้องสร้างความแตกต่างจากธุรกิจลานกางเต็นท์อื่น ๆ ให้เกิดการพึงพอใจ บอกต่อ และกลับมาใช้บริการซ้ำ (ณัฐรา กะการดี, 2567) และมีหลายปัจจัยที่ทำให้ผู้ใช้บริการกลับมาใช้บริการลานกางเต็นท์เอกชนซ้ำ เช่น บริเวณจอดรถยนต์มีปริมาณที่รองรับผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ มีการจัดการจุดทิ้งขยะอย่างชัดเจนหรือเป็นการนำขยะออกไปทิ้งด้านนอก บริเวณลานกางเต็นท์ (ปริยานุช เมฆฉาย และกุลภา โสรรัตน์, 2566) สาธารณูปโภคห้องอาบน้ำมีบริการเครื่องทำน้ำอุ่นและมีการแยกชาย-หญิงอย่างชัดเจน ห้องสุขาสะอาด ปลั๊กไฟ สัญญาณโทรศัพท์ ไว-ไฟ (Wi-fi) จุดเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต (Internet) มีบริการอาหารและเครื่องดื่ม มีเต็นท์สำเร็จรูปและอุปกรณ์ต่าง ๆ ให้เช่าพร้อมกางเต็นท์ให้ เรียบร้อยด้วย เพื่อความสะดวกสบายของผู้ใช้บริการสำหรับผู้ที่ไม่เคยกางเต็นท์มาก่อน ความใกล้ชิดที่ดีและผู้ให้บริการที่มีคุณภาพต่อผู้รับบริการ ลานกางเต็นท์จะมีการรักษาระดับคุณภาพของ การเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว การให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว มีกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในพื้นที่ลานกางเต็นท์ (จิตรกร รามันพงษ์, นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว และดรชณี เอมพันธุ์, 2559) ส่วนมากลานกางเต็นท์เอกชนจะมีผู้ดูแล คือ บุคคลที่เป็นสมาชิกครอบครัว หรือคนในท้องถิ่นที่มาช่วยกันดูแล และให้บริการ จึงต้องเน้นย้ำความสำคัญอย่างมากในการฝึกอบรมพนักงานหรือผู้ดูแลเรื่องการให้บริการอย่างมีคุณภาพ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการลานกางเต็นท์ แต่สิ่งที่เหนือการควบคุมของลานกางเต็นท์ นั้น คือ การอะลุ่มอล่วยให้กับนักท่องเที่ยวมากเกินไป ในหลาย ๆ ด้านด้วยกันอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เช่น การใช้เสียงดังเกินเวลาที่กำหนดที่เป็นการรบกวนการพักผ่อนของผู้อื่น ราคาสำหรับค่าบริการใช้บริการจะสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับอุทยานแห่งชาติ ด้านความปลอดภัยของสถานที่ลานกางเต็นท์เอกชนในบางแห่งยังไม่มีคนคอยดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง สถานที่ตั้งของลานกางเต็นท์เอกชนไม่ได้ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถชื่นชมธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิด ผู้มากางเต็นท์ไม่ได้เน้นว่าการกางเต็นท์ คือ กิจกรรมที่มาใกล้ชิดธรรมชาติ หรือสูดอากาศบริสุทธิ์ แต่มาเปลี่ยนที่สังสรรค์แทน หรือโหนกระแสตามความนิยมในการกางเต็นท์ที่เติบโตมากขึ้นเรื่อย ๆ จนมาสร้างการรบกวนให้ผู้ที่ตั้งใจมาพักผ่อนกับธรรมชาติ และยังมีการรบกวนอุปกรณ์กางเต็นท์ที่มีมากเกินไปจนความจำเป็น ซึ่งถ้าเทียบกับในสมัยก่อนการกางเต็นท์นั้นคือการพักผ่อนย้อนใจไปกับการใกล้ชิดธรรมชาติ ซึ่งสามารถจำแนกความแตกต่างระหว่างลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทยตามตารางที่ 1

ความแตกต่างระหว่างลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย	
ลานกางเต็นท์เอกชน	ลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติ
ระยะทางของพื้นที่ที่ค่อนข้างไกล	มีการสร้างความแตกต่างจากธุรกิจลานกางเต็นท์อื่น ๆ
ระดับความเอียงของทางเดิน	บริเวณจอดรถยนต์มีปริมาณที่รองรับผู้ใช้บริการได้อย่างเพียงพอ
การเข้าชมวิวทิวทัศน์ที่โดดเด่นสวยงามต้องเดินเท้าเท่านั้น	มีการจัดการจุดตั้งขยะอย่างชัดเจน
เกิดความไม่เรียบร้อยจากการที่นักท่องเที่ยวสามารถเลือกทำเลในการกางเต็นท์ตามอิสระ	มีระบบสาธารณสุขปลอดภัยที่ดี
เกิดการทำลายและยึดพื้นที่ป่าสงวนบางแห่ง	มีสิ่งอำนวยความสะดวกครบถ้วน
ข้อจำกัดในการรับรองปริมาณของผู้เข้าพัก	มีความใกล้ชิดที่ดี
การจัดการยังไม่ได้รับการวางระบบที่ดี	ผู้ให้บริการมีคุณภาพในการให้บริการต่อผู้รับบริการ
การขาดระบบการจัดการขยะ จากการประกอบอาหาร	มีการเอาใจใส่ดูแลนักท่องเที่ยว
นักท่องเที่ยวต้องแบกและเตรียมสัมภาระในการยังชีพไปเอง	มีการให้ความรู้เกี่ยวกับความสำคัญของสถานที่ท่องเที่ยว
สิ่งอำนวยความสะดวกและระบบสาธารณสุขปลอดภัย มีการพัฒนาอย่างไม่เพียงพอ	มีกิจกรรมนันทนาการต่าง ๆ ในพื้นที่ลานกางเต็นท์
ลานจอดรถมีปริมาณไม่เพียงพอ	มีผู้ดูแลที่ได้รับการฝึกฝนมาอย่างดี
มีกฎระเบียบที่ค่อนข้างมาก	มีการอะลุ่มอล่วยให้กับนักท่องเที่ยวมากเกินไป
จำนวนของเจ้าหน้าที่มีไม่เพียงพอต่อการให้บริการ	มีการใช้เสียงดังเกินเวลาที่กำหนด
การให้บริการไม่มีความเป็นกันเอง	การใช้บริการมีราคาสูง
ขาดพื้นที่ในการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ	บางแห่งยังไม่มีคนคอยดูแลความปลอดภัยตลอด 24 ชั่วโมง
ความแตกต่างระหว่างลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย	
ลานกางเต็นท์เอกชน	ลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติ
วิวทิวทัศน์ของธรรมชาติที่สวยงามซึ่งสามารถเข้าถึงความสวยงามของธรรมชาติได้มากกว่า	สถานที่ตั้งไม่ได้ตั้งอยู่ในจุดที่สามารถชื่นชมธรรมชาติได้อย่างใกล้ชิด
มีการจำกัดเวลาในการใช้เสียงภายในเวลาที่กำหนด	มีการรบกวนให้ผู้ที่ตั้งใจมาพักผ่อนกับธรรมชาติ
มีความปลอดภัยเนื่องจากมีเจ้าหน้าที่คอยสังเกตการณ์ตลอดทั้งคืน	มีการอุดหนุนอุปกรณ์กางเต็นท์ที่มีมากเกินไปจนความจำเป็น

ตารางที่ 1 ความแตกต่างระหว่างลานกางเต็นท์เอกชนกับลานกางเต็นท์ของอุทยานแห่งชาติในประเทศไทย

สรุป

กิจกรรมการกางเต็นท์ที่กล่าวมานี้ไม่ว่าจะเป็นกางเต็นท์ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติ หรือ พื้นที่ลานกางเต็นท์ของเอกชน ตามสภาพภูมิอากาศของประเทศนั้น ประเทศไทยอยู่ในเขตร้อนของทวีปเอเชียในแผนที่โลก ซึ่งทำให้ภูมิอากาศในพื้นที่ส่วนมากของประเทศมีลักษณะเป็นแบบร้อนชื้นหรือภูมิอากาศแบบทุ่งหญ้าสะวันนา ทั่วประเทศอุณหภูมิเฉลี่ยระหว่าง 18-38 องศาเซลเซียส มีทั้งอากาศที่ร้อน และมีฝนที่ตกชุก การกางเต็นท์นั้นไม่สามารถที่จะกางเต็นท์ได้ทั้งปี ซึ่งในอดีตนั้นการกางเต็นท์ผู้คนส่วนใหญ่มักจะออกไปทำกิจกรรมกางเต็นท์กันในช่วงฤดูหนาว ลมเย็น ๆ อากาศไม่ร้อน ตามเขตพื้นที่ภูเขาสูงในแหล่งอุทยานแห่งชาติ แต่ในยุคสมัยปัจจุบันหลังจากแพร่ระบาดของ Covid-19 ที่ผ่านมา ลานกางเต็นท์นั้นได้เป็นที่นิยมกันอย่างแพร่หลาย และมากขึ้นเรื่อย ๆ ทำให้กิจการลานกางเต็นท์ก็มากขึ้นด้วยเช่นกัน แต่ก็ทำให้มีข้อจำกัดในการรองรับผู้ใช้บริการในพื้นที่อุทยานแห่งชาติรวมถึงเรื่องสาธารณสุขประเภค ความสะอาด ความสะดวกสบายของพื้นที่นั้น ๆ

การศึกษาพฤติกรรมและการตัดสินใจในการท่องเที่ยวในรูปแบบกางเต็นท์ (Camping) กำลังเป็นที่นิยมเป็นอย่างมากเนื่องจากการเดินทางท่องเที่ยวที่ได้หลีกเลี่ยงกับการเจอบุคคลอื่นเป็นจำนวนมาก (วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2566) และลานกางเต็นท์มีพื้นที่กว้างขวางมีต้นไม้ร่มรื่นให้ร่มเงา สิ่งอำนวยความสะดวก ในลานกางเต็นท์มีจุดเสียบปลั๊กไฟให้บริการอย่างทั่วถึงใกล้เคียง และลานกางเต็นท์มีสัญญาณอินเทอร์เน็ตไร้สายให้บริการ (ณัฐวดี ชลคณานุกุล และวิลาสินี ยนต์วิทย์, 2567) สิ่งเหล่านี้ล้วนเป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดความประทับใจของผู้ใช้บริการแบบลานกางเต็นท์ทั้งนี้เมื่อนักท่องเที่ยวให้ความสนใจการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์มากยิ่งขึ้นทำให้ระบบเศรษฐกิจในชุมชนและ สังคมโดยรวมถูกพัฒนา เกิดการจ้างงาน การกระจายรายได้ ตลอดจนการพัฒนาาระบบสาธารณสุขประเภค เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต ของคนในชุมชนที่ถือเป็นทรัพยากรทางการท่องเที่ยวหลักของรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์ (วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2566)

ข้อเสนอแนะ

1. ลานกางเต็นท์ในพื้นที่อุทยานแห่งชาติควรปรับปรุงและพัฒนาระบบสาธารณสุขประเภค ความสะอาด และความสะดวกสบายของแต่ละพื้นที่
2. ลานกางเต็นท์เอกชนควรมีกฎระเบียบที่ควบคุมการใช้เสียงที่เกินเวลา

บรรณานุกรม

จิตรกร รามันพงษ์, นภวรรณ ฐานะกาญจน์ พงษ์เชียว และดรรรชนี เอ็มพันธ์. (2559). การกำหนดขีดความสามารถในการรองรับด้านนันทนาการในพื้นที่ลานกางเต็นท์ลานสน อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว. วารสารวนศาสตร์, 35(2), 78-88.

- ชวลิต อภิสิทธิ์ตระกูล และต่อลาภ คำโย. (2565). การประเมินขีดความสามารถในการรองรับได้ของแหล่งท่องเที่ยวในอุทยานแห่งชาติแม่เงา จังหวัดแม่ฮ่องสอน. วารสารวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย, 17(59), 41-51.
- ณัฐภา กะการดี. (2567). แผนธุรกิจลานกางเต็นท์และกิจกรรมเชิงเกษตรของลานกางเต็นท์ อำเภอพะโต๊ะ จังหวัดชุมพร. วารสารสหวิทยาการและการจัดการภาคเอกชน, 2(2), 20-27.
- ณัฐวดี ชลคณานุกุล และวิลาสินี ยนต์วิทย์. (2567). การศึกษาคุณภาพการบริการที่ส่งผลต่อความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวแบบลานกางเต็นท์ในจังหวัดชลบุรี. วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี, 18(1), 96-109.
- ทิพย์รุ่ง เพิ่มพูนศรีศิลป์ และสโรชนี ศิริวัฒนา. (2566). ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอุทยานแห่งชาติเขาแหลมหญ้า-หมู่เกาะเสม็ด จังหวัดระยอง. วารสาร มจร การพัฒนาสังคม, 8(2), 287-298.
- ปริญานุช เมฆฉาย และกุลภา โสรรัตน์. (2566). การพัฒนาเกณฑ์ปริมาณขยะเพื่อการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สีเขียว. Journal of Logistics and Digital Supply Chain, 1(2), 11-21.
- วันวิสาข์ พลอย อินสว่าง และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2566). เรื่องเล่าการท่องเที่ยวแบบกางเต็นท์สู่แนวทางการจัดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน. วารสารศิลปศาสตร์ มทร.ธัญบุรี, 4(2), 28-42.

บทความวิชาการ

การท่องเที่ยวแบบหรูหราและการบริการเฉพาะทางของโรงแรมระดับ 5 ดาว
Luxury Tourism and Specialized Services of Five Star Hotels

กชกฤตา ลอยความสุข

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 66230028@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

กระแสของการท่องเที่ยวแบบหรูหราได้รับความนิยมและเติบโตอย่างรวดเร็วหลังจากการแพร่ระบาดของโควิด-19 เนื่องจากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับความปลอดภัยด้านสุขภาพ ความเป็นส่วนตัวที่เข้มงวดมากขึ้น โรงแรมระดับ 5 ดาวจึงต้องปรับตัวโดยมุ่งเน้นการพัฒนาบริการเฉพาะทางที่ตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล เช่น บริการสปาและสุขภาพ บริการภัตตาคารส่วนตัว รวมถึงการจัดเตรียมโปรแกรมการท่องเที่ยวที่สามารถปรับให้ตรงตามความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยว เพื่อสร้างความประทับใจที่ยากจะลืม กระแสความยั่งยืนยังมีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวระดับหรูที่ริเริ่มให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม โรงแรมหลายแห่งได้นำแนวทางด้านความยั่งยืน เช่น การใช้พลังงานสะอาดและลดการใช้พลาสติก รวมถึงส่งเสริมกิจกรรมที่เชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น อีกทั้งการใช้เทคโนโลยีในด้านต่างๆ เช่น ระบบควบคุมอุณหภูมิอัจฉริยะและการใช้ AI เพื่อมอบประสบการณ์การพักผ่อนให้เป็นที่ไปตามความต้องการเฉพาะบุคคล ยังช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการที่รวดเร็วและแม่นยำ

งานค้นคว้านี้ได้ศึกษาถึงปัจจัยสำคัญและแนวโน้มการพัฒนาการท่องเที่ยวหรูหรา รวมถึงกลยุทธ์ในการให้บริการของโรงแรมระดับ 5 ดาวในประเทศไทย เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียมที่มองหาประสบการณ์ที่หรูหราเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว สร้างความพึงพอใจและความประทับใจที่ยากจะหาได้ในแบบทั่วไป การศึกษานี้จะช่วยเสนอแนวทางให้กับโรงแรมหรูในการสร้างจุดขายที่โดดเด่นและความยั่งยืนที่จะช่วยให้โรงแรมสามารถแข่งขันได้ในระยะยาวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรูหรา

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, ท่องเที่ยวหรู, บริการเฉพาะ

Abstract

The trend of luxury tourism has gained significant popularity and experienced rapid growth following the COVID-19 pandemic, as travelers in this segment prioritize health safety and enhanced privacy. Five-star hotels have had to adapt by focusing on developing specialized services that cater to individual needs, such as spa and wellness services, personal butler services, and customizable travel programs designed to meet the specific preferences of travelers. These efforts aim to create unforgettable experiences. Sustainability also plays a crucial role in the decision-making of luxury travelers, who increasingly value environmental conservation. Many hotels have adopted sustainable practices, such as using clean energy, reducing plastic consumption, and promoting activities connected to local communities. Additionally, the integration of technologies, such as smart temperature control systems and AI-driven personalization, enhances service efficiency by delivering fast and accurate solutions tailored to guests' needs.

This study examines key factors and trends in the development of luxury tourism, as well as strategies for service delivery in five-star hotels in Thailand. The goal is to meet the specific demands of premium travelers seeking unique and luxurious experiences that are difficult to find elsewhere. This research provides insights for luxury hotels to establish distinctive selling points and sustainable practices, ensuring their competitiveness in the long-term within the luxury industry.

Keywords : Tourism, Luxury Tourism, Specialized Services

บทนำ

การท่องเที่ยวแบบหรูหรา(Luxury Tourism) ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่อง และมีการเติบโตที่รวดเร็ว ในช่วงระยะเวลาไม่นาน หลังจากสถานการณ์การระบาดของโควิด-19 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยิ่งเปลี่ยนไปอย่างชัดเจน นักท่องเที่ยวมองหาความปลอดภัยในด้านสุขภาพ และความเป็นส่วนตัวมากขึ้น โดยเน้นเรื่องสุขภาพอนามัยที่เข้มงวดและการลดความแออัด นำมาซึ่งปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยว และรูปแบบการเดินทางอีกด้วย อีกปัจจัยที่ผลักดันให้การท่องเที่ยวแบบหรูหราเติบโตขึ้น โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อการดูแลสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดี(Well Being) นักท่องเที่ยวหวังมองว่าการเดินทางเป็นโอกาสในการดูแลตนเองให้สมบูรณ์ทั้งร่างกายและจิตใจ โรงแรมระดับ 5 ดาวจึงต้องปรับตัวเพื่อให้ทันกับความต้องการของนักท่องเที่ยว การบริการเฉพาะทางไม่เพียงช่วยสร้างความพึงพอใจ แต่ยังทำให้นักท่องเที่ยวรู้สึกว่าคุณค่าทุกช่วงเวลา

ในการเดินทางมีความหมายและน่าจดจำ

นอกจากนี้ กระแสความยั่งยืน(Sustainability) ยังมีผลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวระดับนี้ พวกเขาเริ่มสนใจเลือกใช้บริการที่มีความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม นักท่องเที่ยวบางส่วนต้องการการมีส่วนร่วมในกิจกรรมเชิงอนุรักษ์ นอกจากนี้จะเป็นประสบการณ์ที่ดีแล้วยังสร้างความรู้สึกร่วมกันกับสิ่งแวดล้อมและชุมชนมากขึ้น เทคโนโลยีก็เป็นส่วนสำคัญในการพัฒนาการท่องเที่ยวแบบหรูหรา โรงแรมได้นำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเหล่านี้ทำให้การบริการมีความรวดเร็ว แม่นยำ และสามารถสร้างความประทับใจให้แก่นักท่องเที่ยวได้มากขึ้น

ความหมายของการท่องเที่ยวแบบหรูหรา (Luxury Tourism)

“การท่องเที่ยวแบบหรูหราเป็นรูปแบบการเดินทางที่เน้นการมอบประสบการณ์ที่มีคุณภาพสูงสุด ความสะดวกสบายและบริการเฉพาะบุคคลที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยว โดยมีความโดดเด่นในด้านความเป็นเอกลักษณ์ การบริการแบบพรีเมียม และการให้ความสำคัญกับรายละเอียดเพื่อสร้างความพึงพอใจที่เกินความคาดหมาย นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักแสวงหาประสบการณ์ที่แตกต่างและหรูหราทั้งในด้านที่พัก อาหาร กิจกรรม รวมถึงการเดินทาง”(Horng & Tsai, 2010)

“การท่องเที่ยวแบบหรูหรา หมายถึงการมอบประสบการณ์ที่ผสมผสานความสะดวกสบาย ความพิเศษเฉพาะบุคคลและบริการที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวในทุกมิติ ทั้งที่พัก อาหาร กิจกรรม และการเดินทาง โดยเน้นการสร้างความประทับใจที่เกินความคาดหมาย”(ณรงค์ฤทธิ์, 2564)

“การท่องเที่ยวแบบหรูหรา คือรูปแบบการเดินทางที่มุ่งเน้นความพิเศษที่เหนือกว่าการท่องเที่ยวทั่วไป โดยให้ความสำคัญกับคุณภาพการบริการ ความเป็นส่วนตัว และการนำเสนอประสบการณ์ที่มีความเฉพาะตัวตามความชอบของนักท่องเที่ยว”(วรภรณ์, 2563)

“การท่องเที่ยวแบบหรูหรา คือการผสมผสานระหว่างความหรูหรากับวัฒนธรรมและความยั่งยืน โดยนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักมองหาประสบการณ์ที่สื่อถึงคุณค่าของสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่นควบคู่ไปกับการบริการที่เป็นเลิศ”(วรพจน์, 2565)

สรุปการท่องเที่ยวแบบหรูหรา คือ การเดินทางที่เน้นความพิเศษและคุณภาพสูงในทุกๆ ด้าน ไม่ว่าจะเป็นที่พัก บริการ หรือกิจกรรมที่มีให้ นักท่องเที่ยวที่เลือกท่องเที่ยวแบบนี้ มักมองหาประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใคร เช่น การเข้าพักในโรงแรมหรู ที่มีบริการแบบส่วนตัว การรับประทานอาหารจากเชฟระดับโลก หรือการทำกิจกรรมที่ออกแบบมาเฉพาะบุคคล นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับความสะดวกสบายและความเป็นส่วนตัวอย่างมาก เช่น การมีบัตเลอร์ส่วนตัว การได้รับการดูแลเป็นพิเศษทุกขั้นตอนของการเดินทาง การได้รับความรู้สึกที่เชื่อมโยงกับวัฒนธรรมที่แตกต่าง การท่องเที่ยวแบบหรูจึงไม่ใช่แค่การพักผ่อนเท่านั้น แต่เป็นการได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวรู้สึกถึงความพิเศษและมีคุณค่าในทุกช่วงเวลาที่ไม่เหมือนใคร

บริการเฉพาะทางของโรงแรมหรูระดับ 5 ดาว

โรงแรมหรูหรือรีสอร์ทระดับ 5 ดาวมุ่งเน้นการให้บริการที่มีมาตรฐานสูงและเฉพาะเจาะจง เพื่อ

ตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่ต้องการความสะดวกสบาย ประสบการณ์ส่วนตัว และสร้างความประทับใจที่เหนือระดับ โดยบริการเหล่านี้มักได้รับการปรับแต่งเฉพาะบุคคล(Personalized Service) ซึ่งกลุ่มลูกค้ามักเป็นนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของการบริการและประสบการณ์ที่หาได้ยาก โรงแรมหรูไม่เพียงแต่ให้บริการที่พักที่มีคุณภาพสูงเท่านั้น แต่ยังเน้นการให้บริการเฉพาะทางที่ตอบสนองต่อความต้องการของลูกค้า โดยมีการออกแบบการบริการที่สามารถปรับแต่งได้ตามความต้องการของลูกค้าอย่างละเอียด การบริการเฉพาะทางนี้อาจรวมถึงการจัดโปรแกรมเพื่อสุขภาพ เช่น สปา ฟิตเนส หรือการบริการอาหารที่เหมาะสมตามความต้องการด้านสุขภาพ(สมหมาย, 2564) โรงแรมหรูระดับ 5 ดาวยังให้ความสำคัญกับการให้บริการส่วนตัว โดยพนักงานจะได้รับการฝึกอบรมให้สามารถรู้จักและเข้าใจถึงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างลึกซึ้ง เช่น การจดจำชื่อและความชอบของผู้เข้าพัก การมอบประสบการณ์ที่ตรงต่อความต้องการของแต่ละบุคคลจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่จะช่วยสร้างความพึงพอใจและความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว(สุชาติ, 2565)

โรงแรมหรูมีเป้าหมายสำคัญคือ การมอบประสบการณ์ที่เกินความคาดหมายของลูกค้า ซึ่งเป็นกลุ่มที่คาดหวังบริการระดับพรีเมียมและต้องการการดูแลเฉพาะบุคคล บริการเฉพาะทางจึงถูกออกแบบมาเพื่อตอบสนองความต้องการเหล่านี้อย่างครบถ้วนและละเอียดอ่อน หนึ่งในบริการที่โดดเด่นคือ บริการบัตเลอร์ส่วนตัว(Personal Butler Service) เพื่อดูแลและให้ความช่วยเหลือลูกค้าตลอดการเข้าพัก เพิ่มความสะดวกสบายและให้ความรู้สึกเป็นส่วนตัว ซึ่งบริการนี้พบได้ในโรงแรมหรู เช่น โรงแรมแมนดารินโอเรียนเต็ล กรุงเทพมหานคร โดยบัตเลอร์จะได้รับการอบรมเพื่อให้บริการอย่างมืออาชีพ(วรพจน์, 2565) อีกหนึ่งบริการที่ได้รับความนิยมคือ พ่อครัวส่วนตัว(Private Chef) และบริการมื้ออาหารแบบพิเศษ(Fine Dining Experiences) ห้องอาหารที่มีความสวยงามและบริการที่ดีเยี่ยม และเน้นการสร้างประสบการณ์ด้านรสชาติที่พิเศษ เมนูอาหารมักถูกออกแบบโดยเชฟระดับโลก เช่น เชฟมิชลินสตาร์ โปรแกรมด้านสุขภาพก็เป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญ โรงแรมหรูหลายแห่งได้พัฒนาโปรแกรมฟื้นฟูสุขภาพที่ครอบคลุมทั้งกายและใจ เช่น โยคะ การทำสมาธิ หรือโปรแกรมดีท็อกซ์ การให้บริการสปาในโรงแรมหรูไม่เพียงแต่ทำให้ลูกค้ารู้สึกผ่อนคลาย แต่ยังช่วยเพิ่มประสบการณ์ในการเข้าพักให้ดียิ่งขึ้น(Hornig & Tsai, 2010, p.189-205) และมักใช้ผลิตภัณฑ์จากธรรมชาติและเทคนิคการนวดแบบเฉพาะตัวที่ได้รับแรงบันดาลใจจากวัฒนธรรมท้องถิ่น เช่น โรงแรมบันยันทรี ภูเก็ต นอกจากนี้ ยังมีบริการจัดกิจกรรมที่ออกแบบเฉพาะบุคคล เช่น จัดงานเลี้ยงส่วนตัว ทริปเรือยachtส่วนตัว รวมไปถึงบริการรถรับส่งส่วนตัว เช่น รถยนต์ลีมูซีน หรือพาหนะหรูอื่นๆ เพื่ออำนวยความสะดวกในการเดินทางให้แก่ลูกค้า ทั้งหมดนี้สะท้อนให้เห็นว่า บริการเฉพาะทางในโรงแรมหรูระดับ 5 ดาวไม่ได้มีความหรูหราทางวัตถุเท่านั้น แต่เป็นการสร้างความรู้สึกที่แตกต่างด้วยการใส่ใจทุกรายละเอียด นักท่องเที่ยวจึงรู้สึกว่าการบริการที่ออกมาเพื่อพวกเขาโดยเฉพาะ ทำให้ทุกประสบการณ์มีความหมายและน่าจดจำ

แนวโน้มในการท่องเที่ยวแบบหรูหรา

ในปัจจุบันมีแนวโน้มที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างน่าสนใจ กลุ่มนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียมรุ่นใหม่มี

บทบาทสำคัญในตลาดนี้(สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) เนื่องจากมีกำลังจ่ายสูงและให้ความสำคัญกับประสบการณ์ส่วนบุคคล ซึ่งสะท้อนถึงความคาดหวังใหม่ของนักท่องเที่ยวที่ต้องการมากกว่าความหรูหราแบบเดิมๆ ไม่ใช่แค่เรื่องของการพักในโรงแรมหรือรีสอร์ท หรือการเดินทางด้วยความสะดวกสบายเท่านั้น แต่เป็นการสร้างประสบการณ์เฉพาะบุคคลที่ต้องการความเป็นส่วนตัว นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการหลีกเลี่ยงความวุ่นวายและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยเป็นอันดับแรก โดยเฉพาะหลังการแพร่ระบาดของโควิด-19 ทำให้การบริการอย่างวิลล่าส่วนตัว รีสอร์ทที่แยกสัดส่วน และการเดินทางด้วยเครื่องบินหรือเรือยอชต์ส่วนตัวได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น(สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2566) สิ่งเหล่านี้ช่วยให้พวกเขาสามารถพักผ่อนได้โดยไม่ต้องกังวลเรื่องของความแออัดหรือต้องใกล้ชิดกับคนหมู่มาก อีกแนวโน้มที่สำคัญคือ การดูแลและฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ นักท่องเที่ยวในยุคนี้มองว่าการเดินทางเป็นโอกาสในการดูแลตัวเองอย่างลึกซึ้ง ทำให้กิจกรรมเชิงสุขภาพกลายเป็นสิ่งที่ขาดไม่ได้ในการท่องเที่ยว ปัจจุบันโรงแรมต่างๆ ได้พัฒนาโปรแกรมด้านสุขภาพเพื่อตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว เช่น โปรแกรมดีท็อกซ์ การฝึกโยคะหรือสปา เพื่อช่วยเสริมสุขภาพและความงามให้แก่ลูกค้า

นอกจากนี้ ความยั่งยืนยังเป็นอีกปัจจัยที่มีบทบาทสำคัญ โดยนักท่องเที่ยวคำนึงถึงผลกระทบที่มีต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน โรงแรมหลายแห่งจึงปรับตัวด้วยการใช้พลังงานสะอาด ลดการใช้พลาสติก และส่งเสริมกิจกรรมที่ช่วยอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ เช่น การปลูกป่าชายเลนหรือการมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น การปรับตัวให้เข้ากับการใช้บริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมกำลังเป็นแนวโน้มที่เพิ่มขึ้นในอุตสาหกรรมโรงแรม (Sustainable Tourism International, 2020) สิ่งเหล่านี้ทำให้การท่องเที่ยวไม่ได้เป็นแค่การพักผ่อน แต่ยังมี ความหมายทางจิตใจและสร้างความรู้สึที่ดีในการรักษ์โลก อีกแนวโน้มที่ไม่อาจมองข้ามคือ การใช้เทคโนโลยีในการบริการ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายและการบริการที่รวดเร็ว เช่น การใช้แอปพลิเคชันในการเช็คอินและเช็คเอาท์ การควบคุมระบบไฟฟ้าและอุณหภูมิในห้องผ่านระบบสมาร์ทโฟน หรือการใช้ AI เพื่อแนะนำเมนูอาหารและกิจกรรมที่ตรงกับความต้องการเฉพาะบุคคล เทคโนโลยีช่วยให้การบริการมีความแม่นยำและตรงต่อความต้องการของลูกค้ามากขึ้น ทำให้พวกเขาู้สึกถึงการได้รับการดูแลเป็นพิเศษ อีกแนวโน้มที่โดดเด่นคือ การออกแบบประสบการณ์เฉพาะตัว นักท่องเที่ยวหุ้ไม่ได้ต้องการแค่ที่พักหรือบริการที่ดีเท่านั้น แต่ต้องการประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์ไม่เหมือนใคร เช่น ทัวร์ที่ออกแบบเฉพาะสำหรับพวกเขา การเข้าร่วมกิจกรรมวัฒนธรรมกับคนในท้องถิ่น หรือการจัดดินเนอร์ส่วนตัวในสถานที่พิเศษ เช่น บนยอดเขาหรือริมหาด โรงแรมหรูที่มีบริการเฉพาะทาง เช่น โรงแรมอัมบุรี ที่เน้นความเงียบและเชื่อมโยงกับธรรมชาติ พร้อมบริการฟื้นฟูสุขภาพเฉพาะบุคคล โรงแรมโพร์ซีชั่น มีบริการคอนเซียร์จ์ที่สามารถจัดทริปเชิงวัฒนธรรมและอาหารระดับพรีเมียม โรงแรมริชคาร์ลตัน โดดเด่นเรื่องบริการบัตเลอร์ส่วนตัวและการออกแบบประสบการณ์เฉพาะบุคคล เช่น ทัวร์เฮลิคอปเตอร์และอีเวนต์สุดพิเศษ โรงแรมหรูจึงกลายมาเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวเหล่านี้ยิ่งขึ้น

บทสรุป

โรงแรมหรูในยุคปัจจุบันต้องให้ความสำคัญกับการปรับแต่งบริการให้สอดคล้องกับความชอบเฉพาะของนักท่องเที่ยวในด้านต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นความเป็นส่วนตัว การดูแลคุณภาพ ความยั่งยืน และการใช้เทคโนโลยี ทั้งนี้เพื่อให้นักท่องเที่ยวที่มาเยือนรู้สึกประทับใจและได้รับประสบการณ์ที่ดีทุกครั้งที่ได้เดินทาง ด้วยการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการเหล่านี้ โรงแรมหรูระดับ 5 ดาวจึงจำเป็นต้องพัฒนาการบริการให้ตรงตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ โดยการนำเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มความสะดวกสบาย หรือใส่ใจในเรื่องของความยั่งยืน ผ่านการออกแบบบริการที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งไม่เพียงตอบโจทย์การพักผ่อนเท่านั้น แต่ยังแสดงให้เห็นถึงความรับผิดชอบต่อสังคมอีกด้วย นอกจากนี้ การให้บริการในโรงแรมหรูระดับ 5 ดาวในปัจจุบันมีแนวโน้มที่จะตอบสนองความต้องการของลูกค้าที่คาดหวังถึงบริการที่มีความเฉพาะเจาะจงและเป็นเอกลักษณ์ การสร้างความโดดเด่นและการมีจุดขายที่แตกต่างจากคู่แข่งเป็นสิ่งสำคัญ โรงแรมจึงควรให้ความสำคัญในการฝึกอบรมบุคลากร ความประทับใจที่ลูกค้าได้รับจากการบริการนั้น มักเกิดจากการติดต่อสื่อสารโดยตรงกับพนักงาน ทั้งการต้อนรับที่อบอุ่น การช่วยเหลือด้วยความเต็มใจ และการให้คำแนะนำที่เป็นประโยชน์ การที่มีบุคลากรที่มีความสามารถและทักษะที่หลากหลาย ทั้งในด้านการสื่อสาร การแก้ปัญหาเฉพาะหน้า และการบริการที่เป็นมิตร จะทำให้สามารถตอบสนองความต้องการเฉพาะของลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

นอกจากนี้ การให้บริการอย่างมืออาชีพยังสะท้อนถึงความเอาใจใส่และมีความรู้สึกเข้าอกเข้าใจในความต้องการของลูกค้า จะทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการดูแลในแบบเฉพาะบุคคล ซึ่งเป็นจุดสำคัญที่จะทำให้โรงแรมหรูแตกต่างจากที่พักรั่วไป อีกทั้งยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างลูกค้ากับมุมมองของโรงแรม ทำให้ลูกค้าเกิดความประทับใจและมีแนวโน้มที่จะกลับมาใช้บริการซ้ำ ดังนั้น การลงทุนในด้านการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะของบุคคลจึงเป็นเรื่องที่ไม่ควรมองข้าม การให้บริการโรงแรมหรูในปัจจุบันไม่ได้เป็นเพียงแค่ที่พักที่สะดวกสบาย แต่ยังคงเน้นไปที่การสร้างภาพลักษณ์และความประทับใจอันยาวนานให้กับนักท่องเที่ยวที่มาเยือน การผสมผสานและปรับแต่งการบริการที่ตอบสนองต่อความต้องการเฉพาะบุคคล กับการใช้เทคโนโลยี และการคำนึงถึงความยั่งยืนธุรกิจเป็นกุญแจสำคัญที่จะช่วยให้โรงแรมหรูรักษาความนิยม และความเชื่อมั่นของลูกค้าในระยะยาว

ข้อเสนอแนะ

การพัฒนาบุคลากรในโรงแรมหรืออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูเป็นสิ่งสำคัญมาก เพราะบุคลากร คือตัวแทนที่ทำให้ลูกค้ารู้สึกถึงการบริการที่ดีและทำให้ลูกค้ารู้สึกว่าได้รับการดูแลอย่างเป็นพิเศษ และมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการซ้ำอีก การพัฒนาบุคลากรยังช่วยเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของโรงแรม พนักงานที่มีทักษะและสามารถให้บริการที่แตกต่างจากคู่แข่งจะสามารถดึงดูดลูกค้าได้ดีกว่า การฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรจะช่วยให้พนักงานสามารถทำงานได้รวดเร็วและเชี่ยวชาญมากขึ้น ช่วยลดข้อผิดพลาดและ

ปัญหาที่อาจเกิดขึ้น โรงแรมจึงต้องมีนโยบายในการพัฒนาทักษะและให้โอกาสในการเติบโตในสายอาชีพ ซึ่งจะช่วยให้นักงานรู้สึกมีค่าและภาคภูมิใจในงานที่ทำ การพัฒนาบุคลากรควรเริ่มจากการฝึกอบรมเบื้องต้นเพื่อให้นักงานเข้าใจถึงมาตรฐานของการบริการในโรงแรม เช่น การให้บริการด้วยมารยาทที่ดี การสื่อสารอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการใช้เครื่องมือและเทคโนโลยีต่างๆ ที่จะช่วยให้งานสะดวกและรวดเร็ว การฝึกอบรมในด้านทักษะเฉพาะทาง จะช่วยให้นักงานดูแลลูกค้าได้ตรงตามความต้องการเฉพาะบุคคล ต้องให้นักงานมีโอกาพัฒนาทักษะการคิดแก้ปัญหา เพราะบางครั้งลูกค้าอาจมีความต้องการที่ไม่สามารถคาดการณ์ได้ การฝึกให้นักงานสามารถตัดสินใจแก้ปัญหาได้อย่างรวดเร็วและเหมาะสม จะทำให้นักงานมีความมั่นใจในการทำงานมากขึ้น การพัฒนาทักษะการสื่อสารหรือการใช้ภาษาที่เหมาะสมในบริบทต่างๆ เพื่อให้การบริการไม่สะดุดและลูกค้ารู้สึกได้รับการดูแลอย่างดีที่สุด การฟังและเข้าใจความต้องการของลูกค้า จะสามารถตอบสนองได้ตรงจุดและสร้างความประทับใจต่อลูกค้าได้ นอกจากนี้ การพัฒนาบุคลากรยังต้องส่งเสริมการเรียนรู้จากประสบการณ์จริง พนักงานควรมีโอกาสฝึกฝนหรือเรียนรู้จากข้อผิดพลาดในการทำงาน เพื่อปรับปรุงและพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่อง การสร้างสภาพแวดล้อมที่เปิดโอกาสให้นักงานแลกเปลี่ยนความคิดเห็นกันก็ช่วยให้ได้เรียนรู้จากประสบการณ์ของเพื่อนร่วมงาน การฝึกอบรมพนักงานต้องมีการประเมินผลการทำงานเป็นระยะ เช่น การประเมินผ่านการให้บริการลูกค้า หรือการประเมินผลจากการทำงานร่วมกันในทีม เพื่อให้ทราบถึงจุดแข็งและจุดที่ควรพัฒนาของตนเอง และที่สำคัญคือการให้รางวัล หรือส่งเสริมพนักงานที่ทำงานดี เพื่อกระตุ้นให้นักงานมีความกระตือรือร้นในการพัฒนาและการให้บริการที่ดียิ่งขึ้น อีกทั้งยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างพนักงานกับโรงแรม และส่งเสริมให้นักงานมีความมั่นคงในอาชีพ การพัฒนาบุคลากรจึงเป็นการลงทุนที่สำคัญที่จะทำให้โรงแรมมีภาพลักษณ์ที่โดดเด่นในฐานะผู้ให้บริการที่มีมาตรฐานสูง ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและยังสร้างความจงรักภักดีของลูกค้าให้กลับมาใช้บริการซ้ำ

การพัฒนาตลาดใหม่และการเข้าถึงกลุ่มลูกค้าที่หลากหลายเป็นอีกสิ่งหนึ่งที่สำคัญ สำหรับการเติบโตของการท่องเที่ยวแบบหรูหราในอนาคต โรงแรมและธุรกิจท่องเที่ยวควรมองหาลูกค้ากลุ่มใหม่ๆ ที่มีศักยภาพ เช่น จีน อินเดีย หรือประเทศในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่กำลังมีการเติบโตทางเศรษฐกิจและมีความสามารถในการท่องเที่ยวระดับหรู อีกกลุ่มหนึ่งที่กำลังเป็นที่นิยมคือ กลุ่มที่สนใจในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ซึ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มักจะมองหาการพักผ่อนที่สามารถดูแลสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจควบคู่ไปด้วย การนำเสนอโรงแรมที่มีกิจกรรมเพื่อดูแลสุขภาพจะช่วยดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพมากขึ้น กลุ่มลูกค้าที่มีความสามารถในการจ่ายสูงอีกกลุ่มที่ควรให้ความสำคัญคือ กลุ่มผู้สูงอายุที่มีกำลังซื้อ ซึ่งมักจะมองหาประสบการณ์ที่สะดวกสบายและไม่ซับซ้อน เป็นการท่องเที่ยวที่ต้องการดูแลอย่างใกล้ชิด รวมถึงการเดินทางที่สามารถเข้าถึงง่าย โรงแรมอาจต้องปรับกลยุทธ์การตลาดเพื่อเจาะกลุ่มลูกค้าเหล่านี้ โดยการใช้โซเชียลมีเดียและเทคโนโลยีในการเสนอบริการ รวมทั้งการให้ข้อมูลเกี่ยวกับโปรแกรมการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับแต่ละกลุ่มนักท่องเที่ยว

การส่งเสริมความร่วมมือกับภาคเอกชนและภาครัฐ โดยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐาน การสร้างอำนวยความสะดวก หรือการสร้างสถานที่ท่องเที่ยวที่สามารถรองรับนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียม เช่น งานเทศกาลท่องเที่ยวระดับโลกอย่าง เทศกาลสงกรานต์ เทศกาลลอยกระทง การสร้างแคมเปญการตลาดที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ หรือแม้กระทั่งการพัฒนาโปรแกรมท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับชุมชนท้องถิ่น เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและมีความรับผิดชอบต่อสังคม การทำงานร่วมกันระหว่างภาครัฐและภาคเอกชน จึงเป็นการเสริมสร้างความแข็งแกร่งให้กับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เติบโต และยังทำให้ประเทศไทยสามารถเป็นจุดหมายปลายทางที่มีความพร้อมและน่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียมจากทั่วโลก

บรรณานุกรม

- ณรงค์ฤทธิ์ สมบัติสมภพ. (2564). การท่องเที่ยวแบบหรูหราในประเทศไทย: การผสมผสานระหว่างความหรูหราและวัฒนธรรมท้องถิ่น. เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- วรพจน์ มานะกิจ. (2565). การท่องเที่ยวเชิงหรูหราและความยั่งยืน: ศึกษากรณีโรงแรมและรีสอร์ทระดับพรีเมียมในประเทศไทย. วารสารการท่องเที่ยวไทย, 28(2), 45-58
- วารภรณ์ สมหวังธนโรจน์. (2563). การบริการแบบส่วนตัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวแบบหรูหรากกรณีศึกษา ประเทศไทย. นครปฐม: มหาวิทยาลัยศิลปากร
- สมหมาย จันท์ทอง. (2564). บริการเฉพาะทางโรงแรมหรู: การสร้างคุณค่าให้ลูกค้า. วารสารการโรงแรมและการท่องเที่ยว, 8(1), 45-60
- สุชาติ ทองสุข. (2565). การบริการที่เป็นส่วนตัวในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวหรู. วารสารจัดการการบริการ, 6(2), 15-30
- สำนักงานส่งเสริมการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). แนวโน้มการท่องเที่ยวแบบหรูหราและความต้องการของนักท่องเที่ยวระดับพรีเมียม. วารสารการท่องเที่ยว 28(2), 28-34.
- Hornig, J.S. & Tsai, C.H. (2010). The Influence of Spa Service Quality on Customer Satisfaction and Behavioral Intention. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism*, 11(2), 189-205
- Sustainable Tourism International. (2020). Sustainable Practice in Luxury Hotels: The Future of Hospitality. Retrieved from Sustainable Tourism International

บทคัดย่อ

การแพร่กระจายของไวรัส COVID-19 ได้นำมาซึ่งการเปลี่ยนแปลงสำคัญในลักษณะการท่องเที่ยวของทุกคนทั่วโลก บทความนี้นำเสนอการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวหลังการแพร่ระบาด โดยเน้นถึงการปรับเปลี่ยนในการเลือกแหล่งทัศนอาจร ความสำคัญด้านมาตรการสุขอนามัยที่เพิ่มขึ้น และการใช้เทคโนโลยีในการตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคใหม่ พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการเลือกจุดหมายปลายทางที่มีมาตรการป้องกันที่เข้มงวด สถานที่ท่องเที่ยวที่เน้นธรรมชาติ และการใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มความปลอดภัยและความสะดวกสบายในการเดินทาง การวิเคราะห์นี้มีวัตถุประสงค์เพื่อเสนอแนวทางในการปรับตัวของผู้ประกอบการท่องเที่ยวและโรงแรมเพื่อรองรับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคหลังโควิด-19

คำสำคัญ : พฤติกรรมนักท่องเที่ยว, เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว, มาตรการด้านสุขอนามัย

Abstract

The spread of COVID-19 has brought significant changes to global travel behavior. This article presents an analysis and synthesis of information on post-pandemic tourist behavior trends, focusing on shifts in destination preferences, increased emphasis on hygiene measures, and the adoption of technology to meet the demands of modern tourists. The findings indicate that tourists prioritize destinations with strict preventive measures, nature-focused attractions, and the use of technology to enhance safety and convenience during travel. This analysis aims to provide recommendations for tourism and hospitality businesses to adapt to evolving tourist behavior in the post-COVID-19 era.

