วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science Sakon Nakhon Rajabhat University

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (เมษายน - มิถุนายน 2569)
Vol. 6 No. 2 (April – June 2026)

TCI
ศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย
Thai-Journal Citation Index Centre

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 (เมษายน – มิถุนายน 2569)

Volume 6 No. 2 (April–June 2026)

ISSN: 2774-0390 (Online)

ผู้ผลิตและเผยแพร่: *งานวารสารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*
เลขที่ 680 ถนนนิตโย ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมือง จังหวัดสกลนคร 47000
โทร. 065-646-9226, 081-596 5492
เว็บไซต์: www. so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
E-mail: jmssnru@gmail.com

ข้อมูลเกี่ยวกับวารสาร

ชื่อภาษาไทย

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ชื่อภาษาอังกฤษ

Journal of Management Science Sakon Nakhon Rajabhat University

เลขมาตรฐานสากลประจำวารสาร (ISSN)

2774-0390 (Online)

นโยบายการพิจารณากลั่นกรองบทความ

1. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ใดมาก่อน และต้องไม่อยู่ในกระบวนการพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารหรือสิ่งตีพิมพ์อื่นใด

2. ผู้นิพนธ์ต้องจัดทำต้นฉบับตามข้อกำหนดของกองบรรณาธิการวารสาร

3. บทความที่ได้รับการตีพิมพ์ ต้องเป็นบทความที่แสดงให้เห็นถึงคุณภาพทางวิชาการ และมีประโยชน์ในเชิงทฤษฎีหรือเชิงปฏิบัติ สาระบทความและแนวการเขียนต้องเป็นไปตามวัตถุประสงค์ของวารสาร โดยผ่านการพิจารณาและให้ความเห็นชอบจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer review) ที่เป็นผู้เชี่ยวชาญในสาขานั้น ๆ จำนวน 3 ท่าน ต่อ 1 บทความ และเป็นผู้มีผลงานทางวิจัยอย่างต่อเนื่อง โดยใช้การประเมินแบบไม่เห็นกันทั้งสองฝ่าย ระหว่างผู้นิพนธ์และผู้ประเมิน (Double-blinded review)

4. กองบรรณาธิการอาจส่งผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิให้ผู้นิพนธ์แก้ไขเพิ่มเติม ผู้นิพนธ์จะต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ

5. กองบรรณาธิการขอสงวนสิทธิ์ในการตรวจแก้ไขรูปแบบบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ โดยผู้นิพนธ์ยินยอมให้กองบรรณาธิการแก้ไขความสมบูรณ์ของบทความและยินยอมปฏิบัติตามเงื่อนไขที่กองบรรณาธิการกำหนด

6. ในกรณีที่ผู้ประเมินอิสระ (Peer review) ได้มีมติให้ผู้นิพนธ์ปรับปรุงแก้ไขผลงาน ขอให้ผู้นิพนธ์ปรับปรุงแก้ไขแล้วส่งผลงานที่ได้ปรับปรุงแก้ไขแล้วให้กองบรรณาธิการวารสาร ภายใน 7 วัน นับจากวันที่ได้รับผลข้อเสนอแนะให้ปรับปรุงแก้ไขแล้ว ถ้าไม่ปฏิบัติตามเงื่อนไขจะเลื่อนบทความของท่านไปตีพิมพ์ในฉบับอื่นซึ่งจะล่าช้ากว่ากำหนดการเดิม

7. ในกรณีที่ผู้ประเมินอิสระ (Peer review) พิจารณาแล้วมีการลงความเห็นว่าไม่สามารถให้ตีพิมพ์ได้ วารสารจะทำหนังสือแจ้งให้ผู้นิพนธ์บทความทราบอย่างชัดเจน

8. บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารเป็นทัศนะ ลิขสิทธิ์ และความรับผิดชอบของผู้นิพนธ์เจ้าของผลงาน กองบรรณาธิการจะไม่รับผิดชอบในเนื้อหาหรือความถูกต้องของเรื่องที่ส่งมาตีพิมพ์ทุกเรื่อง

สาขา อนุสาขาที่รับ

การบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การเงินการธนาคาร คอมพิวเตอร์ธุรกิจ จิตวิทยาประยุกต์ รัฐประศาสนศาสตร์ รัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ การบริหารการพัฒนา และการศึกษา

วัตถุประสงค์

เพื่อตีพิมพ์บทความวิจัยและบทความวิชาการในกลุ่มสาขาสังคมศาสตร์ ประกอบด้วย การบริหารธุรกิจ การจัดการ การบัญชี การตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ นิเทศศาสตร์ เศรษฐศาสตร์ การเงินการธนาคาร คอมพิวเตอร์ธุรกิจ จิตวิทยาประยุกต์ รัฐประศาสนศาสตร์ สังคมวิทยาและรัฐศาสตร์ นิติศาสตร์ การวางแผนและการบริหาร การพัฒนา และการศึกษา

ประเภทเรื่องที่รับ

บทความวิจัย และบทความวิชาการ

กระบวนการพิจารณา

วารสารกำหนดผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อทำหน้าที่กลั่นกรองและตรวจประเมินบทความ จำนวน 3 ท่าน โดยใช้การประเมินแบบไม่เห็นกันทั้งสองฝ่ายระหว่างผู้นิพนธ์และผู้ประเมิน (Double-blinded review)

ภาษาที่รับ

ภาษาไทย และภาษาอังกฤษ

กำหนดออก

ปีละ 4 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 (มกราคม-มีนาคม)

ฉบับที่ 2 (เมษายน-มิถุนายน)

ฉบับที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน)

ฉบับที่ 4 (ตุลาคม-ธันวาคม)

ค่าธรรมเนียมการดำเนินตีพิมพ์เผยแพร่บทความ (APC)

ผู้ประสงค์ตีพิมพ์เผยแพร่บทความวิชาการหรือบทความวิจัย ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ต้องชำระค่าธรรมเนียมในอัตราที่กำหนด ดังต่อไปนี้

ประเภท	อัตราค่าธรรมเนียม (APC)
1. บุคลากรภายใน (อาจารย์ประจำ อาจารย์พิเศษ รวมถึงบุคลากรสายสนับสนุนที่สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร)	2,500 บาท
2. นักศึกษาระดับปริญญาตรี (นักศึกษาระดับปริญญาตรี ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และยังไม่สำเร็จการศึกษา)	3,000 บาท
3. นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา (นักศึกษาระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก หรือระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต ที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และยังไม่สำเร็จการศึกษา)	3,000 บาท

4. บุคคลภายนอก (นักศึกษาระดับปริญญาตรี ระดับปริญญาโท ระดับปริญญาเอก ระดับประกาศนียบัตรบัณฑิต บุคลากรสายสนับสนุน อาจารย์ นักวิชาการ หรือบุคคลทั่วไปที่ไม่ได้สังกัดมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร)	4,000 บาท

โอนเงินค่าธรรมเนียมเข้าบัญชีธนาคารกรุงศรีอยุธยา เลขที่บัญชี 421-1-17857-8 สาขา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร และแจ้งหลักฐานการชำระเงินมาระบบที่ท่านส่งบทความมาตีพิมพ์ (Submission) ในช่อง Add Discussions หรือช่องทาง E-mail: jmssnru@gmail.com / หรือชำระเป็นเงินสดด้วยตนเอง อาคาร 10 ชั้น 1 งานคลัง มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร โทร. 065-646-9226

การชำระค่าธรรมเนียม จะดำเนินการหลังจากบทความ “ผ่าน” ขั้นตอนการกลั่นกรองเบื้องต้น ก่อนส่งไปให้ผู้ประเมิน โดยจะมีเจ้าหน้าที่ประจำวารสาร (คุณสิริกร กุมภักดี) ประสานงานติดต่อไป

บทความที่วารสารส่งให้ผู้ประเมินอิสระ (Peer review) ประเมินแล้ว และมีการชำระค่าธรรมเนียมการตีพิมพ์แล้ว หากผู้ประเมินอิสระมีมติร่วมกันให้ “ไม่ผ่าน” ผู้ชำระค่าธรรมเนียมไม่สามารถขอคืนค่าธรรมเนียมที่ชำระแล้วในภายหลังได้

Line QR code สำหรับติดต่อประสานงานกับเจ้าหน้าที่ของวารสาร

ผู้ผลิตและเผยแพร่

งานวารสารคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
เลขที่ 680 ถนนนิตโย ตำบลธาตุเชิงชุม อำเภอเมืองสกลนคร จังหวัดสกลนคร 47000
โทร.: *065-646-9226*, 081-596 5492
เว็บไซต์: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
E-mail: jmssnru@gmail.com

คณะทำงาน

ที่ปรึกษา

รองศาสตราจารย์ชาคริต ชาญชิตปรีชา	อธิการบดีมหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
รองศาสตราจารย์ ดร.สามารถ อัยกร	คณบดีคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

บรรณาธิการ

รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์ไธสง	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้ช่วยบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินตนา จันทนนท์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล เนื่องสิทธะ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์รัชฎาพร ธิราวรรณ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกมหาวิทยาลัย

ศาสตราจารย์ ดร.ปิยากร หวังมหาพร	มหาวิทยาลัยศรีปทุม
รองศาสตราจารย์ ดร.สุเทพ เมยไธสง	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
รองศาสตราจารย์ ดร.สืบชาติ อันทะไชย	มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี
รองศาสตราจารย์ ดร.กตัญญู แก้วหานาม	มหาวิทยาลัยกาฬสินธุ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ประสาท เนืองเฉลิม	มหาวิทยาลัยมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สถาพร วิชัยรัมย์	มหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สุริยะ หาญพิชัย	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วรวุฒิ อินทนนท์	มหาวิทยาลัยนครพนม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สัญญา เคณาภูมิ	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติยา เนตรวงษ์	นักวิชาการอิสระ

กองบรรณาธิการผู้ทรงคุณวุฒิภายในมหาวิทยาลัย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย ร่มเย็น	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิรภัทร เริ่มศรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วศิน เพชรพงศ์พันธุ์	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ปิยะวดี ยอดนา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ว่าที่ ร.ต. ดร.พิศดาร แสนชาติ	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์สุพิชญา นิลจินดา	มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

เลขานุการวารสาร

นางสาวสิริกร กุมภักดี มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
นายชิษณุทัศน์ พิชยประภาพัฒน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
นางปิยะมาศ มามีกุล มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้จัดรูปแบบบทความ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์จินตนา จันทนนท์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิรมล เนื่องสิทธะ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
อาจารย์รัชฎาพร ธิราวรรณ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้พิสูจน์อักษรภาษาไทย

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ละมัย ร่มเย็น มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติยา เนตรวงษ์ นักวิชการอิสระ

ผู้พิสูจน์อักษรภาษาอังกฤษ

อาจารย์ ดร.พิศณี โกพลรัตน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

ผู้ดูแลระบบขอมูลวารสารออนไลน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฐิติยา เนตรวงษ์

บทบรรณาธิการ

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ปีที่ 6 ฉบับที่ 2 ประจำเดือนเมษายน–มิถุนายน 2569 นำเสนอบทความวิจัยและบทความวิชาการที่ผ่านการประเมินคุณภาพแบบปกปิดสองทาง (Double-blinded Peer Review) ครอบคลุมประเด็นร่วมสมัยที่มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาสังคมและเศรษฐกิจไทยใน 5 มิติหลัก ดังนี้

ในมิติธุรกิจและการเงิน บทความที่โดดเด่น ได้แก่ การศึกษาปัจจัยแห่งความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเหนือตอนบนด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้าง และแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน ซึ่งมีความสำคัญเชิงนโยบายต่อการแก้ไขปัญหาหนี้ภาคครัวเรือนของประเทศ

ในมิติเศรษฐกิจสร้างสรรค์และวิสาหกิจชุมชน บทความเรื่อง การต่อยอดผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ และการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนเพื่อเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน สะท้อนทิศทางการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากที่ผสานอัตลักษณ์ท้องถิ่นกับตลาดสมัยใหม่ได้อย่างสร้างสรรค์

ในมิติการตลาดและการเปลี่ยนผ่านดิจิทัล บทความเรื่อง การสะกิดพฤติกรรมทางการเงินผ่านแอปพลิเคชันดิจิทัลของคนรุ่นเจนวายและเจนซี และปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวของผู้ประกอบการต่อแพลตฟอร์มดิจิทัล นำเสนอข้อค้นพบที่มีประโยชน์ต่อการออกแบบนโยบายส่งเสริมการออมและการพัฒนาผู้ประกอบการในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล

ในมิติการบริหารภาครัฐและทรัพยากรมนุษย์ บทความเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างกรอบความคิดแบบเติบโตกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน และแรงจูงใจของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น มีนัยสำคัญต่อการพัฒนาระบบบริหารทรัพยากรมนุษย์ภาครัฐให้ตอบสนองต่อความหลากหลายระหว่างวัย

ในมิตินานาชาติ ฉบับนี้นำเสนอบทความภาษาอังกฤษที่ท้าทายข้อถกเถียงทางทฤษฎีว่าด้วยความพึงพอใจของลูกค้าในฐานะสาขาที่ถึงวุฒิภาวะและจำเป็นต้องก้าวพ้นกรอบเดิม สะท้อนความมุ่งมั่นของวารสารในการเปิดพื้นที่ทางวิชาการสู่การสนทนาระดับสากล

กองบรรณาธิการขอขอบคุณผู้นิพนธ์และผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่าน และหวังว่าบทความทั้ง 35 เรื่องในฉบับนี้จะเป็นประโยชน์ต่อนักวิชาการ ผู้บริหาร และผู้ปฏิบัติงานในการนำไปประยุกต์ใช้ทั้งเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติต่อไป

รองศาสตราจารย์ ดร.สัญญาศรณ์ สวัสดิ์โธสง
บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

สารบัญ

หน้า

ข้อมูลเกี่ยวกับวารสาร (1)
คณะทำงาน (5)
บทบรรณาธิการ (7)
สารบัญ (8)

โมเดลสมการโครงสร้างของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
พนิดา สัตโยภาส, อัจฉรา เมฆสุวรรณ 480–492
อัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)
ธนดล ขำละม้าย, ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล 493–505
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี
วชิราพรรณ ปั้นภู, วรรณรพี บานชื่นวิจิตร 506–520
คุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น กรณีศึกษา ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่
พีรยา สมศักดิ์, อรไท เขียวชอุ่ม, ไพรพันธ์ ธนเลิศโศภิต 521–535
พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจต่อโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา
ปฐมพงษ์ ธิโน, ประกอบศิริ ภักดีพินิจ 536–550
อิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี
ฐิติพัฒน์ หิรัญนิธิธำรง 551–566
การบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2
เนติ พงศ์ศรี, อมรทิพย์ เจริญผล, ชารี มณีศรี 567–579
การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ
ชมพูนุช ชมภูทัศน์, อมรทิพย์ เจริญผล, ชารี มณีศรี 580–592
การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

ดาวเรือง งอยจันทร์ศรี, จิรภัทร เริ่มศรี 593–609
การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชนด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขัน กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน, สรัชนุช บุญวุฒิ , กาญจนา คุมา, วีรพร สุพจน์ธรรมจารี, ศิรญา จนาศักดิ์, ศิวัช ลาวัลย์วดีกุล, กรรณิการ์ สายเทพ, ธิติมา คุณยศยิ่ง, สรวิศ มูลอินต๊ะ 610–622
การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการความร่วมมือภาคีเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยพัฒนาเชิงพื้นที่ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

มัทนียา พิทักษ์ชูโชค, วิยะดา พลชัย, บรรจบพร อินดี, ณัฐณิชา ทวีแสง , อัจฉรียา โชติกลาง, ศุภฤกษ์ สายแก้ว, ณัฐนันทน์ อินดี, วรันฐิยา ไชยลา 623–635
การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง

ชฎาพร แนบชิด 636–651
ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญาของประเทศไทย

ธนัทเทพ เธียรประสิทธิ์ 652–663
การต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

นิรุตต์ จรเจริญ, พัชรินทร์ บุญสมธป, วิยะดา พลชัย, คมสัน ศรีบุญเรือง, ศุภลักษณ์ ฉินตระกาล 664–679
การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลทางการเรียนระหว่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุกและการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช วิชาความมั่นคงของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

กิตติ กลิ่นหอม 680–691
แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

จุฑารัตน์ สุวันนัง, ศศิธร กกฝ้าย 692–705
ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงาน มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

พัชรีพร มานพ, ปรัชญา ปิยะมโนธรรม, รังสิมา หอมเศรษฐี 706–720
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปิยพงษ์ นฤมิตสุวิมล, พิทยา ผ่อนกลาง, อังควิภา แนวจำปา, พัชราภรณ์ ชนะพันธ์ 721–735

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศ กรณีศึกษา: บริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด
รดาศา ศรีวิชัย, กรกนก นนทสาร 736–749
การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM)
คีรีรัตน์ รอดทอง, ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์ 750–764
ความท้าทายของทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีต่อการผลิตเนื้อหาในยุคการเปลี่ยนผ่านสื่อดิจิทัล
วรพงษ์ ปลอดมูสิก 765–779
ความผูกพันต่อองค์การและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร
วรมน พรหมสาขา ณ สกลนคร, ชาติชัย อุดมกิจมงคล, สามารถ อัยกร 780–794
การพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยแนวคิดการสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง
ศรเพชร ยิ่งมี 795–810
การศึกษาการสะกิดพฤติกรรมทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของคนรุ่นเจนวายและเจนซี ในประเทศไทย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันการเงิน
ปุณญิสา แต้ศิริ 811–824
การศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน
ชาลินี หนูทอง, วรรณรพี บานชื่นวิจิตร 825–838
Customer satisfaction after the milestone revolutions: Why a mature field requires a new theoretical breakthrough
Taisith Kruasom, Saipeth Akkho, Rattanaporn Saelee 839–849
Guidelines for improving Chinese reading comprehension for primary students: A casestudy of Tangyuan Primary Schools 850–863
Ma Qian, Natchanun Sermsri .....
การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3
ธนาชัย เพียรไทสงค์, อมรทิพย์ เจริญผล, ชารี มณีศรี 864–878
การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร
จักรพันธ์ ปานประเสริฐ, ชาติชัย อุดมกิจมงคล, สามารถ อัยกร 879–893
ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ กรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน: กรณีศึกษาบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ
สรสิช พิศุทธิ์กฤดาการ, รังสิมา หอมเศรษฐี 894–908

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร
ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์, องค์อร สงวนญาติ , ประกฤติ พูลพัฒน์ 909–925
การบ่มเพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ
แก้วตา ผิวพรรณ 926–940
การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3
ธนสร แสนสระดี, อมรทิพย์ เจริญผล, ชารี มณีศรี 941–951
การบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษา กลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี
วศิน ภูพลผัน , อมรทิพย์ เจริญผล, ชารี มณีศรี 952–964
ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2
เกษมโชค เชี่ยวชาญ, สาธร ทรัพย์รวงทอง, สุพัฒนา หอมบุปผา 965–979

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

โมเดลสมการโครงสร้างของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

Structural equation modeling of transformational leadership, technological capability, and risk management affecting the performance of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Upper Northern Thailand

พนิดา สัตโยภาส [1], อัจฉรา เมฆสุวรรณ [2*]
Panida Sattayopat [1], Atchara Meksuwan [2*]

[1] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่
[2] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
[1] Faculty of Management Sciences, Chiang Mai Rajabhat University
[2] Faculty of Management Sciences, Lampang Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: sattayopatpanida@gmail.com [1], Atchara@g.lpru.ac.th [2]

Received: January 29, 2026 Revised: February 03, 2026 Accepted: April 21, 2026

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างที่อธิบายความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงที่มีผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย และ 2) วิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของตัวแปรดังกล่าวต่อผลการดำเนินงานของ SMEs งานวิจัยนี้เป็นการวิจัย เชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารหรือเจ้าของกิจการ SMEs จำนวน 400 คน ด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยมีค่า Chi-square = 228.472, p = .056, Relative Chi-square = 1.166, GFI = .939, CFI = .996, NFI = .975, TLI = .995 และ RMSEA = .024 และมีอำนาจในการอธิบายผลการดำเนินงานของ SMEs ในระดับสูง ผลการทดสอบสมมติฐานแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยง ขณะที่ความสามารถ

ทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร โดยความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อผลการดำเนินงาน นอกจากนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังส่งผลต่อผลการดำเนินงานในลักษณะอิทธิพลทางอ้อมผ่านความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานของ SMEs เป็นผลลัพธ์ของกลไกเชิงโครงสร้างที่เชื่อมโยงบทบาทของผู้นำ ศักยภาพทางเทคโนโลยี และการบริหารความเสี่ยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ซึ่งสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางเชิงนโยบายและการบริหารจัดการ SMEs ในระดับภูมิภาคได้อย่างเหมาะสม

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง, ความสามารถทางเทคโนโลยี, การจัดการความเสี่ยง, ผลการดำเนินงานขององค์กร, วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม

Abstract

This research article aims to 1) examine the goodness-of-fit of a structural equation model explaining the relationships among transformational leadership, technological capability, and risk management affecting the performance of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in Upper Northern Thailand, and 2) analyze the direct and indirect effects of these variables on the performance of SMEs. This study employed a quantitative research approach. Data were collected from 400 SME owners or senior executives using a structured questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics and Structural Equation Modeling (SEM). The results indicate that the proposed model demonstrates an excellent fit with the empirical data, as evidenced by Chi-square = 228.472 (p = .056), Relative Chi-square = 1.166, GFI = .939, CFI = .996, NFI = .975, TLI = .995, and RMSEA = .024. Furthermore, the model exhibits substantial explanatory power for SME performance. Hypothesis testing reveals that transformational leadership has a significant positive effect on both technological capability and risk management. In addition, technological capability and risk management exert significant positive effects on SME performance, with technological capability emerging as the most influential predictor of performance. Furthermore, transformational leadership affects firm performance indirectly through technological capability and risk management. The findings suggest that SME performance is the outcome of a systematic structural mechanism that integrates leadership roles, technological capability, and risk management. This integrated perspective highlights the importance of developing leadership capacity alongside technological and risk management capabilities to enhance organizational performance. The results provide valuable implications for policymakers and practitioners in designing effective strategies for SME development in regional contexts, such as fostering collaboration between SMEs and local governments to create supportive ecosystems that enhance innovation and competitiveness.

Keywords: transformational leadership, technological capability, risk management, firm performance, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในบริบทเศรษฐกิจร่วมสมัยที่การแข่งขันทวีความรุนแรงและความไม่แน่นอนกลายเป็นภาวะปกติ ความสามารถของประเทศในการรักษาความเข้มแข็งของฐานเศรษฐกิจภายใน ถือเป็นปัจจัยสำคัญต่อเสถียรภาพและการเติบโตทางเศรษฐกิจในระยะยาว สำหรับประเทศไทย วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (Small and Medium-sized Enterprises: SMEs) ทำหน้าที่เป็นรากฐานเชิงโครงสร้างของระบบเศรษฐกิจ โดยมีบทบาทสำคัญทั้งในด้านการจ้างงาน การกระจายรายได้ และการสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ ข้อมูลจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมระบุว่า ในปี 2568 ประเทศไทยมี SMEs มากกว่า 3.25 ล้านราย คิดเป็นร้อยละ 99.5 ของผู้ประกอบการทั้งหมด และสร้างการจ้างงานกว่า 13.4 ล้านคน หรือร้อยละ 68.8 ของการจ้างงานทั้งประเทศ ขณะที่มูลค่าเพิ่มจาก SMEs คิดเป็นร้อยละ 34.8 ของ GDP และมีแนวโน้มขยายตัวต่อเนื่องในปี พ.ศ. 2569 แม้จะเผชิญแรงกดดันจากความผันผวนทางเศรษฐกิจและปัจจัยเสี่ยงเชิงโครงสร้างทั้งภายในและภายนอกประเทศ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.), 2568)

ภายใต้บริบทดังกล่าว ความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของ SMEs มิได้ขึ้นอยู่กับขนาดหรือทรัพยากรทางกายภาพเพียงอย่างเดียว หากแต่ขึ้นอยู่กับความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงเชิงเทคโนโลยี และพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว (Molosiwa & Holland, 2025) การเปลี่ยนผ่านสู่การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลจึงไม่ใช่เพียงทางเลือกเชิงกลยุทธ์ แต่เป็นเงื่อนไขพื้นฐานของการอยู่รอดในระยะยาว อย่างไรก็ตาม SMEs ไทยจำนวนมากยังเผชิญปัญหาเชิงโครงสร้างที่สำคัญ ทั้งด้านการเข้าถึงแหล่งเงินทุน ความรู้ด้านการบริหารจัดการ และยังขาดศักยภาพด้านความสามารถทางเทคโนโลยี รวมถึงยังไม่มีระบบการจัดการความเสี่ยงที่เป็นระบบและต่อเนื่อง ปัญหาดังกล่าวส่งผลให้ SMEs มีความเปราะบางต่อความเสี่ยงและความผันผวนของสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ซึ่งกำลังกลายเป็นตัวกำหนดผลการดำเนินงานและความอยู่รอดของกิจการมากกว่าที่เคยเป็นมา ในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะ SMEs ในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ปัญหาดังกล่าวมีความชัดเจนยิ่งขึ้น โครงสร้างของ SMEs ในพื้นที่นี้ส่วนใหญ่เป็นธุรกิจรายย่อยที่พึ่งพาการตัดสินใจของเจ้าของกิจการเป็นหลัก การนำเทคโนโลยีมาใช้และการจัดการความเสี่ยงเป็นไปอย่างไม่เป็นระบบ SMEs ไม่สามารถพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยี และระบบการจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งผลให้บทบาทของผู้นำองค์กรกลายเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีอิทธิพลสูงต่อการกำหนดทิศทางธุรกิจ การใช้ทรัพยากรภายใน และการตอบสนองต่อความไม่แน่นอนของสภาพแวดล้อม โดยเฉพาะในบริบทที่ทรัพยากรมีจำกัด การตัดสินใจของผู้นำ การใช้เทคโนโลยี และความสามารถในการบริหารความเสี่ยง จึงเป็นกลไกสำคัญที่กำหนดผลการดำเนินงานของ SMEs การดำเนินธุรกิจภายใต้บริบทดังกล่าวจึงมิได้เผชิญเพียงความท้าทายด้านการดำเนินงาน หากแต่เป็นความท้าทายเชิงโครงสร้างที่ต้องอาศัยการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ (ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ, 2567)

แม้ความสำคัญของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรจะได้รับการกล่าวถึงอย่างกว้างขวางในวรรณกรรมด้านการจัดการ แต่การศึกษาส่วนใหญ่ ยังคงมุ่งเน้นการวิเคราะห์ปัจจัยเหล่านี้ในลักษณะแยกส่วน หรือมุ่งอธิบายผลกระทบโดยตรงต่อผลการดำเนินงานขององค์กรขนาดใหญ่เป็นหลัก (Cuevas-Vargas et al., 2023; Jun & Lee, 2023; Yang et al., 2025) ส่งผลให้ความเข้าใจเกี่ยวกับโครงสร้างความสัมพันธ์เชิงสาเหตุที่ปัจจัยดังกล่าวส่งผ่านอิทธิพลซึ่งกันและกัน โดยเฉพาะในบริบทของ SMEs ไทยระดับภูมิภาค ยังคงไม่สมบูรณ์ นอกจากนี้ งานวิจัยเชิงประจักษ์ที่ใช้โมเดลสมการโครงสร้างเพื่ออธิบายทั้งอิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของปัจจัยเชิงกลยุทธ์เหล่านี้ในบริบท SMEs ไทยยังมีจำนวนจำกัดอย่างชัดเจน จากข้อจำกัดของงานวิจัยที่ผ่านมา สามารถสรุปช่องว่างทางการวิจัยได้ว่า ยังขาด

การอธิบายกลไกเชิงโครงสร้างที่บูรณาการภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงเข้าด้วยกันในโมเดลเดียว โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับภูมิภาคของประเทศไทย ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและบริบทเชิงพื้นที่ที่แตกต่างจากองค์กรขนาดใหญ่ เพื่อตอบสนองต่อช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อทดสอบโมเดลสมการโครงสร้างที่บูรณาการภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงเข้าด้วยกัน เพื่ออธิบายกลไกเชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อมที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย ผลการศึกษาคาดว่าจะช่วยขยายองค์ความรู้เชิงทฤษฎีด้านการจัดการเชิงกลยุทธ์ในบริบท SMEs และสนับสนุนการกำหนดแนวทางพัฒนาผู้ประกอบการที่สอดคล้องกับบริบทเศรษฐกิจและโครงสร้างธุรกิจของประเทศไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทดสอบความสอดคล้องของโมเดลสมการโครงสร้างของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงที่มีผลต่อผลการดำเนินงาน SMEs ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย
2. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงที่มีต่อผลการดำเนินงานของ SMEs ภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

การทบทวนวรรณกรรม

กรอบแนวคิดของงานวิจัยนี้มุ่งอธิบายความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับภูมิภาค สมมติฐานการวิจัยถูกพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์หลักฐานเชิงประจักษ์ที่สะท้อนกลไกการส่งผ่านอิทธิพลของปัจจัยดังกล่าวในลักษณะเป็นระบบและสามารถทดสอบได้ด้วยโมเดลสมการโครงสร้าง

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (transformational leadership)

ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลและความไม่แน่นอนเชิงกลยุทธ์ที่ทวีความรุนแรงขึ้น ภาวะผู้นำมิได้เป็นเพียงบทบาทในการกำกับดูแลการดำเนินงาน หากแต่เป็นกลไกเชิงสถาบันที่หล่อหลอมระบบความเชื่อค่านิยม และรูปแบบการตัดสินใจขององค์กร ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นรูปแบบภาวะผู้นำที่เหมาะสมต่อบริบทของการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลและอุตสาหกรรม 4.0 เนื่องจากสามารถสร้างแรงบันดาลใจ ส่งเสริมการเรียนรู้ และเปิดพื้นที่ให้เกิดนวัตกรรมภายในองค์กร (Jabbour Al Maalouf et al., 2025) ผู้นำลักษณะนี้มีบทบาทเชิงกลยุทธ์ในการกำหนดทิศทางการลงทุนด้านเทคโนโลยี การจัดสรรทรัพยากร และการนำองค์กรให้ปรับตัวได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงถูกมองว่าเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยีในระดับองค์กร นอกจากนี้ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงยังมีบทบาทต่อการจัดการความเสี่ยง โดยผู้นำที่สามารถสื่อสารวิสัยทัศน์และสนับสนุนการตัดสินใจบนฐานข้อมูล จะช่วยให้องค์กรสามารถระบุและตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะใน SMEs ที่การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์มักกระจุกตัวอยู่ที่ผู้นำองค์กรเพียงไม่กี่คน งานวิจัยจำนวนมากยังยืนยันว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับผลการดำเนินงานขององค์กร ทั้งในด้านประสิทธิภาพ นวัตกรรม และความสามารถในการแข่งขัน (Ardi et al., 2020; AlNuaimi et al., 2022) จากการสังเคราะห์วรรณกรรมข้างต้น งานวิจัยนี้จึงเสนอสมมติฐานดังต่อไปนี้

H1: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางเทคโนโลยี

H2: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง

H4: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

ความสามารถทางเทคโนโลยี (technological capability)

ความสามารถทางเทคโนโลยี หมายถึง ศักยภาพขององค์กรในการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศเพื่อสนับสนุนกระบวนการดำเนินงาน การตัดสินใจ และการสร้างคุณค่าทางธุรกิจ โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ความสามารถดังกล่าวครอบคลุมถึงการจัดการข้อมูล การสื่อสารภายในองค์กร และการนำข้อมูลมาใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ งานวิจัยร่วมสมัยชี้ว่า องค์กรที่สามารถใช้เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบจะมีศักยภาพในการปรับตัวและยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานได้ดีกว่า (Omoruyi et al., 2025) ในเชิงกลไก ความสามารถทางเทคโนโลยีมีบทบาทสำคัญต่อการจัดการความเสี่ยง เนื่องจากเทคโนโลยีช่วยสนับสนุนการเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลา ซึ่งเอื้อต่อการระบุ ประเมิน และตอบสนองต่อความเสี่ยงได้อย่างเป็นระบบมากขึ้น องค์กรที่มีศักยภาพทางเทคโนโลยีสูง จึงมีแนวโน้มที่จะจัดการความเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ วรรณกรรมด้านการจัดการยังยืนยันว่าความสามารถทางเทคโนโลยีส่งผลโดยตรงต่อผลการดำเนินงาน ผ่านการเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และยกระดับคุณภาพการตัดสินใจ (Ivanov & Dolgui, 2020) จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงเสนอสมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

H3: ความสามารถทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง

H5: ความสามารถทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

การจัดการความเสี่ยง (risk management)

การจัดการความเสี่ยงเป็นกระบวนการเชิงระบบที่มุ่งระบุ ประเมิน และตอบสนองต่อความเสี่ยงเพื่อจำกัดผลกระทบเชิงลบต่อการบรรลุวัตถุประสงค์ขององค์กร (Ali et al., 2024) ระบบการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพช่วยให้องค์กรสามารถคาดการณ์ปัญหาล่วงหน้าและลดความสูญเสียจากเหตุการณ์ไม่คาดคิด อย่างไรก็ตาม SMEs มักเผชิญข้อจำกัดด้านทรัพยากรและระบบข้อมูล ทำให้การจัดการความเสี่ยงถูกจำกัดอยู่ในระดับเชิงปฏิบัติการมากกว่าการบริหารเชิงกลยุทธ์ (Apaloo & Bright, 2022) ชี้ให้เห็นว่าการจัดการความเสี่ยงที่มีประสิทธิภาพสามารถลดความสูญเสีย เพิ่มเสถียรภาพในการดำเนินงาน และสนับสนุนผลการดำเนินงานในระยะยาว โดยเฉพาะในสภาพแวดล้อมที่มีความผันผวนสูง การจัดการความเสี่ยงจึงทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่เชื่อมศักยภาพภายในองค์กรเข้ากับผลการดำเนินงาน จากการสังเคราะห์วรรณกรรมดังกล่าว อันนำไปสู่สมมติฐานการวิจัยดังต่อไปนี้

H6: การจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานขององค์กร

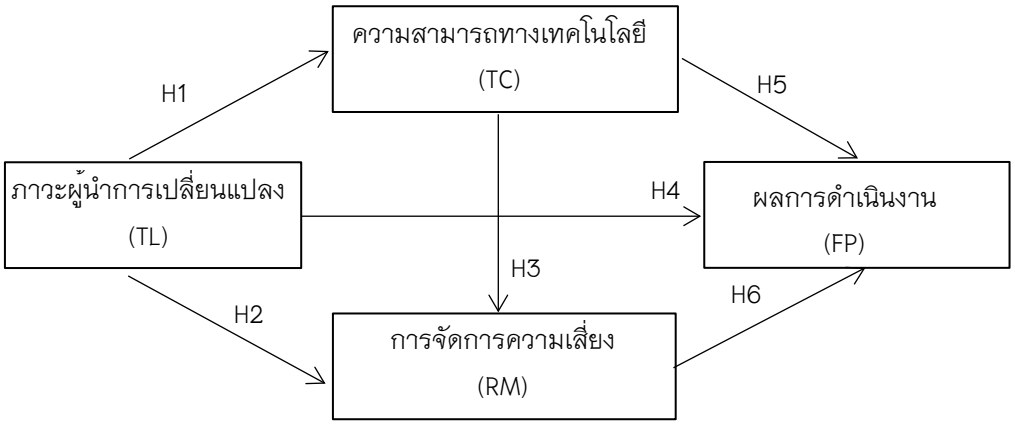
ผลการดำเนินงานขององค์กร (firm performance)

ผลการดำเนินงานขององค์กรสะท้อนความสามารถในการบรรลุเป้าหมายเชิงกลยุทธ์ ทั้งในมิติการดำเนินงานและการเงิน ในมิติการปฏิบัติการ ผลการดำเนินงานสะท้อนประสิทธิภาพของกระบวนการภายใน เช่น ความรวดเร็ว ความยืดหยุ่น การควบคุมต้นทุน และคุณภาพการดำเนินงาน (Liu et al., 2020; Ganbold et al., 2021) ขณะที่มิติด้านการเงินสะท้อนความสามารถในการสร้างรายได้ ความสามารถในการทำกำไร และเสถียรภาพทางการเงินขององค์กร (Bondinuba et al., 2022; Akuku et al., 2023) งานวิจัยนี้จึงบูรณาการผลการดำเนินงานทั้งสองมิติเป็นตัวแปรผลการดำเนินงานขององค์กร เพื่อสะท้อนภาพรวมของความสำเร็จของ SMEs อย่างครอบคลุม

จากการสังเคราะห์วรรณกรรม งานวิจัยนี้จึงออกแบบระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณเพื่อทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรในโมเดล ผ่านการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง เพื่อให้ได้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่สอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่เสนอ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงเป็นปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทต่อการกำหนดทิศทาง การปรับตัว และผลการดำเนินงานขององค์กร (Jabbour Al Maalouf et al., 2025) ขณะที่ความสามารถทางเทคโนโลยีสะท้อนศักยภาพขององค์กรในการใช้เทคโนโลยี เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน (Omoruyi et al., 2025; Ivanov & Dolgui, 2020) ส่วนการจัดการความเสี่ยงเป็นกลไกเชิงระบบที่ช่วยลดความไม่แน่นอนและสนับสนุนผลการดำเนินงานในระยะยาว (Ali et al., 2024) จากพื้นฐานแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยเพื่ออธิบายความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างระหว่างตัวแปรดังกล่าวกับผลการดำเนินงานของ SMEs



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) การออกแบบการวิจัยมีความเหมาะสมต่อการวิเคราะห์ตัวแปรแฝงและการตรวจสอบอิทธิพลทั้งทางตรงและทางอ้อมของตัวแปรในลักษณะเป็นระบบ โดยใช้โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling: SEM) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคอุตสาหกรรมที่จดทะเบียนและดำเนินกิจการมาแล้วไม่น้อยกว่า 5 ปี ในเขตภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย จากฐานข้อมูลของสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) (2568) กลุ่มตัวอย่างได้จากการสุ่มแบบแบ่งชั้น โดยแบ่งชั้นภูมิตามจังหวัด เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างเป็นตัวแทนของประชากรอย่างเหมาะสม ครอบคลุม 8 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย พะเยา ลำพูน ลำปาง แพร่ แม่ฮ่องสอน และน่าน ขนาดกลุ่มตัวอย่างกำหนดไว้จำนวน 400 คน ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ Hair et al. (2014) สำหรับการวิเคราะห์ด้วย SEM ผู้ให้ข้อมูลหลักคือผู้บริหารระดับสูงหรือเจ้าของกิจการ ซึ่งมีบทบาทโดยตรงในการกำหนดนโยบายและการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กร

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ประกอบด้วยคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป และตัวชี้วัดของตัวแปรแฝง ได้แก่ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี การจัดการความเสี่ยง และผลการดำเนินงานขององค์กร ตัวชี้วัดทั้งหมดพัฒนาจากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดทาง

ทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้มั่นใจในความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) แบบสอบถามได้รับการตรวจสอบความเหมาะสมโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน และประเมินความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยใช้ดัชนีความสอดคล้องของเนื้อหา (Index of Item–Objective Congruence: IOC) ซึ่งมีค่าระหว่าง .67–1.00 แสดงว่าทุกรายการคำถามมีความสอดคล้องอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ และทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน โดยค่าความเชื่อมั่นของทุกตัวแปรอยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (Cronbach's alpha > .70)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างโดยตรง การจัดส่งแบบสอบถามผ่านช่องทางออนไลน์ และการประสานผ่านเครือข่ายหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในระดับพื้นที่ เพื่อเพิ่มอัตราการตอบกลับและลดข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าถึงกลุ่มตัวอย่าง โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลในช่วงเดือนมกราคมถึงมีนาคม พ.ศ. 2568 รวมระยะเวลา 3 เดือน แบบสอบถามที่ได้รับการตอบกลับถูกตรวจสอบความครบถ้วนและความสมบูรณ์ของข้อมูลก่อนนำไปวิเคราะห์ โดยคัดกรองแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือมีข้อมูลผิดปกติออก ข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์เป็นแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด ซึ่งเพียงพอสำหรับการประมาณค่าโมเดลสมการโครงสร้าง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลใช้โปรแกรมสำหรับการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนา และใช้โปรแกรมสำเร็จรูป สำหรับการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง โดยเริ่มจากการประเมินคุณภาพของโมเดลการวัดด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) เพื่อพิจารณาความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability: CR) ความตรงเชิงสอดคล้องผ่านค่า Average Variance Extracted (AVE) และความตรงเชิงจำแนก จากนั้นจึงทำการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย โดยประเมินอิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรในโมเดล รวมถึงอำนาจในการอธิบายของโมเดลผ่านค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ความสอดคล้องของโมเดลกับข้อมูลเชิงประจักษ์ประเมินจากดัชนีความสอดคล้อง ได้แก่ ค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2/df) น้อยกว่า 3 (Byrne, 1989) ค่า CFI มากกว่า .90 ค่า TLI มากกว่า .95 และค่า RMSEA น้อยกว่า .08 (Hair et al., 2006)

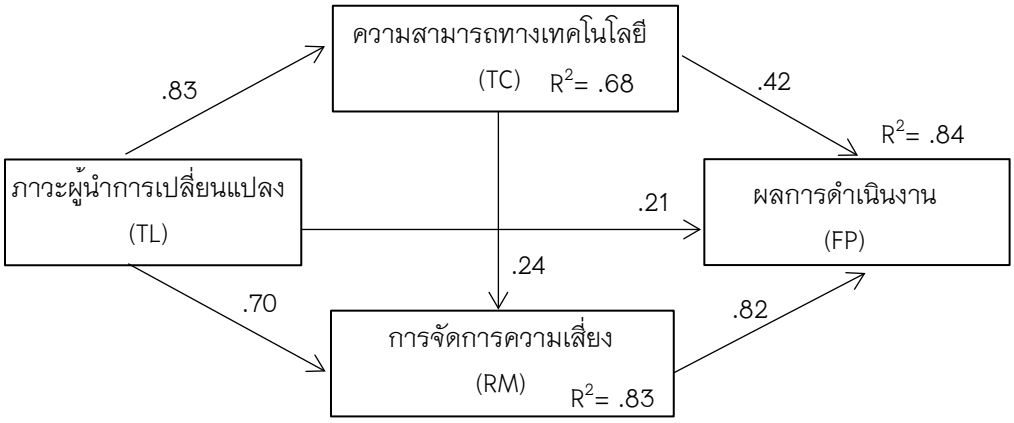
ผลการวิจัย

ข้อมูลเชิงพรรณนาของกลุ่มตัวอย่างจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 400 ชุด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 65.80 โดยอยู่ในช่วงอายุ 41–50 ปีมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.30 รองลงมาคือช่วงอายุ 31–40 ปี คิดเป็นร้อยละ 27.30 สำหรับระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีการศึกษาต่ำกว่าระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 46.50 และระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 42.50 ในด้านสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเจ้าของกิจการ คิดเป็นร้อยละ 77.30 แหล่งเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินกิจการมาจากเงินทุนของเจ้าของกิจการเป็นหลัก คิดเป็นร้อยละ 66.80 นอกจากนี้ กิจการส่วนใหญ่มีระยะเวลาดำเนินงานมากกว่า 20 ปี คิดเป็นร้อยละ 92.00 และผลการประกอบการส่วนใหญ่มีผลกำไร คิดเป็นร้อยละ 44.50

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรการวิจัย พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.67 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานเท่ากับ 1.01 ความสามารถทางเทคโนโลยี มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.45 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน 1.046 การจัดการความเสี่ยง มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.65 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .973 และผลการดำเนินงานขององค์กร มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.62 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .968 ทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลาง

จากผลการวิเคราะห์สถิติเชิงพรรณนาของตัวแปรการวิจัยข้างต้นข้อมูลมีการกระจายตัวอยู่ในระดับที่

เหมาะสมผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์โมเดลการวัดและโมเดลเชิงโครงสร้าง โดยผลลัพธ์ของความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างตัวแปรแฝงสามารถนำเสนอในรูปแบบแผนภาพโมเดลสมการโครงสร้าง ดังแสดงในภาพที่ 2



χ^2=228.472, p= .056, χ^2/df =1.166, GFI= .939, CFI = .996, NFI = .975, TLI = .995

ภาพที่ 2 โมเดลการวัดของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี การจัดการความเสี่ยงและผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย

จากภาพที่ 2 แสดงโมเดลการวัดจากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Confirmatory Factor Analysis: CFA) โดยใช้วิธีประมาณค่าแบบ Maximum Likelihood ผ่านโปรแกรม AMOS เพื่อประเมินความสอดคล้องของโมเดลการวัดและตรวจสอบคุณภาพของตัวชี้วัด ผลการวิเคราะห์พบว่า โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์อยู่ในเกณฑ์ที่ยอมรับได้ โดยมีค่าไคสแควร์สัมพัทธ์ (χ^2 /df = 1.166) และค่า p ของโมเดล (p = .056) รวมทั้งดัชนีความสอดคล้องของโมเดล ได้แก่ GFI = .939, AGFI = .914, CFI = .996, TLI = .995, IFI = .996 และ RMSEA = .024 สะท้อนว่าโมเดลการวัดมีความเหมาะสมและสามารถนำไปใช้ในการทดสอบโมเดลเชิงโครงสร้างได้อย่างน่าเชื่อถือ

ผลการตรวจสอบความเชื่อมั่นเชิงประกอบ (Composite Reliability: CR) และความตรงเชิงสอดคล้อง (Convergent Validity) ของโมเดลการวัดพบว่า ตัวแปรแฝงทุกตัวมีค่า CR อยู่ในระดับสูง (.953–.970) และมีค่า Average Variance Extracted (AVE) มากกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่กำหนด (.768–.845) ผลดังกล่าวแสดงให้เห็นว่าโมเดลการวัดมีคุณภาพและมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงสามารถยืนยันความเหมาะสมของโมเดลสมการโครงสร้างตาม วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 ผู้วิจัยจึงดำเนินการวิเคราะห์โมเดลเชิงโครงสร้างเพื่อทดสอบสมมติฐานการวิจัย และวิเคราะห์อิทธิพลทางตรงและอิทธิพลทางอ้อมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงที่มีต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในภาคเหนือตอนบนของประเทศไทย เพื่อตอบวัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 โดยผลการวิเคราะห์เส้นทางเชิงสาเหตุในรูปของค่าสัมประสิทธิ์มาตรฐาน (standardized effects) แสดงไว้ในตารางต่อไปนี้

ตาราง 1 ผลสรุปผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	β	C.R.	p-value	Summarized
H1: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิผลเชิงบวกต่อความสามารถทางเทคโนโลยี	.826**	16.652	< .001	สนับสนุนสมมติฐาน
H2: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิผลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง	.698**	11.463	< .001	สนับสนุนสมมติฐาน
H3: ความสามารถทางเทคโนโลยี มีอิทธิผลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง	.244**	4.326	< .001	สนับสนุนสมมติฐาน
H4: ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง มีอิทธิผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน	.207**	2.789	.005	สนับสนุนสมมติฐาน
H5: ความสามารถทางเทคโนโลยีผล มีอิทธิผลเชิงบวกต่อการดำเนินงาน	.421**	6.573	< .001	สนับสนุนสมมติฐาน
H6: การจัดการความเสี่ยง มีอิทธิผลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงาน	.340**	4.740	< .001	สนับสนุนสมมติฐาน

หมายเหตุ: β = ค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางมาตรฐาน (Standardized Path Coefficient); C.R. = Critical Ratio;
** หมายถึงมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์เส้นทางเชิงสาเหตุของโมเดลสมการโครงสร้าง พบว่าสมมติฐานการวิจัยทุกข้อได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางเทคโนโลยี (β = .826, p < .001) และการจัดการความเสี่ยง (β = .698, p < .001) ความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกสูงสุดต่อผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (β = .421, p < .001) รองลงมาคือการจัดการความเสี่ยง (β = .340, p < .001) และภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (β = .207, p = .005) ตามลำดับ นอกจากนี้ ความสามารถทางเทคโนโลยียังส่งผลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง (β = .244, p < .001)

ตาราง 2 ผลอิทธิพลทางอ้อม อิทธิพลทางตรง และอิทธิพลรวม (Standardized Effects)

เส้นทางความสัมพันธ์	Dependent Variables								
	RM			TC			FP		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง (LD)	.698**	.202**	.900**	.826**		.826**	.207**	.653**	.860**
การจัดการความเสี่ยง (RM)	–	–	–	–	–	–	.340**	–	.340**
ความสามารถทางเทคโนโลยี (TC)	.244**	–	.244**	–	–	–	.421**	.083**	.504**
สัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2)	.682			.829			.840		

** Statistically significant at the .01 level (p<.01)

หมายเหตุ: DE =Direct Effect, IE = Indirect, TE = Total Effect

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์อิทธิพลทางตรง อิทธิพลทางอ้อม และอิทธิพลรวมของตัวแปรในโมเดล ผลการวิเคราะห์พบว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงส่งผลต่อการจัดการความเสี่ยงและความสามารถทางเทคโนโลยีโดยตรงอย่างมีนัยสำคัญ (β = .698 และ .826) และส่งผลต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรง (β = .207) และทางอ้อมผ่านความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยง (β = .653) ส่งผลให้อิทธิพลรวมต่อผลการดำเนินงาน (β = 0.860) ความสามารถทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานทั้งทางตรง (β = .421) และทางอ้อมผ่านการจัดการความเสี่ยง (β = .083) ส่งผลให้อิทธิพลรวมต่อผลการดำเนินงานเท่ากับ β = .504 ขณะที่การจัดการความเสี่ยงมีอิทธิพลทางต่อผลการดำเนินงาน (β = .340) นอกจากนี้ ค่าสัมประสิทธิ์การทำนาย (R^2) ของโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของการจัดการความเสี่ยง ความสามารถทางเทคโนโลยี และผลการดำเนินงานได้ในระดับสูง โดยมีค่าอยู่ระหว่าง .682 – .840

การอภิปรายผล

ผลการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างให้หลักฐานเชิงประจักษ์เกี่ยวกับกลไกภายในที่อธิบายผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในระดับภูมิภาค ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลและความไม่แน่นอนเชิงกลยุทธ์ ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยง แสดงให้เห็นรูปแบบเชิงโครงสร้างที่มีความต่อเนื่องและสามารถอธิบายผลลัพธ์ขององค์กรได้อย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยชี้ว่า ความสามารถทางเทคโนโลยี เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อผลการดำเนินงานในระดับสูงสุด เมื่อพิจารณาจากค่าสัมประสิทธิ์เส้นทางเชิงโครงสร้าง ผลดังกล่าวสอดคล้องกับกรอบแนวคิดที่มองเทคโนโลยีเป็นศักยภาพเชิงพลวัตที่สนับสนุนการประมวลผลข้อมูล การตัดสินใจ และการปรับตัวขององค์กร มากกว่าการเป็นเพียงทรัพยากรเชิงกายภาพเพียงอย่างเดียว (Ivanov & Dolgui, 2020; Omoruyi et al., 2025) ในบริบทของ SMEs ซึ่งมีข้อจำกัดด้านทรัพยากร ความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบจึงมีบทบาทโดยตรงต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานทั้งในมิติการปฏิบัติการและการเงิน โดยเฉพาะในบริบทของ SMEs ภาคเหนือตอนบนที่มีข้อจำกัดด้านเงินทุน แรงงานทักษะ และการเข้าถึงข้อมูล เทคโนโลยีจึงทำหน้าที่เป็นกลไกสำคัญในการลดข้อจำกัดเชิงทรัพยากร เพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ และยกระดับประสิทธิภาพการดำเนินงานได้โดยตรง ส่งผลให้มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานสูงกว่าปัจจัยอื่น

ผลการวิเคราะห์ยังแสดงให้เห็นว่า การจัดการความเสี่ยงทำหน้าที่เป็นกลไกส่งผ่านระหว่างความสามารถทางเทคโนโลยีกับผลการดำเนินงาน โดยความสามารถทางเทคโนโลยีมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการจัดการความเสี่ยง และการจัดการความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง ความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดการจัดการความเสี่ยงเชิงระบบที่มองว่าการเข้าถึงข้อมูลที่ถูกต้องและทันเวลาเป็นเงื่อนไขสำคัญของการระบุ ประเมิน และตอบสนองต่อความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยในครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่าบทบาทของเทคโนโลยีใน SMEs มิได้จำกัดอยู่ที่การเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานโดยตรง หากแต่สนับสนุนความสามารถในการบริหารความไม่แน่นอนซึ่งส่งผลต่อผลลัพธ์ขององค์กรในภาพรวม

สำหรับ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ภาวะผู้นำมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยงอย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่อิทธิพลทางตรงต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับปานกลาง อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาอิทธิพลทางอ้อมผ่านตัวแปรส่งผ่านทั้งสอง พบว่าอิทธิพลรวมของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงต่อผลการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ผลดังกล่าวทำให้เห็นว่า ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไม่ได้ส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง แต่ส่งผ่านการสร้างและพัฒนาศักยภาพภายในองค์กร โดยผู้นำมีบทบาทในการกำหนด

ทิศทาง สนับสนุนการนำเทคโนโลยีมาใช้ และพัฒนาระบบการจัดการความเสี่ยง ซึ่งเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรงในบริบทของ SMEs สอดคล้องกับวรรณกรรมด้านภาวะผู้นำที่เสนอว่าบทบาทหลักของผู้นำอยู่ที่การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ การจัดสรรทรัพยากร และการสร้างเงื่อนไขเชิงองค์การที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพภายใน มากกว่าการสร้างผลลัพธ์เชิงผลการดำเนินงานโดยตรง (Jabbour Al Maalouf et al., 2025)

ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า สมมติฐานการวิจัยทั้งหมดได้รับการสนับสนุนอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงทำหน้าที่เป็นปัจจัยตั้งต้นที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยง ซึ่งส่งผ่านอิทธิพลไปสู่ผลการดำเนินงานทั้งทางตรงและทางอ้อม ขณะเดียวกัน ความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยง มีบทบาทสำคัญในฐานะกลไกกลางที่เชื่อมศักยภาพภายในองค์กรเข้ากับผลลัพธ์เชิงผลการดำเนินงาน ผลการศึกษาในครั้งนี้ช่วยยกระดับความเข้าใจเชิงโครงสร้างเกี่ยวกับปัจจัยเชิงกลยุทธ์ที่กำหนดผลการดำเนินงานของ SMEs ในบริบทระดับภูมิภาค และให้หลักฐานเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นฐานในการพัฒนาองค์ความรู้และการประยุกต์เชิงการจัดการในบริบทที่มีความไม่แน่นอนสูงอย่างเป็นระบบ

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ในเชิงโครงสร้าง โดยแสดงให้เห็นว่า ผลการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมไม่ได้เกิดจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งโดยลำพัง หากแต่เป็นผลลัพธ์ของกลไกเชิงสาเหตุที่เชื่อมโยงภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง ความสามารถทางเทคโนโลยี และการจัดการความเสี่ยงเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ผ่านความสัมพันธ์ทั้งทางตรงและทางอ้อมในโมเดลสมการโครงสร้าง ผลการศึกษาชี้ให้เห็นกลไกใหม่เชิงประจักษ์ว่าความสามารถทางเทคโนโลยีทำหน้าที่เป็นตัวกลางหลักในการถ่ายทอดอิทธิพลของภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงไปสู่ผลการดำเนินงาน ขณะที่การจัดการความเสี่ยงมีบทบาทเป็นตัวแปรเชิงโครงสร้างที่ส่งเสริมเสถียรภาพของผลการดำเนินงาน กลไกดังกล่าวยังไม่ถูกอธิบายอย่างชัดเจนในงานวิจัย SMEs ของไทยที่ผ่านมา และช่วยขยายความเข้าใจเชิงทฤษฎีเกี่ยวกับการเชื่อมโยงบทบาทผู้นำเทคโนโลยี และการบริหารความเสี่ยงในบริบทองค์กรขนาดเล็กและขนาดกลาง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยที่พบว่าภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อความสามารถทางเทคโนโลยีและการจัดการความเสี่ยง ผู้บริหาร SMEs ควรใช้บทบาทผู้นำเป็นกลไกกำหนดทิศทางการใช้เทคโนโลยีและการตัดสินใจเชิงความเสี่ยง

1.2 เนื่องจากความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลโดยตรงต่อผลการดำเนินงานสูงที่สุด SMEs ควรมุ่งพัฒนาความสามารถในการใช้เทคโนโลยีเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานและการตัดสินใจ

1.3 ผลการวิจัยชี้ว่าการจัดการความเสี่ยงส่งผลต่อผลการดำเนินงานโดยตรง องค์กรจึงควรจัดการความเสี่ยงในลักษณะเป็นกระบวนการต่อเนื่องในระดับองค์กร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทดสอบโมเดลเดียวกันในบริบทของ SMEs ภาคธุรกิจหรือพื้นที่อื่น เพื่อเปรียบเทียบความสอดคล้องของโครงสร้างความสัมพันธ์

2.2 เนื่องจากความสามารถทางเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อผลการดำเนินงาน งานวิจัยครั้ง

ต่อไปอาจจำแนกมิติของความสามารถทางเทคโนโลยีเพิ่มเติม เพื่อทดสอบว่าองค์ประกอบใดมีบทบาทเชิงโครงสร้างที่แตกต่างกันต่อผลการดำเนินงาน

เอกสารอ้างอิง

ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานภาคเหนือ. (2567). แบงค์ชาติภาคเหนือกับการเสริมศักยภาพ SMEs. https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications-pdf/seminars/regional/northern/2567-2023/2567-seminar/nro-enhancing-sme.pdf.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.). (2568). *PPT สถานการณ์ SME ปี 2568 และแนวโน้มสถานการณ์ ปี 2569.* https://www.sme.go.th/knowledge/บทวิเคราะห์สถานการณ์SME.