Keywords : Tourist Behavior, Travel Technology, Hygiene Measures

บทนำ

การระบาดของโรคโควิด-19 ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาได้เปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตของผู้คนทั่วโลก ไม่เพียงแต่ส่งผลกระทบต่อสุขภาพและเศรษฐกิจเท่านั้น แต่ยังส่งผลโดยตรงต่อพฤติกรรมและรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีมาอย่างยาวนาน ด้วยมาตรการล็อกดาวน์และการจำกัดการเดินทาง เมื่อสถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มบรรเทา ลง ความต้องการในการเดินทางและการพักผ่อนเริ่มฟื้นตัวขึ้น แต่นักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19 กลับเผยถึงการแปรเปลี่ยนทางพฤติกรรมอย่างเด่นชัด นักท่องเที่ยวเริ่มให้ความสำคัญกับความปลอดภัยและสุขอนามัยมากขึ้น การเลือกจุดหมายปลายทางและรูปแบบการท่องเที่ยวเปลี่ยนไปอย่างมาก โดยเฉพาะการให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติที่มอบความสงบสุข การหลีกเลี่ยงความแออัด และการเลือกสถานที่ที่สามารถหลีกเลี่ยงจากชีวิตประจำวันได้

ผลกระทบของโควิด-19 ต่อการท่องเที่ยว

ธุรกิจท่องเที่ยวและโรงแรมจำนวนมากจำเป็นต้องหยุดดำเนินการชั่วคราวหรือต้องปิดกิจการอย่างถาวร การสูญเสียรายได้จากการท่องเที่ยวมีอิทธิพลต่อเศรษฐกิจหลายประเทศ โดยเฉพาะประเทศที่พึ่งพาการท่องเที่ยวเป็นหลัก เช่น ไทย

การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวหลังโควิด-19

- **ความสำคัญของสุขอนามัยและความปลอดภัย** หลังโควิด-19 นักท่องเที่ยวมักให้ความสำคัญกับความสะอาดและสุขอนามัยของสถานที่ท่องเที่ยว ที่พัก และบริการต่าง ๆ มากขึ้น โดยเฉพาะสถานที่ที่มีมาตรการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยที่ชัดเจน เช่น การทำความสะอาดอย่างสม่ำเสมอและการเว้นระยะห่างทางสังคม (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)
- **การเลือกสถานที่ที่ใกล้ชิดธรรมชาติ** นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในแหล่งท่องเที่ยวที่มีความเป็นธรรมชาติ เช่น ป่าเขา ชายหาด หรือสวนสาธารณะมากขึ้น เพื่อหลีกเลี่ยงสถานที่แออัดและให้ความรู้สึกผ่อนคลายจากความเครียดในช่วงการแพร่ระบาด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)
- **การให้ความสำคัญกับการทัศนจรในประเทศ** หลายประเทศมีแนวโน้มการท่องเที่ยวในประเทศมากขึ้น เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเดินทางระหว่างประเทศ และนักท่องเที่ยวมักจะเลือกเดินทางใกล้ ๆ ที่สามารถไป-กลับได้ในระยะเวลาสั้น (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

บทบาทของเทคโนโลยีในยุคหลังโควิด-19

- **การจองที่พักและบริการออนไลน์** การใช้แพลตฟอร์มการจองออนไลน์เพื่อหลีกเลี่ยงการสัมผัสได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เทคโนโลยีนี้ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถจองและวางแผนการเดินทางได้สะดวก รวดเร็ว และปลอดภัย (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)
- **การใช้แอปพลิเคชันสำหรับสุขภาพ** นักท่องเที่ยวหลายคนเลือกที่จะใช้แอปพลิเคชันสำหรับติดตามสุขภาพ เช่น แอปที่บันทึกประวัติการฉีดวัคซีน การตรวจสอบสุขภาพ และการรายงานความปลอดภัยในสถานที่ท่องเที่ยว ซึ่งช่วยสร้างความมั่นใจให้กับผู้เดินทาง (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

- **บริการไร้สัมผัส** เพื่อความสะดวกและปลอดภัย โรงแรมและสถานที่ท่องเที่ยวหลายแห่งได้ปรับใช้เทคโนโลยีไร้สัมผัส เช่น การเช็คอินด้วยตนเองผ่านสมาร์ตโฟน การใช้กุญแจดิจิทัล และการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชัน เพื่อช่วยลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

แนวโน้มการท่องเที่ยวในอนาคต

- **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการดูแลสุขภาพจิต** นักท่องเที่ยวหันมาให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นสปา โยคะ การทำสมาธิ หรือการเดินป่า ซึ่งช่วยในการฟื้นฟูสภาพจิตใจและร่างกายหลังจากการเผชิญกับความเครียดจากการแพร่ระบาด (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

- **การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน** นักท่องเที่ยวเริ่มตระหนักถึงผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม มีความต้องการในการเดินทางที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การเลือกที่พักที่ยั่งยืน การใช้พาหนะที่ปล่อยก๊าซคาร์บอนต่ำ และการหลีกเลี่ยงกิจกรรมที่ส่งผลเสียต่อธรรมชาติ (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย, 2564)

สรุป

การระบาดของโรคโควิด-19 ได้ส่งผลกระทบต่ออย่างรุนแรงต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก โดยทำให้นักท่องเที่ยวต้องปรับตัวตามสถานการณ์ที่เกิดขึ้น หลังจากการแพร่ระบาดเรายังคงเห็นการปรับเปลี่ยนที่ชัดเจนในพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่มีต่อการเลือกสถานที่ท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทาง

นักท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด-19 ให้ความสำคัญกับสุขอนามัยและความปลอดภัยเป็นหลัก เลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีมาตรการด้านสุขอนามัยที่ชัดเจนและความปลอดภัยสูง อีกทั้งยังมีแนวโน้มที่จะเดินทางไปยังสถานที่ธรรมชาติ ซึ่งช่วยให้รู้สึกผ่อนคลายและหลีกเลี่ยงความแออัด นอกจากนี้ การใช้เทคโนโลยีกลายเป็นสิ่งสำคัญในการจองบริการต่าง ๆ ซึ่งช่วยเพิ่มความสะดวกสบายและความปลอดภัยให้กับนักท่องเที่ยว

ในอนาคตนักท่องเที่ยวยังจะมุ่งเน้นไปที่การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การเดินทางอย่างยั่งยืน และการเดินทางในกลุ่มเล็ก ๆ เพื่อให้สอดคล้องกับความต้องการด้านสุขอนามัยและสิ่งแวดล้อม การทำความเข้าใจในพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงนี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการและนักวางแผนสามารถปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ และรักษาความยั่งยืนของอุตสาหกรรมท่องเที่ยวในยุคหลังการระบาดใหญ่

ข้อเสนอแนะ

1. **ยกระดับมาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย** หน่วยงานและผู้ประกอบการควรพัฒนามาตรการสุขอนามัยเชิงรุก พร้อมรับรองมาตรฐานระดับสากล เช่น SHA (Safety and Health Administration) เพื่อสร้างความเชื่อมั่นให้แก่นักท่องเที่ยว

2. **ส่งเสริมการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน** ควรพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่ตอบสนองความสนใจในธรรมชาติและความสงบ โดยเน้นการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและสร้างความมีส่วนร่วมกับชุมชนท้องถิ่น

3. **ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในทุกกระบวนการ** ธุรกิจควรปรับใช้เทคโนโลยี เช่น ระบบการจองแบบไร้สัมผัส (contactless booking) การให้ข้อมูลผ่านแอปพลิเคชัน และการใช้ AI ในการตอบสนองความต้องการของลูกค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกและความมั่นใจในการเดินทาง

บรรณานุกรม

- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (10 กุมภาพันธ์ 2565). “ก่อสร้างสร้างฐานลูกค้า” การปรับตัวยุคหลังโรคระบาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว. <https://tatacademy.com/th/publish/articles/d034fe09-a328-420f-8a15-75b35f05a3f4?title=“ก่อสร้างสร้างฐานลูกค้า”การปรับตัวยุคหลังโรคระบาดของผู้ประกอบการท่องเที่ยว>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (21 กรกฎาคม 2564). การท่องเที่ยวในยุคหลังโควิด : สามขั้นตอนสู่สิ่งที่ดีกว่า. <https://tatacademy.com/th/publish/articles/a913dd73-6f35-4511-833e-50de13013818?title=การท่องเที่ยวในยุคหลังโควิดสามขั้นตอนสู่สิ่งที่ดีกว่า>
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (18 มีนาคม 2564). ตามติดบทสรุป 5 เทรนด์หลัก เมื่อวัคซีนโควิดช่วยพลิกวิกฤติท่องเที่ยวโลก. [https://tatacademy.com/th/publish/articles/303d6fc6-2e1b-441b-b059-cdc08a996154?title=ตามติดบทสรุป 5 เทรนด์หลัก เมื่อวัคซีนโควิดช่วยพลิกวิกฤติท่องเที่ยวโลก](https://tatacademy.com/th/publish/articles/303d6fc6-2e1b-441b-b059-cdc08a996154?title=ตามติดบทสรุป5เทรนด์หลักเมื่อวัคซีนโควิดช่วยพลิกวิกฤติท่องเที่ยวโลก)
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (15 เมษายน 2564). UNWTO เผยบทวิเคราะห์การท่องเที่ยวกับผลกระทบจากโควิด-19 : ปีที่ผ่านมาและอนาคต. [https://tatacademy.com/th/publish/articles/27644276-d780-4533-93a9-f2fe4eef358e?title=UNWTO เผยบทวิเคราะห์การท่องเที่ยวกับผลกระทบจากโควิด-19:ปีที่ผ่านมาและอนาคต](https://tatacademy.com/th/publish/articles/27644276-d780-4533-93a9-f2fe4eef358e?title=UNWTOเผยบทวิเคราะห์การท่องเที่ยวกับผลกระทบจากโควิด-19:ปีที่ผ่านมาและอนาคต)
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.). (1 กรกฎาคม 2565). 5 สไตล์การท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปหลังโควิด. <https://happy8workplace.thaihealth.or.th/articles/90>
- WorkpointTODAY (26 พ.ค. 2563). สัญลักษณ์ “SHA” มาตรฐานท่องเที่ยวปลอดภัยด้านสุขอนามัย. <https://workpointtoday.com/sha/>

ลักษณะองค์ประกอบของนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

CHARACTERISTICS OF CURRENT HEALTH TOURISM SERVICE INNOVATIONS

ฉัฐภาพร พีระเดชมนตรี

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : chatchadaphorn.peer@gmail.com

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ มีการเติบโตอย่างรวดเร็วส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ซึ่งในปัจจุบันลักษณะของนวัตกรรมบริการได้มุ่งเน้นการพัฒนาบริการที่สามารถสนองตอบความต้องการ ทำให้มีประสิทธิภาพในการปรับตัวกับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี จากการศึกษาข้อมูลพบว่าประเด็นที่เกี่ยวข้องมีลักษณะเกี่ยวข้องในด้านเทคโนโลยี ด้านนโยบาย และการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านพฤติกรรมและความต้องการ และการสร้างรายได้เปรียบเทียบในการแข่งขัน ส่งผลทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเกี่ยวกับการพัฒนามุ่งเพื่อมุ่งเน้นความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัว ความต้องการที่เฉพาะเจาะจงของนักท่องเที่ยว รวมถึงช่วยลดปัญหาความไม่สะดวกในระหว่างการเดินทาง เผชิญกับความท้าทายหลายประการ ผลจากการนำเทคโนโลยีไปใช้ ส่งผลถึงความปลอดภัยของข้อมูลส่วนบุคคล ข้อจำกัดด้านทรัพยากร การปรับตัวของบุคลากร และการรักษาความยั่งยืน

คำสำคัญ : นวัตกรรม, การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การบริการ

Abstract

Health tourism has gained more and more attention and is growing rapidly, resulting in changes in consumer behavior. Currently, the nature of service innovation focuses on developing services that can respond to needs, making them efficient in adapting to situations and changes in technology. The study found that the relevant issues are related to technology, policy and government support, behavior and demand, and creating competitive advantages. This has resulted in changes in development aimed at focusing on comfort, privacy, specific needs of tourists, and reducing inconveniences during travel, facing many challenges. The implementation of technology impacts personal data security, resource constraints, personnel adaptation, and sustainability.

Keywords : Innovation, Health tourism, Service

บทนำ

ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้รับความสนใจมากขึ้นเรื่อย ๆ โดยมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว เนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภค ในการดูแลสุขภาพและพัฒนาคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น อุตสาหกรรมนี้ประกอบด้วยการท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับบริการสุขภาพ เช่น การแพทย์ทางเลือก, การทำสปา, และการฟื้นฟูสุขภาพที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมมีสภาพร่างกายและจิตใจที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น (Chen et al., 2020) ในสภาพของการเปลี่ยนแปลงและการแข่งขันสูงให้นวัตกรรม (Innovation) เข้ามามีส่วนช่วยสร้างประสบการณ์ที่มีเอกลักษณ์และทันสมัยให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การให้คำปรึกษาสุขภาพผ่านออนไลน์ (Telemedicine) การดูแลสุขภาพส่วนบุคคล การนำเทคโนโลยีที่ทันสมัยมาช่วยยกระดับคุณภาพการบริการให้กับนักท่องเที่ยว (Connell, 2011) ช่วยอำนวยความสะดวกในการจัดการ การสร้างมาตรฐานการบริการ ให้สอดคล้องกับกับความคาดหวังให้มีประสิทธิภาพ (Voigt & Pforr, 2014)

การศึกษาครั้งนี้มุ่งวิเคราะห์ลักษณะของนวัตกรรมในการให้บริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในปัจจุบัน โดยเน้นการสำรวจและวิเคราะห์ประเภทของนวัตกรรมในด้านการให้บริการ ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อนวัตกรรมในอุตสาหกรรมนี้ รวมถึงตัวอย่างและผลกระทบที่เกิดจากนวัตกรรมต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ บทความนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาทของนวัตกรรมในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ และแนะนำแนวทางที่สามารถพัฒนาและสนับสนุนการสร้างสรรค่นวัตกรรมในอนาคต

นวัตกรรม (Innovation) หมายถึง กระบวนการคิดค้นและปรับปรุงวิธีการใหม่ ๆ เพื่อเพิ่มคุณค่าหรือประสิทธิภาพในการผลิตหรือให้บริการ การพัฒนาเทคโนโลยีตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป (Schumpeter, 1934) การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพเป็นรูปแบบการเดินทางโดยมีเป้าหมายรับบริการดูแลสุขภาพเสริมสุขภาพ ครอบคลุมทั้งการบริการทางการแพทย์ การดูแลสุขภาพเชิงป้องกัน และการฟื้นฟูสุขภาพ (Hall, 2011) เช่น การรักษาเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) และการส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) การสร้างประสบการณ์สุขภาพให้กับนักท่องเที่ยว (Smith & Kelly, 2006) ความเป็นอยู่ที่ดีทางกายภาพและจิตใจเข้ากับการเดินทาง ตามความต้องการของนักท่องเที่ยว (Lee & Fernando, 2021) ซึ่งนวัตกรรมในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism Innovation) มีนวัตกรรมด้านกระบวนการ ด้านเทคโนโลยี และด้านการให้บริการเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะบุคคล (Connell, 2011) การพัฒนานวัตกรรมในด้านนี้จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญในการเพิ่มมูลค่าให้กับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในอุตสาหกรรม

ลักษณะของปัจจัยที่มีความเกี่ยวข้องกับนวัตกรรมบริการที่ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการส่งเสริมการตลาดท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาบริการให้มีความสอดคล้องกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว สนองตอบความต้องการท่องเที่ยว เพื่อให้บริการที่มีประสิทธิภาพโดยการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ได้รับการยอมรับ ความสะดวกและเข้าถึงบริการด้านสุขภาพรวดเร็วและปลอดภัย (Farahani et al., 2022; Santos-Roldán et al., 2020) การใช้แนวคิดของความยั่งยืนที่รักษาสภาพแวดล้อม สถานบริการและที่พักเชิงสุขภาพหลายแห่งได้ลงทุนในการพัฒนาพื้นที่ที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม วัสดุที่ยั่งยืน และนำระบบพลังงานหมุนเวียนมาใช้ และผลกระทบต่อสภาพแวดล้อม (Kim & Kim, 2020) การรับรู้ภาพลักษณ์ที่ดีในบริบทของ

นักท่องเที่ยว (Lestari et al., 2021) การใช้ข้อมูลและเทคโนโลยี AI ในการวิเคราะห์และปรับปรุงบริการ (AI and Data Analytics) เป็นอีกหนึ่งลักษณะสำคัญของนวัตกรรมบริการเชิงสุขภาพ เพื่อพัฒนาโปรแกรมสุขภาพที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสูงสุด (Heo & Lee, 2022) นวัตกรรมบริการในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ส่งเสริมและสร้างประสบการณ์ที่เหมาะสมและปลอดภัย รวมถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมและสร้างความยั่งยืน ส่งผลให้นวัตกรรมมีบทบาทสำคัญในการเพิ่มคุณค่าให้กับนักท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมโดยรวม (Gössling & Higham, 2021)

ปัจจัยที่ส่งเสริมการนำนวัตกรรมมาใช้ในการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Factors Promoting Innovation Adoption in Health Tourism Industry) ได้มีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยต่างๆ ที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยว อาทิ ปัจจัยด้านเทคโนโลยี (Technological Factors) ซึ่งมีบทบาทสำคัญ การปรับปรุงรูปแบบการให้บริการ การพัฒนาระบบเทคโนโลยีสารสนเทศทางการแพทย์ (Telemedicine) และปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence, AI) ช่วยให้บริการด้านสุขภาพเข้าถึงได้ง่ายและมีประสิทธิภาพมากขึ้น ปัจจัยด้านนโยบายและการสนับสนุนจากภาครัฐ (Policy and Government Support) มีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานและการออกกฎระเบียบที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม (Kim & Kim, 2020) การสนับสนุนงบประมาณในการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐาน เช่น การปรับปรุงเครือข่ายอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงและระบบดิจิทัลอื่น ๆ ในการให้บริการเชิงสุขภาพ (Santos-Roldán et al., 2020) ปัจจัยด้านพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภค (Consumer Behavior and Demand) ส่งเสริมให้ผู้ประกอบการพัฒนานวัตกรรมใหม่ๆ ที่สามารถตอบสนองความคาดหวัง รวมถึงการพักผ่อนและการฟื้นฟูทางกายภาพและจิตใจ (Chua et al., 2021) ปัจจัยการสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน (Competitive Advantage) นำเสนอประสบการณ์ที่เป็นเอกลักษณ์และบริการที่หลากหลายให้ผู้ประกอบการนำมาใช้ในการสร้างความได้เปรียบ (Heo & Lee, 2022) การพัฒนาและสร้างความยั่งยืนการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในระยะยาว (Gössling & Higham, 2021)

แนวโน้มของนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคต (Future Trends in Health Tourism Service Innovation) มุ่งเน้นความสะดวกสบาย ความเป็นส่วนตัว สนองตอบความต้องการ การพัฒนาเครือข่ายเทคโนโลยีให้มีความทันสมัย และพฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลง การส่งเสริมและปรับปรุงอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ อาทิ ด้านกายภาพและจิตใจของนักท่องเที่ยว รวมถึงด้านสิ่งแวดล้อม (Heo & Lee, 2022) โดยการใช้ปัญญาประดิษฐ์มาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล (Artificial Intelligence and Data Analytics) ช่วยปรับปรุงบริการเพื่อให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว การใช้ AI ในการปรับปรุงการสื่อสารและการให้ข้อมูลที่รวดเร็ว เช่น Chatbot และระบบผู้ช่วยเสมือน ซึ่งสามารถให้ข้อมูลและคำแนะนำการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้อย่างรวดเร็วและตรงประเด็น (Farahani et al., 2022) การช่วยให้นักท่องเที่ยวได้สัมผัสประสบการณ์เสมือนจริงก่อนการเดินทาง (Kim & Kim, 2020) อุปกรณ์สวมใส่ด้านสุขภาพ (Wearable Health Devices) ใช้ในการปรับปรุงบริการตามความต้องการเฉพาะบุคคลได้ (Li et al., 2021) มุ่งเน้นการพัฒนาที่สอดคล้องกับความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ความยั่งยืน และการตอบสนองต่อความต้องการด้านสุขภาพของนักท่องเที่ยวอย่างครบถ้วน ทำให้อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพยังคงเติบโตและเป็นที่ต้องการในตลาดโลกต่อไป (Heo & Lee, 2022) ในอนาคตนำการใช้เทคโนโลยี ในรูปแบบ

ปัญญาประดิษฐ์และข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) มาใช้เป็นข้อมูลในการวิเคราะห์พฤติกรรมลูกค้าและปรับปรุงการให้บริการ (Tuzunkan et al., 2023) ให้มีความเหมาะสมกับความต้องการผู้ใช้บริการ เช่น การจัดทำโปรแกรมสุขภาพที่เฉพาะเจาะจงสำหรับกลุ่มอายุต่าง ๆ หรือกลุ่มผู้ที่มีโรคประจำตัว (Tsiotsou, 2020) ความยั่งยืนในบริการสุขภาพร่วมกับการรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืน ผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีความจำเป็นต้องปรับตัวให้เข้ากับสภาพสังคมและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว (Becker et al., 2022) การให้บริการทางการแพทย์ทางไกล ทำให้ผู้คนเริ่มหันมาใช้บริการทางการแพทย์ทางไกลมากขึ้น (Bashshur et al., 2020) เพื่อความสะดวกและการกระบวนกรให้บริการที่รวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัย เป็นการเพิ่มประสิทธิภาพการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

ผลกระทบของนวัตกรรมบริการต่อประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Impacts of Service Innovation on Health Tourism Experience) ระบบเทคโนโลยีดิจิทัล นวัตกรรมเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริการ พัฒนาประสบการณ์ ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยว ลดปัญหาความไม่สะดวกในระหว่างการเดินทาง (Farahani et al., 2022) การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับสุขภาพและพฤติกรรมการใช้บริการช่วยให้ผู้ประกอบการออกแบบบริการให้สอดคล้องกับความต้องการและความสนใจของนักท่องเที่ยวแต่ละราย (Kim & Kim, 2020) สามารถตอบคำถามและให้คำปรึกษาด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพได้ทันทีเมื่อมีข้อสงสัย การสื่อสารที่รวดเร็วและตอบสนองได้รวดเร็ว สร้างความใจให้นักท่องเที่ยว การสื่อสารที่ชัดเจนรวดเร็วมีความสำคัญอย่างยิ่ง (Chua et al., 2021) AR ยังสามารถช่วยสร้างประสบการณ์ที่สร้างสรรค์และน่าตื่นเต้น เช่น การแสดงผลข้อมูลเสริมในสถานที่ท่องเที่ยวหรือการให้คำแนะนำเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพแบบโต้ตอบได้ (Heo & Lee, 2022) การใช้นวัตกรรมช่วยสร้างความสะดวก ช่วยเพิ่มความเชื่อมั่นและความสุขในระหว่างการเดินทาง ทำให้การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพกลายเป็นประสบการณ์ที่มีคุณค่าทั้งทางกายภาพและจิตใจ (Farahani et al., 2022)

กรณีศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Case Studies on Service Innovation in Health Tourism) ช่วยให้เข้าใจถึงแนวทางการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จ เห็นถึงกลยุทธ์ที่หลากหลายและวิธีการที่เป็นนวัตกรรมตอบสนองความต้องการนักท่องเที่ยวด้านสุขภาพที่ดีขึ้น การใช้เทคโนโลยีในบริการสุขภาพที่ กรณีของ Bali, ในประเทศอินโดนีเซีย เป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่มีชื่อเสียงในด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ โดยเฉพาะการใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยในการให้บริการสุขภาพ อาทิ การติดต่อใช้บริการล่วงหน้า การเข้าถึงข้อมูล และการฟื้นฟู ในโรงแรมและรีสอร์ทหลายแห่งได้มีการใช้แอปพลิเคชัน ในการให้บริการที่มีความเป็นส่วนตัวมากขึ้น เช่น การแนะนำโปรแกรมสุขภาพที่ตรงตามความต้องการของนักท่องเที่ยว การให้บริการแพทย์ทางไกล การให้คำปรึกษาด้านสุขภาพ (Kustanti et al., 2022) นอกจากนี้ยังมีการพัฒนาหลักสูตรการฝึกอบรมสำหรับพนักงานเพื่อเพิ่มทักษะในการให้บริการสุขภาพที่มีคุณภาพ ทำให้ Bali สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการการดูแลสุขภาพที่หลากหลายและครบวงจร การใช้เครื่องมือทางการตลาด อาทิ สื่อโซเชียลได้อย่างมีประสิทธิภาพเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวเช่น Instagram และ Facebook โดยรีสอร์ทและศูนย์สุขภาพในประเทศไทย ได้มีการนำเสนอข้อมูลและภาพที่น่าสนใจเกี่ยวกับบริการและโปรแกรมสุขภาพผ่านสื่อ สร้างความน่าสนใจและดึงดูดกลุ่มเป้าหมาย (Nguyen et al., 2022) การใช้รีวิวจากลูกค้าและ

การจัดโปรโมชั่นผ่านแพลตฟอร์มเหล่านี้ช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและสร้างชุมชนออนไลน์ที่สนใจในบริการสุขภาพ ทำให้สามารถเข้าถึงลูกค้าได้มากขึ้น

กรณีศึกษาเกี่ยวกับนวัตกรรมบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เป็นแนวทางที่มีความคิดสร้างสรรค์ และประสิทธิภาพในการให้บริการด้านสุขภาพ กรณีโรงพยาบาลบำรุงราษฎร์ มีชื่อเสียง ด้านการแพทย์ มีการพัฒนาบริการ การใช้เทคโนโลยีการปรับปรุงการบริการเช่น การใช้แพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจองนัดหมาย การเข้าถึงข้อมูลสุขภาพ และการให้คำปรึกษาแบบออนไลน์ (Wongkit et al., 2021) กรณีเทคโนโลยีในบริการสุขภาพที่สปาในกรุงเทพฯ มีการนำนวัตกรรมทางเทคโนโลยี เพื่อปรับปรุงการให้บริการ เช่น การใช้แอปพลิเคชันสำหรับการจองบริการ การนำเสนอโปรแกรมสุขภาพที่หลากหลายตามความต้องการของลูกค้า (Tanjung et al., 2021) การใช้การตลาดดิจิทัล เพื่อเพิ่มการเข้าถึงและสร้างการมีส่วนร่วมจากลูกค้า โดยการแสดงรีวิวและประสบการณ์ของลูกค้าผ่านแพลตฟอร์มต่าง ๆ ซึ่งเป็นการสร้างความน่าเชื่อถือและกระตุ้นให้เกิดการจองบริการมากขึ้น การนำเทคโนโลยีและการบูรณาการการแพทย์แผนไทยเข้ากับการแพทย์แผนปัจจุบัน รูปแบบการบริการใหม่ที่มีคุณค่าตรงความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สรุป

นวัตกรรมบริการ ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในลักษณะของการนำเทคโนโลยี ข้อมูลต่างๆ ที่เกี่ยวข้องมาวิเคราะห์ เพื่อให้เกิดรูปแบบการให้บริการที่สนองตอบความต้องการของนักท่องเที่ยว ซึ่งจากการศึกษาส่งผลให้เห็นถึงองค์ประกอบบริการ การบริการ เครื่องมือทางการตลาด ที่ได้มีการสอดแทรกเอาเทคโนโลยี นวัตกรรมบริการต่าง มาใช้ในการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวเพิ่มประสิทธิภาพ การให้บริการ และพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันให้เกิดการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนต่อไป **ข้อค้นพบสำคัญ** เกี่ยวกับรูปแบบเทคโนโลยี เช่น ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาใช้ในบริการสุขภาพเพิ่มประสิทธิภาพ เพิ่มความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยว ความเป็นส่วนตัว ตรงความคาดหวังของนักท่องเที่ยว สร้างความพึงพอใจและสร้างประสบการณ์ที่มีคุณค่าต่อผู้ใช้บริการ และความร่วมมือระหว่างผู้ให้บริการ พัฒนาศักยภาพการบริการ

ข้อเสนอแนะ

ควรจัดให้มีการศึกษาเพิ่มเติม ประเด็นผลกระทบที่เกิดจากการใช้เทคโนโลยีในบริการการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงความพึงพอใจของลูกค้าและผลลัพธ์ด้านสุขภาพ การศึกษาเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเพื่อพัฒนานวัตกรรมบริการที่ตรงตามความต้องการมากยิ่งขึ้น การพัฒนานวัตกรรมในการบริการ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพในอนาคตจะต้องอิงจากการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในความต้องการของนักท่องเที่ยว และสถานการณ์โลกที่มีการพัฒนาอย่างรวดเร็ว การวิจัยเพิ่มเติมในด้านต่าง ๆ จะช่วยเพิ่มความเข้าใจและการประยุกต์ใช้นวัตกรรมในการให้บริการอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

บรรณานุกรม

- Bashshur, R. L., Shannon, G. W., Krupinski, E. A., & Grigsby, J. (2020). The role of telehealth in the delivery of health care services during the COVID-19 pandemic. *Telemedicine and e-Health*, 26(8), 435-442.
- Becker, M., Voigt, A., & Trechsel, D. (2022). Sustainable health tourism: The challenges and opportunities for practitioners. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100973.
- Chen, J. S., Liu, M., & Li, S. (2020). Health tourism in the age of COVID-19: A new perspective on wellness. *Journal of Travel Research*, 59(5), 701-713.
- Chua, B.-L., Al-Ansi, A., Lee, M. J., & Han, H. (2021). Tourists' outbound travel behavior in the pandemic: Integrating fear, risk perception and travel constraints. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 47, 145-153.
- Connell, J. (2011). Medical tourism: Sea, sun, sand and... surgery. *Tourism Management*, 32(6), 1002-1010.
- Farahani, B., Firouzi, F., & Chang, V. (2022). Healthcare 4.0: A review of front-end, back-end, and architecture design. *IEEE Access*, 10, 106056-106081.
- Gössling, S., & Higham, J. (2021). The low-carbon imperative: Destination decarbonization. *Journal of Sustainable Tourism*, 29(5), 781-798.
- Hall, C. M. (2011). Health and medical tourism: A kill or cure for global public health? *Tourism Review*, 66(1/2), 4-15.
- Heo, C. Y., & Lee, S. (2022). Artificial intelligence in health tourism: Insights into recent applications, trends, and challenges. *Tourism Management*, 93, 104589.
- Kim, S., & Kim, J. (2020). Promoting wellness and sustainable tourism: A case of visitors to wellness tourism destinations in South Korea. *Sustainability*, 12(7), 2956.
- Kustanti, L., Lestari, A., & Syahrial, M. (2022). Digital transformation in health tourism: The case of Bali. *International Journal of Tourism and Hospitality Research*, 36(2), 125-140.
- Lee, S., & Fernando, Y. (2021). Effects of the COVID-19 pandemic on the health tourism sector. *Tourism Review*, 76(3), 432-445.
- Lestari, W., Sukandiarno, D., & Mahendrawathi, E. R. (2021). Sustainable health tourism: Leveraging community involvement for ecological and socio-economic benefits. *Journal of Tourism and Sustainability*, 9(1), 55-67.
- Li, J., Ma, E., & Qu, H. (2021). Personalized wellness tourism experience: Developing and validating a scale. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1331-1348.

- Nguyen, T. T. H., Lee, J. Y., & Kim, Y. J. (2022). Social media marketing in health tourism: An analysis of the use of social media platforms by health tourism destinations. *Journal of Tourism and Services*, 13(23), 1-15.
- Santos-Roldán, L., Berbel-Pineda, J. M., Palacios-Florencio, B., & Palacios-Florencio, A. (2020). Wellness tourism: A new perspective for a sustainable tourism development. *Sustainability*, 12(22), 9113.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*. Harvard University Press.
- Smith, M., & Kelly, C. (2006). Wellness tourism. *Tourism Recreation Research*, 31(1), 1-4.
- Tanjung, Y. R., Sari, N. N., & Sudiro, H. (2021). The impact of digital marketing on health tourism services in Bangkok. *Journal of Marketing Research and Case Studies*, 2021, Article ID 887270.
- Tsiotsou, R. (2020). Personalization and the role of data in health tourism: A consumer perspective. *Journal of Business Research*, 109, 502-510.
- Tuzunkan, D., Ceylan, R., & Arkan, G. (2023). Artificial intelligence applications in health tourism: A study of user experiences. *International Journal of Health Management*, 8(1), 12-28.
- Voigt, C., & Pforr, C. (Eds.). (2014). *Wellness tourism: A destination perspective*. Routledge.
- Wongkit, W., Niyomdee, W., & Tanpowpong, A. (2021). Integration of traditional Thai medicine in health tourism services: Case study of Bumrungrad International Hospital. *Journal of Tourism and Cultural Change*, 19(2), 168-183.

บทความวิชาการ

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์
ในโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทย

Expectations of Foreign Tourists towards Medical Tourism in
Private Hospitals in Thailand

Myint Moe Thein

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

Email : 66230169@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ในยุคที่การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์กำลังได้รับความนิยมมากขึ้น ความคาดหวัง และปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวต่างชาติ จึงเป็นสิ่งที่สถานพยาบาลเอกชนในไทยต้องให้ความสำคัญ ก่อนโควิด-19 ไทยถือเป็นผู้นำตลาด Medical Tourism ในเอเชีย จำนวน Medical Tourism ที่มาในไทย โดยเฉพาะกลุ่มที่มาตรวจเช็คสุขภาพ ศัลยกรรมความงาม ทันตกรรม ผ่าตัดกระดูกและหัวใจมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น สร้างรายได้ค่ารักษาพยาบาลให้กับธุรกิจโรงพยาบาลเอกชนไม่ต่ำกว่าปีละ 39,000 ล้านบาท คิดเป็นสัดส่วนราว 24% ของรายได้โรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด แต่ปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ (Medical Tourism) ได้กลายเป็นทางเลือกที่กำลังถูกพูดถึงในกลุ่มนักท่องเที่ยวต่างชาติที่ต้องการการรักษาพยาบาลและบริการด้านสุขภาพ คุณภาพสูงที่มีต้นทุนต่ำกว่าประเทศของตนเอง ประเทศไทยเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางสำคัญสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เนื่องจากมีชื่อเสียงในด้านการแพทย์ที่ได้มาตรฐาน บริการคุณภาพ และค่าใช้จ่ายที่สามารถเข้าถึงได้ บทความนี้มุ่งเน้นศึกษาความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย เพื่อเข้าใจปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย อีกทั้งในช่วงที่ผ่านมา ประเทศไทยได้รับความสนใจจากนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ทั่วโลก เนื่องจากมีบริการทางการแพทย์ที่ได้มาตรฐานระดับสากล และค่าใช้จ่ายในการรักษาในโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทยมีค่าใช้จ่ายที่สมเหตุสมผลเมื่อเทียบกับประเทศพัฒนาแล้ว และภาคเอกชนของไทยยังได้มีการลงทุนในเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยและสิ่งอำนวยความสะดวกในโรงพยาบาลเพื่อดึงดูดกลุ่มนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์อย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในสาขาการแพทย์เฉพาะทาง เช่น ศัลยกรรมความงาม การรักษาทางทันตกรรม การรักษาภาวะมีบุตรยาก การตรวจสุขภาพ และการบำบัดทางการแพทย์แบบอื่นอีกด้วย รวมถึงมีนโยบายสนับสนุนจากรัฐบาลเพื่อยกระดับให้ไทยเป็นศูนย์กลางการแพทย์และสุขภาพของเอเชีย โดยตั้งเป้าหมายให้การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จะเป็นหนึ่งในอุตสาหกรรมหลักสำคัญที่จะเป็นตัวช่วยในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศต่อไป

การศึกษานี้จึงเห็นความสำคัญในการเสริมสร้างความเข้าใจในความต้องการและความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ต่อโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย ซึ่งความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในโรงพยาบาลเอกชนของประเทศไทยมีความหลากหลายและเชื่อมโยงกับหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับคุณภาพของบริการทางการแพทย์และประสบการณ์โดยรวมในฐานะนักท่องเที่ยว ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของคุณภาพและมาตรฐานในการรักษา อีกในทั้งเรื่องของความคุ้มค่าในราคาที่ต้องจ่าย เพื่อแลกกับการบริการที่ครอบคลุมและได้รับความสะดวกสบาย การตอบสนองต่อความคาดหวังเหล่านี้ไม่เพียงช่วยเพิ่มความพึงพอใจให้กับผู้ป่วยต่างชาติ แต่ยังช่วยเสริมภาพลักษณ์ของประเทศไทยในฐานะจุดหมายปลายทางระดับโลกสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย ซึ่งจะช่วยให้โรงพยาบาลเอกชนสามารถพัฒนาและปรับปรุงบริการให้ตรงตามความต้องการของตลาดโลก ทั้งนี้ยังส่งผลในการเพิ่มศักยภาพให้กับประเทศไทยในฐานะศูนย์กลางการท่องเที่ยวงานด้านสุขภาพระดับนานาชาติได้ในอนาคต

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์, โรงพยาบาลเอกชน, ความคาดหวัง

Abstract

In the era of rising medical tourism, the expectations and key decision-making factors of international tourists have become paramount for private hospitals in Thailand. Before the COVID-19 pandemic, Thailand was a leading medical tourism destination in Asia. The number of medical tourists coming to Thailand, particularly for health check-ups, cosmetic surgery, dentistry, and orthopedic and cardiac surgery, showed an upward trend, generating medical revenue for private hospitals of no less than 39 billion baht per year, accounting for approximately 24% of the total revenue of private hospitals. However, medical tourism has now become an increasingly popular option among international tourists seeking high-quality medical care and healthcare services at a lower cost than in their home countries. Thailand is a major destination for medical tourism due to its reputation for standardized medical care, quality services, and affordable costs. This article aims to study the expectations of international tourists towards private hospitals in Thailand to understand the factors influencing their decisions to choose private hospitals in Thailand. Furthermore, in recent years, Thailand has attracted the attention of medical tourists worldwide due to its internationally standardized medical services and reasonable costs of treatment in private hospitals compared to developed countries. Thailand's private sector has also invested in modern medical technology and hospital facilities to continuously attract medical tourists, especially in specialized medical fields such as cosmetic surgery, dental care, infertility treatment, health

check-ups, and other medical therapies. Additionally, there are government policies to support Thailand's elevation to become a medical and health hub in Asia, with the goal of making medical tourism one of the key industries to stimulate the country's economy.

This study highlights the importance of understanding the needs and expectations of international medical tourists towards private hospitals in Thailand. The expectations of international medical tourists towards private hospitals in Thailand are diverse and linked to various factors related to the quality of medical services and overall experience as a tourist, including the quality and standards of treatment and the value for money paid in exchange for comprehensive and convenient services. Meeting these expectations not only enhances the satisfaction of foreign patients but also strengthens Thailand's image as a world-class destination for medical tourism, enabling private hospitals to develop and improve their services to meet the demands of the global market. This will also enhance Thailand's potential as an international medical tourism hub in the future.

Keywords : Medical Tourism, Private Hospitals, Expectations

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในปัจจุบัน เป็นการท่องเที่ยวอีกหนึ่งประเภทที่เป็นตัวช่วยในการดึงดูดให้ชาวต่างชาติเข้ามาในประเทศไทย และประเทศไทยก็มีโรงพยาบาลทั้งรัฐและเอกชนที่มีความพร้อมในด้านต่างๆ ในการดูแลนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์สร้างรายได้เข้าประเทศไม่ต่ำกว่าปีละ 39,000 ล้านบาท คิดเป็น สัดส่วน 24% ของรายได้โรงพยาบาลเอกชนทั้งหมด (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564) ซึ่งยังคงมีแนวโน้มและความนิยมมาตลอดจนถึงปัจจุบัน เนื่องจากประเทศไทยเป็นอีกหนึ่งประเทศที่มีบริการทางการแพทย์ที่ได้รับการยอมรับและมีค่าใช้จ่ายที่เหมาะสม และยังมีความเด่นในด้านการแพทย์ที่ได้มาตรฐานระดับสากลและการบริการที่มีคุณภาพ โดยนักท่องเที่ยวอาจมองจากเรื่องของค่าใช้จ่ายที่ไม่สูงมากเมื่อเทียบกับการรักษาในประเทศของตนเอง ซึ่งทำให้เป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการการรักษาที่มีคุณภาพในราคาที่คุ้มค่า และประเทศไทยก็ยังมีบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาต่างๆ ทำให้โรงพยาบาลในไทยหลายแห่งทั้งเอกชนและรัฐบาลมีชื่อเสียงในด้านการให้บริการที่มีคุณภาพ รวมไปถึงเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัย ที่ช่วยให้การรักษามีความปลอดภัย แม่นยำ และมีประสิทธิภาพสูง เช่น การใช้หุ่นยนต์หรือการส่องกล้องในการผ่าตัด การใช้เทคโนโลยีการสแกนที่ทันสมัยและการบริการที่ครบวงจร ทั้งการรักษาพยาบาล การดูแลสุขภาพ รวมถึงบริการสิ่งอำนวยความสะดวกที่รองรับการพักผ่อน เช่น ห้องพักที่สะดวกสบาย การดูแลอย่างดีจากเจ้าหน้าที่ของทางโรงพยาบาลเอกชน โดยการบริการด้านสุขภาพที่ได้รับการยอมรับในกลุ่มนักท่องเที่ยว ชาวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย คือ การเข้ารับบริการตรวจสุขภาพ (Health Check Up) คิดเป็นร้อยละ 17.5 ของจำนวนนักท่องเที่ยวท่องเที่ยวเชิง

การแพทย์ทั้งหมด รองลงมาได้แก่การศัลยกรรมความงาม คิดเป็นร้อยละ 14.1 การทำทันตกรรม คิดเป็นร้อยละ 11.3 การทำศัลยกรรมกระดูก คิดเป็นร้อยละ 10.5 การผ่าตัดหัวใจ คิดเป็นร้อยละ 6.8 และอื่นๆ คิดเป็นร้อยละ 39.8 ตามลำดับ (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2561) นอกจากนั้น การเดินทางมายังประเทศไทย ยังเป็นการเดินทางที่สะดวกและมีเที่ยวบินระหว่างประเทศจากหลายจุดทั่วโลก ซึ่งประเทศไทยก็ได้มีการพรีวีซ่าให้กับนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศในการเข้ามาเที่ยว พักผ่อน ทำให้การมารักษาพยาบาลในไทยไม่ยาก ทั้งปัจจุบันก็มีอีกหนึ่งอาชีพที่จะทำหน้าที่ติดต่อประสานงานระหว่างโรงพยาบาลและบริษัททัวร์หรือเอเจนซีที่ช่วยจัดการเรื่องการเดินทางและการจองโรงพยาบาล และในโรงพยาบาลที่มีนักท่องเที่ยวรวมไปถึงชาวต่างชาติที่เข้ามาทำงานหรือศึกษาต่อ จะมีบริการล่ามภาษาต่าง ๆ เพื่อเป็นผู้ช่วยในการสื่อสารระหว่างคนไข้และหมอเพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ถูกต้องและตรงกันมากที่สุด เช่น ภาษาอังกฤษ ภาษาจีน ภาษาญี่ปุ่น ภาษาเกาหลี ภาษาเมียนมา ภาษาฝรั่งเศส ภาษามลายูและภาษาอื่น ๆ อีกมากมาย เพื่อเป็นการเตรียมความพร้อมในการให้บริการลูกค้ากลุ่มนี้อีกด้วย ประโยชน์อีกหนึ่งอย่างที่เห็นได้ชัดเจน คือ นักท่องเที่ยวสามารถรวมการรักษาพยาบาลเข้ากับการพักผ่อนในประเทศไทยได้ โดยหลังจากการรักษาเสร็จสิ้น พวกเขาสามารถเที่ยวชมสถานที่ท่องเที่ยวที่มีชื่อเสียงของไทยได้ เช่น ชายหาดที่สวยงาม หรือวัดและแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปัจจุบันเหล่านี้เป็นแรงกระตุ้นที่สามารถบ่งชี้ได้ว่า กลุ่มธุรกิจการดูแลสุขภาพเป็นอย่างดียังสามารถขยายตัวและเติบโตขึ้นได้อีกมากในอนาคต (บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์, 2563) ทั้งหมดนี้จึงเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้ผู้เขียนบทความนี้เห็นว่า หากโรงพยาบาลเอกชนของไทยทราบความคาดหวังและความต้องการของกลุ่มนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ จะเป็นส่วนช่วยในการเตรียมความพร้อมในการให้บริการและจะทำให้ประเทศไทยกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกมาใช้บริการโรงพยาบาลเอกชนในด้าน การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากยิ่งขึ้น

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทย

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์เป็นคำที่บริษัทท่องเที่ยวและสื่อมวลชนใช้เรียกเพื่ออธิบาย ปรากฏการณ์การเดินทางข้ามประเทศเพื่อรับบริการด้านสุขภาพต่าง ๆ (Connell, 2011) การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ หรือ Medical Tourism หมายถึง การเดินทางข้ามประเทศเพื่อเดินทางไปท่องเที่ยวตามสถานที่ต่างๆ และในขณะเดียวกันก็มีจุดมุ่งหมายอื่นร่วมอยู่ด้วยก็คือ ถึงการเดินทางไปเพื่อรับบริการทางการแพทย์ และการรักษาเกี่ยวกับสุขภาพ

ในการจัดอันดับ Medical Tourism Index (MTI) 2020-2021 Global Destination จัดทำโดย International Healthcare Research Center ยกให้อุตสาหกรรม Medical Tourism ของไทยอยู่ในอันดับที่ 5 จากทั้งหมด 46 ประเทศ (ไทยพาณิชย์, 2565) ซึ่งประเทศไทยได้รับการยกย่องให้เป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ชั้นนำของโลก โดยมีจุดเด่นหลายประการ ทั้งในเรื่องความเชี่ยวชาญทางการแพทย์ ประเทศไทยมีแพทย์และบุคลากรทางการแพทย์ที่มีความเชี่ยวชาญในระดับสากล โรงพยาบาลเอกชนและคลินิกชั้นนำมีเทคโนโลยีและอุปกรณ์ทางการแพทย์ที่ทันสมัย การรักษาพยาบาลมีมาตรฐานสูงและได้รับการรับรองในระดับนานาชาติ อีกทั้งค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่าในการรักษาพยาบาลในประเทศไทยมีราคาที่เหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพการดูแลและสามารถให้บริการในหลายภาษา ทำให้นักท่องเที่ยวเชื่อมั่นและสนใจเข้ามาใช้บริการ พร้อมกันนี้

นักท่องเที่ยวยังสามารถรับการรักษาร่วมกับการพักผ่อนในสถานที่ท่องเที่ยวอดนียม ค่าใช้จ่ายด้านที่พักและอาหารก็มีความคุ้มค่าเช่นกัน รวมไปถึงความหลากหลายของการท่องเที่ยว นอกเหนือจากการรักษาพยาบาล นักท่องเที่ยวยังสามารถสัมผัสกับวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของไทย ก็ยังมีสิ่งกิจกรรมและการพักผ่อนหย่อนใจ ให้เลือกมากมาย เช่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การชมวิถีชุมชน และอีกหนึ่งอย่างที่ดึงดูดความน่าสนใจคือ ประเทศไทยเป็นแหล่งรวมของอาหารที่หลากหลายและมีชื่อเสียงระดับโลก ด้วยจุดเด่นเหล่านี้ ประเทศไทยจึงเป็นจุดหมายปลายทางที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์จากทั่วโลก ทั้งในแง่ของคุณภาพการดูแลรักษาและประสบการณ์ท่องเที่ยวที่น่าประทับใจ

การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ในประเทศไทยครอบคลุมบริการหลายประเภท ไม่ว่าจะเป็น การรักษาทางการแพทย์แผนปัจจุบัน การรักษาโรคทั่วไป เช่น การผ่าตัด, การรักษาโรคหัวใจ, การรักษามะเร็ง การรักษาความงาม (การศัลยกรรมความงาม) และการผ่าตัดพลาสติก เช่น การปรับรูปหน้า, การเสริมหน้าอก การปลูกผม เพื่อแก้ปัญหาผมร่วงหรือผมบาง การรักษาด้วยการแพทย์แผนไทย การนวดแผนไทย เช่น นวดประคบสมุนไพร นวดฝ่าเท้า การรักษาด้วยสมุนไพรไทย เช่น การทำยาสมุนไพร, การอบสมุนไพร รวมไปถึงการรักษาแบบองค์รวม เช่น การฝังเข็ม การรักษาด้วยการแพทย์แผนจีน การใช้บริการด้านสุขภาพอื่นๆ การพักผ่อนและฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การนวดเพื่อผ่อนคลาย การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การดูแลสุขภาพและความงาม เช่น สปา ศูนย์ดูแลสุขภาพแบบครบวงจร ด้วยความหลากหลายของการรักษาและบริการทางการแพทย์ที่มีคุณภาพในราคาที่ย่อมเยา ประเทศไทยจึงเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวต่างชาติมาเป็นเวลานาน

สิ่งที่ทำให้ประเทศไทยมีความน่าสนใจกว่าประเทศอื่น

ไม่ถ้านักที่ไทยเราจะขึ้นมาเป็นอันดับ 1 ในด้านการแพทย์ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติฝืนถึงได้ เพราะในอดีตแล้ว ประเทศเพื่อนบ้านอย่างสิงคโปร์ก็ได้รับความนิยมเป็นอย่างมาก รวมถึงอินเดียและมาเลเซีย ที่ค่ารักษาพยาบาลไม่ได้แพงมากนัก(พลสัน นกน่วม, 2561) ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ประเทศไทยกลายเป็นจุดหมายที่นิยมสำหรับการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากกว่าประเทศอื่นมีหลากหลายปัจจัย ซึ่งเป็นปัจจัยที่ช่วยตอบโจทย์ทั้งในด้านคุณภาพ ความสะดวก และบรรยากาศที่น่าพักผ่อนมีดังนี้

- **บุคลากรที่มีคุณภาพสูง:** โรงพยาบาลในไทยมีบุคลากรทางการแพทย์ที่ได้รับการฝึกอบรมมาเป็นอย่างดี มีความเชี่ยวชาญในหลากหลายสาขา ทำให้การรักษาพยาบาลมีประสิทธิภาพ
- **เทคโนโลยีทันสมัย:** มีการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมทางการแพทย์ที่ทันสมัยมาใช้ ทำให้การวินิจฉัยและรักษาโรคมีความแม่นยำมากขึ้น
- **ระบบการดูแลผู้ป่วยครบวงจร:** มีการดูแลผู้ป่วยตั้งแต่เริ่มแรกจนถึงการฟื้นฟู ทำให้ผู้ป่วยได้รับการดูแลอย่างต่อเนื่อง
- **บริการหลากหลาย:** มีการให้บริการทางการแพทย์ที่หลากหลาย ครอบคลุมทุกความต้องการของผู้ป่วย
- **การดูแลผู้ป่วยอย่างใกล้ชิด:** ให้ความสำคัญกับความพึงพอใจของผู้ป่วย มีการดูแลอย่างใกล้ชิด
- **ระบบการนัดหมายมีประสิทธิภาพ:** ช่วยลดระยะเวลาในการรอคอย

- **ค่าใช้จ่ายเหมาะสม:** ค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับประเทศอื่นๆ
- **ระบบประกันสุขภาพครอบคลุม:** ช่วยแบ่งเบาภาระค่าใช้จ่ายของผู้ป่วย
- **บริการฉุกเฉินรวดเร็ว:** มีการให้บริการรักษาพยาบาลฉุกเฉินและการส่งต่อผู้ป่วยอย่างทันท่วงที

โดยรวมแล้ว โรงพยาบาลในประเทศไทยมีความโดดเด่นในหลายด้าน ทั้งความเป็นเลิศทางการแพทย์ การให้บริการที่ครอบคลุม และความคุ้มค่าในการรักษา ซึ่งทำให้โรงพยาบาลไทยเป็นตัวเลือกที่น่าสนใจสำหรับผู้ที่ต้องการรับการรักษาพยาบาลในต่างประเทศ และยิ่งหากนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้รับประสบการณ์เชิงบวก หรือได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการมารับการรักษาพยาบาลในไทย ไม่ว่าจะเป็นอย่างคุณภาพการดูแล ความคุ้มค่า หรือความสะดวกรบาย พวกเขามักจะกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต และแนะนำให้ญาติ เพื่อนมาใช้บริการด้วย ซึ่งเป็นการสร้างฐานลูกค้าที่มั่นคงในระยะยาว

จากที่กล่าวมาข้างต้นทั้งหมด ผู้ศึกษาเห็นว่าเพื่อให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติจากทั่วทุกมุมโลกได้สนใจและอยากเดินทางมาทั้งที่อยากเดินทางมาทางมาท่องเที่ยว รวมไปถึงการเดินทางมาเพื่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์นั้น หากเราสามารถรู้ถึงความคาดหวังของกลุ่มลูกค้านี้ก่อนจะยังสามารถทำให้เตรียมความพร้อมก่อนได้

ความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์

นักท่องเที่ยวต่างชาติมักคาดหวังว่า จะได้รับการรักษาพยาบาลที่มีคุณภาพ ทั้งจากแพทย์ผู้เชี่ยวชาญ เครื่องมือทางการแพทย์ที่ทันสมัย และห้องพักที่สะดวกสบาย พร้อมด้วยบริการที่เป็นมิตร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกมารับการรักษาในต่างประเทศ ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติต่อการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของโรงพยาบาลเอกชนในประเทศไทย จากการศึกษาผู้ศึกษาสรุปได้ว่าความคาดหวังที่อาจจะเกิดขึ้นกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาท่องเที่ยวทางการแพทย์ มีหลายประเด็น คุณภาพของการรักษาเป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับการรักษาที่มีคุณภาพสูงมาตรฐานระดับสากล โดยมีเทคโนโลยีทางการแพทย์ที่ทันสมัยและบุคลากรทางการแพทย์ที่เชี่ยวชาญ รวมไปถึงความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือที่นักท่องเที่ยวต่างชาติให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของการรักษา รวมถึงมาตรฐานความสะอาดของสถานพยาบาล และการควบคุมการติดเชื้อและการดูแล ติดตาม หลังจากการกลับไปยังประเทศของตนเองแล้ว อีกทั้งเรื่องของการบริการที่เอาใจใส่และเป็นมิตร การบริการที่อบอุ่นและเป็นกันเองด้วยรอยยิ้ม มารยาทที่ดีรวมถึงการใส่ใจในรายละเอียดของการดูแลหลังการรักษาเป็นจะเป็นสิ่งที่สามารถสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวได้ และอีกหนึ่งความคาดหวังที่นักท่องเที่ยวต้องการมาก คือ ความสะดวกทางภาษาและการสื่อสาร นักท่องเที่ยวต้องการความสะดวกในการสื่อสาร โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องการมีล่ามหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถพูดภาษาอังกฤษหรือภาษาที่นักท่องเที่ยวเข้าใจได้ และเรื่องของความคุ้มค่าในด้านราคาก็เป็นอีกหนึ่งความคาดหวังที่จะได้รับการรักษาที่มีคุณภาพในราคาที่เหมาะสม ซึ่งมักจะมีราคาต่ำกว่าประเทศตนเองหรือต่ำกว่าประเทศอื่นๆ ที่มีการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่คล้ายคลึงกัน และเรื่องการเดินทางที่สะดวกรบายในการเข้าออกประเทศไทย รวมถึงการบริการที่ครบวงจรตั้งแต่การรับส่งที่สนามบิน ที่พัก และโปรแกรมท่องเที่ยวหลังการรักษา ความโปร่งใสในขั้นตอนและค่าใช้จ่าย ก็เป็นสิ่งที่สำคัญที่นักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับข้อมูลที่ชัดเจนเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษาและค่าใช้จ่ายทั้งหมดล่วงหน้า เพื่อลดความกังวลและความ

ไม่แน่นอน เพื่อตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวและยกระดับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย ขอเสนอแนะดังนี้

1. พัฒนาคุณภาพการบริการ:

1.1บุคลากร: สร้างหลักสูตรอบรมพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถด้านภาษาและทักษะการสื่อสารที่ดีขึ้น

1.2เทคโนโลยี: อัปเดตเทคโนโลยีทางการแพทย์ให้ทันสมัยอยู่เสมอ

1.3สิ่งอำนวยความสะดวก: ปรับปรุงห้องพักและสิ่งอำนวยความสะดวกให้มีความสะดวกสบายมากยิ่งขึ้น

2. สร้างความมั่นใจในเรื่องความปลอดภัย:

2.1มาตรฐาน: ยกระดับมาตรฐานความสะอาดและการควบคุมการติดเชื้อ

2.2ประชาสัมพันธ์: ประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับมาตรฐานความปลอดภัยของโรงพยาบาลให้เป็นที่รู้จักอย่างแพร่หลาย

3. เพิ่มความโปร่งใส:

3.1ข้อมูล: จัดทำข้อมูลเกี่ยวกับขั้นตอนการรักษา ค่าใช้จ่าย และสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้ชัดเจนและเข้าใจง่าย

3.2ช่องทางการสื่อสาร: สร้างช่องทางการสื่อสารที่สะดวกสำหรับนักท่องเที่ยวในการสอบถามข้อมูล

4. สร้างความแตกต่าง:

4.1แพ็คเกจ: พัฒนาแพ็คเกจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่หลากหลายและตอบสนองความต้องการของกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน

4.2ประสบการณ์: สร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจให้กับนักท่องเที่ยว เช่น การจัดกิจกรรมเพื่อส่งเสริมสุขภาพ หรือการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

5. ประชาสัมพันธ์:

5.1ช่องทางออนไลน์: ใช้ช่องทางออนไลน์ในการประชาสัมพันธ์โรงพยาบาลและบริการต่างๆ

5.2การตลาด: ทำการตลาดเชิงรุกเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศ

ความคาดหวัง และ ปัจจัยที่สำคัญต่อการตัดสินใจของ นักท่องเที่ยวต่างชาติ ในการเลือกบริการรักษาพยาบาลในประเทศไทยนั้น มีความชัดเจนและสอดคล้องกับจุดแข็งของโรงพยาบาลเอกชนในไทยที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพการรักษา ความคุ้มค่า และการบริการที่เป็นมิตร ซึ่งจะช่วยสร้างประสบการณ์เชิงบวกให้กับผู้ป่วยชาวต่างชาติ และนำไปสู่การกลับมาใช้บริการซ้ำในอนาคต ถ้าหากโรงพยาบาลเอกชนประเทศไทยสามารถตอบสนองความคาดหวังเหล่านี้ได้ครบถ้วน ก็จะทำให้ประเทศไทยขึ้นเป็นประเทศชั้นนำด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ดังนั้นจะเห็นได้ว่า การตอบสนองความคาดหวังของนักท่องเที่ยวต่างชาติจะช่วยทำให้ประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางด้านการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่น่าสนใจยิ่งขึ้น และสร้างรายได้ให้กับประเทศในระยะยาวอย่างแน่นอน

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2561). เดือนพฤษภาคม ปี 2561 นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติยังคงขยายตัวอย่างต่อเนื่อง มีอัตราการขยายตัวร้อยละ 6. สืบค้นเมื่อวันที่ 10 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.mots.go.th/content.php?nid=10515&filename=index>
- ไทยพาณิชย์. (2565). 6 เหตุผลส่ง “ไทย” ให้ปังในอุตสาหกรรม Medical Tourism (ออนไลน์). สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/business-maker/6-reasons-thailand-the-best-in-medical-tourism.html>
- บริษัทหลักทรัพย์ไทยพาณิชย์. (2563). เจาะลึกธุรกิจ Healthcare ภาคธุรกิจแห่งโอกาสในการลงทุน. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2567, จาก [https://www.mangozero.com/4-reason-thai-top-medical-hub-eeec/](https://www.scb.co.th/th/personal-banking/stories/พลสัน นกน่วม. (2561). 4 เหตุผลที่ไทยขึ้นอันดับ 1 ประเทศที่มีนักท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มากที่สุดในเอเชียตอนนี้. สืบค้นเมื่อวันที่ 15 พฤศจิกายน 2567, จาก <a href=)
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). โควิดยืดเยื้อ โรงพยาบาลเอกชนที่พึ่งพา Medical Tourism ยังลำบาก. สืบค้นเมื่อวันที่ 12 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/Medical-Tourism-FB-16-08-21.aspx>
- Connell, J. (2011). Medical tourism. Wallingford, Oxfordshire: CAB International.

รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพหลัง COVID-19

Models Tourism for Health Recovery after COVID-19

ธัญญา อรรคสุรีย์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130242@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การแพร่ระบาดของโควิด-19 ส่งผลกระทบต่อปัจจัยการดำรงชีวิตและเศรษฐกิจของประเทศเป็นอย่างมาก และเป็นเหตุจูงใจทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนแปลงไปในยุคหลังโควิด-19 จึงส่งผลให้เกิดการท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ ๆ ภายใต้อันได้ 4 แรงขับเคลื่อน ได้แก่ Soft power, Net zero emission, Workcation และ Health ซึ่งทำให้เกิด 6 เทรนด์ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ ได้แก่ 1) การท่องเที่ยวเชิงอาหาร (Gastronomy Tourism) 2) การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม (Cultural Tourism) 3) การท่องเที่ยวตามรอยภาพยนตร์ (Film Tourism หรือ Film-Induced Tourism) 4) การท่องเที่ยวแบบยั่งยืน (Sustainable Tourism) 5) Digital Nomad Tourism และ 6) การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ (Wellness Tourism) แต่ที่น่าสนใจ มีแนวโน้มเติบโต และยังเกี่ยวข้องกับ การฟื้นฟูสุขภาพ นั่นก็คือ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ที่ช่วยฟื้นฟูทั้งด้านของร่างกายและจิตใจ หลังได้รับผลกระทบต่อเหตุการณ์การแพร่ระบาดของโควิด-19 ผู้คนหันมาตระหนักในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น บางรายได้รับผลกระทบทางสุขภาพจากโควิด-19 ดังนั้น พฤติกรรมในการดำรงชีวิตทุกด้าน รวมไปถึงการท่องเที่ยวได้เข้ามามีความสำคัญที่จะช่วยฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ หรือแม้แต่การเลือกใช้ผลิตภัณฑ์และบริการ สถานที่ในการเลือกเดินทาง ก็ล้วนแต่เป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวยุคใหม่

บทความวิชาการเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา รูปแบบของการท่องเที่ยวที่ช่วยส่งเสริมการฟื้นฟูสุขภาพหลังการระบาดใหญ่ของ COVID-19 พร้อมแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการฟื้นฟูสุขภาพ

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, ฟื้นฟูสุขภาพ, โควิด-19

Abstract

The COVID-19 pandemic has significantly impacted the factors of living and the economy of the country, and it has motivated changes in tourist behavior in the post-COVID-19 era, leading to new forms of tourism under four drivers: soft power, Net zero emission, Workcation, and Health. This has resulted in six interesting tourism trends: 1) Gastronomy Tourism 2) Cultural Tourism 3) Film Tourism (or Film-Induced Tourism) 4)

Sustainable Tourism 5) Digital Nomad Tourism and 6) Wellness Tourism. Notably, there is a growing trend related to health recovery, which is Health Tourism that helps restore both physical and mental well-being. After being affected by the COVID-19 pandemic, people have become more focused on health, and some have experienced health impacts from COVID-19. Therefore, behaviors in all aspects of life, including tourism, have become important for restoring physical and mental health. Even the choice of products and services, as well as travel destinations, are crucial factors in the travel decisions of the new generation of tourists.

This academic article aims to study the forms of tourism that promote health recovery after the COVID-19 pandemic, along with guidelines for developing tourism in line with health recovery.

Keywords : Tourism, Health Recovery, COVID-19

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวของไทยยุคก่อนที่จะเกิดการแพร่ระบาดของโควิด-19 นับเป็นอุตสาหกรรมขนาดใหญ่และมีการเติบโตเป็นอย่างมาก มีนักท่องเที่ยวจากหลายประเทศเดินทางเข้ามาท่องเที่ยว ทำธุรกิจ หรือแม้แต่ประชากรในประเทศไทยก็เดินทางท่องเที่ยวทั้งในประเทศและนอกประเทศ แต่ตั้งแต่ช่วงปี 2563 ได้เกิดวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโควิด-19 ที่แพร่กระจายไปทั่วโลกได้สร้างผลกระทบต่อห่วงโซ่อุปทานและการค้าระหว่างประเทศทั่วโลกและส่งผลกระทบต่อประเทศไทยในหลายภาคส่วนเป็นอย่างมาก อาทิ ด้านเศรษฐกิจ ด้านอุตสาหกรรมท่องเที่ยว รวมถึงปัจจัยด้านการดำรงชีวิต สุขภาพ ของประชากรในประเทศ และหน่วยงานรัฐบาลของทุกประเทศได้มีมาตรการที่จะกระตุ้นเศรษฐกิจอย่างเข้มข้น เพื่อหลีกเลี่ยงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งความรุนแรงของ COVID-19 ส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวและอุตสาหกรรมทุกภาคส่วนทั่วโลก และสถานการณ์เช่นนี้ได้คลี่คลายลงเมื่อช่วงปี 2565 สถานการณ์การแพร่ระบาดเริ่มเปลี่ยนไปในทิศทางที่ดีขึ้น ภาคการท่องเที่ยวต้องเผชิญหน้ากับความท้าทายใหม่ ๆ ที่แตกต่างจากเดิม มีการแข่งขันที่สูงขึ้น ความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และกฎระเบียบด้านสุขอนามัยที่เข้มงวด ส่งผลให้ประชากรในประเทศมีวิถีชีวิตที่เปลี่ยนไปทั้งในด้านการดำรงชีวิต การวางแผนการเงินและการลงทุน และการให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้อุตสาหกรรมด้านสุขภาพมีแนวโน้มเพิ่มมากขึ้น จากผลสำรวจของ “ดุสิตโพล” มหาวิทยาลัยดุสิต (New Normal ของคนไทยจากสถานการณ์โควิด-19,2563) ได้เผยแพร่ผลสำรวจความคิดเห็นประชาชนจากกลุ่มตัวอย่างเกี่ยวกับ New normal ของคนไทยจากสถานการณ์ โควิด-19 ชี้ว่า 45.39% หันมาให้ความสำคัญกับการดูแลสุขภาพมากขึ้น ด้วยการออกกำลังกาย รับประทานผลิตภัณฑ์เสริมอาหารและวิตามินเพื่อดูแลสุขภาพให้สมบูรณ์แข็งแรง ซึ่งสอดคล้องกับทาง ไอพีจี มีเดียแบรนด์ ประเทศไทย ได้ทำการคาดการณ์ความเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคเมื่อจบเหตุการณ์การระบาดโควิด-19 เพื่อให้องค์กรต่าง ๆ เตรียมความพร้อมให้สามารถรับมือกับพฤติกรรมที่จะเปลี่ยนแปลงไปของผู้บริโภค ระบุว่า ผู้คนจะมีความวิตก

กังวลในเรื่องของสุขภาพมากขึ้น (Anxious about Health) มีแนวโน้มการดูแลป้องกันสุขภาพเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มเจนวาย (Gen Y) และขยายไปยังช่วงวัยอื่น ๆ เช่น กลุ่มเบบี้ บูมเมอร์ หรือผู้สูงอายุ เนื่องจากมีข้อมูลว่า การรักษาสุขภาพให้ดีอยู่เสมอจะช่วยป้องกันไวรัสได้ ส่งผลให้อาหารที่ช่วยสร้างภูมิคุ้มกันจะเป็นที่ต้องการมากขึ้น เพื่อตอบโจทย์ความกังวลเรื่องสุขภาพของผู้บริโภค (The Story Thailand , 2020)

จากวิกฤตการณ์ครั้งนี้ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นทางเลือกที่ได้รับความนิยมในการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ ปัจจุบันการท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยมมากขึ้นคือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เพราะหลังจากสถานการณ์คลี่คลายลง “สุขภาพ” กลายเป็นเรื่องสำคัญที่ส่งผลให้วิถีการดำรงชีวิตของประชากรในประเทศเปลี่ยนไปในทุกด้าน อาทิ ด้านการบริโภค ด้านการท่องเที่ยว ด้านความปลอดภัย ทำให้อุตสาหกรรมเชิงสุขภาพมีบทบาทในการดำรงชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก ความต้องการของผู้บริโภคยุคใหม่เปลี่ยนไป จึงต้องการดูแลสุขภาพควบคู่ไปกับการพักผ่อนหย่อนใจ

ความสำคัญของการฟื้นฟูสุขภาพ

การฟื้นฟูสุขภาพ เป็นหนึ่งในกระบวนการที่ช่วยรักษาสุขภาพทางร่างกายและจิตใจให้กลับเข้าสู่สภาวะปกติ มีความแข็งแรงขึ้น มุ่งเน้นไปที่การฟื้นฟูร่างกายจากโรคร้ายไข้เจ็บ อุบัติเหตุ หรือภาวะต่างๆทั้งทางกายและทางใจ ให้กลับมาสู่สภาวะปกติ เปรียบเสมือนการ “ปลุก” ศักยภาพที่ซ่อนอยู่ของร่างกาย ซึ่งการฟื้นฟูสุขภาพนับว่ามีความสำคัญต่อการดำรงชีวิตเป็นอย่างมาก เพราะจะส่งผลต่อคุณภาพในการดำรงชีวิต ถ้าร่างกายเจ็บป่วย หรือความแข็งแรงทางด้านจิตใจลดลง ก็ส่งผลให้สุขภาพองค์รวมเจ็บป่วยไปด้วย ทำให้การฟื้นฟูสุขภาพ มีบทบาทสำคัญที่จะเข้ามาช่วยให้ร่างกายและจิตใจ กลับมาทำกิจกรรมในชีวิตประจำวันได้ตามปกติ และยังทำให้มีสุขภาพที่ดีมากขึ้น ช่วยปรับปรุงคุณภาพชีวิตและยังช่วยลดค่าใช้จ่ายในการรักษาพยาบาลในอนาคตด้วย

รูปแบบการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ

สามารถทำได้หลายรูปแบบแต่น่าสนใจและได้รับความนิยมในปัจจุบัน คือ **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ** ซึ่งในอดีตการท่องเที่ยวเป็นการเดินทางเพื่อพักผ่อนหย่อนใจ เพื่อความสนุกสนานตื่นเต้นหรือหาความรู้ แต่ในปัจจุบัน การท่องเที่ยวมีการเปลี่ยนแปลงซึ่งจะมีเรื่องของสุขภาพและความสะดวกสบายเข้ามาเกี่ยวข้อง ซึ่งส่งผลให้การเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวบางกลุ่มมีแนวโน้มที่เปลี่ยนไป และยิ่งหลังสถานการณ์ COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อในด้านสุขภาพและจิตใจทำให้ต้องได้รับการฟื้นฟู เยียวยาร่างกายและจิตใจ ทำให้การท่องเที่ยวเพื่อสุขภาพ และการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์มีบทบาทมากขึ้น

นิยามของ **การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism)** หมายถึง การเดินทางท่องเที่ยวเยี่ยมชมสถานที่ท่องเที่ยวที่งดงาม แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติและวัฒนธรรม ซึ่งมีวัตถุประสงค์ เพื่อเรียนรู้วิถีชีวิตและพักผ่อนหย่อนใจ โดยแบ่งเวลาจากการท่องเที่ยว เพื่อทำกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพหรือการบำบัดรักษาฟื้นฟูสุขภาพ เช่น การรับคำปรึกษาแนะนำด้านสุขภาพ การออกกำลังกายอย่างถูกวิธี การนวด/ อบ/ ประคบสมุนไพร การฝึกปฏิบัติสมาธิ ตลอดจน การตรวจร่างกาย การรักษาพยาบาล และอื่นๆ โดยเป็นการท่องเที่ยวที่มีจิตสำนึกต่อการส่งเสริมและรักษาสุขภาพและสิ่งแวดล้อม โดยทั่วไป การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health

Tourism) จึงมีการจัดรายการท่องเที่ยวพักผ่อนท่ามกลางธรรมชาติ เพื่อเรียนรู้วิถีใช้พลังงานจากธรรมชาติมาบำบัดรักษาและสร้างเสริมสุขภาพกายและสุขภาพจิต ให้สดชื่นผ่อนคลาย เป็นการเพิ่มพูนพลังกำลังให้สมบูรณ์แข็งแรง ปรับสภาพจิตใจและร่างกายให้สมดุล (สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี, 2567)

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Health Tourism) แบ่งตามจุดมุ่งหมายและวัตถุประสงค์ และความ ต้องการของนักท่องเที่ยวเป็น 2 ประเภท ได้แก่

1. การท่องเที่ยวเชิงบำบัดรักษาสุขภาพ (Medical Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีโปรแกรมการทำกิจกรรมบำบัดโรคหรือฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ ที่หลากหลายในโรงพยาบาลหรือสถานพยาบาล เช่น การทำฟัน การผ่าตัด เสริมความงาม หรือการผ่าตัดแปลงเพศ เป็นต้น

2. การท่องเที่ยวแบบส่งเสริมสุขภาพ (Wellness Tourism) เป็นการเดินทางท่องเที่ยวโดยมีการจัด โปรแกรมส่งเสริมสุขภาพอันประกอบด้วยกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพที่หลากหลาย โดยเฉพาะการเดินทางไปใน แหล่งท่องเที่ยวต่างๆ และพักผ่อนในโรงแรม รีสอร์ท หรือศูนย์สุขภาพ ซึ่งมีการเข้าร่วมกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพ สถานที่นั้นๆ จัดขึ้น เช่น การนวดแผนไทย การอบสมุนไพร กิจกรรมบริการสுகอนบำบัด (Aroma Therapy) และ การบริการอาบน้ำแร่ (Spa) เป็นต้น

หลังจากการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 เบบางลง มีหลายธุรกิจที่มีการปรับตัวในเข้ากับความต้องการของกลุ่มลูกค้ามากขึ้น มีการนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่เข้ามาช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ซึ่งเทรนด์การท่องเที่ยวแบบ Health Tourism หรือการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ ในหลายประเทศ มีรายละเอียดที่แตกต่างกัน นักท่องเที่ยวต้องการรับประทานอาหารที่ดีต่อสุขภาพ อาหารเกษตรอินทรีย์ อาหารพื้นเมืองของแหล่งท่องเที่ยวนั้นๆ ทำให้ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าของอาหารได้ ควรเป็นอาหารที่ดีต่อสุขภาพ และบางกลุ่มต้องการผ่อนคลายสุขภาพจิต ลดความเครียด หรือนักท่องเที่ยวบางกลุ่มก็ต้องการ มาเที่ยวและหากิจกรรมออกกำลังกายต่าง ๆ เช่น เดินป่า ปีนเขา เที่ยวชมธรรมชาติ ดำน้ำ พายเรือ หรือผจญภัยที่ต่างๆ บางกลุ่มอาจต้องการสัมผัสวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น ได้พักโฮมสเตย์ (Homestay) เรียนรู้วัฒนธรรม ประเพณี การใช้ชีวิตของชาวบ้านอย่างใกล้ชิด ได้ผ่อนคลายท่ามกลางธรรมชาติที่เงียบสงบ หลีกหนีจากชีวิตสมัยใหม่ที่เต็มไปด้วยความเร่งรีบ ทำให้ในยุคหลังโควิด-19 ประชากรให้ความสนใจสุขภาพองค์รวมทุกด้าน ทำให้การตัดสินใจซื้อหรือการจับจ่ายออกไปกับการท่องเที่ยวและได้ดูแลสุขภาพง่ายขึ้น ก่อให้เกิดรายได้ต่อธุรกิจและบริการในอุตสาหกรรมนี้เพิ่มสูงขึ้น รูปแบบของการท่องเที่ยวและบริการที่น่าสนใจเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพ อาทิ

1.ดูแลสุขภาพทางกาย ด้วยการใช้บริการสปาเพื่อสุขภาพ เพื่อผ่อนคลายร่างกายและจิตใจ ผู้ประกอบการสามารถเพิ่มบริการนวดเพื่อสุขภาพ เช่น การนวดไทย การนวดสากล การแช่ตัวด้วยน้ำพุร้อน อ่างน้ำวน การอบสมุนไพร หรือการดูแลสุขภาพผิวพรรณต่างๆ

2.การให้บริการดูแลสุขภาพจิต เช่น นั่งสมาธิ เดินจงกรม โยคะ ไทเก๊ก หรือกิจกรรมวาดภาพ การทำงานฝีมือที่สามารถนำกลับบ้านได้ด้วย ก็ช่วยผ่อนคลายและทำให้สุขภาพจิตใจมีความสุข โดยผู้ประกอบการสามารถเพิ่มมูลค่าได้ทั้งหมดเมื่อเอาเรื่องสุขภาพเข้ามาเกี่ยวข้อง

3.โรงแรม รีสอร์ท หรือร้านอาหาร เริ่มปรับตัวการให้บริการ เน้นใช้วัตถุดิบที่มีคุณภาพ และดีต่อสุขภาพ เน้นใช้วัตถุดิบที่สด สะอาด มาจากธรรมชาติมาก หรือ อาหารกลุ่มเกษตรอินทรีย์ ปราศจากยาฆ่าแมลง และสารเคมี สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ได้มาก และลดการใช้น้ำตาลและลดโซเดียม เลี่ยงการใช้อาหารแปรรูป เนื้อสัตว์แปรรูป เป็นต้น

นอกจากนี้ยังมีการท่องเที่ยวและการบริการอีกมาก ที่จะช่วยตอบสนองนักท่องเที่ยวที่เน้นการเดินทางแบบสุขภาพเป็นหลัก

บทสรุป

หลังสถานการณ์โควิด-19 คลี่คลายลง ทำให้ความต้องการและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีการเปลี่ยนแปลงไป นักท่องเที่ยวหันมาตระหนักถึงการดูแลสุขภาพมากขึ้น ทำให้รูปแบบของการท่องเที่ยวก็มีการเปลี่ยนแปลง นักท่องเที่ยวต้องการฟื้นฟูสุขภาพทั้งร่างกายและจิตใจ ในอนาคตธุรกิจท่องเที่ยวเชิงสุขภาพมีศักยภาพในการเติบโตเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ในมุมมองด้านผู้ประกอบการมีการปรับตัวให้เข้ากับความต้องการของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว มุ่งเน้นความยั่งยืนและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม รวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการให้บริการก็จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติมากขึ้น เพราะประเทศไทยมีศักยภาพในการให้บริการทางแพทย์ที่มีคุณภาพ รวมถึงบริการอื่น ๆ ด้านการท่องเที่ยว สำหรับแนวทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อฟื้นฟูสุขภาพ ภาครัฐควรมีการผลักดันและส่งเสริมอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวให้เกิดการพัฒนาในรูปแบบการท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับการฟื้นฟูสุขภาพและมีประสิทธิภาพมากขึ้น เพื่อรองรับต่อความต้องการของนักท่องเที่ยว อาทิ มีการให้ความรู้เกี่ยวกับสถานที่ความปลอดภัยในการเดินทางมีบริการเช็คสภาพอากาศ ค่าฝุ่นในพื้นที่นั้น ๆ ที่วัดค่าได้แม่นยำว่าสามารถเดินได้หรือไม่ นำเสนอกิจกรรมของแหล่งท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพ ส่งเสริมอาหารพื้นบ้านสมุนไพร และอำนวยความสะดวกแก่นักท่องเที่ยว จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นทั้งในประเทศและนอกประเทศ สำหรับประเทศไทย ซึ่งมีทรัพยากรทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาทางการแพทย์แผนไทยที่หลากหลาย การพัฒนาการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงเป็นโอกาสที่ดีในการสร้างรายได้และส่งเสริมภาพลักษณ์ของประเทศ

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2564). COVID-19 ต่อภาคการท่องเที่ยวไทย ผลกระทบและแนวทางการแก้ปัญหา. เข้าได้จาก.https://www.mots.go.th/download/BannerLink/PBVol01Covid_DigitalEd.pdf

ดุสิตโพล.(24 พฤษภาคม 2563) . New Normal ของคนไทยจากสถานการณ์โควิด. เข้าได้จาก.<https://shorturl.asia/bm5rN>

พรพจน์ นันทรามาศ, ธนา ตูลยกิจวัตร, วีระยา ทองเสื่อ. (2567). เจาะ 6 เทรนด์ท่องเที่ยวยุคใหม่ สู่อุตสาหกรรมภาคการท่องเที่ยวไทย. Krung Thai Compass. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_4956_trends.pdf

พญ.ยุวลักษณ์ ผิวนวนล . (31 มกราคม 2567). เวชศาสตร์ชะลอวัยและการฟื้นฟูสุขภาพ. โรงพยาบาลกรุงเทพภูเก็ต.
<https://www.phukethospital.com/th/healthy-articles/anti-aging-and-regenerative-medicine/>
พรรณนิภา อนุรักษากรกุล, ปณิตา โกกอง, ปาจร่า โพธิ์หัง. (2566). การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวเชิง
สุขภาพ ในภาคตะวันออกเฉียงใต้หลังสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019. ชลบุรี: มหา
วิทยาลัยบูรพา <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/var/article/view/263543/180327>
ภูริตา บุญล้อม. (2565). ส่องเทรนด์ Wellness Tourism การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ เทียบอย่างไรให้ได้สุขภาพดี.
เข้าได้จาก. <https://thestandard.co/wellness-tourism/>
สำนักงานสาธารณสุข สุราษฎร์ธานี. (ม.ป.ป.).การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ. สำนักงานสาธารณสุขจังหวัดสุราษฎร์ธานี.
<https://ท่องเที่ยวเชิงสุขภาพคลองร้อยสาย.com/news/การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ/>
The story thailand. (2563). New normal คนไทย 45% ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น. เข้าได้จาก. New normal
คนไทย 45% ใส่ใจสุขภาพมากขึ้น - The Story Thailand

บทความวิชาการ

แนวโน้มการท่องเที่ยวในจังหวัดอุตรดิตถ์ : มุมมองจากนักท่องเที่ยว

"Tourism Trends in Uttaradit Province: A Perspective from Tourists

วนัชพร สุทวา

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130889@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

จังหวัดอุตรดิตถ์ ตั้งอยู่ในภาคเหนือตอนล่างของประเทศไทย มีพื้นที่ราบลุ่มและแหล่งน้ำสำคัญ อย่างเขื่อนสิริกิติ์และแม่น้ำน่าน ทำให้เหมาะสมแก่การเกษตรกรรม โดยมีสินค้าหลักอย่างข้าว ข้าวโพด และผลไม้ เช่น ทุเรียน ลองกอง และลองกองที่มีชื่อเสียงทั่วประเทศ อุตรดิตถ์ยังมีศักยภาพสูงในการพัฒนา ด้านการท่องเที่ยว โดยมีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และธรรมชาติที่หลากหลาย เช่น พิพิธภัณฑ์ดาบเหล็กน้ำพี้ วัดพระแท่นศิลาอาสน์ และอุทยานแห่งชาติภูสอยดาว จังหวัดนี้ยังมีสินค้า GI ที่เป็นที่รู้จัก เช่น ทุเรียนหลงลับแลและสับปะรดห้วยมุ่น ซึ่งสร้างความโดดเด่นให้แก่ภูมิภาค ในปี 2567 จำนวนผู้เยี่ยมชมเพิ่มขึ้นอย่างเห็นได้ชัด ส่งผลให้รายได้จากการท่องเที่ยวเติบโตอย่างต่อเนื่อง การพัฒนาศักยภาพของจังหวัดในด้านการท่องเที่ยวได้รับการสนับสนุนจากทั้งภาครัฐและเอกชน โดยมุ่งส่งเสริมความยั่งยืนและการอนุรักษ์วัฒนธรรมท้องถิ่น หากได้รับการส่งเสริมมากขึ้น คาดว่าในอนาคต อุตรดิตถ์จะกลายเป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีความสำคัญทั้งในระดับประเทศและนานาชาติ

คำสำคัญ : แนวโน้มการท่องเที่ยว, มุมมองนักท่องเที่ยว, จังหวัดอุตรดิตถ์

Abstract

Uttaradit Province, located in the lower northern region of Thailand, is known for its fertile plains and significant water sources, including the Sirikit Dam and the Nan River, which make it ideal for agriculture. The main products include rice, corn, and fruits such as durian, langsat, and longkong, all of which are famous nationwide. Uttaradit also has high potential for tourism development, with diverse historical, cultural, and natural attractions such as the Nam Phee Iron Sword Museum, Wat Phra Thaen Sila At, and Phu Soi Dao National Park. The province is also known for its Geographical Indication (GI) products, such as the Long Lapp Lao durian and Huai Mun pineapple, which contribute to the region's distinctiveness. In 2024,

the number of visitors significantly increased, leading to continuous growth in tourism revenue. The development of the province's tourism potential is supported by both the government and private sectors, focusing on sustainability and the preservation of local culture. With further promotion, Uttaradit is expected to become an important tourist destination both nationally and internationally.

Keywords: Tourism trends, Tourist perspectives, Uttaradit Province

บริบทจังหวัดอุตรดิตถ์

“อุตรดิตถ์” คำนี้หมายถึง เมืองท่าแห่งทิศเหนือ และก่อนจะมาเป็นเมืองท่าสำคัญ แต่เดิมนั้นอุตรดิตถ์เคยเป็นเมืองในปกครองของเมืองพิชัย อันเป็นเมืองเก่าแก่ ปรากฏชุมชนอาศัยตั้งแต่สมัยก่อนประวัติศาสตร์ ตัวเมืองเดิมชื่อ บางโพท่าอิฐ ได้รับการยกฐานะเป็นจังหวัด เมื่อ พ.ศ. 2476 “อุตรดิตถ์” เป็นเมืองตำนานแม่ข่ายลับแล อำเภอลับแลที่ได้ชื่อว่าเมืองห้ามพุดต ทั่วจังหวัด “มีเนื้อที่กว้างประมาณ 7,838.592 ตารางกิโลเมตร หรือประมาณ 4,899,120 ไร่ มีอาณาเขตติดต่อกับจังหวัดใกล้เคียง คือ ทิศเหนือติดกับจังหวัดแพร่และจังหวัดน่านทิศใต้ติดกับจังหวัดพิษณุโลก ทิศตะวันออกติดกับจังหวัดพิษณุโลก, จังหวัดเลยและสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาวโดยชายแดนยาว ประมาณ 135 กิโลเมตร และทิศตะวันตกติดกับสุโขทัย” (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์,2564) จังหวัดอุตรดิตถ์ตั้งอยู่ภาคเหนือตอนล่าง มีพื้นที่ราบลุ่มประมาณ 50% ของพื้นที่ทั้งหมด มีเขื่อนสิริกิติ์และแม่น้ำน่าน เป็นแหล่งน้ำสำคัญเหมาะสมแก่การเพาะปลูก ผู้คนส่วนใหญ่ประกอบอาชีพเกษตรกรรม เป็นแหล่งผลิตข้าว ข้าวโพด ทูเรียน ลางสาด และลองกอง ที่สำคัญของประเทศ มีศักยภาพสูงในการพัฒนา ด้านเกษตรกรรมมีชายแดนติดต่อกับประเทศสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว มีแหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์ ศิลปวัฒนธรรม และทางธรรมชาติ เป็นจำนวนมาก มีความหลากหลายทางวัฒนธรรม ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น ได้แก่ ไทยล้านนา ไทยล้านช้างไทยภาคกลาง และยังมีเส้นทางการคมนาคมที่เชื่อมโยงกับแหล่งมรดกโลก ได้แก่ สุโขทัย กำแพงเพชร และหลวงพระบาง เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงของสังคมทั้งในและระหว่างประเทศ ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้น “ภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาชนในจังหวัด จึงได้ร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์การพัฒนาจังหวัด ให้สอดคล้องกับศักยภาพของจังหวัด พร้อมทั้งกำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อส่วนรวมของจังหวัดอุตรดิตถ์ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน” (สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์,2564)

จังหวัดอุตรดิตถ์มีสินค้า GI อยู่ 3 ชนิด “GI (Geographical Indication) หมายถึง สิ่งบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ คือ เครื่องหมายที่ใช้กับสินค้าที่มาจากแหล่งผลิตที่เฉพาะเจาะจงซึ่งคุณภาพหรือชื่อเสียงของสินค้านั้นๆ เป็นผลมาจากการผลิตในพื้นที่ดังกล่าว GI จึงเปรียบเสมือนแบรนด์ของท้องถิ่นที่บอกคุณภาพและแหล่งที่มาของสินค้า” (กระทรวงพาณิชย์,2562) ได้แก่

1. สับปะรดห้วยมุ่น ที่อำเภอป่าปอ เป็นสับปะรดสายพันธุ์ปัตตาเวีย ลักษณะโดดเด่น คือ ผิวบาง ตาตื้น เนื้อหนาและนิ่ม เนื้อในสีเหลืองเหมือนน้ำผึ้ง รสชาติหวานหอม ฉ่ำน้ำ ไม่ระคายเคืองเวลารับประทาน เพราะมีสภาพดินเป็นดินร่วนปนทราย สามารถระบายน้ำได้ดี เหมาะกับการปลูกสับปะรดโดยเฉพาะ

2. ทุเรียนพันธุ์หลงลับแล ซึ่งได้ขึ้นทะเบียนเลขที่ สช 61100104 เป็นทุเรียนพันธุ์หลงลับแล มีลักษณะผลเป็นทรงกลมๆ หรือทรงรีเปลือกบาง มีเนื้อมาก สีเหลืองเข้ม เนื้อแห้งละเอียด เหนียว มีกลิ่นอ่อนๆ รสชาติหวานมัน เมล็ดลีบเล็ก ส่วนมากปลูกอยู่ในเขตอำเภอลับแล อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ และอำเภอท่าปลา

3. ทุเรียนสายพันธุ์หลินลับแล เป็นทุเรียนที่มีลักษณะผลเป็นทรงกระบอก เปลือกบางเนื้อ สีเหลืองเข้ม เนื้อแห้งละเอียดเหนียว มีกลิ่นอ่อน เนื้อมากเส้นใยน้อย เก็บไว้ได้นานโดยไม่แฉะ มีเมล็ดลีบเล็ก ปลูกอยู่ในเขตอำเภอลับแล อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ และอำเภอท่าปลา

การท่องเที่ยวอุตรดิตถ์

ในปี พ.ศ. 2567 จังหวัดอุตรดิตถ์มีผู้เยี่ยมชมเยือนหรือนักท่องเที่ยวที่เพิ่มขึ้นกว่าปี 2566 ซึ่งส่งผลต่อรายได้จากการท่องเที่ยวที่เพิ่มมากขึ้นกว่าหนึ่งร้อยล้านบาท เมื่อเปรียบเทียบภาพรวมรายได้ ตั้งแต่เดือนมกราคม-กันยายน ของปี 2566 กับ ปี 2567 อาจเนื่องจากภาวะเศรษฐกิจที่กำลังฟื้นตัวดีขึ้น ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 เรื่อง รายงานจำนวนนักท่องเที่ยวและรายได้เบื้องต้นของจังหวัดอุตรดิตถ์ ระหว่างเดือนมกราคม ถึง เดือนกันยายน ปี 2566 และ 2567

เดือน	ปี 2566		ปี 2567		การเปลี่ยนแปลง
	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	จำนวน (คน)	รายได้ (ล้านบาท)	
มกราคม	95,628	185.74	100,526	201.61	↑
กุมภาพันธ์	88,505	173.67	94,843	198.30	↑
มีนาคม	81,823	161.85	91,130	187.82	↑
เมษายน	89,820	193.43	91,835	198.89	↑
พฤษภาคม	78,613	166.41	80,081	171.66	↑
มิถุนายน	69,908	136.34	76,084	154.70	↑
กรกฎาคม	76,714	157.36	88,056	179.72	↑
สิงหาคม	79,287	172.35	82,374	176.81	↑
กันยายน	82,699	180.60	83,815	185.67	↑
ภาพรวม	742,997	1,527.75	788,744	1,655.18	↑

ที่มา : กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (2567)

แหล่งท่องเที่ยวและศักยภาพที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์

จังหวัดอุตรดิตถ์ (2563) ได้ให้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ โดยแบ่งพื้นที่ตามการบริหารราชการส่วนภูมิภาคเป็น 9 อำเภอ โดยมีอำเภอดังนี้ อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ พิชัย ตรอน ลับแล ท่าปลา น้ำปาด ฟากท่า บ้านโคก และอำเภอทองแสนขันเป็นอำเภอ และอธิบายศักยภาพที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์ ดังนี้

1. แหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ

1.1 อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ อนุสาวรีย์พระยาพิชัยดาบหัก พิพิธภัณฑสถานพระยาพิชัยดาบหัก และพิพิธภัณฑสถานเหล็กน้ำพี้ (ใหญ่ที่สุดในโลก) หลวงพ่อเพชรวัดท่าถนน วัดพระฝางสว่างคบุรีมุนีนาถ วัดกลางธรรมสาร วัดใหญ่ท่าเสา หอวัฒนธรรมจังหวัด วัดดอยแก้ว วัดธรรมาธิปไตย น้ำตกตาดคอม้า น้ำตกแม่เขย น้ำตกขูดริด น้ำตกจำยาง และจุดชมวิวเขาพลึง

1.2 อำเภอลับแล วัดพระแท่นศิลาอาสน์ วัดพระยืนพุทธบาทยุคล วัดพระนอนพุทธไสยาสน์ วัดเจดีย์คีรีวิหาร วัดดอนสัก วัดพระบรมธาตุทุ่งยั้ง เมืองทุ่งยั้งและเวียงเจ้าเงาะ อนุสาวรีย์เจ้าฟ้าฮ่ามกุมาร อนุสาวรีย์พระศรีพนมมาศ น้ำตกแม่พูล วัดดงสระแก้ว และวัดห้องสูง

1.3 อำเภอพิชัย เมืองพิชัย วัดหน้าพระธาตุ บ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก และศาลพระยาพิชัยดาบหัก

1.4 อำเภอตรอน บึงทับกระดาน สวนนกเขาเหล็ก และประเพณีไหลแพไฟเฉลิมพระเกียรติ

1.5 อำเภอทองแสนขัน บ่อเหล็กน้ำพี้และพิพิธภัณฑสถานบ่อเหล็กน้ำพี้

1.6 อำเภอท่าปลา เขื่อนสิริกิติ์ เขื่อนดินช่องเขาขาด ดอยพระธาตุ (เจดีย์กลางน้ำ) อุทยานแห่งชาติ ลำน้ำน่าน บ้านท่าเรือ และภูผาพ่อ

1.7 อำเภอน้ำปาด วนอุทยานต้นสักใหญ่ อุทยานแห่งชาติคลองตรอน น้ำตกคลองตรอน ยอดดอยภูเมียง ถ้ำวัวแดงและถ้ำเสือดาว ถ้ำจัน ถ้ำเต่า อ่างเก็บน้ำห้วยแมง อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว น้ำตกภูสอยดาว และน้ำตาสายทิพย์

1.8 อำเภอฟากท่า สุสานหอย มะค่าโมงยักษ์ และบ้านมนุษย์แมงป่อง

1.9 อำเภอบ้านโคก จุดผ่านแดนถาวรภูตู๋

2. ศักยภาพที่สำคัญของจังหวัดอุตรดิตถ์

2.1 ด้านเกษตรกรรม มีพื้นที่ทำการเกษตรจำนวนมาก (25% ของพื้นที่ทั้งหมด) ส่วนใหญ่เป็นนาข้าวและสวนผลไม้เป็นแหล่งผลิตอาหารสำคัญของประเทศ

2.2 ด้านการค้าชายแดน จากจุดผ่านแดนถาวรภูตู๋ ไปหลวงพระบาง ด้วยระยะทางเพียง 305 กิโลเมตร และจากจุดผ่านแดนถาวรภูตู๋ ไปเวียงจันทน์ด้วยระยะทางเพียง 229 กิโลเมตร

2.3 ศักยภาพในการเป็น “ระเบียงเศรษฐกิจ East-West Corridor” เชื่อมเมืองเมียวดีถึงเมืองปากลาย โดยจากเมืองเมียวดีประเทศเมียนมา ผ่านอำเภอแม่สอด จังหวัดตาก ผ่านสี่แยกอินโดจีน จังหวัดพิษณุโลกเข้าสู่จังหวัดอุตรดิตถ์ ข้ามไปยังเมืองปากลาย สปป.ลาว ด้วยระยะทางเพียง 422 กม.