Akuku, S. O., Nyang'au, A., & Maobe, A. (2023). Effect of leverage on the financial performance of deposit-taking SACCOs in Kenya. *International Academic Journal of Economics and Finance, 3*(10), 100–117. https://www.iajournals.org/articles/iajef_v3_i10_100_117.pdf.

Ali, H. M., Ranse, J., Roiko, A., & Desha, C. (2024). Developing a healthcare transformational leadership competency framework for disaster resilience and risk management. *International Journal of Disaster Risk Reduction, 113*, 104898. https://doi.org/10.1016/j.ijdrr.2024.104898.

AlNuaimi, B. K., Singh, S. K., Ren, S., Budhwar, P., & Vorobyev, D. (2022). Mastering digital transformation: The nexus between leadership, agility, and digital strategy. *Journal of Business Research, 145*, 636–648. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.03.038.

Apaloo, S., & Bright, D. (2022). The effect of risk management practices on performance of small and medium scale enterprises. *Enterprise Risk Management, 7*(1), 1–16. https://ideas.repec.org/a/mth/ermjnl/v7y2022i1p1.html.

Ardi, A., Djati, S. P., Bernarto, I., Sudibjo, N., Yulianeu, A., Nanda, H. A., & Nanda, K. A. (2020). The relationship between digital transformational leadership styles and knowledge-based empowering interaction for increasing organisational innovativeness. *International Journal of Innovation, Creativity and Change, 11*(3), 259–277. https://www.ijicc.net/images/vol11iss3/11322_Ardi_2020_E_R.pdf.

Bondinuba, F. K., Bondinuba, C. K., Opoku, A., Owusu-Manu, D., & Mittal, M. (2022). Determinants of small and medium construction firms' financial performance. In *Proceedings of the Second International Conference in Mechanical and Energy Technology (ICMET 2021)* (pp. 485–502). Springer Nature Singapore.

Byrne, B. M., Shavelson, R. J., & Muthén, B. (1989). Testing for the equivalence of factor covariance and mean structures: The issue of partial measurement invariance. *Psychological Bulletin, 105*(3), 456–466. https://doi.org/10.1037/0033-2909.105.3.456.

Cuevas-Vargas, H., Lozano-García, J. J., Morales-García, R., & Castaño-Guevara, S. (2023). Transformational leadership and innovation to boost business performance: The case of small Mexican firms *Procedia Computer Science*. 1139-1146. https://doi.org/10.1016/j.procs.2023.08.099.

Ganbold, O., Matsui, Y., & Rotaru, K. (2021). Effect of information technology–enabled supply chain integration on firm's operational performance. *Journal of Enterprise Information Management, 34*(3), 948–989. https://doi.org/10.1108/JEIM-10-2019-0332.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). *Multivariate data analysis* (6th ed). Pearson Prentice Hall.

Hair, J. F., Jr., Sarstedt, M., Hopkins, L., & Kuppelwieser, V. G. (2014). Partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM): An emerging tool in business research. *European Business Review, 26*(2), 106–121. https://doi.org/10.1108/EBR-10-2013-0128.

Ivanov, D., & Dolgui, A. (2020). Viability of intertwined supply networks: Extending the supply chain resilience angles towards survivability—A position paper motivated by COVID-19 outbreak. *International Journal of Production Research, 58*(10), 2904–2915. https://doi.org/10.1080/00207543.2020.1750727.

Jabbour Al Maalouf, N., El Achi, S., & Balouza, M. (2025). Transformational leadership, innovation, and performance of SMEs in Europe. *Cogent Business & Management, 12*(1). https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2473683.

Jun, K., & Lee, J. (2023). Transformational leadership and followers' innovative behavior: Roles of commitment to change and organizational support for creativity. *Behavioral Sciences*, 13(4), 320. https://doi.org/10.3390/bs13040320.

Liu, H., Wu, S., Zhong, C., & Liu, Y. (2020). The sustainable effect of operational performance on financial benefits: Evidence from Chinese quality awards winners. *Sustainability, 12*(5), 1966. https://doi.org/10.3390/su12051966.

Molosiwa, T., & Holland, J. (2025). The impact of financial literacy on the performance of small and medium-sized enterprises (SMEs): A review of literature. *International Journal of Research in Business and Social Science, 14*(3), 320–332. https://doi.org/10.20525/ijrbs.v14i3.4157.

Omoruyi, O., Antwi, A., Mwanza, A., Mabugu, R., & Dakora, E. A. N. (2025). Logistics information technology and its impact on SME network and distribution performance: A structural equation modelling analysis. *Logistics, 9*(4), 142. https://doi.org/10.3390/logistics9040142.

Yang, J., Zheng, G., Peng, M. Y.-P., Hrdinová, N., & Alasmrai, M. A. (2025). From silence to spark: How transformational leadership empowers employee innovation and voice in SMEs. *Acta Psychologica, 261,* Article 105761. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2025.105761.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

อัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน)

Rate of return on endowment life insurance according to personal tax bases of FWD Life Insurance Public Company Limited

ธนดล ขำละม้าย [1] , ศิริขวัญ เจริญวิริยะกุล [2*]
Thanadon Khamlamai [1] , Sirikwan Jaroenwiriyakul [2*]

[1,2] คณะเศรษฐศาสตร์ ศรีราชา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตศรีราชา
[1,2] Faculty of Economics Sriracha, Kasetsart University at Sriracha Campus
Corresponding author's e-mail: Thanadon.kham@ku.th [1], sirikwan.ja@ku.th [2]

Received: February 21, 2026 Revised: March 21, 2026 Accepted: March 26, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ กรณีที่ได้รับยกเว้นภาษีตามฐานภาษีและกรณีที่เสียอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาร้อยละ 5 – 35 โดยการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนจากการทำประกันชีวิต แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) เป็นระยะเวลาเอาประกัน ถึงอายุ 77 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 7 ปี และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) เป็นระยะเวลาเอาประกัน ถึงอายุ 85 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกัน 8 ปี ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) วิธีการศึกษาโดยใช้อัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุน เป็นเกณฑ์ในการพิจารณา ผลการศึกษาพบว่า อัตราผลตอบแทนของการทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ มีอัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนจะเพิ่มสูงขึ้นตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา และจากผลการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนภายในของการทำประกันชีวิตระหว่างแบบประกันประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) พบว่า ผู้ลงทุนทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเหมาะสมในการเลือกลงทุนที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ กรณีได้รับการยกเว้นภาษีและผู้เสียภาษีในอัตราต่ำ ในช่วงอายุ 22 – 47 ปี เหมาะสมกับการลงทุนในแบบประกันคุ้มค่า (85/8) ขณะที่ช่วงอายุ 47 ปี ขึ้นไป เหมาะสมกับแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) สำหรับผู้เสียภาษีในอัตราปานกลางถึงสูง แนวโน้มการลงทุนจะเปลี่ยนไป โดยแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) มีความเหมาะสมมากขึ้นในหลากหลายช่วงอายุ และในกรณีผู้เสียภาษีอัตราร้อยละ 35 ขึ้นไป แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) ให้ความคุ้มค่ามากกว่า เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าแบบประกันคุ้มค่า (85/8)

คำสำคัญ: ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์, อัตราผลตอบแทนภายใน, อัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา, ประกันทริปเปิ้ลเซเว่น, ประกันคุ้มค่า

Abstract

The objective of this research is to examine the rates of return on endowment life insurance policies, comparing two scenarios: tax-exempt cases and personal income tax brackets ranging from 5 to 35 percent. The study compares the "Triple Seven" (77/7) plan, which provides coverage until age 77 with a 7-year premium payment period, and the "Khum Kha" (85/8) plan, which provides coverage until age 85 with an 8-year premium payment period, offered by FWD Life Insurance Public Company Limited. This study utilized the Internal Rate of Return (IRR) as the primary criterion for financial analysis. The results indicate that the IRR of these endowment life insurance policies increase in correlation with the personal income tax brackets. Furthermore, a comparison between the two insurance plans reveals that for both male and female investors, the optimal investment choice varies by age and tax status. For tax-exempt individuals and those in lower tax brackets, the "Khum Kha" (85/8) plan is more suitable for the 22–47 age group, whereas the "Triple Seven" (77/7) plan is more appropriate for those older than 47. Conversely, for investors in medium to high tax brackets, the investment trend shifts, making the "Triple Seven" (77/7) plan more suitable across a broader range of ages. Notably, for those in the 35 percent tax bracket and above, the "Triple Seven" (77/7) plan offers greater value, as it yields a higher IRR compared to the "Khum Kha" (85/8) plan.

Keywords: endowment insurance, personal income tax, internal rate of return, Triple Seven plan, Khum Kha plan

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่สำคัญ เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยอย่างสมบูรณ์ตั้งแต่ปี พ.ศ. 2566 ด้วยสัดส่วนประชากรกลุ่มผู้สูงอายุ 60 ปี ขึ้นไป คิดเป็นร้อยละ 20 ของประชากรทั้งหมด ขณะเดียวกันอัตราการเกิดที่ลดลงอย่างต่อเนื่องการเปลี่ยนแปลงนี้ส่งผลให้เกิดความท้าทาย และประชากรไทยจำนวนมากที่เข้าสู่สังคมผู้สูงวัยไม่มีความพร้อมทางการเงินที่เพียงพอ (สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ, 2567) ดังนั้นการวางแผนทางการเงินโดยเฉพาะในรูปแบบประกันเริ่มมีความสำคัญเป็นอย่างมากท่ามกลางภาวะเศรษฐกิจที่มีความผันผวนและอัตราเงินเฟ้อที่ส่งผลกระทบต่อกำลังซื้อของประชาชน

ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ถือเป็นเครื่องมือทางการเงินที่มีความสำคัญในสถานการณ์ดังกล่าว การเปลี่ยนแปลงนี้ทำให้ประชาชนเริ่มตระหนักถึงความมั่นคงทางการเงินสำหรับอนาคต โดยเฉพาะเรื่องการออมเงินระยะยาว ซึ่งประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์เป็นเครื่องมือทางการเงินที่ผสมผสานระหว่างการออมและการคุ้มครองไว้ด้วยกัน เป็นเครื่องมือที่ช่วยสร้างวินัยการออมอย่างเป็นระบบ เสมือนการบังคับออมโดยต้องชำระเบี้ยประกันอย่างสม่ำเสมอ แต่การทำประกัน ยังถือเป็นสิ่งที่อยู่ไกลตัวสำหรับประชาชนส่วนใหญ่ เนื่องจากเป็นการตัดสินใจที่ซับซ้อนและขาดความรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับผลประโยชน์และผลตอบแทนของการทำประกัน รวมถึงการมองข้ามความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในชีวิตประจำวัน เช่น ความเจ็บป่วย อุบัติเหตุ การทุพพลภาพ หรือการเสียชีวิต ซึ่งล้วนส่งผลกระทบต่อความมั่นคงทางเศรษฐกิจของครอบครัว (บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน), 2568) ทั้งนี้

ผลประโยชน์ของการทำประกันชีวิต เป็นสิ่งที่ให้บทบาทสำคัญในฐานะเครื่องมือบริหารความเสี่ยงทางการเงิน โดยช่วยให้ผู้เอาประกันหรือครอบครัวได้รับความคุ้มครองทางการเงินเมื่อเกิดเหตุไม่คาดคิด อีกทั้งยังส่งเสริมให้เกิดวินัยทางการเงิน เนื่องจากผู้เอาประกันต้องชำระค่าเบี้ยอย่างต่อเนื่องตามเงื่อนไขในกรมธรรม์ ทำให้เกิดการออมอย่างเป็นระบบ พร้อมทั้งได้รับผลตอบแทนในรูปแบบเงินเวนคืนหรือเงินสะสมตามช่วงเวลาที่กำหนด (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2567) ผู้บริโภคมักให้ความสำคัญกับ เงินคืนรายปีหรือผลประโยชน์ตอบแทนที่ระบุไว้ในกรมธรรม์ โดยไม่ได้คำนึงถึงอัตราผลตอบแทนภายใน (Internal Rate of Return: IRR) ที่แท้จริง ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่สะท้อนมูลค่าของเงินตามเวลาได้แม่นยำกว่า นอกจากนี้ตัวแปรสำคัญที่มักถูกมองข้ามคือ ฐานภาษีส่วนบุคคลของผู้ซื้อประกัน เนื่องจากผู้ที่มีรายได้แตกต่างกันจะได้รับผลประโยชน์จากการลดหย่อนภาษีในอัตราที่แตกต่างกัน ส่งผลให้กรมธรรม์เล่มเดียวกันสามารถให้ความคุ้มค่าที่แตกต่างกันไปในแต่ละบุคคล

การศึกษาอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ที่เสนอขายผ่านธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) เป็นการศึกษาอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในรูปแบบประกันชีวิต ซึ่งใช้เครื่องมือทางการเงินช่วยให้พนักงานของธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด (มหาชน) สามารถทราบถึงอัตราผลตอบแทนตามฐานภาษีและช่วงอายุของแต่ละบุคคล และสามารถเปรียบเทียบได้ว่าการทำประกันชีวิตรูปแบบใด ที่ทำให้เกิดประโยชน์และเกิดความคุ้มค่าทางการเงินให้แก่นักลงทุนมากที่สุด เพื่อให้การเสนอขายประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์มีประสิทธิภาพมากที่สุด และเพื่อให้สามารถตัดสินใจได้อย่างสะดวกและรวดเร็วมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนของประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล

การทบทวนวรรณกรรม

การวิเคราะห์ความเป็นไปได้ของโครงการ

การวิเคราะห์และการประเมินโครงการ คือ กระบวนการรวบรวมวิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูลที่เกี่ยวข้องในระหว่างมีกับไม่มีโครงการ ที่เน้นการคาดคะเนถึงผลที่จะเกิดขึ้นจากการมีโครงการ แล้วพิจารณาตัดสินว่าสมควรจะดำเนินงานตามโครงการนั้นหรือไม่ เมื่อศึกษาความเป็นไปได้เบื้องต้นของโครงการแล้วขั้นตอนต่อมา คือ การศึกษาความเป็นไปได้โดยละเอียด โดยการศึกษาและการจัดทำเอกสารที่ประกอบด้วยข้อมูลต่าง ๆ ที่จำเป็นที่แสดงถึงเหตุผลสนับสนุน ความถูกต้องสมบูรณ์ของโครงการ โดยโครงการที่ดีคือโครงการที่สามารถนำไปปฏิบัติได้จริง และเมื่อปฏิบัติแล้วจะให้ผลประโยชน์ตอบแทนคุ้มค่าต่อการลงทุน การศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการมีวัตถุประสงค์ให้ผู้ตัดสินใจมีข้อมูลพื้นฐานเพียงพอว่าจะตัดสินใจจะลงทุนในโครงการนั้นหรือไม่ ซึ่งการศึกษาความเป็นไปได้ของโครงการจะประกอบไปด้วยการศึกษาในด้านต่าง ๆ ดังนี้ (ชูชีพ พิพัฒน์ศิถี, 2554)

การวิเคราะห์โครงการด้านการเงิน

การวิเคราะห์ทางการเงิน คือ การดำเนินการเพื่อประเมินว่าโครงการนั้นมีกำไรทางธุรกิจหรือไม่ เป็นกระบวนการประเมินศักยภาพของโครงการ เพื่อการวิเคราะห์ถึงผลประโยชน์และค่าใช้จ่ายที่อยู่ในรูปแบบของตัวเงินของโครงการเท่านั้น โดยผลประโยชน์อยู่ในรูปกระแสเงินสดของรายได้และค่าใช้จ่าย หรือต้นทุนอยู่ในรูปของการลงทุนเริ่มแรกและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานที่สูญเสียไป ไม่ว่าจะเป็นโครงการลงทุนของเอกชนหรือภาครัฐก็ต้องวิเคราะห์ทางการเงินเสมอ เพื่อกำหนดผลกระทบของการลงทุนที่มีต่อตัวผู้ลงทุนหรือหน่วยงานต่าง ๆ (ประสิทธิ์

ตงยิ่งศิริ, 2542; Ang et al., 2012)

การศึกษาอัตราผลตอบแทนในประกันชีวิต

การศึกษาอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิต แบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล กรณีศึกษาของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) จะใช้มูลค่าของต้นทุนและผลประโยชน์ของผู้เอาประกันในรูปแบบของอัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุน เป็นเกณฑ์การศึกษา โดยพิจารณาจากเกณฑ์อัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนทำประกันชีวิต (Internal Rate Return: IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่ผู้สนใจลงทุนจะได้รับเฉลี่ยต่อปีเป็นร้อยละจากการลงทุนทำประกันชีวิต

จากผลงานการวิจัยที่เกี่ยวข้อง เกี่ยวกับการศึกษาความเป็นไปได้ในการลงทุนของ (กวิสรา นันทยา และคณะ, 2566; ฮาซียะห์ ดอรอแซ และคณะ, 2563) พบว่าผลการวิจัยที่เกี่ยวข้องดังที่กล่าวมา ได้ทำการศึกษาทฤษฎีด้านการวิเคราะห์โครงการ และใช้เครื่องมือในการวิเคราะห์ข้อมูลและความเป็นไปได้ของโครงการที่มีความใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะการศึกษาความเป็นไปได้ทางด้านการเงิน จึงสามารถนำมาใช้เป็นแนวคิดในการศึกษาอัตราผลตอบแทนแบบประกันสะสมทรัพย์ ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ตามฐานภาษีของบุคคล เนื่องจากโครงการที่ใช้เงินลงทุนเทียบกับผลประโยชน์ของภาษี เช่นเดียวกับผลงานวิจัยที่ได้ทำการศึกษา อีกทั้งมีการวิเคราะห์ความเป็นไปได้ทางด้านการเงินที่เหมาะสม

รูปแบบประกันชีวิต

รูปแบบของประกันชีวิตสามารถแบ่งออกเป็น 5 ประเภท มีรายละเอียดดังนี้ (สมาคมประกันชีวิตไทย, 2555)

1) ประกันชีวิตแบบบำนาญ ซึ่งออกแบบมาเพื่อสร้างรายได้สม่ำเสมอหลังเกษียณอายุ โดยจ่ายเงินเป็นรายงวดตามที่กำหนดไว้ในกรมธรรม์

2) ประกันชีวิตแบบคุ้มครองชั่วระยะเวลา ซึ่งให้ความคุ้มครองเฉพาะช่วงเวลาที่กำหนด มีอัตราเบี้ยประกันที่ต่ำกว่าแบบสะสมทรัพย์ แต่ไม่มีมูลค่าเงินสดสะสม

3) ประกันชีวิตแบบตลอดชีพ ซึ่งให้ความคุ้มครองตลอดชีวิตของผู้เอาประกัน มีการสะสมมูลค่าเงินสดที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง และมีอัตราเบี้ยประกันที่คงที่ตลอดอายุสัญญา

4) ประกันชีวิตแบบยูนิตลิงค์ ซึ่งผสมผสานระหว่างการให้ความคุ้มครองชีวิตกับการลงทุนในหน่วยลงทุน โดยผู้เอาประกันสามารถเลือกกองทุนลงทุนได้เองตามความเสี่ยงที่ยอมรับได้ และผลตอบแทนจะขึ้นอยู่กับผลการดำเนินงานของกองทุนที่เลือก

5) ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ซึ่งมีลักษณะเป็นทั้งการให้ความคุ้มครองชีวิตและการออมเงิน โดยกรมธรรม์จะมีมูลค่าเงินสดสะสมที่เพิ่มขึ้นตามระยะเวลา และผู้เอาประกันจะได้รับเงินคืนพร้อมผลประโยชน์เมื่อครบกำหนดสัญญา

รูปแบบประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

1) แบบประกันสะสมทรัพย์ทริปเปิ้ล เซเว่น 77/7

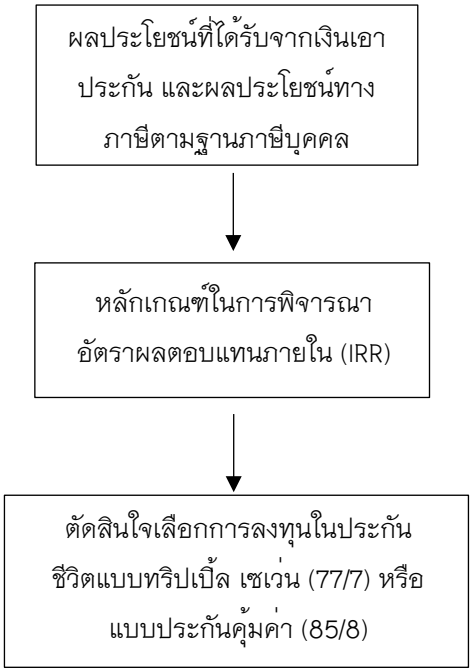
แบบประกันสะสมทรัพย์ทริปเปิ้ล เซเว่น ระยะเวลาเอาประกันภัย ถึงอายุ 77 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 7 ปี จะชำระเบี้ยในอัตราคงที่ทุกทุนประกันตามแต่ละช่วงอายุและเพศ โดยอายุที่รับประกัน 1 – 60 ปี งวดการชำระเบี้ยแบ่งเป็น รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 50,000 บาท ถึง 10,000,000 บาท (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568a)

2) แบบประกันสะสมทรัพย์คุ้มค่า 85/8

แบบประกันสะสมทรัพย์คุ้มค่า 85/8 ระยะเวลาเอาประกันภัย ถึงอายุ 85 ปี ระยะเวลาชำระเบี้ยประกันภัย 8 ปี จะชำระเบี้ยประกันในอัตราคงที่ทุกทุนประกันตามแต่ละช่วงอายุและเพศ โดยอายุที่รับประกัน 1 – 65 ปี งวดการชำระเบี้ยแบ่งเป็น รายปี ราย 6 เดือน ราย 3 เดือน และรายเดือน จำนวนเงินเอาประกันภัยขั้นต่ำ 50,000 บาท ถึง 50,000,000 บาท (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568b)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการตรวจเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาอัตราผลตอบแทนของกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) เพื่อประยุกต์ใช้ในการศึกษาวิจัย ควรพิจารณาปัจจัยทางเศรษฐกิจ โดยสามารถแสดงกรอบแนวคิดในการศึกษา ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณและเก็บข้อมูลแบบทุติยภูมิ (secondary data) เพื่อให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผู้วิจัยจึงแบ่งการวิเคราะห์ผลของงานวิจัยแบ่งเป็น 2 ส่วน ได้แก่ การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเพื่อศึกษาการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) โดยทำการศึกษาเพศ อายุ และฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของผู้เอาประกัน คือ เพศชาย เพศหญิง อายุ 22–60 ปี กรณีได้รับการยกเว้นภาษี และอัตราภาษีต่ำสุดจนถึงอัตราภาษีสูงสุด (ธนาคารไทยพาณิชย์, 2568a; 2568b)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การคำนวณผลตอบแทนของการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ ตามฐานภาษีของบุคคล จะมุ่งเน้นที่การวิเคราะห์โครงการด้านการเงิน กล่าวคือ การดำเนินการเพื่อประเมินว่าโครงการนั้นมีกำไรทางธุรกิจหรือไม่ เป็นกระบวนการประเมินศักยภาพของโครงการ เพื่อการวิเคราะห์ถึงผลประโยชน์และค่าใช้จ่ายที่อยู่ในรูปแบบของตัวเงินของโครงการเท่านั้น โดยผลประโยชน์อยู่ในรูปกระแสเงินสดของรายได้และค่าใช้จ่ายหรือต้นทุนอยู่ในรูปของการลงทุนเริ่มแรกและค่าใช้จ่ายการดำเนินงานที่สูญเสียไป โดยจะใช้วิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการลงทุนเป็นเกณฑ์ชี้วัดในการศึกษา ซึ่งต้นทุนในการลงทุนของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ค่าเบี้ยประกันชีวิต ที่ผู้เอาประกันต้องชำระให้กับทางบริษัทที่รับประกันชีวิตเป็นรายปี ส่วนผลประโยชน์หรือผลตอบแทนของการลงทุน ประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่หนึ่งเงินคืนตามกรมธรรม์ และส่วนที่สองผลประโยชน์ทางภาษีที่ผู้เอาประกันได้รับจากการนำไปลดหย่อนภาษี ซึ่งจะถูกนำมาคำนวณ

อัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนทำประกันชีวิต (Internal Rate Return: IRR) คือ อัตราผลตอบแทนที่นักลงทุนจะได้รับเฉลี่ยต่อปีเป็นร้อยละจากการลงทุนทำประกันชีวิต ดังนี้

$$\text{NPV} = \Sigma_{t=0}^{n} \frac{\text{NB}_t}{(1+\text{IRR})^t} - \Sigma_{t=0}^{n} \frac{\text{NB}_t}{(1+\text{IRR})^t} = 0$$

NPV = มูลค่าปัจจุบันสุทธิ (บาท)

NB_t = ผลตอบแทนสุทธิจากการลงทุนในการทำประกัน ณ ปีที่ t (บาท)

IC_t = ต้นทุนในการลงทุนของทำประกันชีวิต ณ ปีที่ t (บาท)

IRR = อัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนทำประกันชีวิต (ร้อยละ)

t = ระยะเวลาของการลงทุนทำประกันชีวิต (0,1,2,...,n)

n = อายุการลงทุนทำประกันชีวิต (ปี)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลใช้วิธีรวบรวมข้อมูลแบบทุติยภูมิจากบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) และเอกสารที่เกี่ยวข้อง โดยทำการเก็บข้อมูลด้านสิทธิประโยชน์ทางภาษีประกันชีวิตรูปแบบสะสมทรัพย์ โดยนำข้อมูลเบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระต่อปีมาเปรียบเทียบอัตราภาษีแบบก้าวหน้า โดยใช้วิธีการคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในจากการรวบรวมรายงาน หนังสือทางวิชาการ วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากกระทรวงพาณิชย์ ธนาคารแห่งประเทศไทย สำนักงานสถิติแห่งชาติ สำนักคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย และสมาคมประกันชีวิตไทย ในการศึกษาครั้งนี้วิเคราะห์อัตราผลตอบแทนของการลงทุนในการทำประกันชีวิต โดยจำแนกตามช่วงอายุของผู้เอาประกัน ศึกษาอัตราผลตอบแทนที่เกิดขึ้นจากการลงทุนในรูปแบบประกัน โดยใช้เครื่องมือทางการเงิน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา เป็นการอธิบายข้อมูลเกี่ยวกับลักษณะของผลิตภัณฑ์แต่ละรูปแบบความคุ้มครองและผลประโยชน์ อัตราเบี้ยประกันภัย ระยะเวลาเอาประกันภัย ระยะเวลาชำระเบี้ย จำนวนเงินเอาประกันภัย ของแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น และแบบประกันคุ้มค่า โดยการศึกษาเบี้ยประกันชีวิตที่ต้องชำระต่อปีคำนวณจากจำนวนเงินเอาประกันภัยคูณอัตราเบี้ยประกันต่อ 1,000 บาท กรณีฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาซึ่งมีรูปแบบการจัดเก็บภาษีแบบอัตราก้าวหน้า และการวิเคราะห์เชิงปริมาณ เป็นการคำนวณอัตราผลตอบแทนของการทำ

ประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ตามฐานภาษีระดับต่าง ๆ ของบุคคล โดยใช้วิธีคำนวณอัตราผลตอบแทนภายในของโครงการลงทุนเป็นเกณฑ์ชี้วัดในการศึกษา ซึ่งต้นทุนในการลงทุนของการศึกษาในครั้งนี้ คือ ค่าเบี้ยประกันชีวิตที่ผู้เอาประกันต้องชำระให้กับทางบริษัทประกันเป็นรายปี ส่วนของผลประโยชน์ ประกอบด้วย เงินคืนตามกรมธรรม์ซึ่งจะได้รับในกรณีที่ผู้เอาประกันชำระเบี้ยประกันจนครบกำหนดอายุสัญญา และส่วนผลประโยชน์ทางภาษีที่ผู้เอาประกันได้รับจากการนำไปลดหย่อนภาษี

ศึกษาการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) โดยทำการเปรียบเทียบผลตอบแทนของแบบประกันตามช่วงอายุ อายุ 22–60 ปี กรณีได้รับการยกเว้นภาษีตามฐานเงินได้บุคคลธรรมดา อัตราภาษีร้อยละ 5 อัตราภาษีร้อยละ 10 อัตราภาษีร้อยละ 15 อัตราภาษีร้อยละ 20 อัตราภาษีร้อยละ 25 อัตราภาษีร้อยละ 30 และอัตราภาษีร้อยละ 35

ผลการวิจัย

1. กรณีผลตอบแทนของการทำประกันชีวิต

ผลตอบแทนของการทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ซึ่งสามารถแบ่งผลการศึกษาได้ 2 รูปแบบ ดังนี้

แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่ต้องชำระแบ่งตามอายุ 22–60 ปี เท่ากันทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยอัตราผลตอบแทนของการลงทุนทำประกันชีวิตจะเพิ่มสูงขึ้น ตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ผู้เอาประกันต้องชำระ และจะได้รับความคุ้มค่าในการลงทุนทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์เมื่อพิจารณาถึงผลประโยชน์ทางภาษี กรณีที่ผู้เอาประกันอยู่ครบกำหนดสัญญาตามกรมธรรม์

แบบประกันคุ้มค่า (85/8) เมื่อผู้เอาประกันอยู่ครบกำหนดสัญญาในกรมธรรม์ เบี้ยประกันที่ต้องชำระแบ่งตามอายุ 22–60 ปี เท่ากันทั้งเพศชายและเพศหญิง อัตราผลตอบแทนของการลงทุนทำประกันชีวิตจะเพิ่มสูงขึ้น ตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ผู้เอาประกันต้องชำระ ถ้าผู้ที่สนใจลงทุนทำประกันตั้งแต่อายุยังน้อย ยิ่งได้รับผลตอบแทนของการลงทุนมากขึ้น

2. กรณีเปรียบเทียบผลตอบแทนของการทำประกันชีวิต

เปรียบเทียบผลตอบแทนของการทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ บริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) ระหว่างแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) กรณีผู้เอาประกันมีอายุ 22–60 ปี เพศชายและเพศหญิง ทุนประกัน 100,000 บาท เนื่องจากเป็นเบี้ยประกันสูงสุดตามที่กฎหมายกำหนด ชี้วัดในการศึกษามีรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 เปรียบเทียบผลตอบแทนกรณีผู้เอาประกันมีช่วงอายุ 22–60 ปี ทุน 100,000 บาท (อัตราภาษี ยกเว้น–ร้อยละ 15)

	อัตราภาษี (ร้อยละ)							
	ยกเว้น		5		10		15	
อายุ	ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)
22	1.712	1.802	1.888	1.946	2.053	2.101	2.231	2.268
23	1.738	1.793	1.894	1.938	2.061	2.094	2.241	2.263
24	1.742	1.787	1.899	1.933	2.069	2.090	2.251	2.261
25	1.746	1.775	1.906	1.922	2.077	2.081	2.262	2.252
26	1.750	1.768	1.912	1.917	2.086	2.077	2.273	2.250
27	1.755	1.762	1.919	1.912	2.095	2.074	2.284	2.248
28	1.759	1.755	1.926	1.907	2.104	2.070	2.297	2.247
29	1.764	1.749	1.933	1.902	2.114	2.067	2.309	2.245
30	1.769	1.742	1.941	1.897	2.125	2.064	2.323	2.244
31	1.633	1.735	1.806	1.892	1.990	2.061	2.188	2.243
32	1.637	1.728	1.812	1.887	1.999	2.058	2.201	2.242
33	1.640	1.722	1.818	1.882	2.009	2.055	2.214	2.241
34	1.643	1.714	1.825	1.877	2.019	2.052	2.227	2.240
35	1.647	1.707	1.832	1.872	2.029	2.049	2.242	2.240
36	1.651	1.703	1.839	1.871	2.041	2.050	2.257	2.243
37	1.655	1.699	1.847	1.869	2.052	2.051	2.273	2.247
38	1.659	1.695	1.855	1.868	2.065	2.052	2.290	2.251
39	1.664	1.691	1.864	1.866	2.078	2.054	2.308	2.256
40	1.669	1.687	1.873	1.865	2.092	2.055	2.327	2.260
41	1.632	1.683	1.841	1.864	2.064	2.057	2.304	2.265
42	1.637	1.678	1.851	1.862	2.079	2.059	2.324	2.271
43	1.642	1.674	1.861	1.861	2.095	2.062	2.346	2.277
44	1.647	1.669	1.872	1.860	2.112	2.064	2.369	2.284
45	1.652	1.665	1.883	1.859	2.130	2.067	2.394	2.291
46	1.658	1.664	1.896	1.862	2.149	2.075	2.421	2.303
47	1.664	1.663	1.909	1.866	2.170	2.082	2.450	2.315
48	1.671	1.662	1.923	1.869	2.192	2.091	2.481	2.328
49	1.678	1.661	1.939	1.873	2.217	2.100	2.514	2.343
50	1.686	1.660	1.956	1.877	2.243	2.109	2.551	2.358

ตาราง 1 (ต่อ)

	อัตราภาษี (ร้อยละ)							
	ยกเว้น		5		10		15	
อายุ	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)
51	1.607	1.659	1.886	1.882	2.182	2.120	2.500	2.375
52	1.613	1.659	1.902	1.887	2.210	2.131	2.540	2.392
53	1.620	1.658	1.921	1.892	2.241	2.143	2.583	2.411
54	1.627	1.662	1.941	1.903	2.274	2.161	2.631	2.437
55	1.635	1.656	1.963	1.910	2.312	2.175	2.685	2.459
56	1.644	1.660	1.988	1.917	2.353	2.190	2.744	2.483
57	1.654	1.665	2.015	1.930	2.400	2.213	2.810	2.515
58	1.666	1.665	2.046	1.939	2.452	2.231	2.885	2.544
59	1.679	1.670	2.082	1.954	2.511	2.257	2.969	2.581
60	1.632	1.683	2.122	1.965	2.578	2.280	3.066	2.616

ตาราง 2 เปรียบเทียบผลตอบแทนกรณีผู้เอาประกันมีช่วงอายุ 22–60 ปี ทุน 100,000 บาท (อัตราภาษี ร้อยละ 20 – ร้อยละ 35)

	อัตราภาษี (ร้อยละ)							
	20		25		30		35	
อายุ	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)
22	2.424	2.451	2.636	2.651	2.869	2.873	3.128	3.120
23	2.436	2.447	2.650	2.648	2.886	2.871	3.147	3.120
24	2.449	2.446	2.665	2.649	2.903	2.873	3.168	3.124
25	2.462	2.439	2.681	2.643	2.922	2.869	3.189	3.121
26	2.476	2.438	2.698	2.644	2.941	2.872	3.212	3.125
27	2.490	2.438	2.715	2.646	2.962	2.875	3.235	3.130
28	2.505	2.438	2.733	2.648	2.983	2.879	3.260	3.136
29	2.521	2.439	2.752	2.650	3.005	2.883	3.285	3.142
30	2.537	2.439	2.771	2.653	3.028	2.888	3.312	3.149
31	2.403	2.440	2.637	2.656	2.893	2.893	3.176	3.157
32	2.419	2.441	2.656	2.659	2.916	2.899	3.204	3.165

ตาราง 2 (ต่อ)

อายุ	อัตราภาษี (ร้อยละ)							
	20		25		30		35	
	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)	ทริปเปิ้ลเซเว่น (77/7)	คุ้มค่า (85/8)
33	2.436	2.443	2.677	2.663	2.941	2.905	3.233	3.174
34	2.453	2.445	2.698	2.667	2.967	2.912	3.263	3.183
35	2.471	2.447	2.721	2.672	2.994	2.920	3.295	3.194
36	2.491	2.453	2.745	2.681	3.022	2.931	3.329	3.209
37	2.511	2.459	2.770	2.690	3.053	2.944	3.365	3.225
38	2.533	2.466	2.796	2.701	3.085	2.958	3.402	3.242
39	2.556	2.474	2.825	2.712	3.119	2.972	3.443	3.260
40	2.580	2.482	2.855	2.723	3.155	2.987	3.485	3.279
41	2.562	2.491	2.842	2.735	3.147	3.004	3.483	3.300
42	2.588	2.500	2.874	2.749	3.187	3.021	3.530	3.322
43	2.616	2.510	2.909	2.763	3.229	3.040	3.581	3.345
44	2.646	2.521	2.947	2.778	3.275	3.059	3.634	3.370
45	2.679	2.532	2.987	2.794	3.323	3.081	3.692	3.396
46	2.713	2.549	3.030	2.816	3.375	3.107	3.754	3.429
47	2.751	2.566	3.076	2.839	3.431	3.136	3.821	3.464
48	2.791	2.585	3.126	2.863	3.492	3.167	3.892	3.501
49	2.834	2.605	3.180	2.889	3.557	3.199	3.970	3.540
50	2.881	2.626	3.239	2.917	3.628	3.234	4.054	3.582
51	2.841	2.649	3.210	2.947	3.611	3.271	4.049	3.628
52	2.894	2.674	3.276	2.979	3.692	3.311	4.146	3.676
53	2.951	2.700	3.349	3.013	3.780	3.354	4.253	3.728
54	3.015	2.734	3.429	3.055	3.878	3.406	4.370	3.790
55	3.085	2.765	3.517	3.096	3.987	3.456	4.500	3.851
56	3.163	2.798	3.616	3.139	4.107	3.510	4.644	3.917
57	3.251	2.840	3.726	3.192	4.242	3.575	4.805	3.994
58	3.349	2.880	3.850	3.244	4.394	3.639	4.987	4.072
59	3.461	2.930	3.991	3.306	4.566	3.715	5.194	4.163
60	3.589	2.978	4.152	3.369	4.763	3.793	5.430	4.257

จากตาราง 1 และตาราง 2 พบว่าผลตอบแทนของการทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ของบริษัท เอฟดับบลิวดี ประกันชีวิต จำกัด (มหาชน) แบ่งออกเป็น 2 รูปแบบดังนี้ แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) มีอัตราค่าเบี้ยประกันที่ต้องชำระแบ่งตามอายุ 22–60 ปี เท่ากันทั้งเพศชายและเพศหญิง โดยอัตราผลตอบแทนของการลงทุนทำประกันชีวิตจะเพิ่มสูงขึ้น ตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ผู้เอาประกันต้องชำระ และจะได้รับความคุ้มค่าในการลงทุนทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ เมื่อพิจารณาถึงผลประโยชน์ทางภาษีเมื่อผู้เอาประกันอยู่ครบกำหนดสัญญาตามกรมธรรม์ และแบบประกันคุ้มค่า (85/8) เมื่อผู้เอาประกันอยู่ครบกำหนดสัญญาในกรมธรรม์ เบี้ยประกันที่ต้องชำระแบ่งตามอายุ 22–60 ปี เท่ากันทั้งเพศชายและเพศหญิง อัตราผลตอบแทนของการลงทุนทำประกันชีวิตจะเพิ่มสูงขึ้น ตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาที่ผู้เอาประกันต้องชำระ ถ้าผู้ที่สนใจลงทุนทำประกันตั้งแต่อายุยังน้อยยิ่งได้รับผลตอบแทนของการลงทุนมากขึ้น

การอภิปรายผล

เมื่อพิจารณาการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนทำประกันชีวิตประเภทสะสมทรัพย์ พบว่า มีอัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนจะเพิ่มสูงขึ้นตามอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา โดยมีความคุ้มค่าในการลงทุนพิจารณาถึงประโยชน์ทางภาษี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ (กวิสรา นันทยา และคณะ, 2566; ฮาซียะห์ ดอรอแซ และคณะ, 2563) และจากผลการเปรียบเทียบอัตราผลตอบแทนภายในของการทำประกันชีวิตระหว่างแบบประกันคุ้มค่า (85/8) และแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) พบว่า ผู้ลงทุนทั้งเพศชายและเพศหญิง กรณีได้รับการยกเว้นภาษี อายุ 22 – 26 ปี และอายุ 31 – 47 ปี และอายุ 51 – 57 ปี ควรลงทุนแบบคุ้มค่า (85/8) กรณีได้รับการยกเว้นภาษี อายุ 28 – 30 ปี และอายุ 48 – 49 ปี และอายุ 58 – 60 ปี ควรลงทุนแบบทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) กรณีเสียภาษีอัตราร้อยละ 5 อายุ 22 – 26 ปี และอายุ 31 – 43 ปี ควรลงทุนแบบคุ้มค่า (85/8) กรณีเสียภาษีอัตราร้อยละ 5 อายุ 27 – 30 ปี และอายุ 40 ปี และอายุ 44 – 60 ปี ควรลงทุนแบบทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) กรณีเสียภาษีอัตราร้อยละ 10 อายุ 22 – 25 ปี และอายุ 31 – 36 ปี ควรลงทุนแบบลงทุนแบบคุ้มค่า (85/8) กรณีเสียภาษีอัตราร้อยละ 15 ขึ้นไป และอายุมากกว่า 37 – 50 ปี ควรลงทุนแบบทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) นอกจากนี้ ผู้เสียภาษีอัตราร้อยละ 30 อายุ 22 ปี ควรลงทุนในแบบประกันคุ้มค่า (85/8) แต่หากมีอายุ 23–60 ปี ควรลงทุนในแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และสำหรับผู้เสียภาษีอัตราร้อยละ 35 ขึ้นไป พบว่าแบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) มีความเหมาะสมมากกว่า เนื่องจากให้อัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าแบบประกันคุ้มค่า (85/8) กรณีผู้ลงทุนที่มีอายุน้อย จะได้รับผลตอบแทนภายในจากการทำประกันชีวิตสูงกว่านักลงทุนที่มีอายุมาก กรณีที่รายได้อยู่ในเกณฑ์ยกเว้นภาษี ดังนั้นนักลงทุนควรวางแผนการเงินในรูปแบบประกันชีวิต ประเภทสะสมทรัพย์ตั้งแต่เริ่มมีรายได้ และอยู่ในเกณฑ์ได้รับยกเว้นภาษีจนถึงเกณฑ์ที่จะต้องเสียภาษีเงินได้บุคคลธรรมดา เพื่อจะได้ประโยชน์ทางภาษีและได้รับผลตอบแทนภายในจากการทำประกันชีวิตสูงเพิ่มขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ทำให้ทราบว่าผู้บริโภคตะหนักรู้ ว่าควรตัดสินใจซื้อแผนประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ในรูปแบบใด ถึงจะเหมาะสมกับช่วงอายุ และฐานภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาของตนเอง และทราบถึงอัตราผลตอบแทนภายใน (IRR) ที่แท้จริง ของแต่ละแผนประกัน ซึ่งในการศึกษานี้องค์ความรู้ที่ค้นพบ คือ ผู้ลงทุนทั้งเพศชายและเพศหญิง มีความเหมาะสมในการเลือกลงทุนที่แตกต่างกันตามช่วงอายุ กรณีได้รับการยกเว้นภาษีและผู้เสียภาษีในอัตราต่ำ ในช่วงอายุ 22 – 47 ปี เหมาะสมกับการลงทุนในแบบประกันคุ้มค่า (85/8) ขณะที่ช่วงอายุ 47 ปี ขึ้นไป

แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) และในกรณีผู้เสียภาษีอัตราร้อยละ 35 (ฐานภาษีสูงสุด) แบบประกันทริปเบิ้ล เซเว่น (77/7) ให้ความคุ้มค่ามากกว่า เนื่องจากมีอัตราผลตอบแทนภายในสูงกว่าแบบประกันคุ้มค่า (85/8)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 กรณีที่ผู้เอาประกันมีวัตถุประสงค์หลักของการทำประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์ โดยเน้นที่อัตราผลตอบแทนจากการลงทุน ผู้เอาประกันควรเลือกลงทุนในแบบประกันสะสมทรัพย์ ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7) เพราะเมื่อคำนึงถึงอัตราผลตอบแทนตามแต่ละฐานภาษีแล้วนั้น แบบประกันดังกล่าวให้อัตราผลตอบแทนจากการลงทุนมากกว่าแบบประกันสะสมทรัพย์คุ้มค่า (85/8) ในเกือบทุกช่วงอายุและทุกเพศ แต่ทั้งนี้แบบประกันสะสมทรัพย์ทริปเบิ้ลเซเว่น (77/7) มีข้อจำกัดของเงินคืนตอนสิ้นปีกรมธรรม์น้อยกว่าแบบประกันสะสมทรัพย์คุ้มค่า (85/8) ในทุกช่วงอายุและทุกเพศ

1.2 กรณีที่ผู้ลงทุนมีอัตราเงินได้บุคคลธรรมดาสูงจะส่งผลให้ผลประโยชน์ทางภาษีที่ได้รับเพิ่มสูงขึ้นตามไปด้วย ผู้ขายควรให้คำแนะนำข้อมูลในการลงทุนอย่างละเอียดเพื่อการตัดสินใจลงทุนได้อย่างถูกต้อง โดยอัตราผลตอบแทนภายในของการลงทุนไม่เพียงขึ้นอยู่กับอัตราภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาแต่ยังมีปัจจัยส่วนบุคคล เช่น อายุ อาชีพ เนื่องจากอาจมีการปรับเพิ่มค่าเบี้ยประกัน

1.3 กรณีพิจารณาผลตอบแทนจากการทำประกันชีวิต โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ทางภาษีเสนอขายผ่านธนาคารผู้ขายควรนำเสนอผลตอบแทนที่ได้รับจากการทำประกันกับผู้ลงทุน และนำมาชี้แจงให้ได้ทราบ ก่อนตัดสินใจลงทุนเพื่อให้เกิดแรงจูงใจ ให้ผู้ลงทุนตัดสินใจเลือกทำประกันชีวิตเพิ่มมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

การศึกษาครั้งนี้พิจารณาเฉพาะผลประโยชน์ในเรื่องของเงินคืน และผลประโยชน์ทางภาษีที่ผู้ลงทุนได้รับ ดังนั้นในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาในเรื่องการนำเงินไปลงทุน หรือนำไปเปรียบเทียบกับประกันชีวิตที่มีประกันอุบัติเหตุเป็นสัญญาหลัก โดยพ่วงสัญญาแนบท้ายเป็นประกันชีวิตแบบสะสมทรัพย์

เอกสารอ้างอิง

กวิสรา นันทยา, ชลดาอร ป้องหลง และกมลรัตน์ กำจรกิตติคุณ. (2566). การศึกษาผลตอบแทนจากการทำประกันชีวิตแบบตลอดชีพสำหรับสำหรับผู้หญิงอายุ 35 ปี. *วารสารวิชาการวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์, 15*(22), 159 –178. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/JSTNSRU/article/view/249633/169850.

ชูชีพ พิพัฒน์ศิถี. (2554). *เศรษฐศาสตร์การวิเคราะห์โครงการ: สื่อการสอน Power point.* ภาควิชาเศรษฐศาสตร์ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2568a). *ประกันทริปเบิ้ล เซเว่น.* สืบค้น 18 ตุลาคม 2568 จาก https://www.scb.co.th/th/personal-banking/insurance/savings-insurance/triple-seven-77-7.

ธนาคารไทยพาณิชย์. (2568b). *ประกันคุ้มค่า 85/8.* สืบค้น 18 ตุลาคม 2568 จาก https://www.scb.co.th/th/personal-banking/insurance/savings-insurance/khum-kha-85-8.

ประพันธ์ สีน้อย. (2567). *สังคมสูงวัย โจทย์ใหญ่ที่มาพร้อมโอกาส.* กรุงศรีรีเสริช์. สืบค้น 15 ตุลาคม 2568 จาก https://www.krungsri.com/th/research/research-intelligence/silver-economy.

ประสิทธิ์ ตงยิ่งศิริ. (2542). *การวางแผนและการวิเคราะห์โครงการ.* ซีเอ็ดยูเคชั่น.

บริษัท เมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). (2568). *ทุพพลภาพคืออะไร ทุพพลภาพกับพิการต่างกันอย่างไรสิทธิประโยชน์ในประกันภัย.* สืบค้น 29 ตุลาคม 2568 จาก https://www.muangthai.co.th/th/article/lifestyle/disability-insurance-coverage-guide.

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2555). *คู่มือประกันชีวิตเฉพาะกรมธรรม์ประกันภัยรายบุคคลหรือรายเดี่ยว: รอบรู้เรื่องประกันชีวิต.* สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย.

สมาคมประกันชีวิตไทย. (2567). *รายงานประจำปี 2567.* สืบค้น 31 ธันวาคม 2567 จาก https://www.tlaa.org/annual-report/TLAA2024/.

สำนักงานคณะกรรมการสุขภาพแห่งชาติ. (2567). *สังคมสูงวัย 'วิกฤต' หรือ 'โอกาส' ของประเทศไทย.* สืบค้น 13 ตุลาคม 2568 จาก https://old.nationalhealth.or.th/th/node/4901.

ฮาซียะฮ์ ดอรอแซ, อัลอามีน มะแต, วสันตนาวิน หรินปพนวิชญ์ และอุมาพร เชิงเชาว์. (2563). การศึกษาผลตอบแทนจากการลงทุนในกรมธรรม์ประกันชีวิตแบบตะกาฟุลของ บริษัทเมืองไทยประกันชีวิต จำกัด (มหาชน). *การประชุมวิชาการระดับชาติ ม.อ.ตรัง วิจัย ครั้งที่ 9*, 31 ธันวาคม 2563 หน้า 41-52. มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ วิทยาเขตตรัง. https://profile.yru.ac.th/storage/journals/June2021/NwPyX5CbituWh8UlexIH.pdf.

Ang, S.-K., Hong, J., Koh, A., Brigham, E. F., & Ehrhardt, M. C. (2021). *Financial management: Theory and practice, an Asia edition* (2nd ed). Cengage Learning Asia Pte Ltd.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

Determinants of consumer selection of the Government Savings Bank (GSB) for home mortgage loans in Saraburi Province

วชิราพรรณ ปั้นภู [1*], วรรณรพี บานชื่นวิจิตร [2]
Wachirapun Punpoo [1*], Wanrapee Banchuenvijit [2]

[1] หลักสูตรบัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[1] Master of Business Administration Program in Finance, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce
[2] Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce
Corresponding author's e-mail: 2411131604007@live4.utcc.ac.th [1], wanrapee_ban@utcc.ac.th [2]

Received: February 24, 2026 Revised: March 03, 2026 Accepted: April 08, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี โดยพิจารณาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ความรู้ทางการเงินด้านหนี้ และส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) กลุ่มตัวอย่างคือผู้ที่เคยใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินในจังหวัดสระบุรี จำนวน 412 คน เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การทดสอบรายคู่ด้วยวิธี Fisher's LSD การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย และการถดถอยเชิงพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ความรู้ทางการเงินด้านหนี้มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 36.0 ขณะที่ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร/พนักงาน และด้านกระบวนการ โดยแบบจำลองสามารถอธิบายความแปรปรวนของการตัดสินใจได้ร้อยละ 63.3 ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การพัฒนาความรู้ทางการเงินด้านหนี้ของลูกค้า ควบคู่กับการยกระดับผลิตภัณฑ์ ราคา บุคลากร และกระบวนการบริการ มีความสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินในจังหวัดสระบุรี

คำสำคัญ: สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย, ความรู้ทางการเงินเรื่องหนี้, ส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

Abstract

This study aimed to examine the factors affecting consumers' decision to select the Government Savings Bank for home mortgage loans in Saraburi Province. The factors considered in this study included demographic characteristics, debt, financial literacy, and the marketing mix (7Ps). The sample consisted of 412 individuals who had previously used home mortgage loans provided by the Government Savings Bank in Saraburi Province. Data were collected using a questionnaire and analyzed by means of descriptive statistics, one–way analysis of variance (one– way ANOVA), Fisher's Least Significant Difference (LSD) test, simple linear regression, and multiple regression analysis. The findings revealed that debt financial literacy had a statistically significant positive influence on the decision to use the service at the .05 level and was able to explain 36.0% of the variance in the decision. In addition, the marketing mix factors that had a statistically significant positive influence were product, price, people, and process. The model was able to explain 63.3% of the variance in the decision. The results indicate that enhancing customers' debt financial literacy, together with improving product, price, people, and service process, is important in influencing the decision to use home mortgage loans of the Government Savings Bank in Saraburi Province.

Keywords: housing loan, debt financial literacy, marketing mix (7Ps)

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ตลาดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นหนึ่งในเสาหลักที่ค้ำจุนเศรษฐกิจไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในภาคอสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง การเข้าถึงการมีบ้านไม่เพียงเป็นความต้องการพื้นฐาน แต่ยังเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างความมั่นคงในชีวิตและคุณภาพชีวิตที่ดี การเติบโตของตลาดนี้จึงเป็นดัชนีชี้วัดความเชื่อมั่นของผู้บริโภคและภาวะเศรษฐกิจโดยรวมของประเทศ สนามการแข่งขันในตลาดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยทวีความรุนแรงขึ้นอย่างต่อเนื่องในช่วงหลายปีที่ผ่านมา ทั้งจากธนาคารพาณิชย์และสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐ ซึ่งต่างนำเสนอผลิตภัณฑ์และบริการที่หลากหลาย เพื่อช่วงชิงส่วนแบ่งตลาด การแข่งขันที่ดุเดือดนี้เกิดขึ้นในบริบทที่ท้าทายมากยิ่งขึ้นจากสภาวะเศรษฐกิจมหภาค

กระทรวงการคลังได้ประมาณการเศรษฐกิจไทยในปี พ.ศ. 2568 ว่าจะขยายตัวเพียงร้อยละ 2.1 (ช่วงคาดการณ์ที่ร้อยละ 1.6 ถึง 2.6) ซึ่งได้รับแรงกดดันจากปัจจัยภายนอก เช่น นโยบายภาษีนำเข้าของสหรัฐอเมริกาและการชะลอตัวของเศรษฐกิจประเทศคู่ค้า รวมถึงความจำเป็นที่ต้องติดตามปัจจัยเสี่ยง ด้านตลาดเงินตลาดทุน และภูมิรัฐศาสตร์โลก อย่างใกล้ชิด สภาวะเศรษฐกิจที่มีความไม่แน่นอน และแนวโน้มการชะลอตัวเช่นนี้ได้ส่งผลกระทบโดยตรงต่อตลาดอสังหาริมทรัพย์และกำลังซื้อของผู้บริโภคอย่างเห็นได้ชัด (กระทรวงการคลัง, 2568)

ในปี พ.ศ. 2566 ตลาดอสังหาริมทรัพย์โดยรวมชะลอตัวอย่างมีนัยสำคัญ ส่วนหนึ่งมาจากกำลังซื้อภายในประเทศที่อ่อนแอ โดยเฉพาะในกลุ่มผู้มีรายได้ปานกลางถึงล่าง ซึ่งได้รับผลกระทบจากภาวะเศรษฐกิจ และปัญหาหนี้ครัวเรือนที่ยังคงอยู่ในระดับสูง อัตราดอกเบี้ยที่ทยอยปรับตัวสูงขึ้น ยิ่งเป็นแรงกดดันที่ทำให้สถาบันการเงินมีความเข้มงวด ในการพิจารณาอนุมัติสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย สะท้อนจากอัตราการปฏิเสธสินเชื่อ ที่พุ่งสูงขึ้นกว่า

ร้อยละ 60 นอกจากนี้ การสิ้นสุดมาตรการผ่อนปรนอัตราส่วนเงินให้สินเชื่อต่อมูลค่าหลักประกัน (end of the Loan-to-Value (LTV) ratio relaxation measure) ของธนาคารแห่งประเทศไทย และภาวะอุปทานส่วนเกิน (over supply) ของที่อยู่อาศัยบางพื้นที่ ยิ่งเป็นปัจจัยกดดันที่ทำให้ผู้บริโภคต้องชะลอการตัดสินใจซื้อที่อยู่อาศัยออกไป (ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์, 2567)

แม้ว่าในปี พ.ศ. 2567 จะมีปัจจัยบวกจากมาตรการกระตุ้นภาคอสังหาริมทรัพย์ของภาครัฐ เช่น การลดค่าธรรมเนียมการโอนและค่าจดจำนองสำหรับที่อยู่อาศัยราคาไม่เกิน 7 ล้านบาท หรือมาตรการลดหย่อนภาษีเงินได้บุคคลธรรมดาสำหรับการปลูกสร้างบ้าน รวมถึงความสนใจจากกำลังซื้อต่างชาติ แต่ตลาดโดยรวมก็ยังคงเผชิญกับความท้าทาย จากกำลังซื้อภายในประเทศที่อ่อนแอและปัญหาการเข้าถึงสินเชื่อที่เข้มงวดในภูมิภาคภาคกลาง ซึ่งรวมถึงจังหวัดสระบุรี สถานการณ์ที่อยู่อาศัยในปี พ.ศ. 2566 ก็สะท้อนแนวโน้มดังกล่าว โดยพบว่าจำนวนขายได้ลดลงอันเนื่องมาจากปัญหาหนี้ครัวเรือนและอัตราดอกเบี้ยที่สูง ทำให้สถาบันการเงินเข้มงวดกับการให้สินเชื่อ ส่งผลให้กำลังซื้อในพื้นที่ชะลอตัวลง (ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน, 2567)

ในฐานะที่ผู้วิจัยเป็นผู้ให้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินในจังหวัดสระบุรี ผู้วิจัยตระหนักถึงความสำคัญของการมีที่อยู่อาศัยสำหรับประชาชน และความท้าทายในการบรรลุเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อที่เผชิญอยู่ การเลือกสถาบันการเงินที่เหมาะสมจึงเป็นขั้นตอนสำคัญที่ผู้บริโภคต้องพิจารณาอย่างรอบคอบ เพื่อให้ได้สินเชื่อที่ตรงกับความต้องการและสถานะทางการเงินของตนเองมากที่สุด

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งสำหรับผู้ศึกษา และธนาคารออมสิน ผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยให้ผู้ศึกษาเข้าใจพฤติกรรมและความต้องการของลูกค้าในพื้นที่ได้อย่างลึกซึ้ง เพื่อนำเสนอผลิตภัณฑ์สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยได้อย่างตรงจุด และมีประสิทธิภาพ แต่ยังจะเป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน พัฒนาช่องทางการสื่อสารที่ตอบโจทย์ความสนใจของลูกค้าหรือแม้แต่การเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงผลิตภัณฑ์และบริการให้มีความสามารถในการแข่งขันมากยิ่งขึ้น เพื่อให้ธนาคารออมสินสามารถบรรลุเป้าหมายการปล่อยสินเชื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรีได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับประชากรศาสตร์

ประชากรศาสตร์ หมายถึง กระบวนการศึกษาเกี่ยวกับประชากรและการเปลี่ยนแปลงของประชากร ช่วยให้ทราบขนาดหรือจำนวนคนที่มีอยู่ในแต่ละสังคม แต่ละภูมิภาค รวมทั้งศึกษาพฤติกรรมของคนในแต่ละภูมิภาค ลักษณะประชากรศาสตร์เป็นปัจจัยภายในส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค เช่น อายุ เพศ สถานภาพ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ ซึ่งสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ตลาด ส่วนแบ่งทางตลาด และวางกลยุทธ์ทางการตลาด ให้ตรงกับกลุ่มเป้าหมายที่นักการตลาดต้องการให้ได้มากที่สุด (จิรศักดิ์ ชาพรมมา, 2560)

ธนัญชา เตี่ยวย่อง และคณะ (2568) ได้ทำการศึกษาปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมอาชีพกลุ่มท่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านขุนแตะ ตำบลดอยแก้ว อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่ พบว่า อายุและการศึกษา มีผลต่อการคิด วิเคราะห์และการตัดสินใจเข้าร่วมอาชีพกลุ่มท่องเที่ยว

แนวคิดเกี่ยวกับความรู้ทางการเงินด้านหนี้

ความรู้ทางหนี้ (debt literacy) มุ่งเน้นไปที่ความรู้และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการจัดการหนี้สิน ซึ่งถือเป็นส่วนสำคัญของการเงินส่วนบุคคล นักวิจัยทั้งสองได้ให้นิยามว่า ความรู้ทางหนี้ หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการทำความเข้าใจและตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับหนี้สิน โดยใช้ความรู้พื้นฐานทางการเงิน โดยเฉพาะในประเด็นเกี่ยวกับอำนาจของดอกเบี้ยทบต้น (compound interest) การทำงานของบัตรเครดิต และการประเมินต้นทุนที่แท้จริงของการก่อหนี้ (Lusardi & Tufano, 2009)

ประกายแก้ว ไกรสงคราม (2564) ได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมความรู้ทางการเงินของนักเรียน พบว่าเยาวชนควรได้รับการส่งเสริมความรู้ทางการเงินตั้งแต่ระดับมหาวิทยาลัย เพื่อให้สามารถวางแผนทางการเงินและหลีกเลี่ยงปัญหาทางการเงินในอนาคต ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมความรู้ทางการเงินสามารถช่วยพัฒนาพฤติกรรมทางการเงินในระยะยาว ซึ่งจะเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการตัดสินใจด้านการกู้ยืมและบริหารจัดการหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต

แนวคิดเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมการตลาด (marketing mix) เป็นองค์ประกอบสำคัญในการดำเนินงานการตลาด ซึ่งเป็นปัจจัยที่กิจการสามารถควบคุมได้ กิจการทางธุรกิจจะต้องสร้างส่วนประสมการตลาดที่เหมาะสมในการวางกลยุทธ์ทางการตลาด ส่วนประสมการตลาดเรียกได้อีกอย่างหนึ่งว่า 4’Ps ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ (Product) การจัดจำหน่าย (Place) การกำหนดราคา (Price) และการส่งเสริมการตลาด (Promotion) ส่วนประกอบทั้ง 4 นี้ ทุกองค์ประกอบตัวมีความเกี่ยวพันกัน โดย P แต่ละองค์ประกอบมีความสำคัญเท่าเทียมกัน แต่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารการตลาดแต่ละคนจะวางกลยุทธ์ โดยเน้นน้ำหนักที่ P ใดมากกว่ากัน เพื่อให้สามารถตอบสนองความต้องการของเป้าหมายทางการตลาด คือตัวผู้บริโภคได้

Payne (1993 อ้างถึงใน ทรงพล ศรีพิทักษ์, 2565) ได้กล่าวว่า มีนักวิชาการทางด้านการตลาดได้วิจารณ์ส่วนประสมทางการตลาด 4Ps แบบดั้งเดิมที่ประกอบด้วย ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายและการสื่อสารด้านการตลาด ยังไม่เหมาะสมและไม่ครอบคลุมที่จะใช้กับการบริการ เนื่องจากการบริการโดยทั่วไปมีความแตกต่างจากสินค้าธรรมดาทั่ว ๆ ไป และได้มีการเสนอในเรื่องแนวคิดใหม่ในเรื่อง “ส่วนประสมการตลาดบริการ” ขึ้นมา โดยเฉพาะส่วนประสมการตลาดบริการดังกล่าวต้องประกอบไปด้วย ส่วนประสมการตลาดแบบเดิม คือ 4Ps ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่าย และการส่งเสริมการตลาด ร่วมกับองค์ประกอบที่เพิ่มเติมขึ้นมาอีก 3 ส่วน คือ บุคลากร หลักฐานทางกายภาค และกระบวนการ

ศิริประภา บรรจงช่วย และรวิดา วิริยกิจจา (2562) ได้ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และบริการ ด้านราคา ด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ มีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์

พีรัชชัย แสสนธิ์ และนฤชล ธนจิตชัย (2567) ได้ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้ ตลาดผลไม้ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา พบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาปัจจัยด้านกระบวนการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด ปัจจัยด้านราคา และปัจจัยด้านบุคคล

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ชาญวิทย์ บูรณะสันติกุล และศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร (2565) ได้ทำการศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล กรณีศึกษาบริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน) โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ และส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารกรุงศรีอยุธยา กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้มีอายุระหว่าง 20–60 ปี ที่เคยใช้หรือมีแผนจะใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑลภายในระยะเวลา 3 ปี จำนวนทั้งสิ้น 410 คน โดยใช้วิธีการสุ่มแบบเจาะจง เก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามออนไลน์ และนำมาวิเคราะห์ด้วย สถิติเชิงพรรณนา และการถดถอยโลจิสติกส์ ผลการศึกษาเชิงอนุมานพบว่า ตัวแปรด้านประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการเลือกใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) คือ อาชีพเป็นพนักงานบริษัทเอกชน นอกจากนี้ยังพบว่าปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลในระดับนัยสำคัญทางสถิติ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ วงเงินกู้สูงสุด และความน่าเชื่อถือของธนาคาร ด้านกระบวนการ ความสะดวกและรวดเร็วในการอนุมัติสินเชื่อ ด้านบุคลากร พนักงานให้บริการด้วยความเต็มใจและความชำนาญ และด้านลักษณะทางกายภาพ สิ่งอำนวยความสะดวก และพื้นที่ให้บริการเพียงพอ เมื่อวิเคราะห์แล้วพบว่า กลุ่มที่มีลักษณะดังต่อไปนี้มีโอกาสเลือกใช้บริการสูงที่สุดคือ ผู้ที่มีอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน ขอสินเชื่อรีไฟแนนซ์ โดยใช้บ้านเดี่ยวเป็นหลักประกัน และตัดสินใจด้วยตนเอง ซึ่งมีโอกาสเลือกใช้บริการสูง จากผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าปัจจัยด้านประชากร เช่น อาชีพ และปัจจัยด้านการตลาดโดยเฉพาะในมิติของกระบวนการและการบริการ มีอิทธิพลอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์

Myint Maung Tun (2019) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดต่อความตั้งใจในการซื้อสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคาร UAB โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลของปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาดต่อเจตนาการซื้อสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในธนาคาร UAB ประชากรกลุ่มตัวอย่าง คือ ลูกค้าที่มีความต้องการจะขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจากธนาคาร UAB ในเมืองย่างกุ้ง โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 110 คน จากลูกค้าทั้งหมด 1,789 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุ จากการศึกษาด้านปัจจัยประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศชาย 68 คน และเพศหญิง 42 คน กลุ่มอายุ 41–50 ปี เป็นกลุ่มที่สนใจสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยมากที่สุด ส่วนใหญ่สถานภาพโสด และสำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี ในส่วนด้านส่วนประสมทางการตลาดพบว่า จากผลการวิเคราะห์พบว่าตัวแปรอิสระทั้งหมด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ สถานที่ บุคลากร และกระบวนการ มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความตั้งใจซื้อสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ส่วนด้านราคา ไม่พบว่ามีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

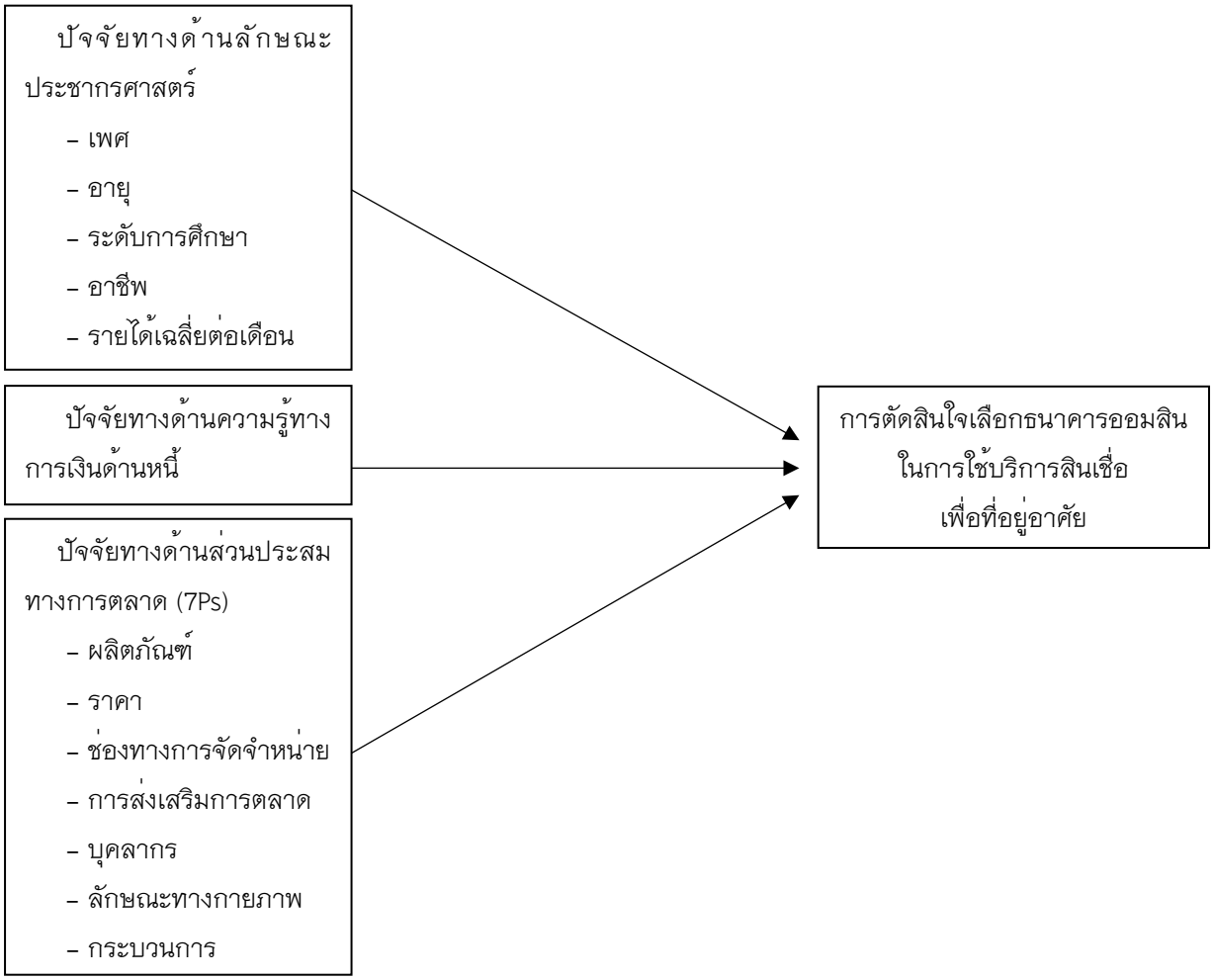
Sughana & Sheela (2021) ได้ทำการศึกษางานวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของลูกค้าในการเลือกสถาบันการเงินเพื่อขอสินเชื่อที่อยู่อาศัย กรณีศึกษาเมืองวิสาขปัตนัม โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารหรือบริษัทสินเชื่อที่อยู่อาศัยของผู้บริโภค และวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยด้านเศรษฐกิจ สังคม และประชากรศาสตร์ต่อการตัดสินใจเลือกสถาบันการเงินของลูกค้าในการขอสินเชื่อที่อยู่อาศัยในเขตเมืองวิสาขปัตนัม ประเทศอินเดียประชากรกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนในเมืองวิสาขปัตนัม ที่เคยขอสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย หรือมีความตั้งใจจะขอสินเชื่อโดยใช้วิธีการสุ่มแบบง่าย มีการแจกแบบสอบถามทั้งหมด 250 ฉบับ มีสอบถามที่ตอบกลับอย่างสมบูรณ์จำนวน 152 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับ 60.8% ผู้ศึกษาใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์องค์ประกอบ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อ ที่ได้รับคะแนนเฉลี่ยในระดับสูง ได้แก่ 1) อัตราดอกเบี้ย มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุดที่ 4.21 2) ชื่อเสียงและความน่าเชื่อถือของธนาคาร ได้คะแนนเฉลี่ย 4.08 3) การให้บริการของพนักงาน ค่าเฉลี่ย 4.01 และ 4) ความสะดวก

ในการเข้าถึงบริการ ค่าเฉลี่ย 3.98 ที่สำคัญงานวิจัยยังพบว่ากลุ่มผู้บริโภคที่มีความรู้ทางการเงินในระดับสูงมีแนวโน้มที่จะตัดสินใจเลือกใช้บริการจากสถาบันการเงินที่มีความน่าเชื่อถือ และพิจารณาข้อมูลด้านอัตราดอกเบี้ยรวมถึงเงื่อนไขการชำระหนี้อย่างรอบครอบ ซึ่งต่างจากผู้บริโภคที่มีความรู้ทางการเงินต่ำที่มักเลือกโดยพิจารณาจากปัจจัยภายนอก

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่า การตัดสินใจเลือกสถาบันการเงินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยไม่ได้ขึ้นอยู่กับปัจจัยด้านใดด้านหนึ่งเพียงลำพัง แต่เป็นผลจากปัจจัยหลายมิติร่วมกัน ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งสะท้อนความแตกต่างของผู้บริโภค ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินด้านหนี้ ซึ่งเกี่ยวข้องกับความสามารถในการทำความเข้าใจภาระหนี้ ดอกเบี้ย และเงื่อนไขสินเชื่อ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งสะท้อนคุณค่าของผลิตภัณฑ์และบริการที่ธนาคารนำเสนอ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยโดยให้ปัจจัยทั้ง 3 ด้านดังกล่าวเป็นตัวแปรอิสระที่คาดว่าจะส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี นั้น ผู้ศึกษาได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องใน 3 ด้านสำคัญ ได้แก่ 1) แนวคิดด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ซึ่งใช้อธิบายความแตกต่างของผู้บริโภคตามลักษณะส่วนบุคคล เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ 2) แนวคิดความรู้ทางการเงินด้านหนี้ (debt literacy) ซึ่งอธิบายความสามารถของบุคคลในการทำความเข้าใจต้นทุนของหนี้ ภาระดอกเบี้ย และการตัดสินใจทางการเงินที่เกี่ยวข้องกับการก่อหนี้ 3) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ซึ่งใช้อธิบายองค์ประกอบทางการตลาดที่มีผลต่อการรับรู้คุณค่าและการตัดสินใจของผู้ใช้บริการ ดังนั้น ผู้ศึกษาจึงกำหนดกรอบแนวคิดงานวิจัยโดยกำหนดให้ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินด้านหนี้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) เป็นตัวแปรอิสระ และกำหนดให้การตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยเป็นตัวแปรตามดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อศึกษาปัจจัยลักษณะด้านประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินด้านหนี้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ ประชากรทั้งเพศชายและหญิงที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารออมสินในจังหวัดสระบุรี จำนวน 4,614 ราย และนำมาคำนวณหากลุ่มตัวอย่างจากสูตรของ Yamane ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม ผ่านการตอบแบบสอบถามออนไลน์ (online questionnaire) ซึ่งจะแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไป เป็นข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบคำถามปลายปิด (closed end Question)

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ที่ส่งผลต่อการเลือกธนาคารออมสิน

เพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

ส่วนที่ 3 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

ส่วนที่ 4 แบบสอบถามระดับการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยและข้อเสนอแนะ

ผู้ศึกษาได้ทำการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม โดยนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มประชากรที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 ตัวอย่าง แล้วนำผลที่ได้มาคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค (Cronbach alpha coefficient) ซึ่งผลที่ออกมาจะต้องมีค่ามากกว่าหรือเท่ากับ .6 ถึงจะสามารถเชื่อมั่นแบบสอบถามนั้นได้ โดยสามารถคำนวณได้ดังนี้

$$\alpha k = (\frac{45}{45-1})(1 - \frac{12.74}{77.29})$$
$$= 1.02 \times 0.84$$
$$= 0.85$$

สรุปผลการคำนวณหาค่าความเชื่อมั่น โดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของครอนบาค จากกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ตัวอย่าง เท่ากับ .85 ซึ่งมากกว่า .6 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่าแบบสอบถามสามารถเชื่อถือได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณครั้งนี้ ผู้ศึกษาใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างซึ่งเป็นผู้ที่ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินในจังหวัดสระบุรี จำนวน 412 คน เพื่อป้องกันแบบสอบถามที่มีการตอบไม่สมบูรณ์ โดยใช้วิธีการสุ่มแบบบอกต่อ (snowball sampling) ซึ่งเป็นเทคนิคการสุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non–probability sampling)

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการในรูปแบบออนไลน์ เพื่อให้ครอบคลุมกลุ่มตัวอย่างที่มีความหลากหลายและเข้าถึงได้สะดวก โดยจัดทำแบบสอบถามในรูปแบบ Google Forms และส่งผ่านเครือข่ายส่วนบุคคล กลุ่มลูกค้าของธนาคารออมสิน และเจ้าหน้าที่ธนาคารออมสินสาขาจังหวัดสระบุรี เพื่อกระจายไปยังผู้ใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารออมสินในแต่ละสาขา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ประกอบไปด้วย

1) การวิเคราะห์เชิงพรรณนาและการนำเสนอข้อมูลทั่วไป ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และวงเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย เป็นต้น โดยจะนำเสนอข้อมูลในรูปแบบ ความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage)

2) การอธิบายและวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยด้านความรู้ทางการเงิน และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด โดยจะนำเสนอในรูปแบบ ของค่าเฉลี่ย (mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงอนุมาน (inferential statistics)

1) ค่าความแปรปรวนทางเดียว (one way analysis of variance: ANOVA) เพื่อทดสอบว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรีนั้น มีความแตกต่างตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ในแต่ละด้านหรือไม่ และถ้าสรุปผลว่าปฏิเสธสมมติฐาน คือ ค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างแตกต่างไปจากกลุ่มตัวอย่างอื่น ๆ แต่ไม่ทราบว่าค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างใดที่แตกต่างไป จะใช้วิธีการทดสอบของฟิชเชอร์ (Fisher’s least significant difference: LSD) ในการหารายคู่

2) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย (simple linear regression analysis) เป็นการทดสอบสมมติฐานเพื่อศึกษาความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงระหว่าง ตัวแปรต้น (ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้) เพียง 1 ตัว กับ ตัวแปรตาม (ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย) 1 ตัว โดยมุ่งวิเคราะห์ว่า ตัวแปรต้นสามารถอธิบายหรือพยากรณ์ค่าของตัวแปรตามได้มากน้อยเพียงใดที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติร้อยละ 95 โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์และประมวลผล

3) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple linear regression analysis) เป็นการทดสอบสมมติฐานโดยการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้น (ปัจจัยส่วนประทางการตลาด 7Ps) และ ตัวแปรตาม (ปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย) เป็นแบบเชิงเส้นตรงโดย จะเป็นการศึกษาความสัมพันธ์ที่มีตัวแปรต้นมากกว่า 1 ตัว ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 95% การศึกษานี้ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการช่วยวิเคราะห์และประมวลผล

ผู้ศึกษาได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูลเบื้องต้น ได้แก่ การตรวจสอบค่าผิดปกติ ความเป็นเชิงเส้นของความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร ความเป็นอิสระของค่าคลาดเคลื่อน ความแปรปรวนคงที่ของค่าคลาดเคลื่อน และภาวะความสัมพันธ์กันสูงระหว่างตัวแปรอิสระ ผลการตรวจสอบพบว่าไม่ปรากฏปัญหารุนแรงที่ส่งผลกระทบต่อการวิเคราะห์การถดถอย จึงสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์สมการถดถอยเชิงเส้นอย่างง่ายและการถดถอยเชิงพหุคูณได้

ผลการวิจัย

กลุ่มตัวตัวอย่างส่วนใหญ่ ด้านเพศเป็นเพศหญิง ร้อยละ 57.28 ด้านอายุมีอายุระหว่าง 31 – 40 ปี ร้อยละ 57.28 ด้านการศึกษาเป็นระดับปริญญาตรี ร้อยละ 55.83 ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชน คิดเป็นร้อยละ 48.79 ด้านรายได้มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ที่ 30,001 – 40,000 บาท ร้อยละ 30.58 ด้านวงเงินกู้มีวงเงินกู้เพื่อที่อยู่อาศัยอยู่ที่ 1,500,000 – 3,000,000 บาท ร้อยละ 47.82

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี พบว่า ปัจจัยด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ปัจจัยด้านอายุ และวงเงินกู้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยที่ต่างกัน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

ตาราง 1 ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นอย่างง่าย

ตัวแปร	b	Beta (β)	t	p-value
ปัจจัยความรู้ทางการเงิน	.499	.600	15.180	<.001*
ค่าคงที่ (constant)	2.188		15.539	<.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ และการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเชื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ (β = .600, t = 15.180, p-value <.001) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีระดับความรู้ทางการเงินสูงมีแนวโน้มที่จะมีระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับทางธนาคารออมสินมากกว่าผู้มีความรู้ทางการเงินต่ำ

ตัวแปรปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้สามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยร้อยละ 36 (R^2= .360) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์ การตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้ดังนี้

Y = 2.188 + .499X

X = ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้

Y = การตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

แปลผลได้ว่า เมื่อค่าเฉลี่ยปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้เปลี่ยนไป 1 ค่า คาดว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น .499 หน่วย โดยมีทิศทางเดียวกัน

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) มีผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี

ตาราง 2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ

ตัวแปร	b	Beta (β)	t	p-value
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด				
1. ด้านผลิตภัณฑ์	.180	.197	3.361	<.001*
2. ด้านราคา	.015	.016	.289	<.001*
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ช่องทางการบริการ	.002	.002	.032	.773
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	.231	.002	5.191	.974
5. ด้านบุคลากร/พนักงาน	.038	.270	.703	<.001*
6. ด้านลักษณะทางกายภาพ	.180	.040	3.970	.482
7. ด้านกระบวนการ	.218	.193	4.488	<.001*
ค่าคงที่ (constant)	.573	.219	3.859	<.001*

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด และการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยด้วยสถิติการวิเคราะห์การถดถอยเชิงเส้นแบบพหุคูณ พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ (b = .180, p-value <.001) ด้านราคา (b = .015, p-value <.001) ด้านบุคลากร/พนักงาน (b = .038, p-value <.001) และด้านกระบวนการ (b = .218, p-value <.001) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ตัวแปรปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร/พนักงาน และด้านกระบวนการ สามารถอธิบายการผันแปรของการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยร้อยละ 63.30 (R^2 = .633) และสามารถเขียนสมการพยากรณ์การตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ได้ดังนี้

$$Y = .573 + .180(X_1) + .015(X_2) + .038(X_3) + .218(X_4)$$

X_1= ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์

X_2 = ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านราคา

X_3= ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านบุคลากร/พนักงาน

X_4= ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ

Y = การตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย

แปลผลได้ว่า เมื่อค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์เปลี่ยนไป 1 ค่า คาดว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น .180 หน่วย

เมื่อค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านราคาเปลี่ยนไป 1 ค่า คาดว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น .015 หน่วย

เมื่อค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านบุคลากร/พนักงานเปลี่ยนไป 1 ค่า คาดว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น .038 หน่วย

และเมื่อค่าเฉลี่ยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านกระบวนการเปลี่ยนไป 1 ค่า คาดว่าการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยจะเพิ่มขึ้น .218 หน่วย

การอภิปรายผล

จากการทดสอบสมมติฐาน และการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินเชื่อเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในจังหวัดสระบุรี สามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

การทดสอบสมมติฐานที่ 1 ปัจจัยความแตกต่างทางด้านลักษณะประชากรศาสตร์ที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะวรรณ โตเลี้ยง และคณะ (2566) ที่ได้ทำการศึกษาลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากความพึงพอใจในการใช้บริการย่อมแตกต่างกันไปตามลักษณะประชากรศาสตร์

การทดสอบสมมติฐานที่ 2 ปัจจัยทางด้านความรู้ทางการเงินด้านหนี้ ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยความรู้ทางการเงินด้านหนี้ ที่ทราบถึงความแตกต่างระหว่างอัตราดอกเบี้ยคงที่และอัตราดอกเบี้ยลอยตัว การรับรู้ถึงผลกระทบของภาระหนี้ต่อความสามารถในการใช้จ่ายรายเดือนของตน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 แสดงให้เห็นว่าผู้ที่มีระดับความรู้ทางการเงินสูงมีแนวโน้มที่จะมี

ระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับทางธนาคารออมสินมากกว่าผู้มีความรู้ทางการเงินต่ำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศรัญญา ศึกสงคราม และอนงค์นุช เทียนทอง (2563) ที่ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ พบว่า ตัวแปรความรู้ทางการเงินเป็นปัจจัยที่ส่งผลให้คนวัยทำงานก่อหนี้เพิ่มขึ้น เนื่องด้วยกลุ่มบุคคลที่มีความรู้ทางการเงินดีจะสามารถจัดการสร้างสมดุลทางการเงินได้ และมีการวางแผนทางการเงินอยู่เสมอ

การทดสอบสมมติฐานที่ 3 ปัจจัยทางด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย ผลการทดสอบพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ด้านผลิตภัณฑ์ เช่น การมีทางเลือกในการผ่อนชำระที่เหมาะสมกับรายได้ของลูกค้า เงื่อนไขของสินเชื่อมีความยืดหยุ่นตามความต้องการของผู้กู้ หรือมีการให้ข้อมูลผลิตภัณฑ์สินเชื่อที่ชัดเจนและเข้าใจง่าย ด้านราคา เช่น อัตราดอกเบี้ยที่เสนอน่าสนใจและแข่งขันได้ และการแจ้งค่าธรรมเนียมอย่างโปร่งใส ด้านบุคลากร/พนักงาน ได้แก่ พนักงานให้บริการด้วยความสุภาพ ยิ้มแย้ม แจ่มใส และเป็นมิตร พนักงานสามารถให้คำปรึกษาและตอบคำถามได้อย่างชัดเจน หรือพนักงานมีความใส่ใจในความต้องการ ของลูกค้าแต่ละราย และด้านกระบวนการ ที่มีระยะเวลาการพิจารณาสินเชื่อรวดเร็ว การแจ้งผลอนุมัติหรือไม่อนุมัติมีความโปร่งใส มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ที่ระดับ .05 ซึ่งมีความสอดคล้องกับงานวิจัยของจันทรกานต์ ปาละจุม และอริสรา เสยานนท์ (2567) ที่ได้ทำการศึกษาปัจจัยจิตวิทยาและส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินของรัฐของประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ด้านทำเลที่ตั้งและช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ ด้านราคา ด้านกระบวนการ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านผลิตภัณฑ์และบริการกระบวนการให้บริการ ส่งผลทางบวกต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินของรัฐของประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริประภา บรรจงช่วย และรวิดา วิริยกิจจา (2562) ได้ทำการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล พบว่า จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณด้วยเทคนิคแบบเป็นขั้นตอน (stepwise multiple regression analysis) มีตัวแปรที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ ด้านปัจจัยด้านราคา (p–value = .001) ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (p–value = .029) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (p–value <.001) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p–value <.05) เมื่อพิจารณาจากค่า Beta (B) ซึ่งแสดงถึงอิทธิพลปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัย พบว่า ปัจจัยด้านราคา (B = .225) ปัจจัยด้านบุคลากรผู้ให้บริการ (B = .315) และปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมทางกายภาพ (B = .321) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อที่อยู่อาศัยของธนาคารอาคารสงเคราะห์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (p–value <.05) ผลการวิเคราะห์ความแปรปรวน พบว่า มีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตามสถิติทดสอบ F มีค่าเท่ากับ โดยมีค่า Sig. เท่ากับ .000 แสดงว่ามีตัวแปรอิสระอย่างน้อย 1 ตัวแปรที่มีความสัมพันธ์เชิงเส้นกับตัวแปรตาม อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยครั้งนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ช่วยอธิบายการตัดสินใจเลือกธนาคารออมสินเพื่อใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยในบริบทของจังหวัดสระบุรีได้อย่างเป็นระบบมากยิ่งขึ้น โดยชี้ให้เห็นว่า การตัดสินใจ

ของผู้ใช้บริการเกิดจากการทำงานร่วมกันของปัจจัย 3 มิติสำคัญ ได้แก่ ปัจจัยด้านลักษณะประชากรศาสตร์ ปัจจัยด้านความรู้ทางการเงินด้านหนี้ และปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7Ps)

องค์ความรู้ที่สำคัญจากการศึกษาครั้งนี้ คือ การยืนยันว่าความรู้ทางการเงินด้านหนี้เป็นปัจจัยที่มีบทบาทต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยร่วมกับปัจจัยทางการตลาด โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านบุคลากร/พนักงาน และด้านกระบวนการ ซึ่งสะท้อนว่า ผู้ขอสินเชื่อมิได้พิจารณาเพียงอัตราดอกเบี้ยหรือวงเงินกู้เท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับความเข้าใจในภาระหนี้ ความชัดเจนของข้อมูล และคุณภาพของกระบวนการให้บริการควบคู่กันไป

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงช่วยขยายองค์ความรู้ในประเด็นการตัดสินใจเลือกสถาบันการเงิน โดยเสนอให้เห็นว่าการอธิบายพฤติกรรมการเลือกใช้สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยควรพิจารณาทั้งมิติด้านคุณลักษณะของผู้บริโภค มิติด้านความรู้ทางการเงิน และมิติด้านการตลาดบริการร่วมกัน อันจะเป็นประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการสำหรับการพัฒนากรอบการศึกษาวิจัยในอนาคต และในเชิงปฏิบัติสำหรับการออกแบบผลิตภัณฑ์สินเชื่อและกระบวนการให้บริการของสถาบันการเงินให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้บริโภคในระดับพื้นที่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านผลิตภัณฑ์และราคา (product & price) พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เข้าใจง่ายและยืดหยุ่นกำหนดแพ็กเกจสินเชื่อที่อยู่อาศัยตามกลุ่มความเสี่ยงและความสามารถชำระหนี้

1.2 ด้านกระบวนการให้บริการ (process) ยกระดับความรวดเร็วและความโปร่งใสของกระบวนการอนุมัติ กำหนดมาตรฐานระยะเวลาการพิจารณาอนุมัติเบื้องต้น ลดขั้นตอนซ้ำซ้อนด้วยบริการดิจิทัลครบวงจรนำระบบอัปโหลดเอกสารออนไลน์

1.3 ด้านบุคลากร/พนักงาน (people) เสริมบทบาทที่ปรึกษาทางการเงินแทนการขายเชิงธุรกรรมพัฒนาหลักสูตรสั้นสำหรับพนักงานว่าด้วยการอธิบายดอกเบี้ยลอยตัว – คงที่ การคำนวณอัตราส่วนภาระหนี้ต่อรายได้ (DSR) และการสื่อสารความเสี่ยงด้วยภาษาที่ประชาชนเข้าใจได้ง่าย

1.4 ด้านความรู้ทางการเงินของลูกค้า (financial literacy) ส่งเสริมหลักสูตรก่อนทำสัญญาจัดทำหลักสูตรออนไลน์ระยะสั้น 15–20 นาที ครอบคลุมดอกเบี้ยทบต้น ความเสี่ยงดอกเบี้ยลอยตัว (floating rate) ที่สัมพันธ์กับ DSR (Debt Service Ratio) ค่าใช้จ่ายแฝง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นเฉพาะกลุ่มตัวอย่างในจังหวัดสระบุรี ซึ่งอาจสะท้อนพฤติกรรมการตัดสินใจเฉพาะพื้นที่ ดังนั้นการศึกษาครั้งต่อไปควร ขยายกลุ่มตัวอย่างไปยังจังหวัดอื่น ๆ เพื่อเปรียบเทียบลักษณะการตัดสินใจของผู้กู้ในแต่ละพื้นที่

2.2 งานวิจัยนี้ใช้วิธีเชิงปริมาณ (quantitative research) ซึ่งให้ผลลัพธ์ที่ชัดเจนทางสถิติ แต่ยังขาดการสะท้อนมุมมองเชิงลึกของผู้ใช้บริการ ดังนั้นงานวิจัยในอนาคตควรใช้ การวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพิ่มเติม

2.3 เพิ่มการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบระหว่างธนาคาร เพื่อให้เห็นภาพรวมของตลาดสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยอย่างชัดเจนยิ่งขึ้น งานวิจัยในอนาคตควรเพิ่มการเปรียบเทียบระหว่าง ธนาคารออมสินกับสถาบันการเงินของรัฐอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการคลัง. (2568). *ข่าวแถลงกระทรวงการคลังฉบับที่ 55/2568 ผลประมาณการเศรษฐกิจไทยปี 2568.* สืบค้น 10 มิถุนายน 2568 จาก https://mof.go.th/wp-content/uploads/2025/05/ข่าวแถลงกระทรวงการคลังฉบับที่-55-2568-ผลประมาณการเศรษฐกิจไทยปี-2568.pdf.

จันทรกานต์ ปาละจูม และอริสรา เสยานนท์. (2567). ปัจจัยจิตวิทยาและส่วนประสมทางการตลาดส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกสินเชื่อที่อยู่อาศัยจากสถาบันการเงินของรัฐของประชาชนกลุ่มผู้มีรายได้น้อยในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา (สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์), 18*(3), 300-316. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/hsjournalnmc/article/view/274735/186144.

จิรศักดิ์ ชาพรมมา. (2560). *ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการฟิตเนสเซ็นเตอร์ที่เปิดให้บริการ 24 ชั่วโมงของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5902030732_7337_5974.pdf.

ชาญวิทย์ บูรณะสันติกุล และศักดิ์สิทธิ์ บุศยพลากร. (2565). ปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารพาณิชย์ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล: กรณีศึกษา บริษัท ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). *Journal of Modern Learning Development, 7*(8), 196-209. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/256934/174360.

ทรงพล ศรีพิทักษ์. (2565). *ปัจจัยที่ส่งผลการตัดสินใจการเลือกซื้อที่อยู่อาศัยของกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ในจังหวัดสระบุรี.* การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชานวัตกรรมทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2022/TU_2022_6533140106%20_16289_23467.pdf.

ธนัญชา เตี่ยวย่อง, นภารัตน์ เวชสิทธิ์นิรภัย, สายสกุล ฟองมูล, และกังสดาล กนกหงษ์. (2568). ปัจจัยทางประชากรศาสตร์มีผลต่อการตัดสินใจเข้าร่วมอาชีพกลุ่มม่องเที่ยวโดยชุมชน บ้านขุนแตะ ตำบลดอยแก้ว อำเภอจอมทอง จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารปาริชาต, 38*(3), 704-718. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/parichartjournal/article/view/277.

ปิยะวรรณ โตเสี้ยง, รุ่งโรจน์ สงสระบุญ, พิจิตร เอี่ยมโสภณา, และจิตระวี ทองเถา. (2566). ลักษณะประชากรศาสตร์และปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารเสริมในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสยามวิชาการ, 24*(42), 22-34. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/sujba/article/view/1214/1677.

ประกายแก้ว ไกรสงคราม. (2564). *แนวทางการส่งเสริมความฉลาดรู้ทางการเงินของนักเรียนมัธยมศึกษาตอนปลาย : การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างพหุระดับ.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาสถิติการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://digital.car.chula.ac.th/chulaetd/5612/.

พีรัชชัย แสสนธิ์ และนฤชล ธนจิตชัย.(2567). ปัจจัยส่วนประสมการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อผลไม้ ตลาดผลไม้ ตำบลกลางดง อำเภอปากช่อง จังหวัดนครราชสีมา. *วารสารบัณฑิตศึกษาชัยภูมิปริทรรศน์, 2*(3), 50-57. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/JGCR/article/view/1184/734.

ศูนย์ข้อมูลอสังหาริมทรัพย์. (2568). *ตลาดอสังหาริมทรัพย์ปี 67 ชะลอตัวตามกำลังซื้อ ปัจจัยลบรอบด้านเป็นตัวแปร.* สืบค้น 13 มกราคม 2568 จาก https://www.reic.or.th/News/RealEstate/469314.

ศูนย์วิจัยธนาคารออมสิน. (2567). *รายงานสถานการณ์ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ ปี 2566 และแนวโน้มปี 2567*. สืบค้น 10 มิถุนายน 2568 จาก https://www.gsb.or.th/gsbresearch/wp- content/uploads/2024/05/IN_Estate_Overview_66_67_inter.pdf.

ศรัญญา ศึกสงคราม และอนงค์นุช เทียนทอง. (2563) *อิทธิพลของความรู้และทัศนคติทางการเงินต่อการก่อหนี้ส่วนบุคคลในวัยเริ่มทำงาน:หลักฐานการศึกษาในจังหวัดชัยภูมิ. วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 2*(5), 73-87. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/3418/2519.

ศิริประภา บรรจงช่วย และรวิดา วิริยกิจจา. (2562). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการสินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัยกับธนาคารอาคารสงเคราะห์ในเขตกรุงเทพและปริมณฑล. ใน *การประชุมนำเสนอผลงานวิจัยบัณฑิตศึกษาระดับชาติ ครั้งที่ 14 ประจำปีการศึกษา 2562*, 2 สิงหาคม 2562 (หน้า 1554–1568). มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

Lusardi, A., & Tufano, P. (2009). *Debt literacy, financial experiences, and over indebtedness*. NBER Working Paper No. 14808. National Bureau of Economic Research. https://doi.org/10.3386/w14808.

Myint Maung Tun. (2019). The effect of marketing mix on consumer buying behavior towards Idemitsu lubricant in Yangon. Master's thesis, Department of Management Studies, Yangon University of Economics.

Sughana, M., & Sheela, P. (2021). Factors influencing customers' choice while finalizing a institution for Home loans – A case study of Visakhapatnam city. *International Journal of Multidisciplinary and Current Educational Research (IJMCER), 3*(1), 192–201. https://www.ijmcer.com/wp-content/uploads/2021/02/IJMCER_Z03101920201.pdf.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

คุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น กรณีศึกษา ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่

Customer-based brand equity influencing service usage of local supermarkets: A case study of Rimping supermarket, Chiang Mai Province

พีรยา สมศักดิ์ [1*], อรไท เขียวชอุ่ม [2], ไพรพันธ์ ธนเลิศโศภิต[3]
Peeraya Somsak [1*], Orathai Khiawcha-um [2], Paipan Thanalerdsopit [3]

[1] สาขาธุรกิจการค้าและบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
[2] วิทยาลัยศิลปะ สื่อ และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
[3] คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา
[1] Department of Trade and Service Business, Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna
[2] College of Arts, Media and Technology, Chiang Mai University
[3] Faculty of Business Administration and Liberal Arts, Rajamangala University of Technology Lanna
Corresponding author's e-mail: peerayacm@yahoo.com [1], orathai.kh24@gmail.com [2], paipan@rmutl.ac.th [3]

Received: January 10, 2026 Revised: February 24, 2026 Accepted: March 04, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าของร้านค้าริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่ 2) ศึกษาระดับความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภค และ 3) วิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการของผู้บริโภคในจังหวัดเชียงใหม่ โดยการศึกษานี้มุ่งเน้นคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในระดับแบรนด์ของร้านค้าซุปเปอร์มาร์เก็ต มิใช่ตราผลิตภัณฑ์ของสินค้าแต่ละรายการที่จำหน่ายภายในร้าน การวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงปริมาณ เก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีการรับรู้ต่อองค์ประกอบคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีความตั้งใจใช้บริการอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์อิทธิพลพบว่า การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า และความเชื่อมโยงตราสินค้า มีอิทธิพล

เชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ขณะที่ความภักดีในตราสินค้าไม่พบว่ามีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการ โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการได้ร้อยละ 52.2 ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นควรมุ่งเน้นการสร้างการรับรู้แบรนด์ การสื่อสารคุณภาพ และการออกแบบความหมายของแบรนด์ มากกว่าการพึ่งพาความภักดีในเชิงทัศนคติเพียงอย่างเดียว

คำสำคัญ: คุณค่าตราสินค้า, ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต, ความตั้งใจใช้บริการ

Abstract

This study aimed to 1) examine customers' perceptions of customer-based brand equity components of Rimping Supermarket, Chiang Mai Province 2) investigate the levels of customers' service usage intentions, and 3) analyze the influence of brand equity components on service usage intention among consumers in Chiang Mai Province. The study focused on brand equity at the supermarket brand level rather than the brand equity of individual products sold within the stores. A quantitative research approach was employed. Data were collected from 400 customers who had experience using services at local supermarkets in Chiang Mai Province using a structured questionnaire. The data were analyzed using descriptive statistics and multiple regression analysis. The results indicated that customers' overall perception of local supermarket brand equity was at a high level, and their service usage intention was also high. The regression analysis revealed that brand awareness, perceived quality, and brand associations had a significant positive effect on service usage intention, whereas brand loyalty did not have a statistically significant effect. The proposed model explained 52.2 percent of the variance in service usage intention. These findings suggest that in highly competitive local supermarket markets sectors, managers should emphasize building brand awareness, communicate perceived quality, and create meaningful brand associations aligned with customer experiences, rather than relying solely on attitudinal brand loyalty.