2.4 เมืองปากลาย ซึ่งติดกับชายแดนไทยที่จังหวัดอุตรดิตถ์ มีแม่น้ำโขงไหลผ่าน มีท่าเรือที่ดีที่สุดในของลาวตอนเหนือ สามารถรับส่งสินค้าไปถึงประเทศจีน

2.5 ศักยภาพในการเป็นแหล่งท่องเที่ยว โดยจังหวัดอุตรดิตถ์นั้นมีเมืองที่มีชื่อเสียง คือ “เมืองลับแล” มีเอกลักษณ์ทั้งทางภูมิศาสตร์ ความสวยงามของธรรมชาติ อาหาร ผลไม้ผสมผสานกับประเพณี และวิถีชีวิตชุมชนที่สืบทอดมาช้านาน รวมทั้งจังหวัดอุตรดิตถ์ยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ อื่นๆ อีกมาก ที่มีความอุดมสมบูรณ์และสวยงาม

1) การท่องเที่ยว มีแหล่งท่องเที่ยวจำนวนมาก ทั้งด้านประวัติศาสตร์และธรรมชาติ สามารถเชื่อมโยงกับจังหวัดในภูมิภาคนี้ และประเทศเพื่อนบ้านได้ โดยเป็นประตูเชื่อม 4 เมืองมรดกโลก ที่ใกล้ที่สุด : กำแพงเพชร / สุโขทัย /ศรีสัชนาลัย/ หลวงพระบาง และเป็นเชื่อมโยงสู่ประเทศในกลุ่มอินโดจีน/อาเซียน ได้โดยสะดวกอีกเส้นทางหนึ่งของประเทศ

2) จุดที่ตั้งเป็นประตูเชื่อมภาคเหนือตอนบนกับภาคอีสานตอนบน

3) แหล่งน้ำอุดมสมบูรณ์ มีแหล่งน้ำขนาดใหญ่ (เขื่อนสิริกิติ์) และแม่น้ำสำคัญ 3 สาย (แม่น้ำน่าน/แม่น้ำปาด/คลองตรอน) มีฝนตกชุก

4) เส้นทางคมนาคมดี สะดวกทั้งทางรถไฟ และรถยนต์และมีพื้นที่จะพัฒนาเป็นศูนย์ขนส่งสินค้าทางรถไฟ (Container Yard : CY) ที่ใหญ่ที่สุดในภาคเหนือ

มุมมองของนักท่องเที่ยว

เดิมนั้นจังหวัดอุตรดิตถ์มีชื่อเสียงด้านการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม และประวัติศาสตร์ เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องหลายแห่ง เช่น พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติบ้านเกิดพระยาพิชัยดาบหัก วัดพระแท่นศิลาอาสน์ ชุมประตุมืองลับแล และยังมีแหล่งท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์ คือ อุทยานแห่งชาติต้นสักใหญ่สวนนกเขาเหล็ก เส้นทางศึกษาธรรมชาติ อย่างเช่น อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว และเทรนด์ใหม่สำหรับผู้ชื่นชอบและหลงใหลในทุเรียน ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงเกษตรของอุตรดิตถ์ มีผลิตภัณฑ์ที่มีชื่อเสียงให้กับจังหวัดอุตรดิตถ์ ได้แก่ สับปะรดห้วยมุ่น ที่สำคัญมีทุเรียนหลงลับแล ทุเรียนหลินลับแลที่เป็นพันธุ์พื้นเมืองต้องปลูกในเขตพื้นที่อำเภอลับแล อำเภอเมืองอุตรดิตถ์ และอำเภอท่าปลา ของจังหวัดอุตรดิตถ์เท่านั้น โดยทุเรียนพันธุ์พื้นเมืองทั้ง 2 สายพันธุ์ได้ขึ้นทะเบียน GI ตั้งแต่วันที่ 13 มิถุนายน 2555 นอกจากนี้ยังมีลองกองและกลางสาด ผลไม้ขึ้นชื่อของจังหวัด มีเทศกาลกลางสาดและลองหวานเป็นงานประจำจังหวัดที่จัดขึ้นทุกปี (การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย,2566)

พระครูสุจิตพัฒนพิธาน และคณะ (2562) ลงสำรวจและเก็บรวบรวมข้อมูล จากพระภิกษุสงฆ์เจ้าหน้าที่ของรัฐ ผู้ประกอบการ นักท่องเที่ยว และประชาชนในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยว โดยความเข้มแข็งของชุมชน วัฒนธรรม อัตลักษณ์ที่โดดเด่น อาหาร สถานที่ท่องเที่ยว คือ ในเขตพื้นที่อำเภอลับแล และมีการประสานเครือข่ายด้านการท่องเที่ยวของจังหวัดอุตรดิตถ์ 2 สมาคม คือ สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยว จังหวัดอุตรดิตถ์ และสมาคมสหพันธ์ส่งเสริมการท่องเที่ยวภาคเหนือ จังหวัดอุตรดิตถ์มีสภาพแวดล้อมทางกายภาพและภูมิศาสตร์มี 3 ลักษณะ คือ เป็นที่ราบลุ่มแม่น้ำน่าน ที่ราบและที่ชุมชนเมือง และพื้นที่ราบสูงมีเทือกเขาป่าไม้ธรรมชาติสวยงาม อยู่ในเขตพื้นที่วนอุทยานแห่งชาติเขื่อนสิริกิติ์ วนอุทยานแห่งชาติสักใหญ่ (คลองตรอน) วนอุทยานแห่งชาติแร่เหล็กน้ำพี้ อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว และด่านภูดู่ ประตูสู่หลวงพระบาง-เวียงจันทน์ เชื่อมสัมพันธ์ไทย-ลาว และได้แนวทางการพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ยั่งยืน โดยผู้นำทางศาสนาและประชาชน

ในท้องถิ่นต้องร่วมกันอนุรักษ์เก็บรักษา และนำเสนอหน่วยงานภาครัฐเข้ามาจัดสรรงบประมาณในการจัดทำพิพิธภัณฑ์ท้องถิ่นให้ถูกต้องตามหลักวิชาการ เพื่ออนุรักษ์และรักษาวัฒนธรรมท้องถิ่นให้คนรุ่นหลังได้ศึกษารวมทั้งการประชาสัมพันธ์ ป้าย และห้องน้ำสำหรับนักท่องเที่ยวที่สะอาด ถึงใส่ขยะ สินค้าที่ได้มาตรฐานในการซื้อขาย

ณททัย มุขตีสุทธวัฒน์ (2564) ได้ศึกษา ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์ พบว่า ความคาดหวังด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์โดยรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งหมายถึงนักท่องเที่ยวคาดหวังว่าจะได้รับประสบการณ์ที่ดีจากการเดินทางท่องเที่ยว ทั้งนี้อาจเกิดจากความปรารถนาหรือความต้องการของนักท่องเที่ยวที่คาดการณ์ว่าจะเกิดขึ้นเมื่อเดินทางไปท่องเที่ยว และการรับรู้ของนักท่องเที่ยวคือการที่นักท่องเที่ยวได้เห็น ได้สัมผัส และให้ความหมายโดยอาศัยประสบการณ์หรือความรู้สึกเดิม จึงเกิดการรับรู้ เมื่อพิจารณาแต่ละด้านพบว่า นักท่องเที่ยวมีการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวด้านธรรมชาติมากที่สุด

จากมุมมองของนักท่องเที่ยว จังหวัดอุตรดิตถ์ถือว่าเป็นจังหวัดที่มีศักยภาพในการท่องเที่ยวสูง และมีเอกลักษณ์ที่น่าสนใจ ทั้งในด้านธรรมชาติ วัฒนธรรม และวิถีชีวิตท้องถิ่น ด้วยการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานและการส่งเสริมการท่องเที่ยวที่เหมาะสม เช่น การพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยว ในส่วนของการจัดงานกาชาดประจำปี งานพระยาพิชัย มีการประชาสัมพันธ์งาน หน่วยงานราชการ พ่อค้า ประชาชน โรงเรียน ทัวทั้งจังหวัดมาร่วมกิจกรรม (พระครูวิรุฬห์สุวรรณดิตถ์(กนตธมโม), พระใบฎีกาธวัชชัย จรณธมโม,2563) คาดว่าในอนาคตอุตรดิตถ์จะได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวมากขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวที่เน้นการผจญภัยอย่างการเดินทางป่าที่อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว การเรียนรู้วัฒนธรรม และการพักผ่อนอย่างสงบ

บทสรุป

จังหวัดอุตรดิตถ์ มีศักยภาพด้านการท่องเที่ยวที่หลากหลายในการให้บริการนักท่องเที่ยว ทั้งศักยภาพในแหล่งท่องเที่ยวที่มีทั้ง 1) แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ เช่น วนอุทยานต้นสักใหญ่ อุทยานแห่งชาติภูสอยดาว น้ำตกและถ้ำต่างๆ 2) แหล่งท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และศิลปวัฒนธรรม เช่น พิพิธภัณฑ์ดาบเหล็กน้ำพี้ (ใหญ่ที่สุดในโลก) และวัดสำคัญ ๆ ทางประวัติศาสตร์อีกหลายแห่ง 3) แหล่งท่องเที่ยวสำหรับกิจกรรมพิเศษ เช่น เชื้อนสิริกิติ์ เป็นเขื่อนดินที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย นอกจากนี้ยังมีเส้นทางคมนาคมดี สะดวกทั้งทางรถไฟ และรถยนต์ การท่องเที่ยวในจังหวัดอุตรดิตถ์ค่อยๆ ดีขึ้น จากที่มีศักยภาพด้านแหล่งท่องเที่ยวที่พร้อม หากได้รับการสนับสนุนศักยภาพด้านอื่นๆ เช่น ภาพลักษณ์ บุคลากรด้านการท่องเที่ยว การประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ให้ทันสมัยและเข้าถึงนักท่องเที่ยวมากขึ้น ก็จะสามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เดินทางมาท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น ซึ่งต้องมีการศึกษาวิจัยในเชิงวิชาการเกี่ยวกับรูปแบบการท่องเที่ยวในจังหวัดอุตรดิตถ์ที่นักท่องเที่ยวให้ความสนใจมากที่สุด เพื่อนำผลการศึกษามาพัฒนาหรือส่งเสริมการท่องเที่ยวในจังหวัดอุตรดิตถ์ต่อไป

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศ รายจังหวัดปี 2567 (Domestic Tourism Statistics (Classify by region and province 2024)). Mots. <https://www.mots.go.th/news/category/760>
- กระทรวงพาณิชย์. (2562). สินค้าบ่งชี้ทางภูมิศาสตร์ไทย Thai Geographical Indication (GI) (พิมพ์ครั้งที่1). บริษัท ออนป้า จำกัด. https://ipthailand.go.th/images/gibook/GI_Book_111.pdf
- การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). งานกลางสาดและลองกองหวาน ประจำปี 2566. Tat. <https://thai.tourismthailand.org/Events-and-Festivals/>
- จังหวัดอุตรดิตถ์. (2563). ข้อมูลทั่วไปจังหวัด. Uttaradit. <https://www2.uttaradit.go.th/content/general>
- ณททัย มุขดีสุทธรวัฒน์. (2564). ความคาดหวังและการรับรู้ด้านสิ่งดึงดูดใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมายังพื้นที่อำเภอลับแล จังหวัดอุตรดิตถ์. (การค้นคว้าอิสระ ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ). Dspace. <http://dspace.bu.ac.th/handle/123456789/5086>
- พระครูวิรุฬห์สุวรรณดิษฐ์(กนตธมฺโม), พระใบฎีกาธวัชชัย จรณธมฺโม. (2563). การพัฒนาศักยภาพแหล่งการท่องเที่ยวในชุมชนของจังหวัดอุตรดิตถ์ THE DEVELOPMENT OF TOURISM IN THE PROVINCE OF UTTARADIT. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 2(1), 321-330.
- พระครูสุจิตพัฒนพิธาน, พระครูวิหารกิจจานุยุต, และพระปัญญากรโมลี ดร. (2562). การศึกษาสำรวจแหล่งท่องเที่ยวของจังหวัดอุตรดิตถ์. วารสารศิลปศาสตร์ราชชมงคลสุวรรณภูมิ, 1(3), 283-292.
- สำนักงานพาณิชย์จังหวัดอุตรดิตถ์. (2564). ข้อมูลทั่วไปจังหวัด. Moc. <https://uttaradit.moc.go.th/th/content/page/index/id/1055>

บทความวิชาการ
 เทรนด์การท่องเที่ยวคาเฟ่ในปัจจุบัน

วาสิตา พงศ์เจริญ

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์

E-mail : 67130169@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

เทรนด์การท่องเที่ยวคาเฟ่ในปัจจุบันมีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วโดยเฉพาะในยุคที่ผู้คนให้ความสำคัญกับประสบการณ์ใหม่ๆ และการถ่ายรูปลงโซเชียลมีเดียที่นี้คือลักษณะเทรนด์ที่กำลังมาแรงในวงการท่องเที่ยวคาเฟ่คาเฟ่ริมและบรรยากาศคาเฟ่ที่มีการตกแต่งสไตล์เฉพาะหรือธีมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น คาเฟ่สไตล์วินเทจ, คาเฟ่สไตล์มินิมัล, คาเฟ่ที่เน้นธรรมชาติ หรือแม้กระทั่งคาเฟ่ที่มีธีมจากภาพยนตร์หรือซีรีส์ได้รับความนิยมอย่างมาก เพราะผู้คนมักมองหาประสบการณ์ใหม่ ๆ ที่ไม่เพียงแต่การดื่มกาแฟ แต่ยังสามารถเก็บภาพความทรงจำที่สวยงามได้ คาเฟ่ในธรรมชาติและพื้นที่เปิดเทรนด์การท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติหรือการออกไปสัมผัสอากาศบริสุทธิ์ เช่น คาเฟ่ที่ตั้งอยู่ในป่า, บนภูเขา หรือริมทะเล ที่สามารถนั่งจิบกาแฟไปพร้อมกับการชมวิวธรรมชาติได้ คาเฟ่ที่เน้นความยั่งยืนความยั่งยืนเป็นอีกเทรนด์ที่มาแรง โดยคาเฟ่หลายแห่งเริ่มใช้วัสดุที่ย่อยสลายได้ และมีการลดการใช้พลาสติกเช่น การใช้หลอดไม้, ซ้อนส้อมจากวัสดุธรรมชาติ หรือการคัดแยกขยะอย่างเคร่งครัด คาเฟ่สำหรับการทำงานและเรียนด้วยการเปลี่ยนแปลงในการทำงานและการศึกษาในยุคปัจจุบันหลายคนมองหาคาเฟ่ที่มีบรรยากาศเงียบสงบและมีสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น Wi-Fi ฟรี, พื้นที่นั่งทำงาน, และการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชันคาเฟ่ที่มีส่วนร่วมทางสังคมคาเฟ่ที่จัดกิจกรรมพิเศษ เช่น การเรียนรู้เรื่องกาแฟ, เวิร์กช็อปศิลปะ หรือการพบปะทางสังคม ได้รับความนิยมในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบการเชื่อมโยงและสร้างเครือข่าย

บทความฉบับนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1. การสำรวจแนวโน้มใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยวคาเฟ่ 2. การส่งเสริมธุรกิจคาเฟ่เน้นการนำเสนอข้อมูลเกี่ยวกับการเติบโตของธุรกิจคาเฟ่ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยว 3. การเชื่อมโยงเทคโนโลยีกับการท่องเที่ยวคาเฟ่การใช้เทคโนโลยีในการสร้างประสบการณ์ใหม่

บทนำ

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมาเทรนด์การท่องเที่ยวคาเฟ่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องและกลายเป็นหนึ่งในกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวหลายคนเลือกทำระหว่างการเดินทางไม่ใช่แค่การดื่มกาแฟหรือชาในบรรยากาศสบายๆ เท่านั้นแต่ยังเป็นการค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่ในปัจจุบันการท่องเที่ยวไม่เพียงแต่เป็นการเยี่ยมชมแหล่งท่องเที่ยวสำคัญเท่านั้นแต่ยังรวมถึงการแสวงหาประสบการณ์ใหม่ๆ ที่สะท้อนถึงวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของแต่ละพื้นที่อย่างลึกซึ้งหนึ่งในเทรนด์ที่กำลังได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวในยุคนี้คือ "การท่องเที่ยวคาเฟ่" ซึ่งผสมผสานระหว่างการผ่อนคลายพักผ่อนในช่วงวันหยุดการทำกิจกรรมระหว่างกลุ่มเพื่อนหรือครอบครัวและเป็นการค้นหาความพิเศษในแต่ละที่ผ่านคาเฟ่ที่มีเอกลักษณ์

คำว่า "คาเฟ่" (Café) มาจากภาษาฝรั่งเศสที่แปลว่า "ร้านกาแฟ" หรือ "ร้านที่ขายเครื่องดื่มกาแฟ" โดยทั่วไปคาเฟ่มักหมายถึงสถานที่ที่มีการบริการเครื่องดื่มหลากหลายประเภท โดยเฉพาะกาแฟ, ชา, เครื่องดื่มหวาน หรือแม้กระทั่งอาหารเบา ๆ เช่น ขนมเค้กและขนมปังลักษณะเด่นของคาเฟ่มักจะเป็นสถานที่ที่ให้บรรยากาศผ่อนคลาย เหมาะสำหรับการพักผ่อนหรือทำกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การพูดคุยสังสรรค์ การทำงาน หรือการอ่านหนังสือ คาเฟ่มีการตกแต่งที่เน้นสุนทรียภาพและความสบายตา บางแห่งอาจมีการจัดกิจกรรมพิเศษหรือเวิร์กช็อปในบางโอกาสรูปแบบเทรนด์คาเฟ่ในปัจจุบันที่ผู้คนนิยมไปเช่น คาเฟ่สไตล์ "อินส์ปรี" อาร์ตและดีไซน์ การออกแบบภายในคาเฟ่ในปัจจุบันไม่ได้จำกัดแค่ความสะอาดสบายและฟังก์ชันการใช้งานเท่านั้น แต่ยังเน้นการสร้างบรรยากาศและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ โดยเฉพาะคาเฟ่ที่มีการตกแต่งอย่างพิถีพิถัน หรือใช้ศิลปะเป็นส่วนสำคัญ เช่น คาเฟ่สไตล์ Minimalism, Vintage, หรือ Industrial ที่ใช้วัสดุธรรมชาติ เช่น ไม้ โลหะ หรือหิน มาเป็นองค์ประกอบหลัก การตกแต่งแบบนี้ไม่เพียงแต่ทำให้ร้านดูสวยงาม แต่ยังเป็นจุดเด่นที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการถ่ายภาพหรือโพสต์ในโซเชียลมีเดีย คาเฟ่ที่มีกิจกรรมและประสบการณ์พิเศษไม่ใช่แค่การดื่มกาแฟและนั่งพักผ่อนเท่านั้น แต่คาเฟ่ในยุคนี้ยังมีกิจกรรมหรือกิจกรรมเสริมที่เป็นเอกลักษณ์ เช่น การเรียนรู้การชงกาแฟ การทดลองทำเบเกอรี่ หรือการทำงานศิลปะในคาเฟ่ ที่สามารถสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งและเป็นการสร้างความทรงจำดีๆ ให้กับนักท่องเที่ยวบางแห่งยังมีการจัดงานอีเวนต์หรือแม้แต่การเปิดคลาสเรียนสำหรับผู้สนใจเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมการดื่มกาแฟหรืออาหารของท้องถิ่นอีกด้วย เช่น งานชิมกาแฟจากประเทศต่างๆ หรือการทำอาหารท้องถิ่นในบรรยากาศของคาเฟ่คาเฟ่เพื่อสุขภาพและคาเฟ่ที่เน้นการใช้วัตถุดิบออร์แกนิกการให้ความสำคัญกับสุขภาพและสิ่งแวดล้อมก็เป็นอีกหนึ่งเทรนด์ที่เห็นได้ชัดในธุรกิจคาเฟ่ในปัจจุบัน โดยคาเฟ่หลายแห่งจะเน้นการใช้วัตถุดิบออร์แกนิกหรือเป็นธรรมชาติ เช่น กาแฟออร์แกนิก น้ำผลไม้สด หรือเมนูสุขภาพที่ไม่มีน้ำตาลและมีส่วนผสมของซูเปอร์ฟู้ด เช่น อะโวคาโด ชาเขียว หรือผักผลไม้สด นอกจากนี้ คาเฟ่บางแห่งยังเน้นการใช้บรรจุ

ภัณฑ์ที่ย่อยสลายได้เพื่อลดผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อม คาเฟ่ที่ผสมผสานเทคโนโลยีการใช้เทคโนโลยีในธุรกิจคาเฟ่ก็เป็นอีกหนึ่งแนวโน้มที่มาแรง เช่น การสั่งกาแฟผ่านแอปพลิเคชัน การชำระเงินผ่าน QR Code หรือแม้แต่การใช้ระบบสั่งอาหารแบบอัตโนมัติ (self-order kiosk) นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอเครื่องดื่มหรือเมนูที่พิเศษด้วยการใช้เทคโนโลยีใหม่ๆ เช่น การทำกาแฟด้วยเครื่องจักรที่มีความแม่นยำสูง หรือแม้กระทั่งการใช้ AI ในการแนะนำเมนูที่เหมาะสมกับผู้บริโภค คาเฟ่ในธรรมชาติอีกหนึ่งเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องคือ "คาเฟ่ในธรรมชาติ" ที่ตั้งอยู่ในทำเลที่ล้อมรอบไปด้วยธรรมชาติ เช่น ในสวนดอกไม้ริมทะเล หรือในภูเขา ซึ่งมักจะเป็นคาเฟ่ที่เน้นการใช้บรรยากาศธรรมชาติเป็นส่วนสำคัญในการสร้างประสบการณ์ที่ผ่อนคลาย การนั่งดื่มกาแฟในสถานที่ที่มีวิวทิวทัศน์สวยงาม สามารถสร้างความรู้สึกสบายใจและเชื่อมโยงกับธรรมชาติได้มากขึ้นคาเฟ่ให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมท้องถิ่นคาเฟ่ที่เน้นการใช้วัตถุดิบและเมนูที่สะท้อนถึงวัฒนธรรมท้องถิ่นของพื้นที่นั้นๆ ก็เป็นที่นิยมมากขึ้น การดื่มกาแฟในรูปแบบที่เฉพาะเจาะจงตามประเพณีของแต่ละประเทศ หรือการมีเมนูท้องถิ่นที่ไม่ซ้ำใคร เป็นสิ่งที่นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสได้จากคาเฟ่ที่แตกต่างกันไปในแต่ละประเทศ

บทสรุป

บทสรุปของ แนวโน้มในการท่องเที่ยวคาเฟ่ ในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงที่สะท้อนถึงความต้องการที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวและผู้รักกาแฟ โดยมีแนวโน้มที่สำคัญดังนี้: ประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครคาเฟ่ไม่เพียงแต่สถานที่ดื่มกาแฟ แต่ยังเป็นจุดที่นักท่องเที่ยวต้องการสัมผัสบรรยากาศและชิมที่เป็นเอกลักษณ์ ทั้งในด้านการตกแต่ง การบริการ หรือแม้กระทั่งกิจกรรมที่จัดขึ้นภายในร้านการเชื่อมโยงกับธรรมชาติ: คาเฟ่ที่ตั้งอยู่ในธรรมชาติ เช่น บนภูเขา ริมทะเล หรือในป่าได้รับความนิยม เนื่องจากผู้คนที่ต้องการหลีกเลี่ยงจากความวุ่นวายและเพลิดเพลินกับการจิบกาแฟท่ามกลางวิวธรรมชาติการให้ความสำคัญกับความยั่งยืน: คาเฟ่ที่ใช้วัสดุธรรมชาติและเน้นการรักษาสิ่งแวดล้อม เช่น การลดการใช้พลาสติกและการคัดแยกขยะ เป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากนักท่องเที่ยวที่ใส่ใจเรื่องสิ่งแวดล้อมคาเฟ่สำหรับการทำงานและการเรียน: คาเฟ่ที่มีพื้นที่สำหรับทำงานและการเรียน มี Wi-Fi ฟรีและบรรยากาศที่เหมาะสมสำหรับการทำกิจกรรมทางปัญญา กลายเป็นอีกหนึ่งจุดที่ได้รับความนิยมในหมู่นักท่องเที่ยวที่ต้องการทำงานหรือพักผ่อนในขณะเดียวกันการเน้นคุณภาพของกาแฟและเมนู: นักท่องเที่ยวคาเฟ่ในปัจจุบันให้ความสำคัญกับคุณภาพของกาแฟและเมนูที่หลากหลาย ซึ่งไม่จำกัดเพียงแต่กาแฟ แต่รวมถึงเครื่องดื่มและขนมที่มีรสชาติเป็นพิเศษการท่องเที่ยวคาเฟ่จึงเป็นประสบการณ์ที่เกินกว่าการดื่มกาแฟ มันเป็นการค้นหาบรรยากาศใหม่ ๆ และการสร้างความทรงจำที่น่าจดจำในทุก ๆ สถานที่ที่เยี่ยมชม

บรรณานุกรม

นพรัตน์ จิตพงศ์สถาพร. (18 สิงหาคม 2565). เทรนด์การท่องเที่ยวคาเฟ่. สืบค้นจาก

<https://mgronline.com/daily/detail>

วิกิพีเดีย. (7 พฤศจิกายน 2567). ความหมายของคาเฟ่. สืบค้นจาก <https://th.wikipedia.org/wiki>

ธนพร พันธุ์ธรา. (2564). ร้านกาแฟในบทบาทการเป็นเครื่องมือสร้างสรรค์ย่านเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยว. สืบค้น

จาก <https://so04.tci-thaijo.org/index.php/archkmitl/article/download/251841/173762>

บทความวิชาการ
การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

Local Experience Tourism

วัลย์ พรธีรินทร์

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 66230112@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเป็นรูปแบบของการท่องเที่ยวที่เน้นการสร้างประสบการณ์ และสร้างการรับรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆให้นักท่องเที่ยว โดยเกิดจากการให้นักท่องเที่ยวได้ทำกิจกรรมหรือมีส่วนร่วมในพื้นที่ชุมชนท้องถิ่นไม่ว่าจะด้วยการสัมผัสและการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อม โดยรอบ ภาษา อาหาร การละเล่น ศิลปะวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น สืบเนื่องมาจากกระแสการท่องเที่ยวในปัจจุบัน ส่งผลทำให้พฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในลักษณะที่มีความต้องการรับรู้อย่างลึกซึ้งควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวเพื่อชมความสวยงาม อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังตระหนักถึงความสำคัญในการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวเพิ่มมากขึ้น

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น, ทรัพยากรการท่องเที่ยว

Abstract

Local experience tourism is a form of tourism that emphasizes creating meaningful experiences and deep understanding of a destination for travelers. This is achieved by allowing travelers to participate in activities or engage with the local community, whether through interacting with the surrounding environment, language, food, traditional games, arts and culture, or unique local customs. The current tourism trends have led to a shift in traveler behavior and preferences, where there is a growing desire to not only appreciate the beauty of a destination, but also to gain in-depth knowledge and awareness. Travelers are also becoming more conscious of the importance of environmental conservation and sustainable use of tourism resources.

By embracing local experience tourism, travelers can immerse themselves in the authentic essence of a place, fostering a deeper connection and appreciation for the destination's unique identity.

This form of tourism not only enhances the traveler's experience, but also supports the preservation and promotion of local culture and traditions.

Keywords : tourism, Local experiential tourism, tourism resource

ความหมายการท่องเที่ยว

(McIntosh R.W. & Gupta S,1980; รักพงษ์ ชื่อสื่อ.2566) กล่าวว่า การท่องเที่ยว เป็นการเดินทาง เพื่อจุดหมายต่าง ๆ โดยมีมูลเหตุจูงใจ 4 ประเภท ดังนี้

1. มูลเหตุจูงใจทางด้านกายภาพ หมายถึงความต้องการท่องเที่ยวเพื่อพักผ่อนหย่อนใจเช่น เข้าร่วมกิจกรรมทางการกีฬา หรือรักษาสุขภาพ พักผ่อนตากอากาศชายทะเล หรือร่วมกิจกรรมบันเทิงอื่น ๆ
2. มูลเหตุจูงใจทางวัฒนธรรม หมายถึงความต้องการเรียนรู้เรื่องต่าง ๆ ในแหล่งอื่น ที่มีใช้ที่อยู่เดิม ไม่ว่าจะเป็นด้านศิลปวัฒนธรรม นาฏศิลป์ ดุริยางคศิลป์ ประเพณีต่าง ๆ
3. มูลเหตุจูงใจด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล หมายถึงความต้องการพบปะสังสรรค์กับผู้คนใหม่ ๆ หรือเพื่อนเก่า ญาติพี่น้อง
4. มูลเหตุจูงใจด้านสถานภาพและเกียรติภูมิ หมายถึงความต้องการพัฒนาให้มีฐานะหรือเกียรติภูมิสูง อาจเป็นไปเพื่อการศึกษา การประชุมและการติดต่อธุรกิจ

ฉลองศรี พิมลสมพงษ์ (2546) กล่าวว่า การท่องเที่ยว หมายถึง การเดินทางเพื่อความเพลิดเพลิน พักผ่อนหย่อนใจ และเป็นการเดินทางที่มีเงื่อนไข 3 ประการคือ

1. เดินทางจากที่อยู่อาศัยปกติไปยังที่อื่นเป็นการชั่วคราว
2. เดินทางด้วยความสมัครใจ
3. เดินทางด้วยวัตถุประสงค์ใดๆก็ได้ ที่ไม่ใช่การประกอบอาชีพหรือหารายได้

สรุปความหมายของการท่องเที่ยวได้ว่า การท่องเที่ยว คือการเดินทางด้วยความสมัครใจเพื่อไปยังสถานที่ต่างๆ จากถิ่นที่อยู่อาศัยเดิมเป็นการชั่วคราวมี โดยมีปัจจัยหรือแรงจูงใจต่างๆ เช่น เพื่อการพักผ่อนหย่อนใจ ต้องการเรียนรู้วิถีชีวิต วัฒนธรรมและประสบการณ์ที่แตกต่างไปจากชีวิตประจำวันหรือวัฒนธรรมที่แตกต่างไปจากเดิม โดยมีใช่เป็นการเดินทางเพื่อประกอบอาชีพหรือหารายได้

ความสำคัญของอุตสาหกรรมท่องเที่ยว

อุตสาหกรรมท่องเที่ยว ถือเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญอย่างยิ่งในการสร้างรายได้ให้กับประเทศ มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนการพัฒนาระบบเศรษฐกิจ ส่งผลทำให้ความเป็นอยู่ของประชาชนภายในประเทศดีขึ้น การเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวก่อให้เกิดการจ้างงานและเกิดการลงทุน นำมาสู่การหารายได้เข้าสู่ประเทศ มีผลโดยตรงกับระบบโครงสร้างเศรษฐกิจ และเป็นไปเพื่อพัฒนาประเทศในด้านต่างๆต่อไป ทั้งนี้อุตสาหกรรมท่องเที่ยวมีการกระจายไปในหลายภาคส่วนอย่างชัดเจน เช่นการเดินทางที่พัก การซื้อของที่ระลึก ภัตตาคาร ร้านค้าต่างๆ จึงมีการประกอบกิจการที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวทั้งโดย

ทางตรงและทางอ้อมขยายเพิ่ม มากขึ้น เช่น การเพิ่มขึ้นของสถานที่พัก โรงแรมหลายขนาดและหลายรูปแบบ รวมถึงที่พักแบบพินบ้านที่เรียกว่า โฮมสเตย์ ตลอดจนการเพิ่มขึ้นของร้านอาหาร และแหล่งบริการด้านอื่นๆ เพื่อดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศ และเนื่องจากสถานการณ์ของการท่องเที่ยวในปัจจุบันทำให้กระแสมนิยมในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงไป ในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวทั้งในและต่างประเทศมีความต้องการท่องเที่ยวใกล้ชิดและเป็นส่วนหนึ่งกับธรรมชาติมากขึ้น มีความต้องการเรียนรู้วิถีชุมชนเพิ่มมากขึ้น จึงส่งผลให้ผู้ประกอบการและผู้ให้บริการด้านการท่องเที่ยวจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบการให้บริการเพื่อให้มีความสอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปจากเดิมที่เพียงต้องการชมแค่ความสวยงามและความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวเท่านั้นๆ ตลอดจนหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชนที่มุ่งเน้นนโยบายและให้ความสำคัญกับการกระตุ้นการท่องเที่ยว และมุ่งหวังให้เกิดการกระจายรายได้สู่ชุมชน และท้องถิ่นมากยิ่งขึ้น

วนิดา สติตานนท์ (2539) กล่าวว่า การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่จะสร้างสรรค์ความเจริญทางเศรษฐกิจให้แก่ประเทศชาติ เป็นรายได้ที่กระจายออกไปยังบุคคลหลายชั้นหลายอาชีพ และสิ่งที่สำคัญที่สุดคือ กิจกรรมอันนี้จะเผยแพร่วัฒนธรรมและคุณธรรมของชาวไทยได้ปรากฏแก่ชาวโลก ยังกล่าวอีกว่าการท่องเที่ยวมีความสำคัญดังต่อไปนี้

1. ความสำคัญเชิงเศรษฐกิจ มีบทบาทในการพัฒนาเศรษฐกิจ การเดินทางของนักท่องเที่ยวย่อมสนับสนุนให้เกิดสินค้าและบริการ
2. การท่องเที่ยวดึงดูดการลงทุนจากต่างชาติ การเพิ่มปริมาณของกระแสเงินเข้ามาหมุนเวียนในระบบเศรษฐกิจ ทำให้เกิดการพัฒนาด้านต่างๆ
3. กระตุ้นให้เกิดการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานในระดับภูมิภาคและระดับท้องถิ่น
4. สร้างความเจริญเติบโตของอุตสาหกรรมภายในประเทศ เร่งฐานการผลิตให้มีปริมาณเพียงพอในการรองรับนักท่องเที่ยว
5. ยกระดับคุณภาพชีวิตของประชากรให้สูงขึ้น การจ้างงานสร้างอาชีพที่หลากหลาย มีการจ้างงานในสถานประกอบการต่าง ๆ ทั้งทางตรงและทางอ้อมมีบทบาทในการสร้างเสริมสันติภาพ สัมพันธไมตรี และความเข้าใจอันดีต่างในถิ่นอาศัย ภาษาและวัฒนธรรม ได้พบปะสร้างสัมพันธไมตรี
7. มีบทบาทในการอนุรักษ์ขนบธรรมเนียมประเพณีและศิลปวัฒนธรรม เกิดภาคภูมิใจ หวงแหน อนุรักษ์ ฟื้นฟูและสืบทอด
8. กระตุ้นให้คิดค้นนำทรัพยากรส่วนเกินมาผลิตเป็นตัวสินค้าที่ระลึก สร้างอาชีพเสริมรักษาสภาพแวดล้อมให้สมดุล
9. กระตุ้นให้มีการศึกษาค้นคว้าแหล่งท่องเที่ยว เพื่อประโยชน์ในการอนุรักษ์ทรัพยากรท่องเที่ยว และมีองค์ความรู้ใหม่

10. กระตุ้นให้มีการพัฒนาระบบเทคโนโลยี ความสะดวกรวดเร็วในการจองที่พักเครื่องบิน หรือหาข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว

รายได้ที่มาจากอุตสาหกรรมท่องเที่ยวล้วนนำไปใช้พัฒนาและขับเคลื่อนประเทศชาติในหลายด้าน ทั้งยังสร้างความสมดุลให้แก่โครงสร้างทางเศรษฐกิจ เกิดการจ้างงาน และดึงดูดการลงทุนทั้งจากในและจากต่างประเทศ โดยในปัจจุบันกระแสการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวย่อมเปลี่ยนแปลงไปตามเหตุและปัจจัยต่างที่เกิดขึ้นในสังคมโลกปัจจุบัน ส่งผลทำให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องปรับตัวพร้อมทั้งปรับรูปแบบการท่องเที่ยวให้เข้ากับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคปัจจุบัน

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น

จากกระแสของการท่องเที่ยวและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในปัจจุบันที่มีความเปลี่ยนแปลงไป จากเดิมที่เพียงแค่ต้องการท่องเที่ยวเยี่ยมชมเพียงความสวยงาม และความเพลิดเพลินจากแหล่งท่องเที่ยวนั้น ปัจจุบันแนวโน้มและพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปในลักษณะที่มีความต้องการรับรู้อย่างลึกซึ้งเกี่ยวกับแหล่งท่องเที่ยวหรือสถานที่นั้นๆ อีกทั้งนักท่องเที่ยวยังให้ความสำคัญกับการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและทรัพยากรการท่องเที่ยวเนื่องจากปัจจุบันนักท่องเที่ยวเกิดการรับรู้เกี่ยวกับปัญหาและความสำคัญของทรัพยากรการท่องเที่ยว โดยที่ อิศริยา เลหาดีรานนท์ (2552) ได้ให้ความหมายไว้ว่า "ทรัพยากรการท่องเที่ยว" หมายถึง สิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยวที่มีอยู่ในพื้นที่ใดพื้นที่หนึ่ง ตั้งแต่ในระดับท้องถิ่น จนถึงระดับภูมิภาคและระดับโลก อาจเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ หรือเป็นสิ่งที่มนุษย์สร้างขึ้น โดยสิ่งเหล่านั้นจะต้องมีความงดงามแปลกตา มีความสำคัญหรือมีคุณค่า รวมทั้งวิธีการดำเนินชีวิตอันดีงามที่สะท้อนให้เห็นถึงอารยธรรมอันทรงคุณค่า และมีลักษณะเด่นเป็นเอกลักษณ์ ก็ถือเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยว

การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่เน้นให้นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์เพื่อให้เกิดการเรียนรู้อย่างลึกซึ้ง มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมกับพื้นที่ชุมชน ร่วมทำกิจกรรมต่างๆภายในท้องถิ่น กระตุ้นให้เกิดการเรียนรู้และการเติบโตของนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับประวัติศาสตร์ เรื่องราวความเป็นมาของพื้นที่ ภูมิศาสตร์ วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม นำมาซึ่งมุมมองและประสบการณ์ที่แปลกใหม่ ก่อให้เกิดความเติบโตทางความคิดและต่อยอดในด้านต่างๆของชีวิตต่อไป และผู้คนที่อาศัยอยู่ในพื้นที่หรือแหล่งท่องเที่ยว นั้น ไม่ใช่เพียงแค่การดูหรือชมความสวยงามแปลกตาเท่านั้น แต่ยังรวมไปถึงการสัมผัสและการมีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งแวดล้อมรอบตัวของนักท่องเที่ยว นำไปสู่การเรียนรู้และก่อให้เกิดความเข้าใจอย่างแท้จริงเกี่ยวกับประสบการณ์ท้องถิ่นที่มีคุณค่าทางศิลปและวัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีที่มีเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น ที่สืบทอดกันมาจากอนุชนคนรุ่นหลังจนถึงคนในพื้นที่ท่องเที่ยวปัจจุบัน มุ่งเน้นการดำเนินกิจกรรมที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินชีวิตของคนในท้องถิ่นนั้นๆ เช่น วิถีความเป็นอยู่ สภาพบ้านเรือน ภาษา การแต่งกาย การละเล่น ดนตรี ศิลปะและขนบธรรมเนียมต่าง ๆ รวมทั้งกิจกรรมที่สร้างขึ้นเพื่อวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น ประเพณี งานเทศกาล และ พิธีกรรม และมุ่งเน้นที่การสร้างความทรงจำที่ดี และประสบการณ์ที่ไม่ซ้ำใครสำหรับแต่ละบุคคล ทำให้การเดินทางมีความหมายและคุณค่ามากขึ้น ตัวอย่างแหล่งท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น คือ ชุมชน

ท่องเที่ยวบ้านหนองसान ตำบลโคกภู อำเภอกุฉินารายณ์ จังหวัดสกลนคร เป็นชุมชนไทยเชื้อสายจีนที่ยังคงวิถีชีวิตการทำเกษตรกรรม และมีฝีมืองานทอผ้าฝ้ายอ้อมคราม เป็นแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสามารถร่วมรับประทานอาหารที่บ้านของชาวอีสานไทยเชื้อสายจีน มีกิจกรรมที่ให้นักท่องเที่ยวได้เรียนรู้วิถีการทำเกษตรแบบชาวบ้าน และกระบวนการทำผ้าฝ้ายอ้อมครามตั้งแต่การพาไปทำความรู้จักต้นคราม การเก็บเกี่ยว การปั่นฝ้าย ย้อมสี มัดลาย ตลอดจนการทอ และนักท่องเที่ยวยังสามารถทำผ้าครามในรูปแบบและลวดลายต่างๆเป็นของตัวเองได้

นอกจากนี้การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นเป็นสื่อกลางเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจระหว่างวัฒนธรรมให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมและการเรียนรู้โดยตรงจากชุมชนท้องถิ่นก่อให้เกิดการรับรู้ถึงถึงความหลากหลายทางกายภาพของแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ สร้างความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งระหว่างนักท่องเที่ยวได้ สถานที่และผู้คนในท้องถิ่น โดยการมีส่วนร่วมในวัฒนธรรม ประเพณี และวิถีชีวิตท้องถิ่น ซึ่งช่วยเพิ่มความเข้าใจและความเคารพต่อความหลากหลายทางวัฒนธรรม อีกทั้งยังกระตุ้นจิตสำนึกในการท่องเที่ยวโดยคำนึงถึงการรักษาสิ่งแวดล้อมและผลกระทบต่อแหล่งท่องเที่ยวอีกด้วย

บทสรุป

บทความนี้แสดงให้เห็นถึงความสำคัญ คุณลักษณะ และประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น มีความแตกต่างจากการท่องเที่ยวในอดีตที่ต้องการเพียงเที่ยวชมความสวยงามและความเพลิดเพลินเพียงเท่านั้น อีกทั้งกระแสของการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่น ได้รับความนิยมในหมู่คณะนักท่องเที่ยวรุ่นใหม่ที่มีความสนใจในการรักษาสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปกับการท่องเที่ยวและมีความต้องการท่องเที่ยวอย่างลึกซึ้งรับรู้ถึงคุณค่าของแหล่งท่องเที่ยวอย่างแท้จริง อันเป็นผลมาจากสถานการณ์การท่องเที่ยวของโลกปัจจุบันที่มีการเปลี่ยนแปลงไปทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนแปลงตามไปด้วย โดยการท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ท้องถิ่นมุ่งเน้นการท่องเที่ยวในรูปแบบที่นักท่องเที่ยวได้รับประสบการณ์ใหม่ เรียนรู้หลากหลายและเคารพความแตกต่างทางวัฒนธรรม ประเพณี วิธีการดำเนินชีวิตของแต่ละท้องถิ่น ตลอดจนมีความรู้เข้าใจเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ

บรรณานุกรม

ฉลอมศรี พิมลสมพงษ์. (ม.ป.ป). อุตสาหกรรมต้อนรับ. ค้นเมื่อ 14 มกราคม 2565 จาก <http://www.lib.ku.ac.th/egournal/hum/humn002a009.pdf>

วนิดา สติตานนท์. (2539). 36 ปี การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. กรุงเทพฯ: การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย

อิสริยา เลหาศิริรานนท์. (2552). ทรัพยากรการท่องเที่ยว. ค้นเมื่อ 16 มกราคม 2565, จาก <http://legacy.orst.go.th>

McIntosh R.W. & Goeldner C.R. (1986). Tourism Principles, Practices, Philosophies. New York: John Wiley & Son

บทความวิชาการ

การท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ในประเทศไทย

Mahaolang

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 6523115@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวในยุคปัจจุบันได้รับการพัฒนาและปรับเปลี่ยนตามกระแสสังคม เทคโนโลยี และความต้องการของผู้บริโภค ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวใหม่ ๆ ที่ไม่เพียงแต่เน้นการพักผ่อน แต่ยังตอบสนองความสนใจที่หลากหลายของนักท่องเที่ยวในทุกช่วงวัยและทุกความต้องการ นอกจากนี้ยังสะท้อนถึงการพัฒนาในด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม รูปแบบการท่องเที่ยวที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจึงมีความหลากหลายและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัวอย่างมาก โดยเฉพาะอย่างยิ่งในรูปแบบที่น่าสนใจต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในขณะนี้ คือ การท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping เป็นกิจกรรมที่นักท่องเที่ยวหรือผู้ที่หลงใหลในกาแฟเดินทางไปเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียวหรือในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจและสัมผัสประสบการณ์ที่แตกต่างกันในแต่ละร้าน ทั้งในด้านบรรยากาศ เมนูเครื่องดื่ม การตกแต่ง และเอกลักษณ์เฉพาะของแต่ละสถานที่ กิจกรรมนี้ไม่เพียงแต่เหมาะสำหรับคนรักกาแฟเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสที่ดีในการออกไปค้นพบสิ่งใหม่ๆ ร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัว ในบทความนี้จะนำเสนอความหมายและประวัติความเป็นมาของ Cafe Hopping รวมถึงการเชื่อมโยงกับสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอความคิดเห็นเกี่ยวกับจุดเด่นของการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้ ทำไม Cafe Hopping ถึงได้รับความนิยม และตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจในประเทศไทยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping

คำสำคัญ : การท่องเที่ยว, Cafe Hopping

Abstract

Modern tourism has been developed and adapted to social trends, technology, and consumer needs, resulting in new forms of tourism that not only focus on relaxation, but also meet the diverse interests of tourists of all ages and needs. It also reflects developments in the economy, society, and environment. The forms of tourism that are currently occurring are therefore diverse and have their own unique characteristics, especially in the form of interesting tourism that is currently occurring, such as Cafe Hopping tourism, an activity in

which tourists or coffee lovers travel to visit several coffee shops in the same day or at a similar time. The main objective is to explore and experience the differences in each shop, in terms of atmosphere, beverage menus, decorations, and unique characteristics of each place. This activity is not only suitable for coffee lovers, but is also a good opportunity to go out and discover new things with friends or family. This article presents the meaning and history of Cafe Hopping, as well as its connection to social media. In addition, opinions are presented on the highlights of this form of tourism, why Cafe Hopping is popular, and examples of interesting tourist attractions in Thailand that attract tourists in the form of Cafe Hopping.

Keywords : Tourism, Cafe Hopping **

บทนำ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศไทยกำลังมีแนวโน้มที่ดีขึ้นอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะหลังจากการฟื้นตัวจากผลกระทบของโรคระบาด COVID-19 ที่ส่งผลกระทบต่อภาคการท่องเที่ยวในช่วงหลายปีที่ผ่านมา อย่างไรก็ตามหลังจากการเปิดประเทศและการผ่อนคลายมาตรการต่างๆ การท่องเที่ยวในประเทศไทยเริ่มกลับมาฟื้นตัวอีกครั้งและแสดงให้เห็นถึงแนวโน้มที่ดีจากนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ (ชัย วัชรพงศ์, 2567) จากสถานการณ์การท่องเที่ยวของประเทศไทยในปี 2567 (ข้อมูล ณ วันที่ 4 ส.ค. 67) จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ประมาณ 21,045,344 ล้านคน มีจำนวนที่เพิ่มขึ้นเมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีที่ 2566 จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้น 33% (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2567) และการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping กำลังเป็นเทรนด์ที่เติบโตอย่างรวดเร็วและได้รับความนิยมอย่างสูง โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ชอบหลงใหลในกาแฟและการค้นหาประสบการณ์ใหม่ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางระบุว่ามีการใช้แฮชแท็ก #CafeHopping ในโซเชียลมีเดียมากถึง 1.7 ล้านครั้ง ซึ่งแสดงให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นในกิจกรรมนี้ ธุรกิจร้านกาแฟจึงสามารถใช้ประโยชน์จากกระแสนี้ได้อย่างมาก ไม่เพียงแต่ในการขายเครื่องดื่ม แต่ยังรวมถึงการสร้างประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับลูกค้า การใช้โซเชียลมีเดียในการโปรโมตร้านและกิจกรรมต่าง ๆ ยังช่วยเพิ่มความน่าสนใจและขยายฐานลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ การเติบโตของธุรกิจนี้ไม่เพียงแต่สร้างรายได้ให้กับผู้ประกอบการ แต่ยังช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจในท้องถิ่นของเมืองที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักอีกด้วย (Maysylvie, 2021)

ความหมายของ Cafe Hopping

Cafe Hopping หรือการเดินทางไปสำรวจร้านกาแฟหลายแห่งในช่วงเวลาหนึ่ง เป็นแนวโน้มและกิจกรรมที่ได้รับความนิยมในสังคมการท่องเที่ยวและการใช้ชีวิตประจำวันในปัจจุบัน ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมาการท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping ได้รับความสนใจเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะในกลุ่มคนรุ่นใหม่ที่ใช้โซเชียล

มีเดียในการแบ่งปันประสบการณ์การเยี่ยมชมคาเฟ่ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวต่างๆ (Maysylvie, 2021) โดยได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างอธิบายเกี่ยวกับ Cafe Hopping ไปตามทัศนคติที่หลากหลาย เพื่อให้เห็นลักษณะของการท่องเที่ยวที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

Schpix (2010) ให้ความหมายของ Cafe Hopping หมายถึง การใช้เวลาในแต่ละวันในตัวเมืองหรือสถานที่ที่มีร้านกาแฟจำนวนมาก โดยมุ่งเน้นไปที่การเข้าใช้บริการร้านกาแฟให้มากที่สุดเท่าที่จะทำได้ ผู้ที่ทำกิจกรรมแบบคาเฟ่ฮอปปี้งมักจะสั่งกาแฟหรือเบเกอรี่ในปริมาณน้อย และใช้เวลาอยู่ในร้านกาแฟนั้น ก่อนที่จะย้ายไปยังร้านกาแฟอื่นเพื่อใช้เวลาต่อไป อีกความหมายหนึ่งของคาเฟ่ฮอปปี้ง คือ กลุ่มคนที่พยายามใช้เวลาว่างในการนั่งอยู่ที่ร้านกาแฟให้นานที่สุดเท่าที่จะทำได้ โดยอาจไม่จำเป็นต้องซื้อสินค้า และจะเปลี่ยนไปยังร้านอื่นเมื่อพบว่ามีการปิดร้านที่สามารถชงกาแฟตามที่ต้องการได้

สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม (2558) ให้ความหมายของ Cafe Hopping หมายถึง ร้านกาแฟที่มีการจำหน่ายอาหารประเภทอื่นๆ ร่วมด้วย เช่น อาหารว่าง (side dish) และอาหารจานหลัก (main dish) โดยกลุ่มลูกค้าเป้าหมายหลัก ได้แก่ คนทำงาน นักศึกษา และครอบครัว

สุธี เสริมชีพ (2559) อธิบายว่า Cafe Hopping คือ การเยี่ยมชมร้านคาเฟ่ที่จำหน่ายเครื่องดื่ม อาหาร และขนมต่างๆ โดยรูปแบบของร้านคาเฟ่จะเป็นการผสมผสานระหว่างภัตตาคารและบาร์ โดยทั่วไปแล้ว คาเฟ่ มักจะไม่จำหน่ายเครื่องดื่มที่มีแอลกอฮอล์ แต่จะเน้นไปที่เครื่องดื่มประเภทกาแฟ ชา หรือช็อกโกแลต นอกจากนี้ยังมีอาหารว่าง เช่น ขนมอบกรอบ ขนมหวาน และบางร้านอาจมีอาหารคาวให้บริการควบคู่กับเครื่องดื่มด้วย

จิธญา ตรังคิณานถ (2565) ให้ความหมายของ Cafe Hopping หมายถึง การไปเยี่ยมชมร้านค้าที่มีการให้บริการอาหารและเครื่องดื่ม โดยมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัวหรือมีบรรยากาศที่น่าดึงดูดและสวยงาม

ทัชชกร สัมมะสุตและคณะ (2566) ได้กล่าวว่า Cafe Hopping คือการรวมกันของคำว่า Cafe หรือ ร้านกาแฟ และ Hopping ซึ่งหมายถึงการกระโดด โดยมีความหมายโดยรวมว่าเป็นกิจกรรมของนักท่องเที่ยวที่ชื่นชอบการเดินทางไปยังสถานที่ต่างๆ และเลือกแวะร้านกาแฟเพื่อรับประทานอาหารเช้าและถ่ายรูปเก็บความทรงจำ

จิรณรงค์ วงษ์สุนทร (2566) ได้อธิบายว่า Cafe Hopping มาจากคำว่า Cafe ที่หมายถึงร้านกาแฟ และ Hopping ที่แปลว่ากระโดด เมื่อนำมารวมกันจึงมีความหมายว่า คนที่ชื่นชอบการไปเยือนร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียว โดยไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ชอบดื่มกาแฟเสมอไป

จากการศึกษาเกี่ยวกับความหมายของ Cafe Hopping ในข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า Cafe Hopping คือ การไปเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายๆ ** และมีการใช้พื้นที่ของร้านกาแฟเป็นสถานที่สำหรับทำกิจกรรมในช่วงเวลาว่าง เพื่อให้ตอบสนองความชอบส่วนตัว ปัจจัยหนึ่งที่ทำให้ Cafe Hopping ได้รับความนิยมมากขึ้น คือ การเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งกลายเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารและแสดงอัตลักษณ์ (Identity) ของ Cafe Hopping

ความเป็นมาของ Cafe Hopping

สภากาแฟได้พัฒนาจนกลายเป็นมากกว่าการพบปะพูดคุยกันแบบเดิม ๆ ที่เรารู้เคยในอดีต ตอนนี้นั้นมันได้เปลี่ยนเป็นคาเฟ่ที่มีสไตล์หลากหลาย ที่ไม่เพียงแต่เสิร์ฟกาแฟและเครื่องดื่มต่าง ๆ แต่ยังมีขนม เบเกอรี่ และอาหารจานสวยให้บริการในบรรยากาศที่ตกแต่งอย่างโดดเด่นด้วยดีไซน์ที่แตกต่าง เพื่อสร้างความน่าสนใจ จนกลายเป็นสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับคนรักการถ่ายภาพ (มากกว่าคนที่ชอบดื่มกาแฟ) นอกจากนี้ยังมีคำใหม่ที่เกิดขึ้นในวงการนี้ คือ Cafe Hopping ซึ่งเป็นกิจกรรมยอดนิยมของคนรุ่นใหม่ที่ชอบไปเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียว โดยไม่จำเป็นต้องเป็นคนที่ชอบกาแฟเสมอไป นอกจากจะเป็นงานอดิเรกที่ได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน จนทำให้เกิดกลุ่ม Cafe Hopping ที่กลายเป็นอินฟลูเอนเซอร์ในการแนะนำร้านกาแฟและสถานที่ท่องเที่ยวต่าง ๆ จนสร้างชื่อเสียงและรายได้ที่น่าพอใจแล้ว กระแส Cafe Hopping ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้คาเฟ่ใหม่ๆ เกิดขึ้นมากมาย โดยแต่ละร้านต่างพยายามสร้างจุดเด่นและความน่าสนใจที่เหนือกว่าการเป็นเพียงร้านกาแฟทั่วไปเท่านั้น (จิรณรงค์ วงษ์สุนทร, 2566)

การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping กับสื่อสังคมออนไลน์

การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping กำลังได้รับความนิยมเพิ่มมากขึ้น โดยเฉพาะจากการเข้ามาของสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) และอินสตาแกรม (Instagram) ซึ่งได้กลายเป็นช่องทางสำคัญในการสื่อสารและแสดงอัตลักษณ์ของการเที่ยวแบบนี้ ทำให้ร้านกาแฟต่างๆ เป็นที่รู้จักมากขึ้นและมีจำนวนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง การที่การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping เริ่มได้รับความนิยมผ่านสื่อสังคมออนไลน์มากขึ้นนั้น เกิดจากคุณสมบัติของสื่อเหล่านี้ที่เปิดโอกาสให้ผู้ใช้งานสามารถสร้างเนื้อหาและรับข้อเสนอแนะแบบตอบกลับจากผู้คนในเครือข่ายเดียวกัน ซึ่งถือเป็นฟังก์ชันพื้นฐานที่มนุษย์ได้รับจากสื่อสังคมออนไลน์ นอกจากนี้ยังเป็นสัญญาณที่แสดงถึงการลงทุนในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลให้ยั่งยืน ไม่ให้หายไป และยังช่วยสร้างความสัมพันธ์ใหม่ๆ ขึ้นมาอีกด้วย (Scissors, Burke, & Wengrovitz, 2016) ด้วยเหตุนี้สื่อสังคมออนไลน์จึงได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นจากผู้ใช้งานทั่วโลก เนื่องจากช่วยสร้างความสัมพันธ์กับผู้คนในสังคม นอกเหนือจากการพบปะกันในชีวิตประจำวัน เช่นเดียวกับการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping ที่มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการสื่อสารกับผู้ที่มีความสนใจหรือชื่นชอบในสิ่งเดียวกัน และเป็นช่องทางในการสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา (Scissors, Burke, & Wengrovitz, 2016)

จุดเด่นของการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping

การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping คือ กิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายจากการเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียวหรือช่วงเวลาหนึ่ง ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ทำให้กิจกรรมนี้ได้รับความนิยมและกลายเป็นเทรนด์ที่ฮิตในกลุ่มคนรักกาแฟและนักท่องเที่ยว จุดเด่นที่ทำให้ Café Hopping เป็นกิจกรรมที่น่าสนใจนั้นมีมากมาย (จิรณรงค์ วงษ์สุนทร, 2566) ดังนี้

1. การสำรวจร้านกาแฟที่หลากหลาย หรือที่เรียกว่า Cafe Hopping เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสกับความหลากหลายของร้านกาแฟในแต่ละสถานที่ ไม่ว่าจะเป็นการตกแต่งที่แตกต่าง

กัน เมนูกาแฟที่มีเอกลักษณ์ หรือบรรยากาศที่สร้างสรรค์ในแต่ละร้าน การเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียวกันจะเปิดโอกาสให้ผู้เข้าร่วมได้ลองชิมเมนูใหม่ ๆ หรือเครื่องดื่มพิเศษที่ไม่เคยได้สัมผัสมาก่อน

2. การพบปะสังสรรค์และสร้างความสัมพันธ์สามารถทำได้ผ่านการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping ซึ่งเป็นกิจกรรมที่เหมาะสมสำหรับการทำร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัว นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสที่ดีในการพบปะและสนทนากับคนรักกาแฟ โดยหลายๆ ร้านกาแฟมีบรรยากาศที่เอื้อต่อการพูดคุยและใช้เวลาด้วยกัน ทำให้กิจกรรมนี้เป็นทางเลือกที่ดีในการสร้างความสัมพันธ์และผ่อนคลายจากความเครียดในการทำงาน

3. การถ่ายภาพและการแชร์บนโซเชียลมีเดีย ร้านกาแฟหลายแห่งมักมีการตกแต่งที่สวยงามและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ซึ่งเป็นจุดเด่นที่ทำให้การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping กลายเป็นกิจกรรมที่น่าสนใจในการแชร์ผ่านโซเชียลมีเดีย เช่น Instagram หรือ Facebook การถ่ายภาพในร้านกาแฟที่มีสไตล์หรือธีมเฉพาะ เช่น การตกแต่งในสไตล์มินิมอล วินเทจ หรือธรรมชาติ เป็นกิจกรรมที่ได้รับความนิยมจากผู้ชื่นชอบการถ่ายภาพและต้องการแบ่งปันประสบการณ์ของตนเอง

4. ประสบการณ์ใหม่ๆ ที่น่าตื่นเต้น คือ การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping ซึ่งช่วยให้ผู้เข้าร่วมได้สัมผัสกับประสบการณ์ที่แตกต่างผ่านการเยี่ยมชมร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์และเมนูที่หลากหลาย นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสในการค้นพบคาเฟ่ใหม่ๆ ที่มีความคิดสร้างสรรค์และโดดเด่น ทั้งในด้านการตกแต่งและเมนูพิเศษที่ไม่ซ้ำใคร

5. การสัมผัสวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของท้องถิ่น ร้านกาแฟแต่ละแห่งมักจะสะท้อนถึงวัฒนธรรมและเอกลักษณ์ของพื้นที่นั้น ๆ ไม่ว่าจะเป็นเมนูกาแฟที่ใช้เมล็ดกาแฟจากท้องถิ่นหรือการตกแต่งร้านที่มีความโดดเด่น สำหรับนักท่องเที่ยว การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping เป็นโอกาสที่ดีในการสัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมของเมืองหรือประเทศนั้น ๆ ผ่านการเยี่ยมชมร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว

6. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและเศรษฐกิจท้องถิ่น คือ การท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping ที่ช่วยกระตุ้นการท่องเที่ยวในเมืองหรือพื้นที่ต่าง ๆ โดยมีส่วนในการกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่น เนื่องจากนักท่องเที่ยวและผู้ที่หลงใหลในกาแฟมักใช้เวลาสำรวจร้านกาแฟหลายแห่งในแต่ละวัน การเยี่ยมชมร้านกาแฟในพื้นที่เดียวกันสามารถเพิ่มการใช้จ่ายในธุรกิจขนาดเล็ก เช่น ร้านกาแฟ ร้านขนม หรือร้านขายของที่ระลึกในท้องถิ่น

7. การส่งเสริมความคิดสร้างสรรค์ คือ กิจกรรมการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping ที่ช่วยกระตุ้นความคิดสร้างสรรค์ ทั้งในด้านการออกแบบร้านกาแฟและเมนูที่มีความหลากหลายและน่าสนใจ นอกจากนี้ยังเป็นโอกาสในการถ่ายภาพและสร้างเนื้อหาที่สวยงาม ทำให้กิจกรรมนี้ได้รับความนิยมในกลุ่มคนที่ชื่นชอบการแชร์ประสบการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย

8. การดื่มกาแฟเป็นกิจกรรมที่ช่วยให้ผู้คนรู้สึกผ่อนคลายและมีความสุข โดยสามารถหลีกเลี่ยงจากความเครียดและความยุ่งเหยิงในชีวิตประจำวันได้อย่างดี การนั่งในร้านกาแฟที่มีบรรยากาศสบายๆ พร้อมกับ

กาแฟที่ชื่นชอบ เป็นวิธีที่ดีในการเติมพลังให้กับตัวเอง สำหรับคนรักกาแฟ การท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping เป็นโอกาสที่ยอดเยี่ยมในการสัมผัสรสชาติของกาแฟที่หลากหลายและค้นหากาแฟที่ตรงใจที่สุด

ดังนั้น จุดเด่นของการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping คือ การให้โอกาสผู้คนได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายจากการเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในช่วงเวลาหนึ่ง ไม่เพียงแต่การดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังรวมถึง การสำรวจวัฒนธรรม การถ่ายภาพ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้กิจกรรมนี้กลายเป็นที่น่าสนใจ และได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ

ทำไม Cafe Hopping ถึงได้รับความนิยม?

Cafe Hopping ได้รับความนิยมมากขึ้นในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา เนื่องจากหลายปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับแนวทางการใช้ชีวิตของคนรุ่นใหม่ รวมถึงการเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรมกาแฟ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางสังคม วัฒนธรรม และเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อวิถีชีวิตประจำวันของผู้คนอีกด้วย (จิรณรงค์ วงษ์สุนทร, 2566) ดังนี้

1. การสัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลาย Cafe Hopping เป็นกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้ผู้คนได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายจากการเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในวันเดียว โดยสามารถสำรวจเมนูใหม่ๆ และบรรยากาศที่แตกต่างกันในแต่ละร้าน ผู้คนจะได้ลิ้มลองกาแฟที่หลากหลาย พร้อมกับสัมผัสบรรยากาศและอรรถกถาที่ไม่น่าเบื่อ ซึ่งทำให้การเดินทางไปเยี่ยมชมร้านกาแฟกลายเป็นการผจญภัยเล็ก ๆ ที่เต็มไปด้วยความสนุกและความท้าทาย

2. การแชร์ประสบการณ์ผ่านโซเชียลมีเดีย ในยุคดิจิทัลนี้ Cafe Hopping ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้น เนื่องจากสามารถสร้างเนื้อหาที่น่าสนใจบนโซเชียลมีเดีย โดยเฉพาะ Instagram และ TikTok ผู้คนสามารถถ่ายภาพร้านกาแฟ เมนู หรือบรรยากาศที่สวยงามและแชร์ให้เพื่อนหรือผู้ติดตามได้ การถ่ายภาพกาแฟ ขนม และการตกแต่งร้านกาแฟกลายเป็นที่นิยมอย่างมาก โดยเฉพาะในกลุ่มนักท่องเที่ยวและคนรักกาแฟที่ต้องการแบ่งปันประสบการณ์ของตนเอง

3. การให้ความสำคัญกับบรรยากาศและการออกแบบ ร้านกาแฟในปัจจุบันไม่เพียงแต่เป็นสถานที่สำหรับดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังเป็นสถานที่ที่สะท้อนถึงสไตล์และบุคลิกภาพของเจ้าของร้านหรือแบรนด์ หลายร้านมีการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์และสร้างบรรยากาศที่น่าสนใจ ทำให้ผู้เข้าชมรู้สึกถึงความพิเศษและความใส่ใจในรายละเอียดของแต่ละร้าน

4. กิจกรรม Cafe Hopping เป็นกิจกรรมที่นิยมทำร่วมกับเพื่อนหรือครอบครัว ซึ่งทำให้มันกลายเป็นกิจกรรมทางสังคมที่สนุกสนาน ผู้ที่รักกาแฟสามารถใช้เวลาในการพูดคุยและสร้างความสัมพันธ์ในบรรยากาศที่ผ่อนคลายและสบายๆ ของร้านกาแฟ

5. ความนิยมในกาแฟยังคงเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องในปัจจุบัน และ Cafe Hopping เป็นวิธีที่ดีในการค้นหาพรสชาติใหม่ๆ หรือเมนูที่น่าสนใจจากร้านกาแฟต่างๆ ร้านกาแฟในปัจจุบันมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์และเมนูอย่างต่อเนื่อง เพื่อดึงดูดลูกค้า โดยเฉพาะกาแฟที่มาจากแหล่งปลูกพิเศษหรือการชงในสไตล์เฉพาะ

6. Cafe Hopping ยังมีส่วนช่วยในการส่งเสริมการท่องเที่ยวท้องถิ่น โดยเฉพาะในเมืองที่มีร้านอาหารหลากหลาย เช่น กรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ หรือภูเก็ต ซึ่งมักมีร้านอาหารที่มีเอกลักษณ์และดึงดูดนักท่องเที่ยว การเยี่ยมชมร้านอาหารหลายแห่งในแต่ละเมืองสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจท้องถิ่นและสร้างงานในอุตสาหกรรมกาแฟและบริการได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. การผ่อนคลายและสร้างประสบการณ์ที่ดีผ่านกิจกรรม Cafe Hopping เป็นวิธีที่ช่วยให้ผู้คนได้มีโอกาสผ่อนคลายและเพลิดเพลินในบรรยากาศที่เงียบสงบและน่ารื่นรมย์ โดยเฉพาะในช่วงสุดสัปดาห์ สำหรับหลายคน การนั่งในร้านอาหารที่มีบรรยากาศสวยงามพร้อมกับการดื่มกาแฟที่ชื่นชอบ ถือเป็นประสบการณ์ที่ดีและช่วยลดความเครียดจากการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

8. การสนับสนุนธุรกิจร้านอาหารท้องถิ่นผ่านกิจกรรม Cafe Hopping ช่วยส่งเสริมการสนับสนุนร้านอาหารอิสระในท้องถิ่น โดยทำให้ผู้คนรู้จักและเข้าถึงร้านอาหารที่ไม่ใช่ส่วนหนึ่งของเครือข่ายใหญ่ ลูกค้าน่าจะไม่ได้ดื่มกาแฟที่มีคุณภาพ แต่ยังสามารถสัมผัสกับเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของแต่ละร้านอาหารอีกด้วย

9. แนวโน้มการให้ความสำคัญกับสุขภาพในปัจจุบันมีการสนับสนุนให้ผู้คนใส่ใจสุขภาพมากขึ้น และหลายร้านอาหารได้มีการจัดทำเมนูที่ตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพ เช่น กาแฟออร์แกนิก กาแฟไร้น้ำตาล หรือเครื่องดื่มจากพืชธรรมชาติ ซึ่งเหมาะสำหรับกลุ่มผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับสุขภาพเป็นอย่างมาก

ดังนั้น ทำไมการ Cafe Hopping ถึงได้รับความนิยม เพราะมันไม่ใช่แค่กิจกรรมการดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สนุกสนานและหลากหลาย ทั้งในด้านการสำรวจร้านอาหารใหม่ๆ การถ่ายภาพ การสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ซึ่งตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัลและความสุขจากการเดินทางได้อย่างลงตัว

ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ในประเทศไทย

ประเทศไทยมีสถานที่มากมายที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping เนื่องจากมีร้านอาหารหลากหลายสไตล์ทั้งในเมืองใหญ่และแหล่งท่องเที่ยวที่ได้รับความนิยม Cafe Hopping ไม่เพียงแต่ทำให้ได้ลิ้มลองกาแฟรสชาติพิเศษ แต่ยังเป็นโอกาสในการสัมผัสบรรยากาศและวัฒนธรรมที่แตกต่างกันในแต่ละร้าน (จิรณรงค์ วงษ์สุนทร, 2566) ตัวอย่างสถานที่ท่องเที่ยวสำหรับ Cafe Hopping ที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวที่สนใจในรูปแบบการท่องเที่ยวนี้มีมากมาย ซึ่งเป็นเพียงส่วนหนึ่งเท่านั้น

1. กรุงเทพมหานคร เป็นเมืองที่เต็มไปด้วยร้านอาหารหลากหลาย ทั้งจากแบรนด์ใหญ่และร้านอาหารอิสระ ที่มีการตกแต่งสวยงาม รสชาติกาแฟอร่อย และธีมที่น่าสนใจ เหมาะสำหรับท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ประกอบด้วย ย่านทองหล่อเป็นแหล่งรวมร้านอาหารที่มีการตกแต่งเก๋ไก๋และเมนูเด็ด รวมถึงร้านที่เหมาะสมสำหรับการถ่ายรูปและแชร์ในโซเชียลมีเดีย ในขณะที่ย่านสาทรมีร้านอาหารที่มีบรรยากาศโมเดิร์นเหมาะสำหรับการนั่งทำงานหรือพักผ่อน ย่านสุขุมวิทเป็นชุมชนของร้านอาหารที่มีสไตล์หลากหลาย ตั้งแต่ร้านมินิมอลไปจนถึงร้านที่มีบรรยากาศลอฟท์ ส่วนย่านอารีย์มีร้านอาหารที่เรียบง่าย แต่ดูดี บรรยากาศสบายๆ เหมาะสำหรับการไปทำ Cafe Hopping กับเพื่อนๆ

2. จังหวัดเชียงใหม่ เป็นเมืองที่มีร้านกาแฟมากมาย ซึ่งหลายร้านตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติหรือมีการตกแต่ง ที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ร้านกาแฟในเชียงใหม่มักมีบรรยากาศอบอุ่นและเป็นกันเอง โดยเฉพาะในย่านถนนนิมมานเหมินท์ ที่เป็นแหล่งรวมร้านกาแฟสไตล์โมเดิร์นและธรรมชาติ หลายร้านมีสวนสวยหรือวิวที่น่าประทับใจ ขณะที่ถนนราชดำเนินมีร้านกาแฟที่มีสไตล์เก๋ไก๋ในย่านเก่าแก่ของเมือง ทำให้เป็นสถานที่ที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ที่ผสมผสานวัฒนธรรมท้องถิ่นกับบรรยากาศที่ทันสมัย นอกจากนี้ วัดพระธาตุดอยสุเทพยังมีร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในทิวทัศน์ธรรมชาติ เหมาะสำหรับการพักผ่อนอย่างแท้จริง

3. จังหวัดภูเก็ต เป็นจุดหมายปลายทางท่องเที่ยวที่มีร้านกาแฟสวยงามตั้งอยู่ทั้งในตัวเมืองและบริเวณชายทะเล ซึ่งสร้างบรรยากาศที่ผ่อนคลายและเหมาะสำหรับการพักผ่อน ในย่านเมืองเก่าภูเก็ต คุณจะพบกับร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในอาคารเก่าแก่ที่ตกแต่งในสไตล์โคโลเนียล ทำให้คุณได้สัมผัสกับบรรยากาศย้อนยุคพร้อมกับรสชาติกาแฟที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว ขณะที่หาดป่าตองก็มีร้านกาแฟที่เหมาะสมสำหรับการนั่งชมวิวยะลา พร้อมดื่มด่ำกับกาแฟรสชาติเยี่ยม

4. อำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ เป็นเมืองตากอากาศที่มีร้านกาแฟตั้งอยู่ในบรรยากาศที่ผ่อนคลาย โดยเฉพาะร้านกาแฟที่มีวิวทะเลหรืออยู่ท่ามกลางธรรมชาติ ย่านตลาดนัดไร่ชัยมีร้านกาแฟที่ตกแต่งอย่างสวยงามและมีเมนูพิเศษที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวบริเวณเขาตะเกียบ ร้านกาแฟที่มีวิวทะเลในพื้นที่นี้ช่วยเสริมบรรยากาศในการทำ Cafe Hopping ได้เป็นอย่างดี

5. เมืองพัทยา จังหวัดชลบุรี มีร้านกาแฟมากมายที่มีกลิ่นอายของชายทะเลและการตกแต่งที่มีเอกลักษณ์เฉพาะตัว โดยเฉพาะที่หาดจอมเทียนซึ่งมีร้านกาแฟที่น่าสนใจและเหมาะสำหรับการท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping ในบรรยากาศริมทะเล ถนนพัทยากลางก็เป็นแหล่งรวมร้านกาแฟที่มีบรรยากาศและเมนูที่หลากหลายให้เลือกสรร

6. จังหวัดนครปฐม มีร้านกาแฟที่ตั้งอยู่ในบรรยากาศที่เงียบสงบและมีเอกลักษณ์เฉพาะตัว การท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping ที่นี่จะทำให้คุณรู้สึกเหมือนกำลังเยี่ยมชมร้านกาแฟในธรรมชาติ แหล่งท่องเที่ยวใกล้พระปฐมเจดีย์มีร้านกาแฟที่มีบรรยากาศสงบและเสนอเมนูท้องถิ่นที่น่าสนใจ

7. จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นเมืองท่องเที่ยวที่มีร้านกาแฟตั้งอยู่ในอาคารโบราณหรือในพื้นที่ธรรมชาติ ที่เงียบสงบ ย่านตลาดอยุธยา มีร้านกาแฟหลายแห่งที่มีบรรยากาศดั้งเดิมและเหมาะสำหรับการพักผ่อนและสัมผัสกับบรรยากาศของเมืองประวัติศาสตร์

8. จังหวัดเชียงราย เป็นเมืองที่มีร้านกาแฟน่าสนใจมากมาย โดยหลายร้านตั้งอยู่ท่ามกลางธรรมชาติหรือมีการตกแต่งที่โดดเด่น ย่านแม่สายมีร้านกาแฟที่สามารถมองเห็นวิวภูเขาและธรรมชาติ เหมาะสำหรับการนั่งพักผ่อนอย่างสบายใจ

ดังนั้น สถานที่ท่องเที่ยวในรูปแบบ Cafe Hopping ในประเทศไทย สามารถทำได้ในหลายเมืองและหลายสถานที่ที่มีร้านกาแฟหลากหลายสไตล์ ตั้งแต่เมืองใหญ่ ๆ อย่างกรุงเทพมหานคร ที่มีร้านกาแฟสวยงาม

และหลากหลายไปจนถึงเมืองท่องเที่ยวที่มีบรรยากาศผ่อนคลายอย่างเชียงใหม่ ภูเก็ต และหัวหิน ทุกเมืองมีร้านกาแฟที่สามารถสร้างประสบการณ์ใหม่ๆ ให้กับผู้ที่ชื่นชอบกาแฟได้ทั้งในแง่ของรสชาติ บรรยากาศและการตกแต่งร้านที่เป็นเอกลักษณ์

บทสรุป

การท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ในประเทศไทย ซึ่งการท่องเที่ยวรูปแบบนี้กลายเป็นเทรนด์ที่ได้รับความนิยมอย่างมากในประเทศไทยและได้รับความนิยมอย่างสูงในหมู่นักท่องเที่ยวและคนท้องถิ่น เนื่องจากการเยี่ยมชมร้านกาแฟไม่เพียงแต่เป็นการดื่มกาแฟรสชาติพิเศษเท่านั้น แต่ยังเป็นการสัมผัสกับบรรยากาศที่แตกต่างกันไปในแต่ละร้าน การท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping ถือเป็นการผสมผสานระหว่างการท่องเที่ยว การสำรวจสถานที่ใหม่ๆ จุดเด่นของการท่องเที่ยวแบบ Cafe Hopping คือ การให้โอกาสผู้คนได้สัมผัสประสบการณ์ที่หลากหลายจากการเยี่ยมชมร้านกาแฟหลายแห่งในช่วงเวลาหนึ่ง ไม่เพียงแต่การดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังรวมถึงการสำรวจวัฒนธรรม การถ่ายภาพ และการสร้างความสัมพันธ์กับผู้อื่น ทำให้กิจกรรมนี้กลายเป็นที่น่าสนใจและได้รับความนิยมมากขึ้นเรื่อยๆ ทำให้การ Cafe Hopping ถึงได้รับความนิยม เพราะมันไม่ใช่แค่กิจกรรมการดื่มกาแฟเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างประสบการณ์ที่สนุกสนานและหลากหลาย ทั้งในด้าน การสำรวจร้านกาแฟใหม่ๆ การถ่ายภาพ การสนับสนุนธุรกิจท้องถิ่น และการสร้างความสัมพันธ์ในสังคม ซึ่งตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ของคนรุ่นใหม่ในยุคดิจิทัลและความสุขจากการเดินทางได้อย่างลงตัว และการเพลิดเพลินกับกาแฟที่มีเอกลักษณ์และการท่องเที่ยวรูปแบบ Cafe Hopping เป็นการสนับสนุนการท่องเที่ยวท้องถิ่นและธุรกิจร้านกาแฟที่มีเอกลักษณ์ในแต่ละพื้นที่ ซึ่งไม่ว่าจะเป็นกรุงเทพมหานคร เชียงใหม่ ภูเก็ต หรือพัทยาทhailand เติบโตด้วยร้านกาแฟที่มีบรรยากาศสวยงามและเมนูที่น่าสนใจที่สามารถทำให้การเดินทางท่องเที่ยวมีความพิเศษและหลากหลายมากยิ่งขึ้น

บรรณานุกรม

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา.(2567) .แถลงข่าวสถานการณ์การท่องเที่ยวปี 2561 และแนวโน้มปี 2567.

สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://edulampang.prd.go.th/th/content/category/detail/id/57/iid/314438>

จิธญา ตรังคิณีนาถ. (2565). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการท่องเที่ยวแบบ Café Hopping ของผู้บริโภค Gen Z กรณีศึกษา Minimo House Café.” วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี

จิธณรงค์ วงษ์สุนทร (2566). Cafe Hopping Culture.สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://tatrevie.wmagazine.com/article/cafe-hopping-culture/>

- ชัย วัชรรงค์.(2567).“รัฐบาลเดินหน้าเต็มสูบ ชูจุดแข็งท่องเที่ยว คาดปี 67 รายได้เพิ่มถึง 6.5 แสนล้าน กระตุ้นเศรษฐกิจประเทศคืนจีดีพีโตได้ตามเป้า. สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://edulampang.prd.go.th/th/content/category/detail/id/57/iid/314438>
- ทัชชกร สัมมะสุตและคณะ (2566). “ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการร้านกาแฟและการกลับมาใช้บริการซ้ำของผู้บริโภค.” วารสารนวัตกรรมธุรกิจ การจัดการ และสังคมศาสตร์ 3(1): 42-63.
- สถาบันอาหาร กระทรวงอุตสาหกรรม. (2558). ธุรกิจร้านกาแฟในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <http://fic.nfi.or.th/MarketOverviewDomesticDetail.php?id=78>
- สุธี เสริมชีพ. (2559). “กลยุทธ์การบริหารร้าน Pet café ให้ประสบผลสำเร็จ.” วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจสำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา
- Maysylvie. (2021). ทำความรู้จักCafe Hopping คืออะไร? คำยอดฮิตที่สายคาเฟ่และคอกาแฟต้องรู้!. สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://food.trueid.net/detail/ndXQL71R3AxE>
- Schpix.(2010). Coffee Hop. สืบค้นเมื่อ1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.urbandictionary.com/define.php?term=coffee+hop>
- Scissors, L., Burke, M., & Wengrovitz, M. (2016, February). What’s in a like? attitudes and behaviors around receiving likes on Facebook. CSCW ‘16, 1501-1510.

บทความวิชาการ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรัง

Ecotourism and dugong conservation in Trang Province

QIN JING

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 65230114@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในปัจจุบันกำลังเติบโตอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากผู้คนเริ่มให้ความสำคัญกับสิ่งแวดล้อมและการอนุรักษ์ธรรมชาติมากขึ้น นักท่องเที่ยวเองก็หันมาสนใจการท่องเที่ยวที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น ซึ่งการท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงตอบโจทย์ความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประสบการณ์ที่ส่งเสริมการเรียนรู้ สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสนับสนุนชุมชนท้องถิ่น ในปัจจุบันการท่องเที่ยวเชิงนิเวศได้รับการพัฒนาอย่างครอบคลุม โดยมุ่งเน้นกิจกรรมที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม เช่น การเดินป่า การชมสัตว์ป่า การเยี่ยมชมพื้นที่อนุรักษ์ธรรมชาติและอุทยานแห่งชาติ รวมถึงการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพที่เกี่ยวข้องกับธรรมชาติ ซึ่งเป็นแนวทางที่ช่วยฟื้นฟูสุขภาพและจิตใจไปพร้อมกับการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม การพัฒนาในด้านนี้มักมุ่งเน้นการส่งเสริมให้ชุมชนท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวและจัดกิจกรรมเพื่อสร้างรายได้ให้กับชุมชน การพัฒนาสถานที่ท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงต้องมีการวางแผนอย่างยั่งยืน โดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนและการสร้างจิตสำนึกด้านสิ่งแวดล้อมให้แก่นักท่องเที่ยวทุกคนนอกจากนี้กระแสการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ กำลังได้รับความนิยมอย่างมากในปัจจุบัน ผู้คนหันมาให้ความสำคัญกับการเดินทางที่ไม่เพียงแต่สนุกสนาน แต่ยังคงคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชนท้องถิ่นด้วย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศจึงเป็นทางเลือกที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ดังนั้นการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรังถือเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มีความสำคัญ โดยมุ่งเน้นการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติ โดยเฉพาะพะยูน ซึ่งเป็นสัตว์ทะเลหายากที่ได้รับการคุ้มครองและเป็นจุดดึงดูดที่สำคัญสำหรับนักท่องเที่ยว จังหวัดตรังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยของพะยูนจำนวนมาก โดยเฉพาะที่เกาะลิบง ซึ่งมีทุ่งหญ้าทะเลที่อุดมสมบูรณ์ เหมาะสำหรับเป็นแหล่งอาหารหลักของพะยูน นักท่องเที่ยวที่มาเยือนสามารถเข้าร่วมกิจกรรมการเรียนรู้เกี่ยวกับระบบนิเวศทะเล การดูแลรักษาสภาพแวดล้อมที่พะยูนอาศัยอยู่ และการปลูกหญ้าทะเลเพื่อฟื้นฟูแหล่งอาหาร การอนุรักษ์พะยูนได้รับการสนับสนุนจากชุมชนท้องถิ่นและองค์กรต่าง ๆ เพื่อสร้างความตระหนักรู้และรักษาสมดุลของระบบนิเวศ ซึ่งช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ในขณะเดียวกันก็ช่วยสร้างความรู้และความตระหนักให้กับนักท่องเที่ยวในการปกป้องสัตว์ทะเล ชนิดนี้

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ, การอนุรักษ์, พะยูน, จังหวัดตรัง

Abstract

Ecotourism is currently growing continuously as people are becoming more concerned about the environment and nature conservation. Tourists are also increasingly interested in responsible tourism. Ecotourism meets the needs of tourists who want experiences that promote learning, create awareness of natural resource conservation, and support local communities. Ecotourism is currently being developed comprehensively, focusing on environmentally friendly activities such as trekking, wildlife watching, visiting nature reserves and national parks, as well as nature-related health tourism, which is an approach that helps restore health and mind while conserving the environment. Development in this area often focuses on promoting local communities to participate in tourist attraction management and organizing activities to generate income for the community. Therefore, the development of ecotourism must be planned sustainably, emphasizing community participation and creating environmental awareness among all tourists. In addition, ecotourism is currently gaining popularity. People are turning to travel that is not only fun but also considers the impact on the environment and local communities. Ecotourism is an alternative that meets the lifestyle of those who care about the environment. Therefore, ecotourism and dugong conservation in Trang Province are important forms of tourism, focusing on protecting natural resources, especially dugongs, which are rare marine animals that are protected and are a major attraction for tourists. Trang Province is home to a large number of dugongs, especially on Libong Island, which has abundant seagrass fields that are a main food source for dugongs. Visitors can join activities to learn about the marine ecosystem. By taking care of the environment where dugongs live and planting sea grass to restore their food sources, dugong conservation is supported by local communities and organizations to raise awareness and maintain the ecological balance, which helps generate income for local communities through ecotourism, while also helping to educate and raise awareness among tourists about protecting this marine animal.

Keywords : Ecotourism, Conservation, Dugong, Trang Province

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในประเทศไทยได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในช่วงหลายปีที่ผ่านมา เนื่องจากประเทศไทยมีทรัพยากรธรรมชาติที่หลากหลายและอุดมสมบูรณ์ เช่น ป่าไม้ ทะเล เกาะ ภูเขา น้ำตก และสัตว์ป่าหายาก ซึ่งยังคงความงามและสมบูรณ์อยู่ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทยไม่เพียงแต่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติ แต่ยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์และการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน เพื่อประโยชน์ของชุมชนท้องถิ่นและสิ่งแวดล้อมอีกด้วย (พจนา บุญคุ้ม, 2557:23) พะยูน (Dugong) เป็นสัตว์ทะเลที่อาศัยอยู่ในหลายประเทศทั่วโลก โดยเฉพาะในพื้นที่ทะเลที่มีหญ้าทะเลซึ่งเป็นแหล่งอาหารหลักของพะยูน สัตว์ชนิดนี้มีความสำคัญต่อระบบนิเวศ เนื่องจากมีบทบาทในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศทางทะเล เช่น การควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเล ซึ่งเป็นแหล่งอาหารสำหรับสัตว์ทะเลชนิดอื่นๆ (Marsh and Kwan, 2008; Preen, 2004) จังหวัดตรัง เป็นหนึ่งในจังหวัดที่มีความโดดเด่นทางด้านทรัพยากรทางทะเล โดยเฉพาะอย่างยิ่ง "พะยูน" สัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมทะเลหายาก ซึ่งเป็นสัญลักษณ์สำคัญของจังหวัด การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดตรังจึงมุ่งเน้นไปที่การอนุรักษ์พะยูนและระบบนิเวศทางทะเลควบคู่ไปกับการส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (กรมการท่องเที่ยว , 2561)

ในปัจจุบัน จังหวัดตรังได้รับการพัฒนาให้เป็นหนึ่งในแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศไทย โดยเฉพาะในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ซึ่งมุ่งเน้นการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสัตว์ทะเลหายาก เช่น พะยูน (Dugong) ที่อาศัยอยู่ในทะเลของจังหวัดตรัง ถือเป็นหนึ่งในแหล่งที่พบพะยูนที่สำคัญทั้งในระดับประเทศและระดับโลก การส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรังมีบทบาทสำคัญในการสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนและการรักษาทรัพยากรธรรมชาติในทะเล การพัฒนาโครงการท่องเที่ยวที่เน้นการศึกษาและการอนุรักษ์พะยูนทำให้จังหวัดตรังกลายเป็นจุดหมายปลายทางที่น่าสนใจและมีศักยภาพในการเติบโตในด้านการท่องเที่ยวเชิงนิเวศอย่างมาก (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

ความหมายการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการสัมผัสและเรียนรู้เกี่ยวกับธรรมชาติ โดยมีเป้าหมายในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืน เพื่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในด้านการศึกษาและการอนุรักษ์ธรรมชาติ ในขณะเดียวกันก็ต้องคำนึงถึงการพัฒนาเศรษฐกิจในระดับท้องถิ่น การท่องเที่ยวเชิงนิเวศยังให้ความสำคัญกับการมีส่วนร่วมของชุมชนท้องถิ่นในการจัดการและดูแลทรัพยากรธรรมชาติ รวมถึงการส่งเสริมความยั่งยืนในด้านสังคมและเศรษฐกิจอีกด้วย โดยได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างอธิบายเกี่ยวกับ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ไปตามทัศนคติที่หลากหลาย เพื่อให้เห็นลักษณะของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

ราฟ บุคเลย์ (Raff Buckley, 1992 อ้างใน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542) ได้กล่าวว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศ ควรมีความสมดุลระหว่างการใช้ทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อการท่องเที่ยวและการรักษาความยั่งยืนของระบบนิเวศ นักท่องเที่ยวมีบทบาทสำคัญในการเรียนรู้และ

สนับสนุนการอนุรักษ์ธรรมชาติอย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่ก่อให้เกิดผลกระทบที่เป็นอันตรายต่อสิ่งแวดล้อม และชุมชนท้องถิ่น

ไพฑูรย์ พงศบุตร (2540) ได้เสนอแนวคิดเกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ โดยเน้นความสำคัญของการท่องเที่ยวที่สอดคล้องกับการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เขายังชี้ให้เห็นว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศควรมีเป้าหมายในการสร้างความรู้และจิตสำนึกให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับการรักษาความยั่งยืนของธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น นอกจากนี้ การท่องเที่ยวเชิงนิเวศตามมุมมองของไพฑูรย์ควรเป็นกิจกรรมที่สนับสนุนชุมชนในพื้นที่ ช่วยสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่น และส่งเสริมการพัฒนาที่ยั่งยืนในระยะยาว

บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542) ได้อธิบาย การท่องเที่ยวเชิงนิเวศว่าเป็น การท่องเที่ยวในแหล่งธรรมชาติที่มุ่งเน้นการให้ความรู้แก่ผู้ที่เกี่ยวข้อง พร้อมทั้งส่งเสริมความรับผิดชอบต่อในการอนุรักษ์และการจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืน โดยมีเป้าหมายให้ชุมชนท้องถิ่นและนักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในการดูแลรักษาระบบนิเวศและทรัพยากรธรรมชาติ เพื่อสร้างความสมดุลระหว่างการพัฒนาการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ธรรมชาติในระยะยาว กล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศไม่ใช่เพียงแค่การพักผ่อนหรือการชมความงามของธรรมชาติ แต่ยังมีวัตถุประสงค์ในการสร้างจิตสำนึกและความรับผิดชอบต่อสิ่งแวดล้อม โดยส่งเสริมให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันเพื่อรักษาความยั่งยืนของระบบนิเวศในพื้นที่ท่องเที่ยว

ข่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (2552) ได้กล่าวว่า ในยุคที่การอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมได้รับความสนใจอย่างกว้างขวางทั่วโลก การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (ททท.) ได้ดำเนินการจัดทำแผนพัฒนาและอนุรักษ์การท่องเที่ยว โดยได้ตั้งคณะทำงานขึ้นมาเพื่อศึกษาแนวทางการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ (Ecotourism) ในขั้นตอนแรก คณะทำงานได้มีมติให้ใช้คำว่า "การท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์" เป็นคำจำกัดความของ Ecotourism ในภาษาไทย เพื่อให้ประชาชนทุกระดับสามารถเข้าใจได้ว่าการท่องเที่ยวในรูปแบบนี้คือการจัดการการท่องเที่ยวที่มีคุณภาพและเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รวมถึงมุ่งเน้นการอนุรักษ์และรักษาสิ่งแวดล้อมอย่างยั่งยืนตามมุมมองของคนไทย

จากการศึกษาความหมายของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคที่ใส่ใจในสิ่งแวดล้อม และเป็นทางเลือกที่เหมาะสมสำหรับการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน หากเราทุกคนร่วมมือกันในการส่งเสริมและสนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ จะช่วยให้ธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมของเรายังคงอยู่กับเราไปอีกนาน

ความหมายการอนุรักษ์

การอนุรักษ์มีวัตถุประสงค์เพื่อรักษาสมดุลของธรรมชาติและปกป้องสิ่งแวดล้อมจากการทำลายหรือการใช้ทรัพยากรธรรมชาติอย่างไม่ยั่งยืน เพื่อให้คนรุ่นต่อไปสามารถใช้ประโยชน์จากทรัพยากรเหล่านี้ได้อย่างยั่งยืนในอนาคต โดยได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างอธิบายเกี่ยวกับ การอนุรักษ์ไปตามทัศนคติที่หลากหลาย เพื่อให้เห็นลักษณะของการอนุรักษ์ที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

พจนานุกรมราชบัณฑิตยสถาน (2525) ให้ความหมายของคำว่า "การอนุรักษ์" ว่าเป็น "การปกป้องหรือรักษาให้คงอยู่" โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการดูแลทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อป้องกันไม่ให้ถูกทำลายหรือสูญหายไป เช่น การอนุรักษ์ป่าไม้ การอนุรักษ์สัตว์ป่าและการอนุรักษ์แหล่งน้ำ เป็นต้น

ดุสิต เวชกิจและคณะ (2543) ได้กล่าวถึง การอนุรักษ์ หมายถึง การรักษาสภาพแวดล้อมให้คงอยู่ หรือการฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติที่ถูกทำลายให้กลับมาใช้งานได้อีกครั้ง

กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม (2540) ได้ระบุว่า "การอนุรักษ์" ที่กล่าวถึงในเอกสารหรือหนังสือของกรมในปี 2540 มีความหมายเกี่ยวข้องกับการปกป้องและรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เพื่อให้สามารถคงอยู่และใช้ประโยชน์ได้อย่างยั่งยืน โดยไม่ถูกทำลายหรือสูญเสียดังกล่าวจากกิจกรรมที่ไม่เหมาะสมต่างๆ

จากการศึกษาความหมายของการอนุรักษ์ข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า การอนุรักษ์ หมายถึงการดูแลและรักษาสิ่งต่างๆ ให้ยังคงอยู่ ไม่ให้ถูกทำลายหรือสูญหาย โดยเฉพาะในบริบทของทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม เช่น การรักษาป่าไม้ การปกป้องสัตว์ป่า การดูแลแหล่งน้ำหรือการอนุรักษ์ระบบนิเวศ

ความหมายของพะยูน

พะยูน หรือที่เรียกว่า Dugong เป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมที่อาศัยอยู่ในน้ำถิ่นใกล้ชายฝั่งในเขตร้อนและกึ่งเขตร้อน มีความสำคัญทั้งในด้านนิเวศวิทยาและการอนุรักษ์ เนื่องจากพะยูนถือเป็นสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ในหลายพื้นที่ทั่วโลก โดยได้มีผู้เชี่ยวชาญและนักวิชาการด้านการท่องเที่ยวต่างอธิบายเกี่ยวกับ พะยูน ไปตามทัศนคติที่หลากหลาย เพื่อให้เห็นลักษณะของพะยูนที่ชัดเจนมากขึ้น ดังนี้

องค์กรอนุรักษ์สัตว์ทะเล (1990) ได้อธิบายถึง พะยูนเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมในเขตร้อนและกึ่งเขตร้อน โดยเฉพาะในพื้นที่ที่มีทุ่งหญ้าทะเล ซึ่งเป็นแหล่งอาหารหลักของพะยูน นอกจากนี้ พะยูนยังมีบทบาทสำคัญในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศชายฝั่ง เช่น การควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเลและส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพในแหล่งน้ำต่างๆ

กรมประมง (2554) ได้อธิบายถึง พะยูน (Dugong) ว่าเป็นสัตว์เลี้ยงลูกด้วยนมขนาดใหญ่ที่อาศัยอยู่ในทุ่งหญ้าทะเล (seagrass beds) ซึ่งเป็นแหล่งอาหารหลักของมัน

จากการศึกษาความหมายของพะยูนข้างต้น สามารถสรุปได้ว่า พะยูน หมายถึง สัตว์ทะเลขนาดใหญ่ที่มีบทบาทสำคัญในระบบนิเวศชายฝั่งทะเลและเป็นสัตว์ที่ใกล้สูญพันธุ์ ซึ่งการอนุรักษ์พะยูนเป็นสิ่งสำคัญในการรักษาความสมดุลของธรรมชาติและหลากหลายทางชีวภาพในทะเล

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพะยูน

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและพะยูนมีความเชื่อมโยงที่สำคัญ เนื่องจากการท่องเที่ยวเชิงนิเวศสามารถช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์พะยูนและสิ่งแวดล้อมทางทะเลได้ นอกจากนี้ยังสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน การใช้การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือในการศึกษาและเพิ่มความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์สัตว์ทะเลที่ใกล้สูญพันธุ์ เช่น พะยูน เป็นแนวทางที่มีประสิทธิภาพในหลายพื้นที่ โดยเฉพาะในแหล่งที่พะยูนอาศัยอยู่ เช่น ทะเลตรังและอ่าวไทย เป็นต้น (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2561) การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวข้องกับพะยูนในจังหวัดตรัง มุ่งเน้นไปที่การให้ความรู้แก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพะยูนและความสำคัญของการอนุรักษ์ โดยกิจกรรมที่นิยม ได้แก่ (เจริญ ชื่นในธรรม, 2561) ได้แก่

1. การล่องเรือชมพะยูน คือ นักท่องเที่ยวจะได้สัมผัสกับความน่ารักของพะยูนในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ พร้อมกับไกด์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับพฤติกรรมและถิ่นที่อยู่ของพะยูน

2. การปลูกหญ้าทะเล คือ นักท่องเที่ยวสามารถมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์โดยการปลูกหญ้าทะเล ซึ่งเป็นแหล่งอาหารสำคัญของพะยูน

3. การเยี่ยมชมศูนย์ศึกษาธรรมชาติ คือ ศูนย์ศึกษาธรรมชาติหลายแห่งในจังหวัดตรังมีการจัดแสดงนิทรรศการเกี่ยวกับพะยูน รวมถึงกิจกรรมต่างๆ เช่น การทำป้ายชื่อพะยูนและการระบายสีภาพพะยูน

ความสำคัญของพะยูนต่อระบบนิเวศ

พะยูน (Dugong) พะยูน มีความสำคัญต่อระบบนิเวศทางทะเลและสิ่งแวดล้อมอย่างมากและมีความสำคัญในหลายด้าน (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2561) ดังนี้

1. ช่วยควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเล ซึ่งเป็นอาหารหลักของพะยูน การที่พะยูนบริโภคหญ้าทะเลช่วยส่งเสริมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเล และยังเป็นแหล่งที่อยู่อาศัยสำหรับสัตว์ทะเลชนิดอื่นๆ อีกมากมาย นอกจากนี้ พะยูนยังมีส่วนช่วยในการกระจายเมล็ดพันธุ์ของหญ้าทะเล ทำให้หญ้าทะเลสามารถขยายพันธุ์ได้อย่างรวดเร็วอีกด้วย

2. การส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพ (Biodiversity) พะยูนมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศทางทะเล โดยการควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเล ซึ่งช่วยสร้างสภาพแวดล้อมที่หลากหลายมากขึ้น สำหรับสัตว์ทะเลชนิดอื่น ๆ เช่น ปลา ปู และหอย ที่สามารถอาศัยอยู่ในพื้นที่ที่หญ้าทะเลเติบโตและมีแหล่งอาหารที่อุดมสมบูรณ์ นอกจากนี้การรักษาสมดุลของหญ้าทะเลโดยพะยูนยังเป็นการสร้างแหล่งที่อยู่อาศัยและแหล่งอาหารสำหรับสัตว์ทะเลอื่นๆ ซึ่งมีผลต่อการรักษาความหลากหลายทางชีวภาพในระบบนิเวศชายฝั่งอย่างมีนัยสำคัญ

3. การปรับปรุงคุณภาพน้ำ การที่พะยูนกินหญ้าทะเลมีส่วนช่วยในการควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเลให้อยู่ในระดับที่เหมาะสม ซึ่งจะช่วยป้องกันปัญหาการแพร่กระจายของฟิชน้ำที่มากเกินไป ที่อาจนำไปสู่การขาดออกซิเจนในน้ำ หรือที่เรียกว่า Eutrophication (ภาวะที่น้ำมีสารอาหารมากเกินไป ทำให้เกิดการเจริญเติบโตของฟิชน้ำอย่างไม่สมดุล) ส่งผลให้คุณภาพน้ำในทะเลเสื่อมลง การควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเลจึงมีความสำคัญในการรักษาคุณภาพน้ำและลดความเสี่ยงต่อการเกิดมลพิษในทะเล

4. การส่งเสริมการเก็บกักคาร์บอนในทะเล หญ้าทะเลถือเป็นหนึ่งในระบบนิเวศที่มีความสามารถในการเก็บกักก๊าซคาร์บอนไดออกไซด์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการลดผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงสภาพภูมิอากาศ พะยูนมีส่วนช่วยในการรักษาสภาพแวดล้อมที่มีหญ้าทะเล ทำให้สามารถเก็บกักคาร์บอนในทะเลได้มากขึ้น และช่วยลดปริมาณก๊าซเรือนกระจกในบรรยากาศได้อย่างมีนัยสำคัญ

5. สนับสนุนการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ พะยูนเป็นสัตว์ทะเลที่อยู่ในสถานะใกล้สูญพันธุ์ ซึ่งดึงดูดความสนใจจากนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจในกิจกรรมท่องเที่ยวเชิงนิเวศ การอนุรักษ์พะยูนและการส่งเสริมการชมพะยูนในสภาพแวดล้อมธรรมชาติช่วยสร้างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืน ในบางพื้นที่ การท่องเที่ยวเพื่อดูพะยูนในทะเลสามารถกลายเป็นแหล่งรายได้ที่สำคัญสำหรับชุมชนท้องถิ่น และยังช่วยส่งเสริมการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติอีกด้วย

6. การรักษาสมดุลของระบบนิเวศชายฝั่ง พะยูนมีบทบาทสำคัญในการรักษาสมดุลของระบบนิเวศชายฝั่ง เพราะทุ่งหญ้าทะเลที่พะยูนช่วยควบคุมการเติบโต ส่งผลให้ทะเลมีความอุดมสมบูรณ์ และเป็นแหล่งอาหารที่สำคัญสำหรับสัตว์ทะเลอื่น ๆ นอกจากนี้ การกินหญ้าทะเลยังช่วยให้สภาพแวดล้อมในทะเลเหมาะสมกับการเจริญเติบโตของปะการังและสัตว์ทะเลอื่น ๆ ที่อาศัยอยู่ในพื้นที่ใกล้เคียง

ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า พะยูนมีบทบาทสำคัญในหลายด้านที่เกี่ยวข้องกับการรักษาสมดุลของระบบนิเวศทางทะเล โดยเฉพาะในการควบคุมการเจริญเติบโตของหญ้าทะเล สนับสนุนความหลากหลายทางชีวภาพรักษาคุณภาพน้ำ และช่วยในการเก็บกักคาร์บอนในทะเล นอกจากนี้ พะยูนยังมีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่ยั่งยืน ดังนั้น การอนุรักษ์พะยูนจึงมีความสำคัญไม่เพียงแต่ต่อการรักษาสัตว์ทะเลนี้ แต่ยังต่อการรักษาระบบนิเวศทางทะเลทั้งหมดที่พะยูนมีส่วนในการดูแลรักษาอีกด้วย

การอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรัง

จังหวัดตรังถือเป็นหนึ่งในแหล่งที่พะยูนอาศัยอยู่ในประเทศไทย โดยเฉพาะในทะเลตรังและพื้นที่ใกล้เคียง ซึ่งมีทุ่งหญ้าทะเลที่เป็นแหล่งอาหารสำคัญสำหรับพะยูน ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา หน่วยงานทั้งภาครัฐและเอกชนได้ร่วมมือกันในการอนุรักษ์พะยูนและฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมทางทะเล โดยมีมาตรการต่างๆ (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2561) ดังนี้

1. การจัดตั้งพื้นที่คุ้มครองทางทะเล มีการจัดตั้งเขตอนุรักษ์ทะเลตรัง (Marine Protected Areas) เพื่อปกป้องพะยูนและสัตว์ทะเลอื่น ๆ จากการรุกรานของกิจกรรมประมงและการทำลายที่อยู่อาศัยของพะยูน
2. การศึกษาและสร้างความตระหนักรู้ มีการส่งเสริมการศึกษาเกี่ยวกับความสำคัญของพะยูนและการรักษาสิ่งแวดล้อมในพื้นที่ โดยเฉพาะในชุมชนท้องถิ่น รวมถึงการทำงานร่วมกับชุมชนในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ
3. การฟื้นฟูหญ้าทะเล มีการปลูกหญ้าทะเลในบางพื้นที่ที่ได้รับผลกระทบจากการทำลายสิ่งแวดล้อม เพื่อสร้างแหล่งอาหารสำหรับพะยูนและสัตว์ทะเลอื่นๆ
4. การควบคุมการจับสัตว์ทะเลและการล่าสัตว์ทะเล มีการควบคุมการทำประมงที่ผิดกฎหมายและการป้องกันการล่าพะยูนอย่างเข้มงวด
5. การส่งเสริมการท่องเที่ยวและการอนุรักษ์ร่วมกัน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในจังหวัดตรังมีศักยภาพในการเป็นเครื่องมือสำคัญในการอนุรักษ์พะยูนและทรัพยากรทางทะเล เนื่องจากการมีส่วนร่วมของนักท่องเที่ยวในกิจกรรมที่ยั่งยืน เช่น การชมพะยูนในสภาพแวดล้อมธรรมชาติ หรือการท่องเที่ยวที่มุ่งเน้นการอนุรักษ์ทะเล จะช่วยเพิ่มรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นและสนับสนุนความพยายามในการอนุรักษ์พะยูนและสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้นสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรังเป็นการบูรณาการระหว่างการท่องเที่ยวที่ยั่งยืนและการปกป้องทรัพยากรธรรมชาติที่สำคัญ โดยได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานต่างๆ เช่น กรมประมง และองค์กรอนุรักษ์ธรรมชาติในพื้นที่ นอกจากนี้ การศึกษาและการสร้างความตระหนักรู้เกี่ยวกับการอนุรักษ์พะยูนยังมีบทบาทสำคัญในการทำให้พื้นที่ทะเลตรังกลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวที่มีคุณค่าและยั่งยืน

ประโยชน์ของการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวข้องกับพะยูน

1. สร้างรายได้ให้ชุมชน การท่องเที่ยวเชิงนิเวศสร้างรายได้ให้กับชุมชนท้องถิ่นผ่านกิจกรรมต่างๆ เช่น การบริการเรือ การขายสินค้าหัตถกรรม และการให้บริการที่พัก (กรมการท่องเที่ยว,2561)
2. สร้างจิตสำนึกในการอนุรักษ์: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศช่วยสร้างความตระหนักและความเข้าใจเกี่ยวกับความสำคัญของการอนุรักษ์พะยูนและทรัพยากรทางทะเล (กรมการท่องเที่ยว,2561)
3. ส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน: การท่องเที่ยวเชิงนิเวศเป็นการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมและชุมชน ทำให้การท่องเที่ยวสามารถดำเนินต่อไปได้ในระยะยาว (กรมการท่องเที่ยว,2561)

ปัญหาและอุปสรรค

แม้ว่าการท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวข้องกับพะยูนจะมีข้อดีมากมาย แต่ก็ยังมีปัญหาและอุปสรรคที่ต้องพิจารณา (กรมการท่องเที่ยว,2561) เช่น

1. จำนวนผู้เข้าชมที่มากเกินไป อาจส่งผลกระทบต่อพะยูนและสิ่งแวดล้อมโดยรอบ
2. ขยะจากนักท่องเที่ยว หากไม่มีการจัดการขยะอย่างเหมาะสม อาจทำให้ทะเลเสื่อมโทรมและไม่สะอาด
3. การรบกวนพะยูน การเข้าใกล้พะยูนมากเกินไปอาจทำให้พะยูนรู้สึกเครียดและหลบหนีจากพื้นที่นั้น

แนวทางการดำเนินงานเพื่ออนาคต

เพื่อให้การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนเป็นไปอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องมีการวางแผนและดำเนินการในหลายด้าน (จรัญ ชื่นในธรรม,2561) ดังนี้

1. การจัดการนักท่องเที่ยว ควรกำหนดจำนวนผู้เข้าชมที่เหมาะสมและออกแบบเส้นทางท่องเที่ยวที่ไม่รบกวนพะยูน
2. การสร้างความตระหนัก ควรสร้างความเข้าใจให้กับนักท่องเที่ยวเกี่ยวกับพฤติกรรมที่เหมาะสมในการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ
3. การมีส่วนร่วมของชุมชน ควรส่งเสริมให้ชุมชนมีบทบาทในการอนุรักษ์และการท่องเที่ยว
4. การวิจัยและพัฒนา ควรสนับสนุนการวิจัยเพื่อศึกษาพฤติกรรมของพะยูนและพัฒนาวิธีการอนุรักษ์ที่เหมาะสม

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศและการอนุรักษ์พะยูนในจังหวัดตรัง

การท่องเที่ยวเชิงนิเวศที่เกี่ยวข้องกับพะยูนในจังหวัดตรัง เป็นแนวทางที่น่าสนใจในการอนุรักษ์พะยูนและส่งเสริมการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การดำเนินการดังกล่าวต้องอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วน ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และประชาชน เพื่อให้มั่นใจว่าพะยูนและทรัพยากรทางทะเลจะยังคงอยู่คู่กับจังหวัดตรังต่อไป (กรมการท่องเที่ยว,2561) การอนุรักษ์พะยูนจึงมีความสำคัญและได้รับความสนใจจากทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และชุมชนท้องถิ่น การนำการท่องเที่ยวมาผสมผสานกับการอนุรักษ์พะยูนจึงเป็นแนวทางที่น่าสนใจในการสร้างความยั่งยืนให้กับระบบนิเวศและเศรษฐกิจของจังหวัดและช่วยกันอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมและความหลากหลายทางชีวภาพในจังหวัดตรัง ซึ่งเป็นที่อยู่อาศัยของพะยูนในทะเลอันดามัน

พะยูนในพื้นที่นี้ถือเป็นหนึ่งในสัตว์ทะเลที่มีสถานะใกล้สูญพันธุ์และได้รับการคุ้มครองตามกฎหมาย (กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง, 2561)

บรรณานุกรม

- กรมส่งเสริมคุณภาพสิ่งแวดล้อม. (2540). รายงานสถานการณ์คุณภาพสิ่งแวดล้อม พ.ศ. 2540. กรุงเทพฯ: กรมการท่องเที่ยว. (2561). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวของประเทศ พ.ศ. 2560-2564 พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: พีดับบลิว ปรีนติ้ง.
- กรมประมง. (2554). รายงานการสำรวจและอนุรักษ์พะยูนในอ่าวไทย. กรุงเทพฯ: กรมประมง.
- กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง. (2561). แผนการอนุรักษ์พะยูนแห่งชาติ พ.ศ. 2561-2565. กรุงเทพฯ: กรมทรัพยากรทางทะเลและชายฝั่ง.
- ข่าวการท่องเที่ยวเชิงนิเวศ. (2552). การท่องเที่ยวเชิงนิเวศในประเทศไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.ryt9.com/tag>
- จรรย์ ชื่นในธรรม. 2561. ท่องเที่ยวเมืองตรัง มาถึงทางสองแพร่งที่ต้องเลือก. วารสารหอการค้า จังหวัดตรัง ประจำเดือนพฤศจิกายน. ไทย. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <http://www.trangzone.com>
- ดุสิต เวชกิจและคณะ (2543), เดือน พฤษภาคม). การอนุรักษ์ความหลากหลายทางชีวภาพในพื้นที่อนุรักษ์. ใน การประชุมวิชาการระดับชาติ เรื่อง การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ (หน้า 150-155). เชียงใหม่: มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- บุญเลิศ จิตตั้งวัฒนา (2542). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ไพฑูรย์ พงศะบุตร (2540). การพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืนในประเทศไทย. โรงพิมพ์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. กรุงเทพฯ.
- ราชบัณฑิตยสถาน. (2525). พจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2525. (หน้า 123). กรุงเทพฯ: ราชบัณฑิตยสถาน.
- องค์กรอนุรักษ์สัตว์ทะเลแห่งประเทศไทย. (1990). พะยูน: การศึกษาและการอนุรักษ์. วารสารสัตว์ทะเลและชายฝั่ง, 5(2), 35-42.
- Buckley, R. (1992). The impact of climate change on coastal ecosystems. *Journal of Environmental Science*, 15(2), 35-42. (อ้างใน สถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีแห่งประเทศไทย, 2542)

บทคัดย่อ

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ(Wellness tourism) เป็นแนวโน้มที่เติบโตอย่างรวดเร็วในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว โดยมีเป้าหมายเพื่อส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของนักท่องเที่ยว ผ่านกิจกรรมและบริการที่เน้นการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจ เช่น สปา การทำสมาธิ โยคะ และการรับประทานอาหารเพื่อสุขภาพ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพไม่เพียงแต่ช่วยฟื้นฟูร่างกาย แต่ยังส่งเสริมการเรียนรู้และการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

การศึกษานี้จะสำรวจแนวโน้มของการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ รวมถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการเติบโตของตลาด การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยว และบทบาทของผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมนี้ การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพจึงไม่เพียงแต่เป็นการพักผ่อน แต่ยังเป็นการลงทุนในสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีในระยะยาว

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ, การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์, การท่องเที่ยวเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้และการเชื่อมโยงกับธรรมชาติและวัฒนธรรมท้องถิ่น

Abstract

Wellness tourism is a rapidly growing trend in the tourism industry, aimed at promoting health and well-being among travelers through activities and services focused on rejuvenating both body and mind. These may include spa treatments, meditation, yoga, and healthy eating.

Wellness tourism not only aids in physical recovery but also fosters learning and connections with nature and local cultures.

This study explores the trends in wellness tourism, including factors driving market growth, changes in traveler behavior, and the role of operators within this industry.

Thus, wellness tourism is not merely a form of relaxation but also an investment and long-term health and well-being.

Keywords : Wellness Tourism, Medical Tourism, Thailand Medical Tourism-Hub, Eco-Tourism

ความรู้เกี่ยวกับการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ

‘การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ’ ของไทยต่อเนื่อง ปี 2566 คาดว่าจะอยู่ที่ 3.1 แสนล้านบาท และอาจแตะระดับ 7.6 แสนล้านบาท ในปี 2570 ในส่วนของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ รพ.เอกชน ภาคส่วนสำคัญที่ต้องรับนักท่องเที่ยวศักยภาพสูง ต้องมีการเร่งปรับตัวทั้งการพัฒนาทักษะและเทคโนโลยี สอดรับกับเทรนด์โลก ขณะเดียวกัน ไทยนับว่าเป็นประเทศที่มีศักยภาพไม่ว่าจะเป็นด้านการแพทย์ การท่องเที่ยว ความเชี่ยวชาญของบุคลากร ราคาที่เข้าถึงได้ และความเป็นไทยที่ได้ใจคนทั่วโลก (กรุงเทพธุรกิจ, กุมภาพันธ์ 2566)

สำหรับ **โรงพยาบาลเอกชน** ซึ่งปัจจุบันมีมากกว่า 400 แห่งทั่วประเทศ นับเป็นหนึ่งในภาคส่วนสำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ การแพทย์ของไทยโดดเด่น โดยคู่แข่งของเรา คือ สิงคโปร์ แต่ไทยค่าใช้จ่ายถูกกว่าและ ‘ความเป็นไทย’ (Thainess) ดีกว่า กลุ่ม Medical Tourism ที่เข้ามาหลักๆ คือ ตะวันออกกลาง และ อาเซียน ตอนนี้ โรงพยาบาลเอกชนทั่วประเทศ 400 กว่าแห่ง ต่างเตรียมพร้อมรองรับผู้ป่วยต่างชาติ ซึ่งคนไข้ที่มาจากอาเซียนไม่ว่าจะ กัมพูชา เมียนมา สปป.ลาว ส่วนใหญ่เป็นเคสหนัก อาทิ มะเร็ง โรคหัวใจ ฯลฯ ขณะที่ชาวจีน จะนิยมเข้ามารับ 3 บริการ คือ ชะลอวัย ศัลยกรรมตกแต่ง และรักษามีบุตรยาก ด้านชาวยุโรป อเมริกา ญี่ปุ่น ที่รับบริการส่วนใหญ่เป็นชาวต่างชาติที่มีถิ่นพำนักในเมืองไทย”

ประเทศไทยมีความพร้อมในทุกด้านที่จะเป็นศูนย์กลางด้านธุรกิจ Wellness และ Medical Tourism Hub รัฐบาลยังมีนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยว โดยเฉพาะการผลักดันและส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (Wellness Tourism) ให้มีอัตราการเติบโตเพิ่มมากขึ้น ด้วยการเตรียมให้มีมาตรการฟรีวีซ่า 90 วัน กับนักท่องเที่ยวในประเทศเป้าหมายสำคัญ หรือโครงการใหญ่ ๆ เช่น เขตระเบียงเศรษฐกิจเวลเนสอันดามัน (Andaman Wellness Corridor : AWC) ซึ่งจะมีส่วนช่วยกระตุ้นเศรษฐกิจและภาคการท่องเที่ยวโดยรวม รวมถึงธุรกิจการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพให้เติบโตเพิ่มมากขึ้นด้วย โดยที่ผ่านมากลุ่มนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในไทย ได้แก่ ประเทศตะวันออกกลาง จีน สิงคโปร์ และอินเดีย (กรุงเทพธุรกิจ, กันยายน 2566)

ในระยะแรกที่ประเทศไทยมีแนวคิดโปรโมต Medical Tourism หลายภาคส่วนมีความกังวลว่าจะเป็นการทำให้แพทย์ หันไปรักษาคนต่างชาติมากกว่ารักษาคนในประเทศ แต่ปัจจุบันความเชื่อนี้หายไป เพราะพิสูจน์แล้วว่าเมื่อคนไทยสุขภาพดีทำให้แพทย์ พยาบาลเก่งขึ้นสามารถรักษาโรครายๆ ได้มากขึ้น

Medical Hub (กรุงเทพธุรกิจ, กุมภาพันธ์ 2566) ในความหมายโดยแคบ คือ ภาคบริการทางการแพทย์ที่เน้นดึงคนต่างชาติเข้ามารักษาทางการแพทย์ในประเทศไทย แต่ความหมายโดยกว้างครอบคลุมทั้งการแพทย์ใน 4 แขนง คือ

- Medical service Hub การแพทย์และบริการที่เกิดในโรงพยาบาล ชับเคลื่อนโดยหมอและพยาบาล นอกจากคนไข้ในประเทศแล้วในละปียังมีคนไข้ต่างประเทศบินตรงเข้ามารักษาในประเทศไทยจำนวนมาก
- Wellness Hub บริการทางสุขภาพที่เกิดนอกโรงพยาบาล
- Academic Hub เป็นบทบาทของโรงพยาบาลขนาดใหญ่และวิทยาลัยการแพทย์ ถ้าไม่มีวิชาการจะไม่มีหมอเก่งๆ ที่สามารถรักษาโรคซับซ้อนได้
- Product Hub อุตสาหกรรมและธุรกิจการผลิตยา สมุนไพรเพื่อจำหน่ายทั้งในและส่งออกเป็น Global business ของภาคอุตสาหกรรม

สำหรับ **Medical Tourism** ในปี 2011 ไทยติด Top 5 ของโลก และเป็นเบอร์ 1 ของเอเชีย ความสำเร็จที่สำคัญของความสำเร็จ คือ Resource ที่จะใช้ขับเคลื่อน Medical Hub ต่อไป เนื่องจากไทยมีกำลังการผลิตแพทย์เฉพาะทางสูงสุดในอาเซียน รวบรวม 2,000 คนต่อปี ขณะที่เมียนมามีกำลังผลิตแพทย์เฉพาะทาง 60-00 คนต่อปี และ อินโดนีเซียรวมมีกำลังการผลิตแพทย์เฉพาะทาง 600 คนต่อปี ทำให้ไทยมีความสามารถทางการแข่งขัน (กรุงเทพธุรกิจ, กุมภาพันธ์ 2566)

นายแพทย์ธนาธิป(กรุงเทพธุรกิจ,กุมภาพันธ์2566) กล่าวต่อไปว่า อยากให้คนที่ก้าวขึ้นมาเป็นนายกรัฐมนตรีคนต่อไป ให้ความสำคัญกับนโยบายสุขภาพและทำให้เกิดความมั่นคงแบบยั่งยืน ไม่ใช่นโยบายแบบชั่วคราวสั้น รวมทั้งการเพิ่มโครงสร้างพื้นฐาน ก็คือ “คน” เพราะ Healthcare เป็นอุตสาหกรรมที่ต้องใช้แรงงานทักษะเฉพาะ และใช้จำนวนบุคลากรจำนวนมาก คนไข้ 1 เตียงใช้บุคลากรทางการแพทย์ 8 คน ใน 8 คนนั้น 4-5 คนเป็นคนที่มีความสามารถในการรักษาเฉพาะทาง เป็นคนที่ต้องการทักษะและมีราคาแพง เพราะฉะนั้นการรักษาที่กำลังการผลิตเป็นเรื่องสำคัญ โดยเฉพาะพยาบาลที่ขาดแคลน ทำให้เราไม่สามารถขยายโรงพยาบาลได้

ปัจจุบัน ในประเทศไทยมีคณะพยาบาลศาสตร์ 80 แห่ง กำลังการผลิตอยู่ที่ 15,000 คนต่อปี(กรุงเทพธุรกิจกุมภาพันธ์2566)

แต่ในระยะหลังๆ มีคนสนใจเข้ามาเรียนพยาบาลเพียง 8,000 คนต่อปี ต่างจากเมื่อ 30 ปีที่แล้วที่อาชีพพยาบาลเป็นอาชีพอันดับ 1 เป็น Top of mind แต่ปัจจุบัน ลดลงเพราะคนรุ่นใหม่ไม่ชอบทำงานบริการและเป็นบริการที่ใช้วิชาการสูง เราอยากให้บรรจพยาบาลเพื่อเป็นขวัญกำลังใจ ไม่ให้พยาบาลหายไปทำอาชีพอื่น เพราะไม่ได้รับการบรรจุ ทำให้เสียแรงงานดีๆ ออกจากระบบ เพราะฉะนั้น จะต้องรักษาพยาบาลดีๆ ให้อยู่ในระบบด้วยผลตอบแทนที่ดี (กรุงเทพธุรกิจ,กุมภาพันธ์2566) เครื่องมือแพทย์ โตต่อเนื่อง

ตลาดอุปกรณ์การแพทย์ของประเทศไทยยังคงเติบโตต่อเนื่องในปีนี้(กันยายน2566)และปีหน้า จากการผลิตต้นนโยบายศูนย์กลางสุขภาพนานาชาติ (Medical Hub) ของรัฐบาล ที่มุ่งเน้นให้ประเทศไทยเป็นศูนย์กลางทางการแพทย์และศูนย์กลางที่สำคัญสำหรับการส่งออกอุปกรณ์การแพทย์ โดยอุตสาหกรรมเครื่องมือแพทย์ในประเทศไทยมีมูลค่ารวมประมาณ 60,000-70,000 ล้านบาทต่อปี (กรุงเทพธุรกิจ,กันยายน2566)

ภก.ปรีชา พันธุ์ดีเวช นายกสมาคมอุตสาหกรรมเทคโนโลยีเครื่องมือแพทย์ไทย (THAIMED) เผยว่า ในปีนี้ความต้องการอุปกรณ์การแพทย์ยังเพิ่มขึ้นต่อเนื่องทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ โดยได้อานิสงส์จากปัจจัยต่าง ๆ เช่น อัตราการเจ็บป่วยมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากโรคไม่ติดต่อเรื้อรัง ผู้ป่วยต่างชาติกลับมาใช้บริการในไทยหลังการเปิดประเทศ กระแสการใส่ใจสุขภาพและความต้องการดูแลสุขภาพแบบครบวงจรมีแนวโน้มเพิ่มขึ้นทั่วโลก รวมถึงไทย เศรษฐกิจประเทศคู่ค้าหลักของไทยยังมีความต้องการอุปกรณ์ทางการแพทย์ต่อเนื่อง โดยเฉพาะในกลุ่มวัสดุสิ้นเปลืองประเภทถุงมือยาง หลอด/เข็มฉีดยา ประเทศปลายทางที่สำคัญสำหรับอุปกรณ์และอุปกรณ์การแพทย์ ได้แก่ สหรัฐอเมริกา ญี่ปุ่น เนเธอร์แลนด์ และเยอรมนี (กรุงเทพธุรกิจ,กันยายน2566)

บทสรุป

การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ,การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ เป็นแนวโน้มที่กำลังมาแรงในปัจจุบัน โดยเน้นการส่งเสริมสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของนักท่องเที่ยว โดยจุดมุ่งหมายหลักคือการฟื้นฟูร่างกายและจิตใจให้มีสุขภาพที่ดีขึ้น โดยเฉพาะการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ของไทย ที่มีการเติบโตและรายได้เพิ่มมากขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญ ทั้งศักยภาพทางด้านการแพทย์ การท่องเที่ยว ความเชี่ยวชาญของบุคลากร ราคาที่เข้าถึงได้ บริการที่หลากหลาย และความเป็นไทยที่ได้ใจคนทั่วโลก

ข้อเสนอแนะเพื่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ (การท่องเที่ยวเชิงการแพทย์)

1. การพัฒนาสถานพยาบาล ควรลงทุนในเทคโนโลยี และอุปกรณ์การแพทย์ที่ทันสมัย รวมถึงควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเพิ่มความน่าเชื่อถือและความประทับใจแก่ผู้ใช้บริการ
2. การอบรมบุคลากร การฝึกอบรมบุคลากรทางการแพทย์และเจ้าหน้าที่ให้มีความเชี่ยวชาญ และมีทักษะในการสื่อสารภาษาที่ผู้ใช้บริการมีความเข้าใจ เพื่อให้การบริการเป็นไปอย่างราบรื่น
3. การสร้างแพคเกจบริการ ควรพัฒนาแพคเกจบริการที่หลากหลายและเหมาะสมกับความต้องการของนักท่องเที่ยว
4. การสร้างเครือข่ายความร่วมมือ ความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐ เอกชน และองค์กรในระดับนานาชาติ เพื่อสร้างมาตรฐานให้กับการบริการ ในประเทศไทย
5. การฟื้นฟูหลังการรักษา เสนอบริการฟื้นฟูสุขภาพต่างๆ เพื่อช่วยเพิ่มความพึงพอใจในการเดินทาง

บรรณานุกรม

- กรุงเทพธุรกิจ. (18 กันยายน 2566). 'การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพ' โด่ทั่วโลก ปี 70 ไทยแตะระดับ 7.6 แสนล้านบาท.
กรุงเทพธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/health/well-being/108911>
- กรุงเทพธุรกิจ. (26 กุมภาพันธ์ 2566). 'พัฒนากำลังคน' กุญแจสำคัญ ดันไทยสู่ Medical Hub. กรุงเทพธุรกิจ.
<https://www.bangkokbiznews.com/health/public-health/1055137>

บทความวิชาการ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดภูเก็ต

Cultural tourism in Phuket Province

พรรณนาวรรวง ตีณณภพธนพัฒน์

นักศึกษาลัทธิสุตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130627@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

“การท่องเที่ยว” เป็นกิจกรรมอย่างหนึ่งที่มีความสำคัญต่อมนุษย์เป็นอย่างมาก ทั้งในอดีตและปัจจุบัน เป็นกิจกรรมที่ทำให้ผู้คนมีเวลาพักผ่อน มีเวลาใช้ชีวิตให้กับตนเอง รวมไปถึงทำให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีมากยิ่งขึ้น อีกทั้งการท่องเที่ยวนับเป็นภาคส่วนอุตสาหกรรม ที่มีความสำคัญอย่างยิ่งส่วนหนึ่งของประเทศไทย ยืนยันได้จากตัวเลขของรายได้ต่อปีที่มีมากขึ้น และมีอัตราการขยายตัวของเศรษฐกิจด้านการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง เป็นที่ทราบกันดีว่า สภาวะการท่องเที่ยวในประเทศไทย มีความเป็นพลวัตไม่หยุดนิ่งทั้งในระดับประเทศและระดับโลก ทำให้เกิดกิจกรรมการท่องเที่ยวที่แตกต่างจากเดิม คือมีข้อจำกัดหรือความต้องการที่แตกต่างกันเป็นจำนวนมาก รวมถึงการพัฒนาเศรษฐกิจสังคม และวัฒนธรรมในกระแสโลกาภิวัตน์ยุคใหม่ ที่ในขณะนี้ทุกประเทศทั่วโลกต่างให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก ทำให้การท่องเที่ยวยังมีความสำคัญในฐานะเครื่องมือหนึ่งของการแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจ

ประเทศไทย เป็นหนึ่งในประเทศที่ให้ความสำคัญ มีการส่งเสริมการท่องเที่ยวหลากหลายรูปแบบและมีต้นทุนทางวัฒนธรรม (Culture Capital) ไม่น้อยไปกว่าประเทศอื่น ซึ่งทุนทางวัฒนธรรมเหล่านี้เป็นฐานทรัพยากรการท่องเที่ยวของท้องถิ่นด้วย สามารถดึงดูดใจกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ต้องการเสาะแสวงหาประสบการณ์ใหม่ ๆ สังคมใหม่ ๆ ในการท่องเที่ยวซึ่ง “ทุนทางวัฒนธรรม” ที่มากไปด้วยประสบการณ์การท่องเที่ยวแบบใหม่เหล่านี้ ล้วนเป็นแรงจูงใจในการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวได้อย่างดี แม้ว่าแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมของประเทศไทย จะมีความหลากหลายและกระจายอยู่ในทุกภูมิภาคทั่วประเทศ ซึ่งเป็นแอ่งอารยธรรม และเมื่อกล่าวถึงจังหวัดที่ขึ้นชื่อเป็นอันดับต้นๆในการท่องเที่ยวของไทย ต้องมีจังหวัดภูเก็ตเป็นหนึ่งในจุดหมายของการท่องเที่ยว เพราะเป็นเมืองที่สามารถสร้างรายได้ให้แก่ประเทศจำนวนมากกว่าปีละสองแสนล้านบาท มีคุณค่าทางทรัพยากรทางสังคมและวัฒนธรรม ที่สามารถยกระดับสู่แหล่งท่องเที่ยว เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวได้อย่างดี

ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม จึงเป็นสิ่งที่ช่วยสร้างความสนใจแก่นักท่องเที่ยว ทั้งชาวไทย และชาวต่างชาติ จากการศึกษาแผนปฏิบัติการการท่องเที่ยว โดยบริษัทคอร์ด แพลนนิ่ง แอนด์-ดีเวลลอปเมนท์ จำกัด ได้กล่าวถึงกิจกรรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม ที่มีการจัดการในประเทศไทย ว่าส่วนมากจะจัดในสถานที่สำคัญทางประวัติศาสตร์ โบราณสถาน และเรื่องราวเกี่ยวกับตำนาน ประวัติศาสตร์ หรือเกี่ยวกับวัฒนธรรม ซึ่งจังหวัดภูเก็ตเป็นจังหวัดหนึ่งที่มีวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์มีความโดดเด่นที่น่าสนใจ

มีนักท่องเที่ยวให้ความสำคัญและให้ความสนใจ ในการมาเยี่ยมชม จึงเป็นเรื่องที่ควรศึกษาศักยภาพดังกล่าว เพื่อเป็นข้อมูลในการส่งเสริม และพัฒนาที่เหมาะสมอย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, วัฒนธรรม, ภูเก็ต

Abstract

"Tourism" is an activity that has been of great importance to humans both in the past and present. It provides people with time to relax and live their lives, contributing to an improved quality of life. Additionally, tourism is a crucial sector of the industry in Thailand, as evidenced by the increasing annual revenue and the continuous growth rate of the tourism economy. It is well-known that the tourism situation in Thailand is dynamic at both the national and global levels, leading to tourism activities that differ significantly from the past, with numerous restrictions or varying demands. This includes the development of the economy, society, and culture in the era of modern globalization, which is currently a major focus for countries worldwide. As a result, tourism has become even more important as a tool for addressing economic issues.

Thailand is one of the countries that places great importance on tourism, promoting it in various forms and possessing cultural capital no less than other countries. This cultural capital serves as a local tourism resource, attracting tourists seeking new experiences and societies. The "cultural capital" rich in new tourism experiences is a significant motivation for tourists. Although Thailand's cultural tourism resources are diverse and spread across all regions of the country, which is a cradle of civilization, when it comes to the provinces renowned for tourism in Thailand, Phuket must be one of the destinations. It is a city that generates over two hundred billion baht annually for the country, with social and cultural resources that can be elevated to tourist attractions to attract tourists effectively.

Cultural tourism resources, therefore, play a significant role in attracting both Thai and foreign tourists. According to a tourism action plan study by Core Planning and Development Co., Ltd., cultural tourism activities in Thailand are mostly organized at important historical sites, ancient monuments, and places related to legends, history, or culture. Phuket is one province that boasts unique and distinctive cultural characteristics, attracting considerable interest from tourists. It is essential to study this potential to provide information for promoting and developing tourism effectively.

Keywords : Cultural Tourism, Culture, Phuket

วัฒนธรรมเพื่อการท่องเที่ยวในจังหวัดภูเก็ต

คำว่า "วัฒนธรรม" มีผู้ให้ความหมายอย่างกว้างขวาง ด้วยวัตถุประสงค์ที่แตกต่างกันออกไป โดยมีผู้ให้ความหมายของคำนี้ไว้หลายท่าน เช่น

วัฒนธรรม หมายถึงสิ่งที่ทำความเจริญงอกงามให้แก่หมู่คณะ เช่นวัฒนธรรมไทย วัฒนธรรมในการแต่งกาย วิธีของหมู่คณะ เช่นวัฒนธรรมพื้นบ้าน วัฒนธรรมชาวเขา (กระทรวงศึกษาธิการ,2555)

สุพัตรา สุภาพ (2541:101) ให้ความหมายว่า วัฒนธรรม หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่าง ที่เป็นแบบแผนในความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม ของกลุ่มใดกลุ่มหนึ่งหรือสังคมใดสังคมหนึ่ง มนุษย์เป็นผู้คิดสร้างระเบียบกฎเกณฑ์ ในการปฏิบัติการจัดระเบียบตลอดจนระบบความเชื่อความนิยม

ไพบุลย์ ช่างเรียน (2532:12) ได้กล่าวถึง วัฒนธรรม ว่ามีความหมายครอบคลุมถึงทุกสิ่งทุกอย่างที่แสดงออกถึงวิธีการดำเนินชีวิตของมนุษย์ ในสังคมใดสังคมหนึ่งซึ่งได้แก่ความรู้ ความคิด ความเชื่อ ศีลธรรม ประเพณี เทคโนโลยี ตลอดจนสิ่งต่างๆที่มนุษย์สร้างขึ้นมา

นอกจากนี้ยังมีนักวิชาการหลายท่าน ที่ให้ความหมายของวัฒนธรรมไว้ ผู้วิจัยจึงได้สรุปความหมายของวัฒนธรรมว่า หมายถึง ทุกสิ่งทุกอย่างที่เกิดขึ้นจากความคิด และการกระทำที่แสดงออกถึงวิถีชีวิตของมนุษย์ในสังคม โดยได้คิดสร้างกฎเกณฑ์ระเบียบวิธีการในการปฏิบัติ การจัดระเบียบความรู้ ความคิด ความเชื่อ ค่านิยม ตลอดถึงเทคโนโลยีต่างๆ ในการควบคุม พฤติกรรมและเป็นแบบกำหนดพฤติกรรมของมนุษย์

วัฒนธรรม สามารถแบ่งได้เป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ ได้แก่ (การศึกษาศึกษาภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่,2548)

1. **วัฒนธรรมทางวัตถุ** หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่สามารถจับต้องได้ เช่น ข้าวของ เครื่องใช้ต่างๆ
2. **วัฒนธรรมที่ไม่ใช่วัตถุ** หมายถึง ส่วนของวัฒนธรรมที่จับต้องไม่ได้เพราะไม่มีรูปร่าง แต่มีอิทธิพลต่อมนุษย์แบ่งได้เป็น 5 ประเภท ดังนี้

2.1 สถาบันสังคม คือ ส่วนต่างๆ ของวัฒนธรรมที่จัดการกับปัญหาพื้นฐานของสังคม ศาสนา การศึกษา เศรษฐกิจ การเมือง การปกครอง

2.2 วัฒนธรรมที่เกี่ยวข้องกับการควบคุมทางสังคม ซึ่งมีส่วนช่วยให้เกิดความมีระเบียบในสังคม เช่น ความเชื่อ ค่านิยม ประเพณีต่างๆ กฎหมาย เป็นต้น

2.3 ศิลปะ จิตรกรรม ประติมากรรม

2.4 ภาษา

2.5 พิธีกรรมของประเพณีต่างๆ

สำหรับการศึกษา ทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ได้จัดแบ่งแต่ละสาขาออกเป็น 2 ประเภท ได้แก่ (การศึกษาศึกษาภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่,2548)

1. **วัฒนธรรมกิจ** เป็นวัฒนธรรมด้านการปฏิบัติกิจกรรม หรือพิธีกรรมต่างๆ ที่กระทำ เนื่องใน ประเพณี รวมถึง วิถีชีวิตการประกอบอาชีพ การดำรงอยู่ของชุมชน ซึ่งถือว่าเป็นวิถีการดำรงชีวิตที่มีมนุษย์ สัมพันธ์ที่ดีต่อกัน สร้างความประทับใจให้แก่ผู้มาเยือนได้ เป็นต้น

2. **วัฒนธรรมสถาน** เป็นวัฒนธรรมที่ปรากฏให้เห็นเป็นหลักฐานในสถานที่ต่างๆ เช่น วัด สถาปัตยกรรม จิตรกรรม เป็นต้น

ในจังหวัดภูเก็ตสามารถจัดแบ่งทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ได้ดังนี้

ตารางที่ 1.1 แสดงวัฒนธรรมกิจ

วัฒนธรรมกิจ	
1.ประเพณี	1.เทศกาลกินผัก (กินเจ) 2.เทศกาลเดินเต่า 3. งานท้าวเทพฯ 4. เทศกาลเปิดหาดท่องเที่ยวป่าตอง 5. งานพ้อต่อ 6. งานสารทเดือนสิบ 7. ลอยเรือชาวเล
2. การบูชาเทพเจ้า	1. การบูชาเทพเจ้าตามความเชื่อของชาวจีน (เทพเจ้าองค์ต่าง ๆ)
3. วิถีชีวิต	1. ชาวเลเกาะสิเหร่ 2. ชาวเลแหลมหลา 3. ชาวเลราไวย์ 4. ชาวเลสะป้า 5. วิธีการรักษาโรค 6. วิถีอาชีพการประมงพื้นบ้าน 7. วิถีอาชีพการทำสวนยาง 8. วิถีชีวิตชาวจีน 9. วิถีชีวิตชาวมุสลิม 10. วิถีชีวิตชาวพุทธ 11. มนุษย์สัมพันธ์

ที่มา : การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่,2548,หน้า 30

ตารางที่ 1.2 แสดงวัดนธรรมสถาน

วัดนธรรมสถาน	
1. สถานที่อยู่อาศัย	1. ชาวเลเกาะลิหะ 2. ชาวเลแหลมหลา 3. ชาวเลราไวย์ 4. ชาวเลสะป้า
2. โบราณคดี	1. ศูนย์ศิลปโบราณสถาน วัดนธรรมจังหวัดภูเก็ต 2. พิพิธภัณฑสถานแห่งชาติถลาง 3. วัดพระนางสร้าง 4. บ้านพระอร่ามสาครเขต
3. ภาพเขียน	5. บ้านพระยาวิชิต สงคราม 6. พิพิธภัณฑสถานเปลือก
4. ศาสนสถาน	1. วัดไชยธาราราม 2. วัดพระทอง 3. วัดพระนางสร้าง 4. วัดม่วงโกมารภัจจ์ 5. มัสยิดบางเทา 6. ศาลเจ้าปู่จ้อ 7. ศาลเจ้าบางเหนียว 8. ศาลเจ้าจู้ตู่ 9. ศาลเจ้าแสงธรรม
5. แหล่งประวัติศาสตร์	1. อนุสรณ์ถลางชนะศึก 2. บริเวณหลักเมือง
6. ตึก - อาคาร	1. บ้านชินประชา 2. อาคารพระพิทักษ์ชินประชา 3. อาคารพระอร่ามสาครเขต 4. บริเวณถนนตีบุก ถนนถลาง

ที่มา : การศึกษาค้นคว้าของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และ
กระบี่, 2548, หน้า 31

นอกจากแหล่งท่องเที่ยวทางทะเลและชายหาดของจังหวัดภูเก็ตที่เป็นที่ดึงดูด และได้รับความสนใจเป็นอย่างมากต่อนักท่องเที่ยวทั่วโลกจนได้ฉายา ไข่มุกแห่งอันดามันแล้ว จะเห็นได้ว่าภูเก็ตยังมีแหล่งท่องเที่ยวทางศิลปวัฒนธรรมที่สำคัญ คือ ความเป็นชุมชนเมืองเก่าอันเป็นเอกลักษณ์ เมืองที่หล่อหลอมความหลากหลายทั้งในแง่ของประเพณีและวิถีชีวิตได้อย่างสมบูรณ์แบบ และอาหารพื้นถิ่นที่เต็มไปด้วยเสน่ห์แห่งอาหารโบราณดั้งเดิมที่ยังคงอยู่จนถึงปัจจุบัน สิ่งเหล่านี้ล้วน คือ มนต์เสน่ห์แห่งเมืองภูเก็ต ที่พร้อมจะสร้างความประทับใจให้กับเหล่านักเดินทางได้ทุกครั้งที่มาเยือน

ผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมชุมชน

สำหรับทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรม ที่มีความสำคัญและมีความน่าสนใจ จะส่งผลให้มีอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเกิดขึ้นนั้น มักจะส่งผลกระทบต่อทั้งด้านบวกและลบต่อชุมชนนั้นๆ จึงสามารถสรุปผลกระทบได้ตามตารางดังนี้

ตารางที่ 1.3 แสดงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมชุมชน

แสดงผลกระทบของการท่องเที่ยวต่อวัฒนธรรมของชุมชนท้องถิ่น	
ผลกระทบทางด้านบวก	ผลกระทบทางด้านลบ
1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการใช้วัฒนธรรมของชุมชนให้เป็นสิ่งดึงดูดใจนักท่องเที่ยว	1. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหา ความขัดแย้งทางวัฒนธรรมระหว่างนักท่องเที่ยวกับชม
2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความเข้าใจแก่นักท่องเที่ยวเกี่ยวกับวัฒนธรรมของท้องถิ่น	2. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงค่านิยมทางวัฒนธรรมของท้องถิ่น
3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการช่วยฟื้นฟูสืบทอดวัฒนธรรมของชุมชน	3. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการเปลี่ยนแปลงรูปแบบวัฒนธรรมอย่างรวดเร็วแก่ชุมชน
4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการสร้างความรัก ความหวงแหนและความภาคภูมิใจของวัฒนธรรมในชุมชน	4. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการลดคุณค่าของวัฒนธรรมในชุมชน
5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการร่วมมือร่วมใจช่วยอนุรักษ์วัฒนธรรมของท้องถิ่น	5. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการลดคุณค่างานศิลปหัตถกรรมของชุมชน
6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการแลกเปลี่ยนวัฒนธรรมดีระหว่างท้องถิ่น	6. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดปัญหาการทำลายศิลปวัตถุของชุมชนท้องถิ่น
7. การท่องเที่ยวก่อให้เกิดประโยชน์ในการส่งเสริมการผลิตและจำหน่ายงานศิลปวัฒนธรรมแก่ท้องถิ่น	

ที่มา : การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และ กระบี่, 2548, หน้า 13

กลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินการ ศิลปวัฒนธรรมและโบราณคดี หรือวัฒนธรรมท้องถิ่น
(การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่, 2548)

สำหรับการอนุรักษ์และส่งเสริมศิลปวัฒนธรรม รวมถึงโบราณคดีและวัฒนธรรมท้องถิ่น เป็นเรื่องสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาอัตลักษณ์และความเป็นเอกลักษณ์ของชาติและชุมชน ซึ่งกลยุทธ์และแนวทางในการดำเนินการนั้น มีหลายรูปแบบ ขึ้นอยู่กับบริบทและเป้าหมายของแต่ละพื้นที่ ดังนี้

1. **คุ้มครองป้องกัน และฟื้นฟูสิ่งแวดล้อมของแหล่งศิลปกรรม** ตามหลักการอนุรักษ์ เช่น ให้มีการกำหนดนโยบายระดับชาติ ด้านการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และโบราณคดีให้ชัดเจน หรือจัดทำแผนการดำเนินงานคุ้มครองป้องกันและฟื้นฟู

2. **ประกาศเขตพื้นที่คุ้มครองสิ่งแวดล้อมศิลปกรรม และให้ท้องถิ่นหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ร่วมกันพัฒนากำหนดพื้นที่ และมาตรการให้เหมาะสม** ให้หน่วยงานที่เกี่ยวข้องของรัฐกำหนดมาตรการกฎหมาย ที่ชัดเจนเพื่อช่วยคุ้มครองท้องถิ่น ฟื้นฟูสภาพแวดล้อมของแหล่งศิลปกรรม

3. **ในการนำแหล่งศิลปวัฒนธรรมและโบราณคดี มาใช้ประโยชน์ทางเศรษฐกิจ** จะต้องอยู่ภายใต้การอนุรักษ์และมีแผนการจัดการควบคู่กันไป

4. **นำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาใช้ในการคุ้มครองอนุรักษ์ และฟื้นฟูแหล่งศิลปกรรม วัฒนธรรม และโบราณคดี**

5. **สร้างองค์ความรู้ โอกาส รวมไปถึงการสืบทอดความรู้ ความเข้าใจ เกี่ยวกับศิลปะ วัฒนธรรม และโบราณคดีอย่างถูกต้อง เป็นระบบ**

6. **ให้ความรู้ ปลุกฝังรากฐานความรู้ ความเข้าใจเรื่องการอนุรักษ์ศิลปวัฒนธรรม และโบราณคดี**

7. **ส่งเสริมด้านศิลปวัฒนธรรม และโบราณคดี ในกระบวนการศึกษารวมทั้งจัดกิจกรรมที่น่าสนใจเกี่ยวกับการอนุรักษ์**

8. **สนับสนุนให้มีกองทุนท้องถิ่น หรือจังหวัดโดยระดมจาก ภาคเอกชนประชาชนมาใช้ในการดูแลสืบทอดศิลปวัฒนธรรมและโบราณคดีของท้องถิ่น**

บทสรุป

จังหวัดภูเก็ตถือเป็นอีกหนึ่งจังหวัดที่เว็บไซต์ท่องเที่ยวและองค์กรชั้นนำทั่วโลกจัดอันดับให้เป็นเมืองนำท่องเที่ยวที่สุดเมืองหนึ่งของเอเชียและของโลกด้วยความอุดมสมบูรณ์และความสวยงามทางธรรมชาติ และมีสถานที่ท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่สมบูรณ์ ทั้งภูเขา ทะเล น้ำตก และการเดินป่า และจังหวัดภูเก็ต ยังมีเสน่ห์ทางวัฒนธรรมอันหลากหลาย อาทิ วัฒนธรรม ประเพณีโบราณ แหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ อุทยานแห่งชาติ รวมไปถึงเส้นทางท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมที่หลากหลาย ซึ่งเป็นวัฒนธรรมจากรุ่นสู่รุ่น ทั้งความแตกต่างทางด้านภาษา เชื้อชาติ และวัฒนธรรม ที่น่าสนใจและยังคงอนุรักษ์ไว้ซึ่งความดั้งเดิมของวัฒนธรรมต่างๆ นับว่าเป็นจุดดึงดูดสำคัญของจังหวัดภูเก็ตที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก ได้เดินทางมาเปิดประสบการณ์ใหม่ ๆ และเข้าถึงความหลากหลายทางวัฒนธรรมของประเทศไทยมากขึ้น

บรรณานุกรม

- กระทรวงศึกษาธิการ.(2555). การศึกษาพหุวัฒนธรรม. เข้าได้จาก <https://www.moe.go.th/การศึกษาพหุวัฒนธรรม-multicultural-education/>
- กองทัพไทยแห่งประเทศไทย. 2548. แผนปฏิบัติการกิจกรรมการท่องเที่ยว: รายงานฉบับสมบูรณ์. กรุงเทพฯ: บริษัท คอร์ แพลนนิ่ง แอนด์ ดีเวลอปเมนต์ จำกัด.
- ธราธร รัตนนฤมิตร. (2566) อนาคตของเมืองภูเก็ต. กรุงเทพฯ:ธุรกิจ.เข้าถึงได้จาก : <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/travel/1085960>.
- ผศ.สมหมาย ปิ่นพุทธศิลป์,ผศ.เจือจันทร์ ไหวพริบ,นายณัฐพงศ์ ถือดำ และนางสาวรุ่งรัตน์ ทองสกุล. (2548).การศึกษาศักยภาพของทรัพยากรการท่องเที่ยวด้านวัฒนธรรมของจังหวัดภูเก็ต พังงา และกระบี่. เข้าได้จาก https://elibrary.tsri.or.th/fullP/RDG47O0010/RDG47O0010_s01.pdf.
- ไพบูลย์ ช่างเรียน.(2532) วัฒนธรรมกับการบริหาร. กรุงเทพฯ:อักษรเจริญทัศน์.
- สถาบันราชภัฏภูเก็ต.(2546). สรุปผลการสังเคราะห์สารนิพนธ์ระดับจังหวัด จังหวัดภูเก็ต.ราชภัฏภูเก็ต.
- สุพัตรา สุภาพ.(2541). พิมพ์ครั้งที่ 9. สังคมและวัฒนธรรมไทย ค่านิยม ครอบครัว ศาสนา ประเพณี. กรุงเทพมหานคร:โรงพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.

บทความวิชาการ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา

Cultural Tourism in Phra Nakhon Si Ayutthaya Province

กัลณาพัทธ์ นกทอง

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130641@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นจังหวัดหนึ่งที่มีรายได้จากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม อาจกล่าวได้ว่าเป็นการสร้างรายได้ให้กับเมืองพระนครศรีอยุธยาเป็นอย่างมาก แหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และได้มีการถ่ายทอดสืบต่อกันมาเป็นระยะเวลายาวนาน อีกทั้งยังเป็นจังหวัดที่มีเรื่องราวทางประวัติศาสตร์มากมายเนื่องจากแต่เดิมเคยเป็นราชธานีที่มีความรุ่งโรจน์ มีการติดต่อค้าขายกับชาวต่างชาติ และส่งผลให้เกิดการรับวัฒนธรรมที่หลากหลายต่าง ๆ เข้ามาทำให้ในปัจจุบันมีแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมมากมาย เช่น ตลาดน้ำอโยธยา วัดใหญ่ชัยมงคล และอุทยานประวัติศาสตร์ เป็นต้น เพื่อให้นักท่องเที่ยวได้เห็นถึงความสำคัญของแหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม จึงมีความสำคัญเป็นอย่างมาก เพราะจะเปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ได้เรียนรู้และทำความเข้าใจถึงเรื่องราวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมอย่างแท้จริงผ่านงานสถาปัตยกรรม ขนบธรรมเนียมประเพณี การบันทึกเรื่องราวในแต่ละยุคสมัย และวิถีชีวิตของคนในแหล่งท่องเที่ยวนั้น ส่งผลให้นักท่องเที่ยวตระหนักถึงคุณค่า เกิด ความภาคภูมิใจในวัฒนธรรมของตนเองจนนำไปสู่การอนุรักษ์ไว้ให้กับคนรุ่นหลังต่อไป

คำสำคัญ : การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม, เรื่องราวทางประวัติศาสตร์, การท่องเที่ยว

Abstract

Phra Nakhon Si Ayutthaya Province is one of the provinces that has income from cultural tourism. It can be said that it generates a lot of income for Phra Nakhon Si Ayutthaya. The unique cultural tourism that has been passed down for a long time is also a province with many historical stories because it used to be a glorious capital city. There was trade with foreigners, which resulted in the adoption of various cultures. At present, there are many cultural tourism sites, such as Ayutthaya Floating Market, Wat Yai Chai Mongkol, and Historical Park. In order for tourists to see the importance of these tourist sites, cultural tourism is very

important because it provides an opportunity for both Thai and foreign tourists to learn and understand true historical and cultural stories through architecture, traditions, and recording stories from each era and the way of life of the people in the tourist sites. This makes tourists realize the value and pride in their own culture, leading to its preservation for future generations. Phra Nakhon Si Ayutthaya Province is one of the provinces that has income from cultural tourism. It can be said that it generates a lot of income for Phra Nakhon Si Ayutthaya. The unique cultural tourism that has been passed down for a long time is also a province with many historical stories because it used to be a glorious capital city. There was trade with foreigners, which resulted in the adoption of various cultures. At present, there are many cultural tourism sites, such as Ayutthaya Floating Market, Wat Yai Chai Mongkol. and historical parks, etc. In order for tourists to see the importance of these tourist attractions, cultural tourism is very important because it opens up opportunities for both Thai and foreign tourists to learn and truly understand historical and cultural stories through architecture, traditions, recording stories from each era and the way of life of the people in those tourist attractions. This makes tourists realize the value and pride in their own culture, leading to its preservation for future generations.