Keywords: brand equity, Rimping Supermarket, service usage intention

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในบริบทของธุรกิจค้าปลีกที่มีการแข่งขันทวีความรุนแรงอย่างต่อเนื่อง แบรนด์มิได้ทำหน้าที่เป็นเพียงเครื่องหมายทางการค้าเท่านั้น หากแต่เป็นสินทรัพย์เชิงกลยุทธ์ที่มีบทบาทสำคัญต่อการสร้างคุณค่าและความแตกต่างให้กับธุรกิจ โดยเฉพาะแนวคิดคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้า (customer-based brand equity) ซึ่งสะท้อนระดับการรับรู้ ความเชื่อมั่น และความสัมพันธ์ทางอารมณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อแบรนด์ และมีความเชื่อมโยงกับพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการในระยะยาว (Aaker, 1991; Keller, 1993; Kotler & Keller, 2016)

งานวิจัยที่ผ่านมาเสนอว่า คุณค่าตราผลิตภัณฑ์ประกอบด้วยองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การรับรู้ตราผลิตภัณฑ์ การรับรู้คุณภาพ ความเชื่อมโยงตราผลิตภัณฑ์ และความภักดีในตราผลิตภัณฑ์ ซึ่งมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในบริบทที่มีการแข่งขันสูงกลับให้ข้อค้นพบที่แตกต่างกัน โดยบางงานวิจัยชี้ให้เห็นว่า แม้ผู้บริโภคจะมีความภักดีเชิงทัศนคติต่อแบรนด์ แต่ปัจจัยด้านราคา โปรโมชัน และความสะดวกสบาย เหนือคู่แข่งอาจมีอิทธิพลเหนือการตัดสินใจใช้บริการจริง ส่งผลให้บทบาทของ

ความภักดีลดลงเมื่อเปรียบเทียบกับองค์ประกอบด้านอื่นของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ (Oliver, 1999; Karami, 2022) ประเด็นดังกล่าวสะท้อนถึงความไม่ชัดเจนเกี่ยวกับองค์ประกอบที่เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการตัดสินใจใช้บริการในช่วงการแข่งขันที่รุนแรง

ในประเทศไทย โครงสร้างตลาดค้าปลีกถูกครอบงำโดยธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (modern trade) ซึ่งอาศัยขนาดเครือข่ายสาขา ระบบจัดซื้อรวม และกลยุทธ์ด้านราคาและโปรโมชันเป็นกลไกการแข่งขันหลัก ส่งผลให้การแข่งขันในตลาดค้าปลีกมีความเข้มข้นสูง (Kotler & Keller, 2016; นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2567) ขณะที่ซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น (local supermarket) มีข้อจำกัดด้านขนาดและทรัพยากร แต่มีจุดแข็งด้านความใกล้ชิดกับชุมชน ความยืดหยุ่นในการคัดสรรสินค้า คุณภาพสินค้าเฉพาะพื้นที่ และประสบการณ์การใช้บริการที่แตกต่างจากธุรกิจค้าปลีกสมัยใหม่ (Hutchinson et al., 2006; Teller & Elms, 2010) ความแตกต่างเชิงโครงสร้างดังกล่าวทำให้ซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น จำเป็นต้องอาศัยการบริหารจัดการคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองของลูกค้าเป็นเครื่องมือสำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน มากกว่าการแข่งขันด้านราคาเพียงอย่างเดียว

จังหวัดเชียงใหม่ถือเป็นหนึ่งในศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและการท่องเที่ยวที่สำคัญของประเทศ ส่งผลให้มีการประกอบการค้าปลีกหลากหลายรูปแบบและหลายเครือข่ายกระจุกตัวอยู่ในพื้นที่เดียวกัน ทำให้ผู้บริโภคมีทางเลือกจำนวนมากและสามารถเปรียบเทียบร้านค้าปลีกได้ง่าย ส่งผลให้ตลาดค้าปลีกในจังหวัดเชียงใหม่มีลักษณะการแข่งขันสูง (นรินทร์ ตันไพบูลย์, 2567) ภายใต้บริบทดังกล่าว งานวิจัยนี้จึงเลือกใช้ซุปเปอร์มาร์เก็ตริมปิง จังหวัดเชียงใหม่ เป็นกรณีศึกษา โดยพิจารณาตราผลิตภัณฑ์ของซุปเปอร์มาร์เก็ตในฐานะแบรนด์ของกิจการค้าปลีก (retail brand) มิใช่ตราผลิตภัณฑ์ของสินค้าแต่ละรายการที่จำหน่ายภายในร้าน (Hutchinson et al., 2006; Teller & Elms, 2010)

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยด้านคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในประเทศไทยส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นที่ตราผลิตภัณฑ์ระดับประเทศหรือธุรกิจค้าปลีกขนาดใหญ่ (ไพรรัตน์ แก้วดี, 2564; ณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์ และคณะ, 2567) ขณะที่การศึกษาเชิงประจักษ์ในบริบทของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นในจังหวัดเชียงใหม่ โดยเฉพาะการวิเคราะห์เชิงองค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ยังมีอยู่อย่างจำกัด แม้จะมีงานวิจัยที่กล่าวถึงบทบาทของโปรแกรมความภักดีในธุรกิจค้าปลีก (Kaur, 2024) แต่ยังไม่ชัดเจนว่าองค์ประกอบใดของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์เป็นตัวขับเคลื่อนหลักของการตัดสินใจใช้บริการในบริบทซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นในประเทศไทย

ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญทั้งในเชิงทฤษฎีและเชิงปฏิบัติ โดยในเชิงทฤษฎีจะช่วยขยายองค์ความรู้ด้านคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในบริบทซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นที่มีการแข่งขันสูง ขณะที่ในเชิงปฏิบัติ ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการบริหารแบรนด์และการกำหนดกลยุทธ์ทางการตลาดของผู้ประกอบการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของธุรกิจในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าที่ใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่

2. เพื่อศึกษาระดับความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าที่ใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่

3. เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมในงานวิจัยนี้ มุ่งศึกษากรอบแนวคิดคุณค่าตราสินค้าในมุมมองลูกค้าและหลักฐานเชิงประจักษ์ในธุรกิจค้าปลีกที่เกี่ยวข้องกับการใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นพื้นฐานในการอธิบายบทบาทขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าต่อความตั้งใจใช้บริการในจังหวัดเชียงใหม่ โดยงานวิจัยนี้ใช้ ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตเป็นกรณีศึกษาในฐานะแบรนด์ของกิจการค้าปลีก (retail brand)

แนวคิดคุณค่าตราสินค้า (brand equity)

แนวคิดคุณค่าตราสินค้า (brand equity) เป็นกรอบแนวคิดสำคัญทางการตลาดที่อธิบายคุณค่าที่เกิดจากการรับรู้ ความรู้สึก และประสบการณ์ของผู้บริโภคที่มีต่อตราสินค้า ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมการตัดสินใจใช้บริการ Aaker (1991) เสนอว่า คุณค่าตราสินค้าประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน โดยในการวิจัยครั้งนี้ แนวคิดคุณค่าตราสินค้าถูกนำมาประยุกต์ใช้ กับแบรนด์ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในฐานะแบรนด์ของกิจการค้าปลีก มิใช่ตราสินค้าของสินค้าแต่ละรายการภายในร้านโดยประกอบด้วยองค์ประกอบหลัก 4 ด้าน ดังนี้

1. การรับรู้ตราสินค้า (brand awareness) หมายถึง ความสามารถของผู้บริโภคจดจำและระลึกถึงแบรนด์เมื่อพิจารณาถึงหมวดหมู่สินค้า หรือบริการ (Aaker, 1991) ในบริบทของงานวิจัย การรับรู้ตราสินค้าที่ช่วยเพิ่มโอกาสที่แบรนด์จะถูกพิจารณาเป็นตัวเลือกในการตัดสินใจไปใช้บริการ และลดความไม่แน่นอนของผู้บริโภค (Keller, 1993) ส่งผลให้การรับรู้ตราสินค้ามีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภคในบริบทค้าปลีก

2. การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (perceived quality) หมายถึงการประเมินคุณภาพของสินค้าและบริการจากการรับรู้ และประสบการณ์ของผู้บริโภค (Zeithaml, 1988) สำหรับริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต การรับรู้คุณภาพถึงการประเมินของผู้บริโภคต่อคุณภาพสินค้า ความสดใหม่ มาตรฐานการจัดการร้าน และการให้บริการโดยรวม ซึ่งในบริบทธุรกิจค้าปลีกการรับรู้คุณภาพมีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการและการกลับมาใช้บริการซ้ำ (Yoo et al., 2000)

3. ความเชื่อมโยงกับตราสินค้า (brand associations) หมายถึงภาพลักษณ์ที่และความรู้สึกที่ผู้บริโภคมีต่อแบรนด์จากประสบการณ์ (Aaker, 1991) สำหรับริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตสะท้อนถึงภาพลักษณ์ด้านคุณภาพ ความเป็นท้องถิ่น และความพรีเมียม ซึ่งช่วยสร้างความสัมพันธ์ทางอารมณ์ และจูงใจการใช้บริการ สอดคล้องกับงานวิจัยในไทยที่พบว่าการสร้างความสัมพันธ์ตราสินค้าเป็นองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าที่มีระดับการรับรู้สูงสุด และมีอิทธิพลสำคัญต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค (กรองกาญจน์ พึ่งแก้ว และคณะ, 2562)

4. ความภักดีในตราสินค้า (brand loyalty) หมายถึงความตั้งใจของผู้บริโภคในการใช้บริการซ้ำ และการแนะนำแบรนด์ให้กับผู้อื่น (Oliver, 1999) ในบริบทของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต ความภักดีสะท้อนถึงความผูกพันของลูกค้าที่มีต่อแบรนด์ในระยะยาว ซึ่งช่วยเสริมสร้างความแข็งแกร่งของคุณค่าตราสินค้า อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าบทบาทของความภักดีต่อการตัดสินใจใช้บริการอาจแตกต่างกันไปตามบริบทการแข่งขัน โดยเฉพาะในตลาดค้าปลีกที่ผู้บริโภคมีทางเลือกจำนวนมาก (Buil et al., 2013)

แนวคิดความตั้งใจใช้บริการ (behavioral intention)

ความตั้งใจใช้บริการเป็นตัวแปรผลลัพธ์เชิงพฤติกรรม (behavioral intention) ที่สะท้อนแนวโน้มของผู้บริโภคในการเลือกใช้บริการของผู้ให้บริการรายเดิมในอนาคต ภายหลังจากการประเมินคุณค่าและประสบการณ์ที่ได้รับจากการใช้บริการ เนื่องจากเป็นตัวแปรเชิงนามธรรมที่ไม่สามารถสังเกตได้โดยตรง จึงนิยมวัดผ่านตัวชี้วัดเชิงพฤติกรรมหลายด้าน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดผลลัพธ์เชิงพฤติกรรมจากคุณภาพการบริการของ Zeithaml et al., (1996) ซึ่งเสนอให้ประเมินความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และความตั้งใจบอกต่อเชิงบวก

ในบริบทธุรกิจค้าปลีกไทย งานวิจัยร่วมสมัยสะท้อนการใช้ความตั้งใจเชิงพฤติกรรมเป็นตัวแปรผลลัพธ์ในลักษณะเดียวกัน โดยไพรรัตน์ แก้วดี (2564) รวมถึงณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์ และคณะ (2567) พบว่าปัจจัยด้านการตลาด การรับรู้การให้บริการ และความพึงพอใจของลูกค้ามีอิทธิพลต่อการกลับมาใช้บริการซ้ำ ซึ่งเป็นตัวแทนของความตั้งใจเชิงพฤติกรรมในธุรกิจค้าปลีก

ดังนั้นในงานวิจัยนี้ ความตั้งใจใช้บริการหมายถึง ความตั้งใจของลูกค้าที่เลือกใช้บริการของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต ในฐานะแบรนด์ของกิจการค้าปลีกในอนาคต ครอบคลุมความตั้งใจกลับมาใช้บริการซ้ำ ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และความตั้งใจแนะนำร้านให้ผู้อื่น โดยมิได้หมายถึงการเลือกซื้อแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งภายในร้าน แต่เป็นการตัดสินใจใช้บริการของร้านค้าปลีกโดยรวม

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยนี้มุ่งศึกษาคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในระดับแบรนด์ของซุปเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งแตกต่างจากการศึกษาคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของสินค้าแต่ละรายการ โดยมองว่าร้านค้าซุปเปอร์มาร์เก็ตสามารถทำหน้าที่เป็นแบรนด์ที่ผู้บริโภครับรู้ ประเมินคุณค่า และใช้เป็นฐานในการตัดสินใจเลือกใช้บริการได้ การทบทวนวรรณกรรมในส่วนนี้จึงมุ่งเน้นการวิจัยด้านคุณค่าตราสินค้าของร้านค้าปลีก และบทบาทขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าในมุมมองลูกค้าที่มีต่อพฤติกรรมการใช้บริการธุรกิจค้าปลีกและซุปเปอร์มาร์เก็ต

งานวิจัยด้านค้าปลีกสากลพบความสอดคล้องกันว่า องค์ประกอบเชิงการรับรู้ของแบรนด์ร้านค้า โดยเฉพาะการรับรู้ตราสินค้าและการรับรู้คุณภาพ มีบทบาทสำคัญต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค Nguyen et al. (2022) ชี้ให้เห็นว่า ในตลาดค้าปลีกที่มีการแข่งขันสูง ผู้บริโภคมีแนวโน้มเลือกใช้บริการจากร้านค้าที่ตนรู้จักและเชื่อมั่นในคุณภาพ เนื่องจากช่วยลดความไม่แน่นอนในการตัดสินใจ

ในบริบทประเทศไทย งานวิจัยของสุทธดา ขัตติยะ และคณะ (2568) พบว่าการรับรู้คุณค่าตราสินค้าในระดับร้านค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น ขณะที่ Kamkankaew et al. (2024) ยืนยันว่าองค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้าในมุมมองลูกค้ามีบทบาทต่อความพึงพอใจของผู้บริโภคในธุรกิจบริการสมัยใหม่ นอกจากนี้ Rungtrakulchai (2022) ยังชี้ให้เห็นว่าการสร้างความผูกพันของลูกค้ามีส่วนช่วยเสริมสร้างคุณค่าตราสินค้า และขับเคลื่อนพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล

อย่างไรก็ตาม ในประเด็นความภักดีในตราสินค้า ผลการศึกษาเชิงประจักษ์ยังคงให้ข้อค้นพบที่หลากหลาย โดยงานวิจัยดั้งเดิม เสนอว่าความภักดีเป็นผลลัพธ์สำคัญของคุณค่าตราสินค้าที่แข็งแกร่ง (Aaker, 1991; Keller, 1993) ขณะที่งานวิจัยร่วมสมัยในบริบทค้าปลีกที่มีการแข่งขันสูงกลับพบว่าบทบาทของความภักดีอาจลดลง เมื่อผู้บริโภคได้รับอิทธิพลจากปัจจัยด้านราคา การส่งเสริมการขาย หรือประสบการณ์การใช้บริการที่จากคู่แข่ง (Karami, 2022; Nguyen et al., 2022)

จากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องดังกล่าวพบว่ายังไม่ชัดเจนเกี่ยวกับบทบาทขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า โดยเฉพาะความภักดีในตราสินค้า ต่อความตั้งใจใช้บริการในบริบทของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นในประเทศไทย งานวิจัยนี้จึงมุ่งขยายองค์ความรู้เพื่อระบุปัจจัยขับเคลื่อนหลักที่ของความตั้งใจใช้บริการ ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรงของจังหวัดเชียงใหม่

สมมติฐานการวิจัย

H1 การรับรู้ตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่

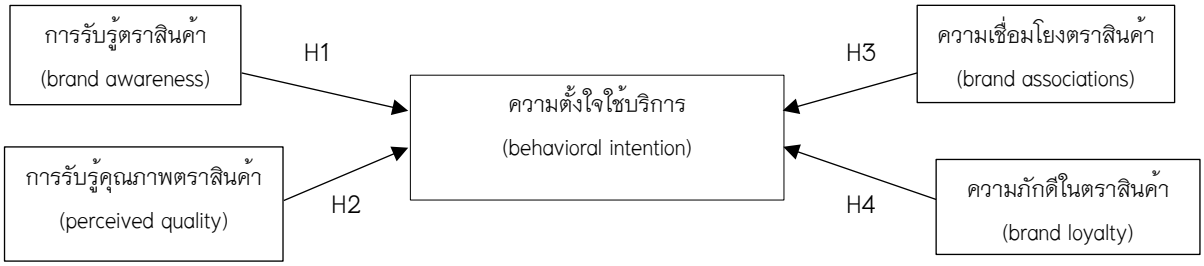
H2 การรับรู้คุณภาพตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่

H3 ความเชื่อมโยงตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่

H4 ความภักดีในตราสินค้ามีอิทธิพลเชิงบวกต่อ ความตั้งใจใช้บริการ ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดของการวิจัยนี้ แสดงความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างองค์ประกอบย่อยของคุณค่าตราสินค้าในมุมมองลูกค้า ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพ ความเชื่อมโยงตราสินค้า และความภักดีในตราสินค้า (Aaker, 1991) ซึ่งทำหน้าที่เป็นตัวแปรอิสระ และความตั้งใจใช้บริการ ซึ่งเป็นตัวแปรตาม โดยความสัมพันธ์ดังกล่าวสอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัย H1–H4 ที่ผู้วิจัยทำการทดสอบเชิงประจักษ์ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้กำหนดระเบียบวิธีดำเนินการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมุ่งเน้นการรวบรวมข้อมูลเชิงประจักษ์ เพื่อนำมาวิเคราะห์ความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปร ภายใต้กรอบแนวคิดที่กำหนด กระบวนการวิจัยประกอบด้วยการสำรวจข้อมูลผ่านเครื่องมือแบบสอบถามที่มีคุณภาพ และการวิเคราะห์ผลด้วยสถิติเชิงอนุมานเพื่อให้ได้ข้อสรุปที่สามารถตอบวัตถุประสงค์การวิจัยได้อย่างถูกต้องแม่นยำ โดยมีรายละเอียดขั้นตอนวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ลูกค้าที่เคยใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตริมปิงในจังหวัดเชียงใหม่ เนื่องจากไม่สามารถระบุจำนวนประชากรผู้ใช้บริการที่แน่นอนได้ จึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างตามการคำนวณจากสูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความคลาดเคลื่อน .05 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 385 คน ผู้วิจัยเพิ่มขนาดกลุ่มตัวอย่างจากค่าขั้นต่ำเป็น 400 คน เพื่อรองรับกรณีแบบสอบถามที่อาจไม่สมบูรณ์ และเพื่อเพิ่มอำนาจทางสถิติให้เพียงพอสำหรับการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งสอดคล้องกับแนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ (Hair et al., 2010; Saunders et al., 2019)

การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีการสุ่มแบบสะดวก (convenience sampling) จากลูกค้าที่มาใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตริมปิงในจังหวัดเชียงใหม่ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กระจายการเก็บข้อมูลทั้ง 7 สาขาในจังหวัดเชียงใหม่ เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างครอบคลุมพื้นที่ให้บริการที่หลากหลาย และช่วยลดอคติด้านสถานที่ (Saunders et al., 2019) นอกจากนี้ ผู้วิจัยใช้คำถามคัดกรอง (screening question) เพื่อคัดเลือกเฉพาะผู้ตอบแบบสอบถามที่เคยใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตริมปิง

อย่างน้อย 1 ครั้งในช่วง 6 เดือนที่ผ่านมา โดยผู้ที่ไม่ผ่านเกณฑ์ดังกล่าวจะไม่ถูกนำมาวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างมีคุณสมบัติสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและกรอบแนวคิดที่เกี่ยวข้อง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไป องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า และความตั้งใจใช้บริการ โดยใช้มาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต (Likert scale) การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถามดำเนินการดังนี้

1) ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ตรวจสอบโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน ผลการประเมินดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ (IOC) พบว่าค่าดัชนีรายข้ออยู่ในช่วง .67–1.00 ซึ่งมีคะแนนไม่ต่ำกว่า .50 จึงอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้ตามหลักการวิจัย (Rovinelli & Hambleton, 1976; บุญชม ศรีสะอาด, 2545)

2) ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) ทดสอบด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) จากการทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 คน พบว่าค่าความเชื่อมั่นของแต่ละตัวแปรอยู่ในช่วง .78–.93 ถือว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นในระดับที่ยอมรับได้ทางการวิจัย เนื่องจากมีค่ามากกว่า .70 ขึ้นไป (Hair et al., 2010)

ดังนั้น แบบสอบถามจึงมีความเที่ยงตรงและความเชื่อมั่นเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการเก็บข้อมูลภาคสนามโดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วนดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ การศึกษา อาชีพ รายได้ เป็นคำถามปลายปิด ชนิดตรวจสอบรายการ (check-list) เพื่อรวบรวมข้อมูลพื้นฐานของกลุ่มตัวอย่าง

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด แบ่งออกเป็น 4 องค์ประกอบ ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า การเชื่อมโยงตราสินค้า และความภักดีในตราสินค้า โดยใช้แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ตามเกณฑ์การแบ่งระดับของ Best & Kahn (2014) ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.21–5.00 หมายถึง มีความคิดเห็นในระดับมากที่สุด 3.41–4.20 หมายถึง ระดับมาก 2.61–3.40 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.81–2.60 หมายถึง มีระดับน้อย และ 1.00–1.80 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับ ความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต ซึ่งเป็นตัวแปรตามของการวิจัย ลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิด ใช้มาตรประมาณค่าแบบลิเคิร์ต 5 ระดับ ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 4 ข้อ ครอบคลุมมิติของความตั้งใจใช้บริการในอนาคต การเลือกใช้บริการเป็นทางเลือกแรก ความตั้งใจใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และความตั้งใจในการแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ

ส่วนที่ 4 คำถามปลายเปิดสำหรับข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากผู้ตอบแบบสอบถาม เพื่อใช้ประกอบการอภิปรายผลการวิจัยเชิงคุณภาพ

ทั้งนี้งานวิจัยได้รับการรับรองจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์จากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา (เลขที่ RMUTL-IRB 077/2024) เพื่อดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) วิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของแบบสอบถามเกี่ยวกับสถานภาพ ข้อมูลพื้นฐาน และพฤติกรรมเกี่ยวกับคุณค่าตราสินค้า ของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ

รายได้ ใช้การแจกแจงความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า และระดับความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต

สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) วิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพ ความเชื่อมโยงตราสินค้า และความภักดีในตราสินค้า ที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลลูกค้าที่ใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในจังหวัดเชียงใหม่ โดยผู้ตอบแบบสอบถาม จำนวน 400 คน ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิงคิดเป็นร้อยละ 54 และเพศชาย คิดเป็นร้อยละ 46 กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุ 31–40 ปี และ 41–50 ปี คิดเป็นร้อยละ 31 เท่ากัน รองลงมาคือกลุ่มอายุอื่น ๆ ตามลำดับ ในด้านระดับการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่สำเร็จการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 72 ด้านอาชีพ พบว่ากลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ประกอบอาชีพพนักงานเอกชน พนักงานของรัฐ และรัฐวิสาหกิจ คิดเป็นร้อยละ 35 และในด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีรายได้เฉลี่ยอยู่ในช่วง 20,001–30,000 บาท ร้อยละ 49.8 รองลงมาคือกลุ่มรายได้ 30,001–40,000 บาท คิดเป็นร้อยละ 21

ผลการศึกษาระดับองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าในมุมมองของลูกค้า

การวิเคราะห์องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในมุมมองลูกค้า ประกอบด้วย การรับรู้ตราสินค้า (BAW) การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ) การเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS) และความภักดีในตราสินค้า (BL) โดยนำเสนอผลการวิเคราะห์ในรูปของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังตาราง 1

ตาราง 1 องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในมุมมองของลูกค้า

องค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรับรู้ตราสินค้า (BAW)	4.00	.668	มาก
การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ)	3.97	.689	มาก
ความเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS)	3.80	.856	มาก
ความภักดีในตราสินค้า (BL)	4.03	.626	มาก
ภาพรวม	3.95	.710	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ลูกค้าของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตมีระดับความคิดเห็นต่อองค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.95, S.D. = .71) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ความภักดีในตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือ การรับรู้ตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพตราสินค้า ขณะที่ความเชื่อมโยงตราสินค้ามีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

ผลการศึกษาระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต นำเสนอในรูปของค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ดังแสดงในตาราง 2

ตาราง 2 ความคิดเห็นของลูกค้าต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต

การตั้งใจใช้บริการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการริมปิง ซุปเปอร์มาร์เก็ตในอนาคต	3.58	.935	มาก
2. แนวโน้มจะเลือกร้านริมปิงเป็นหนึ่งในตัวเลือกแรก เมื่อมีความจำเป็นต้องซื้อสินค้าประเภทซุปเปอร์มาร์เก็ต	3.64	.921	มาก
3. แนวโน้มจะเข้าใช้บริการริมปิงอย่างต่อเนื่องในอนาคต (เช่น ในช่วงที่มีรายการส่งเสริมการขายหรือกิจกรรมของร้าน)	3.79	.924	มาก
4. ความตั้งใจในการแนะนำริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตให้ผู้อื่นมาใช้บริการ	3.90	.890	มาก
ภาพรวม	3.73	.918	มาก

จากตาราง 2 พบว่า โดยภาพรวมระดับความคิดเห็นของลูกค้าต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.73, S.D. = .918) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ความตั้งใจในการแนะนำริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตให้ผู้อื่นมาใช้บริการมีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคือแนวโน้มจะเข้าใช้บริการอย่างต่อเนื่องในอนาคต ขณะที่แนวโน้มจะเลือกร้านริมปิงเป็นหนึ่งในตัวเลือกแรก เมื่อมีความจำเป็นต้องซื้อ และความตั้งใจในการกลับมาใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตในอนาคตมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน

การศึกษาครั้งนี้ใช้การวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อตรวจสอบอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าที่ ได้แก่ การรับรู้ตราสินค้า (BAW) การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ) ความเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS) และความภักดีในตราสินค้า (BL) ที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต

ก่อนดำเนินการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบความเหมาะสมของข้อมูล โดยเฉพาะปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ (multicollinearity) ด้วยค่า Tolerance และค่า Variance Inflation Factor (VIF) ผลการตรวจสอบพบว่า ค่า VIF ของตัวแปรอิสระทุกตัวมีค่าอยู่ในช่วง 1.958–2.775 ซึ่งต่ำกว่าเกณฑ์ที่ยอมรับได้ (< 10) และค่า Tolerance มากกว่า .10 (Hair et al., 2010) แสดงว่าไม่พบปัญหาความสัมพันธ์เชิงซ้อนระหว่างตัวแปรอิสระ ข้อมูลจึงมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปวิเคราะห์ด้วยสถิติถดถอยพหุคูณ

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยคุณค่าตราสินค้าของลูกค้าที่มีผลต่อความตั้งใจใช้บริการในริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต

คุณค่าตราสินค้า (Brand Equity)	ความตั้งใจใช้บริการ						
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	P–value	Tolerance	VIF
	B	SE	β				
ค่าคงที่ (Constant)	.269	.180		1.499	.135		
การรับรู้ตราสินค้า (BAW)	.319	.064	.287	4.981	.022*	.360	2.775
การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ)	.221	.060	.205	3.713	.000*	.394	2.541
ความเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS)	.223	.042	.257	5.310	.000*	.511	1.958
ความภักดีในตราสินค้า (BL)	.113	.065	.095	1.731	.084	.400	2.503
R = .726, R–Square = .527, Adjust R^2 = .522, SE = .514, F = 109.915, p–value = .000							

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 3 ผลการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณพบว่า โมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตได้ในสัดส่วนร้อยละ 52.2 (Adjust R^2 = .522) โดยผลการทดสอบค่า F พบว่าโมเดลมีนัยสำคัญทางสถิติ (F = 109.915, p < .001) แสดงว่าโมเดลมีความเหมาะสมสำหรับการอธิบายความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

เมื่อพิจารณาอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้าแต่ละด้าน พบว่า การรับรู้ตราสินค้า (BAW) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = .287, p = .022) ความเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β =.257, p < .001) และการรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = .205, p < .001) ขณะที่ความภักดีในตราสินค้า (BL) ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ (β = .095, p = .084)

เมื่อพิจารณาน้ำหนักอิทธิพลจากค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (β) สามารถเรียงลำดับอิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าตราสินค้า ได้ดังนี้ การรับรู้ตราสินค้า ความเชื่อมโยงตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า ตามลำดับ

สมการถดถอยเชิงเส้นพหุคูณในรูปของค่าสัมประสิทธิ์ไม่มีมาตรฐานสามารถเขียนได้ดังนี้

ความตั้งใจใช้บริการ = .269 + .319 (การรับรู้ตราสินค้า) + .221 (การรับรู้คุณภาพตราสินค้า) + .223 (ความเชื่อมโยงตราสินค้า)

จากสมการถดถอยข้างต้นสามารถแปลความหมายได้ว่า

เมื่อ การรับรู้ตราสินค้า (BAW) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจะเพิ่มขึ้น .319 หน่วย โดยที่ตัวแปรอื่นคงที่

เมื่อ การรับรู้คุณภาพตราสินค้า (PQ) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจะเพิ่มขึ้น .221 หน่วย โดยที่ตัวแปรอื่นคงที่

เมื่อ ความเชื่อมโยงตราสินค้า (BAS) เพิ่มขึ้น 1 หน่วย ความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจะเพิ่มขึ้น .223 หน่วย โดยที่ตัวแปรอื่นคงที่

ผลการวิเคราะห์ดังกล่าวชี้ให้เห็นว่า องค์ประกอบด้านการรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า และความเชื่อมโยงตราสินค้า มีบทบาทต่อระดับความตั้งใจใช้บริการของลูกค้า ขณะที่ความภักดีในตราสินค้าเพียงอย่างเดียว ไม่เพียงพอที่จะส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญในบริบทของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น

ตาราง 4 สรุปผลทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐาน	ผลการวิจัย
H 1 การรับรู้ตราสินค้าของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ยอมรับสมมติฐาน
H2 การรับรู้คุณภาพตราสินค้าของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ยอมรับสมมติฐาน
H3 ความเชื่อมโยงตราสินค้าของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ยอมรับสมมติฐาน
H4 ความภักดีในตราสินค้าของลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ต จังหวัดเชียงใหม่	ปฏิเสธสมมติฐาน

จากตาราง 4 ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ พบว่า การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพตราสินค้า และความเชื่อมโยงตราสินค้า มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความตั้งใจใช้บริการริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ขณะที่ ความภักดีในตราสินค้า ไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการทดสอบสมมติฐานดังกล่าวแสดงให้เห็นว่า องค์ประกอบของคุณค่าตราสินค้ามีบทบาทต่อความตั้งใจใช้บริการของลูกค้าแตกต่างกันในแต่ละด้าน ทั้งนี้ผลการวิเคราะห์เป็นไปตามข้อค้นพบจากการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณ

การอภิปรายผล

จากการวิจัยเรื่อง คุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้าที่มีผลต่อการใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น กรณีศึกษา ริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ดังนี้

1. ระดับการรับรู้ต่อองค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้า ผลการวิจัยพบว่า ลูกค้ามีการรับรู้ต่อองค์ประกอบคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ของริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความภักดีในตราสินค้า รองลงมาคือการรับรู้ตราสินค้า และการรับรู้คุณภาพ ข้อค้นพบนี้สะท้อนว่าซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่น กรณีศึกษาริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตจังหวัดเชียงใหม่ สามารถสร้างตัวตนและการยอมรับในคุณภาพให้แก่ผู้บริโภคในพื้นที่ได้อย่างเข้มแข็ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธดา ขัตติยะ และคณะ (2568) ที่พบว่าผู้บริโภคในเขตภาคเหนือตอนบนมีการรับรู้คุณค่าตราสินค้าของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในระดับสูง โดยเฉพาะมิติด้านคุณภาพและคุณค่าที่ได้รับ และยังสอดคล้องกับ Karami (2022) ที่ระบุว่าการรับรู้คุณค่าตราสินค้าเป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญที่ผู้บริโภคในพื้นที่ภาคเหนือใช้ในการประเมินความพึงพอใจต่อธุรกิจบริการ

2. ระดับความตั้งใจใช้บริการของลูกค้า ลูกค้ามีระดับความตั้งใจใช้บริการรวมอยู่ในระดับมาก โดยมิติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือความตั้งใจในการแนะนำผู้อื่นมาใช้บริการ ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นถึงศักยภาพของแบรนด์ท้องถิ่นใน

การสร้างการบอกต่อเชิงบวกซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Rungtrakulchai, (2022) ที่เสนอว่า เมื่อแบรนด์สามารถสร้างความผูกพันและคุณค่าในใจลูกค้าได้ จะนำไปสู่พฤติกรรมเชิงบวกและความตั้งใจในการสนับสนุนแบรนด์อย่างต่อเนื่อง

3. อิทธิพลของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ ผลการวิเคราะห์อิทธิพลขององค์ประกอบคุณค่าที่มีต่อความตั้งใจใช้บริการ พบข้อค้นพบสำคัญซึ่งสามารถอภิปรายได้เป็น 2 ส่วน ดังนี้

1) ปัจจัยที่มีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ผลวิจัยพบว่า การรับรู้ตราสินค้า การรับรู้คุณภาพ และความเชื่อมโยงตราสินค้า มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยเฉพาะการรับรู้ตราสินค้าที่มีอิทธิพลสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าในตลาดค้าปลีกซุปเปอร์มาร์เก็ตที่มีการแข่งขันสูง การที่แบรนด์สามารถถูกจดจำและนึกถึงได้เป็นลำดับต้น ๆ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกใช้บริการของผู้บริโภค ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธดา ขัตติยะ และคณะ (2568) รวมถึง Karami (2022) ที่ชี้ให้เห็นถึงบทบาทของการรับรู้คุณค่าตราสินค้าและคุณภาพต่อพฤติกรรมการตัดสินใจของผู้บริโภค นอกจากนี้ความเชื่อมโยงตราสินค้าที่สะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นท้องถิ่นและความพรีเมียมของริมปิง ยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของกรองกาญจน์ ฟิ่งแก้ว และคณะ (2562)

2) ปัจจัยที่ไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ (ความไม่สอดคล้องกับทฤษฎีดั้งเดิม) ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีในตราสินค้าไม่มีอิทธิพลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งไม่สอดคล้องกับแนวคิดคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้า แนวคิดของ Aaker (1991) และ Keller (1993) อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบดังกล่าวสามารถอธิบายได้จากบริบทของเชียงใหม่ที่ผู้บริโภคมีทางเลือกในการใช้บริการซุปเปอร์มาร์เก็ตจำนวนมาก และสามารถเปลี่ยนร้านได้ง่ายตามความสะดวกด้านทำเล ราคา และกิจกรรมส่งเสริมการขายในแต่ละช่วงเวลา พฤติกรรมดังกล่าวสะท้อนถึงความอ่อนไหวต่อราคา (price sensitivity) และความสะดวกในการเข้าถึงร้านค้า (location convenience) ซึ่งมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจใช้บริการมากกว่าความภักดีเชิงทัศนคติ ส่งผลให้แม้ผู้บริโภคจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อแบรนด์ แต่ไม่จำเป็นต้องแปรเปลี่ยนเป็นความตั้งใจใช้บริการจริงเสมอไป ทั้งนี้ข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงาน Karami (2022) และ Nguyen et al. (2022) ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านการรับรู้และสถานการณ์เฉพาะหน้ามักมีบทบาทเหนือกว่าความภักดีในตลาดซุปเปอร์มาร์เก็ตที่มีการแข่งขันสูง

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ด้านการบริหารแบรนด์ในธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น โดยชี้ให้เห็นว่าองค์ประกอบของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในมุมมองลูกค้า หรือ customer-based brand equity (CBBE) มีบทบาทต่อความตั้งใจใช้บริการในระดับที่แตกต่างกันตามบริบทของการแข่งขัน องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญมีรายละเอียดดังนี้

1. การทบทวนบทบาทของความภักดีในตราสินค้า ผลการวิจัยพบว่า ความภักดีในตราสินค้า ซึ่งตามกรอบแนวคิดดั้งเดิมของ Aaker (1991) และ Keller (1993) มักถูกนิยามว่าเป็นแกนกลางของคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ กลับไม่ส่งผลต่อความตั้งใจใช้บริการอย่างมีนัยสำคัญในบริบทของซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นที่มีการแข่งขันสูง ข้อค้นพบนี้สะท้อนให้เห็นว่าในตลาดค้าปลีกที่มีทางเลือกจำนวนมากและมีการแข่งขันด้านการส่งเสริมการขายอย่างต่อเนื่อง ความภักดีเชิงทัศนคติเพียงอย่างเดียวไม่สามารถพยากรณ์พฤติกรรมการใช้บริการจริงได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดร่วมสมัยของ Karami (2022) ที่เสนอว่าอิทธิพลของความภักดีอาจลดทอนลงเมื่อผู้บริโภคเผชิญกับปัจจัยกระตุ้นด้านอื่นที่ให้ความคุ้มค่ามากกว่าในขณะตัดสินใจ

2. คุณค่าตราสินค้าในฐานะตัวขับเคลื่อนเชิงประสบการณ์ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการตัดสินใจใช้บริการของผู้บริโภค ได้รับอิทธิพลจากการรับรู้และประสบการณ์ที่จับต้องได้มากกว่าความผูกพันระยะยาว โดยการรับรู้ตราสินค้าเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือความเชื่อมโยงตราสินค้าและการรับรู้คุณภาพ ข้อค้นพบนี้สะท้อนความสำคัญของการสร้างแบรนด์ที่จดจำในลำดับแรก และการสร้างภาพลักษณ์ที่ชัดเจนสำหรับธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่น สอดคล้องกับงานของสุทธดา ขัตติยะ และคณะ (2568) และ Nguyen et al. (2022) ที่ยืนยันว่าการสร้างตัวตนของแบรนด์ร้านค้าให้เด่นชัด คือการขับเคลื่อนการตัดสินใจของผู้บริโภคในสภาวะการแข่งขันปัจจุบัน

3. การขยายขอบเขตทฤษฎีในบริบทค้าปลีกไทย งานวิจัยนี้ช่วยขยายความเข้าใจต่อทฤษฎีคุณค่าตราผลิตภัณฑ์ในบริบทของธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นในต่างจังหวัดของประเทศไทย โดยชี้ให้เห็นว่าการสร้างคุณค่าแบรนด์จำเป็นต้องเชื่อมโยงความหมายของแบรนด์กับวิถีชีวิตของชุมชนควบคู่กับคุณภาพที่ผู้บริโภครับรู้ได้จริง ซึ่งสะท้อนความยืดหยุ่นของทฤษฎีการจัดการแบรนด์เมื่อนำมาประยุกต์ใช้ในบริบทพื้นที่เฉพาะ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นควรให้ความสำคัญกับการสร้างการจดจำแบรนด์ให้อยู่ในลำดับแรก ผ่านการสื่อสารการตลาดและกิจกรรมชุมชนอย่างสม่ำเสมอ

1.2 ควรพัฒนาการรับรู้คุณภาพสินค้าและบริการ โดยเฉพาะความสดใหม่และมาตรฐานความปลอดภัย เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่นของผู้บริโภค

1.3 ควรสร้างความเชื่อมโยงเชิงบวกกับตราสินค้าผ่านภาพลักษณ์ ความเป็นท้องถิ่น และประสบการณ์การใช้บริการที่แตกต่างเฉพาะตัวและสร้างความสัมพันธ์เชิงความรู้สึกระหว่างแบรนด์กับวิธีชีวิตของคนในพื้นที่

1.4 การปรับกลยุทธ์ด้านความภักดี เนื่องจากผลการวิจัยชี้ว่าความภักดีในเชิงทัศนคติไม่ใช่ตัวขับเคลื่อนหลักในตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผู้ประกอบการจึงควรเน้นโปรแกรมความภักดีแบบดั้งเดิม เช่น การสะสมแต้มระยะยาวเพื่อแลกของพรีเมียม หรือแทนเงินสด มาสร้างความคุ้มค่าและประสบการณ์ที่ดี เพื่อกระตุ้นการตัดสินใจซื้อในทันที

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายการศึกษาไปยังซุปเปอร์มาร์เก็ตท้องถิ่นในพื้นที่อื่นเพื่อเปรียบเทียบบริบทการแข่งขัน

2.2 ควรเพิ่มตัวแปรด้านพฤติกรรมผู้บริโภค เช่น ประสบการณ์การใช้บริการ ความไว้วางใจต่อแบรนด์ หรือความอ่อนไหวต่อราคา เพื่ออธิบายความตั้งใจใช้บริการได้ครอบคลุมยิ่งขึ้น

2.3 ควรใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพเพื่ออธิบายกลไกที่ทำให้ความภักดีไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการจริง ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจพฤติกรรมการเปลี่ยนใจของผู้บริโภคในตลาดค้าปลีกได้ชัดเจนขึ้น

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยนี้ได้รับการสนับสนุนทุนวิจัยจากสาขาธุรกิจการค้าและบริการ คณะบริหารธุรกิจและศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา ผู้วิจัยขอขอบคุณริมปิงซุปเปอร์มาร์เก็ตที่ให้การสนับสนุนในการทำวิจัยในครั้งนี้ ให้สอดคล้องกับบริบทพฤติกรรมผู้บริโภคและการดำเนินธุรกิจค้าปลีกในท้องถิ่นจังหวัดเชียงใหม่

เอกสารอ้างอิง

กรองกาญจน์ พึ่งแก้ว, อรุณรุ่ง วงศ์กังวาน, ณัฐพงษ์ เตชะรัตนเสฏฐ, และ ปราณี ตรีทศกุล. (2562). ส่วนประสมทางการตลาดบริการ การรับรู้คุณค่าตราสินค้า และพฤติกรรมการซื้อของลูกค้าผ่านแอพพลิเคชั่นช้อปปี้ (Shopee). *วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรี รับใช้สังคม*, *5*(1), 107–119. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/DRURDI/article/view/252153.

ณัฐนันท์ ฐิติยาปราโมทย์, ธิดาธิป รำรวย, ภีรดา คำวาส, ปิยะ วัตถพาณิชย์, สุขเกษม ลางคุลเสน, ณัฐวุฒิ ปัญญา และประทาน แก้วกำพล. (2567). ผลกระทบของการรับรู้การให้บริการความเข้าใจในการบริการ ความพึงพอใจในการบริการ ที่มีต่อการกลับมาซื้อซ้ำของลูกค้าร้าน 7-Eleven ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการและการสื่อสาร*, *3*(1), 1–28. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/jmsc_journal/article/view/3946.

นรินทร์ ตันไพบูลย์. (2567). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรมปี 2567–2569: ธุรกิจร้านค้าปลีกสมัยใหม่*. ธนาคารกรุงศรีอยุธยา จำกัด (มหาชน). สืบค้น 25 ตุลาคม 2568 จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/wholesale-retail/modern-trade/io/modern-trade-2024-2026.

บุญชม ศรีสะอาด. (2545). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 7). สุวีริยาสาส์น.

ไพรรัตน์ แก้วดี. (2564). *กลยุทธ์ทางการตลาดที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อซ้ำและความเต็มใจจ่ายของผู้บริโภคร้านสะดวกซื้อ*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศรีปทุม. https://dspace.spu.ac.th/items/01a7e320-94b7-4808-9a54-636cbcd3b51e.

สุทธดา ขัตติยะ, สุรพงษ์ วงษ์ปาน และณัฐธิดา จุมปา. (2568). การรับรู้คุณค่าตราสินค้าที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภค ธุรกิจค้าปลีกท้องถิ่นแห่งหนึ่งในเขตภาคเหนือตอนบน. *วารสารบริหารศาสตร์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี*, *14*(1), 52–72. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jms_ubu/article/view/280768.

Aaker, D. A. (1991). *Managing brand equity: Capitalizing on the value of a brand name*. The Free Press.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (2014). *Research in education* (10th ed). Pearson

Buil, I., de Chernatony, L., & Martínez, E. (2013). Examining the role of advertising and sales promotions in brand equity creation. *Journal of Business Research*, *66*(1), 115–122. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0148296311002669?utm_source=copilot.com.

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

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis* (7th ed). Prentice.

Hutchinson, K., Quinn, B., & Alexander, N. (2006). SME retailer internationalization: case study evidence from British retailers. *International Marketing Review*, *23*(1), 25–53. https://doi.org/10.1108/02651330610646287.

Kamkankaew, P., Thongyoy, P., & Phonracharnon, Y. (2024). From clicks to satisfaction: A study on how customer-based brand equity shapes customer satisfaction in online food delivery realm for Generation z in Lampang Province, Thailand. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews, 4*(2), 109–124. https://doi.org/10.60027/ijsasr.2024.3819.

Karami, M. (2022). Brand equity, brand loyalty and the mediating role of customer satisfaction: Evidence from medical cosmetics brands. *Research Journal of Business and Management (RJBM), 9(3), 156–171.* https://doi.org/10.17261/Pressacademia.2022.1627.

Kaur, H. (2024). The impact of loyalty programs on customer retention in the retail industry. *Darpan Internation Research Analysis. 12*(3), 69–82. https://doi.org/10.36676/dira.v12.i3.57.

Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer–based brand equity. *Journal of Marketing*, *57*(1), 1–22. https://doi.org/10.1177/002224299305700101.

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

Nguyen, V. T., Tran, T. H. D., & Ngo, T. X. B. (2022). The influence of brand equity on contomer purchase decisions: A case study of retailers distribution. *Journal of Distribution Science*, *20*(2) , 11– 18. https://www.kci.go.kr/kciportal/ci/sereArticleSearch/ciSereArtiView.kci?sereArticleSearchBean.artiId=ART002814805.

Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? *Journal of Marketing*, *63*(Special Issue), 33–44. https://doi.org/10.2307/1252099.

Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1976). On the use of content specialists in the assessment of criterion–referenced test item validity [Paper presentation]. *Annual Meeting of the American Educational Research Association*, San Francisco, CA, United States. https://files.eric.ed.gov/fulltext/ED121845.pdf.

Rungtrakulchai, R. (2022). The impacts of customer engagement on brand equity in E–commerce. *Journal of Business Administration and languages, 10*(1), 94–104. https://so06.tci–thaijo.org/index.php/TNIJournalBA/article/view/254721.

Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2019). *Research methods for business students* (8th ed). Pearson.

Teller, C., & Elms, J. (2010). Managing the attractiveness of evolved retail agglomerations formats. *Marketing Intelligence and Planning, 28*(1), 25–45. https://doi.org/10.1108/02634501011014598.

Yoo, B., Donthu, N., & Lee, S. (2000). An examination of selected marketing mix elements and brand equity. *Journal of the Academy of Marketing Science*, *28*(2), 195–211. https://doi.org/10.1177/0092070300282002.

Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means–end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, *52*(3), 2–22. https://doi.org/10.1177/002224298805200302.

Zeithaml, V. A., Berry, L. L., & Parasuraman, A. (1996). The behavioral consequences of service quality. *Journal of Marketing*, *60*(2), 31–46. https://doi.org/10.1177/002224299606000203.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

พฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจต่อโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Travel behavior and satisfaction towards tourism logistics in the Lanna civilization tourism development zone

ปฐมพงษ์ ธิโน [1*], ประกอบศิริ ภักดีพินิจ [2]
Pathompong Tino [1*], Prakobsiri Pakdeepinit [2]

[1] สาขาการจัดการอุตสาหกรรมบริการและการท่องเที่ยว คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยนอร์ทเทิร์น
[2] สาขาการท่องเที่ยวและการโรงแรม คณะบริหารธุรกิจและนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยพะเยา
[1] Hospitality Industry and Tourism Management, Faculty of Business Administration, Northern College
[2] Tourism and Hotel Management, School of Business and Communication Arts, University of Phayao
Corresponding author's e-mail: pathompong.tino@gmail.com [1]

Received: January 21, 2026 Revised: March 04, 2026 Accepted: March 09, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยว และ 2) ประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างนักท่องเที่ยวชาวไทยจำนวน 409 คน เครื่องมือที่ใช้คือแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน และมีการศึกษาระดับปริญญาตรี พฤติกรรมการเดินทางในยุควิถีปกติใหม่ ภายหลังสถานการณ์โควิด-19 ได้มีการปรับเปลี่ยนพฤติกรรมอย่างถาวรโดยหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัวเป็นหลักเพื่อตอบสนองความต้องการด้านความเป็นส่วนตัวและความปลอดภัยทางสุขอนามัย (ร้อยละ 64.06) โดยมีความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อเปรียบเทียบตามรูปแบบการเดินทาง พบว่ากลุ่มผู้ใช้รถยนต์ส่วนตัวมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านการขนส่ง ขณะที่กลุ่มผู้ใช้ระบบขนส่งสาธารณะมีความพึงพอใจสูงสุดในด้านความปลอดภัย อย่างไรก็ตาม ด้านข้อมูลข่าวสารและด้านการเงินเป็นปัจจัยที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดในทั้งสองกลุ่ม ดังนั้นควรเร่งพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะและมาตรการบริหารจัดการต้นทุนการเดินทางเพื่อตอบสนองต่อพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป

คำสำคัญ: โลจิสติกส์การท่องเที่ยว, พฤติกรรมการเดินทาง, เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

Abstract

This research aimed to 1) investigate demographic characteristics and travel behaviors, and 2) assess satisfaction levels regarding service quality and the tourism logistics system within the Lanna Civilization Tourism Development Zone. A quantitative research approach was employed; data were collected from a sample of 409 Thai tourists using a structured questionnaire. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that the majority of the tourists were female, of working age, and held bachelor's degrees. Regarding travel behaviors in the post-COVID-19 New Normal era, there has been a permanent behavioral shift, predominantly toward the use of personal vehicles to fulfill the demands for privacy and health safety (64.06%). Overall satisfaction with the tourism logistics system was at the highest level. When comparing travel modes, the group using personal vehicles reported the highest satisfaction in the transportation aspect, whereas the group using public transportation reported the highest satisfaction in the safety aspect. However, information and financial aspects were the factors receiving the lowest satisfaction scores from both groups. Therefore, the development of smart tourism information platforms and travel cost management measures should be accelerated to respond to these changing behaviors.

Keywords: tourism logistics, travel behaviors, Lanna civilization tourism development zone

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวถือเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่ภาคเหนือ ที่มีทุนทางวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่โดดเด่น ภายใต้การกำหนดเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ซึ่งครอบคลุมพื้นที่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และลำพูน เพื่อมุ่งเน้นการเชื่อมโยงเส้นทางการท่องเที่ยวและการบริหารจัดการร่วมกันอย่างเป็นระบบ (ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 – 2570), 2567) โดยในช่วงปี พ.ศ. 2563-2564 อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกกลับต้องเผชิญกับการแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ถึงแม้จะผ่านพ้นไปแล้ว แต่ผลกระทบจากเหตุการณ์ดังกล่าว ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวอย่างถาวรสู่สภาวะปกติใหม่ (กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์, 2563) แม้สถานการณ์จะกลับสู่ภาวะปกติ แต่นักท่องเที่ยวยังคงให้ความสำคัญกับมาตรการความปลอดภัยทางสุขอนามัย และมีพฤติกรรมที่ยึดติดกับการใช้รถยนต์ส่วนตัวในการเดินทางมากกว่าการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ ซึ่งถือเป็นมรดกทางพฤติกรรมที่ส่งผลต่อรูปแบบการจัดการการท่องเที่ยวในระยะยาว

ในบริบทของการพัฒนาการท่องเที่ยวยุคหลังวิกฤต การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว นับว่าเป็นปัจจัยที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยมิได้หมายถึงเพียงแค่การขนส่งแต่ครอบคลุมถึงการบริหารจัดการการไหลเวียนทางกายภาพ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร และการไหลเวียนของการเงิน (อดิศัย วรรธนะภูติ และคณะ, 2562) ทั้งนี้ประสิทธิภาพของการจัดการระบบโลจิสติกส์ ทั้งในด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง

ความปลอดภัย และการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว ล้วนต้องปรับตัวเพื่อรองรับพฤติกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งย่อมส่งผลโดยตรงต่อระดับความพึงพอใจ และนำไปสู่ความภักดีของนักท่องเที่ยว (กมลศักดิ์ ปัสสา และใกล้รุ่ง พรอนันต์, 2567)

อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ในอดีตมักมุ่งเน้นการศึกษาองค์ประกอบโลจิสติกส์ในภาวะปกติแบบดั้งเดิม แต่ยังขาดองค์ความรู้ที่เฉพาะเจาะจงต่อพลวัตพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนา ที่สืบเนื่องมาจากสภาวะปกติใหม่ ที่รูปแบบการเดินทางและความคาดหวังต่อคุณภาพการบริการได้เปลี่ยนแปลงไป โดยเฉพาะความแตกต่างระหว่างกลุ่มนักท่องเที่ยวที่เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัวและระบบขนส่งสาธารณะ ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญในการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและการประเมินความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อนำผลการศึกษาที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการกำหนดกลยุทธ์การบริหารจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวให้สอดคล้องกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในปัจจุบัน และยกระดับคุณภาพการให้บริการเพื่อสร้างความยั่งยืนให้กับเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

2. เพื่อประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว

พฤติกรรมของนักท่องเที่ยวมีความเชื่อมโยงอย่างลึกซึ้งกับการตัดสินใจเลือกซื้อบริการ ในรูปแบบนามธรรม ซึ่งมุ่งเน้นไปที่การสร้างประสบการณ์ทางอารมณ์และความรู้สึกเป็นสำคัญ โดยเพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ (2564) ได้อธิบายลักษณะของประสบการณ์การท่องเที่ยว ออกเป็น 3 ระยะหลัก ได้แก่ ระยะก่อนการเดินทาง ระหว่างการเดินทาง และหลังการเดินทาง ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การทำกิจกรรมต่าง ๆ ไปจนถึงการประเมินความพึงพอใจ และพฤติกรรมที่แสดงออกหลังจากการท่องเที่ยวสิ้นสุดลง

สำหรับการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมดังกล่าว ตัวแปรทางประชากรศาสตร์ถือเป็นพื้นฐานสำคัญ ที่ช่วยอธิบายความแตกต่างในรูปแบบการใช้ชีวิตและความต้องการของนักท่องเที่ยวแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน ดังที่ Kara & Mkwizu (2020) ได้ระบุไว้ว่า ปัจจัยต่าง ๆ เช่น อายุ เพศ ระดับการศึกษา และรายได้ มีบทบาทสำคัญในการกำหนดความสามารถในการใช้จ่าย รวมถึงความถี่และรูปแบบในการเดินทางท่องเที่ยว ตัวอย่างเช่น ความแตกต่างทางช่วงวัยส่งผลโดยตรงต่อการกำหนดวัตถุประสงค์ในการเดินทาง ซึ่งวัยทำงานอาจให้ความสำคัญกับความสะดวกสบาย ในขณะที่กลุ่มคนรุ่นใหม่มักมองหาความท้าทายและปรารถนาที่จะค้นพบประสบการณ์ที่แปลกใหม่

ทั้งนี้การตัดสินใจเลือกจุดหมายปลายทางนั้น นับว่าทฤษฎีแรงจูงใจแบบผลักและดึงยังคงเป็นเครื่องมือสำคัญ ที่ใช้อธิบายพฤติกรรมดังกล่าว โดย Douglas et al. (2024) ได้อธิบายว่า การตัดสินใจเดินทางนั้นเป็นผลมาจากปัจจัยผลักดัน ซึ่งเป็นความต้องการภายในที่กระตุ้นให้เกิดความอยากเดินทาง ผนวกเข้ากับปัจจัยดึงดูด ซึ่งเป็นคุณลักษณะหรือจุดเด่นของแหล่งท่องเที่ยว ในบริบทของการจัดการโลจิสติกส์ด้านการท่องเที่ยว ปัจจัยทางด้านระยะทาง และความคล่องตัวในการเดินทาง จัดเป็นแรงดึงดูดที่ทรงอิทธิพลต่อการตัดสินใจของนักท่องเที่ยวว่าจะ

เลือกเดินทางในระยะใกล้หรือข้ามภูมิภาค

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยว เป็นการประยุกต์ใช้หลักการทางโลจิสติกส์เข้ากับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว เพื่อเชื่อมโยงและอำนวยความสะดวกในการเคลื่อนย้ายนักท่องเที่ยว บริการ และข้อมูลต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ Edirisinghe et al. (2021) ได้อธิบายว่า โลจิสติกส์เป็นกลไกสำคัญที่ขาดไม่ได้ในการสร้างผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวแบบองค์รวม ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การขนส่งผู้โดยสาร การบริหารจัดการที่พัก ไปจนถึงห่วงโซ่อุปทานที่เกี่ยวข้อง เพื่อส่งมอบประสบการณ์ที่ไร้รอยต่อและตอบสนองความต้องการของนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในด้านของกระบวนการดำเนินงาน คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2567) ได้ให้มุมมองว่า โลจิสติกส์การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือที่ช่วยจัดการเดินทางจากจุดเริ่มต้นไปยังจุดหมายปลายทางตามที่วางแผนไว้ โดยมุ่งเน้นการประสานงานระหว่างกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อบริหารการไหลของนักท่องเที่ยวให้เกิดข้อผิดพลาดน้อยที่สุด และสร้างความพึงพอใจสูงสุด โดยองค์ประกอบของโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ได้แก่ 1) การไหลทางกายภาพ เป็นการจัดการด้านโครงสร้างพื้นฐาน การคมนาคมขนส่ง ความปลอดภัย และความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว 2) การไหลของข้อมูลข่าวสาร เป็นการสื่อสารข้อมูลที่จำเป็นและแม่นยำ เช่น ป้ายบอกทาง แพลตฟอร์มดิจิทัลที่ให้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ และการให้คำแนะนำหรือแจ้งเตือนแก่นักท่องเที่ยว 3) การไหลทางการเงิน เป็นการจัดการระบบการชำระเงินที่รวดเร็ว ปลอดภัย หลากหลายรูปแบบ รวมถึงความคุ้มค่าเมื่อเทียบกับต้นทุนที่นักท่องเที่ยวต้องจ่าย

ดังนั้นเมื่อนำแนวคิดโลจิสติกส์มาพิจารณาร่วมกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยว จะพบว่าประสิทธิภาพของการจัดการโลจิสติกส์มีอิทธิพลโดยตรงต่อการตัดสินใจและความรู้สึกของนักท่องเที่ยว หากพื้นที่ปลายทางมีการจัดการทั้ง 3 มิติ อย่างบูรณาการ จะช่วยลดความเหนื่อยล้าจากการเดินทาง ลดเวลาที่สูญเปล่า และยกระดับคุณภาพการบริการ ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ล้วนส่งผลให้เกิดความพึงพอใจ และพัฒนาไปสู่ความภักดีหรือความตั้งใจที่จะกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในอนาคต

ผลกระทบของวิกฤตการณ์โควิด-19 และการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่

การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ได้สร้างผลกระทบต่ออุตสาหกรรมการท่องเที่ยวทั่วโลกในระดับที่ไม่เคยปรากฏมาก่อน โดยวิกฤตการณ์ครั้งนี้มีความแตกต่างจากเหตุการณ์ในอดีตอย่างสิ้นเชิง เนื่องจากเป็นภัยคุกคามที่พุ่งเป้าไปที่ความปลอดภัยในชีวิตและระบบสาธารณสุขโดยตรง ซึ่งสถานการณ์นี้ได้เร่งให้เกิดการปรับตัวเข้าสู่วิถีปกติใหม่ (new normal) ในระบบนิเวศของการเดินทาง โดยโครงสร้างความต้องการของนักท่องเที่ยว เปลี่ยนไปจากเดิมที่มุ่งเน้นการค้นหาประสบการณ์ที่แปลกใหม่และน่าตื่นเต้น กลับกลายเป็นการนำเอาปัจจัยด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยมาเป็นเกณฑ์อันดับแรกในการตัดสินใจ (Gössling et al., 2020)

ในมิติของพฤติกรรมศาสตร์ ผลกระทบที่สะท้อนออกมาอย่างเด่นชัดคือ ความวิตกกังวลในการเดินทาง ซึ่งเป็นแรงผลักดันให้นักท่องเที่ยวต้องปรับเปลี่ยนรูปแบบกิจกรรม เพื่อลดความเสี่ยงจากการติดเชื้อและสอดรับกับมาตรการเว้นระยะห่างทางสังคม ธีรกานต์ พินิจกุล (2566) ได้ทำการศึกษาแนวโน้มพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวในยุควิถีปกติใหม่ และพบว่า นักท่องเที่ยวมีพฤติกรรมหลีกเลี่ยงการเข้าไปอยู่ในพื้นที่ที่มีความแออัดสูงอย่างชัดเจน โดยหันมาให้ความสนใจกับการท่องเที่ยวในระยะทางใกล้หรือการท่องเที่ยวภายในภูมิภาคมากขึ้น นอกจากนี้นักท่องเที่ยวยังมีความคาดหวังต่อรูปแบบการให้บริการที่เน้นการลดการสัมผัส รวมถึงให้ความสำคัญกับการเลือกใช้บริการสถานประกอบการที่มีมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยรองรับ เช่น มาตรฐาน SHA (Safety and Health Administration) มาตรฐานเพื่อประสบการณ์ท่องเที่ยวรูปแบบใหม่ เป็นต้น

บริบทพื้นที่ศึกษา เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

พื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ได้รับการประกาศกำหนดโดยคณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ ให้เป็นหนึ่งในพื้นที่ยุทธศาสตร์สำคัญเพื่อการฟื้นฟูและบริหารจัดการทรัพยากรการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน โดยอาศัยอำนาจตามความในพระราชบัญญัตินโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ พ.ศ. 2551 โดยพื้นที่ดังกล่าวเป็นการรวมกลุ่มจังหวัดที่มีรากฐานทางประวัติศาสตร์และวัฒนธรรมร่วมกันจากอาณาจักรล้านนาในอดีต ซึ่งมีอัตลักษณ์โดดเด่นด้านสถาปัตยกรรม ศิลปกรรม และวิถีชีวิตชุมชน โดยมีเป้าหมายเพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านแนวคิดวัฒนธรรมสร้างสรรค์ (ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยว ประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 – 2570), 2567)

โดยเขตพัฒนาการท่องเที่ยวดังกล่าวประกอบด้วยพื้นที่แกนหลัก 4 จังหวัด ได้แก่ จังหวัดเชียงใหม่ เชียงราย ลำปาง และลำพูน ซึ่งดำเนินงานสอดรับกับทิศทางของเป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค พ.ศ. 2566 – 2570 ของ สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2565) ในการบูรณาการโครงข่ายคมนาคมและเส้นทางการท่องเที่ยวเข้าด้วยกัน และยังมุ่งเน้นการพัฒนาระบบโลจิสติกส์เพื่อเชื่อมโยงการเดินทางระหว่างเมืองหลักและเมืองรองอย่างเป็นระบบ โดยแต่ละพื้นที่มีความสำคัญที่แตกต่างกันออกไป ดังนี้

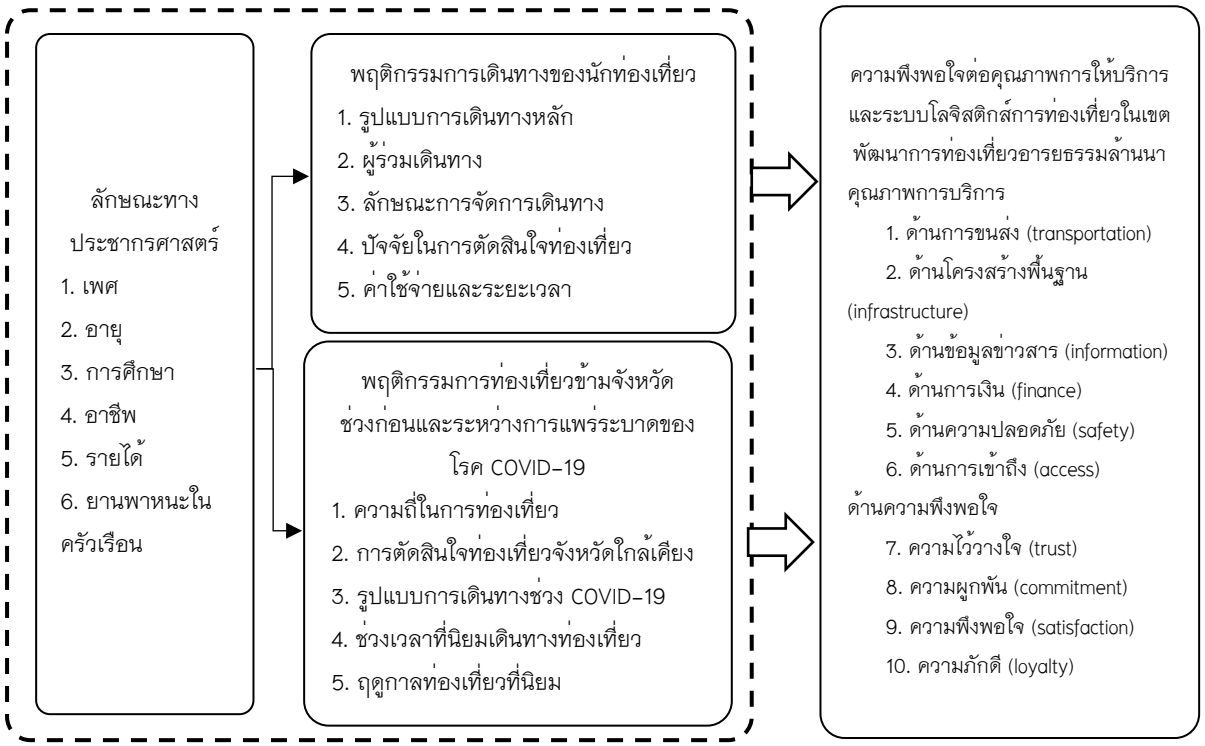
1) จังหวัดเชียงใหม่ ทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางการคมนาคมขนส่งทางอากาศ และศูนย์ปฏิบัติการหลักของเขตพัฒนาการท่องเที่ยว มีบทบาทในการกระจายนักท่องเที่ยวสู่จังหวัดข้างเคียง

2) จังหวัดเชียงราย เป็นประตูเชื่อมโยงสู่ภูมิภาคลุ่มแม่น้ำโขง (Greater Mekong Subregion: GMS) โดดเด่นด้านแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติและศิลปะร่วมสมัย

3) จังหวัดลำปางและลำพูน ถูกวางตำแหน่งให้เป็นเมืองท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและประวัติศาสตร์ที่เน้นการท่องเที่ยวแบบช้าและการท่องเที่ยวทางราง ซึ่งช่วยลดความหนาแน่นของนักท่องเที่ยวจากเมืองหลัก

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มุ่งเน้นศึกษาพฤติกรรมการเดินทางและความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา โดยมีขั้นตอนการดำเนินงานดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1) ประชากร คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ครอบคลุมพื้นที่ 4 จังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ เชียงราย ลำพูน และลำปาง ในปี พ.ศ. 2562 มีจำนวนรวม 17,101,655 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2563)

2) กลุ่มตัวอย่าง คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยว อารยธรรมล้านนา กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 400 คน อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์หรือข้อมูลสูญหาย ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเพิ่มเติมสำรองตามแนวคิดของ Israel (1992) และเมื่อผ่านกระบวนการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล พบว่ามีแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์และสามารถนำมาวิเคราะห์ผลได้จริง จำนวนทั้งสิ้น 409 ชุด โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญกระจายตามสัดส่วนจำนวนนักท่องเที่ยวในแต่ละจังหวัด ได้แก่ เชียงใหม่ (ร้อยละ 63.27) เชียงราย (ร้อยละ 21.79) ลำปาง (ร้อยละ 7.94) และลำพูน (ร้อยละ 6.99)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์และสถานภาพทั่วไปของ

นักท่องเที่ยว ส่วนที่ 2 พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวครั้งล่าสุด (ในช่วงตั้งแต่ปี 2563–2564) ส่วนที่ 3 พฤติกรรมการท่องเที่ยวภายใต้สถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID–19 และส่วนที่ 4 ความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน พบว่าค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งผ่านเกณฑ์ที่กำหนด และนำไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มเป้าหมาย จำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น โดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่าค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .957 ซึ่งอยู่ในระดับสูงและมีความเหมาะสมสำหรับการนำไปใช้เก็บข้อมูลจริง (Cronbach, 1951)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นช่วงเวลาที่อยู่ภายใต้สถานการณ์การเฝ้าระวังการแพร่ระบาดของโรค COVID–19 จึงลงพื้นที่แจกแบบสอบถาม ณ แหล่งท่องเที่ยวสำคัญและสถานีขนส่งในพื้นที่ 4 จังหวัด ที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย พร้อมทั้งใช้มาตรการเว้นระยะห่างทางสังคมอย่างเคร่งครัด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปและพฤติกรรมนักท่องเที่ยวโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ประกอบด้วย ค่าความถี่ และค่าร้อยละ ส่วนการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาลักษณะทางประชากรศาสตร์และพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

1. ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์

จากการศึกษาข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 54.52) เมื่อพิจารณาด้านอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงวัยทำงานที่มีความคล่องตัวสูง คือ อายุระหว่าง 26–30 ปี (ร้อยละ 23.47) รองลงมาคือ ช่วงอายุ 31–35 ปี (ร้อยละ 21.98) และ 36–40 ปี (ร้อยละ 12.35) ตามลำดับ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่ากลุ่มนักท่องเที่ยวหลักเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อและมีศักยภาพทางกายภาพที่เหมาะสมกับภูมิประเทศของเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนาซึ่งส่วนใหญ่เป็นพื้นที่ภูเขาสูง มีเส้นทางคดเคี้ยวและลาดชัน

ในด้านสถานภาพทางสังคมและเศรษฐกิจ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี (ร้อยละ 58.19) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัทเอกชนมากที่สุด (ร้อยละ 33.00) สอดคล้องกับระดับรายได้ส่วนตัวต่อเดือน ที่ส่วนใหญ่อยู่ในช่วง 15,000–19,999 บาท (ร้อยละ 23.23) ซึ่งเป็นอัตราเงินเดือนเริ่มต้นมาตรฐานสำหรับวุฒิปริญญาตรีตามนโยบายรัฐบาล แสดงให้เห็นถึงความมั่นคงทางรายได้ในระดับหนึ่ง ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อครัวเรือนส่วนใหญ่อยู่ระหว่าง 30,000–39,999 บาท (ร้อยละ 22.49) นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงการถือครองสินทรัพย์ยานพาหนะ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 50.81) รองลงมาคือ รถจักรยานยนต์ (ร้อยละ 36.68) ซึ่งข้อมูลดังกล่าวเป็นปัจจัยสนับสนุนสำคัญที่ส่งผลต่อรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือที่ต้องอาศัยยานพาหนะที่มีสมรรถนะในการเดินทาง

2. พฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ตาราง 1 จำนวนและร้อยละของพฤติกรรมการเดินทางท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

พฤติกรรมการเดินทางของนักท่องเที่ยวครั้งล่าสุด	จำนวน	ร้อยละ
รูปแบบการเดินทางหลัก		
รถยนต์ส่วนตัว (รถยนต์/รถตู้)	159	38.88
รถตู้โดยสารรับจ้าง/ไม่ประจำทาง	49	11.98
รถโดยสารประจำทาง (รถทัวร์)	35	8.56
รถสองแถวประจำทาง	32	7.82
สายการบิน Low cost	27	6.60
อื่น ๆ (สายการบิน Full-service, รถเช่า, รถจักรยานยนต์ ฯลฯ)	107	26.16
ผู้ร่วมเดินทาง		
ครอบครัว/ญาติ	187	45.72
เพื่อน/เพื่อนร่วมงาน	113	27.63
คู่รัก	84	20.54
อื่น ๆ	25	6.11
ลักษณะการจัดการเดินทาง		
จัดการเดินทางเองทั้งหมด	376	91.93
มีหน่วยงานหรือคณะจัดการให้	33	8.07
ปัจจัยในการตัดสินใจท่องเที่ยว		
ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว	124	30.24
ความสะดวกในการเดินทาง	49	11.90
คำแนะนำของคนรู้จัก	41	10.14
อื่น ๆ	195	47.72

จากตาราง 1 พบว่า รูปแบบการเดินทางที่นักท่องเที่ยวนิยมใช้มากที่สุดคือ รถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 38.88) รองลงมาคือ การเดินทางรูปแบบอื่น ๆ (สายการบิน Full-service, รถเช่า, รถจักรยานยนต์ ฯลฯ) (ร้อยละ 26.16) และรถตู้โดยสารรับจ้าง/ไม่ประจำทาง (ร้อยละ 11.98) ตามลำดับ ซึ่งปัจจัยหลักที่ทำให้รถยนต์ส่วนตัวได้รับความนิยมสูงสุด อันเนื่องมาจากลักษณะภูมิประเทศของแหล่งท่องเที่ยวในเขตล้านนา ที่มักกระจายตัวและตั้งอยู่บนพื้นที่สูงชัน การเดินทางด้วยรถส่วนตัวจึงให้ความยืดหยุ่น ความสะดวกในการแวะพัก และความสามารถในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวทางธรรมชาติได้ดีกว่าระบบขนส่งสาธารณะ ส่วนการเดินทางรูปแบบอื่น ๆ เช่น สายการบิน Full-service รถเช่า รถจักรยานยนต์ ยังคงส่งผลต่อการตัดสินใจเดินทางของนักท่องเที่ยว เนื่องจากเป็นวิธีการเดินทางที่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นและความสะดวกในการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวบนพื้นที่สูง

อย่างไรก็ตาม จากการจัดกลุ่มรูปแบบการเดินทางตามลักษณะการใช้งานหลัก พบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่นิยมเดินทางด้วยกลุ่มยานพาหนะส่วนตัวเป็นลำดับแรก (ร้อยละ 64.06) ในขณะที่กลุ่มผู้ใช้ระบบขนส่งสาธารณะมีสัดส่วนที่น้อยกว่าอย่างเห็นได้ชัด (ร้อยละ 35.94) ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนถึงพฤติกรรมการเดินทางในยุควิถีปกติใหม่ ที่ผู้คนมุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวและมาตรฐานความปลอดภัยด้านสุขอนามัยเป็นหลัก โดยหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะที่มีความแออัด ประเด็นดังกล่าวยังสอดคล้องกับข้อมูลผู้ร่วมเดินทาง ซึ่งพบว่านักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เดินทางกับครอบครัวหรือญาติ (ร้อยละ 45.72) รองลงมาคือกลุ่มเพื่อน (ร้อยละ 27.63) และคู่รัก (ร้อยละ 20.54)

ในด้านรูปแบบการจัดการนำเที่ยว พบว่า นักท่องเที่ยวส่วนใหญ่เป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยตนเอง (ร้อยละ 91.93) มีเพียงส่วนน้อยที่เดินทางผ่านหน่วยงานหรือคณะทัวร์ (ร้อยละ 8.07) โดยมีปัจจัยจูงใจสำคัญในการตัดสินใจเดินทางคือ ความสวยงามของแหล่งท่องเที่ยว (ร้อยละ 30.24) ที่น่าสนใจคือปัจจัยด้านความสะดวกในการเดินทาง เป็นปัจจัยที่มีความสำคัญเป็นลำดับที่ 2 (ร้อยละ 11.90) ซึ่งยืนยันสมมติฐานของการวิจัยที่ว่าระบบโลจิสติกส์และการคมนาคมขนส่งมีผลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวอย่างมีนัยสำคัญ

กล่าวโดยสรุป การท่องเที่ยวเขตอารยธรรมล้านนาในวิถีปกติใหม่ มุ่งเน้นความเป็นส่วนตัวและการเดินทางแบบอิสระ การที่นักท่องเที่ยวนิยมจัดการเดินทางเองร่วมกับครอบครัวด้วยรถยนต์ส่วนตัวนั้น ตอบโจทย์ทั้งด้านความปลอดภัยทางสุขอนามัยและความยืดหยุ่นต่อสภาพภูมิประเทศที่สูงชันและกระจัดกระจาย นอกจากนี้ยังพบว่าความสะดวกในการเดินทางยังเป็นปัจจัยตัดสินใจหลัก อันดับสองรองจากความสวยงาม ยืนยันสมมติฐานได้ว่าระบบโลจิสติกส์และการขนส่งเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจท่องเที่ยวในพื้นที่อย่างมีนัยสำคัญ

3. พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามจังหวัดช่วงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของโรค COVID-19

ตาราง 2 เปรียบเทียบพฤติกรรมการท่องเที่ยวและรูปแบบการเดินทางในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID-19

พฤติกรรมการท่องเที่ยวข้ามจังหวัดช่วงก่อนและระหว่างการแพร่ระบาดของโรค COVID-19 ในพื้นที่เขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา	จำนวน	ร้อยละ
ความถี่ในการท่องเที่ยว (ครั้ง/ปี)		
ปี พ.ศ. 2562 (ก่อนระบาด) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 4 ครั้ง ต่อปี	-	-
ปี พ.ศ. 2563 (ระหว่างระบาด) โดยเฉลี่ยอยู่ที่ 3 ครั้ง ต่อปี	-	-
การตัดสินใจท่องเที่ยวจังหวัดใกล้เคียง		
ไม่เดินทาง (งดเว้นการเดินทาง)	235	57.46
เดินทางท่องเที่ยว	174	42.54
รูปแบบการเดินทางช่วง COVID-19		
รถยนต์ส่วนตัว/รถรับจ้างเหมา	340	83.90
ระบบขนส่งสาธารณะ	69	16.10
ช่วงเวลาที่นิยมเดินทางท่องเที่ยว		
วันเสาร์-อาทิตย์	228	55.77
วันธรรมดา	118	28.75
วันหยุดนักขัตฤกษ์	63	15.48
ฤดูกาลท่องเที่ยวที่นิยม		
ฤดูหนาว (16 ต.ค. – 15 ก.พ.)	212	51.83
ฤดูร้อน (16 ก.พ. – 15 พ.ค.)	112	27.38
ฤดูฝน (16 พ.ค. – 15 ต.ค.)	85	20.78

จากตาราง 2 พบว่า ความถี่ในการเดินทางท่องเที่ยวลดลงจากเฉลี่ย 4 ครั้งต่อปี ในปี พ.ศ. 2562 เหลือเพียง 3 ครั้งต่อปี ในปี พ.ศ. 2563 ซึ่งเป็นผลสืบเนื่องมาจากมาตรการจำกัดการเดินทางและการเว้นระยะห่างทางสังคมของภาครัฐ นอกจากนี้ กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ (ร้อยละ 57.46) เลือกที่จะงดเว้นการเดินทางไปยังจังหวัดใกล้เคียงเพื่อลดความเสี่ยงในการติดเชื้อ โดยการเปลี่ยนแปลงที่เด่นชัดที่สุดคือการปรับเปลี่ยนรูปแบบการเดินทาง ซึ่งพบว่ากลุ่ม

ตัวอย่างหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัวหรือรถรับจ้างเหมาในสัดส่วนที่สูงมาก (ร้อยละ 83.90) เพื่อหลีกเลี่ยงความแออัด ในขณะที่ผู้ใช้งานระบบขนส่งสาธารณะเหลือเพียงส่วนน้อย (ร้อยละ 16.10)

สำหรับพฤติกรรมด้านช่วงเวลาและฤดูกาล พบว่านักท่องเที่ยวนิยมเดินทางในช่วงวันหยุดเสาร์–อาทิตย์มากที่สุด (ร้อยละ 55.77) รองลงมาคือวันธรรมดา (ร้อยละ 28.75) โดยฤดูกาลที่ได้รับความนิยมสูงสุดคือฤดูหนาว ระหว่างช่วงกลางเดือนตุลาคมถึงเดือนกุมภาพันธ์ (ร้อยละ 51.83) ซึ่งสอดคล้องกับด้านลักษณะภูมิประเทศและบรรยากาศการท่องเที่ยวของภาคเหนือ รองลงมาคือฤดูร้อน (ร้อยละ 27.38) และฤดูฝน (ร้อยละ 20.78) ตามลำดับ

จากข้อมูลดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ภาพรวมได้ว่า วิกฤตการณ์โรคระบาดได้พลิกโฉมพฤติกรรมนักท่องเที่ยวให้เปลี่ยนผ่านสู่กลยุทธ์การเดินทางแบบป้องกันตนเองอย่างเต็มรูปแบบ การลดความถี่ในการเดินทางและการหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะเพื่อหันมาพึ่งพายานพาหนะส่วนตัว ถือเป็นการปรับตัวเพื่อลดความเสี่ยงทางสุขภาพที่ถูกนำมาใช้เป็นเกณฑ์อันดับแรกในการตัดสินใจ อย่างไรก็ตาม แม้รูปแบบและวิธีการเดินทางจะถูกจำกัดด้วยเงื่อนไขทางสุขอนามัย แต่ความต้องการพื้นฐานในการแสวงหาประสบการณ์การท่องเที่ยวตามฤดูกาล โดยเฉพาะการสัมผัสบรรยากาศฤดูหนาวในช่วงวันหยุดสุดสัปดาห์ของภาคเหนือ ยังคงเป็นแรงจูงใจและจุดดึงดูดสำคัญที่ไม่ได้เปลี่ยนแปลงไปตามสถานการณ์วิกฤต

ผลการประเมินความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา

ตาราง 3 เปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทางหลัก

คุณภาพการให้บริการในแหล่งท่องเที่ยว	รถยนต์ส่วนตัว (n=262)		ขนส่งสาธารณะ (n=147)	
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.
1. ด้านการขนส่ง (transportation)	4.35	.70	4.16	.78
2. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน (infrastructure)	4.20	.75	4.12	.75
3. ด้านข้อมูลข่าวสาร (information)	4.17	.76	4.11	.78
4. ด้านการเงิน (finance)	4.12	.83	4.10	.76
5. ด้านความปลอดภัย (safety)	4.16	.72	4.29	.70
6. ด้านการเข้าถึง (access)	4.15	.76	4.17	.74
7. ความไว้วางใจ (trust)	4.18	.73	4.19	.74
8. ความผูกพัน (commitment)	4.28	.75	4.17	.72
9. ความพึงพอใจ (satisfaction)	4.23	.73	4.25	.70
10. ความภักดี (loyalty)	4.26	.69	4.25	.72
ภาพรวม	4.21	.74	4.18	.74

จากตาราง 3 การเปรียบเทียบระดับความพึงพอใจต่อคุณภาพการให้บริการและระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยว จำแนกตามรูปแบบการเดินทางหลัก พบว่า ผลการศึกษาพฤติกรรมการเดินทางได้ชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในวิถีปกติใหม่ (new normal) ซึ่งแบ่งนักท่องเที่ยวออกเป็น 2 กลุ่มหลักอย่างชัดเจน คือ กลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว (ร้อยละ 64.06) และ กลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ (ร้อยละ 35.94) ดังนั้น การนำเสนอผลการศึกษาในส่วนนี้จึงใช้วิธีการวิเคราะห์เปรียบเทียบระหว่างสองกลุ่มดังกล่าว เพื่อให้เห็นถึง

ความแตกต่างของความต้องการและการรับรู้คุณภาพการให้บริการที่แท้จริง จากการวิเคราะห์ข้อมูลเปรียบเทียบ พบประเด็นที่น่าสนใจดังนี้

1) กลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว พบว่า ด้านการขนส่ง ($\overline{X}$ = 4.35) และด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\overline{X}$ = 4.20) มีระดับความพึงพอใจมากที่สุด ซึ่งสูงกว่าอีกกลุ่มหนึ่งอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่าเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา มีความพร้อมด้านกายภาพ ถนนหนทาง และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างทาง (เช่น ปั๊มน้ำมัน จุดพักรถ) ที่เอื้อต่อการขับขี่ท่องเที่ยวด้วยตนเอง ซึ่งส่งผลให้กลุ่มนี้เกิดความผูกพันต่อแหล่งท่องเที่ยวในระดับที่สูงมาก ($\overline{X}$ = 4.28)

2) กลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะ พบว่า แม้จะเป็นกลุ่มที่เดินทางด้วยรถโดยสาร แต่กลับมีระดับความพึงพอใจในด้านความปลอดภัย ($\overline{X}$ = 4.29) มากที่สุด และสูงกว่ากลุ่มผู้ใช้รถส่วนตัว นอกจากนี้ยังมีความพึงพอใจในด้านการเข้าถึง ($\overline{X}$ = 4.17) ยังอยู่ในระดับมากอีกด้วย ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่ (เช่น รถตู้ รถทัวร์) มีมาตรฐานการให้บริการที่ดี สร้างความอุ่นใจในการเดินทาง และสามารถเชื่อมโยงเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยวได้สะดวก ส่งผลให้นักท่องเที่ยวกลุ่มนี้มีความพึงพอใจในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.25)

อย่างไรก็ตามเมื่อพิจารณาในภาพรวมของกลุ่มผู้เดินทางด้วยรถยนต์ส่วนตัว และกลุ่มผู้เดินทางด้วยระบบขนส่งสาธารณะพบว่าด้านการเงิน ($\overline{X}$ = 4.10) และด้านข้อมูลข่าวสาร ($\overline{X}$ = 4.17) เป็นด้านที่ได้รับคะแนนความพึงพอใจน้อยที่สุดเมื่อเทียบกับด้านอื่น ๆ ซึ่งบ่งชี้ว่าเป็นจุดอ่อนที่ควรได้รับการพัฒนาเพิ่มเติม ทั้งในเรื่องความคุ้มค่าของราคาและการเข้าถึงข้อมูลที่แม่นยำ

การอภิปรายผล

1. กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง วัยทำงาน (อายุ 26–30 ปี) และนิยมเดินทางท่องเที่ยวด้วยรถยนต์ส่วนตัวมากที่สุด (ร้อยละ 83.90) โดยเฉพาะในช่วงสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรค COVID–19 ที่มีการลดความถี่ในการเดินทางลงและหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะ สอดคล้องกับแนวคิดเรื่องพฤติกรรมการท่องเที่ยววิถีปกติใหม่ (new normal) ของธีรกานต์ พินิจกุล (2566) ที่ระบุว่า วิกฤตโรคระบาดทำให้นักท่องเที่ยวชาวไทยให้ความสำคัญกับความปลอดภัยทางสุขอนามัยเป็นลำดับแรก ส่งผลให้เกิดรูปแบบการท่องเที่ยวแบบขับรถเที่ยวเองมากขึ้น เพื่อสร้างพื้นที่ส่วนตัวในการเดินทางและลดความเสี่ยงจากการสัมผัสในพื้นที่แออัด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Gössling et al. (2020) ที่ชี้ให้เห็นว่าวิกฤตโรคระบาดได้ปรับเปลี่ยนกระบวนทัศน์การเดินทางในระดับโลก โดยนักท่องเที่ยวมีแนวโน้มหลีกเลี่ยงระบบขนส่งสาธารณะและหันมาพึ่งพายานพาหนะส่วนตัวเพื่อสร้างระยะห่างทางสังคม นอกจากนี้ งานของ Han (2021) ยังสามารถอธิบายได้ตรงกันในประเด็นของทฤษฎีแรงจูงใจ ในบริบทปัจจุบัน ซึ่งระบุว่าความต้องการด้านความปลอดภัยและสุขอนามัยส่วนบุคคล ได้กลายเป็นปัจจัยผลักดันขั้นพื้นฐานที่มีอิทธิพลสูงสุดต่อการตัดสินใจเลือกรูปแบบการเดินทางของนักท่องเที่ยววัยทำงาน แต่ทั้งนี้ การศึกษาของ Eboli et al. (2020) ไม่สอดคล้องกับพฤติกรรมการปฏิเสธระบบขนส่งสาธารณะอย่างสิ้นเชิง โดยงานวิจัยดังกล่าวพบว่า หากผู้ให้บริการระบบขนส่งสาธารณะสามารถยกระดับคุณภาพการบริการด้านความปลอดภัยและความน่าเชื่อถือได้อย่างเป็นรูปธรรม นักท่องเที่ยวก็ยังคงมีความพึงพอใจและยินดีที่จะใช้บริการขนส่งสาธารณะ ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า นอกเหนือจากความกังวลด้านโรคระบาดแล้ว ข้อจำกัดด้านคุณภาพและโครงสร้างพื้นฐานของระบบขนส่งสาธารณะในพื้นที่อารยธรรมล้านนา อาจเป็นอีกหนึ่งปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้นักท่องเที่ยวต้องหันมาใช้รถยนต์ส่วนตัว

2. นักท่องเที่ยวมีความพึงพอใจต่อระบบโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านการขนส่งและโครงสร้างพื้นฐานเป็นปัจจัยที่ได้รับความพึงพอใจสูงสุดในกลุ่มผู้ใช้รถส่วนตัว ขณะที่ด้านความ

ปลอดภัยเป็นจุดเด่นในกลุ่มผู้ใช้รถสาธารณะ ซึ่งความพึงพอใจเหล่านี้ส่งผลบวกต่อความผูกพันและความภักดีในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ สอดคล้องกับการศึกษาของกมลศักดิ์ ปัสสา และใกล้รุ่ง พรอนันต์ (2567) ซึ่งยืนยันว่าองค์ประกอบของการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยว โดยเฉพาะด้านสิ่งอำนวยความสะดวกและการเข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความพึงพอใจ และส่งผลโดยตรงต่อความภักดีของนักท่องเที่ยว รวมถึงการตัดสินใจกลับมาท่องเที่ยวซ้ำ และสอดคล้องกับการศึกษาของคมสิทธิ์ เกียนวัฒนา (2567) ที่พบว่าการจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวอย่างเป็นระบบตั้งแต่การขนส่งและการให้ข้อมูลข่าวสาร จะช่วยลดข้อผิดพลาดในการเดินทาง สร้างความพึงพอใจสูงสุด และทำให้นักท่องเที่ยวมีแนวโน้มที่จะกลับมาเยี่ยมชมอีกในอนาคต รวมถึงสอดคล้องกับวฐูสิริ ปานงาม และบวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ (2566) ซึ่งชี้ให้เห็นว่า การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวที่มีประสิทธิภาพตลอดการเดินทาง เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความประทับใจ กระตุ้นให้เกิดการบอกต่อ และเพิ่มความภักดีของนักท่องเที่ยว อย่างไรก็ตาม ผลการศึกษาในประเด็นนี้กลับไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกิ่งกาญจน์ ดอกพุฒซ้อน (2564) ที่พบว่า ความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวมีความสัมพันธ์กับความถี่ในการกลับมาท่องเที่ยวซ้ำในระดับที่ต่ำมาก เช่น การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ นักท่องเที่ยวจะให้ความสำคัญกับคุณค่าและเรื่องราวของแหล่งท่องเที่ยวเป็นหลัก จนทำให้ข้อจำกัดด้านความสะดวกสบายของการขนส่งหรือโครงสร้างพื้นฐานมีอิทธิพลน้อยลงต่อการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำ

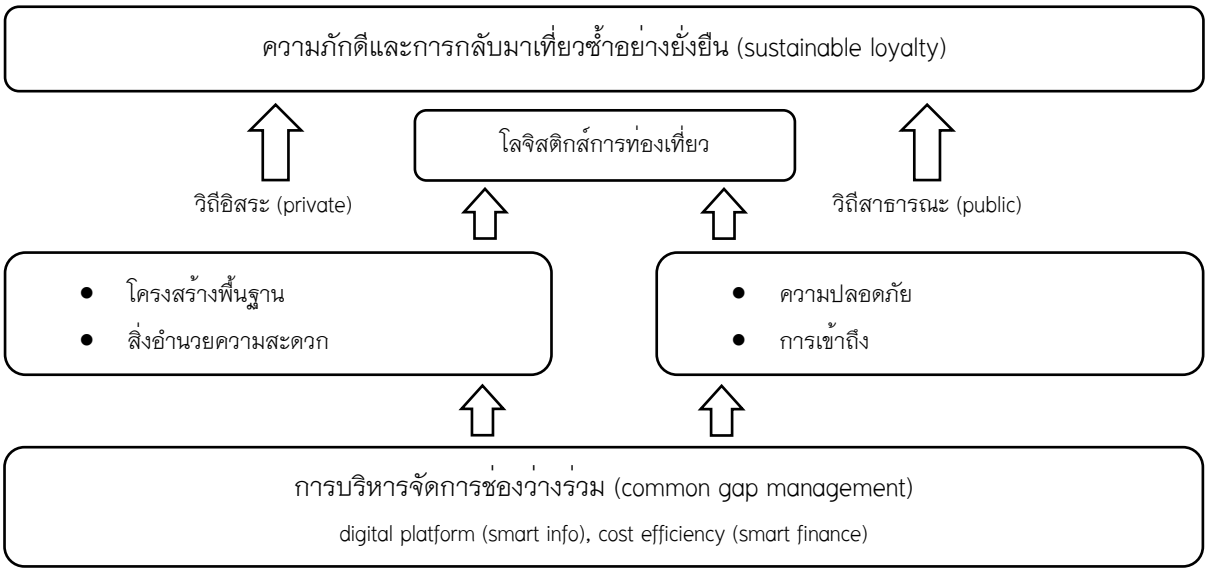
องค์ความรู้ใหม่

จากการสังเคราะห์ผลการวิจัยเชิงปริมาณ นำไปสู่การค้นพบองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ "โมเดลโลจิสติกส์การท่องเที่ยวล้านนาแบบสองวิถี (Dual-Path Lanna Tourism Logistics Model)" ซึ่งอธิบายพลวัตความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวภายใต้วิถีปกติใหม่ ที่มีความซับซ้อนกว่าในอดีต โดยโมเดลนี้จำแนกแนวทางการบริหารจัดการออกเป็น 2 มิติหลัก ตามพฤติกรรมการเดินทางที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่

1. วิถีอิสระ (private-path logistics) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้รถยนต์ส่วนตัว ซึ่งเป็นกลุ่มส่วนใหญ่ในปัจจุบัน ปัจจัยวิกฤตที่ส่งผลต่อความพึงพอใจสูงสุดคือ ประสิทธิภาพทางกายภาพ ได้แก่ คุณภาพของโครงสร้างพื้นฐาน จุดพักรถ และสิ่งอำนวยความสะดวกระหว่างการเดินทาง ซึ่งสะท้อนถึงความต้องการความเป็นส่วนตัวและความยืดหยุ่นในการเดินทาง

2. วิถีสาธารณะ (public-path logistics) สำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวที่ใช้บริการขนส่งสาธารณะ ปัจจัยวิกฤตไม่ใช่ความรวดเร็วแต่คือ ความมั่นคงปลอดภัย ซึ่งผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่ากลุ่มนี้ให้ความสำคัญกับมาตรฐานความปลอดภัยและมาตรการป้องกันโรคสูงที่สุด ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีการขนส่งดั้งเดิมที่เน้นเรื่องเวลาและราคาเป็นหลัก

นอกจากนี้ โมเดลยังค้นพบช่องว่างร่วมที่เป็นจุดอ่อนสำคัญของทั้งสองวิถี คือ การไหลเวียนของข้อมูลข่าวสาร (information flow) และการไหลเวียนของการเงิน (financial flow) ที่ยังไม่ตอบโจทย์ ดังนั้น การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวในเขตอารยธรรมล้านนาจึงต้องมุ่งเน้นการปิดช่องว่างนี้ด้วยการพัฒนาระบบนิเวศดิจิทัลเป็นฐานรากสำคัญ เพื่อเชื่อมโยงทั้งสองวิถีเข้าสู่ความยั่งยืน



ภาพที่ 2 โมเดลโลจิสติกส์การท่องเที่ยวล้านนาแบบสองวิถี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การยกระดับโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล หน่วยงานภาครัฐและเอกชน ควรร่วมมือกันพัฒนาแพลตฟอร์มข้อมูลการท่องเที่ยวอัจฉริยะที่รวบรวมข้อมูลเส้นทาง ตารางเดินรถ จุดจอด และสภาพจราจรแบบเรียลไทม์ เพื่อแก้ปัญหาความพึงพอใจด้านข้อมูลข่าวสารที่ยังอยู่ในระดับต่ำ

1.2 การบริหารจัดการต้นทุนการเดินทาง ควรพิจารณามาตรการส่งเสริมการขายหรือบัตรโดยสารร่วมสำหรับระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อเพิ่มความคุ้มค่าและดึงดูดให้นักท่องเที่ยวกลับมาใช้บริการขนส่งสาธารณะมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพเพิ่มเติม เพื่อเจาะลึกถึงสาเหตุและปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจด้านการเงินและข้อมูลข่าวสารที่ยังต่ำอยู่

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมนักท่องเที่ยวในช่วงเวลาที่แตกต่างกันเพื่อติดตามแนวโน้มการกลับมาใช้ระบบขนส่งสาธารณะในอนาคต

กิตติกรรมประกาศ

บทความวิจัยฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของโครงการวิจัยเรื่อง การวิเคราะห์โครงสร้างโลจิสติกส์ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวในพื้นที่ภาคเหนือ ภายใต้ชุดโครงการ การยกระดับระบบโลจิสติกส์ขนส่งเพื่อการท่องเที่ยวไทย ซึ่งได้รับทุนสนับสนุนการวิจัยจาก หน่วยบริหารและจัดการทุนด้านการเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ (บพข.) สำนักงานสภานโยบายการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรมแห่งชาติ (สอวช.) ประจำปีงบประมาณ 2563

คณะผู้วิจัยขอขอบพระคุณผู้ทรงคุณวุฒิที่กรุณาให้คำแนะนำและตรวจสอบเครื่องมือในการวิจัย ตลอดจนขอขอบคุณหน่วยงานภาครัฐและเอกชน รวมถึงนักท่องเที่ยวในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา ที่ให้ความอนุเคราะห์ข้อมูลและอำนวยความสะดวกในการเก็บรวบรวมข้อมูล จนทำให้การศึกษาวิจัยนี้สำเร็จลุล่วงด้วยดี

เอกสารอ้างอิง

กมลศักดิ์ ปัสสา และใกล้รุ่ง พรอนันต์. (2567). ความพึงพอใจของนักท่องเที่ยวต่อการจัดการโลจิสติกส์สำหรับการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของนักท่องเที่ยวจังหวัดพิษณุโลก. *วารสารบริหารธุรกิจอุตสาหกรรม, 6*(1), 147–162. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/iba/article/view/275611.

กิ่งกาญจน์ ดอกพุฒซ้อน. (2564). *การศึกษาพฤติกรรมและความพึงพอใจด้านโลจิสติกส์การท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ กรณีศึกษาจังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ มหาวิทยาลัยรังสิต.

กิตติพงษ์ เรือนทิพย์ และจารุวรรณ เหล่าสัมฤทธิ์. (2563). *ประเมิน "เราเที่ยวด้วยกัน" กระตุ้นท่องเที่ยวไทยได้ 3.6-6.2 หมื่นล้านบาท.* ศูนย์วิจัย Krungthai COMPASS. https://krungthai.com/Download/economyresources/EconomyResourcesDownload_579Research_Note_20_07_63.pdf.

คมสิทธิ์ เกียนวัฒนา. (2567). กลยุทธ์การจัดการโลจิสติกส์ท่องเที่ยวของพิพิธภัณฑ์ในกรุงเทพมหานคร. *วารสารสังคมวิจัยและพัฒนา, 6*(3), 45–63. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/JMARD/article/view/266974/184801.

ธีรกานต์ พินิจกุล. (2566). *ลักษณะการฟื้นตัวด้านการท่องเที่ยวของเมืองรองภายหลังการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ระลอกที่ 1.* วิทยานิพนธ์การวางแผนภาคและเมืองมหาบัณฑิต สาขาวิชาการวางผังและออกแบบเมือง จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. https://doi.org/10.58837/CHULA.THE.2023.1143.

ประกาศคณะกรรมการพัฒนาการท่องเที่ยวประจำเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา เรื่อง แผนปฏิบัติการพัฒนาการท่องเที่ยว ภายในเขตพัฒนาการท่องเที่ยวอารยธรรมล้านนา (พ.ศ. 2566 – 2570). *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 141 ตอนพิเศษ 14 ง. หน้า 1–60. https://ratchakitcha.soc.go.th/documents/16836.pdf.

เพ็ชราภรณ์ ชัชวาลชาญชนกิจ. (2564). *องค์ประกอบการท่องเที่ยวที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์การท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของจังหวัดระนอง.* วิทยานิพนธ์ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์. https://libdoc.dpu.ac.th/thesis/Petcharaporn.Cha.pdf.

วฐูสิริ ปานงาม และบวรวิทย์ โรจน์สุวรรณ. (2566). การจัดการโลจิสติกส์การท่องเที่ยวในอำเภอเกาะสมุย จังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารการบริหารจัดการและนวัตกรรมท้องถิ่น, 5*(8), 857–873. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jmli/article/view/265654/179172.

สำนักงานปลัดกระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2563). *สถิตินักท่องเที่ยวภายในประเทศ ปี 2563 (จำแนกตามภูมิภาคและจังหวัด).* กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. https://www.mots.go.th/news/category/594.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2565). *เป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค พ.ศ. 2566 – 2570.* สำนักงานเลขานุการ ก.น.บ. สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://reo8.moe.go.th/wp-content/uploads/2024/04/เป้าหมายและแนวทางการพัฒนาภาค-เสนอนายกรัฐมนตรี.pdf.

อดิศัย วรรธนะภูติ, จันทนา แสนสุข, อภิชยา นิเวศน์ และสุตาภัทร จันทร์ประเสริฐ. (2562). *การพัฒนารูปแบบการจัดการโลจิสติกส์เพื่อการท่องเที่ยว อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika, 16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555.

Douglas, A., Hoogendoorn, G., & Richards, G. (2024). Activities as the critical link between motivation and destination choice in cultural tourism. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 7*(1), 249–271. https://doi.org/10.1108/JHTI-09-2022-0442.

Eboli, L., Forciniti, C., & Mazzulla, G. (2020). Factors influencing transit ridership: A study on the passengers' perception of service quality. *Sustainability, 12*(23), 10112. https://doi.org/10.3390/su122310112.

Edirisinghe, L., Silva, S., & Siriwardena, S. (2021). The future of travel business: A conceptual approach through tourism logistics perspectives. *SSRN*. https://doi.org/10.2139/ssrn.3992920.

Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. (2020). Pandemics, tourism and global change: A rapid assessment of COVID-19. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(1), 1–20. https://doi.org/10.1080/09669582.2020.1758708.

Han, H. (2021). Consumer behavior and environmental sustainability in tourism and hospitality: A review of theories, concepts, and latest research. *Journal of Sustainable Tourism, 29*(7), 1021–1042. https://doi.org/10.1080/09669582.2021.1903019.

Israel, G. D. (1992). *Determining sample size* (Fact Sheet PEOD-6). University of Florida Cooperative Extension Service, Institute of Food and Agricultural Sciences. https://doi.org/10.32473/EDIS-PD006-1992.

Kara, N. S., & Mkwizu, K. H. (2020). Demographic factors and travel motivation among leisure tourists in Tanzania. *International Hospitality Review, 34*(1), 81–103. https://doi.org/10.1108/IHR-01-2020-0002.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

อิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี

Factor Influencing school management in the digital era of school administrators under the Singburi Primary Educational Service Area Office

ฐิติพัฒน์ หิรัญนิธิธำรง [1*]
Thitipat Hirannithithamrong [1*]

[1] หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิตและดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา
คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก
[1]Master of Education Program in Educational Administration and Doctor of Education Program in Educational Administration, Faculty of Liberal Arts, Krerk University
Corresponding author's email: thitiphat.muek@gmail.com [1]

Received: January 15, 2025 Revised: January 24, 2025 Accepted: February 10, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาอิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี กลุ่มตัวอย่างได้แก่ผู้บริหารสถานศึกษาและครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี จำนวน 360 คน เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถามประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับ เท่ากับ .98 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสมการโครงสร้าง ผลการวิจัยพบว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล การบริหารสถานศึกษาในเชิงกลยุทธ์ ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล และอำนาจของผู้บริหารโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ผลการวิเคราะห์ค่าความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 78 คู่ มีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ระหว่าง .407 ถึง .935 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และโมเดลสมการโครงสร้างอิทธิพลการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลมีความสอดคล้องกับอิทธิพลของข้อมูลเชิงประจักษ์มีค่า Chi-square = 45.842, df = 38, p-value = .18791, GFI = .984, AGFI = .962, RMR= .018, RMSEA = .022, CFI = .999 และ CN = 584.047 สรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ มีอิทธิพลส่งผลโดยภาพรวมต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลสูงที่สุด (TE = .891) รองลงมาคืออำนาจของผู้บริหาร (TE =.769) และทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (TE =.771) ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) ยังส่งผลโดยภาพรวมต่ออำนาจของผู้บริหาร (TE = -.086) และการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล (TE = -.060)

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์, ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล, อำนาจของผู้บริหาร, การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

Abstract

This research aimed to investigate the factor influencing school management in the digital era of school administrators in the Singburi Primary Educational Service Area Office. The sample consisted of school 360 school administrators and teachers under the Singburi Primary Educational Service Area Office. The instrument used was a 5-level Likert scale questionnaire with a reliability coefficient of .98. Data were analyzed using Structural Equation Modeling (SEM). The research findings revealed that digital school administration, strategic school administration, digital management skills, and administrator authority were all at a high level. Analysis of the correlation coefficients between 78 pairs of variables showed a positive correlation ranging from .407 to .935, statistically significant at the .01 level. The structural equation model of the influence of school administration in the digital age demonstrated good fit with the empirical data, with chi-square values of 45.842, df = 38, p-value = .18791, GFI = .984, AGFI = .962, RMR = .018, RMSEA = .022, CFI = .999, and CN = 584.047. In conclusion, the structural equation model demonstrates a good fits with the empirical data. The factor with the greatest overall influence on digital school administration was administrator authority (TE = .891), followed by digital management skills (TE = .771) and administrator power (TE=0.769). Digital Management Skills (ASTC) exerted an overall positive impact on administrator power (TE = .086) and a negative overall impact on digital school administration (TE =-.060).