Keywords : Cltural Turism , Historical Stories , Travel

บทนำ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมสิ่งๆที่แสดงความเป็นวัฒนธรรม เช่น โบราณสถาน วัด ปราสาท พระราชวัง ประเพณี วิถีดำเนินชีวิต ศิลปะทุกแขนง และรวมถึงสิ่งต่าง ๆ ที่แสดงถึงความเจริญรุ่งเรืองที่มี นักท่องเที่ยวจะได้ทราบประวัติความเป็นมา ความเชื่อ มุมมองความคิด ความศรัทธา ความนิยมของบุคคลสมัยอดีตที่ถ่ายทอดมาถึงคนรุ่นหลังผ่านสิ่งเหล่านี้ การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมจึงเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่น่าสนใจ และนำมาศึกษาเพื่อเพิ่มพูนความรู้ นอกเหนือจากการท่องเที่ยวเพียงอย่างเดียว การท่องเที่ยวในภาคกลางของประเทศไทยมีแหล่งอารยธรรมอันเก่าแก่และมีส่วนในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมมีเพียงไม่กี่จังหวัด ซึ่งจังหวัดที่เป็นตัวแทนที่ดีในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนี้ มีโบราณสถาน โบราณวัตถุ และเป็นเมืองมรดกโลก คือ จังหวัดพระนครศรีอยุธยา เป็นดินแดนที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ มีเอกลักษณ์โดดเด่นทั้งด้านกายภาพ ประวัติศาสตร์และอารยธรรม มีโบราณสถานที่ยังคงเหลืออยู่เป็นเครื่องบ่งชี้ถึงความรุ่งเรืองในอดีต องค์การศึกษาวิทยาศาสตร์และวัฒนธรรมแห่งสหประชาชาติได้รับ อุทยานประวัติศาสตร์พระนครศรีอยุธยาไว้เป็นมรดกโลกทางวัฒนธรรม เป็นผลให้จังหวัด

พระนครศรีอยุธยาเป็นเมืองที่มีนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศ ให้ความสนใจเข้ามาเยี่ยมชมตลอดทั้งปีซึ่งการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยามีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นจาก ปี 2539 ที่ผ่านมามีคิดเป็น ร้อยละ 11.52 โดยนักท่องเที่ยวชาวไทยเพิ่มขึ้นร้อยละ 11.00 และชาวต่างชาติมีอัตราเติบโตเพิ่มขึ้นร้อยละ 12.43 (วารสาร มจร การพัฒนาสังคม ISSN (Print): 2539-5718, ISSN (Online): 2651-1215) จะเห็นได้ว่าอัตราการเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวต่างชาติมีส่วนการเพิ่มขึ้นที่มากกว่าชาวไทย การที่อัตราการท่องเที่ยวในจังหวัดพระนครศรีอยุธยาเติบโตเพิ่มขึ้นมีผลมาจากการจัดกิจกรรมสนับสนุนการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่องตลอดทั้งปี อาทิ งาน “อยุธยามหามงคลทวารโห้วพระ 9 วัด” การเดินทางท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ชมโบราณสถานด้วยรถจักรยานในเส้นทางกรุงเทพ-อยุธยา การล่องเรือเที่ยวอยุธยา ฯลฯ โดยจังหวัดพระนครศรีอยุธยาใช้ความเป็น “เมืองมรดกโลก” เป็นจุดขายการท่องเที่ยวที่ช่วยดึงดูดความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งชาวไทยและชาวต่างชาติ

ความสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

สิ่งสำคัญของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ ผลจากการดำเนินการท่องเที่ยวก่อให้เกิดผลประโยชน์ตามมาทั้งทางตรงและทางอ้อม กล่าวคือ ทางตรง ได้แก่ การ ก่อให้เกิดการสร้างงาน สร้างรายได้กับคนในชุมชน ในทางอ้อม ได้แก่ การ ก่อให้เกิดการอนุรักษ์วัฒนธรรมอย่างยั่งยืน คงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น และ ก่อให้เกิดการพัฒนาสาธารณประโยชน์ของเมือง

การนำเอาทรัพยากรการท่องเที่ยวในเมืองมาใช้ นั้น จะต้องพัฒนาศักยภาพของคนในพื้นที่นั้นๆ ให้มีความรู้ ความสามารถ และมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การตัดสินใจ การวางแผน และมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อเมืองพื้นที่นั้นๆ โดยคำนึงถึงความสามารถในการรองรับของธรรมชาติเป็นสำคัญ

การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมนั้นเป็นกิจกรรมการท่องเที่ยวที่ให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมของผู้คนในพื้นที่นั้นๆ ในฐานะเจ้าของบ้านเมือง มีการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อมวัฒนธรรม และสถานที่ในพื้นที่ซึ่งปลูกสร้างต้องยึดถือสอดคล้องกับพื้นที่นั้นๆ

ความหมายของการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

วัฒนธรรมเป็นทรัพยากรการท่องเที่ยวที่สำคัญ สามารถดึงดูดให้กลุ่มคนต่างถิ่นเดินทางมาเยือนเพื่อสัมผัสและชื่นชมกับสิ่งที่ไม่เคยมีในท้องถิ่นตน จะเห็นได้ว่าวัฒนธรรมกับคนในพื้นที่กับการความสัมพันธ์เกี่ยวพันซึ่งกันและกัน การท่องเที่ยวได้ใช้วัฒนธรรมของคนพื้นที่เป็นทรัพยากรในการดำเนินกิจการ ในขณะที่เดียวกันผู้เป็นเจ้าของวัฒนธรรมก็ได้ประโยชน์จากการท่องเที่ยวในการสร้างรายได้การจ้างงาน นำมาซึ่งการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม นอกจากนี้ การพัฒนาการท่องเที่ยวทางวัฒนธรรมยังต้องอาศัยทั้งจากคนในพื้นที่ ภาครัฐ และเอกชน ในฐานะที่ เป็นผู้ชำนาญการเพื่อการพัฒนาที่เหมาะสมกับชุมชนต่อไป

การท่องเที่ยวซึ่งให้ความสำคัญกับวัฒนธรรมของแหล่งท่องเที่ยวและสถานที่ที่เป็นจุดหมายปลายทางของการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะสนใจวิถีชีวิต มรดกวัฒนธรรม ศิลปะ อุตสาหกรรม และกิจกรรม

นันทนาการของพื้นที่นั้นๆ นักท่องเที่ยวจะเยี่ยมชมและศึกษาแหล่งประวัติศาสตร์ศิลปะ มหกรรม และงานแสดงสินค้าหัตถกรรม พิพิธภัณฑ์ทุกประเภท ศิลปะการแสดงและทัศนศิลป์ ตลอดจนแหล่งมรดกต่างๆ

อาจกล่าวได้ว่า การท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อชมหรือสัมผัสศิลปะวัฒนธรรมแขนงต่างๆ ได้แก่ สถาปัตยกรรม จิตรกรรม ประติมากรรม ภาษาและวรรณกรรม หัตถกรรม นาฏศิลป์ และดนตรี รวมทั้งงานเทศกาล ประเพณี การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม คือ การท่องเที่ยวเพื่อการศึกษาวัฒนธรรมเป็นการท่องเที่ยวเพื่อศึกษาหาความรู้เกี่ยวกับศิลปะวัฒนธรรมของพื้นที่นั้นๆ และศึกษาชีวิตความเป็นอยู่ในแง่มนุษย์ วิทยาและสังคมวิทยา เช่น ชมโบราณสถาน ศิลปะหรือการแสดงต่างๆ เป็นต้น

บรรณานุกรม

วารสาร มจร การพัฒนาสังคม ISSN (Print): 2539-5718, ISSN (Online): 2651-1215 วารสารศึกษาศาสตร์ มมร ปีที่ 8 ฉบับที่ 2 (กรกฎาคม - ธันวาคม 2563)

Google / https://archive.lib.cmu.ac.th/full/T/2555/mpa30655nr_ch2.pdf

บทความวิชาการ

แนวโน้มนักท่องเที่ยวชาวจีนที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย

Trends of Chinese tourists traveling to Thailand

YANG XUE XIN

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : yyangxuexin@gmail.com

บทคัดย่อ

ประเทศไทยถือได้ว่าเป็นจุดหมายที่เหมาะสมสำหรับการท่องเที่ยวและเป็นจุดหมายปลายทางที่นักท่องเที่ยวหลายสัญชาติต่างเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในประเทศไทย โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวจีนจากแดนมังกรที่นิยมเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นชาติต้นๆที่เดินทางเข้ามาและใช้จ่ายในประเทศไทยอย่างมหาศาลการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจีนเป็นประเด็นที่น่าสนใจสำหรับภาคการท่องเที่ยวไทย โดยเฉพาะในปี 2023 ซึ่งเป็นปีแรกที่ประเทศเปิดให้บริการนักท่องเที่ยวอีกครั้ง แม้ว่าจะมีการฟื้นตัวอย่างช้า ๆ แต่ในปัจจุบันสถานการณ์การเดินทางไปต่างประเทศของชาวจีนเริ่มมีแนวโน้มที่ดีขึ้น โดยประเทศไทยยังคงเป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับนักท่องเที่ยวจีน และนักท่องเที่ยวจากจีนก็กลับมาเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดที่เดินทางเข้ามาในไทยอีกครั้ง อย่างไรก็ตาม แนวโน้มการฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวจีนในไทยยังต้องเผชิญกับความเสี่ยงจากหลายปัจจัย ทั้งในด้านเศรษฐกิจและอสังหาริมทรัพย์ของจีน รวมถึงปัจจัยทางภูมิรัฐศาสตร์ และการแข่งขันจากประเทศอื่น ๆ เช่น ญี่ปุ่น เกาหลีใต้ และเวียดนาม ซึ่งจังหวัดที่นักท่องเที่ยวชาวจีนนิยมเดินทางไปท่องเที่ยวหนีไม่พ้นจังหวัดที่เป็นหัวเมืองหลักของไทย ได้แก่ กรุงเทพฯ เชียงใหม่ ภูเก็ต เป็นต้น จุดมุ่งหมายของนักท่องเที่ยวชาวจีนที่มาเยือนในไทยอาจจะมีเหตุผลหลักมาจากการที่ต้นทุนการท่องเที่ยวถูกและการเดินทางสะดวกอยู่ไม่ไกลจากประเทศจีนค่าครองชีพไม่สูงสามารถขอวีซ่าง่ายและทำ Visa on Arrival มีการฟรีวีซ่าให้นักท่องเที่ยวชาวจีนสามารถมาเที่ยวไทยได้โดยไม่ต้องใช้วีซ่าตั้งแต่ปัจจุบันถึงกุมภาพันธ์ 2567 แนวโน้มการเดินทางของนักท่องเที่ยวจีนในประเทศไทยยังคงเป็นไปในทิศทางที่ดี แต่การเติบโตในอนาคตจะต้องขึ้นอยู่กับ การปรับตัวและมาตรการสนับสนุนการท่องเที่ยวที่จะช่วยรักษาความน่าสนใจของไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนไทยยังเผชิญกับการแข่งขันจากประเทศในเอเชีย เช่น ญี่ปุ่นและเกาหลีใต้ จึงต้องปรับตัวเพื่อรักษาความน่าสนใจของไทยในกลุ่มนักท่องเที่ยวจีนประเทศไทยจึงต้องเตรียมพร้อมการรองรับนักท่องเที่ยวเพื่อให้พร้อมกับการบริการในด้านต่างๆไม่ว่าจะเป็นภาครัฐภาคเอกชน รวมไปถึงผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องที่จะขับเคลื่อนประเทศไทยให้เป็นจุดหมายปลายทางที่ดีแก่นักท่องเที่ยว

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวชาวจีน, แนวโน้มการเดินทาง, ประเทศไทย

Abstract

Thailand is considered a suitable destination for tourism and a destination for travelers of many nationalities, especially Chinese tourists from the land of the dragon who is the first to travel to Thailand and spend a lot of money in Thailand. The recovery of Chinese tourists is an interesting issue for the Thai tourism sector, especially in 2023, the first year that the country reopens to tourists. Although the recovery is slow, the current signs of Chinese people traveling abroad are starting to show signs of improvement. Thailand remains the main destination for Chinese tourists, and Chinese tourists have returned to being the largest group traveling to Thailand again. However, the recovery trend of Chinese tourists in Thailand still faces risks from many factors, both in terms of China's economy and real estate, as well as geopolitical factors and competition from other countries such as Japan, South Korea and Vietnam. The provinces that Chinese tourists like to travel to are none other than the main cities of Thailand, such as Bangkok, Chiang Mai and Phuket. The main reason why Chinese tourists visit Thailand may be because the cost of tourism is low and travel is convenient, not far from China, the cost of living is not high, it is easy to apply for a visa and Visa on Arrival is free of visas. Chinese tourists can visit Thailand without a visa from now until February 2024. The trend of Chinese tourists traveling to Thailand is still going in a good direction. However, future growth will depend on adaptation and tourism support measures that will help maintain Thailand's attractiveness among Chinese tourists. Thailand still faces competition from Asian countries such as Japan and South Korea, so it must adapt to maintain Thailand's attractiveness among Chinese tourists. Thailand must therefore be prepared to accommodate tourists in order to be ready with services in various areas, whether from the government sector, the private sector, or those involved in driving Thailand to become a good destination for tourists.

Keyword : Chinese tourists, travel Trends, Thailand

บทนำ

ประเทศไทยถือว่าเป็นจุดหมายปลายทางที่ดีแก่นักท่องเที่ยวชาวจีนจากรายงานสถิติจำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทย พบว่านักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงเป็นกลุ่มที่มีจำนวนมากที่สุดในการเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ตามรายงานภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยวจากสำนักปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (Tourist Assistance Center: TAC)

สถิติระหว่างเดือนมกราคมถึงมิถุนายน ปี พ.ศ. 2562 แสดงให้เห็นว่ามีนักท่องเที่ยวชาวจีนเข้ามาในประเทศไทยมากกว่า 5 ล้านคน และสร้างรายได้เกิน 2 แสนล้านบาท ซึ่งไม่แปลกใจเลยที่นักท่องเที่ยวจีนยังคงเป็นกลุ่มเป้าหมายสำคัญของทั้งภาครัฐและเอกชน รวมถึงผู้ประกอบการไทยที่มุ่งหวังรายได้จากกลุ่มนักท่องเที่ยวนี้ เนื่องจากนักท่องเที่ยวจีนมีทั้งคุณภาพและปริมาณที่สามารถสร้างรายได้ให้กับการท่องเที่ยวไทยอย่างมหาศาล ในมุมมองของชาวจีน ประเทศไทยถือเป็นจุดหมายปลายทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวหลากหลายประเภท ทั้งด้านนันทนาการ วัฒนธรรม และธรรมชาติ โดยเฉพาะในด้านแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ ชาวจีนมักจะนึกถึงการเดินทางไปสัมผัสทะเลที่สวยงามและมีแสงแดดสดใส เมื่อพิจารณาจากข้อมูล พบว่ามีนักท่องเที่ยวจีนมากกว่าครั้งที่เลือกเดินทางไปยังจังหวัดที่ตั้งอยู่ติดชายทะเล ซึ่งอาจดูน่าแปลกใจเมื่อพิจารณาภูมิประเทศของจีนที่มีขนาดใหญ่เป็นอันดับ 4 ของโลก และมีชายฝั่งยาวถึง 14,500 กิโลเมตรในด้านตะวันออก แต่ชายฝั่งเหล่านั้นกลับไม่เหมาะสำหรับการท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นทะเลที่มีลักษณะเป็นชายฝั่งคาบสมุทรที่ไม่สวยงาม และมีสภาพอากาศที่ไม่แน่นอนจากพายุ นอกจากนี้ ประมาณครึ่งหนึ่งของชายฝั่งยังเป็นทะเลเขตนาว ซึ่งไม่สามารถเล่นน้ำได้เหมือนทะเลเขตร้อนความนิยมในการท่องเที่ยวธรรมชาติทางทะเลในจีนมีแนวโน้มเติบโตขึ้นทุกปี แต่แหล่งท่องเที่ยวกลับมีไม่เพียงพอที่จะรองรับนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การท่องเที่ยวทางทะเลในจีนยังมีค่าใช้จ่ายที่ค่อนข้างสูง และประชากรหนาแน่น โดยเฉพาะในช่วงเทศกาลที่ค่าใช้จ่ายอาจสูงกว่าการเดินทางไปต่างประเทศ ดังนั้น การเลือกเดินทางมาท่องเที่ยวในประเทศไทยจึงกลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจ จากข้อมูลสถิติการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยในปี พ.ศ. 2560 ที่เผยแพร่โดยสำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา (a case study of tourist assistance center officers under the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Tourism and Sports)

พบว่านักท่องเที่ยวจีนมีสัดส่วนสูงสุดในอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว และเมื่อพิจารณาภูมิภาคที่นักท่องเที่ยวจีนมักเดินทางไปในประเทศไทย

โดยเฉพาะภูมิภาคที่ติดชายฝั่งทะเล ได้แก่ ภาคใต้และภาคตะวันออก พบว่าสัดส่วนนักท่องเที่ยวจีนที่มาเยือนทั้งสองภูมิภาคนี้รวมกันอยู่ที่ร้อยละ 29.79 ซึ่งถือว่าเป็นสัดส่วนที่สูงที่สุดเมื่อเปรียบเทียบกับกรุงเทพมหานครนอกจากนี้ พบว่าชาวจีนมองว่าการท่องเที่ยวในประเทศไทยเป็นการใช้เวลาที่คุ้มค่า เนื่องจากมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติในช่วงกลางวันและแหล่งนันทนาการในช่วงกลางคืน ทำให้วัยรุ่นจีนเลือกเดินทางมาเที่ยวเป็นกลุ่มเพื่อนด้วย ปัจจัยด้านวัฒนธรรมการกินก็เป็นอีกหนึ่งเหตุผลสำคัญที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนจำนวนมากให้มาเยือนประเทศไทย โดยชาวจีนมักท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมอาหารในฐานะ “ผู้สำรวจ” และ “ผู้ตามรอย” เพื่อเปิดโลกทัศน์ด้านอาหาร อาหารไทยมีความแปลกใหม่และน่าสนใจ โดยเฉพาะเมนูต้มยำกุ้ง และหอยทอดที่ได้รับความนิยมอย่างสูง นอกจากนี้ ประเทศไทยยังมีผลไม้เมืองร้อนที่อร่อย เช่น ทูเรียน มะพร้าว และมะม่วง โดยเฉพาะเมนูข้าวเหนียวมะม่วงที่ได้รับความนิยมจากชาวจีนอย่างมาก

นักท่องเที่ยวชาวจีนรุ่นใหม่ใช้จ่ายสูง

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีชื่อเสียงในเรื่องการใช้จ่ายอย่างฟุ่มเฟือยในระหว่างการเดินทาง ในช่วงไม่กี่ปีที่ผ่านมา นักท่องเที่ยวชาวจีนกลายเป็นแหล่งรายได้สำคัญสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลก เนื่องจากการเติบโตของชนชั้นกลางที่มีฐานะดีขึ้นและรายได้ที่เพิ่มขึ้น

Chee Wah (Tourism image of Nakhon Si Thammarat Province from the perspective of Thai Tourists) กล่าวถึงพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนว่า “เด็กคนหนึ่งได้รับการเลี้ยงดูจากพ่อแม่ 6 คน (พ่อแม่และปู่ย่าตายาย 2 คู่) เขาต้องการให้ลูกของพวกเขาได้เห็นโลกคำกล่าวนี้มีเหตุผล เนื่องจากนโยบายลูกคนเดียวในจีน ทำให้พ่อแม่ลงทุนกับลูกคนเดียวและมอบสิ่งที่ดีที่สุดให้กับเขาหรือเธอ พ่อแม่ทั้งสามคู่จึงยินดีที่จะออกค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อให้เด็กชาวจีนได้เรียนรู้และมีประสบการณ์ใหม่ๆ การพัฒนาเศรษฐกิจที่รวดเร็วในจีนแผ่นดินใหญ่ รายได้ครัวเรือนที่เพิ่มสูงขึ้น และการเกิดขึ้นของผู้บริโภคชนชั้นกลาง ล้วนมีส่วนสำคัญในการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการใช้จ่ายของนักท่องเที่ยวชาวจีนในปัจจุบัน

กลยุทธ์ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน

นักท่องเที่ยวชาวจีนมีความสนใจและความชอบที่หลากหลาย พวกเขา มักมองหาประสบการณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผสมผสานกับวัฒนธรรมจีน พร้อมทั้งเทคโนโลยีที่ทันสมัย และความสะดวกสบายที่มีคุณภาพสูง นี่คือนักท่องเที่ยวชาวจีนส่วนใหญ่ต้องการให้มีเพื่อรองรับการเดินทาง ได้แก่

1. ความเข้าใจทางวัฒนธรรม นักท่องเที่ยวชาวจีนจะรู้สึกประทับใจเมื่อโรงแรมหรือสถานที่ท่องเที่ยวมีความเข้าใจและเคารพต่อวัฒนธรรมของพวกเขา เช่น การมีพนักงานที่สามารถสื่อสารภาษาจีนกลาง ป้ายและข้อมูลที่เป็นภาษาจีน รวมถึงการเฉลิมฉลองวันหยุดหรือเทศกาลของจีน

2. ประสบการณ์ที่แท้จริง นักท่องเที่ยวชาวจีนสนใจที่จะเปิดโลกวัฒนธรรมท้องถิ่น ประวัติศาสตร์ และธรรมชาติ โดยให้ความสำคัญกับประสบการณ์ที่สามารถสัมผัสได้ถึงวิถีชีวิตของคนในพื้นที่ เช่น การชมการแสดงและการลิ้มลองอาหารท้องถิ่น

3. ความสะดวกสบายและเสถียรภาพความสะดวกในการจอง เช็किन และการชำระเงินเป็นสิ่งสำคัญ โดยเฉพาะการใช้แพลตฟอร์มมือถือในการจัดการการเดินทาง เช่น WeChat และ Alipay ที่ช่วยให้การค้นหาข้อมูลและทำธุรกรรมเป็นไปอย่างราบรื่น

4. อาหารถือเป็นส่วนสำคัญของวัฒนธรรมจีน การเลือกใช้วัตถุดิบคุณภาพสูงและการผสมผสานวัตถุดิบท้องถิ่นจะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวได้เป็นอย่างดี (<https://has.hcu.ac.th/jspui/handle/123456789/606>)

วิธีดึงดูดนักท่องเที่ยวจีน

นักท่องเที่ยวจีนชอบการท่องเที่ยวที่หลากหลาย และมักจะมองหาประสบการณ์และสิ่งอำนวยความสะดวกที่ผสมผสานไปกับพื้นฐานทางวัฒนธรรมจีน มีเทคโนโลยีที่สมัยใหม่ และต้องการความสะดวกสบายและคุณภาพที่ดี สิ่งที่สามารถดึงดูดนักท่องเที่ยวจีนได้แก่

1.ความเข้าใจทางวัฒนธรรมนักท่องเที่ยวจีนจะรู้สึกประทับใจเมื่อโรงแรมหรือสถานที่ปลายทางมีความเข้าใจหรือความเคารพต่อวัฒนธรรมของพวกเขา เช่น การมีพนักงานสื่อสารภาษาจีนกลาง ป้ายและข้อมูลภาษาจีน ตลอดจนการฉลองวันหยุดหรือเทศกาลของจีน

2.ความต้องการเปิดประสบการณ์ นักท่องเที่ยวจีนสนใจเปิดโลกวัฒนธรรมท้องถิ่นประวัติศาสตร์และธรรมชาติ โดยให้คุณค่าไปกับประสบการณ์ที่สัมผัสได้ถึงการใช้ชีวิตของผู้คนในพื้นที่ เช่น การแสดงไปจนถึงอาหารประจำท้องถิ่นนั้น ๆ

3.ความสะดวกสบายและมีเสถียรภาพ ความสะดวกในขั้นตอนการจอง เช็คอิน และการชำระเงินเป็นสิ่งสำคัญ ซึ่งแพลตฟอร์มมือถือสำหรับจัดการเดินทางทั้งในด้านค้นหาข้อมูลและทำธุรกรรม คือแพลตฟอร์มอย่าง WeChat และ Alipay

4.มีตัวเลือกหลากหลายสำหรับอาหารคุณภาพสูงอาหารเป็นหนึ่งในส่วนสำคัญของวัฒนธรรมจีน การเลือกใช้ชีวิตคุณภาพสูงและผสมผสานวัตถุดิบในพื้นที่เข้าไป จะดึงดูดความสนใจและเป็นที่ยอมรับอย่างมาก

5.มีโอกาสร่วมกิจกรรมช้อปปิ้งโดยเฉพาะของหรูหราและไอเทมที่มีขายเฉพาะบริเวณนั้น ๆ มักเป็นจุดสนใจของนักท่องเที่ยวจีน หากมีข้อมูลหรือที่ตั้งของคุณอยู่บริเวณเดียวกับแหล่งช้อปปิ้งใหญ่ ๆ จะช่วยเพิ่มประสบการณ์การเข้าพักที่ดีให้กับพวกเขาได้

6.ความสบายและความปลอดภัย ที่พักมาตรฐานระดับสูง จะโดดเด่นเรื่องความสะดวกสบาย ความปลอดภัย และความเป็นส่วนตัว ซึ่งถือเป็นกุญแจสำคัญ เพราะสิ่งอำนวยความสะดวกที่สร้างความสบายและความปลอดภัยให้กับพวกเขาได้ คือที่พักที่นักท่องเที่ยวจีนมองหาอันดับต้น ๆ

7.มีเทคโนโลยีอำนวยความสะดวกตั้งแต่ฟรี Wifi ไปจนถึงห้องพักสมาร์ทเทคโนโลยี นักท่องเที่ยวจีนชื่นชอบสิ่งอำนวยความสะดวกทันสมัยที่มีการเชื่อมต่อถึงกันและช่วยให้การเข้าพักของพวกเขาดีขึ้น

8.ให้ความสำคัญกับการเข้าพักที่ดีเพื่อสุขภาพความสนใจสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อสุขภาพ เช่น สปา ยิม และสถานที่พักผ่อน ของนักท่องเที่ยวจีนกำลังเพิ่มมากขึ้นสำหรับผู้ที่ต้องการยกระดับความเป็นอยู่ที่ดีในระหว่างการท่องเที่ยว

ข้อเสนอแนะ

1.เพิ่มการรองรับด้านภาษาและวัฒนธรรมจีน

- จัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับวัฒนธรรมจีน
- เพิ่มป้ายข้อมูลและบริการภาษาจีน รวมถึงร่วมเฉลิมฉลองเทศกาลจีน

2.พัฒนาโปรแกรมการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรม

- สร้างกิจกรรมที่เน้นความเป็นไทย เช่น ชิมอาหารพื้นเมืองหรือเรียนทำอาหาร

3.ปรับปรุงระบบการจองและชำระเงิน

- รองรับแพลตฟอร์ม WeChat และ Alipay เพื่อเพิ่มความสะดวก

4.สร้างสรรค์เมนูอาหารคุณภาพ

- ผสมผสานรสชาติท้องถิ่นกับอาหารจีนที่คุ้นเคย

5.สร้างพันธมิตรกับแหล่งช้อปปิ้ง

- จัดทำแผนที่หรือแพ็คเกจช้อปปิ้งใกล้แหล่งที่พัก

6.ยกระดับมาตรฐานด้านความปลอดภัย

- พัฒนาเทคโนโลยีที่ช่วยให้ที่พักปลอดภัย เช่น ระบบรักษาความปลอดภัยอัจฉริยะ

7.ลงทุนในเทคโนโลยีที่พัก

- เพิ่มบริการ Wi-Fi คุณภาพสูงและห้องพักที่ตอบสนองความต้องการด้านสมาร์ตเทคโนโลยี

8.เพิ่มบริการเพื่อสุขภาพ

- เปิดบริการเสริม เช่น สปา กิจกรรมโยคะ และพื้นที่เพื่อสุขภาพ

การนำเสนอสิ่งเหล่านี้จะช่วยสร้างความประทับใจให้กับนักท่องเที่ยวจีน และเพิ่มโอกาสดึงดูดพวกเขาให้กลับมาใช้บริการในอนาคตอีกครั้ง

บรรณานุกรม

- กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2567). รายงานสภาวะเศรษฐกิจการท่องเที่ยว. ใน วนิดา พันธุ์สอา(บ.ก.), Tourism Economic (น. 8-24). กรุงเทพฯ: สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.(2567). นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทย : นักท่องเที่ยวจีนเที่ยวไทยมากเป็นอันดับหนึ่ง <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-social-media/Pages/CH-Tourist-CI3449-FB-19-01-2024.aspx>
- SiteMinder 2024. (5 พฤศจิกายน 2567).นักท่องเที่ยวจีน : กลยุทธ์ตลาดสำหรับนักท่องเที่ยวชาวจีน <https://www.siteminder.com/th/r/chinese-travellers>
- Sciencedirect 2024. (5 พฤศจิกายน 2567).การจัดการการท่องเที่ยว : นักท่องเที่ยวมองเงินมองหาอะไร <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii>

บทความวิชาการ

บทบาทเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

The Role of digital technology in promoting tourism thailand

ยงยุทธ เดชสิริภริมย์

นักศึกษาหลักสูตรปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130058@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ประเทศไทยเป็นจุดหมายอันดับต้นๆ ที่นักท่องเที่ยวต่างชาติเลือกเข้ามาท่องเที่ยว ซึ่งปัจจุบันนี้ การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเป็นที่นิยมมาก และรวมไปถึงเทคโนโลยีมีบทบาทในการส่งเสริมการท่องเที่ยวอีกด้วย สื่อสังคมออนไลน์หรือโซเชียลมีเดียก็เป็นสิ่งที่กระตุ้นให้นักท่องเที่ยวตัดสินใจเดินทางกันมากขึ้น ด้วยการโฆษณาและการประชาสัมพันธ์ความสวยงาม งดงามของแหล่งท่องเที่ยวที่ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวต้องการไปเยี่ยมชมหรือการบอกกล่าวเล่าประสบการณ์ที่ดีผ่านทางแพลตฟอร์มต่างๆ ในสังคมออนไลน์ ผ่านรูปภาพ การเขียน และวีดีโอแนะนำสถานที่

คำสำคัญ : เทคโนโลยีส่งเสริมการท่องเที่ยว, สื่อดิจิทัล, สังคมออนไลน์

Abstract

Thailand is one of the top destinations chosen by international tourists. Nowadays, digital technology has become widely popular and plays a significant role in promoting tourism. Social media is also a key factor that encourages tourists to decide on their travel plans. Through advertising and publicizing the beauty and charm of tourist attractions, it captivates visitors and inspires them to explore. Additionally, sharing positive experiences via various online platforms through photos, writings, and video recommendations further enhances the appeal of these destinations.

Keywords : Technology in Promoting Tourism, Digital Media, Online society

ปัจจุบันอุตสาหกรรมท่องเที่ยวทั่วโลกนั้นเกิดการขยายตัวเป็นอย่างมากและการที่นักท่องเที่ยวเลือกที่จะท่องเที่ยวโดย เทคโนโลยีดิจิทัล มีส่วนในการศึกษาค้นหาข้อมูลของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวสนใจผ่านช่องทางออนไลน์ ในสถานการณ์ปัจจุบันหลังโควิด-19 พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปอย่าง

มาก เริ่มใช้บริการสื่อสังคมออนไลน์มากยิ่งขึ้น จึงทำให้ภาครัฐและเอกชนหันมาใส่ใจ มีส่วนร่วมเกี่ยวกับสื่อเทคโนโลยี ท่องเที่ยวมากขึ้นในแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้ง่าย

ซึ่งประเทศไทยมีแหล่งท่องเที่ยวมากมายอย่างยิ่ง ทั้งเมืองหลัก และเมืองรองทั้ง 55 จังหวัด ที่มีความสวยงาม ความโดดเด่นและเอกลักษณ์ประจำจังหวัด ทั้งวิถีชีวิต ธรรมชาติ ทรัพยากรในจังหวัดมี ที่สามารถดึงดูดทั้งนักท่องเที่ยวชาวไทยและนักท่องเที่ยวต่างชาติได้ อีกทั้งยังมีกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยว สถาปัตยกรรม วิถีชีวิตคนในชุมชน ที่จะให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงได้ง่ายขึ้น

ปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาท ในการใช้ชีวิตประจำวันของทุกคน โดยโลกในยุคปัจจุบัน ที่ทุกคนเข้าถึงออนไลน์ ได้แก่ แอปพลิเคชัน Facebook Instagram LINE และ Google ที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวค้นหาและเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น นอกจากนี้ ในประเทศไทยภาครัฐได้มีการส่งเสริมการใช้โซเชียลมีเดียมากขึ้นและภาครัฐให้ความสำคัญและความสนใจเป็นอย่างมากในการใช้ดิจิทัลเทคโนโลยีสารสนเทศตาม “นโยบายและแผนระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมปีพุทธศักราช 2561 ถึงปีพุทธศักราช 2580 ฉบับปรับปรุง” ที่จะใช้นโยบายขับเคลื่อนการท่องเที่ยวส่งเสริมดิจิทัลให้นักท่องเที่ยวสะดวกสบายในการท่องเที่ยวมากยิ่งขึ้น แผนปฏิบัติราชการดิจิทัล ระยะ 5 ปี 2566-2570 กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาแห่งประเทศไทย

ศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ประเทศไทยถือว่าเป็นประเทศอันดับต้นในทวีปเอเชียที่นักท่องเที่ยวเดินทางเข้ามาท่องเที่ยวในปี 2567 จากสถิติพบว่ามีจำนวนประมาณนักท่องเที่ยวต่างชาติ 24,000,000 คน ตั้งแต่วันที่ 1 มกราคม 2567 ถึงวันที่ 8 กันยายน 2567 โดยสร้างรายได้ให้กับภาครัฐ เอกชนจำนวน 1,135,748 ล้านบาท โดยมีนักท่องเที่ยวหลากหลายประเทศที่เข้ามาท่องเที่ยว ประเทศจีนมีนักท่องเที่ยวเข้ามา 4,895,707 คน นักท่องเที่ยวมาเลเซีย 3,364,487 คน นักท่องเที่ยวอินเดีย 1,403,169 คน นักท่องเที่ยวเกาหลีใต้ 1,279,415 คน นักท่องเที่ยวรัสเซีย 1,100,097 คน (กลุ่มงานสถิติเศรษฐกิจสารสนเทศ การท่องเที่ยวและการกีฬาแห่งประเทศไทย, 2567)

โดย ภาครัฐมีการส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลสารสนเทศเพื่อการโฆษณาประชาสัมพันธ์มากมายหลายด้านที่เป็นจุดแข็ง ผ่านหลากหลายแพลตฟอร์ม อาทิ

1. การโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านช่องทางทางการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย ผ่านสื่อออนไลน์ Youtube facebook fanpage website tiktok เป็นต้น
2. การใช้ อินฟลูเอนเซอร์ หรือศิลปิน ในการโปรโมทแหล่งท่องเที่ยว เป็น คลิปวิดีโอ ลงในแพลตฟอร์มต่างๆ เชิญชวนนักท่องเที่ยว หรือพาไปเที่ยวตามสถานที่จังหวัดต่างๆ เพื่อให้นักท่องเที่ยวมีความต้องการเที่ยวมากยิ่งขึ้น
3. โครงการของรัฐบาลที่ออกนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจการท่องเที่ยว ผ่านโครงการ “แอ่วเหนือคนละครึ่ง” ที่ได้ออกแคมเปญมาให้นักท่องเที่ยวชาวไทยได้ออกเดินทางท่องเที่ยว
4. ศักยภาพของเทคโนโลยีดิจิทัลส่งเสริมการท่องเที่ยว ในการเพิ่มช่องทางสื่อสารและการเข้าถึง เช่น เว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และสร้างประสบการณ์ที่น่าประทับใจ รวมไปถึงการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ยั่งยืน

การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสื่อดิจิทัลเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในประเทศไทย

ในโลกปัจจุบันเทคโนโลยีได้กลมกลืนกับการใช้ชีวิตของมนุษย์อย่างต่อเนื่องและพัฒนาไปตลอดเวลา ทำให้ผู้บริโภค เข้าถึงโทรศัพท์ และ อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่ใช้เครือข่ายอินเทอร์เน็ต จึงทำให้มีการพัฒนา ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงการท่องเที่ยวได้ (รัฐพล วงศาโรจน์ ,2567) ดังนี้

1. สื่อเสมือนจริง VR สื่อเสมือนจริงที่สร้างเทคโนโลยี ที่ทำให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวเสมือนจริงเหมือนอยู่ในแหล่งท่องเที่ยวจริงๆ ก่อนที่จะตัดสินใจไปเที่ยวสถานที่นั้นๆ
2. Ai CHATBORT โปรแกรมที่มีบทบาท ตอบรับและค้นหาสิ่งต่างๆที่นักท่องเที่ยวต้องการ นอกจากนั้น ในส่วนของแหล่งท่องเที่ยวก็สามารถใช้ ai แชทบอร์ตได้ เพราะสามารถใช้ตอบลูกค้า สามารถบริการได้ 24 ชั่วโมงเพื่อให้ลูกค้าเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวและได้ข้อมูลแหล่งท่องเที่ยวได้มากขึ้น
3. AR Location-Based สามารถทำหน้าที่เป็นระบบนำทาง พานักท่องเที่ยวไปยังจุดท่องเที่ยวต่าง ๆ ที่สำคัญได้อย่างแม่นยำ ตัดปัญหาเรื่องการหลงทางจากการสื่อสารพูดคุย การสัมผัสใกล้ชิดตลอดจนการรวมกลุ่มของบุคคลระหว่างการท่องเที่ยวเป็นหมู่คณะแบบเดิม
4. ชำระเงินไร้เงินสด ระบบการจ่ายเงินที่สะดวกและไม่ต้องพกเงินสดสามารถจ่ายมีมือถือหรือผ่านบัตรได้อย่างรวดเร็ว
5. Appication แพลตฟอร์มที่ให้นักท่องเที่ยวเข้าถึงและอำนวยความสะดวกให้นักท่องเที่ยวมากขึ้น อาทิ บริการการจอง บริการการจองที่พัก บริการการจองการเดินทาง บริการการจองกิจกรรมการท่องเที่ยว บริการซื้อสินค้าอุปกรณ์เกี่ยวกับการท่องเที่ยว

บทบาทของเทคโนโลยีดิจิทัลที่มีต่อการส่งเสริมการท่องเที่ยวประเทศไทย

เทคโนโลยีที่สามารถเชื่อมโยงทุกอย่างบนโลกเข้าด้วยกันสามารถใช้ชีวิตที่สะดวกสบายมากขึ้น ไม่ว่าจะเป็นการซื้อสินค้า การซื้อบริการท่องเที่ยว การเลือกซื้อหรือจองที่พักโรงแรมในการท่องเที่ยว ทำให้ข้อมูลเข้าถึงเราได้ง่ายขึ้นในยุค 5G และเปิดประสบการณ์ใหม่ๆ ผ่านทางเทคโนโลยีดิจิทัล (อาภาภัทร บุญรอด, 2563)

เทคโนโลยีได้เข้ามามีบทบาทการจัดการการท่องเที่ยวได้ดียิ่งขึ้น ทั้งในด้าน ผู้ประกอบการ ธุรกิจท่องเที่ยว ธุรกิจโรงแรม ธุรกิจร้านอาหาร ธุรกิจของที่ระลึก องค์กรสาหกรรมการท่องเที่ยว ทำให้ทุกภาคส่วนต้องปรับตัวให้ทันในยุคปัจจุบัน โดยขณะที่ดิจิทัลกำลังเป็นที่น่าสนใจจากกลุ่มของนักท่องเที่ยว ผู้ประกอบการจึงต้องทำให้โอกาสการขยายธุรกิจมากยิ่งขึ้น และเพิ่มรายได้มากขึ้น โดยการเข้าถึงดิจิทัล ให้เป็นจุดแข็งของธุรกิจของตนเอง และทำให้น่าสนใจให้ผู้บริโภคเข้าถึงได้ง่าย เพื่อจะได้รองรับนักท่องเที่ยวใหม่และขยายกลุ่มลูกค้าได้มากกว่าเดิม

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุคการใช้เทคโนโลยีในการท่องเที่ยว

ประเทศไทยให้ความสนใจกับเทคโนโลยีและดิจิทัลมากขึ้น ในส่วนภาครัฐก็ส่งเสริมเป็นอย่างมากในการพัฒนาประเทศและพัฒนาแหล่งท่องเที่ยวให้ผู้คนสนใจมากยิ่งขึ้นให้ได้มาตรฐานเพื่อสื่อสารติดต่อกับนักท่องเที่ยวได้สะดวกขึ้น และพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวยุคเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงไปจากเดิม ดังนี้ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561

1. นักท่องเที่ยวเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่มีการโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านโซเชียลมีเดีย
2. นักท่องเที่ยวทำธุรกิจ การชำระเงิน ผ่านช่องทางออนไลน์มากยิ่งขึ้น
3. นักท่องเที่ยวใช้บริการจองออนไลน์ อาทิ จองโรงแรม จองสถานที่ท่องเที่ยว จองร้านอาหารผ่านออนไลน์
4. นักท่องเที่ยวจะบอกเล่าประสบการณ์ผ่านทางโซเชียลมีเดียมากขึ้น

สรุป

กล่าวได้ว่าเทคโนโลยีดิจิทัลในการส่งเสริมการท่องเที่ยว ภาครัฐ หน่วยงานราชการ ให้ความสำคัญกับระบบดิจิทัลสารสนเทศเป็นอย่างมากโดยมีนโยบายสนับสนุนด้านกิจกรรมต่างๆ และโครงการต่างๆ ที่มาสนับสนุนการท่องเที่ยวเพื่อให้ประชาชน ประเทศไทยมีการเดินทางเที่ยวกันมากขึ้น และประเทศไทยเป็นอีกจุดหมายที่นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติเลือกที่จะเป็นปลายทางหลัก ที่จะเข้ามาพักผ่อน ทั้งนี้ในด้านการบริการโรงแรมแหล่งท่องเที่ยวที่พักสวยงามทันสมัยพร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวและอำนวยความสะดวกให้กับนักท่องเที่ยวได้มากขึ้นและการท่องเที่ยวในยุคเทคโนโลยีดิจิทัลก็ทำให้พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวเปลี่ยนไปด้วยเหตุผลข้างต้นทำให้ปัจจุบันการท่องเที่ยวในยุคสารสนเทศดิจิทัลพร้อมกับการบริการนักท่องเที่ยวและเพิ่มศักยภาพแหล่งท่องเที่ยวให้มากขึ้นเพื่อให้การท่องเที่ยวมั่นคงยั่งยืนตลอดไป

ข้อเสนอแนะ

1. การตลาดและการประชาสัมพันธ์

เทคโนโลยีดิจิทัลช่วยให้ผู้ประกอบการและองค์กรด้านการท่องเที่ยวสามารถใช้แพลตฟอร์มออนไลน์ เช่น โซเชียลมีเดีย เว็บไซต์ และแอปพลิเคชัน เพื่อโปรโมทสถานที่ท่องเที่ยว สร้างความน่าสนใจ และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้อย่างรวดเร็วและกว้างขวาง

2. การวางแผนการเดินทางที่สะดวกขึ้น

การพัฒนาแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ที่ให้ข้อมูลเกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยว การจองตั๋ว ที่พัก และแพ็คเกจทัวร์แบบครบวงจร ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางได้ง่ายและประหยัดเวลา

3. ประสบการณ์การท่องเที่ยวเสมือนจริง

เทคโนโลยีอย่าง Virtual Reality (VR) และ Augmented Reality (AR) ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถสัมผัสประสบการณ์เสมือนจริงของสถานที่ก่อนการเดินทาง สร้างความตื่นเต้นและกระตุ้นความสนใจในการท่องเที่ยว

4. การสร้างชุมชนออนไลน์เพื่อการแบ่งปันข้อมูล

นักท่องเที่ยวสามารถแบ่งปันประสบการณ์ รีวิว และคำแนะนำผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ซึ่งช่วยส่งเสริมการท่องเที่ยวผ่านการบอกต่อ และสร้างความน่าเชื่อถือให้กับแหล่งท่องเที่ยว

บรรณานุกรม

กลุ่มงานสถิติเศรษฐกิจสารสนเทศ การท่องเที่ยวและการกีฬาแห่งประเทศไทย (30 กันยายน 2567). ข้อมูล

นักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางเข้ามาในประเทศไทย <https://www.mots.go.th/news/category/760>

กระทรวงการท่องเที่ยวและการกีฬาแห่งประเทศไทย แผนปฏิบัติราชการดิจิทัล ระยะ 5 ปี 2566-2570

(ตุลาคม 2567). https://secretary.mots.go.th/ewtadmin/ewt/secretary/download/article/article_20240124094343.pdf

รัฐพล วงศาโรจน์ (25 กันยายน 2565). 8 เทคโนโลยีที่ตอบโจทย์รูปแบบการท่องเที่ยวยุคใหม่

<https://www.nia.or.th/8-Travel-Technologies>

สถาบันส่งเสริมการสอนวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (28 ตุลาคม 2567). 30 ปี เชื่อมโยงโลกด้วยข้อมูล

ตรวจวัดสิ่งแวดล้อมจากอดีตในปัจจุบันและอนาคต ของ GLOBE <https://emagazine.ipst.ac.th/>

สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร (กันยายน 2561). บทความท่องเที่ยวไทยในยุคดิจิทัล

https://cdc.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=51776&filename=index&vcode=68

อาภาภัทร บุญรอด (2 มีนาคม 2563). ใช้สื่ออย่างไรให้ถูกใจแต่ละ “เจน” [http://www.bangkokbiznews.com/](http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643085)

[blog/detail/643085](http://www.bangkokbiznews.com/blog/detail/643085)

บทความวิชาการ

การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีน

YuanGe

นักศึกษาลัทธิปริญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 66230198@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีน กำลังฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญในปี 2024 การเดินทางทั้งในประเทศและต่างประเทศพุ่งสูงขึ้น โดยไตรมาสแรกของปีมีจำนวนนักท่องเที่ยวเพิ่มขึ้นอย่างน่าทึ่งเมื่อเทียบกับการท่องเที่ยวภายในประเทศในช่วงวันหยุดปีใหม่และระดับสูงสุดเป็นประวัติการณ์ โดยมีนักท่องเที่ยวภายในประเทศมากกว่า 135 ล้านคน การเพิ่มขึ้นนี้เป็นตัวบ่งชี้ที่ชัดเจนของการฟื้นตัวหลังการระบาดใหญ่ของจีน ซึ่งขับเคลื่อนโดยความต้องการที่เพิ่มมากขึ้นและเที่ยวบินระหว่างประเทศที่กลับมาให้บริการอีกครั้ง โดยเฉพาะอย่างยิ่ง การท่องเที่ยวเข้ายังแสดงให้เห็นถึงโมเมนตัมเชิงบวก จำนวนนักท่องเที่ยวต่างชาติที่เดินทางมาจีนเพิ่มขึ้นอย่างมาก โดยไตรมาสแรกของปี 2024 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเพิ่มขึ้นสามเท่าเมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน การฟื้นตัวนี้ได้รับแรงหนุนจากการฟื้นฟูนโยบายเข้าเมืองโดยไม่ต้องมีวีซ่าสำหรับหลายประเทศและการกลับมาเปิดให้บริการเที่ยวบินต่ออีกครั้ง อุตสาหกรรมท่องเที่ยวของจีนกำลังใช้ประโยชน์จากแหล่งท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ประสบการณ์การช้อปปิ้งคุณภาพสูง และอาหารรสเลิศเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยว จุดหมายปลายทางอย่างซานย่า ฮาร์บิน และหยุนหนานเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ นอกจากนี้ รัฐบาลยังส่งเสริมให้จีนเป็นจุดหมายปลายทางหลักสำหรับการท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและสุขภาพอย่างเข้มข้น ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสนใจที่เพิ่มขึ้นในประสบการณ์เหล่านี้ นอกจากนี้ การท่องเที่ยวประเทศจีนกำลังได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยมากขึ้นเรื่อยๆ โดยมีปัจจัยหลากหลายที่ส่งผลต่อการเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังประเทศจีน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้รวมถึงปัจจัยส่วนบุคคล วัฒนธรรม ประสบการณ์ที่ต้องการและปัจจัยภายนอกอื่นๆ

คำสำคัญ : จุดหมายปลายทาง, นักท่องเที่ยวชาวไทย, ประเทศจีน

Abstract

The tourism industry in China is experiencing a significant recovery in 2024, with both domestic and international travel seeing sharp increases. In the first quarter of the year, the number of tourists surged, with domestic tourism during the Chinese New Year holidays reaching a record high of over 135 million visitors. This rise signals a clear rebound from the pandemic, driven by growing demand and the return of international flights. Notably, inbound

tourism has also shown positive momentum, with the number of foreign tourists traveling to China rising significantly. In the first quarter of 2024, the number of foreign tourists visiting China tripled compared to the same period last year. This recovery is supported by the reinstatement of visa-free entry policies for several countries and the resumption of international flights. China's tourism industry is capitalizing on cultural attractions, high-quality shopping experiences, and exquisite cuisine to attract tourists. Popular destinations such as Sanya, Harbin, and Yunnan are increasingly favored by both domestic and international travelers. Additionally, the government is actively promoting China as a key destination for cultural and wellness tourism, reflecting a growing interest in these experiences. Moreover, tourism to China is becoming more popular among Thai tourists, influenced by various factors such as personal preferences, culture, desired experiences, and external factors.

Keywords : Dstination, Thai Tourists, China

บทนำ

การท่องเที่ยวในประเทศจีนได้เติบโตอย่างรวดเร็วในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา นับตั้งแต่การเริ่มต้นของการปฏิรูปและการเปิดประเทศ การเกิดขึ้นของชนชั้นกลางใหม่ที่มีฐานะดีและการผ่อนคลายข้อจำกัดในการเดินทางจากทางการจีน ล้วนเป็นปัจจัยที่ส่งเสริมการเติบโตของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว ประเทศจีนจึงกลายเป็นหนึ่งในจุดหมายปลายทางที่มีผู้เข้าชมมากที่สุดในโลก และเป็นตลาดการท่องเที่ยวที่มีความคึกคักทั้งในด้านการท่องเที่ยวขาเข้าและขาออก นับว่าการท่องเที่ยวในประเทศจีนมีการเติบโตอย่างยั่งยืนและอยู่ในอันดับต้นๆ ของโลก (วิกิพีเดีย, 2564) ในปัจจุบันการท่องเที่ยวในประเทศจีนกำลังเติบโตอย่างรวดเร็วและมีความหลากหลายมากขึ้นตามความนิยมและความสนใจของนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและต่างประเทศ ประเทศจีนได้พัฒนาแหล่งท่องเที่ยวที่หลากหลาย ทั้งด้านวัฒนธรรม ธรรมชาติ และเมืองที่ทันสมัยซึ่งเต็มไปด้วยเทคโนโลยี เพื่อรองรับความต้องการที่แตกต่างกันของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ จีนยังมีการส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่ใหม่ๆ เพื่อลดความแออัดในเมืองที่มีชื่อเสียง เช่น ปักกิ่ง เซี่ยงไฮ้ และซีอาน โดยภาพรวมของการท่องเที่ยวในจีน ในปัจจุบันมีจุดเด่นและแนวโน้มที่น่าสนใจมากมาย (วิกิพีเดีย, 2564) ทำให้ประเทศจีนได้กลายเป็นจุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยมอย่างมากสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย ซึ่งมีหลายปัจจัยที่ส่งผลต่อความนิยมนี้ ปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ ความสนใจเฉพาะ และระดับรายได้ ล้วนมีบทบาทสำคัญ นอกจากนี้ยังมีปัจจัยทางวัฒนธรรมและประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวคาดหวัง เช่น การสัมผัสกับประวัติศาสตร์จีนโบราณ และวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น อีกทั้งยังมีปัจจัยภายนอกอื่นๆ เช่น การส่งเสริมการท่องเที่ยว ความสะดวกในการขอวีซ่า การเดินทางและโปรโมชั่นจากบริษัททัวร์ที่สนับสนุนการท่องเที่ยวในประเทศจีน (ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ เมืองชิงเต่า, 2564)

สถานการณ์ของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปเที่ยวประเทศจีน

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวในประเทศจีนกำลังฟื้นตัวอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากประเทศได้ฟื้นตัวจากผลกระทบของการระบาดใหญ่ของ COVID-19 ตามรายงานล่าสุด พบว่า จีนกลับมาเป็นประเทศที่มีการใช้จ่ายด้านการท่องเที่ยวระหว่างประเทศสูงที่สุดในปี 2023 แซงหน้าสหรัฐอเมริกาและประเทศอื่นๆ นอกจากนี้ คาดว่า การฟื้นตัวของนักท่องเที่ยวออกของจีนจะเร่งตัวขึ้นอย่างเต็มที่ โดยได้รับการสนับสนุนจากการเชื่อมต่อทางอากาศที่ดีขึ้นและความต้องการที่แข็งแกร่งในภูมิภาคเอเชีย (WTO,2567) นักท่องเที่ยวกำลังมองหาประสบการณ์การเดินทางที่ยั่งยืนและมีความหมายมากขึ้น โดยหันมาให้ความสำคัญกับการสำรวจวัฒนธรรมและการค้นพบธรรมชาติแทนการช้อปปิ้ง นอกจากนี้ แม้ว่าการท่องเที่ยวภายในประเทศจีนจะยังคงมีความแข็งแกร่ง แต่การฟื้นตัวของเดินทางไปต่างประเทศกลับช้ากว่าที่คาดการณ์ไว้เล็กน้อย อย่างไรก็ตาม ความต้องการในการเดินทางระหว่างประเทศยังคงมีอยู่ โดยนักท่องเที่ยวชาวจีนยังคงให้ความสำคัญกับจุดหมายปลายทางที่มอบประสบการณ์ที่คุ้มค่า คาดว่าในปีต่อไป จุดหมายปลายทางการท่องเที่ยวในเอเชียและแปซิฟิกจะยังคงตอบสนองต่อความต้องการที่เปลี่ยนแปลงนี้ โดยนำเสนอประสบการณ์ทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่โดดเด่นเพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวจากจีน (EUROMONITOR, 2567)

ปัจจัยที่ส่งผลต่อประเทศจีนในการถูกเลือกให้เป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทย

การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีนเป็นกระบวนการที่ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ไม่เพียงแต่ความสนใจส่วนบุคคลเท่านั้น แต่ยังรวมถึงปัจจัยทางวัฒนธรรม ประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวต้องการ และปัจจัยภายนอกอื่นๆ ที่เกี่ยวข้องด้วย ดังนี้

1. ความสนใจในวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวชาวไทยหลายคนมีความสนใจในการสัมผัสวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่ยาวนานของประเทศจีน โดยเฉพาะในเมืองที่มีสถานที่ท่องเที่ยวทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมที่สำคัญ เช่น ปักกิ่ง, เชียงไฮ้, และซีอาน ซึ่งแต่ละเมืองมีแหล่งท่องเที่ยวที่เป็นสัญลักษณ์ของความเจริญรุ่งเรืองในอดีตของจีน เช่น พระราชวังต้องห้ามในปักกิ่ง หอไข่มุกในเชียงไฮ้ และกองทัพทหารดินเผาของจักรพรรดิฉินในซีอาน สิ่งเหล่านี้เป็นจุดดึงดูดที่ทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยต้องการเรียนรู้เกี่ยวกับวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์อันยาวนานของจีน (WTO,2567)

2. ความหลงใหลในธรรมชาติและทิวทัศน์ นอกเหนือจากเมืองใหญ่แล้ว นักท่องเที่ยวชาวไทยยังมีความสนใจในความงดงามของธรรมชาติและทิวทัศน์ในประเทศจีน เช่น หางโจว กุ้ยหลิน และยูนนาน (EUROMONITOR, 2567)

3. ความสนใจทางธรรมชาติและการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ ประเทศจีนมีแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงามและหลากหลาย ซึ่งดึงดูดนักท่องเที่ยวที่สนใจการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์และการเดินป่า เช่น ทะเลสาบจิวจ้ายโกว (Jiuzhaigou) ตั้งอยู่ในมณฑลเสฉวน แหล่งท่องเที่ยวนี้เป็นที่รู้จักในด้านความงามของธรรมชาติ มีภูมิทัศน์ที่เต็มไปด้วยน้ำตกและทะเลสาบสีฟ้าใส และได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลกทางธรรมชาติจากยูเนสโก ภูเขาหวงซาน (Huangshan) เป็นหนึ่งในภูเขาที่มีชื่อเสียงที่สุดในจีน ภูเขาหวงซานมีทิวทัศน์ที่สวยงามและเป็นที่ยอมรับในด้านความงามของธรรมชาติ ทำให้เป็นสถานที่ท่องเที่ยวยอดนิยม

สำหรับนักเดินป่าและผู้ที่ยลในใจในความงามของธรรมชาติ หุบเขาเสือกระโจน (Tiger Leaping Gorge) ตั้งอยู่ในมณฑลยูนนาน หุบเขานี้ถือเป็นหนึ่งในหุบเขาที่ลึกที่สุดในโลก ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับธรรมชาติที่ดิบและบริสุทธิ์ พร้อมทั้งการผจญภัยในทิวทัศน์ที่สวยงามและท้าทาย แหล่งท่องเที่ยวเหล่านี้ไม่เพียงแต่ส่งเสริมการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์ แต่ยังมอบประสบการณ์ที่ไม่เหมือนใครให้กับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (EUROMONITOR, 2567)

4. เมืองทันสมัยและแหล่งช้อปปิ้ง ในประเทศจีนเป็นหนึ่งในจุดหมายที่ได้รับความนิยมจากนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ต้องการสัมผัสกับเทคโนโลยีใหม่ๆ และประสบการณ์การช้อปปิ้งที่หลากหลาย โดยเฉพาะในเมืองใหญ่ เช่น เซี่ยงไฮ้ (Shanghai): เป็นเมืองที่มีความทันสมัยและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจีน มีสถานที่สำคัญอย่าง หอไข่มุก (Oriental Pearl Tower), ย่านนานจิง (Nanjing Road) ซึ่งเป็นถนนช้อปปิ้งที่มีชื่อเสียง, และ หอเซี่ยงไฮ้ (Shanghai Tower) ที่มีความสูงที่สุดในเมือง นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการช้อปปิ้งในห้างสรรพสินค้าหรูหราหรือร้านค้าท้องถิ่นที่มีของที่ระลึกต่างๆ (WTO, 2567) เซินเจิ้น (Shenzhen) เมืองที่เต็มไปด้วยนวัตกรรมและเทคโนโลยีที่ทันสมัย โดยมีศูนย์การค้าและแหล่งนวัตกรรมที่น่าสนใจ เช่น ห้างสรรพสินค้าหรูหรา และ ตลาดเทคโนโลยี ที่มีสินค้าล้ำสมัย ซึ่งเหมาะสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเทคโนโลยีใหม่ๆ และการช้อปปิ้งสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ แหล่งช้อปปิ้งและเมืองที่มีเทคโนโลยีขั้นสูงในจีนดึงดูดนักท่องเที่ยวที่ต้องการผสมผสานการช้อปปิ้งกับการสัมผัสกับเทคโนโลยีล้ำสมัย ทำให้การท่องเที่ยวในเมืองเหล่านี้เป็นประสบการณ์ที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวจากทั่วโลก (EUROMONITOR, 2567)

5. อาหารและประสบการณ์การท่องเที่ยวที่หลากหลาย นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีนมักจะค้นหาอาหารที่มีรสชาติและวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ ประเทศจีนมีอาหารที่หลากหลายตามแต่ละภูมิภาค เช่น กวางโจว เมืองที่เป็นศูนย์กลางของอาหารกวางตุ้ง มีชื่อเสียงในเรื่องของติ่มซำและเป็ดย่างฉิงตู เมืองที่มีชื่อเสียงด้านอาหารเสฉวนที่มีรสเผ็ดจัด เช่น หม้อไฟเสฉวนและพริกเผา ปักกิ่ง การลิ้มลองเป็ดย่างปักกิ่งถือเป็นประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวไม่ควรพลาด (ผู้จัดการออนไลน์, 2567)

6. ปัจจัยด้านการเดินทางและความสะดวกในการเข้าถึง การเดินทางที่สะดวกสบายและมีเที่ยวบินตรงเชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยและจีนถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากการมีเที่ยวบินตรงช่วยลดความยุ่งยากในการเดินทางและประหยัดเวลา นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางไปยังจุดหมายปลายทางในจีนได้ง่ายขึ้น โดยไม่ต้องต่อเครื่องหรือเดินทางผ่านหลายจุดหมาย ทำให้สะดวกและน่าสนใจยิ่งขึ้น ซึ่งในปัจจุบันสายการบินต่างๆ ได้ให้บริการเที่ยวบินตรงจากกรุงเทพฯ ไปยังหลายเมืองในจีน เช่น เซี่ยงไฮ้ ปักกิ่ง และกวางโจว (ไทยพับลิก้า, 2559) การเลือกจุดหมายปลายทางในประเทศจีนยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านการเดินทางที่สะดวกสบาย ระบบขนส่งในประเทศจีนมีความครอบคลุมและทันสมัย โดยเฉพาะการใช้บริการ รถไฟความเร็วสูง ซึ่งช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางระหว่างเมืองได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว นอกจากนี้การส่งเสริมการท่องเที่ยวจากภาครัฐ การลดข้อจำกัดในการขอวีซ่า และโปรโมชั่นจากสายการบินและบริษัททัวร์ ยังเป็นปัจจัยที่สำคัญในการกระตุ้นความสนใจในการเลือกจุดหมายปลายทาง (สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว, 2561)

7. ค่าใช้จ่าย ค่าใช้จ่ายในการเดินทางและค่าครองชีพเป็นปัจจัยสำคัญที่นักท่องเที่ยวพิจารณา โดยเฉพาะอย่างยิ่งนักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมายที่เป็นนักศึกษาและวัยทำงาน นักท่องเที่ยวชาวไทยมักคำนึงถึงค่าใช้จ่ายในการเดินทางไปยังประเทศจีน โดยเฉพาะในแง่ของค่าที่พัก อาหาร และการเดินทางภายในประเทศ ซึ่งมักจะมีความคุ้มค่ากว่าการท่องเที่ยวในบางประเทศอื่นๆ โดยเฉพาะเมื่อเปรียบเทียบกับค่าใช้จ่ายในประเทศที่มีค่าใช้จ่ายสูงกว่า เช่น ประเทศในยุโรปหรือสหรัฐอเมริกา นอกจากนี้ยังมีการจัดแพ็คเกจทัวร์ที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวที่ต้องการประหยัดงบประมาณในการเดินทางไปยังเมืองต่างๆ ในจีน ทำให้การเดินทางเป็นไปอย่างสะดวกและมีราคาที่เหมาะสม (Marketeeronline, 2024)

8. คำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว มีอิทธิพลอย่างมากต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวชาวไทยในการเลือกจุดหมายปลายทาง เนื่องจากคนที่มีประสบการณ์ในการเดินทางไปจีนสามารถให้ข้อมูลที่มีประโยชน์เกี่ยวกับสถานที่ท่องเที่ยวที่น่าสนใจ วิธีการเดินทาง การจัดการค่าใช้จ่าย รวมถึงเคล็ดลับต่างๆ ที่ช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเพลิดเพลินกับการท่องเที่ยวได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ยังช่วยสร้างความมั่นใจให้กับนักท่องเที่ยวที่อาจมีข้อกังวลเกี่ยวกับการเดินทางไปยังประเทศที่มีวัฒนธรรมและภาษาที่แตกต่างจากบ้านเกิด (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

9. การตลาดและโปรโมชั่นจากสายการบิน บริษัทท่องเที่ยว และแหล่งท่องเที่ยวต่างๆ มีบทบาทสำคัญในการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังประเทศจีน การจัดโปรโมชั่นราคาพิเศษ เช่น การลดราคาตั๋วเครื่องบินหรือการจัดแพ็คเกจทัวร์ในราคาที่เหมาะสม ช่วยกระตุ้นความสนใจของนักท่องเที่ยว นอกจากนี้ การสร้างแคมเปญการตลาดที่เน้นความพิเศษหรือเอกลักษณ์ของสถานที่ท่องเที่ยวในจีนก็ช่วยเพิ่มความดึงดูดใจ นักท่องเที่ยวจะได้รับข้อมูลเกี่ยวกับข้อเสนอและสถานที่ท่องเที่ยวที่มีความนิยมมากขึ้นผ่านช่องทางต่างๆ เช่น โฆษณาทางออนไลน์ โปรโมชั่นในโซเชียลมีเดีย หรือการร่วมมือกับอินฟลูเอนเซอร์หรือบุคคลที่มีชื่อเสียงในวงการท่องเที่ยว (China Tourism Academy, 2022)

ดังนั้นสรุปได้ว่า ด้วยเหตุผลเหล่านี้ นักท่องเที่ยวชาวไทยมักจะเลือกประเทศจีนเป็นจุดหมายปลายทาง เนื่องจากมีความคุ้มค่าในการเดินทางและมีสถานที่ท่องเที่ยวที่หลากหลายและน่าสนใจ

จุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีน

จุดหมายปลายทางยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีนมักจะเป็นเมืองและแหล่งท่องเที่ยวที่มีความหลากหลายทั้งทางธรรมชาติ วัฒนธรรม และความทันสมัย ต่อไปนี้คือ บางจุดที่ได้รับความนิยม (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

1. ปักกิ่ง (Beijing) เมืองหลวงของจีนที่มีสถานที่ท่องเที่ยวสำคัญทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม เช่น พระราชวังต้องห้าม (Forbidden City) และกำแพงเมืองจีน (Great Wall of China) ซึ่งเป็นที่นิยมอย่างมากในหมู่นักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จีน.

2. เซี่ยงไฮ้ (Shanghai) เมืองที่เต็มไปด้วยความทันสมัยและเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจของจีน นักท่องเที่ยวชาวไทยมักเดินทางมาเยี่ยมชมย่านนานจิง (Nanjing Road) ซึ่งเป็นแหล่งช้อปปิ้งและการท่องเที่ยวที่สำคัญ รวมทั้งหอไข่มุก (Oriental Pearl Tower) ที่มีวิวที่สวยงามของเมือง

3. ซีอาน (Xi'an) เมืองที่มีความสำคัญทางประวัติศาสตร์ ซึ่งเป็นที่ตั้งของกองทัพทหารดินเผาของจักรพรรดิหย่ง (Terracotta Army) นักท่องเที่ยวชาวไทยที่สนใจประวัติศาสตร์และโบราณคดีมักเลือกมาเยือนที่นี่

4. หางโจว (Hangzhou) เมืองที่มีชื่อเสียงในเรื่องของทะเลสาบตะวันตก (West Lake) ซึ่งเป็นแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติที่งดงาม และเป็นที่ยอดนิยมของนักท่องเที่ยวที่ต้องการสัมผัสกับทิวทัศน์ที่สวยงามและสภาพแวดล้อมที่สงบ

5. กุ้ยหลิน (Guilin) เมืองที่มีทิวทัศน์ภูเขาหินปูนที่สวยงามและเป็นจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวที่สนใจท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติและการล่องเรือในแม่น้ำหลีเจียง (Li River)

6. ยูนนาน (Yunnan) เป็นจุดหมายที่มีความหลากหลายทางวัฒนธรรมและธรรมชาติที่น่าสนใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเมืองคุนหมิงและพื้นที่โดยรอบที่เต็มไปด้วยภูมิทัศน์ทางธรรมชาติและวัฒนธรรมของชนเผ่าต่างๆ

ดังนั้นสรุปได้ว่า การเลือกจุดหมายปลายทางเหล่านี้มักได้รับแรงบันดาลใจจากความต้องการในการสัมผัสทั้งวัฒนธรรม ทิวทัศน์ธรรมชาติ และความทันสมัยของเมืองใหญ่ในจีน ซึ่งทั้งหมดนี้ช่วยให้ประเทศจีนยังคงเป็นหนึ่งในจุดหมายท่องเที่ยวยอดนิยมของนักท่องเที่ยวชาวไทย

แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีน

แนวโน้มการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีนในปัจจุบันแสดงให้เห็นถึงการเติบโตและความหลากหลายของจุดหมายปลายทาง โดยมีปัจจัยหลายประการที่ส่งผลต่อการเลือกเดินทาง (สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ, 2561) ดังนี้

1. การท่องเที่ยวในเมืองใหญ่และทันสมัย เมืองใหญ่ของจีนอย่างเซี่ยงไฮ้และปักกิ่งยังคงเป็นที่นิยมในหมู่นักท่องเที่ยวชาวไทย โดยเฉพาะในกลุ่มที่สนใจการช้อปปิ้ง เทคโนโลยี และนวัตกรรมใหม่ๆ นักท่องเที่ยวมักเลือกเยี่ยมชมแหล่งช้อปปิ้งที่มีความทันสมัยและท่องเที่ยวในย่านธุรกิจต่างๆ แหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ชื่นชอบการท่องเที่ยวเชิงธรรมชาติยังคงเดินทางไปยังจุดหมายที่มีทิวทัศน์สวยงาม เช่น หางโจว กุ้ยหลิน และยูนนาน โดยเฉพาะในกลุ่มที่สนใจการเดินทางป่าหรือสัมผัสกับธรรมชาติที่บริสุทธิ์

2. การท่องเที่ยวแบบกลุ่มเล็ก นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเดินทางเป็นกลุ่มเล็กๆ หรือท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น

3. การท่องเที่ยวเชิงประสบการณ์ นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการสัมผัสวัฒนธรรมและวิถีชีวิตของคนท้องถิ่น

4. การท่องเที่ยวทางวัฒนธรรม ปักกิ่งและซีอานเป็นจุดหมายยอดนิยมสำหรับนักท่องเที่ยวที่สนใจเรียนรู้เกี่ยวกับประวัติศาสตร์จีน โดยมีแหล่งท่องเที่ยวที่สำคัญ เช่น พระราชวังต้องห้ามและกองทัพทหารดินเผาของจักรพรรดิหย่ง

5. การท่องเที่ยวที่เน้นสุขภาพ นักท่องเที่ยวสนใจกิจกรรมที่ส่งเสริมสุขภาพ เช่น การเดินป่า การปั่นจักรยาน และการทำโยคะ

6. การท่องเที่ยวที่ยั่งยืน นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวที่ไม่ทำลายสิ่งแวดล้อม

7. การท่องเที่ยวแบบประหยัด การประหยัดและโปรโมชันพิเศษทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยสามารถเดินทางไปจีนได้ในราคาที่คุ้มค่า โดยเฉพาะในแง่ของค่าที่พักและการเดินทางภายในประเทศจีน

8. การเดินทางที่สะดวกสบาย เที่ยวบินตรงจากประเมืองต่างๆ ของจีนมีความสะดวกสบายและราคาประหยัด ซึ่งทำให้การเดินทางไปจีนกลายเป็นทางเลือกที่น่าสนใจสำหรับนักท่องเที่ยวชาวไทย

ดังนั้นสรุปได้ว่า การเปลี่ยนแปลงในแนวโน้มเหล่านี้แสดงให้เห็นถึงความหลากหลายแลของการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปยังประเทศจีนในปัจจุบัน

ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว

สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยวที่ต้องการดึงดูดนักท่องเที่ยวชาวไทยไปยังประเทศจีนนี้คือข้อเสนอแนะที่สามารถใช้เพื่อเพิ่มความน่าสนใจและตอบสนองความต้องการของตลาด (กรมการท่องเที่ยว, 2561)

1. การพัฒนาบริการทัวร์ที่คุ้มค่า การจัดทัวร์ที่มีความหลากหลายเพื่อรองรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีความสนใจแตกต่างกัน เช่น ทัวร์ประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมในปักกิ่ง ซีอาน, ทัวร์ธรรมชาติในกุ้ยหลิน และหางโจว, รวมถึงการท่องเที่ยวในเมืองใหญ่ เช่น เซี่ยงไฮ้และเซินเจิ้น โดยเน้นการนำเสนอราคาแพ็คเกจที่มีความคุ้มค่าและมีโปรโมชันพิเศษที่ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเดินทาง เช่น ส่วนลดพิเศษสำหรับการจองล่วงหน้าและช่วงนอกฤดูกาลท่องเที่ยวมเชิงอนุรักษ์และผจญภัย หรือนักท่องเที่ยวที่สนใจในธรรมชาติและผจญภัย ผู้ประกอบการท่องเที่ยวควรพัฒนาเส้นทางท่องเที่ยวที่เชื่อมโยงกับการเดินป่าและการอนุรักษ์ธรรมชาติ เช่น ทัวร์เดินป่าในภูเขาหวงชานและหุบเขาเสื่อกระโจน หรือการสัมผัสธรรมชาติที่ทะเลสาบจิวจ้ายโกวที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็นมรดกโลก

2. ใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ เพื่อโปรโมทสินค้าและบริการ และสร้างการรับรู้เกี่ยวกับจุดหมายปลายทางต่างๆ ในประเทศจีน ควรมีการใช้เทคโนโลยีในการพัฒนาระบบการจองและการให้ข้อมูลสำหรับนักท่องเที่ยว เช่น แอปพลิเคชันที่ช่วยให้การวางแผนการเดินทางเป็นเรื่องง่าย มีข้อมูลแหล่งท่องเที่ยว การจองตั๋วเครื่องบิน และการแนะนำสถานที่ท่องเที่ยวต่างๆ ผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับผู้ใช้

3. การให้คำแนะนำและการบริการ การส่งเสริมการเดินทางผ่านคำแนะนำจากเพื่อนและครอบครัว ยังคงมีอิทธิพลอย่างมากในกลุ่มนักท่องเที่ยวชาวไทย ดังนั้น ผู้ประกอบการท่องเที่ยวสามารถใช้กลยุทธ์การตลาดโดยการกระตุ้นการรีวิวและแชร์ประสบการณ์จากลูกค้าที่เคยเดินทางมาก่อน

4. เน้นการเดินทางสะดวกสบาย ที่สามารถเชื่อมต่อการเดินทางได้สะดวก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเดินทางที่มีเที่ยวบินตรงจากประเทศไทยไปยังเมืองใหญ่ในจีน จะช่วยดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มองหาความสะดวกสบายในการเดินทาง

5. พัฒนาผลิตภัณฑ์ท่องเที่ยวที่ตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทย เช่น แพ็คเกจท่องเที่ยวที่เน้นวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ ธรรมชาติ และสุขภาพ

6. สร้างความเข้าใจวัฒนธรรมและภาษา เพื่อให้บริการนักท่องเที่ยวชาวไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ

7. สร้างเครือข่ายความร่วมมือ ร่วมมือกับสายการบิน บริษัทท่องเที่ยว และหน่วยงานภาครัฐ เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวระหว่างประเทศไทยและจีน

การพัฒนาบริการในรูปแบบเหล่านี้จะช่วยให้ผู้ประกอบการการท่องเที่ยวสามารถตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปจีนได้ดียิ่งขึ้น และสามารถเพิ่มความน่าสนใจให้กับการท่องเที่ยวในประเทศจีน

สรุปได้ว่า การเลือกจุดหมายปลายทางของนักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางไปประเทศจีนขึ้นอยู่กับหลายปัจจัย โดยปัจจัยหลัก ได้แก่ ความสนใจส่วนบุคคลในด้านวัฒนธรรม ประวัติศาสตร์ หรือความงามทางธรรมชาติ รวมถึงความสะดวกในการเดินทางและค่าใช้จ่ายที่คุ้มค่า นักท่องเที่ยวชาวไทยนิยมเลือกจุดหมายปลายทางที่มีแหล่งท่องเที่ยวที่เกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ เช่น ปักกิ่ง และซีอาน รวมถึงเมืองที่มีวิวธรรมชาติที่สวยงาม เช่น หางโจว และกุ้ยหลิน อีกทั้งยังมีเมืองที่มีความทันสมัยและแหล่งช้อปปิ้ง เช่น เซี่ยงไฮ้และเซินเจิ้น สำหรับผู้ประกอบการท่องเที่ยว การศึกษาพฤติกรรมและความต้องการของนักท่องเที่ยวชาวไทยเป็นสิ่งสำคัญ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการได้อย่างตรงจุด เช่น การจัดทำแพ็คเกจทัวร์ที่เหมาะสมกับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่มีงบประมาณจำกัด หรือการเสนอแหล่งท่องเที่ยวที่ตรงกับความสนใจเฉพาะกลุ่ม เช่น นักท่องเที่ยวที่ชอบการท่องเที่ยวเชิงอนุรักษ์หรือการเดินทาง

บรรณานุกรม

กรมการท่องเที่ยว. (2561). แผนยุทธศาสตร์การพัฒนาลาดการท่องเที่ยวต่างประเทศ พ.ศ. 2560-2564 .

พิมพ์ครั้งที่ 1.กรุงเทพฯ: พีดับบลิว ปรีนติ้ง.

ไทยพับลิก้า. (2559). ให้บริการเที่ยวบินตรงจากกรุงเทพฯ ไปยังหลายเมืองในจีน. ไทยพับลิก้า. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://thaipublica.org/2016/04/print-10/>

ผู้จัดการออนไลน์. (2567). ปักหมุด 9 เมืองจีนยอดนิยม ที่คนไทยชอบไปเที่ยวมากที่สุด. ผู้จัดการออนไลน์. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://mgronline.com/travel/detail/9670000019510>

วิกิพีเดีย. (2564). การท่องเที่ยวในประเทศจีน. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://th.wikipedia.org/wiki/การท่องเที่ยวในประเทศจีน>

ศูนย์ข้อมูลเพื่อธุรกิจไทยในจีน ณ เมืองชิงต่าว. (2564). ผลกระทบของการตลาดและโปรโมชั่นในอุตสาหกรรม การท่องเที่ยวของจีน. รายงานประจำปี. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://qingdao.thaiembassy.org/th/content/gdp>

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ. (2561). การส่งออกสินค้าหัตถกรรมไทยไปยังตลาดสหรัฐอเมริกา ฐานข้อมูลสถิติการค้า สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://hocco.co/blog/component-of-database-system/>

สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. (2561). เที่ยวบินตรงเชื่อมต่อระหว่างประเทศไทยและจีน. สำนักงานส่งเสริมการค้าระหว่างประเทศ ณ เมืองกวางโจว. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก https://www.ditp.go.th/download/pdf/logis_china.pdf

สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ. (2561). รายงานเกี่ยวกับการค้าและการส่งออกในตลาดจีน.
กรุงเทพมหานคร: สำนักงานส่งเสริมการค้าในต่างประเทศ.

China Tourism Academy. (2022). การตลาดและโปรโมชั่นจากสายการบินของประเทศจีน China Tourism
Academy. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://www.chinatravelnews.com>

Euromonitor International. (2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศจีนปี 2567. (รายงานฉบับเต็ม).
ลอนดอน: Euromonitor International.

McIntosh, R. W., & Gupta, S. (1980). Tourism: Principles, practices, philosophies (2nd ed.).
Prentice-Hall.

Marketeeronline. (2024). Headlines, The AcademyChina in focus : รู้เขา รู้เรา ชะเงยนักท่องเที่ยวจีน.
Marketeeronline. สืบค้นเมื่อ 1 พฤศจิกายน 2567, จาก <https://marketeeronline.com>

World Tourism Organization (WTO). (2567). สถานการณ์การท่องเที่ยวในประเทศจีน. (รายงานฉบับเต็ม).
เจนีวา: องค์การการค้าโลก.

บทความวิชาการ

การเปลี่ยนจากการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Inclusive Tour)

สู่การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT) ของนักท่องเที่ยวจีน

The Transition from Group Tours to
Free Independent Traveler among Chinese Tourists

LIANG QIANLAN

นักศึกษาระดับปริญญาโท สาขาการจัดการการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

E-mail : 67130849@dpu.ac.th

บทคัดย่อ

ในปัจจุบันพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนเปลี่ยนแปลงจากการเดินทางแบบหมู่คณะ (GIT) ไปสู่การท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT) โดยการท่องเที่ยวแบบ GIT ที่เป็นรูปแบบการเดินทางเป็นกลุ่มใหญ่ ตามรายการที่จัดการไว้ล่วงหน้าโดยบริษัททัวร์ มักมีข้อจำกัดในด้านเวลาและสถานที่ท่องเที่ยว ในขณะที่การท่องเที่ยวแบบ FIT เป็นรูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยวสามารถวางแผนการเดินทางได้ตามความต้องการของตนเองซึ่งเป็นการเดินทางที่มีความยืดหยุ่นสูงและเน้นอิสระ ตรงกับความสนใจส่วนตัวของนักท่องเที่ยวมากขึ้น ความนิยมการท่องเที่ยวรูปแบบนี้ทำให้นักท่องเที่ยวจีนเริ่มลบภาพจำเก่าในอดีตที่ท่องเที่ยวด้วยรถบัสขนาดใหญ่และการเดินทางเป็นกลุ่มคณะ การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมนี้ไม่เพียงแต่เปลี่ยนภาพลักษณ์ของนักท่องเที่ยวจีน แต่ยังเป็นปัจจัยสำคัญที่กำลังปรับโฉมการท่องเที่ยวในต่างประเทศของตลาดจีน ซึ่งส่งผลต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมและการให้บริการของบริษัททัวร์ในอนาคต

การศึกษาพฤติกรรมเหล่านี้จึงเป็นเรื่องที่สำคัญในการทำความเข้าใจทิศทางใหม่ของตลาดนักท่องเที่ยวจีน เนื่องจากเทรนด์การท่องเที่ยวรูปแบบใหม่นี้สะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงในความคาดหวังของนักท่องเที่ยวจีนที่ต้องการประสบการณ์ที่เป็นส่วนตัวและยืดหยุ่นมากกว่า และการท่องเที่ยวแบบ FIT มีแนวโน้มที่จะเป็นทิศทางหลักของการท่องเที่ยวในอนาคต ซึ่งบริษัททัวร์และผู้ให้บริการในอุตสาหกรรมต้องปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการที่เปลี่ยนแปลงนี้

คำสำคัญ : นักท่องเที่ยวจีน, การท่องเที่ยวแบบอิสระ(FIT), การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ(GIT)

Abstract

Currently, the travel behavior of Chinese tourists has shifted from group travel (GIT) to independent travel (FIT). GIT involves traveling in large groups according to pre-arranged itineraries organized by tour companies, which often have limitations in terms of time and destinations. In contrast, FIT allows travelers to plan their trips according to their personal preferences, offering greater flexibility and focusing more on individual interests. This shift in travel preferences has led Chinese tourists to move away from the old image of traveling on large buses in groups, signaling a change in the way they travel abroad. This behavioral change is not only reshaping the image of Chinese tourists but is also plays a significant role in transforming the tourism industry abroad, influencing the development of tourism businesses and tour services in the future.

Studying these behaviors is crucial for understanding the new direction of the Chinese tourist market, as this new travel trend reflects the changing expectations of Chinese tourists, who now seek more personalized and flexible experiences. FIT is expected to become the dominant trend in future tourism, and tour companies and service providers must adapt to these changing demands.

Keywords : Chinese tourists, Free Independent Travel (FIT), Group Inclusive Travel (GIT)

ความแตกต่างระหว่างการท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (GIT) และการท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT)

การท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (Group Inclusive Tour: GIT) เป็นรูปแบบการท่องเที่ยวแบบกลุ่มที่จัดโดยบริษัทท่องเที่ยว ซึ่งนักท่องเที่ยวสามารถตัดสินใจซื้อรายการท่องเที่ยวที่มีการกำหนดไว้ล่วงหน้า (Package Tour) โดยบริษัทท่องเที่ยวจะดูแลการจัดการทุกอย่างตั้งแต่การจองที่พัก ร้านอาหาร ตลอดจนกิจกรรมต่าง ๆ ที่รวมอยู่ในแพ็คเกจ (ซี หลี, 2561) นักท่องเที่ยวจะต้องชำระเงินล่วงหน้าและเดินทางตามโปรแกรมที่ซื้อไว้ ซึ่งจะมีตารางเวลาและสถานที่ท่องเที่ยวกำหนดไว้อย่างชัดเจน นอกจากนี้ ยังมีการจัดเตรียมพาหนะสำหรับการเดินทาง และบริการจากหัวหน้าทัวร์ รวมถึงมัคคุเทศก์ที่คอยให้ความรู้และดูแลตลอดการเดินทาง ซึ่งจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสามารถเดินทางได้อย่างสะดวกสบาย

การท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Traveler: FIT) เป็นรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยวที่ไม่ต้องการเดินทางตามโปรแกรมทัวร์ที่มีตารางเวลาตายตัวและกำหนดล่วงหน้า จุดเด่นของการเดินทางลักษณะนี้คือ ความยืดหยุ่นและความเป็นอิสระในการเดินทางของนักท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวที่เลือกเดินทางในลักษณะนี้จะมีอิสระในการตัดสินใจเกี่ยวกับกิจกรรมที่ทำ รายการสถานที่ หรือที่พักในแต่ละวัน (Hyde & Lawson, 2003) โดยอาจจะวางแผนการเดินทางทั้งหมดด้วยตนเอง หรือเลือกใช้บริการบางอย่างจากบริษัททัวร์ เช่น การจองที่พักหรือการจองพาหนะ เพื่อเพิ่มความสะดวกสบายในแผนการเดินทางในบางรายการ (ซี หลี, 2561) โดยการท่องเที่ยวแบบ FIT อาจมีหรือไม่มีมัคคุเทศก์ก็ได้

ความแตกต่างที่ชัดเจนระหว่างการท่องเที่ยวทั้งสองรูปแบบ คือ ความอิสระและความยืดหยุ่นในการเดินทาง ในหัวข้อต่อไปจะอธิบายถึงพฤติกรรมนักท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนที่ทำให้ทิศทางของตลาดนักท่องเที่ยวจีนเกิดการเปลี่ยนแปลงปัจจัยที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงจากการท่องเที่ยวแบบกลุ่มใหญ่สู่การท่องเที่ยวแบบอิสระ

พฤติกรรมนักท่องเที่ยวที่เปลี่ยนไปของนักท่องเที่ยวจีน

The World Tourism Organization (1993, อ้างถึงใน Hyde & Lawson, 2003) กล่าวว่า การเดินทางท่องเที่ยวแบบหมู่คณะ (GIT) ได้รับความนิยมอย่างมากในช่วงปี ค.ศ. 1960 ถึง 1970 แต่เริ่มเสื่อมความนิยมลงในช่วงปี 1980 เมื่อการท่องเที่ยวรูปแบบนี้เริ่มกลายเป็นสิ่งล้าสมัย สำหรับนักท่องเที่ยวจีนในอดีต การเดินทางไปต่างประเทศมักจะเป็นการเลือกจองทัวร์และเดินทางเป็นกลุ่มคณะ แต่ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา พฤติกรรมนักท่องเที่ยวจีนที่เดินทางท่องเที่ยวนอกประเทศมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง โดยเลือกเดินทางอิสระ (FIT) มากขึ้น และการเปลี่ยนแปลงนี้เห็นได้ชัดเจนมากหลังจากสถานการณ์โควิด-19 ที่ได้เปลี่ยนโฉมวงการการท่องเที่ยวของตลาดนักท่องเที่ยวจีนอย่างเห็นได้ชัด (Huang et al., 2021)

Hyde & Lawson (2003) เสนอว่า “การลดลงของทัวร์แบบแพ็คเกจ (Package Tour) อาจไม่เป็นที่นิยมอีกต่อไป” และ “เมื่อผู้คนเดินทางไปต่างประเทศมากขึ้นจะเกิดความต้องการในเรื่องของทางเลือกและความยืดหยุ่นในการพักผ่อนมากขึ้น และ Poon (1993, อ้างถึงใน Hyde & Lawson, 2003) ยังได้อธิบายถึงกลุ่มนักท่องเที่ยวใหม่ที่กำลังเติบโตว่าเป็น “ผู้บริโภคที่มีความยืดหยุ่น อิสระ และเป็นนักท่องเที่ยวที่มีประสบการณ์ ซึ่งมีค่านิยมและวิถีชีวิตที่แตกต่างจากนักท่องเที่ยวกลุ่มใหญ่ในอดีต”

ดังนั้นจึงสามารถกล่าวได้ว่า นักท่องเที่ยวจีนเลือกที่จะวางแผนการเดินทางและตัดสินใจเลือกเส้นทางที่ตรงกับความต้องการและความสนใจส่วนบุคคล การเปลี่ยนแปลงนี้สะท้อนให้เห็นถึงการปรับตัวในพฤติกรรม

การท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีนในปัจจุบัน ซึ่งการปรับตัวในพฤติกรรมดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลมาจากปัจจัยของการเข้าถึงสื่อออนไลน์ที่มากขึ้นจากในอดีต และมีความเกี่ยวข้องกับสถานการณ์โควิด-19 ที่ส่งผลอย่างมากในการเปลี่ยนทิศทางในตลาดการท่องเที่ยวในต่างประเทศ (Outbound) ของชาวจีน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงสู่การท่องเที่ยวแบบอิสระ FIT ของนักท่องเที่ยวจีน

1. ปัจจัยด้านผลกระทบจากสถานการณ์โควิด-19

Huang et al. (2021) กล่าวว่า “ผลการศึกษาของเราชี้ให้เห็นว่า การระบาดของ COVID-19 ได้สร้างปัญหาที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวระหว่างประเทศ ซึ่งทำให้ความเสี่ยงด้านสุขภาพที่ผู้คนรับรู้จากการระบาดมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงในความชอบและพฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวจีน หลายคนกล่าวว่าพวกเขาจะหลีกเลี่ยงการเดินทางในช่วงเทศกาลท่องเที่ยวที่มีคนหนาแน่น และจะหลีกเลี่ยงสถานที่ที่มีผู้คนจำนวนมาก ปัจจัยด้านความกังวลด้านความปลอดภัยทางสุขภาพนี้จึงเป็นส่วนหนึ่งที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกเดินทางอย่างอิสระหรือเดินทางด้วยตนเองมากขึ้นเพื่อหลีกเลี่ยงการปะปนกับคนกลุ่มใหญ่

2. ปัจจัยด้านเทคโนโลยี

การระบาดของโควิด-19 บังคับให้ผู้คนต้องหันมาใช้เทคโนโลยีมากขึ้นอย่างไม่เคยเป็นมาก่อน จากที่เคยเป็นแค่เครื่องมือเสริมกลายเป็นสิ่งจำเป็นในการดำเนินชีวิตประจำวัน โดยเฉพาะการใช้โซเชียลมีเดียและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ในการติดต่อสื่อสาร การใช้เทคโนโลยีจึงกลายเป็นส่วนหนึ่งของวิถีชีวิตใหม่ที่ทุกคนคุ้นชิน การท่องเที่ยวเองก็ได้รับอิทธิพลจากการเปลี่ยนแปลงนี้ เช่น การเข้าถึงข้อมูลผ่านโซเชียลมีเดียที่เพิ่มขึ้น การใช้เทคโนโลยีในการช่วยวางแผนและจัดการการเดินทาง หรือแม้แต่การใช้งานโปรแกรมแปลภาษาเพื่อขจัดกำแพงภาษา ทำให้การท่องเที่ยวกลายเป็นเรื่องที่สะดวกและยืดหยุ่นมากขึ้น

นอกจากนี้ ผู้ให้บริการต่างๆ ในอุตสาหกรรมท่องเที่ยว ก็ได้ปรับตัวให้สอดคล้องกับความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัล โดยการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการโปรโมทและบริการ เช่น การโฆษณาผ่านโซเชียลมีเดีย หรือการพัฒนาแพลตฟอร์มต่างๆ เพื่อให้การท่องเที่ยวสะดวกและตอบสนองต่อความต้องการของนักท่องเที่ยวในยุคดิจิทัลจึงยิ่งส่งเสริมให้เทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทสำคัญในวงการการท่องเที่ยวมากกว่าในอดีต ซึ่งช่วยเปิดโอกาสให้การท่องเที่ยวเป็นไปอย่างอิสระและเป็นส่วนตัวมากขึ้น นำไปสู่การเลือกท่องเที่ยวแบบอิสระ (FIT) มากยิ่งขึ้น (Yuan, Chan, Eichelberger, Ma, & Pikkemaat, 2022)

3. ปัจจัยด้านประชากรและยุคสมัย

Bhutia (2024) กล่าวว่า “กลุ่ม Gen Z กำลังเป็นกลุ่มหลักที่ขับเคลื่อนการเติบโตในตลาดการเดินทางออกนอกประเทศของจีน โดยนักท่องเที่ยวในกลุ่มอายุ 18-29 ปีคิดเป็นประมาณ 54% ความชอบของพวกเขาต่างจากรุ่นก่อน ๆ อย่างชัดเจน พวกเขาต้องการประสบการณ์ใหม่ ๆ พวกเขา คือ "ดิจิทัล เนทีฟ (Digital Native)" ที่ใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ เช่น Xiaohongshu (Little Red Book) และ Douyin (TikTok) ในการหาแรงบันดาลใจและวางแผนการเดินทาง นอกจากนี้ นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ยังคำนึงถึงงบประมาณ โดยมักมองหาโปรโมชั่นที่คุ้มค่า”

การเปลี่ยนแปลงในด้านนักท่องเที่ยวที่เดินทางต่างประเทศเป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่เป็นส่วนใหญ่ ที่มีความคุ้นชินกับยุคดิจิทัลมากกว่า และมีวิถีชีวิตที่ต้องการความยืดหยุ่น ส่งอิทธิพลให้เลือกท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น

บทสรุป

สรุปได้ว่า พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวชาวจีนเปลี่ยนแปลงอย่างชัดเจนหลังจากสถานการณ์โควิด-19 จากเดิมที่นิยมท่องเที่ยวแบบทัวร์กลุ่มใหญ่ นักท่องเที่ยวชาวจีนหันมาท่องเที่ยวแบบอิสระมากขึ้น พวกเขาต้องการเลือกแผนการท่องเที่ยวเอง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงในวิถีชีวิตและมุมมองด้านการท่องเที่ยวของคนรุ่นใหม่ที่มีความสำคัญกับความยืดหยุ่นและอิสระในการเดินทาง การระบาดของโควิด-19 ทำให้ผู้คนหันมาพึ่งพาเทคโนโลยีให้เข้ามามีบทบาทในการช่วยลดข้อจำกัดด้านต่าง ๆ เช่น การเข้าถึงข้อมูล การวางแผนการเดินทาง และขจัดปัญหากำแพงภาษา ผ่านการใช้งานโปรแกรมแปลภาษาและแอปพลิเคชันต่าง ๆ ทำให้การท่องเที่ยวแบบ FIT เป็นไปได้ง่ายและสะดวกขึ้นจากในอดีตมาก

ข้อเสนอแนะ

ยุคสมัยที่เปลี่ยนไปบริษัทท่องเที่ยวก็ต้องปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากการจองผ่านบริษัททัวร์เป็นที่นิยมน้อยลงจึงสร้างแรงผลักดันผู้ผลิตและให้บริการจำเป็นต้องปรับเปลี่ยนองค์กรให้ทันตามพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวและพัฒนาตัวเองให้สอดคล้องกับความเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลนี้

บรรณานุกรม

ซี, หลี. (2561). การใช้สื่อดิจิทัลของนักท่องเที่ยวชาวจีน กลุ่ม Millennials ที่ตัดสินใจเดินทางท่องเที่ยวประเทศไทยในรูปแบบการท่องเที่ยวแบบอิสระ (Free Independent Travel, FIT) [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยกรุงเทพ].<http://dspace.bu.ac.th/jspui/handle/123456789/3205>

- Bhutia, P. D. (29 September 2024). China's outbound travel rebound is slow-going — But these trends are worth watching. Skift. <https://skift.com/2024/09/29/chinas-outbound-travel-rebound-is-slow-going-but-these-trends-are-worth-watching/>
- Huang, S. S., Shao, Y., Zeng, Y., Liu, X., & Li, Z. (2021). Impacts of COVID-19 on Chinese nationals' tourism preferences. *Tourism Management Perspectives*, 40(1). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100876>
- Hyde, K., & Lawson, R. (2003). The nature of independent travel. *Journal of Travel Research*, 42(1), 13-23. <https://doi.org/10.1177/0047287503253944>
- Yuan, Y., Chan, C.-S., Eichelberger, S., Ma, H., & Pikkemaat, B. (2022). The effect of social media on travel planning process by Chinese tourists: The way forward to tourism futures. *Journal of Tourism Futures*, 8(2), 172-185. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2021-0094>

หมายเหตุ : ข้อความและบทความในเอกสารการประชุมนี้ เป็นแนวคิดของผู้เขียน มิใช่เป็นความคิดเห็นของ
คณะผู้จัดทำ/กรรมการจัดประชุม และมีใช้ความรับผิดชอบของมหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์