Keywords: strategic leadership, digital management skills, managerial authority, educational administration in the digital era

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล หมายถึง การเตรียมความพร้อมผู้เรียนให้สามารถดำรงชีวิตได้ในโลกที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว สถานศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะจำเป็นทั้งด้านการเรียนรู้ นวัตกรรม และการใช้เทคโนโลยี มุ่งเน้นการพัฒนาทักษะชีวิตและอาชีพ ควบคู่กับทักษะด้านสารสนเทศ สื่อ และดิจิทัล การปรับเปลี่ยนศาสตร์การสอนเป็นหัวใจสำคัญ โดยเน้นการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ (learning by doing) ผู้เรียนจะได้รับการพัฒนาทักษะการคิดจากระดับพื้นฐานไปสู่การคิดขั้นสูงตามลำดับขั้น การนำเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการเรียนการสอนให้ทันสมัย ผู้บริหารต้องส่งเสริมให้ครูใช้เทคโนโลยีทั้งในการสอนและการทำงานร่วมกัน เช่น การประชุมออนไลน์ การบริหารในยุคนี้ต้องอาศัยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ เพื่อกำหนดวิสัยทัศน์และนำองค์กรสู่การปฏิบัติจริง ต้องสามารถปรับตัวต่อการแข่งขันและแรงกดดันทั้งภายในและภายนอกองค์กร รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับครู ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย เพื่อพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน (กณิษฐา ทองสมุทร, 2561)

สาเหตุของปัญหาที่เกิดจากการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล คือเกิดจากความไม่พร้อมของบุคลากรในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงครู และผู้บริหารบางส่วนยังขาดทักษะด้านเทคโนโลยีและความเข้าใจในการนำมาใช้พัฒนาการเรียนการสอน ศาสตร์การสอนยังล้าหลัง เน้นการถ่ายทอดความรู้มากกว่าการสร้างองค์ความรู้ และพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง คุณภาพและมาตรฐานการศึกษายังมีจุดอ่อน โดยเฉพาะด้านวิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ และเทคโนโลยี ยังพบปัญหาด้านคุณธรรม วินัย และจิตสาธารณะ ซึ่งส่งผลต่อภาพรวมของระบบการศึกษา การบริหารงานและการกระจายอำนาจยังขาดความคล่องตัว ทำให้การดำเนินงานไม่เต็มประสิทธิภาพ รวมถึงผู้บริหารขาดทักษะเชิงกลยุทธ์ ส่งผลให้ไม่สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงได้ (จุฑามาส จันทร์มณี, 2563)

วิสัยทัศน์ในยุคดิจิทัล เกิดจากผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล มีการคิดถึงภาพอนาคตที่องค์กรอยากให้เป็น กำหนดจุดหมาย ปลายทางที่ต้องการ ที่มาจากภารกิจ ค่านิยม และความเชื่อ กำหนดเป็นนโยบายธุรกิจ กลยุทธ์ เพื่อสร้างความชัดเจน จูงใจ และสามารถสร้างความร่วมมือในการปฏิบัติงานของคนในองค์กร เพื่อนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จ และเติบโต อย่างยั่งยืน (ชลิดา ลิ้นจี่และคณะ, 2563)

การเป็นพลเมืองโลกในยุคดิจิทัล หมายถึง การได้เข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้อง ที่อาจเป็นการเข้าร่วมแบบทางตรงหรือการเข้าร่วมแบบทางอ้อม ในการทำกิจกรรมใด กิจกรรมหนึ่งก็ได้ โดยอาจจะเป็นปัจเจกบุคคลหรือกลุ่มคนหรือองค์กรประชาชนได้อาสาเข้ามามีส่วนร่วมดำเนินงานกิจกรรมอย่างใดอย่างหนึ่ง เริ่มตั้งแต่การร่วมกันคิด การร่วมกันตัดสินใจ การร่วมกันลงมือปฏิบัติ โดยที่มีความเข้าใจปัญหาของตน และตระหนักถึงสิทธิของตน การเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล เกี่ยวข้องในด้านจิตใจ และด้านอารมณ์ความรู้สึกของบุคคลในสถานการณ์กลุ่ม ที่จะกระตุ้นให้เกิดการสร้างสรรค์ที่จะกระทำในสิ่งที่บรรลุเป้าหมายของกลุ่ม และแบ่งความรับผิดชอบกันระหว่างสมาชิกในกลุ่มทำให้เกิดการเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล และการเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล จะก่อให้เกิดความพอใจของสมาชิก และมีแรงใจที่จะมุ่งสู่ความสำเร็จ ตลอดจนทำให้เขาได้รับการยอมรับ มีความรับผิดชอบ และเกิดความนับถือตนเองมากขึ้น ซึ่งเป็นการตอบสนองต่อความต้องการของสมาชิก (จุฬีวรรณ เติมผล, 2561) นำไปสู่การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในยุคดิจิทัล

การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกยุคดิจิทัล เป็นคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยี พัฒนานวัตกรรม ดิจิทัลให้เกิดขึ้นภายในองค์กร รวมถึงใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัล จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการเรียนรู้ ให้โอกาสทดลองโครงการใหม่ๆ ส่งเสริมให้ทุกคน ทุกฝ่ายในสถานศึกษาได้ใช้เทคโนโลยีอย่างเป็นระบบ (เนตรชนก แก้วกรม, 2565) และการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล เป็นคุณลักษณะสำคัญที่ผู้บริหารสถานศึกษาจะต้องสร้างสรรค์พลวัตในการใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลให้เป็นปกติในองค์กร จนเกิดเป็นวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัลในองค์กรได้อย่างทั่วถึง ติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลง ตลอดเวลา ให้โอกาสทดลองโครงการใหม่ ๆ และมีความรวดเร็วในการตัดสินใจ (ทินกร บัวชู, 2561) การปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างมืออาชีพในยุคดิจิทัล เกิดจากการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล โดยผู้บริหารพัฒนาการเรียนรู้โดยผู้เรียน จะต้องเป็นผู้กระทำและสร้างความรู้โดยเชื่อว่าผู้เรียนมีความสามารถพัฒนาความรู้ของตนเองอยู่แล้ว มนุษย์มีศักยภาพในการสร้างความรู้ด้วยตนเองเมื่อได้มีปฏิสัมพันธ์กับสิ่งต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวโดยการใช้ความรู้และประสบการณ์เดิมที่มีอยู่สร้างความหมายของประสบการณ์ใหม่

จากปัญหาและความสำคัญของงานวิจัยข้างต้นจึงเป็นเหตุผลหลักที่ทำให้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาอิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี เพื่อให้การบริหารงานเกิดประสิทธิผลและนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการศึกษาในอนาคต การศึกษาครั้งนี้ใช้ ทฤษฎีการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล เป็นฐานในการสร้างกรอบแนวคิดวิจัย ซึ่งจะเป็นแนวทางต่อการพัฒนาคุณภาพสถานศึกษาในยุคดิจิทัลสืบไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาอิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

ชุติรัตน์ กาญจนธนชัย (2562) กล่าวว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล หมายถึง การแสดงออกของผู้บริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานโดยสังเกตได้จากพฤติกรรม ความสามารถในการมีอิทธิพลเหนือผู้อื่นและจูงใจให้ผู้อื่นปฏิบัติตามและทำงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยใช้ความรู้ความสามารถในด้านดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานในองค์การ โดยการกำหนดภาพอนาคตในองค์การอย่างชัดเจน ด้วยการสนับสนุนร่วมมือของบุคลากร มีการนำดิจิทัลเข้าไปใช้ในการทำงาน สนับสนุนทรัพยากรดิจิทัล และส่งเสริมให้บุคลากรร่วมมือร่วมใจในการทำงานมีการสื่อสารด้วยวิธีการดิจิทัล รวมไปถึงการเผยแพร่ข้อมูลระหว่างองค์การอย่างสร้างสรรค์และมีจริยธรรม เพื่อการพัฒนา ประสิทธิภาพขององค์การได้อย่างเหมาะสม

แนวคิดเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

Wheelen & Hunger (2000) ได้ให้ความหมาย ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ หมายถึง การตัดสินใจและการปฏิบัติการต่าง ๆ เพื่อให้องค์การประสบผลสำเร็จในการดำเนินงานระยะยาว

Certo & Peter (1991) ให้ความหมายของภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ หมายถึงกระบวนการการทำซ้ำอย่างต่อเนื่องที่จะให้บรรลุผล เพื่อให้องค์กรดำเนินงานสอดคล้องสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อม ต่าง ๆ

Robbins & Coulter (2003) ให้ความหมายภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ หมายถึงกลุ่มของการตัดสินใจและการดำเนินการเพื่อบ่งชี้ผลการดำเนินงานในระยะยาวขององค์การ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับทักษะของผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

Yang (2011) ได้ศึกษาเรื่อง ทักษะที่จำเป็นสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ในอเมริกาเหนือ (A Literature Review of the Skill Required by 21st Century School Administrator) ผลของการ ศึกษาพบว่า ผู้บริหารจะต้องใช้เทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพส่งเสริมสนับสนุนการใช้เทคโนโลยีให้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนการสอน จัดให้มีเว็บไซต์ออนไลน์เพื่อการจัดการศึกษา นอกจากนี้ โรงเรียนจะต้องติดต่อสื่อสารกับผู้ปกครองและชุมชนจะต้องจัดให้มีช่องทางหรือเว็บไซต์ในการติดต่อสื่อสาร และผู้ปกครองสามารถข้าไปตรวจสอบการบ้าน พฤติกรรมการเรียนรู้ของนักเรียนการสอนของครูและผู้บริหาร

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหาร

Robbins (1994) ได้ให้ความหมายของอำนาจว่า อำนาจ หมายถึง ความสามารถของผู้กระทำที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของผู้ถูกกระทำ หรือบุคคลเป้าหมายให้กระทำบางสิ่งบางอย่าง โดยผู้ที่กระทำนั้นไม่ต้องทำด้วยตนเอง อำนาจมีศักยภาพภายในตัวบุคคล ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลจะแสดงออกในรูปของอิทธิพลจากผู้ที่มีอำนาจหรือผู้ยอมตาม และการใช้อำนาจมีผลทำให้ผู้อยู่ใต้อำนาจแสดงพฤติกรรมด้วยความรับผิดชอบตามที่ผู้มีอำนาจตั้งใจให้ทำไม่ว่าจะเป็นการใช้อำนาจโดยทางตรงหรือทางอ้อม (Bierstedt, 1974) กล่าวถึงความสำคัญของอำนาจไว้ว่า อำนาจจะเป็นสิ่งที่ต้องการสำหรับการริเริ่มรวมกันเป็นกลุ่มเป็นประการแรกเพื่อประกันความคงอยู่ของกลุ่ม และทำให้บรรทัดฐานของกลุ่มมีผลใช้บังคับ ถ้าปราศจากอำนาจแล้วก็จะไม่มีองค์กรและไม่มีความเป็นระเบียบ

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถตั้งสมมติฐานการวิจัยได้ดังนี้

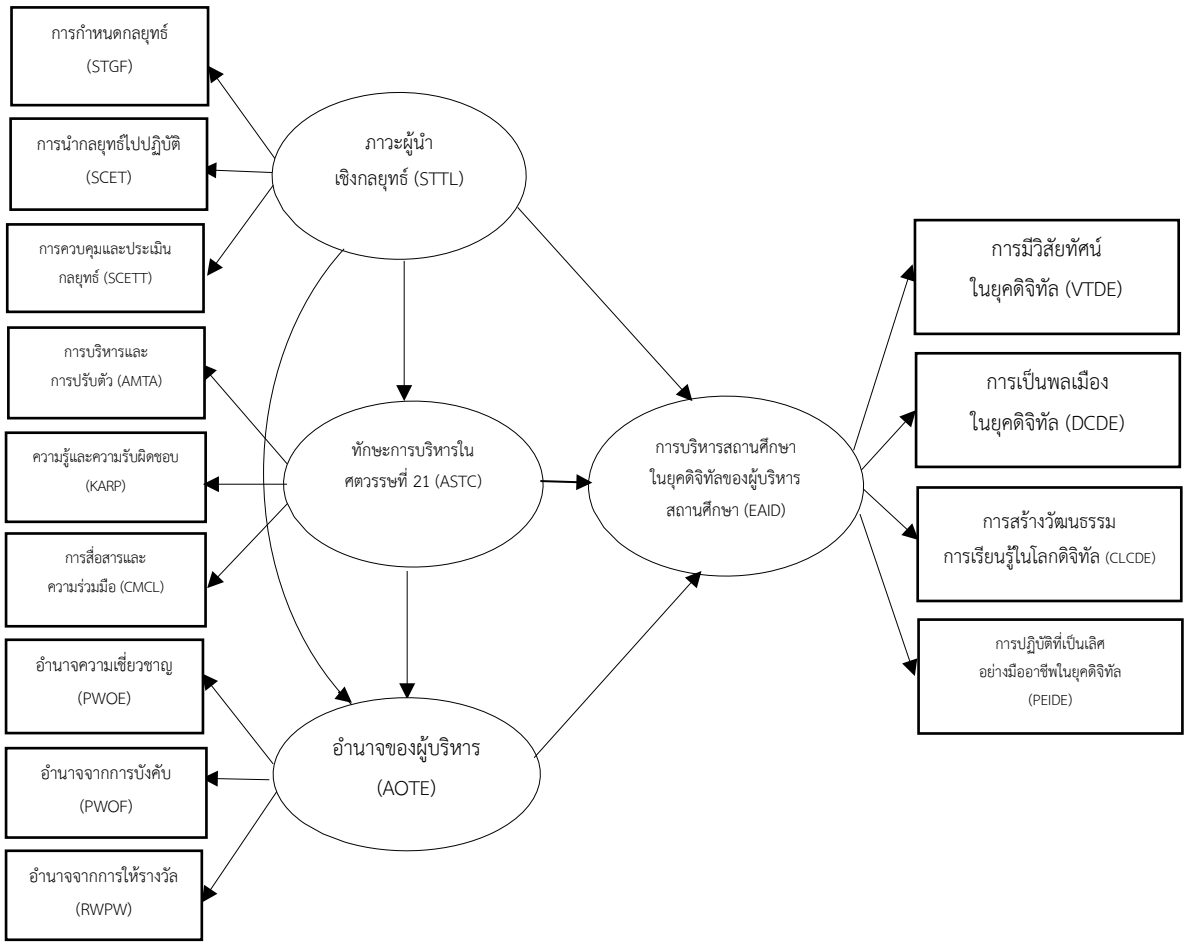
สมมติฐานที่ 1 อิทธิพลการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ส่งผลมาจากอิทธิพลอำนาจของผู้บริหาร อิทธิพลทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลและอิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

สมมติฐานที่ 2 อิทธิพลอำนาจของผู้บริหาร ส่งผลมาจากอิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ และอิทธิพลทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล

สมมติฐานที่ 3 ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลส่งผลมาจากภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่องอิทธิพลที่มีต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาในประเด็นต่อไปนี้ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี ผู้วิจัยได้ทำการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องในประเด็นต่อไปนี้ 1) การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (Educational Administration in the Digital Era: EAID) 2) การบริหารสถานศึกษาในเชิงกลยุทธ์ (Strategic Leadership: STTL) 3) ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (Administrative Skills in the 21st Century: ASTC) 4) อำนาจของผู้บริหาร (Authority of the Executive: AOTE) ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาโรงเรียน จำนวน 94 คน และครู จำนวน 1,746 คน จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี รวมจำนวน 1,840 คน

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา และครู จากสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรีในการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างนั้น ใช้สูตรของ Hair et al. (1998) คือ ใช้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง 9 คน ต่อ 1 พารามิเตอร์ ที่ต้องการประมาณค่าหรือจำนวนเส้นทาง (path) ที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดล กรอบแนวคิดในการดำเนินงานครั้งนี้มีจำนวนพารามิเตอร์ที่ต้องการประมาณค่าทั้งหมด 40 พารามิเตอร์ หรือมีจำนวน

เส้นทางแสดงความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรในโมเดลกรอบแนวคิดทั้งหมด 40 เส้นทาง ดังนั้น ขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 360 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยสร้างขึ้นเป็นแบบสำรวจรายการ ตอนที่ 1–4 ประกอบด้วย 1) อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STTL) มีค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .85 2) อิทธิพลทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .85 3) อิทธิพลอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 และ 4) อิทธิพลการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID) มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .90

ตอนที่ 1– 4 เป็นแบบมาตรประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ เพื่อสำรวจระดับการปฏิบัติ และระดับความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถาม และวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ขององค์ประกอบมาตรวัด

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ความเชื่อถือได้ขององค์ประกอบมาตรวัด

ตัวแปร	λ	ρ_c	ρ_v
การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID)	.70–.96	.870	.695
ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STTL)	.82–.90	.890	.728
ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC)	.89–.93	.930	.822
อำนาจของผู้บริหาร (AOTE)	.82–.92	.920	.783
เกณฑ์ : $\rho_c > .60$, $\rho_v > .50$ R (Diamantopoulos & Siguaw, 2000)			

จากตาราง 1 ใช้เพื่อตรวจสอบมาตรวัดของตัวแปรแฝงภายในหลังการปรับแบบจำลอง พบว่า มาตรวัดของตัวแปรแฝงภายในส่วนใหญ่ของแต่ละตัวมีค่าน้ำหนักองค์ประกอบไม่ต่ำกว่า .50 แสดงว่ามีความเหมาะสม ดังนี้

มาตรวัดของตัวแปรแฝงมาตรวัดการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID) ประกอบด้วย การมีวิสัยทัศน์ในยุคดิจิทัล (VTDE) การเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล (DCDE) การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล (CLCDE) และการปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างมืออาชีพในยุคดิจิทัล (PEIDE) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ระดับ .70, .72, .96 และ .89 ตามลำดับ และพบว่า มาตรวัดภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STTL) ประกอบด้วย การกำหนดกลยุทธ์ (STGF) การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ (SCET) และการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ (SCETT) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบ อยู่ที่ระดับ .83, .82, และ .90 ตามลำดับ และพบว่า ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) ประกอบด้วย การบริหารและการปรับตัว (AMTA) ความรู้และความรับผิดชอบ (KARP) การสื่อสารและความร่วมมือ (CMCL) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ระดับ .89, .93, .90 และ .91 ตามลำดับ สุดท้าย อำนาจของผู้บริหาร (AOTE) พบว่า อำนาจความเชี่ยวชาญ (PWOE) อำนาจจากการบังคับ (PWOF) และอำนาจจากการให้รางวัล (RWPW) มีค่าน้ำหนักองค์ประกอบอยู่ที่ระดับ .92, .90, .91 และ .83

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูลสำหรับการดำเนินงานเชิงปริมาณ กำหนดระยะเวลาการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรวบรวมในระหว่างวันที่ 14 มกราคม พ.ศ. 2568 ถึง วันที่ 17 มกราคม พ.ศ. 2568 และดำเนินการติดตามแบบสอบถามในระหว่างวันที่ 20 มกราคม พ.ศ. 2568 ถึง วันที่ 27 มกราคม พ.ศ. 2568 โดยได้แจกแบบสอบถามทั้งหมด 360 ฉบับ จำแนกตามขนาดของโรงเรียน ผลการตอบกลับของแบบสอบถาม ทั้งหมด 360 ฉบับ คิดเป็นอัตราการตอบกลับร้อยละ 100 และนำไปใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบคำถามวิจัยเป็นลำดับต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ค่าสถิติเบื้องต้นของตัวแปรที่เกี่ยวข้องกับภูมิหลังของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ความถี่และร้อยละ

4.2 วิเคราะห์ตัวแปรสังเกตได้โดยใช้โปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูป สถิติที่ใช้ ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สัมประสิทธิ์การกระจาย (C.V.) ค่าความเบ้ (skewness) ค่าความโด่ง (kurtosis) เพื่อดูลักษณะการแจกแจงของตัวแปร

4.3 การวิเคราะห์เพื่อตรวจสอบความตรงของโมเดลแบบมีตัวแปรส่งผ่านและการวิเคราะห์ขนาดอิทธิพลทางตรงและทางอ้อมด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อศึกษาตัวแปรผลลัพธ์จากอิทธิพลเชิงสาเหตุที่เป็นตัวแปรส่งผ่านในการอธิบายของอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาตามวัตถุประสงค์การดำเนินงาน

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นอันดับและการแปลผลของการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล

การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น			
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1) ด้านการมีวิสัยทัศน์ในยุคดิจิทัล	4.23	.43	มาก	2
2) ด้านการเป็นพลเมืองในยุคดิจิทัล	4.19	.52	มาก	3
3) ด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล	4.11	.53	มาก	4
4) ด้านการปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างมืออาชีพในยุคดิจิทัล	4.29	.54	มาก	1
ภาพรวม	4.20	.33	มาก	

จากตาราง 2 การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลพบว่า โดยภาพรวมด้านการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.20, S.D. = .33) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าด้านการปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างมืออาชีพในยุคดิจิทัล มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = .54) รองลงมา คือด้านการมีวิสัยทัศน์ในยุคดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = .43) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. =.11)

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นอันดับและการแปลผล ของอิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา

อิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา	ระดับความคิดเห็น			
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1) ด้านการกำหนดกลยุทธ์	4.25	.51	มาก	2
2) ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ	4.15	.52	มาก	3
3) ด้านการควบคุมและประเมินกลยุทธ์	4.28	.55	มาก	1
ภาพรวม	4.23	.48	มาก	

จากตาราง 3 อิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.23, S.D. = .48) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ ($\overline{X}$ = 4.28, S.D.=.55) รองลงมา คือด้านการกำหนดกลยุทธ์ ($\overline{X}$ = 4.25, S.D. = .51) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ($\overline{X}$ =4.15, S.D.= .52)

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นอันดับและการแปลผล ของอิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล

อิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล	ระดับความคิดเห็น			
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1) ด้านการบริหารและการปรับตัว	4.28	.54	มาก	2
2) ด้านความรู้และความรับผิดชอบ	4.30	.51	มาก	1
3) ด้านการสื่อสารและความร่วมมือ	4.09	.47	มาก	3
ภาพรวม	4.21	.39	มาก	

จากตาราง 4 อิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล พบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับอิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = 39) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความรู้และความรับผิดชอบ ($\overline{X}$ = 4.30, S.D. = .51) รองลงมา คือด้านการบริหารและการปรับตัว ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = .54) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือด้านการสื่อสารและความร่วมมือ ($\overline{X}$ = 4.09, S.D. = .47)

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับความคิดเห็นอันดับและการแปลผลของอิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา

อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา	ระดับความคิดเห็น			
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1) ด้านอำนาจความเชี่ยวชาญ	4.00	.70	มาก	1
2) ด้านอำนาจจากการบังคับ	3.84	.54	มาก	2
3) ด้านอำนาจจากการให้รางวัล	3.83	.83	มาก	3
ภาพรวม	3.85	.51	มาก	

จากตาราง 5 อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับอิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.85, S.D. = .11) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่าทุกด้านมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก โดยด้านที่มีมีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือด้านอำนาจความเชี่ยวชาญ ($\overline{X}$ = 4.00, S.D. = .70) รองลงมา คือด้านอำนาจจากการบังคับ ($\overline{X}$ = 3.84, S.D. = .54) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านอำนาจจากการให้รางวัล ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = .83)

5. ความสัมพันธ์ของการบริหารสถานศึกษายุคดิจิทัลกับประสิทธิผลในโรงเรียน

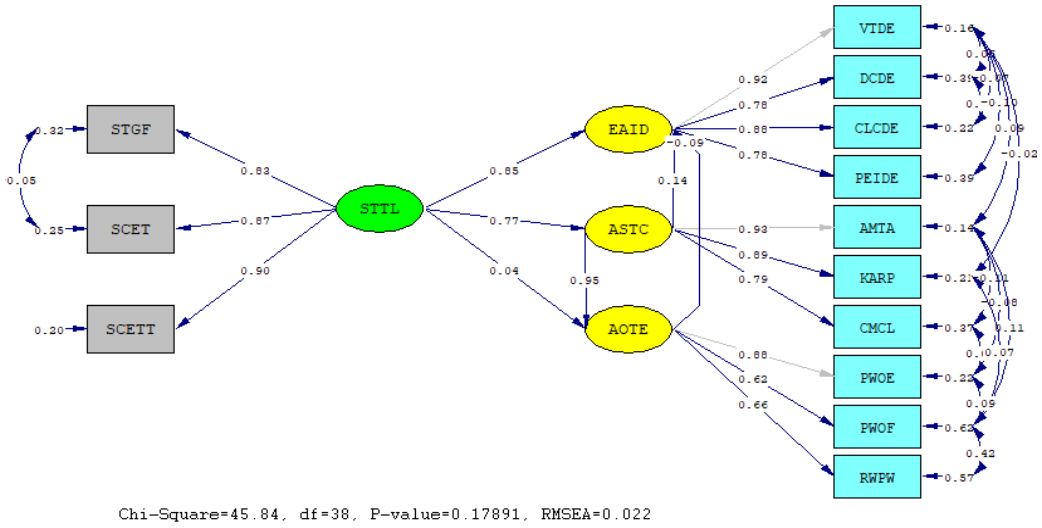
ตาราง 6 แสดงค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

ตัวแปร	STGF	DCET	SCETT	AMTA	KARP	CMCL	PWOE	PWOF	RWPW	VTDE	DCDE	CLCDE	PEDE
STGF	1.000												
DCET	.852**	1.000.											
SCETT	.747**	.897**	1.000										
AMTA	.753**	.866**	.935**	1.000									
KARP	.657**	.748**	.790**	.829**	1.000								
CMCL	.642**	.725**	.790**	.809**	.841**	1.000							
PWOE	.635**	.709**	.782**	.809**	.819**	.924**	1.000						
PWOF	.748**	.822**	.721**	.702**	.621**	.626**	.590**	1.000					
RWPW	.586**	.533**	.545**	.516**	.407**	.491**	.467**	.600**	1.000				
VTDE	.642**	.676**	.616**	.621**	.566**	.556**	.518**	.756**	.576**	1.000			
DCDE	.613**	.549**	.488**	.510**	.468**	.440**	.443**	.662**	.431**	.707**	1.000		
CLCDE	.782**	.704**	.606**	.603**	.550**	.500**	.511**	.659**	.451**	.622**	.702**	1.000	
PEDE	.902**	.781**	.660**	.662**	.603**	.558**	.562**	.693**	.511**	.619**	.650**	.848**	1.000
Mean	3.77	3.64	3.77	4.08	4.12	3.72	4.09	4.28	4.19	3.73	3.66	3.66	3.35
SD	1.07	1.16	1.24	.94	.97	1.14	.93	.76	.94	.97	1.06	1.05	1.50
Kaiser–Meyer–Olkin Measure of Sampling Adequacy =.831, .df = .91, p–value. = .000													
Bartlett's Test of Sphericity Approx Chi–Square =7423.599													

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

จากตาราง 6 ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 13 ตัวแปร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 78 คู่ มีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .407 ถึง .935 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

6. ผลการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์ (Structural model)



ภาพที่ 2 แบบจำลองโครงสร้างความสัมพันธ์แบบทางเลือก (standardized solution)

จากภาพที่ 2 ผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามทางเลือกพบว่าตัวแปรแฝงภายนอก คือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STTL) ส่งผลโดยตรงกับ การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC)) และอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) มีค่าเท่ากับ .85, .77, และ .04 ตามลำดับ ส่วนการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID) ส่งผลโดยตรงกับอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) มีค่าเท่ากับ .14, และ–.09 ตามลำดับ ส่วนทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) ส่งผลโดยตรงกับอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) เท่ากับ .95

ตาราง 7 ผลการเปรียบเทียบแบบจำลองตามสมมติฐานการวิจัยกับแบบจำลองทางเลือก

รายการ	ค่าสถิติ	แบบจำลองทางเลือกก่อนปรับ	แบบจำลองทางเลือกหลังปรับ
1. Relative Chi-square	(χ^2/df)< 2.00	15.394	1.206
2. GFI	> .90	.767	.984
3. AGFI	> .90	.867	.962
4. RMR	เข้าใกล้ .00	.640	.018
5. RMSEA	< .05	.181	.022
6. CFI	.00–1.00	.846	.999
7. CN	> 200	42.938	584.047

จากตาราง 7 ผู้วิจัยจึงได้ดำเนินการปรับโมเดล (model modification) โดยพิจารณาจากคำแนะนำในการปรับพารามิเตอร์ในโมเดลด้วยค่าดัชนีปรับโมเดล (Model Modification Indices: MI) จากนั้นปรับพารามิเตอร์โดยยินยอมให้ผ่อนคลายข้อตกลงเบื้องต้นให้ค่าความคลาดเคลื่อนสัมพันธ์กันได้ จนกระทั่งค่าดัชนีความกลมกลืนมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงได้แบบจำลองทางเลือก โดยมีค่าสถิติที่คำนวณได้ คือ ค่า Chi-square = 45.842, df = 38, p-value = .18791, GFI = .984, AGFI = .962, RMR= .018, RMSEA = .022, CFI = .999 และ CN = 584.047 ดังนั้นจึงสรุปได้ว่า โมเดลแบบจำลองสมการเชิงโครงสร้างมีความเหมาะสม กลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์

การอภิปรายผล

1. ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี พบว่า การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลพบว่า โดยภาพรวมด้านการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า ผู้บริหารมีการปฏิบัติที่เป็นเลิศอย่างมืออาชีพในยุคดิจิทัล ผู้บริหารมีพฤติกรรมการวิจัยทดลองซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรเกิดการดูดซึมทางปัญญาและผู้บริหารมีพฤติกรรมส่งเสริมบุคคล ภายนอกสามารถนำไปปรับใช้ประกอบการตัดสินใจ แก้ไขปัญหาและอุปสรรคให้เหมาะสมกับองค์กรได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของมาลัย วงศ์ฤทัยวัฒนา (2562) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารโรงเรียนขนาดเล็กยุคดิจิทัลสู่ความเป็นเลิศ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท โดยมีประเด็นสำคัญที่ค้นพบ ได้แก่ 1) การพัฒนาเทคโนโลยีดิจิทัลให้มีคุณภาพสูง สามารถรองรับการใช้งานต่าง ๆ ได้อย่างรวดเร็วและครอบคลุมทุกด้าน 2) การพัฒนาบุคลากรให้มีความรู้ความสามารถในการสร้างและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลต่าง ๆ อย่างกว้างขวาง ทั้งทางคอมพิวเตอร์ แอปพลิเคชัน สมาร์ตโฟน 3) การส่งเสริม สนับสนุน ของผู้บริหารสถานศึกษา ในการพัฒนาบุคลากรและการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล 4) การนิเทศกำกับติดตามการใช้และดำเนินงานต่าง ๆ เกี่ยวกับเทคโนโลยีดิจิทัล ทั้งอุปกรณ์ บุคลากร และการนำไปใช้

2. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสิงห์บุรี พบว่า อิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าด้านการควบคุมและประเมินกลด้านการกำหนดกลยุทธ์ ผู้บริหารมีเพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพและผู้บริหาร มีการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ตามแนวคิดของนักวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอรอุมา แก้วสียา และสุรเชต น้อยฤทธิ์ (2567) ได้วิจัยเรื่อง แนวทางพัฒนาการบริหารเชิงกลยุทธ์ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการวิจัยพบว่า 1) สภาพปัจจุบันโดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน สภาพที่พึงประสงค์โดยรวมและรายด้านอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน ความต้องการจำเป็นเรียงจากความต้องการสูงสุดไปต่ำสุด ได้แก่ การนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ การวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ การประเมินและควบคุมกลยุทธ์ และการกำหนดกลยุทธ์ ตามลำดับ 2) ผลการออกแบบ สร้างและประเมินแนวทางพัฒนาการบริหารเชิงกลยุทธ์ การบริหารเชิงกลยุทธ์ทั้ง 32 แนวทาง มีด้านการวิเคราะห์เชิงกลยุทธ์ ด้านการกำหนดกลยุทธ์ ด้านการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และด้านการประเมินและควบคุมกลยุทธ์ โดยภาพรวมมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุด และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านทุกด้านมีความเหมาะสมและความเป็นไปได้อยู่ในระดับมากที่สุดทุกด้านเช่นเดียวกัน

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล ของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า อิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล พบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับอิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าด้านความรู้และความรับผิดชอบ ผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกัน และผู้บริหารมีความใส่ใจต่อชุมชนอย่างมีความรับผิดชอบ สามารถชี้นำและนำพาองค์กรก้าวสู่ผลลัพธ์ที่พึงประสงค์ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเอมอร จันทร์ขุนทด (2559) ได้ศึกษาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ผลการวิจัยพบว่าองค์ประกอบ และตัวบ่งชี้ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 ประกอบด้วย 4 ด้าน คือ 1) ด้านการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อม 2) ด้านการกำหนดกลยุทธ์ 3) ด้านการปฏิบัติตามกลยุทธ์ 4) ด้านการควบคุมและประเมินผลกล

ยุทธ์ สภาพปัจจุบัน และสภาพที่พึงประสงค์สำหรับการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 พบว่า ด้านการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์มีสภาพปัจจุบันในอยู่ในระดับ ปานกลาง และมีสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก ด้านการกำหนดกลยุทธ์ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง และมีสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก ด้านการปฏิบัติตามกลยุทธ์ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง และมีสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมากด้านการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ของการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์มีสภาพปัจจุบันอยู่ในระดับปานกลาง และมีสภาพที่พึงประสงค์อยู่ในระดับมาก ผลการพัฒนาแนวทางในการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์เขต 2 มีความเหมาะสมความเป็นไปได้ของแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2 โดยการประเมินของทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน มีความเหมาะสม ความเป็นไปได้อยู่ในระดับดีมาก และผู้มีส่วนได้เสียเห็นว่าแนวทางการพัฒนาการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สำหรับโรงเรียนขนาดเล็กทั้งมีความเหมาะสมเป็นไปได้และมีประโยชน์อยู่ในระดับมาก

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาพบว่า โดยภาพรวมอิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าด้านอำนาจความเชี่ยวชาญ ผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกัน และผู้บริหารมีความใส่ใจต่อชุมชนอย่างมีความรับผิดชอบ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hersey & Blanchard, (1993) ได้รวบรวมประเภทของพลังอำนาจที่นักวิชาการและนักการศึกษาคิดขึ้นไว้เพิ่มอีกสองประเภท โดยได้อธิบายไว้ว่า Raven ได้ทำงานกับ Kuklinski และคิดประเภทพลังอำนาจที่ 6 ขึ้นมาคือพลังอำนาจข้อมูลข่าวสาร (Information Power) ต่อมาในปี ค.ศ. 1979 Hersey และ Goldsmith ได้เสนอ ประเภทของพลังอำนาจที่ 7 เพิ่มขึ้นมา คือ อำนาจการเชื่อมโยง (Connection Power) ประเภทอำนาจทั้ง 7 นี้ แสดงให้เห็นถึงศักยภาพของความสำเร็จในการมีอิทธิพลเหนือพฤติกรรมของผู้อื่น

5. ความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลในการบริหาร กับ การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่า ผลการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สันระหว่าง ตัวแปรสังเกตได้ จำนวน 13 ตัวแปร ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งหมด 78 คู่ มีความสัมพันธ์กันและความสัมพันธ์ของตัวแปรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรเป็นความสัมพันธ์ทางบวก มีขนาดของความสัมพันธ์หรือค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ระหว่าง .407 ถึง .935 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารมีพฤติกรรมการวิจัยทดลองซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรเกิดการดูดซึมทางปัญญา สัมพันธ์กับด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารมีการควบคุมและประเมินผลด้านการกำหนดกลยุทธ์ ผู้บริหารมีเพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพและผู้บริหาร มีการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ตามแนวคิดของนักวิชาการ และสัมพันธ์กับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล มีความสัมพันธ์กับด้านความรู้และความรับผิดชอบ ผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกันและสัมพันธ์กับด้านอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก และสัมพันธ์กับผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกัน อยู่ในระดับสูง

6. อิทธิพลที่มีต่ออิทธิพลที่ส่งผลต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา พบว่าผลการวิเคราะห์แบบจำลองตามทางเลือกพบว่าตัวแปรแฝงภายนอก คือ ภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ (STTL) ส่งผลโดยตรงกับการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC)) และอำนาจ

ของผู้บริหาร (AOTE) มีค่าเท่ากับ .85, .77, และ .04 ตามลำดับ ส่วนการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา (EAID)ส่งผลโดยตรงกับอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) มีค่าเท่ากับ .14, และ–.09 ตามลำดับ ส่วนทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล (ASTC) ส่งผลโดยตรงกับอำนาจของผู้บริหาร (AOTE) เท่ากับ .95 สอดคล้องกับสมมติฐานการวิจัยที่กำหนด ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ผู้บริหารมีพฤติกรรมการวิจัยทดลองซึ่งจะส่งผลให้บุคลากรเกิดการดูดซึมทางปัญญา สัมพันธ์กับด้านภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ที่ผู้บริหารมีการควบคุมและประเมินกลด้านการกำหนดกลยุทธ์ ผู้บริหารมีเพิ่มความสามารถในการปฏิบัติงานให้สามารถบรรลุเป้าหมายขององค์การในระยะยาวได้อย่างมีประสิทธิภาพและผู้บริหาร มีการควบคุมและประเมินกลยุทธ์ตามแนวคิดของนักวิชาการ และสัมพันธ์กับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลมีความสัมพันธ์กับด้านความรู้และความรับผิดชอบ ผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกันและสัมพันธ์กับด้านอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา อิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับมาก และสัมพันธ์กับผู้บริหารมีความรับผิดชอบยอมรับความสามารถของคณะทำงานหรือผู้ร่วมงานที่มีความแตกต่างกัน อยู่ในระดับสูง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของสุริยา ศรีโภคา (2559) ได้ศึกษาเรื่องการพัฒนารูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานผลการวิจัย พบว่าสภาพปัญหาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาขนาดเล็กสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ทั้ง 9 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการใช้เหตุผลด้านการใช้พลังอำนาจด้านมุ่งผลงาน ด้านการปฏิรูปงาน ด้านการปฏิรูปบุคคล ด้านการสร้างสรรค์ด้านการรวมพลัง ด้านการประสานความร่วมมือ และด้านการสรุปผลงาน โดยภาพรวมทุกด้านอยู่ในระดับมากทุกองค์ประกอบ รูปแบบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาขนาดเล็กที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ คือ ด้านการใช้เหตุผล ด้านการใช้พลังอำนาจ ด้านมุ่งผลงานด้านการปฏิรูปงาน ด้านการปฏิรูปบุคคล ด้านการสร้างสรรค์ ด้านการรวมพลัง ด้านการประสานความร่วมมือ และด้านการสรุปผลงาน องค์ประกอบภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ประกอบด้วย 9 องค์ประกอบ ได้แก่ ด้านการใช้เหตุผล ด้านการใช้พลังอำนาจด้านมุ่งผลงาน ด้านการปฏิรูปงาน ด้านการปฏิรูปบุคคล ด้านการสร้างสรรค์ ด้านการรวมพลังด้านการประสานความร่วมมือ และด้านการสรุปผลงาน

องค์ความรู้ใหม่

การบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลมีโครงสร้างเชิงสาเหตุที่ชัดเจน โดยภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยต้นทางที่ทรงอิทธิพลสูงสุดต่อการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ด้วยค่าอิทธิพลรวม แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารที่มีความสามารถในการกำหนดกลยุทธ์ นำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ และควบคุมประเมินผลกลยุทธ์อย่างเป็นระบบ จะสามารถขับเคลื่อนองค์กรการศึกษาสู่ยุคดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลและอำนาจของผู้บริหารต่างเป็นตัวแปรส่งผ่านที่มีนัยสำคัญในความสัมพันธ์เชิงสาเหตุดังกล่าว โดยทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลส่งผลโดยตรงต่ออำนาจของผู้บริหารสูงถึง .95 ชี้ให้เห็นว่าความรู้ ความรับผิดชอบ การสื่อสาร และความสามารถในการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง เป็นฐานสำคัญของการสร้างอำนาจที่ชอบธรรมและยั่งยืนในองค์กรการศึกษา อนึ่ง อำนาจความเชี่ยวชาญเป็นมิติของอำนาจที่ผู้บริหารแสดงออกในระดับสูงที่สุด สะท้อนว่าในบริบทการศึกษายุคดิจิทัล ฐานอำนาจที่แท้จริงของผู้บริหารมิได้อยู่ที่ตำแหน่งหรือการบังคับ หากแต่อยู่ที่ความรู้และความสามารถเฉพาะทางที่ได้รับการยอมรับจากบุคลากร โมเดลความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่ได้จากการวิจัยนี้จึงเป็นองค์ความรู้ใหม่ที่แสดงว่า

การยกระดับการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ต้องอาศัยการพัฒนาสามองค์ประกอบนี้อย่างบูรณาการและสัมพันธ์กัน ไม่อาจพัฒนาเพียงองค์ประกอบใดองค์ประกอบหนึ่งแยกต่างหากได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารควรพัฒนาความรู้เกี่ยวกับอิทธิพลเกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษาในด้านอำนาจจากการให้รางวัล การใช้อำนาจที่ผู้บริหารควรให้รางวัลตอบแทนแก่บุคคลที่ปฏิบัติงาน และการแสดงพฤติกรรมที่ส่งผลต่อความก้าวหน้าขององค์กรเป็นบำเหน็จรางวัลแก่บุคคลที่ปฏิบัติงาน

1.2 ผู้บริหารควรส่งเสริมและพัฒนาอิทธิพลเกี่ยวกับทักษะการบริหารในยุคดิจิทัลในด้านการสื่อสารและความร่วมมือ มีความเข้าใจการวางแผนการจัดการ และมีความสามารถในการปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลงและพัฒนาคุณภาพการบริหารสถานศึกษา

1.3 ผู้บริหารควรพัฒนาภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา มีการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติอย่างต่อเนื่องเพื่อให้บรรลุเป้าหมายขององค์การและมีการจัดแบ่งโครงสร้างองค์การ กำหนดระบบในการบริหาร ตลอดจนการกำหนดระบบเกี่ยวกับสารสนเทศและมีการสร้างค่านิยมหรือวัฒนธรรมองค์การ

1.4 ผู้บริหารควรพัฒนาการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ด้านการมีวิสัยทัศน์ในยุคดิจิทัลในด้านการสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ในโลกดิจิทัล ให้มีพฤติกรรมในการสร้างสัมพันธภาพอันดีระหว่างบุคลากรและควรอำนวยความสะดวกในการเข้ารับบริการต่าง ๆ จากสถานศึกษา

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรนำแบบจำลองความสัมพันธ์เชิงสาเหตุของตัวแปรแบบผสมผสาน ด้านการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล ที่มีผลจากปัจจัยด้านอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล และภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา เพื่อทำการตรวจสอบโมเดลว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ต่อไป

2.2 ควรศึกษาการวิจัยเชิงปริมาณเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลในหน่วยงานทางการศึกษาอื่น ๆ ของกระทรวงศึกษาธิการ

2.3 ควรศึกษาวิจัยเชิงคุณภาพในการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัล เกี่ยวกับอำนาจของผู้บริหารสถานศึกษา ทักษะการบริหารในยุคดิจิทัล และภาวะผู้นำเชิงกลยุทธ์ของผู้บริหารสถานศึกษา

เอกสารอ้างอิง

กณิษฐา ทองสมุทร. (2561). *ทักษะการบริหารในศตวรรษที่ 21 ของผู้บริหารสถานศึกษา ตามการรับรู้ของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 2.* การค้นคว้าอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี.

จุฑามาส จันทร์มณี. (2563). *บทบาทของผู้บริหารในการพัฒนาบุคลากรยุคดิจิทัลของโรงเรียนมัธยมศึกษาในอำเภอบางปะอิน จังหวัดพระนครศรีอยุธยา สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 3.* ค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

จิราวรรณ ยิ้มปลื้ม. (2561) *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการสื่อสารในองค์กรของสำนักงาน คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (ป.ป.ช.).* การศึกษารายบุคคลนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

จุฬีวรรณ เติมผล. (2561). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย.* สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. https://old.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/download/article/article_20180531155204.pdf

ชลิดา ลิ้นจี่, กนกมณี หอมแก้ว และสุภาพร บุญเอี่ยม. (2563). ความรู้และทักษะวิชาชีพของนักบัญชีสำนักงานบัญชีคุณภาพในประเทศไทย. *วารสารศิลปการจัดการ, 4*(1), 34–45. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jam/article/view/240399.

ชุติรัตน์ กาญจนธนชัย. (2562). *ตัวบ่งชี้ภาวะผู้นำดิจิตอลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.

ทินกร บัวชู. (2561). การศึกษาความคิดเห็นของรูปแบบการจัดการเรียนการสอนหลักสูตรพยาบาลศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี ในศตวรรษที่ 21. *วารสารพยาบาลศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 30*(3), 26–38. https://digital.car.chula.ac.th/cgi/viewcontent.cgi?article=1002&context=cuns.

เนตรชนก แก้วกรม. (2565). *การศึกษาภาวะผู้นาดิจิทัลและแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นาดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษาพิษณุโลก เขต 3.* การค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.

มาลัย วงศ์ฤทัยวัฒนา. (2562). แนวทางการบริหารโรงเรียนขนาดเล็กยุคดิจิทัลสู่ความเป็นเลิศ ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยนาท. *วารสารวิจัยและพัฒนาวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์,* 14(2), 22 – 30. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/vrurdihsjournal/article/view/207425

สุริยา ศรีโภคา. (2559). *การพัฒนารูปแบบการบริหารเชิงกลยุทธ์สำหรับสถานศึกษาระดับประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

อรอุมา แก้วสียา และสุรเชต น้อยฤทธิ์ (2567). แนวทางพัฒนาการบริหารเชิงกลยุทธ์ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดร้อยเอ็ด. *วารสารการบริหารการศึกษา มมร.วิทยาเขตร้อยเอ็ด,* 4(1), 265 – 276. https://ojs.mbu.ac.th/index.php/RJGE/article/view/2393/1533.

เอมอร จันทร์ขุนทด. (2559). *การพัฒนาแนวทางการบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สาหรับโรงเรียนขนาดเล็กสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาฬสินธุ์ เขต 2.* วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

Bierstedt, R. (1974). *Power and progress: Essays on sociological theory.* McGraw-Hill.

Certo, S. C., & Peter, J. P. (1991). *Strategic management: Concepts and applications.* McGraw-Hill.

Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL*. Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781849209359

Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., & Black, W. C. (1998). *Multivariate data analysis with readings* (5th ed). Prentice-Hall.

Hersey, P., & Blanchard, K. H. (1993). *Management of organization behavior: Utilizing human resources* (6th ed). Prentice-Hall.

Robbins, S. P. (1994). *Essentials of organizational behavior* (4th ed). Prentice – Hall.

Robbins, S.P., & Coulter, M. (2003). *Management* (7th ed). Pearson Education.

Wheelen, T. L., & Hunger, J. D. (2000). *Strategic management and business policy* (8th ed). Prentice–Hall.

Yang, L. M. (2011). *Contemporary college English 3 (*Student's book). Foreign Language Teaching and Research Press.

ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU

e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

Administration of internal supervision by school administrators in the Phan Don Network Group under Udon Thani Primary Educational Service Area Office 2Service Area 2

เนติ พงศ์ศรี [1*], อมรทิพย์ เจริญผล [2], ชารี มณีศรี [3]

Neti Phongsri [1*], Amorntip Charoenphol [2], Charee Maneesri [3]

[1,2,3] หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี

[1,2,3] Master of Education Program in Educational Administration, Ratchathani University, Udonthani Campus

Corresponding author's e-mail: nepyuat@gmail.com[1], amornthipc@gmail.com[2], Chalee@rtu.ac.th [3]

Received: February 21, 2026 Revised: March 13, 2026 Accepted: April 16, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาการจัดการนิเทศภายในและแนวทางพัฒนาการจัดการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษา คือ ครูในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน จำนวน 70 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรงระหว่าง .67-1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .81 การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้วิธีการเก็บข้อมูลด้วยตนเอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การจัดการนิเทศภายในสถานศึกษา ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การสร้างสื่อและเครื่องมือนิเทศ รองลงมา คือ การศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาและ ความต้องการนิเทศ และการวางแผนการนิเทศ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การปฏิบัติการนิเทศ 2) แนวทางพัฒนา การจัดการนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา คือ ผู้บริหารควรพัฒนาระบบสารสนเทศพื้นฐานให้ทันสมัยและเข้าถึงง่ายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เพื่อจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล การออกแบบกระบวนการนิเทศให้สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพการศึกษาโดยศึกษาแนวปฏิบัติที่ดีจากสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จ การส่งเสริมการพัฒนาสื่อนวัตกรรมการนิเทศที่ทันสมัยและหลากหลายด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล เช่น แอปพลิเคชันและระบบออนไลน์ การสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้ผ่านชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Communities: PLC) ที่เข้มแข็ง พร้อมกระบวนการ

วิเคราะห์และกำหนดแนวทางปรับปรุงอย่างเป็นระบบ และการปรับปรุงระบบสื่อสารผลการดำเนินงานนิเทศให้มีประสิทธิภาพ โดยใช้ช่องทางที่หลากหลายและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบที่เข้าใจง่ายสำหรับผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

คำสำคัญ: การบริหารการนิเทศภายใน, ผู้บริหาร, แนวทางพัฒนา

Abstract

This research aimed to study the internal supervision management and explore development approaches for internal supervision of school administrators in the Pandon Network School Group under Udon Thani Primary Educational Service Area Office 2. The sample consisted of 70 teachers. The research instrument was a 5-level Likert scale questionnaire with content validity (IOC) values ranging from .67 and 1.00 and a reliability coefficient of 0.81. Data were collected directly by the researcher. Data analysis employed descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. Research findings revealed that 1) internal school supervision management overall was at a high level. When considered by aspects, all dimensions were also at a high level. The aspect with the highest mean was creating supervision media and tools, followed by studying current conditions, problems and supervision needs, and planning for supervision. The aspect with the lowest mean was implementation supervision. 2) Development approaches for internal supervision management by school administrators include Administrators should develop accessible digital information systems for data storage and analysis; design supervision processes aligned with quality goals by studying best practices; promote diverse digital supervision tools like applications and online platforms; establish strong Professional Learning Communities (PLCs) with systematic analysis and improvement processes; and enhance communication systems using multiple channels with clear, stakeholder-friendly information formats.

Keywords: administration of internal supervision, administrators, development approaches

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การพัฒนาการศึกษาถือเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ และยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 มุ่งเน้นการพัฒนาคนไทยให้มีคุณภาพ มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 และสามารถเรียนรู้ได้ตลอดชีวิต ทั้งนี้ การบริหารจัดการสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องอาศัยกระบวนการนิเทศภายในเป็นเครื่องมือสำคัญในการกำกับ ติดตาม และพัฒนาการจัดการเรียนรู้ของครู เพื่อให้เกิดคุณภาพในการจัดการศึกษา อย่างไรก็ตาม จากการดำเนินงานของสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 พบว่า การดำเนินงานนิเทศภายในยังไม่ประสบผลสำเร็จเท่าที่ควร เนื่องจากผู้บริหารบางส่วนมองว่าการนิเทศเป็นเพียงงานประจำ ขาดการนำเทคนิคและนวัตกรรมมาใช้ในการนิเทศ รวมทั้งครูยังขาดความเข้าใจในบทบาทของการนิเทศภายใน ส่งผลให้การพัฒนาการจัดการเรียนรู้และผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของผู้เรียนยังไม่เป็นไปตามเป้าหมาย (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560; กระทรวงศึกษาธิการ, 2560; สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2, 2567)

การนิเทศภายในสถานศึกษาเป็นกระบวนการบริหารทางวิชาการที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาครูและยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ โดยเน้นการให้คำปรึกษา การติดตาม และการพัฒนาวิชาชีพครูอย่างต่อเนื่อง งานวิจัยหลายฉบับยืนยันถึงความสำคัญของการนิเทศภายในต่อประสิทธิภาพการจัดการศึกษา เช่น งานวิจัยของวรกมล น้อยพิทักษ์ และสงวน อินทร์รักษ์ (2562) พบว่า บทบาทการนิเทศของผู้บริหารสถานศึกษามีความสำคัญต่อการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนของครู นอกจากนี้ วัลลิภา สมฤทธิ์ และคณะ (2564) รวมถึงอภิเชษฐ์ ป้านภูมิ และคณะ (2568) ยังเสนอแนวทางการพัฒนาการนิเทศภายในโดยเน้นการวางแผนอย่างเป็นระบบ การมีส่วนร่วมของบุคลากร และการใช้เครื่องมือในการนิเทศอย่างเหมาะสม

จากความสำคัญและปัญหาดังกล่าว ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาการจัดการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 เพื่อศึกษาการบริหารการนิเทศภายในและแนวทางพัฒนาการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะเป็นข้อมูลสารสนเทศที่สำคัญสำหรับผู้บริหารสถานศึกษาและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการพัฒนาแนวทางการดำเนินงานนิเทศภายในให้มีความเป็นระบบ ส่งเสริมการพัฒนาครู และยกระดับคุณภาพการจัดการเรียนรู้ของสถานศึกษา อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและการจัดการศึกษาที่มีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิดการบริหารสถานศึกษา

การบริหารการศึกษา หมายถึง กระบวนการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่มีการร่วมมือกันระหว่างผู้บริหาร บุคลากรทางการศึกษา และผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยมีองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ การวางแผนและกำหนดวัตถุประสงค์อย่างเป็นระบบ การจัดองค์กรและกำหนดนโยบายที่ชัดเจน การใช้ทรัพยากรและกระบวนการบริหารที่มีประสิทธิภาพ และการควบคุมติดตามการดำเนินงาน โดยมีเป้าหมายหลักเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ความสามารถ ปลูกฝังคุณธรรม จริยธรรม และค่านิยมที่ดี พัฒนาทักษะในด้านต่าง ๆ ทั้งด้านสังคม การเมือง และเศรษฐกิจ ตลอดจนสร้างสมาชิกที่มีคุณภาพให้กับสังคม ทั้งนี้ การบริหารการศึกษาจะต้องดำเนินการอย่างเป็นระบบ มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับบริบทของสังคม เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาการศึกษาอย่างยั่งยืน (ปาริฉัตร โชติขันธ์, 2560; ยุทธนา เกื้อกูล, 2560; อัจฉรา จงดี, 2560; จิตรจรูญ ทรงวิทยา, 2561)

การบริหารสถานศึกษามีความสำคัญต่อการขับเคลื่อนภารกิจของสถานศึกษาตามองค์ประกอบ โครงสร้างงานและบริบทของสถานศึกษา โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารงานวิชาการ ซึ่งเป็นหัวใจของการบริหารสถานศึกษาให้ประสบความสำเร็จ ส่งผลต่อผู้เรียนโดยตรง เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและประสิทธิผล (วรัชยา ลาบบุญ, 2563; ขวัญชนก บุญนาค และศันสนีย์ จะสุวรรณ์, 2563; Mukherjee & Singh, 2020)

แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินงานนิเทศภายในของสถานศึกษา

การนิเทศภายในสถานศึกษา หมายถึง กระบวนการดำเนินงานร่วมกันระหว่างบุคลากร ทุกคนในสถานศึกษา เพื่อดำเนินการแก้ไขปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานทั่วไป งานด้านวิชาการ งานด้านการเงิน งานด้านบุคลากร งานด้านอาคารสถานที่ ให้มีประสิทธิภาพ ส่งผลแก่นักเรียนให้ได้รับการพัฒนามีคุณภาพตามเป้าหมายที่กำหนดและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนสูงขึ้น (จิติมา วรรณศรี, 2557; ทัศกร โนชัย, 2559 ; จรินทร์ อุตสาหะ และคณะ, 2563)

การนิเทศภายในสถานศึกษา มีความสำคัญเพื่อมุ่งพัฒนาคน พัฒนางาน ส่งเสริม สนับสนุน ช่วยเหลือ และพัฒนาครูให้ประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงานมีการสร้างขวัญและกำลังใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร ส่งผลให้นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่สูงขึ้น (นงค์นุช จอมเกาะ และคณะ, 2564; สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดเชียงใหม่, 2564; นิติกร สาศรี และนิยดา เปี่ยมพืชนะ, 2565)

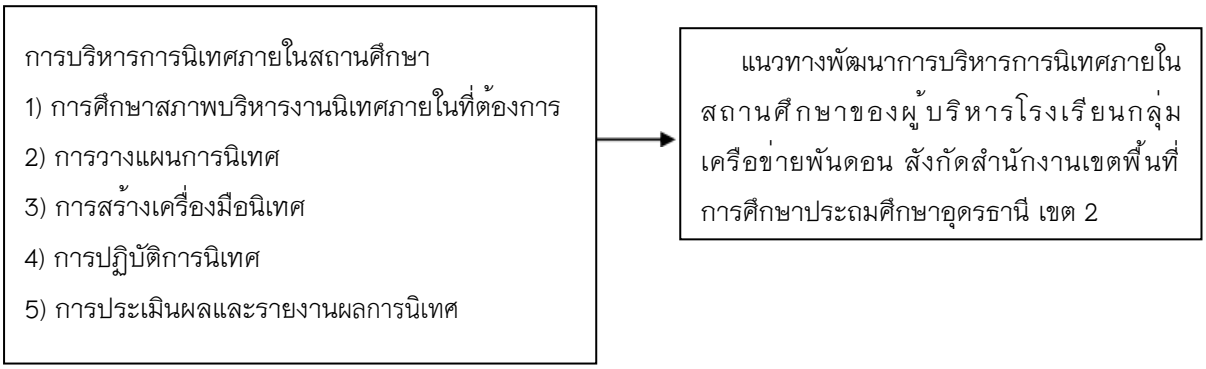
กระบวนการนิเทศภายใน เป็นการดำเนินงานของผู้บริหารโรงเรียนและบุคลากรทางการศึกษาภายในโรงเรียนช่วยกันดำเนินการศึกษาสภาพปัจจัย วางแผน การสร้างสื่อ ปฏิบัติการนิเทศ ประเมินผลและรายงานผล เพื่อให้ครูประสบความสำเร็จในการจัดกิจกรรมการเรียนการสอน ประกอบด้วย 1) การศึกษาสภาพปัจจุบันปัญหาและความต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การสร้าง สื่อและเครื่องมือนิเทศ 4) การปฏิบัติการนิเทศ 5) การประเมินผลและรายงานผล (จิติมา วรรณศรี, 2557; จักรกฤษณ์ กังหัน, 2565)

การใช้เทคโนโลยีดิจิทัลในการนิเทศและการจัดการเรียนรู้ ในบริบทของการนิเทศ หมายถึง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่ทันสมัยในยุคปัจจุบันมาใช้เป็นเครื่องมือในการจัดการเรียนรู้ และนิเทศ ด้วยรูปแบบที่หลากหลายและเหมาะสมกับความสามารถของนักเรียนและครูในการจัดการเรียนรู้ เพื่อเพิ่มช่องทางในการเรียนรู้ในสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง (จักรกฤษณ์ โพดาพล, 2563; ศศิรดา พันชัยภู และคณะ, 2565)

การบริหารจัดการสถานศึกษาในยุคปัจจุบันเป็นกระบวนการเชิงกลยุทธ์ที่ต้องอาศัยการประสานพลังระหว่างผู้บริหารและบุคลากรทุกภาคส่วน โดยมีเป้าหมายหลักในการพัฒนาผู้เรียนให้ถึงพร้อมทั้งความรู้ ทักษะ และคุณธรรม ภายใต้ระบบการบริหารงานวิชาการที่เข้มแข็ง ซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนสถานศึกษาให้บรรลุประสิทธิผลตามบริบทของสังคมที่เปลี่ยนแปลงไป ความสำคัญไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการกำกับดูแลตามลำดับชั้น แต่เป็นกระบวนการสร้างความร่วมมือเพื่อยกระดับสมรรถนะของครูและบุคลากรทางการศึกษา โดยอาศัยหลักการส่งเสริมและสนับสนุนให้ครูประสบความสำเร็จในการปฏิบัติงาน ผ่านการสร้างขวัญกำลังใจและมนุษยสัมพันธ์ที่ดี กระบวนการนิเทศจึงถูกออกแบบให้เป็นระบบที่มีความต่อเนื่อง เริ่มต้นจากการวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและปัญหาเพื่อนำไปสู่การวางแผนและการสร้างเครื่องมือที่ตอบโจทย์ความต้องการจริง จากนั้นจึงดำเนินกิจกรรมปฏิบัติการนิเทศ และปิดท้ายด้วยการประเมินผลเพื่อรายงานผลสำเร็จและแนวทางในการพัฒนาต่อยอดอย่างยั่งยืน นอกจากนี้เมื่อบริบทโลกก้าวเข้าสู่ยุคดิจิทัล การนิเทศภายในจึงจำเป็นต้องปรับกระบวนทัศน์สู่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามาเป็นเครื่องมือหลักในการจัดการเรียนรู้และการนิเทศ การบูรณาการแพลตฟอร์มที่ทันสมัยเหล่านี้ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มความยืดหยุ่นในการสื่อสารและลดข้อจำกัดด้านสถานที่ แต่ยังเป็นการเพิ่มช่องทางในการเรียนรู้ เชิงสร้างสรรค์ที่สอดรับกับสถานการณ์ปัจจุบัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา หลักการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องการดำเนินงานนิเทศภายในสถานศึกษา โดยผู้วิจัยนำแนวคิดของ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (2565) มี 5 ด้าน ประกอบด้วย 1) การศึกษาสภาพบริหารงานนิเทศภายในที่ต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การสร้างเครื่องมือนิเทศ 4) การปฏิบัติการนิเทศ และ 5) การประเมินผลและรายงานผลการนิเทศ กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิธีวิจัยแบบผสมผสาน มีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ครูในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูในโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 จำนวน 8 โรงเรียน จำนวน 70 คน จำแนกเป็น ข้าราชการครู จำนวน 54 คน พนักงานราชการ (ครู) จำนวน 8 คน และครูอัตราจ้าง จำนวน 8 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสารงานวิจัย และแนวคิดที่เกี่ยวกับการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษา ลักษณะแบบสอบถาม ประกอบด้วย แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามแบบ เป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายพันดอน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) จำแนกเป็นรายด้าน 5 ด้าน ดังนี้ 1) การศึกษาสภาพบริหารการนิเทศภายในที่ต้องการ 2) การวางแผนการนิเทศ 3) การสร้างเครื่องมือนิเทศ 4) การปฏิบัติการนิเทศ 5) การประเมินผลและรายงานผลการนิเทศ ส่วนแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เพื่อนำไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน เพื่อหาแนวทางพัฒนาเพิ่มเติมการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายพันดอน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้พัฒนาแบบสอบถามโดยใช้แนวคิดของวรกมล น้อยพิทักษ์ และสงวน อินทร์รักษ์, 2562) มาปรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาเครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่พัฒนาเสร็จแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ก่อนนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน ตรวจสอบสำนวน ภาษา ความครอบคลุมเนื้อหา และความเหมาะสมของแบบสอบถาม รวมทั้งพิจารณาตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้สูตรดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งผลการประเมินค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (tryout) เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกและค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาด (cronbach's alpha coefficient) กับครูสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายกุมภวาปี 1 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา

อุดรธานี เขต 2 จำนวน 30 คน ที่ที่ไม่ใช่ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .81 สุดท้ายได้ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะและจัดพิมพ์แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากสำนักบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นส่งหนังสือ ขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษากลุ่มเครือข่ายพันดอน สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 เพื่อขอความร่วมมือในการแจกแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่างเป็นรายสถานศึกษาทั้ง 8 แห่ง ตามจำนวนที่กำหนด โดยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง ได้แบบสอบถามคืนมา จำนวน 70 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ เพื่อวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละด้าน และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ด้วยตนเอง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับคืน ซึ่งมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับ โดยแบบสอบถามตอนที่ 1 วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ ส่วนแบบสอบถามตอนที่ 2 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป เพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทั้งภาพรวมและรายด้าน แล้วนำผลการวิเคราะห์มาแปลความหมายตามเกณฑ์ของ Best & Kahn (1998) โดยกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.51–4.50 หมายถึงระดับมาก 2.51–3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.51–2.50 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00–1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด ตามลำดับ

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับดังนี้

ตาราง 1 แสดงระดับการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

ด้านที่	การบริหารการนิเทศภายใน	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ
1	การศึกษาสภาพบริหารงานนิเทศภายในที่ต้องการ	4.24	.82	มาก
2	การวางแผนการนิเทศ	4.16	.83	มาก
3	การสร้างสื่อและเครื่องมือนิเทศ	4.30	.79	มาก
4	การปฏิบัติการนิเทศ	3.94	.76	มาก
5	การประเมินผลและรายงานผล	3.97	.74	มาก
	ภาพรวม	4.12	.79	มาก

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.12, S.D. = .79) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการสร้างสื่อและเครื่องมือนิเทศ ($\overline{X}$ = 4.30, S.D. = .79) รองลงมา คือ ด้านการศึกษาสภาพบริหารงานนิเทศภายในที่ต้องการ ($\overline{X}$ = 4.24, S.D.=

.82) และด้านการวางแผนการนิเทศ ($\overline{X}$ = 4.16, S.D.= .83) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการปฏิบัติการนิเทศ ($\overline{X}$ = 3.94, S.D. = 0.76)

แนวทางพัฒนาการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 สรุปได้ดังนี้

1. การศึกษาสภาพบริหารงานนิเทศภายในที่ต้องการ ผู้บริหารควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและหลากหลายรูปแบบ เช่น SWOT Analysis พัฒนาระบบจัดลำดับความสำคัญของปัญหาอย่างเป็นระบบ ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศในการเก็บ–วิเคราะห์ข้อมูล และสร้างระบบสื่อสารสองทางที่มีประสิทธิภาพ

2. การวางแผนการนิเทศ ผู้บริหารควรนำแนวปฏิบัติที่ดี (best practice) จากสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการนิเทศภายใน มาปรับใช้ตามบริบท เน้นการมีส่วนร่วม กำหนดกลยุทธ์ที่ยืดหยุ่น และเชื่อมโยงแผนนิเทศกับเป้าหมายการยกระดับคุณภาพผู้เรียน

3. การสร้างเครื่องมือนิเทศ ผู้บริหารควรส่งเสริมการพัฒนาเครื่องมือและสื่อนิเทศที่ทันสมัย จัดตั้งทีมตรวจสอบคุณภาพ และอบรมการใช้งานเพื่อให้ครูและผู้นิเทศใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การปฏิบัติการนิเทศ ผู้บริหารควรจัดให้มีชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (Professional Learning Communities: PLC) ที่เข้มแข็ง ผู้บริหารควรพัฒนาระบบพี่เลี้ยง จัดอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการสังเกตและสะท้อนผล ติดตามและปรับแผนอย่างต่อเนื่องโดยใช้ข้อมูลจริง

5. การประเมินผลและรายงานผลการนิเทศ ผู้บริหารควรพัฒนาระบบสื่อสารผลให้ทั่วถึง จัดประชุมทบทวนหลังปฏิบัติงาน ติดตามผลอย่างเป็นระบบ และประเมินผลเชิงลึกเพื่อยกระดับคุณภาพในรอบถัดไป

การอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงเกี่ยวกับการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 สามารถอภิปรายผล ได้ดังนี้

การบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากการมีนโยบายที่ชัดเจนจากหน่วยงานต้นสังกัด การสนับสนุนด้านงบประมาณและทรัพยากร ตลอดจนการกำกับ ติดตาม และประเมินผลอย่างต่อเนื่อง ส่งผลให้การดำเนินงานนิเทศเป็นไปอย่างเป็นระบบ สอดคล้องกับ อภิเชษฐ์ ป้านภูมิ และคณะ (2568) ที่พบผลในระดับมากเช่นเดียวกัน อย่างไรก็ตาม ในเชิงวิพากษ์ แม้ผลการวิจัยจะสะท้อนระดับการดำเนินงานที่สูง แต่ลักษณะดังกล่าวอาจสะท้อนความเข้มแข็งเชิงโครงสร้างมากกว่าคุณภาพเชิงลึกของกระบวนการนิเทศ กล่าวคือ การนิเทศอาจยังเน้นการปฏิบัติตามนโยบาย (compliance-based) มากกว่าการพัฒนาเชิงคุณภาพ (developmental) ทั้งนี้ แม้การสร้างสื่อและเครื่องมือนิเทศจะมีบทบาทสำคัญ แต่หากขาดการนำข้อมูลไปใช้ในการสะท้อนผลและพัฒนาการจัดการเรียนรู้อย่างต่อเนื่อง ก็อาจไม่ก่อให้เกิดผลลัพธ์เชิงคุณภาพอย่างแท้จริง การที่ผลการวิจัยสอดคล้องกับบริบทพื้นที่เดียวกันกับ อภิเชษฐ์ ป้านภูมิ และคณะ (2568) สะท้อนรูปแบบการบริหารเชิงระบบที่คล้ายคลึงกัน อย่างไรก็ตาม ข้อมูลที่ได้จากการรับรู้ของผู้ตอบแบบสอบถามอาจมีข้อจำกัดและไม่สามารถสะท้อนการปฏิบัติงานจริงได้อย่างครบถ้วน

แนวทางพัฒนาการบริหารการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 ดังนี้

1. การศึกษาสภาพการบริหารงานนิเทศภายในที่ต้องการ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดำเนินงานนิเทศภายในมากขึ้น โดยเน้นการจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอ

ในหลากหลายรูปแบบ เช่น การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของสถานศึกษาด้วยเทคนิค SWOT Analysis รวมถึงการพัฒนากระบวนการประเมินและการจัดลำดับความสำคัญของปัญหาให้เป็นระบบ นอกจากนี้ยังต้องการให้มีการพัฒนาระบบสารสนเทศและกลไกการสื่อสารระหว่างผู้นิเทศและผู้รับการนิเทศให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการนิเทศภายในในปัจจุบันจำเป็นต้องอาศัยข้อมูลที่ถูกต้อง ครบถ้วน และทันสมัย เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจเชิงบริหาร อีกทั้งการเปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น จะช่วยให้สามารถสะท้อนสภาพปัญหาและความต้องการที่แท้จริงของสถานศึกษาได้ ส่งผลให้การนิเทศมีความชัดเจนและสามารถนำไปใช้พัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Glickman et al. (2018) ที่กล่าวว่า การนิเทศที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของผู้เกี่ยวข้องในทุกขั้นตอน ตั้งแต่การวิเคราะห์ปัญหา การวางแผน ไปจนถึงการสะท้อนผลการดำเนินงาน รวมทั้งสอดคล้องกับ Hattie & Timperley (2007) ที่เน้นว่าการให้ข้อมูลย้อนกลับที่มีคุณภาพและการสื่อสารที่ชัดเจนเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาการเรียนการสอน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Fullan (2016) ที่ชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาจะเกิดผลอย่างยั่งยืนได้ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กรเป็นสำคัญ

2. การวางแผนการนิเทศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาพัฒนาการวางแผนการนิเทศภายใน โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาแนวปฏิบัติที่ดี (best practice) และนำมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา รองลงมาคือ การกำหนดกลยุทธ์และมาตรการแก้ไขปัญหาที่มีความยืดหยุ่น สอดคล้องกับสภาพจริงของครูแต่ละคน รวมทั้งการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของบุคลากรในการวางแผน การพัฒนาแผนนิเทศให้มีความชัดเจน และการเชื่อมโยงแผนกับเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพการศึกษา ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการวางแผนเป็นขั้นตอนสำคัญที่กำหนดทิศทางของการนิเทศ หากแผนมีความชัดเจน ยืดหยุ่น และสอดคล้องกับบริบท จะช่วยให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น อีกทั้งการนำแนวปฏิบัติที่ดีจากสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จมาใช้ จะช่วยลดความซ้ำซ้อนของปัญหาและเพิ่มประสิทธิผลของการดำเนินงาน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ Glickman et al. (2018) ที่เน้นว่าการวางแผนนิเทศควรตั้งอยู่บนข้อมูลจริงและการมีส่วนร่วมของบุคลากร รวมทั้งสอดคล้องกับ Fullan (2016) ที่ระบุว่าการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการออกแบบเชิงระบบที่ยืดหยุ่นและเหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา

3. การสร้างเครื่องมือนิเทศ ผลการวิจัยพบว่า ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมการพัฒนาและจัดหาสื่อนวัตกรรมการนิเทศที่มีความทันสมัย หลากหลาย และสอดคล้องกับความต้องการของครูมากที่สุด รองลงมาคือการจัดตั้งคณะทำงานเพื่อออกแบบและตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือนิเทศก่อนนำไปใช้จริง และการจัดอบรมให้ความรู้เกี่ยวกับการใช้เครื่องมือและสื่อนิเทศแก่ครูและผู้นิเทศ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะเครื่องมือนิเทศเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความถูกต้องและความน่าเชื่อถือของกระบวนการนิเทศ หากเครื่องมือมีคุณภาพและเหมาะสม จะช่วยให้การเก็บข้อมูล การติดตามผล และการสะท้อนผลการปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น ขณะเดียวกันการพัฒนาทักษะของผู้ใช้งานก็มีความสำคัญไม่ยิ่งหย่อนไปกว่ากัน แนวคิดดังกล่าวสอดคล้องกับ UNESCO (2022) ที่ระบุว่าการนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารสถานศึกษาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลและการตัดสินใจ รวมทั้งสอดคล้องกับ Glickman et al. (2018) ที่เน้นว่า เครื่องมือที่ใช้ในการนิเทศต้องมีความน่าเชื่อถือและเหมาะสมกับบริบทของสถานศึกษา

4. การปฏิบัติการนิเทศ พบว่า แนวทางการปฏิบัติการนิเทศที่เน้นการสร้างชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพระบบพี่เลี้ยง และการพัฒนาทักษะการนิเทศ แม้จะสะท้อนการพัฒนาเชิงกระบวนการ แต่ในทางปฏิบัติ PLC อาจยังคงเป็นเพียง “กิจกรรมตามนโยบาย” มากกว่าการเป็น “วัฒนธรรมการเรียนรู้ขององค์กร” หากขาดความต่อเนื่องและการสนับสนุนเชิงโครงสร้าง ส่งผลให้การแลกเปลี่ยนเรียนรู้ไม่สามารถนำไปสู่การเปลี่ยนแปลงการจัดการเรียนรู้ได้

อย่างแท้จริง ในทำนองเดียวกัน การพัฒนาระบบพี่เลี้ยงและการให้คำปรึกษา แม้จะมีศักยภาพในการยกระดับคุณภาพครู แต่ยังอาจเผชิญข้อจำกัดด้านภาระงานและความเชี่ยวชาญของผู้ทำหน้าที่พี่เลี้ยง ทำให้การนิเทศเชิงลึกและเฉพาะบุคคลไม่สามารถดำเนินการได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งอาจลดทอนประสิทธิผลของการนิเทศในระดับปฏิบัติ นอกจากนี้ การจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาทักษะการสังเกตการสอนและการให้ข้อมูลย้อนกลับทั้งนี้ แม้ข้อเสนอของ Jonah & Friday (2024) จะเน้นบทบาทเชิงรุกของผู้บริหารในการนิเทศในชั้นเรียน แต่ในบริบทจริงอาจมีข้อจำกัดด้านเวลาและภารกิจบริหารอื่น ๆ ส่งผลให้การนิเทศเชิงลึกไม่สามารถดำเนินการได้อย่างสม่ำเสมอ

5. การประเมินผลและรายงานผลการนิเทศ แม้ผลการวิจัยจะสะท้อนแนวโน้มเชิงบวกต่อการพัฒนาระบบการสื่อสาร การติดตาม และการประเมินผลอย่างเป็นระบบ แต่ยังพบประเด็นท้าทายสำคัญในเชิงคุณภาพ กล่าวคือ กระบวนการประเมินผลอาจยังคงมุ่งเน้นในระดับ “การรายงานผล” มากกว่าการใช้ข้อมูลเพื่อ “การเรียนรู้ขององค์กร” อย่างแท้จริง ทั้งนี้ แม้จะมีการจัดประชุมทบทวนหลังการปฏิบัติงาน (after action review) และการสื่อสารผลการนิเทศอย่างต่อเนื่อง แต่หากขาดการวิเคราะห์เชิงลึกและการเชื่อมโยงผลการประเมินไปสู่การปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ในระดับห้องเรียนอย่างเป็นรูปธรรม อาจทำให้กระบวนการนิเทศไม่สามารถสร้างผลกระทบเชิงพัฒนาได้อย่างยั่งยืน นอกจากนี้ การเน้นการกำกับติดตามและการรายงานผล อาจสะท้อนลักษณะการดำเนินงานเชิงระบบราชการ (bureaucratic orientation) ที่ให้ความสำคัญกับความครบถ้วนของกระบวนการมากกว่าประสิทธิผลของผลลัพธ์ ในทำนองเดียวกัน Podador (2025) เน้นย้ำถึงความสำคัญของการติดตามเฟซบุ๊ก และการให้คำปรึกษาอย่างเป็นระบบ แต่การนำไปใช้จริงยังจำเป็นต้องอาศัยวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการสะท้อนผลและการเรียนรู้ร่วมกัน หากองค์กรยังคงมีลักษณะการสื่อสารแบบบนลงล่าง (top-down) อาจทำให้เฟซบุ๊กขาดความลึกซึ้งและไม่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพครูอย่างแท้จริง

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่การวิจัยเรื่อง การจัดการนิเทศภายในสถานศึกษาของผู้บริหารโรงเรียนกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2 มีสาระสำคัญที่เป็นองค์ความรู้ใหม่ สรุปได้สามประการ ดังนี้

1. จุดเน้นของการนิเทศเคลื่อนสู่เครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่าการสร้างสื่อและเครื่องมือนิเทศมีค่าเฉลี่ยสูงสุด โดยเฉพาะการที่ผู้บริหารนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาพัฒนาสื่อการนิเทศที่ทันสมัย ซึ่งต่างจากบางงานวิจัยที่ผ่านมาที่การวางแผนมักเป็นด้านที่มีความโดดเด่น ข้อค้นพบนี้สะท้อนแนวโน้มใหม่ว่าจุดเน้นของการนิเทศภายในกำลังเคลื่อนจากการวางแผนเชิงเอกสารมาสู่เครื่องมือและช่องทางดิจิทัลที่ใช้ปฏิบัติได้จริง การพัฒนาคุณภาพการนิเทศในยุคปัจจุบันจึงควรเริ่มจากการลงทุนพัฒนาเครื่องมือและสมรรถนะดิจิทัลของผู้นิเทศควบคู่กับการวางแผน

2. ช่องว่างการเปรียบเทียบระหว่างการวางแผนกับการปฏิบัติ แม้การจัดการนิเทศภายในจะอยู่ในระดับมากทุกด้าน แต่เมื่อเปรียบเทียบกันพบว่าการปฏิบัติการนิเทศมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด โดยเฉพาะการสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสะท้อนผลร่วมกัน ข้อค้นพบนี้มิได้หมายความว่าการปฏิบัติบกพร่อง แต่เป็นช่องว่างเชิงเปรียบเทียบที่ควรพัฒนาเป็นลำดับแรก สะท้อนว่าสถานศึกษาศึกษาสภาพ วางแผน และออกแบบเครื่องมือได้ดี แต่ยังขับเคลื่อนสู่การปฏิบัติได้น้อยกว่าด้านอื่น ครูจึงเสนอให้ใช้ชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพและระบบพี่เลี้ยงเป็นกลไกปิดช่องว่างนี้อย่างเป็นรูปธรรม

3. ปัจจัยขับเคลื่อนร่วมในฐานะเงื่อนไขความสำเร็จ เมื่อสังเคราะห์ข้อเสนอของครูทั้งห้าด้านเข้าด้วยกัน พบปัจจัยร่วมที่ตัดขวางทุกองค์ประกอบ จัดได้เป็นสามแกนหลักตามชื่อรูปแบบ คือ การมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน

(รวมถึง PLC และระบบพี่เลี้ยงที่ทำให้การมีส่วนร่วมเกิดขึ้นจริงในขั้นปฏิบัติ) การบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัล และการให้ข้อมูลย้อนกลับเชิงระบบแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับ ทั้งสามแกนนี้เชื่อมร้อยกระบวนการทั้งห้าองค์ประกอบให้ดำเนินไปอย่างต่อเนื่อง จึงเป็นการขยายแนวคิดวงจรการนิเทศแบบเดิมที่เน้นเพียงลำดับขั้นตอน ไปสู่การระบุเงื่อนไขความสำเร็จที่ตัดขวางทุกขั้นตอน

สรุปได้ว่า องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดจากการวิจัยครั้งนี้ คือ รูปแบบการจัดการนิเทศภายในเชิงดิจิทัลแบบมีส่วนร่วมที่ขับเคลื่อนด้วยข้อมูลย้อนกลับ ซึ่งอธิบายว่ากระบวนการนิเทศภายในทั้งห้าองค์ประกอบจะสัมฤทธิ์ผลได้อย่างยั่งยืน ก็ต่อเมื่อผู้บริหารสถานศึกษาเสริมจุดแข็งด้านการสร้างเครื่องมือและเทคโนโลยีดิจิทัล ปิดช่องว่างเชิงเปรียบเทียบด้านการปฏิบัติด้วยชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพและระบบพี่เลี้ยง และยึดการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนกับการให้ข้อมูลย้อนกลับเชิงระบบเป็นกลไกขับเคลื่อนตลอดทั้งวงจร องค์ความรู้นี้สามารถนำไปใช้เป็นกรอบแนวทางในการพัฒนาการจัดการนิเทศภายในของสถานศึกษาในกลุ่มเครือข่ายพันดอนและสถานศึกษาอื่นที่มีบริบทใกล้เคียงกันได้ต่อไป

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การศึกษาสภาพบริหารการนิเทศภายในที่ต้องการ ผู้บริหารควรพัฒนาเกณฑ์การประเมินและจัดลำดับความสำคัญของปัญหาโดยใช้ตารางเมทริกซ์ที่วัดทั้งความเร่งด่วน (1–5 คะแนน) และผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษา พร้อมกำหนดเกณฑ์พิจารณาที่ชัดเจนสำหรับแต่ละระดับคะแนน ใช้ข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบการตัดสินใจ และควรจัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความคิดเห็นอย่างสม่ำเสมอและหลากหลายรูปแบบ เช่น SWOT Analysis

1.2 การวางแผนการนิเทศ ผู้บริหารควรออกแบบระบบการนิเทศที่สอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาคุณภาพการศึกษา และควรกำหนดแนวทางการปฏิบัติที่ดี จากสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จในการนิเทศภายในและปรับใช้ให้เข้ากับบริบทของสถานศึกษา

1.3 การสร้างเครื่องมือนิเทศ ผู้บริหารควรพัฒนาระบบการติดตามและประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ โดยออกแบบเครื่องมือการนิเทศที่ครอบคลุมทุกมิติสร้างระบบการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบกำหนดกลไกการติดตามความก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง และควรส่งเสริมการพัฒนาและจัดหาสื่อนวัตกรรมการนิเทศที่ทันสมัยหลากหลาย สอดคล้องกับความต้องการของครู

1.4 การปฏิบัติการนิเทศ ผู้บริหารควรสร้างพื้นที่แลกเปลี่ยนเรียนรู้เพื่อสะท้อนผลการนิเทศ วิเคราะห์จุดแข็ง จุดที่ควรพัฒนาและแนวทางการปรับปรุงร่วมกัน และควรจัดตั้งชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ โดยจัดเวลาให้เป็นส่วนหนึ่งของตารางการทำงานปกติ (ไม่ใช่ภาระเพิ่มเติม) อย่างน้อยสัปดาห์ละ 1–2 ชั่วโมง ใช้วงจร ในการดำเนินงาน มีโครงสร้างและโปรโตคอลการทำงานที่ชัดเจน และควรจัดให้มีชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ ที่เข้มแข็งและควรจัดให้มีชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพที่เข้มแข็ง

1.5 การประเมินผลและรายงานผลการนิเทศ ผู้บริหารควรสื่อสารผลการดำเนินงานนิเทศแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับ ผ่านช่องทางที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพ และควรปรับปรุงช่องทางระบบการสื่อสารผลการดำเนินงานนิเทศแก่ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียทุกระดับให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการบริหารการนิเทศภายในกับผลการปฏิบัติงานของครูกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

2.2 ควรพัฒนารูปแบบการบริหารการนิเทศภายในที่เหมาะสมกับบริบทของกลุ่มเครือข่ายพันดอน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรการศึกษาปฐมวัย พุทธศักราช 2560.* สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

ขวัญชนก บุญนาค และศันสนีย์ จะสุวรรณ์. (2563). ปัจจัยทางการบริหารที่ส่งผลต่อการพัฒนาสมรรถนะครูในศตวรรษที่ 21 โรงเรียนสอนศาสนาอิสลาม ระดับประถมศึกษา. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 13*(1), 62–77. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ssrugraduate/article/view/244106.

จักรกฤษณ์ กังหัน. (2565). *สภาพและแนวทางการดำเนินการนิเทศภายในโดยใช้เทคโนโลยีดิจิทัลของโรงเรียนเอกชน จังหวัดแพร่.* การศึกษาค้นคว้าอิสระการศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.

จักรกฤษณ์ โพดาพล. (2563). *การจัดการเรียนรู้ออนไลน์: วิถีที่เป็นไปทางการศึกษา.* มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง. https://www.slc.mbu.ac.th/28181/.

จิติมา วรรณศรี. (2557). *การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษา.* รัตนสุวรรณการพิมพ์ 3.

จิตรจรูญ ทรงวิทยา. (2561). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 3*(1), 41–57. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/246212.

จรินทร์ อุตสาหะ, พรสวัสดิ์ ศิรสาตนันท์ และสุธี วรประดิษฐ์. (2563). ภาวะผู้นำของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการนิเทศภายในสถานศึกษา ของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย ภาคตะวันออกเฉียงเหนือ. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 8*(2), 17–31. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/UDRUAJ/article/view/244118.

ทัศกร โนชัย. (2559). *การดำเนินงานนิเทศภายในโรงเรียนวังสมบูรณ์วิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 7.* งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา. https://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcms/files/57920488.pdf.

นงค์นุช จอมเกาะ, ภควรรณ สุนสำโรง และจีรนาถ ภูริเศวตกำจร. (2564). การนิเทศภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐานในอำเภอสีคิ้ว สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครราชสีมา เขต 4. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติ วิทยาลัยนครราชสีมา ครั้งที่ 8 ประจำปี 2564* วันที่ 27 มีนาคม 2564 (หน้า 131–139). วิทยานลัยนครราชสีมา. http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2564Vol14No1_13.pdf.

นิติกร สาศรี และนิยดา เปี่ยมพืชนะ. (2565). การนิเทศภายในของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาขอนแก่น เขต 5. *Journal of Modern Learning Development, 7*(10), 16–28. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/257755.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *หลักการวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.

ปาริฉัตร โชติขันธ์. (2560). *กลยุทธ์การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

ยุทธนา เกื้อกูล. (2560). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลาม จังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อสร้างผู้เรียนสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์.* วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์.

วรกมล น้อยพิทักษ์ และสงวน อินทร์รักษ์. (2562). บทบาทการนิเทศของผู้บริหารสถานศึกษาในกลุ่มเครือข่ายไทรโยค–กลิ่นถิ่นสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร, 10*(2), 468–479. https://so02.tci–thaijo.org/index.php/EdAd/article/view/241160.

วรัชยา ลาบบุญ. (2563). *คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารสถานศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

วัลลิภา สมฤทธิ์, สุวดี อุปปินใจ และประเวศ เวชชะ. (2564). แนวทางการบริหารงานนิเทศภายในโรงเรียนในการจัดการเรียนรู้สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพะเยา เขต 2. *วารสารครุศาสตร์วิชาการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย, 6(3), 175–198.* https://so05.tci–thaijo.org/index.php/jeducrru/article/view/253347/174904.

ศศิรดา พันชัยภู, ภาณุพงศ์ บุญรมย์ และชวนคิด มะเสนะ. (2565).รูปแบบการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อการนิเทศภายในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน. *วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 10(4), 1639–1653.* https://so03.tci–thaijo.org/index.php/journal–peace/article/view/250683.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2565). *คู่มือการดำเนินงานนิเทศการศึกษา พ.ศ. 2565*. หน่วยศึกษานิเทศก์ สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2. (2567). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567*. สืบค้น 28 ตุลาคม 2567 จาก https://anyflip.com/bookcase/zhgrd/.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา

สำนักงานส่งเสริมการเรียนรู้จังหวัดเชียงใหม่. (2564). *คู่มือการนิเทศการศึกษา ประจำปีงบประมาณ 2564*. กลุ่มนิเทศ ติดตาม และประเมินผลการจัดการศึกษา สำนักงาน กศน.จังหวัดเชียงใหม่.

อภิเชษฐ์ ป้านภูมิ, สุรศักดิ์ หลาบมาลา และอมรทิพย์ เจริญผล (2568). การดำเนินงานนิเทศภายในสถานศึกษากลุ่มศรีธาตุ 2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 2. *วารสารการบริหาร การจัดการ และการพัฒนาที่ยั่งยืน, 3*(2), 419–430. https://so15.tci–thaijo.org/index.php/jamsd/article/view/1480.

อัจฉรา จงดี. (2560). *การศึกษาบทบาทการมีส่วนร่วมในการบริหารสถานศึกษาของคณะกรรมการสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน ในจังหวัดจันทบุรี ระยอง และตราด*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1998). *Research in education* (8th ed). Allyn & Bacon.

Fullan, M. (2016). *The new meaning of educational change* (5th ed). Teachers College Press.

Glickman, C. D., Gordon, S. P., & Ross-Gordon, J. M. (2018). *SuperVision and instructional leadership: A developmental approach* (10th ed). Pearson.

Hattie, J., & Timperley, H. (2007). The power of feedback. *Review of Educational Research, 77*(1), 81–112. https://doi.org/10.3102/003465430298487.

Jonah, P. E., & Friday, A. J. (2024). Internal supervision and teachers' effectiveness in public secondary schools in Akwa Ibom State, Nigeria. *Global Academic Journal of Humanities and Social Sciences, 6*(6), 331–339. https://doi.org/10.36348/gajhss.2024.v06i06.010.

Mukherjee, F., & Singh, D. (2020). Assessing land use–land cover change and its impact on land surface temperature using LANDSAT data: A comparison of two urban areas in India. *Earth Systems and Environment, 4*, 385–407. https://doi.org/10.1007/s41748-02000155-9.

Podador, M. P. (2025). Internal supervision and teachers' effectiveness: Basis for teacher development and instructional enhancement. United International *Journal for Research & Technology, 6*(9), 262–275. https://uijrt.com/articles/v6/i9/UIJRTV6I90022.pd.

UNESCO. (2022). *Guidelines for ICT in education policies and masterplans*. UNESCO Publishing. https://doi.org/10.54675/UXRW9380.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

Personnel management of school administrators in the Bueng Kan Wisit School Group under Bueng Kan Primary Educational Service Area Office

ชมพูนุช ชมภูทัศน์ [1*], อมรทิพย์ เจริญผล [2], ชารี มณีศรี [3]
Chomphunut Chomputhut [1*], Amorntip Charoenphol [2], Charee Maneesri [3]

[1,2,3] หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี
[1,2,3] Master of Education Program in Educational Administration, Ratchathani University, Udonthani Campus
Corresponding author's e-mail: Mumujung1989@gmail.com [1], amornthipc@gmail.com [2], Chalee@rtu.ac.th [3]

Received: February 15, 2026 Revised: March 26, 2026 Accepted: April 01, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับและแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูกลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ จำนวน 118 คน ได้มาจากการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ และวิธีสุ่มอย่างง่าย ด้วยการจับสลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้ google form ผ่านทางอีเมล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง รองลงมา คือ การสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง และการสร้างเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการรักษาวินัยและการออกจากราชการ 2) แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา คือ ควรตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพโดยวิเคราะห์จากผลลัพธ์และประสิทธิผลของงาน มิใช่เพียงการนับจำนวนคาบสอนหรือชั่วโมงทำงาน เพื่อให้การจัดสรรอัตรากำลังตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของสถานศึกษา ควรยกระดับมาตรฐานการสรรหาบุคลากรด้วยการประยุกต์ใช้เครื่องมือประเมินที่มีความหลากหลายและทันสมัย ควรก่อตั้งเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูผู้สอน เพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนผ่านกระบวนการชุมชนแห่งการเรียนรู้ทางวิชาชีพ (PLC) และควรจัดตั้งศูนย์ให้คำแนะนำปรึกษา ด้านระเบียบราชการและวินัยข้าราชการครู เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและช่วยเหลือ

บุคลากรในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย แนวทางควรได้รับการพัฒนาเร่งด่วน คือ การจัดระเบียบและปรับปรุงทะเบียนประวัติบุคลากรให้ทันสมัย การพัฒนาศักยภาพครูตั้งแต่ระดับนักศึกษาฝึกสอน พัฒนาวิชาชีพเฉพาะบุคคล และดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบราชการ

คำสำคัญ: การบริหารงานบุคคล, ผู้บริหารโรงเรียนประถมศึกษา, แนวทางพัฒนา

Abstract

This research aimed to study the levels of and guidelines for developing personnel management among school administrators in Bueng Kan Wisit. The sample consisted of 118 teachers from Bueng Kan Wisit School Group, selected through stratified random sampling and sample ransom via a lucky draw the research instruments was 5–point Likert scale questionnaires. Data were collected using Google Forms via email and analyzed using statistical methods, including frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The research findings revealed that: 1) the overall level of personnel management by school administrators in the Bueng Kan Wisit School Group was high. The highest mean was found in manpower planning and position designation, followed by recruitment and appointment, and enhancing efficiency in government service, respectively. Meanwhile, the lowest mean was in discipline maintenance and termination of government service.2) Guidelines for the personnel management development of school administrators indicate that they should establish a qualitative performance evaluation committee. This committee should focus on work outcomes and effectiveness rather than merely counting teaching loads or working hours, thereby ensuring that workforce allocation meets the actual needs of the institution. Recruitment standards should be elevated through the application of diverse and modern assessment tools, Additionally, learning exchange networks among teachers should be established to collectively enhance instructional quality through the Professional Learning Communities (PLC) process. Furthermore, an advisory center on civil service regulations and teacher discipline should be set up to provide key resource and support personnel in ensuring legal compliance. Priority areas for urgent development include updating and modernizing personnel records, developing teacher potential starting from the student – teacher level, providing individualized professional development, and organizing activities to strengthen understanding of civil service regulations.

Keywords: personnel management, primary school administrator, development guidelines

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันการศึกษามีบทบาทสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในหลากหลายมิติ ทั้งด้านความรู้ ทักษะ และคุณธรรม โดยช่วยเสริมสร้างความเข้าใจเกี่ยวกับโลกรอบตัว พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา การทำงานร่วมกับผู้อื่น และการสื่อสาร ตลอดจนปลูกฝังคุณธรรมและค่านิยมที่พึงประสงค์ อันเป็นพื้นฐานของการเป็นพลเมืองที่มีคุณภาพ นอกจากนี้ การจัดการศึกษาในศตวรรษที่ 21 ยังมุ่งเน้นการพัฒนาทักษะที่จำเป็น เช่น การคิดเชิงสร้างสรรค์ การคิดเชิงวิจารณญาณ การแก้ปัญหาที่ซับซ้อน และการใช้เทคโนโลยีอย่างเหมาะสม

โดยส่งเสริมการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงองค์ความรู้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

นโยบายกระทรวงศึกษาธิการได้กำหนดแนวทางการพัฒนาคุณภาพครูและบุคลากรทางการศึกษาโดยมุ่งเน้นความเป็นวิชาชีพ การมีสมรรถนะที่สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลง และการกระจายอำนาจการบริหารงานบุคคลสู่สถานศึกษา เพื่อให้สามารถบริหารจัดการทรัพยากรบุคคลได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของตนเอง ควบคู่กับการพัฒนาระบบการสรรหา การประเมินผล และการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ (กฎกระทรวงกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ. 2550, 2550) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของบุคลากรทางการศึกษาในฐานะปัจจัยหลักของการยกระดับคุณภาพการศึกษา

การจัดการศึกษาของประเทศไทยยังดำเนินการภายใต้กรอบกฎหมายและนโยบายสำคัญ เช่น พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม รวมถึงการกำหนดโครงสร้างการบริหารจัดการศึกษาผ่านเขตพื้นที่การศึกษา ซึ่งมุ่งเน้นการกระจายอำนาจ การมีส่วนร่วม และการพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างต่อเนื่อง (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546)

การบริหารงานบุคคลถือเป็นภารกิจสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอนและคุณภาพผู้เรียน การจัดสรรบุคลากรให้เหมาะสมกับภารกิจ การส่งเสริมการพัฒนาวิชาชีพ และการสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ล้วนเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยให้สถานศึกษาสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงในยุคดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม (พิพัฒน์พงษ์ พงกะพันธ์, 2564)

จากการศึกษาข้อมูลในระดับพื้นที่ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ พบว่าการบริหารงานบุคคลของสถานศึกษายังมีประเด็นที่ควรพัฒนาในบางด้าน อาทิ การวางแผนอัตรากำลังที่อาจยังไม่สอดคล้องกับภารกิจของสถานศึกษาในบางกรณี การสรรหาและบรรจุแต่งตั้งที่ยังสามารถพัฒนาให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับความต้องการของสถานศึกษามากยิ่งขึ้น ตลอดจนการพัฒนาบุคลากรและระบบสนับสนุนที่ยังมีโอกาสในการยกระดับให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ กระบวนการด้านวินัยและการบริหารจัดการบุคลากรบางประการ ยังอาจต้องการแนวทางที่ชัดเจนและเป็นระบบมากขึ้นเพื่อเสริมสร้างความโปร่งใสและความเชื่อมั่นในการดำเนินงาน (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ, 2567)

จากบริบทดังกล่าว จะเห็นได้ว่าการบริหารงานบุคคลของสถานศึกษายังคงเป็นประเด็นที่มีความสำคัญและควรได้รับการศึกษาอย่างเป็นระบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาให้สอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาและนโยบายการศึกษาในปัจจุบัน ดังนั้น ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงความสำคัญ คุณประโยชน์ต่อสังคมและคุณค่าทางวิชาการของการศึกษาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนาการบริหารงานบุคคลให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพการจัดการศึกษาในภาพรวมต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

หลักการและแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา

ความหมายของการบริหารการศึกษา นักวิชาการได้ให้ความหมายของการบริหารการศึกษาไว้ในลักษณะที่สอดคล้องกัน โดยมองว่าการบริหารการศึกษาเป็นกระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบของผู้บริหารและบุคลากรทางการศึกษา ซึ่งครอบคลุมกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การวางแผน การจัดองค์การ การอำนวยการ และการควบคุมการดำเนินงาน เพื่อให้สถานศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์และสามารถพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพตามมาตรฐานการศึกษา (สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2560; สัมมา รธนิธย์, 2560; ยุทธนา เกื้อกูล, 2560) เมื่อพิจารณาเชิงวิเคราะห์ พบว่า แนวคิดของนักวิชาการดังกล่าวมีจุดร่วมสำคัญ คือการเน้น “กระบวนการบริหารอย่างเป็นระบบ” และ “การบรรลุเป้าหมายของสถานศึกษา” อย่างไรก็ตาม บางแนวคิดให้ความสำคัญกับกระบวนการบริหารในเชิงโครงสร้างและการจัดการทรัพยากร ขณะที่บางแนวคิดเน้นบทบาทของผู้บริหารในการสร้างความร่วมมือและการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการบริหารการศึกษาที่มีประสิทธิภาพจำเป็นต้องผสมผสานทั้งด้านโครงสร้างการบริหารและด้านความสัมพันธ์ของบุคลากรในองค์กรเข้าด้วยกัน

ความสำคัญของการบริหารการศึกษา การบริหารการศึกษาถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อคุณภาพสถานศึกษา คุณภาพผู้เรียน และการพัฒนาประเทศในภาพรวม เนื่องจากการบริหารที่มีประสิทธิภาพจะช่วยให้การใช้ทรัพยากรทางการศึกษาเป็นไปอย่างเหมาะสมและเกิดประโยชน์สูงสุด (สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2560; สัมมา รธนิธย์, 2560; ยุทธนา เกื้อกูล, 2560) นอกจากนี้ แนวคิดการบริหารการศึกษายังสอดคล้องกับแนวนโยบายระดับชาติ โดยเฉพาะ แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ซึ่งเน้นการบริหารจัดการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส และเปิดโอกาสให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในการพัฒนาการศึกษา รวมทั้งสอดคล้องกับพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และที่แก้ไขเพิ่มเติม ที่กำหนดให้มีการกระจายอำนาจในการบริหารจัดการศึกษาไปยังสถานศึกษาและชุมชน (กระทรวงศึกษาธิการ, 2546) จากแนวคิดดังกล่าวสามารถวิเคราะห์ได้ว่า การบริหารสถานศึกษาในปัจจุบันไม่ได้จำกัดเพียงการจัดการภายในองค์กรเท่านั้น แต่ยังต้องคำนึงถึงความร่วมมือจากผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในทุกภาคส่วน ซึ่งถือเป็นแนวทางสำคัญในการพัฒนาคุณภาพการศึกษาอย่างยั่งยืน

แนวคิด และทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคล

ความหมายของการบริหารงานบุคคล การบริหารงานบุคคลหรือการบริหารทรัพยากรมนุษย์เป็นกระบวนการสำคัญ ที่มุ่งจัดการบุคลากรในองค์กรให้สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร โดยครอบคลุมกิจกรรมสำคัญ ได้แก่ การวางแผนกำลังคน การสรรหาและคัดเลือกบุคลากร การพัฒนาและฝึกอบรม การประเมินผลการปฏิบัติงาน และการสร้างแรงจูงใจในการทำงาน (พิพัฒน์พงษ์ พงกะพันธ์, 2564; สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์, 2560) เมื่อวิเคราะห์แนวคิดของนักวิชาการ พบว่า การบริหารงานบุคคลในยุคปัจจุบันไม่ได้มุ่งเน้นเพียงการควบคุมบุคลากรหรือการบริหารกำลังคนเท่านั้น แต่ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร การสร้างแรงจูงใจ และการสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการพัฒนาวิชาชีพ ซึ่งแนวคิดดังกล่าวมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อสถานศึกษา เนื่องจากครูและบุคลากรทางการศึกษาถือเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน

ความสำคัญของการบริหารงานบุคคล การบริหารงานบุคคลมีบทบาทสำคัญต่อความสำเร็จขององค์กร

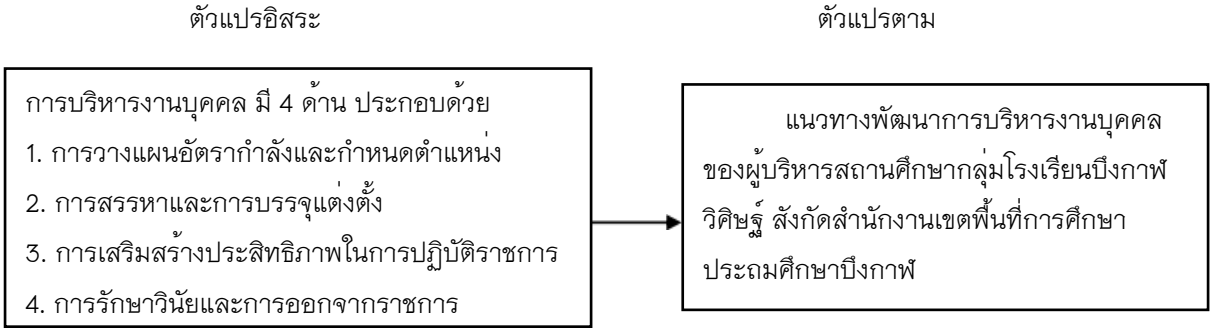
โดยเฉพาะสถานศึกษา เนื่องจากบุคลากรเป็นทรัพยากรหลักที่มีบทบาทในการขับเคลื่อนการจัดการเรียนการสอนและการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน (สัมมา รธนิธย์, 2560) ในบริบทของประเทศไทย ความสำคัญของการบริหารงานบุคคลยังปรากฏชัดใน แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 ซึ่งให้ความสำคัญกับการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้มีสมรรถนะสูง มีคุณธรรม และสามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของสังคมในศตวรรษที่ 21 (ฉัตรณรงค์ศักดิ์ สุธรรมดี และจินตกานต์ สุธรรมดี, 2560)

หลักการบริหารงานบุคคล หลักการบริหารงานบุคคลที่มีประสิทธิภาพควรประกอบด้วยหลักการสำคัญ ได้แก่ ความชัดเจนของบทบาทหน้าที่ ความมุ่งผลสัมฤทธิ์ ความเป็นระบบ ความโปร่งใส และการมีส่วนร่วมของบุคลากรในองค์กร (สัมมา รธนิธย์, 2560) เมื่อพิจารณาในบริบทของสถานศึกษา พบว่า การนำหลักการดังกล่าวมาใช้จะช่วยส่งเสริมให้เกิดการทำงานร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถพัฒนาศักยภาพของครูและบุคลากรทางการศึกษาได้อย่างต่อเนื่อง ซึ่งจะส่งผลต่อคุณภาพการจัดการศึกษาในระยะยาว

แนวคิดด้านการบริหารการศึกษาและการบริหารงานบุคคลต่างมุ่งเน้นการพัฒนาองค์กรให้มีประสิทธิภาพ โดยเน้นทั้งกระบวนการบริหารอย่างเป็นระบบและการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร อย่างไรก็ตามงานวิจัยที่ผ่านมาโดยส่วนใหญ่ยังศึกษาแยกเป็นรายด้าน เช่น การบริหารงานทั่วไป หรือการบริหารงานบุคคล และแม้จะมีข้อเสนอให้ใช้เทคโนโลยีในการบริหารจัดการ แต่ยังขาดการศึกษาเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยง “การบริหารงานทั่วไป” กับ “การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล” อย่างเป็นระบบในบริบทของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน นอกจากนี้ยังไม่พบการศึกษาที่สะท้อนสภาพการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของสถานศึกษาในบริบทเฉพาะของกลุ่มโรงเรียนหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 อย่างชัดเจน ทั้งในด้านภาพรวมและแนวทางการพัฒนา ดังนั้น ช่องว่างทางความรู้ (research gap) ของการวิจัยครั้งนี้ คือ การขาดองค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลที่บูรณาการแนวคิดการบริหารการศึกษา เทคโนโลยีดิจิทัล และบริบทของสถานศึกษาในพื้นที่อย่างเป็นระบบ ซึ่งนำไปสู่การศึกษาครั้งนี้ เพื่อวิเคราะห์สภาพปัจจุบันและเสนอแนวทางพัฒนาที่เหมาะสมและสามารถนำไปใช้ได้จริงในสถานศึกษา

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา เอกสาร ตำรา และงานวิจัยเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ซึ่งผู้วิจัยได้นำขอบข่ายงานบริหารงานบุคคล ตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา พ.ศ. 2560 (2560) มี 4 ด้าน ประกอบด้วย 1) การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง 2) การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง 3) การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ และ 4) การรักษาวินัยและการออกจากราชการ มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถแสดงได้ตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ครูกลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ในโรงเรียนจำนวน 9 แห่ง จำแนกเป็น ครูไม่มีวิทยฐานะ จำนวน 93 คน ครูชำนาญการ จำนวน 27 คน และครูชำนาญการพิเศษ จำนวน 45 คน รวมจำนวน 165 คน กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูกลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ในโรงเรียน จำนวน 9 แห่ง กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie & Morgan (1970) ได้ขนาดตัวอย่าง จำนวน 118 คน โดยวิธีการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ (stratified random sampling) และวิธีสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยการจับสลาก จำแนกตามสถานภาพครูได้ ดังนี้ ครูไม่มีวิทยฐานะ จำนวน 67 คน ครูชำนาญการ จำนวน 19 คน และครูชำนาญการพิเศษ จำนวน 32 คน รวมจำนวน 118 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่สร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร งานวิจัย และแนวคิดที่เกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ ซึ่งลักษณะของแบบสอบถามประกอบด้วย ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม แบบเป็นสำรวจรายการ (checklist) ความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย และน้อยที่สุด (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) ประกอบด้วย 4 ด้าน จำนวน 40 ข้อ จำแนกเป็นรายด้าน 1) การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง 2) การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง 3) การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ และ 4) การรักษาวินัยและการออกจากราชการ และเป็นแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง สำหรับสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน เพื่อหาแนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

การสร้างและการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยได้สร้างแบบสอบถามโดยนำหลักการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องมาสร้าง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการศึกษา และกรอบแนวคิดในการวิจัย จากนั้นนำแบบสอบถามที่พัฒนาเสร็จแล้วให้อาจารย์ที่ปรึกษาตรวจสอบเนื้อหาและภาษาที่ใช้ ก่อนนำไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน ตรวจสอบสำนวน ภาษา ความครอบคลุมเนื้อหาและความเหมาะสมของแบบสอบถาม รวมทั้งพิจารณาความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยใช้สูตรดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) ผลการประเมินค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 หลังจากนั้นนำแบบสอบถามที่ปรับปรุงแก้ไขแล้วไปทดลองใช้ (tryout) เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ตามวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha–coefficienent) ของครอนบาค (Cronbach) กับครูโรงเรียนกลุ่มโนนสวรรค์ จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง ได้ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ .89 ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามข้อเสนอแนะและจัดทำแบบสอบถามออนไลน์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากสำนักบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการกลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ เพื่อขอความร่วมมือในการทำวิจัยกับกลุ่มตัวอย่างในการตอบแบบสอบถาม ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์จากกลุ่มตัวอย่างในสถานศึกษา จำนวน 118 ชุด คิดเป็นร้อยละ 100 ซึ่งได้รับข้อมูลทางอีเมล จากนั้นตรวจสอบความ

ถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับ วิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละด้าน และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการแจกแจงความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) ส่วนแบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทั้งภาพรวมและรายด้าน แล้วนำผลการวิเคราะห์มาแปลความหมายตามเกณฑ์ของ Best & kahn (1998) โดยกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ย 4.51–5.00 หมายถึง ระดับมากที่สุด 3.51–4.50 หมายถึง ระดับมาก 2.51–3.50 หมายถึง ระดับปานกลาง 1.51–2.50 หมายถึง ระดับน้อย และ 1.00–1.50 หมายถึง ระดับน้อยที่สุด วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์แนวทางการบริหารงานบุคคลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

1. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ นำเสนอรายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

ด้าน	การบริหารงานบุคคล	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการบริหาร
1	การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง	4.05	.45	มาก
2	การสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง	4.04	.71	มาก
3	การสร้างเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ	4.02	.61	มาก
4	การรักษาวินัยและการออกจากราชการ	3.98	.48	มาก
	ภาพรวม	4.02	.56	มาก

จากตาราง 1 พบว่าระดับการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = .56) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้าน อยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ($\overline{X}$ = 4.05, S.D. = .45) รองลงมา คือ การสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง ($\overline{X}$ = 4.04, S.D. = .71) และการสร้างเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ($\overline{X}$ = 4.02, S.D. = .61) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้าน การรักษาวินัยและการออกจากราชการ ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = .48)

2. แนวทางพัฒนาเกี่ยวกับพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ สามารถสรุปได้ ดังนี้

1) การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ผู้บริหารสถานศึกษาควรตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์จากผลลัพธ์และประสิทธิผลของงาน มิใช่เพียงการนับจำนวนคาบสอนหรือชั่วโมงทำงาน ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาระบบจัดการข้อมูลดิจิทัลที่เชื่อมต่อระหว่างโรงเรียนในเครือข่าย ผู้บริหารสถานศึกษาควรวิเคราะห์ศักยภาพและความถนัดของครูแต่ละบุคคล และผู้บริหารสถานศึกษาควรดำเนินการจัดระเบียบและปรับปรุงทะเบียนประวัติบุคลากรให้ทันสมัย พร้อมทั้งบันทึกข้อมูลที่จำเป็นอย่างครบถ้วน เพื่อประโยชน์ในการวางแผนและตัดสินใจ

2) การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง ผู้บริหารสถานศึกษาควรยกระดับมาตรฐานการสรรหาบุคลากรด้วยการประยุกต์ใช้เครื่องมือประเมินที่มีความหลากหลายและทันสมัย อาทิ การสัมภาษณ์แบบวิเคราะห์พฤติกรรมแบบวัดความถนัดเฉพาะด้าน และการทดสอบทักษะการสอน ผู้บริหารสถานศึกษา ควรเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องทุกภาคส่วนได้แสดงความคิดเห็นและข้อเสนอแนะ ผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนในเครือข่ายเพื่อกำหนดกรอบสมรรถนะและแนวทางการคัดสรรบุคลากรร่วมกัน โดยจัดตั้งคณะทำงานที่มีตัวแทนจากแต่ละโรงเรียนร่วมเป็นผู้พิจารณาคัดเลือก และผู้บริหารสถานศึกษาริเริ่มโครงการพัฒนาศักยภาพครูตั้งแต่ระดับนักศึกษาฝึกสอน โดยประสานความร่วมมือกับสถาบันผลิตครูในท้องถิ่น วางระบบการ คัดกรอง พัฒนา และติดตามผล

3) การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ผู้บริหารสถานศึกษาควรก่อตั้งเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูผู้สอน ส่งเสริมให้บุคลากรได้พัฒนาตนเองผ่านกิจกรรมแลกเปลี่ยนเรียนรู้ในรูปแบบต่าง ๆ ทั้งการประชุมวิชาการ การศึกษาดูงาน และการอบรมเฉพาะทาง สร้างระบบถ่ายทอดความรู้และประสบการณ์ระหว่างครูที่มีความเชี่ยวชาญกับครูที่เพิ่งเริ่มต้นวิชาชีพ ผ่านกระบวนการสอนงานแบบพี่เลี้ยง จัดกิจกรรมเสริมสร้างทักษะด้านการบริหารการศึกษายุคดิจิทัล ผ่านการฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการที่เน้นการลงมือทำจริง จัดเตรียมวัสดุอุปกรณ์สื่อการสอน และโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัย และผู้บริหารสถานศึกษาพึงวิเคราะห์และจัดทำแผนเส้นทางการพัฒนาวิชาชีพเฉพาะบุคคล ให้สอดประสานระหว่างเป้าหมายการเติบโตของครูและวิสัยทัศน์ของโรงเรียน

4) การรักษาวินัยและการออกจากราชการ ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดตั้งศูนย์ให้คำแนะนำปรึกษาด้านระเบียบราชการและวินัยข้าราชการครู พัฒนากลไกการเฝ้าระวังและติดตามพฤติกรรมที่อาจส่อเค้าถึงการละเมิดระเบียบวินัย สถานศึกษาควรประสานความร่วมมือกับภาคประชาสังคมในการปลูกฝังและส่งเสริมให้ครูตระหนักถึงความสำคัญของคุณธรรมจริยธรรมในวิชาชีพ สถานศึกษาควรจัดให้มีการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อเสริมสร้างความเข้าใจในหลักปฏิบัติ ข้อบังคับ และบทบัญญัติทางวินัยสำหรับบุคลากรครูอย่างต่อเนื่อง และผู้บริหารสถานศึกษาควรดำเนินการจัดกิจกรรมเสริมสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับแนวปฏิบัติ ระเบียบราชการ และข้อกำหนดทางวินัยให้แก่บุคลากรอย่างสม่ำเสมอ

การอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ทำให้ทราบถึงการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ และสามารถอภิปรายผลได้ดังนี้

1. การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสามารถตีความเชิงเหตุผลได้ว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีศักยภาพในการขับเคลื่อนระบบการบริหารงานบุคคลให้สอดคล้องกับเป้าหมายขององค์กร โดยเน้นการจัดการทรัพยากรมนุษย์อย่างเป็นระบบ ควบคู่กับการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ทั้งในมิติของสมรรถนะวิชาชีพและแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน อันเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพของสถานศึกษาในภาพรวม นอกจากนี้ ยังสะท้อนถึงการปรับบทบาทของผู้บริหารจากการบริหารควบคุมไปสู่การบริหารเชิงพัฒนา (development–oriented management) ซึ่งมุ่งเน้นการสร้างคุณค่าให้กับบุคลากรในฐานะทุนมนุษย์ขององค์กร เมื่อพิจารณาในเชิงทฤษฎี ผลการวิจัยดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดการบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการบูรณาการระหว่าง “ประสิทธิภาพขององค์กร” และ “การพัฒนาศักยภาพของบุคลากร” รวมถึงสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาล ซึ่งเน้นความโปร่งใส ความรับผิดชอบ และการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ ทั้งนี้ การยึดหลักการดังกล่าวส่งผลให้กระบวนการบริหารงานบุคคลมีความเป็นระบบ

ตรวจสอบได้ และสามารถตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงของบริบททางการศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพในเชิงประจักษ์ ผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยการบริหารงานส่วนบุคคล (ญาณิศา ประสิทธิ์ผล, 2560; นวพัชญ์ ฉีดจันทร์, 2565; วีระชัย ธูปเรือง และทัศนะ ศรีปัตตา, 2565; นีรมล ดาบเงิน และคณะ, 2566; เอวิกา ปราบพาลทัพพ์ และสุรางคนา มัณยานนท์, 2565)ซึ่งต่างพบว่า การบริหารงานบุคคลของสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และมีแนวโน้มเชื่อมโยงกับการนำหลักธรรมาภิบาลและแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์มาใช้ในการบริหาร อย่างไรก็ตาม เมื่อสังเคราะห์ร่วมกันจะเห็นได้ว่า แม้ผลการดำเนินงานจะอยู่ในระดับสูง แต่ประเด็นสำคัญที่ยังต้องพัฒนาอย่างต่อเนื่องคือ การยกระดับคุณภาพเชิงลึกของการบริหารงานบุคคล โดยเฉพาะการสร้างระบบที่เอื้อต่อการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างยั่งยืนและสอดคล้องกับบริบทของสถานศึกษาแต่ละแห่ง ในด้านข้อจำกัดของการวิจัย การศึกษาครั้งนี้ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณผ่านแบบสอบถามเป็นหลัก ซึ่งอาจสะท้อนเพียงการรับรู้หรือความคิดเห็นของผู้ตอบในช่วงเวลาหนึ่งและอาจมีอคติจากการประเมินตนเอง (self-report bias) นอกจากนี้ การกำหนดกลุ่มตัวอย่างเฉพาะกลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ ทำให้ขอบเขตของการอ้างอิงผลการวิจัยยังจำกัดในบริบทพื้นที่และอาจไม่สามารถสรุปอ้างอิงไปยังสถานศึกษาในบริบทอื่นได้โดยตรง สำหรับข้อมูลเชิงคุณภาพ แม้ว่าการวิจัยครั้งนี้ไม่ได้ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกเป็นเครื่องมือหลักแต่จากการวิเคราะห์คำถามปลายเปิด พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อเสนอแนะที่สอดคล้องกันในประเด็นการพัฒนาระบบบริหารงานบุคคลให้มีความยืดหยุ่น ทันสมัย และเน้นการพัฒนาศักยภาพบุคลากรอย่างต่อเนื่อง ซึ่งสามารถใช้เป็นข้อมูลสนับสนุนผลการวิจัยเชิงปริมาณ และช่วยเพิ่มความน่าเชื่อถือของข้อค้นพบในภาพรวม ดังนั้น ผลการวิจัยครั้งนี้จึงไม่เพียงสะท้อนระดับการบริหารงานบุคคลที่อยู่ในเกณฑ์ดีเท่านั้น แต่ยังชี้ให้เห็นแนวโน้มการพัฒนาการบริหารงานบุคคลในสถานศึกษาที่มุ่งสู่การบริหารเชิงกลยุทธ์และการพัฒนาทุนมนุษย์อย่างยั่งยืน อย่างไรก็ตาม การศึกษาครั้งต่อไปควรเพิ่มการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยเฉพาะการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเชิงลึก เพื่อให้สามารถอธิบายปรากฏการณ์ทางการบริหารได้อย่างรอบด้านและมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. แนวทางพัฒนาการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ สามารถสรุปได้ ดังนี้

2.1 ด้านการวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่า แนวทางที่เน้น “การประเมินเชิงคุณภาพและการใช้ข้อมูลสารสนเทศ” เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับการบริหารอัตรากำลัง ซึ่งแสดงถึงการเปลี่ยนผ่านจากการบริหารแบบเชิงปริมาณไปสู่การบริหารเชิงประสิทธิผล กล่าวคือ ไม่ได้พิจารณาเพียงจำนวนชั่วโมงสอน แต่คำนึงถึงผลลัพธ์ของการปฏิบัติงานเป็นสำคัญ แนวทางดังกล่าวสอดคล้องกับหลักการบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่ที่เน้น การใช้ข้อมูล (data-driven decision making) และการพัฒนาศักยภาพรายบุคคล นอกจากนี้ การพัฒนาระบบข้อมูลดิจิทัลและการเชื่อมโยงเครือข่ายระหว่างโรงเรียน ยังสะท้อนแนวคิดการบริหารแบบเครือข่าย (network governance) ซึ่งช่วยให้เกิดการใช้ทรัพยากรร่วมกันอย่างคุ้มค่า สอดคล้องกับงานวิจัยด้านการวางแผนอัตรากำลัง (วีระชัย ธูปเรือง และทัศนะ ศรีปัตตา, 2565; นีรมล ดาบเงิน และคณะ, 2566) ที่เน้นความสำคัญของการวางแผนอัตรากำลังอย่างเป็นระบบและการใช้ข้อมูลสารสนเทศ รวมถึง แนวคิดของเอวิกา ปราบพาลทัพพ์ และสุรางคนา มัณยานนท์ (2565) ที่เน้นความคล่องตัวภายใต้หลักธรรมาภิบาล และญาณิศา ประสิทธิ์ผล (2560) ที่สะท้อนบทบาทของข้อมูลบุคลากรในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง

2.2 การสรรหาและการบรรจุแต่งตั้ง แนวทางการยกระดับมาตรฐานการสรรหาด้วยเครื่องมือที่หลากหลายและทันสมัย แสดงให้เห็นถึงการปรับใช้แนวคิด การบริหารทรัพยากรมนุษย์เชิงกลยุทธ์ (Strategic Human Resource Management: SHRM) ในบริบทสถานศึกษา โดยมุ่งคัดเลือกบุคลากรที่มีสมรรถนะสอดคล้องกับภารกิจขององค์กรมากกว่าการพิจารณาเพียงคุณสมบัติตามเกณฑ์พื้นฐาน การมีระบบติดตามผลและครูพี่เลี้ยงในช่วงทดลองงาน

ยังสะท้อนแนวคิด การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์อย่างต่อเนื่อง (continuous development) ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงในการคัดเลือกบุคลากรที่ไม่เหมาะสม และเพิ่มประสิทธิภาพในการปรับตัวของครูใหม่ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Walker (2019) ที่เน้นการใช้เครื่องมือประเมินที่หลากหลายและการนำแนวคิดเชิงกลยุทธ์มาใช้ในการสรรหา รวมถึงญาณิศา ประสิทธิ์ผล (2560) ที่สะท้อนว่าด้านการสรรหายังเป็นจุดอ่อนที่ต้องเร่งพัฒนาจึงยิ่งตอกย้ำความจำเป็นของแนวทางที่ผู้วิจัยเสนอ

2.3 การเสริมสร้างประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ผลการวิจัยที่เน้นการสร้างเครือข่ายการเรียนรู้ (Professional Learning Communities: PLC) และการพัฒนาวิชาชีพรายบุคคล สะท้อนแนวคิด องค์กรแห่งการเรียนรู้ (learning organization) และ การพัฒนาวิชาชีพอย่างยั่งยืน (professional development) โดยมุ่งให้ครูเกิดการเรียนรู้ร่วมกันและพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่อง การดำเนินการดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อทักษะของครู แต่ยังส่งผลต่อแรงจูงใจและความผูกพันต่อองค์กร ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของประสิทธิภาพการทำงาน (นีรมล ดาบเงิน และคณะ, 2566; นวพัชญ์ ฉิดจันทร์, 2565) ที่ชี้ให้เห็นถึงความสัมพันธ์ระหว่างการพัฒนาบุคลากรกับแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ในเชิงวิเคราะห์ แนวทางนี้สะท้อนว่าการพัฒนาบุคลากรในยุคปัจจุบันต้องเน้น “การเรียนรู้ร่วม” มากกว่าการฝึกอบรมแบบเดิม และต้องเชื่อมโยงกับบริบทของการทำงานจริง

2.4 การรักษาวินัยและการออกจากราชการ แนวทางที่เน้นการให้ความรู้ การสร้างระบบสนับสนุนและการเฝ้าระวังเชิงป้องกัน แสดงให้เห็นถึงการเปลี่ยนแนวคิดจาก “การควบคุมและลงโทษ” ไปสู่ “การป้องกันและส่งเสริมความเข้าใจ” ซึ่งสอดคล้องกับหลักธรรมาภิบาลและการบริหารเชิงคุณธรรม การจัดตั้งศูนย์ให้คำปรึกษาและการสร้างความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับระเบียบราชการ ช่วยลดความเสี่ยงในการกระทำผิดวินัย และส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างมั่นใจและถูกต้อง สอดคล้องกับเอวิกา ปราบพาลทัพพ์ และสุรางคนา มัณยานนท์ (2565) และวีระชัย ธูปเรือง และทัศนะ ศรีปัตตา (2565) ที่เน้นการบริหารงานบุคคลภายใต้หลักกฎหมายและธรรมาภิบาลในเชิงสังเคราะห์ แนวทางนี้สะท้อนว่า “วินัย” ไม่ใช่เพียงข้อบังคับ แต่เป็นระบบที่ต้องสร้างความเข้าใจ ควบคู่กับการสนับสนุนเชิงระบบ

องค์ความรู้ใหม่

การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง รองลงมา คือ การสรรหาและบรรจุแต่งตั้ง และการสร้างเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติราชการ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการรักษาวินัยและการออกจากราชการ อาจจะมาจากเรื่องวินัยและการให้ออกจากราชการเป็นงานที่ไม่ค่อยปฏิบัติต่างจากการวางแผนอัตรากำลังหรือการสรรหาบรรจุที่ผู้บริหารต้องทำเป็นประจำทุกปี กรณีลงโทษทางวินัยหรือให้ออกจากราชการเกิดขึ้นนาน ๆ ครั้ง ผู้บริหารหลายคนจึงยังไม่ค่อยมีประสบการณ์ตรง ทำให้ความมั่นใจและความชำนาญในด้านนี้น้อยกว่าด้านอื่น ผู้บริหารควรใช้ความรู้กฎหมายมากกว่าความรู้สึกส่วนตัว องค์ความรู้ใหม่พบว่า การวางแผนอัตรากำลังและกำหนดตำแหน่ง ผู้บริหารสถานศึกษาควรตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพ มีความสำคัญเป็นลำดับแรก สะท้อนว่าเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมทุกฝ่าย

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารสถานศึกษาควรทำระบบการติดตามและประเมินผลแผนงานบริหารบุคคลที่เป็นรูปธรรม โดยกำหนดตัวชี้วัดที่วัดผลได้จริง (KPIs) เช่น อัตราการลาออก ผลการประเมินการสอน จำนวนชั่วโมงการพัฒนาวิชาชีพ หรือระดับความพึงพอใจของครูโดยตัวชี้วัดควรมีค่าเป้าหมายที่ชัดเจนและระบุวิธีการวัดที่แน่นอน และตั้งคณะกรรมการประเมินผลการปฏิบัติงานเชิงคุณภาพ โดยวิเคราะห์จากผลลัพธ์และประสิทธิผลของงาน มิใช่เพียงการนับจำนวนคาบสอนหรือชั่วโมงทำงาน เพื่อให้การจัดสรรอัตรากำลังตอบโจทย์ความต้องการที่แท้จริงของสถานศึกษา

1.2 ผู้บริหารสถานศึกษาควรเพิ่มช่องทางการประชาสัมพันธ์การรับสมัครบุคลากรให้หลากหลายและทันสมัย เช่น เว็บไซต์โรงเรียน แพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ แอปพลิเคชันไลน์กลุ่มวิชาชีพครู เครือข่ายศิษย์เก่า และยกระดับมาตรฐานการสรรหาบุคลากรด้วยการประยุกต์ใช้เครื่องมือประเมินที่มีความหลากหลายและทันสมัย อาทิ การสัมภาษณ์แบบวิเคราะห์พฤติกรรมแบบวัดความถนัดเฉพาะด้าน และการทดสอบทักษะการสอน เพื่อให้ได้บุคลากรที่มีศักยภาพตรงตามความต้องการ

1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดอบรมพัฒนาความรู้และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานให้แก่บุคลากรอย่างต่อเนื่องจัดสรรงบประมาณสำหรับการพัฒนาบุคลากรอย่างเพียงพอและเหมาะสม และควรก่อตั้งเครือข่ายแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระหว่างครูผู้สอน เพื่อร่วมกันพัฒนาคุณภาพการจัดการเรียนการสอนผ่านกระบวนการ PLC

1.4 ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดให้มีการจัดทำเอกสารเกี่ยวกับการออกจากราชการอย่างถูกต้อง และเป็นระบบ เพื่อให้ถูกต้องตามระบบทางราชการ และจัดตั้งศูนย์ให้คำแนะนำปรึกษาด้านระเบียบราชการและวินัยข้าราชการครู เพื่อเป็นแหล่งข้อมูลและช่วยเหลือบุคลากรในการปฏิบัติตนให้ถูกต้องตามกฎหมาย

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษารูปแบบบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบึงกาฬวิศิษฐ์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2546). *คู่มือการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานที่เป็นนิติบุคคล*. โรงพิมพ์องค์การรับส่งสินค้าและพัสดุภัณฑ์ (ร.ส.พ.).

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.

กฎกระทรวง กำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ. 2550. (2550, 16 พฤษภาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*, เล่ม 124 ตอนที่ 24 ก, หน้า 29–36.

ฉัตรณรงค์ศักดิ์ สุธรรมดี และจินตกานต์ สุรธรรมดี. (2560). กรอบแนวคิดการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ขององค์กรในศตวรรษที่ 21. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา, 12*(ฉบับพิเศษ), 168–184. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/yru_human/article/view/133839.

ญาณิศา ประสิทธิ์ผล. (2560). *การบริหารงานบุคคลของโรงเรียนในเขตอำเภอปลวกแดง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาระยอง เขต 1.* งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

นวพัชญ์ ฉีดจันทร์. (2565). การบริหารงานบุคคลกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครูในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 5*(1), 133–146. https://s006.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/251990.

นีรมล ดาบเงิน, พระครูประโชติกิจจาภรณ์ และบุญเลิศ วีระพรกานต์. (2566). แนวทางการบริหารงานบุคคลตามหลักสัปปุริสธรรม 7 ของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือข่ายบางกุ้ง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 1. *วารสาร มจร มนุษยศาสตร์ปริทรรศน์, 9*(1), 132–153. https://s003.tci-thaijo.org/index.php/human/article/view/265661.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับปรับปรุงใหม่). สุวีริยสาส์น.

ประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง การแบ่งส่วนราชการภายในสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา พ.ศ. 2560. (2560, 29 พฤศจิกายน). *ราชกิจจานุเบกษา*.เล่ม 134 ตอนพิเศษ 295 ง. หน้า 13–18.

พิพัฒน์พงษ์ พงกะพันธ์. (2564). การบริหารงานบุคคลของผู้บริหารสถานศึกษา. *วารสารบริหารการศึกษาบัวบัณฑิต, 21*(2), 51–57. https://s006.tci-thaijo.org/index.php/BUAJEAD/article/view/247221.

ยุทธนา เกื้อกูล. (2560). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเอกชนสอนศาสนาอิสลามจังหวัดชายแดนภาคใต้เพื่อสร้างผู้เรียนสู่ความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์.* วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอิสลามศึกษา มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์. https://kb.psu.ac.th/items/6e0a58ea-d0b4-4029-8490-8e7b30d8058.

วีระชัย ธูปเรือง และทัศนะ ศรีปัตตา. (2565).การศึกษาสภาพการบริหารงานบุคลากรตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุโขทัย เขต 1. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 7*(4), 310–319. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/253134.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ. (2567). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2567.* สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาบึงกาฬ.

สัมมา รธนิธย์. (2560). *หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ข้าวฟ่าง.

สุดารัตน์ พิมลรัตนกานต์ และวิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2560). อิทธิพลของการรับรู้บรรยากาศองค์การผ่านความพึงพอใจในงานและความผูกพันต่อองค์การที่มีผลการปฏิบัติงานตามบทบาทหน้าที่. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10*(2), 1611–1629. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/99608.

เอวิกา ปราบพาลทัพพ์ และสุรางคนา มัณยานนท์. (2565). การบริหารงานบุคคลโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 4. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 2*(1), 41–54. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU/article/view/153.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1998). *Research in education* (8th ed). Allyn and Bacon.

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

Walker, B. N. (2019). *Teacher hiring and placement at the elementary school level: The challenges of implementing strategic human resource management practices*. Doctoral dissertation, Old Dominion University. https://digitalcommons.odu.edu/efl_etds/79.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

Development of digital marketing communication models for community enterprises in Sakon Nakhon Province to create business opportunities

ดาวเรือง งอยจันทร์ศรี [1], จิรภัทร เริ่มศรี [2*]
Daowruang Ngoijonsri [1], Jirapat Ruemsri [2*]

[1,2] หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[1,2] Master of Business Administration, Faculty of Management Sciences, Sakon Nakhon Rajabhat University
* Corresponding author: E-mail address: jiraphat.r@snru.ac.th [2*]

Received: February 25, 2026 Revised: March 03, 2026 Accepted: March 17, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร และ 2) เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน โดยเก็บข้อมูลเชิงปริมาณจากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนในระดับดี จำนวน 400 คน วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน นำข้อมูลมาวิเคราะห์สภาพแวดล้อม ด้วย SWOT Analysis แล้วนำข้อมูลมาพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร ด้วย TOWS MATRIX Analysis และระดมความคิดเห็น โดยผู้เชี่ยวชาญเพื่อรับรองรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัย พบว่า สภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร ด้านปัจจัยภายในประสบปัญหาบุคลากรขาดทักษะเชิงกลยุทธ์ ขาดการวางแผนงบประมาณ และขาดระบบการวัดผลที่ชัดเจน ด้านปัจจัยภายนอก ปัจจัยทางสังคมและวัฒนธรรมมีบทบาทสำคัญที่สุด โดยผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการรีวิวและเรื่องราวอัตลักษณ์ชุมชน รองลงมาคือปัจจัยด้านเทคโนโลยีและเศรษฐกิจที่ช่วยลดต้นทุนและขยายช่องทางจำหน่าย อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการต้องปรับตัวต่อความซับซ้อนของอัลกอริทึมและกฎระเบียบแพลตฟอร์ม จากข้อค้นพบดังกล่าว ผู้วิจัยได้พัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 4 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ 1) การสื่อสารตราสินค้าผ่านอัตลักษณ์ 2) การสื่อสารที่เน้นประสิทธิภาพและข้อมูล 3) การสื่อสาร

การตลาดเชิงประสบการณ์ และ 4) การพัฒนาองค์กรจากภายใน เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วิสาหกิจชุมชน, การสื่อสารการตลาด, การตลาดดิจิทัล, สกลนคร

Abstract

This research aimed to 1) investigate the current state of digital marketing communication of community enterprises in Sakon Nakhon Province and 2) develop a digital marketing communication model tailored for these enterprises. Employing a mixed-methods research design, quantitative data were collected from a sample of 400 members of community enterprises recognized with outstanding performance awards. The data were analyzed using descriptive statistics, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. Furthermore, an environmental assessment was conducted utilizing SWOT analysis. The derived insights were subsequently applied to formulate the digital marketing communication model through a TOWS matrix analysis. Finally, a focus group discussion comprising subject-matter experts was convened to evaluate and validate the proposed model. The investigation into the digital marketing communication landscape of community enterprises in Sakon Nakhon Province indicated that internal operations were impeded by a lack of strategic personnel skills, inadequate budget planning, and the absence of tangible evaluation mechanisms. In terms of external factors, socio-cultural dimensions exerted the most significant influence, as consumer decision-making was heavily driven by reviews and community identity narratives. This was followed by technological and economic factors, which contributed to cost efficiency and channel expansion. Nevertheless, entrepreneurs must navigate the challenges posed by complex algorithms and platform regulations. Synthesizing these findings, the researcher proposed a digital marketing communication model consisting of four strategic pillars: 1) identity-based branding, 2) data-driven performance communication, 3) experiential marketing, and 4) internal organizational development, all designed to sustainably elevate competitive capability.

Keywords: community enterprises, marketing communication, digital marketing, Sakon Nakhon

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

วิสาหกิจชุมชนถือเป็นกลไกสำคัญในการบริหารจัดการทุนชุมชน เพื่อสร้างรายได้และการพึ่งพาตนเองอย่างยั่งยืน (สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์การค้า, 2566) ท่ามกลางยุคดิจิทัลที่มีการแข่งขันสูง การปรับตัวทางเทคโนโลยีและการใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการ (Integrated Marketing Communications: IMC) จึงกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถขยายตลาด สร้างประสบการณ์ร่วมกับผู้บริโภคผ่านช่องทางที่หลากหลาย และรักษาอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมไว้ได้ (Kotler & Keller, 2021)

จังหวัดสกลนคร แม้จะมีกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจดทะเบียนจำนวนมากถึง 2,306 กลุ่ม (สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร, 2568) และมีศักยภาพด้านผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์โดดเด่น แต่พบว่าวิสาหกิจชุมชนส่วนใหญ่ยังเผชิญข้อจำกัดด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล (ณัฐวิชช์ กิตติ์ฐิติภัทร์, 2564) ปัญหาหลักได้แก่ การเลือกใช้ช่องทางสื่อสารที่ไม่สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมาย การขาดทักษะการเล่าเรื่อง เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม และการขาดระบบวัด

ผลสัมฤทธิ์ทางการตลาดที่แม่นยำเนื่องจากข้อจำกัดด้านทักษะทางเทคโนโลยี นอกจากนี้ งานวิจัยด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่ธุรกิจ SMEs ในเขตเมืองซึ่งมีความพร้อมด้านทรัพยากรสูง (Smith & Zook, 2019) ทำให้เกิดช่องว่างทางวิชาการที่ยังไม่มีการพัฒนารูปแบบการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทของชุมชน โดยเฉพาะการบูรณาการกลยุทธ์การเล่าเรื่องเข้ากับตัวชี้วัดประสิทธิภาพที่ถูกปรับลดความซับซ้อนให้ชุมชนนำไปใช้ได้จริง

จากสภาพปัญหาและช่องว่างดังกล่าว ผู้วิจัยจึงมีความมุ่งมั่นที่จะศึกษาและพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเชิงปฏิบัติการ เพื่อเป็นแนวทางให้วิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนครนำไปประยุกต์ใช้ในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน ขยายโอกาสทางธุรกิจ และส่งเสริมการเติบโตของเศรษฐกิจฐานรากให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร
2. เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

การสื่อสารการตลาดดิจิทัล เป็นกลไกเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการขับเคลื่อนธุรกิจยุคใหม่ โดยการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับช่องทางออนไลน์เพื่อสร้างการรับรู้ โน้มน้าวใจ และสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019) จุดเด่นของการสื่อสารรูปแบบนี้คือขีดความสามารถในการสื่อสารแบบสองทาง ที่สามารถเข้าถึงผู้บริโภคได้อย่างแม่นยำและวัดผลได้ ซึ่งช่วยทลายข้อจำกัดทางภูมิศาสตร์ ขยายฐานลูกค้า และเป็นปัจจัยสำคัญที่ยกระดับขีดความสามารถของธุรกิจขนาดเล็กหรือวิสาหกิจชุมชนให้แข่งขันได้อย่างทัดเทียม (อุษา ศิลป์เรืองวิไล, 2565)

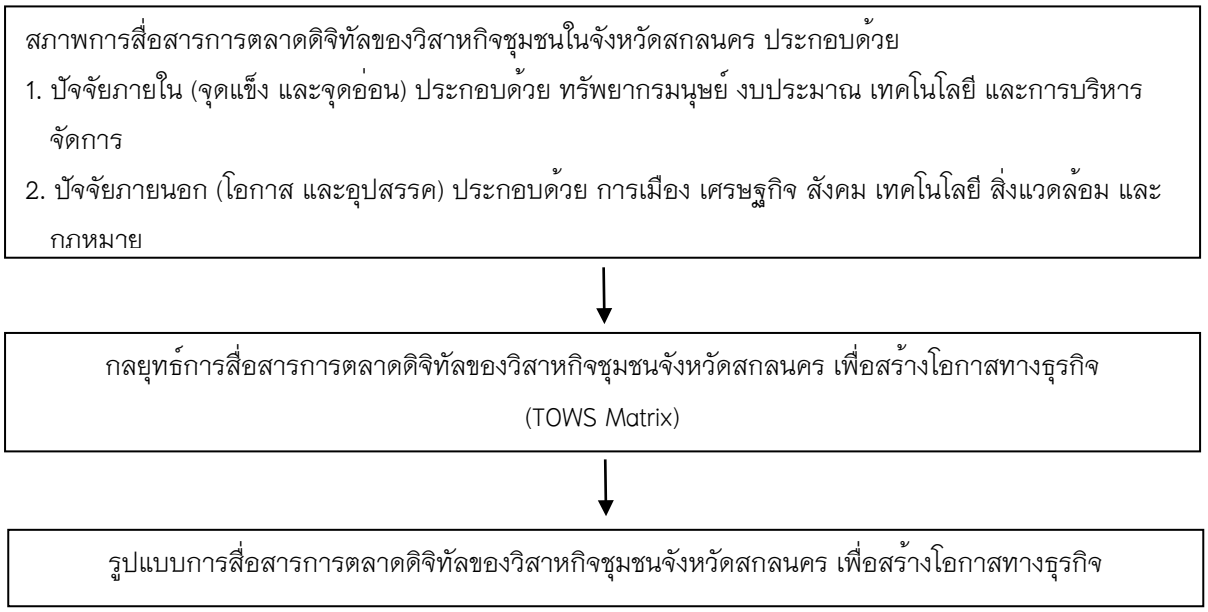
เพื่อให้การสื่อสารการตลาดบรรลุผลสัมฤทธิ์ องค์กรจำเป็นต้องมีกระบวนการดำเนินงานที่เป็นระบบ เริ่มตั้งแต่การวิเคราะห์พฤติกรรมผู้รับสาร การกำหนดวัตถุประสงค์ที่ชัดเจน ควบคู่กับการเลือกใช้เครื่องมือดิจิทัลที่หลากหลายและเหมาะสม เช่น เว็บไซต์ โซเชียลมีเดีย หรือการปรับแต่งเว็บไซต์เพื่อให้ติดอันดับผลการค้นหา (Search Engine Optimization: SEO) (อาทิตย์ ว่องไวตระการ, 2560; วริศ ทองมูลดี, 2563) เพื่อสร้างระบบนิเวศการสื่อสารแบบ 5Cs ได้แก่ การเชื่อมต่อ การโต้ตอบ การสร้างสรรค์ร่วมกัน การค้าออนไลน์ และการสร้างชุมชน (เอมมิกา มานะลอ, 2564) นอกจากนี้ กลยุทธ์ "การเล่าเรื่องของแบรนด์" ยังถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือสร้างความแตกต่าง โดยเฉพาะในบริบทของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร การเล่าเรื่องไม่ได้เป็นเพียงการนำเสนอคุณสมบัติของสินค้า แต่คือการถ่ายทอดภูมิปัญญา ความจริงใจ และอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมท้องถิ่น เพื่อเปลี่ยนสถานะจากผู้ซื้อให้กลายเป็นผู้สนับสนุนแบรนด์อย่างยั่งยืน (จิรภัทร เริ่มศรี, 2562)

อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการตลาดดิจิทัลไม่ได้พึ่งพาเพียงความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี แต่ต้องอาศัยการบริหารจัดการสภาพแวดล้อมแบบองค์รวม ทั้งการบริหารปัจจัยภายใน เช่น ศักยภาพของบุคลากรและทรัพยากร (Nguyen, 2023) ตลอดจนการตั้งรับความเปลี่ยนแปลงของปัจจัยภายนอก ควบคู่ไปกับการประยุกต์ใช้กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดแบบผสมผสาน (ลิเลี่ยน ครอฟท์, 2568) ที่ผสานการโฆษณา การประชาสัมพันธ์ และการส่งเสริมการขายเข้าด้วยกันอย่างลงตัว ซึ่งการสร้างโอกาสและยกระดับขีดความสามารถของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร จำเป็นต้องบูรณาการองค์ประกอบสำคัญเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ได้แก่ “กระบวนการ

ประกอบการ” ในการมองเห็นโอกาสทางธุรกิจ “การประยุกต์ใช้เครื่องมือสื่อสารการตลาดดิจิทัล” ที่ทันสมัย และ “ความเข้มแข็งของปัจจัยพื้นฐาน” ด้านการบริหารจัดการ ชุดความคิดเชิงบูรณาการนี้จึงถูกนำมาใช้เป็นทิศทางหลักในการศึกษาและพัฒนารูปแบบ การสื่อสารการตลาดดิจิทัล เพื่อส่งเสริมการเติบโตของวิสาหกิจชุมชนให้ประสบความสำเร็จอย่างยั่งยืนต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัยเป็นการวิจัยแบบผสมผสาน ประกอบด้วยวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ และวิธีวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร โดยเจาะจงเลือกกลุ่มที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนในระดับดี จำนวน 10 กลุ่ม ๆ ละ 1 คน และใช้ข้อมูลเชิงปริมาณสนับสนุนผลเชิงคุณภาพ โดยใช้แบบสอบถามจากสมาชิกกลุ่มวิสากิจชุมชนที่ได้รับรางวัลวิสาหกิจชุมชนในระดับดี ซึ่งมีสมาชิกกลุ่มรวม 12,258 คน นำมาคำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตร Yamane (1973) ได้กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 400 คน โดยใช้วิธีการการสุ่มแบบสะดวก สำหรับการสนทนากลุ่ม ผู้วิจัยเจาะจงเลือกกลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลักมาจากนักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาด ประธานหรือตัวแทนกลุ่มวิสาหกิจชุมชน และเจ้าหน้าที่หน่วยงานภาครัฐที่กำกับดูแลส่งเสริมกิจกรรมของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ จากนั้นนำข้อมูลมารับรองด้วยแบบสอบถามจากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 คน โดยผู้เชี่ยวชาญจะเป็นผู้ที่มีความรู้และประสบการณ์ด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล จาก 3 กลุ่ม ประกอบด้วย 1) นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัลจากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร 4 คน 2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 4 คน และ 3) ตัวแทนประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร 4 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษาสภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร ใช้แบบสัมภาษณ์ และแบบสอบถาม นำแบบสอบถามและข้อคำถามสัมภาษณ์ที่สร้างขึ้นหาค่าความเที่ยงตรง (validity) และมีค่าความเชื่อมั่นของเครื่องมือ ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่าแบบสอบถามและข้อคำถามสัมภาษณ์มีค่า IOC สูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5) ทุกด้าน และมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (มากกว่า 0.70) ทุกด้าน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) การศึกษาสภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร เก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 วิธี คือ 1) การสัมภาษณ์กลุ่มวิสาหกิจชุมชนดีจังหวัดสกลนคร จำนวน 10 กลุ่ม กลุ่มละ 1 คน 2) รวบรวมข้อมูลจากแบบสอบถาม จากสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนที่มีผลการประเมินศักยภาพอยู่ในระดับดี จาก 17 อำเภอ

2) นำผลที่ได้จากการศึกษาสภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร นำมากำหนดกลยุทธ์ด้วย SWOT Analysis และ TOWS Matrix จากนั้นนำมาวิพากษ์กลุ่มโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 12 คน ประกอบด้วย 1) นักวิชาการด้านการสื่อสารการตลาดดิจิทัล 2) เจ้าหน้าที่ภาครัฐ 3) ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) ข้อมูลเชิงคุณภาพ นำข้อมูลที่รวบรวมได้จากการสัมภาษณ์แบบเจาะลึก มาถอดเทปเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ พิมพ์เป็นเอกสารแบบคำต่อคำเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง โดยแบ่งข้อมูลจากการสัมภาษณ์มากำหนดตามหัวเรื่องที่ศึกษา กำหนดประเด็นที่ค้นพบในการบันทึกการสนทนา และทำการจัดหมวดหมู่ประเด็นย่อย (Sub – Category)

2) ข้อมูลเชิงปริมาณ ใช้วิธีการแจกแจงค่าความถี่ ค่าร้อยละ ใช้การวัดแบบมาตราส่วนประมาณค่า โดยให้น้ำหนักความสำคัญ ให้คะแนนข้อคำถามในเชิงบวก โดยได้รวบรวมข้อมูลและแจกแจงความถี่ของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัย

1. สภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนครเป็นการศึกษาปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก สรุปผลได้ดังนี้

1.1 ปัจจัยภายใน

1) ด้านทรัพยากรมนุษย์ พบว่า การพัฒนาบุคลากรด้านการตลาดดิจิทัลยังไม่ครอบคลุมและต่อเนื่องเท่าที่ควร แม้มีการอบรมเกี่ยวกับการใช้แพลตฟอร์มพื้นฐาน แต่เนื้อหาขาดความลึกซึ้งในด้านกลยุทธ์ดิจิทัลที่สำคัญ “บุคลากรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ทำให้ขาดความรู้และทักษะในการดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ที่ซับซ้อน และยังใช้แพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้เพียงระดับพื้นฐานเท่านั้น เช่น สามารถโพสต์สินค้าได้ แต่ขาดทักษะในการวิเคราะห์ข้อมูลหรือดู ข้อมูลเชิงลึกของเพจ” (ผู้ให้ข้อมูลหลัก คนที่ 1 คนที่ 6 และคนที่ 9) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์

ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีความรู้หรือทักษะในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	4.58	.49	มากที่สุด
2. ได้รับการฝึกอบรมเกี่ยวกับตลาดดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ	4.43	.58	มาก
3. มีความเข้าใจในขั้นตอนการใช้สื่อดิจิทัลอย่างถูกต้อง	4.43	.59	มาก
4. สามารถใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการทำงานได้	4.42	.59	มาก
5. ประสบการณ์ส่งผลต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล	4.39	.60	มาก
ภาพรวม	4.45	.57	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ปัจจัยด้านทรัพยากรมนุษย์ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.45, S.D = .57) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีความรู้หรือทักษะในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.58, S.D = .49) รองลงมาคือ มีความเข้าใจในขั้นตอนการใช้สื่อดิจิทัลอย่างถูกต้อง และการฝึกอบรมเกี่ยวกับตลาดดิจิทัลอย่างสม่ำเสมอ มีค่าเฉลี่ยเท่ากัน ($\overline{X}$ = 4.43, S.D = .59) และ($\overline{X}$ = 4.43, S.D = .58) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ประสบการณ์ส่งผลต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.39, S.D = .60)

2) ด้านงบประมาณ/เงินทุน พบว่า การดำเนินงานด้านการตลาดของกลุ่มยังประสบปัญหาด้านงบประมาณอย่างมาก แม้จะมีการใช้จ่ายเพื่อการตลาดและโฆษณาเป็นครั้งคราว เช่น การโปรโมตผ่านเฟซบุ๊ก หรือการจัดทำป้าย “การจัดสรรงบประมาณยังไม่มีแผนที่ชัดเจนและขาดความสม่ำเสมอ โดยส่วนใหญ่ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ไม่แน่นอนหรือความจำเป็นเร่งด่วน” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 และคนที่ 7) งบประมาณที่มีอยู่จำกัดและไม่เพียงพอต่อการบรรลุเป้าหมายทางการตลาด “โดยสามารถสนับสนุนได้เพียงกิจกรรมระดับพื้นฐาน เช่น การโพสต์ออนไลน์ หรือการเข้าร่วมงานแสดงสินค้าขนาดเล็ก แต่ไม่สามารถลงทุนในกิจกรรมที่มีต้นทุนสูง เช่น การยิงโฆษณาอย่างต่อเนื่องได้” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 และคนที่ 5) นอกจากนี้ กลุ่มยังประสบปัญหาการขาดเงินหมุนเวียน เนื่องจากต้องจัดสรรเงินทุนไปใช้กับอุปกรณ์หรือผลิตภัณฑ์ ทำให้กิจกรรมด้านการใช้สื่อและการตลาดดิจิทัลถูกละเลย ส่งผลให้ความสามารถในการขับเคลื่อนกลยุทธ์การตลาดในระยะยาวเป็นไปได้ยาก ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านงบประมาณ/เงินทุน รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านงบประมาณ/เงินทุน

ปัจจัยด้านงบประมาณ/เงินทุน	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีงบประมาณสำหรับกิจกรรมทางการตลาดหรือโฆษณาเพียงพอ	4.31	.69	มาก
2. มีแผนการใช้เงินที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาดดิจิทัล	4.49	.60	มาก
3. สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเพื่อขยายการตลาดดิจิทัล	4.41	.62	มาก
4. มีรายได้จากช่องทางออนไลน์ที่ชัดเจน	4.30	.68	มาก
5. ปัญหาด้านการเงินมีผลกระทบต่อการตลาดดิจิทัล	4.39	.69	มาก
ภาพรวม	4.38	.66	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ปัจจัยด้านงบประมาณ/เงินทุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.38, S.D = .66) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า มีแผนการใช้เงินที่ชัดเจนเพื่อพัฒนาศักยภาพด้านการตลาด

ดิจิทัล ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.49, S.D = .60) รองลงมาคือ สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกเพื่อขยายการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.41, S.D = .62) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ มีรายได้จากช่องทางออนไลน์ที่ชัดเจน ($\overline{X}$ = 4.30, S.D = .68)

3) ด้านวัสดุ/เทคโนโลยี พบว่า มีความพยายามในการใช้ช่องทางดิจิทัลหลากหลายเพื่อการจำหน่ายสินค้า ทั้ง เฟซบุ๊ก ไลน์ และตลาดออนไลน์ ซึ่งช่วยให้ลูกค้ามีการรับรู้มากขึ้น “การดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ยังประสบปัญหาด้านเทคโนโลยีและเครื่องมืออย่างมาก ปัญหาหลักคืออุปกรณ์ที่ใช้อยู่ เช่น สมาร์ตโฟนและอินเทอร์เน็ต ยังคงเป็นเพียงอุปกรณ์พื้นฐาน ซึ่งอาจเก่า ไม่เสถียร หรือไม่รองรับโปรแกรมใหม่ ๆ” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 และคนที่ 10) นอกจากนี้ กลุ่มยังขาดคอมพิวเตอร์หรือกล้องคุณภาพดีสำหรับการสร้างสื่อที่มีมาตรฐานสูง รวมถึงการขาดความรู้ในการใช้งานเครื่องมือดิจิทัล ส่งผลกระทบโดยตรงต่อประสิทธิภาพและความต่อเนื่องของการทำตลาดออนไลน์ ทำให้ การสร้างสรรค์สื่อและการจัดการภาพรวมยังอยู่ในระดับที่มีข้อจำกัด ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านวัสดุ/เทคโนโลยี รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านวัสดุ/เทคโนโลยี

ปัจจัยด้านวัสดุ/เทคโนโลยี	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. มีอุปกรณ์พื้นฐานในการดำเนินงานด้านดิจิทัล เช่น คอมพิวเตอร์ กล้อง อินเทอร์เน็ต ที่เพียงพอต่อการใช้งาน	4.28	.71	มาก
2. เทคโนโลยีที่ใช้มีระบบความปลอดภัยที่สามารถเชื่อถือได้	4.35	.70	มาก
3. เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย	4.37	.66	มาก
4. กลุ่มมีเทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่เหมาะสมกับผลิตภัณฑ์	4.32	.66	มาก
5. เครื่องมือที่ใช้ส่งผลต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล	3.99	.83	มาก
ภาพรวม	4.26	.71	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ปัจจัยวัสดุ/เทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.26, S.D = .71) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า เทคโนโลยีที่ใช้ในการสื่อสารการตลาดดิจิทัลสามารถเข้าถึงกลุ่มเป้าหมาย มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.37, S.D = .66) รองลงมา คือ เทคโนโลยีที่ใช้มีระบบความปลอดภัยที่สามารถเชื่อถือได้ ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .70) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ เครื่องมือที่ใช้ส่งผลต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 3.99, S.D = .83)

4) ด้านการบริหารจัดการ พบว่า ในการบริหารจัดการ มีการดำเนินการตลาดดิจิทัลในระดับพื้นฐาน โดยมีการตั้งเป้าหมายคร่าว ๆ และใช้ช่องทางโซเชียลมีเดียหลัก ๆ แต่ขาดแผนงานที่ละเอียดและกลยุทธ์เฉพาะเจาะจง ทำให้กิจกรรมการตลาดเป็นไปตามสถานการณ์หรือโอกาสเป็นส่วนใหญ่ “ในด้านการวัดผล มีการประเมินความสำเร็จของกิจกรรมการตลาดบ้าง เช่น ดูยอดขายและคอมเมนต์ลูกค้า แต่ยังไม่มีเครื่องมือหรือระบบที่เป็นทางการใน การติดตามผลอย่างละเอียด ซึ่งส่งผลให้การปรับปรุงกลยุทธ์ทำได้อย่างจำกัด” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 และคนที่ 8) สำหรับอัตลักษณ์ของแบรนด์นั้น เน้นการสื่อสารเรื่องความอบอุ่น ความเป็นธรรมชาติ และความผูกพันของคนในชุมชน “ทุกชิ้นงานจะสะท้อนเรื่องราวของวิถีชีวิตเรียบง่ายและความสามัคคีของคนในหมู่บ้านอย่างชัดเจน เพื่อสร้างความรู้สึกใกล้ชิดและจริงใจกับกลุ่มเป้าหมาย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 และคนที่ 4) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ รายละเอียดดังตาราง 4

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการบริหารจัดการ

ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า/การสั่งซื้อออนไลน์ มีความสำคัญต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล	4.49	.58	มาก
2. มีการเลือกช่องทางหรือเนื้อหาการสื่อสารที่เหมาะสมกับการตลาดดิจิทัล	4.29	.69	มาก
3. มีการเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์การสื่อสารการตลาด	4.51	.65	มากที่สุด
4. มีวิธีการผลิตที่เน้นคุณภาพและความสม่ำเสมอเพื่อรองรับการรีวิวและการบอกต่อผ่านช่องทางออนไลน์	4.35	.70	มาก
5. การบริหารจัดการส่งผลต่อการดำเนินการการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	4.35	.68	มาก
ภาพรวม	4.40	.66	มาก

จากตาราง 4 พบว่า ปัจจัยด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.40, S.D = .66) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การเก็บข้อมูลเพื่อนำไปวิเคราะห์การสื่อสารการตลาด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.51, S.D = .65) รองลงมา คือ ระบบจัดการข้อมูลลูกค้า/การสั่งซื้อออนไลน์ มีความสำคัญต่อการดำเนินการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.49, S.D = .58) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเลือกช่องทางหรือเนื้อหาการสื่อสารที่เหมาะสมกับการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.29, S.D = .69)

1.2 ปัจจัยภายนอก

1) ด้านการเมือง/นโยบายรัฐ พบว่า กลุ่มได้รับการสนับสนุนอย่างเข้มข้นจากหลายภาคส่วน โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐ เช่น เกษตรอำเภอ และสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) เพื่อยกระดับความสามารถของวิสาหกิจชุมชน “การพัฒนาทักษะด้านการตลาดดิจิทัลและพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์อย่างครอบคลุม มีการจัดโครงการอบรมและสัมมนาในหัวข้อสำคัญ เช่น การสร้างแบรนด์ออนไลน์ การใช้โซเชียลมีเดียและโฆษณาออนไลน์ การสร้างคอนเทนต์ และการจัดการร้านค้าบนแพลตฟอร์ม” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 2 และคนที่ 7) นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมการตลาดและการสร้างแบรนด์อย่างมีกลยุทธ์ โดยเน้นให้วิสาหกิจชุมชนเพิ่มมูลค่าสินค้าด้วยการสร้างเรื่องราวและอัตลักษณ์ของชุมชน เพื่อดึงดูดความสนใจจากผู้บริโภคในวงกว้าง โดยเฉพาะกลุ่มคนเมืองที่ต้องการสินค้าท้องถิ่นและใกล้ชิดกับชุมชน โดยรวมคือ มุ่งเน้นการติดอาวุธความรู้ดิจิทัลและการสร้างแบรนด์ที่มีเรื่องราวเพื่อขยายตลาดออนไลน์ ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านการเมือง/นโยบายรัฐ รายละเอียดดังตาราง 5

ตาราง 5 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านการเมือง/นโยบายรัฐ

ปัจจัยด้านการเมือง/นโยบายรัฐ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการตลาดดิจิทัลให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง	4.30	.70	มาก
2. กฎระเบียบหรือข้อบังคับจากรัฐส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการทำการตลาดดิจิทัลของกลุ่ม	4.37	.68	มาก
3. กลุ่มสามารถเข้าถึงโครงการสนับสนุนของภาครัฐ เช่น อบรม การตลาดออนไลน์ หรือเงินทุน	4.45	.55	มาก

ตาราง 5 (ต่อ)

4. ความไม่แน่นอนทางการเมืองส่งผลต่อความมั่นใจในการลงทุนด้านการตลาดดิจิทัล	4.32	.70	มาก
5. นโยบายด้านดิจิทัลของรัฐช่วยเพิ่มโอกาสในการขยายช่องทางการขายของกลุ่มผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์	4.33	.60	มาก
ภาพรวม	4.35	.66	มาก

จากตาราง 5 พบว่า ปัจจัยด้านการเมือง/นโยบายรัฐ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .66) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กลุ่มสามารถเข้าถึงโครงการสนับสนุนของภาครัฐ เช่น อบรม การตลาดออนไลน์ หรือเงินทุน ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.45, S.D = .55) รองลงมาคือ กฎระเบียบหรือข้อบังคับจากรัฐส่งผลโดยตรงต่อแนวทางการทำการตลาดดิจิทัลของกลุ่ม ($\overline{X}$ = 4.37, S.D = .68) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ รัฐบาลมีนโยบายส่งเสริมการตลาดดิจิทัลให้กับวิสาหกิจชุมชนอย่างชัดเจนและต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 4.30, S.D = .70)

2) ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ พบว่า การสื่อสารการตลาดออนไลน์มีบทบาทสำคัญและส่งผลบวกต่อกลุ่มอย่างชัดเจน โดยช่วยเพิ่มยอดขายและออร์เดอร์ ทำให้ลูกค้าเข้าถึงได้ง่ายขึ้น ลดต้นทุนในการโฆษณาและไม่จำเป็นต้องมีหน้าร้าน นอกจากนี้ยังช่วยให้กลุ่มสามารถรักษาฐานลูกค้ารายเก่าและขยายเครือข่ายไปยังลูกค้ารายใหม่ ทำให้มีออร์เดอร์และยอดขายเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม กลุ่มกำลังเผชิญกับความท้าทายด้านเศรษฐกิจ “เนื่องจากผู้บริโภคมีกำลังซื้อลดลง ส่งผลให้ยอดขายลดลงตามไปด้วย จึงต้องมีการปรับตัวโดยการลดต้นทุนการผลิตและออกแบบสินค้าในราคาที่ไม่สูงเกินไป” นอกจากนี้ กลุ่มยังมีข้อจำกัดด้านงบประมาณ ทำให้ไม่สามารถทำแคมเปญส่งเสริมการขายได้อย่างต่อเนื่อง จึงต้องพึ่งพาช่องทางออนไลน์ให้มากขึ้น เพื่อประหยัดค่าใช้จ่าย แต่ยังคงสามารถเข้าถึงลูกค้าได้ในวงกว้าง (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 และคนที่ 3) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ รายละเอียดดังตาราง 6

ตาราง 6 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัย ด้านเศรษฐกิจ

ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. สภาพเศรษฐกิจปัจจุบันส่งผลกระทบต่อการลงทุนในกิจกรรมการตลาดดิจิทัล	4.33	.64	มาก
2. กำลังซื้อของผู้บริโภคมีผลต่อแนวทางการวางแผนสื่อสารการตลาด	4.54	.58	มากที่สุด
3. ต้นทุนในการเข้าถึงแพลตฟอร์มโฆษณาดิจิทัล (เช่น เฟซบุ๊ก กูเกิล) มีแนวโน้มสูงขึ้น	4.35	.67	มาก
4. กลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจได้อย่างยืดหยุ่น	4.22	.59	มาก
5. ความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจทำให้การวางแผนการตลาดดิจิทัลมีความเสี่ยงมากขึ้น	4.28	.65	มาก
ภาพรวม	4.34	.63	มาก

จากตาราง 6 พบว่า ปัจจัยด้านเศรษฐกิจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.34, S.D = .63) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า กำลังซื้อของผู้บริโภคมีผลต่อแนวทางการวางแผนสื่อสารการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.54, S.D = .58) รองลงมาคือ ต้นทุนในการเข้าถึงแพลตฟอร์มโฆษณาดิจิทัล (เช่น เฟซบุ๊ก กูเกิล) มีแนวโน้มสูงขึ้น

($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .67) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ กลุ่มสามารถปรับเปลี่ยนกลยุทธ์การตลาดให้เหมาะสมกับสถานการณ์เศรษฐกิจได้อย่างยืดหยุ่น ($\overline{X}$ = 4.22, S.D = .59)

3) ปัจจัยด้านสังคม/วัฒนธรรม พบว่า โซเชียลมีเดียมีอิทธิพลสูงต่อการตัดสินใจซื้อ โดยเฉพาะแพลตฟอร์มหลัก เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก และไลน์ ซึ่งการเห็นรีวิว การแชร์ และคอนเทนต์ไวรัล มีผลโดยตรง ผู้บริโภคสนใจสินค้าที่มีเรื่องราวและอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพื่อใช้เป็นของฝากหรือการแบ่งปัน พฤติกรรมการสั่งซื้อออนไลน์เพิ่มขึ้น โดยผู้บริโภคจะทำการค้นหาข้อมูล เปรียบเทียบสินค้า และต่อรองราคาอย่างละเอียดก่อนตัดสินใจซื้อจริง “ความน่าเชื่อถือของร้านค้าเป็นปัจจัยสำคัญ ผู้บริโภคจะพิจารณาจากรีวิวของลูกค้า ความรวดเร็วในการตอบแชท และความถูกต้องชัดเจนของข้อมูล การตัดสินใจซื้อของลูกค้ามักเกิดขึ้นเมื่อเห็นการแชร์และรีวิวในช่วงเวลาที่มีกระแสหรือเทรนด์ และ มีการสอบถามรายละเอียดของสินค้า รวมถึงการสั่งผลิตตามความต้องการก่อนทำการซื้อจริง” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 4 และคนที่ 8) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสังคม/วัฒนธรรม รายละเอียดดังตาราง 7

ตาราง 7 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัย ด้านสังคม/วัฒนธรรม

ปัจจัยด้านสังคม/วัฒนธรรม	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ลูกค้ามีพฤติกรรมการซื้อผ่านช่องทางออนไลน์เป็นประจำ	4.30	.70	มาก
2. แนวโน้มของผู้บริโภคมีผลต่อการออกแบบเนื้อหาหรือช่องทางการสื่อสาร	4.60	.49	มากที่สุด
3. การมีเครือข่ายสังคม (social network) ภายในชุมชนช่วยขยายการรับรู้สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน	4.33	.68	มาก
4 การรวมกลุ่มหรือการทำงานร่วมกันของสมาชิกในชุมชนช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการเผยแพร่ข้อมูลทางออนไลน์	4.27	.72	มาก
5. การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในชุมชนมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล	4.27	.69	มาก
ภาพรวม	4.35	.66	มาก

จากตาราง 7 พบว่า ปัจจัยด้านสังคม/วัฒนธรรม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .66) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า แนวโน้มของผู้บริโภคมีผลต่อการออกแบบเนื้อหาหรือช่องทางการสื่อสาร ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D = .49) รองลงมาคือ การมีเครือข่ายสังคม (social network) ภายในชุมชนช่วยขยายการรับรู้สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน ($\overline{X}$ = 4.33, S.D = .68) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การเข้าถึงข้อมูลข่าวสารในชุมชนมีส่วนสำคัญต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านสื่อดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.27, S.D = .69)

4) ปัจจัยด้านเทคโนโลยี พบว่า กลุ่มมีความพยายามในการใช้ช่องทางการสื่อสารการตลาดออนไลน์ที่หลากหลาย เพื่อเพิ่มการเข้าถึงลูกค้า สร้างความสะดวกในการซื้อขาย และช่วยให้สามารถติดต่อสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายได้ง่ายและรวดเร็วขึ้น การปรากฏของสินค้าในหลายช่องทางยังช่วยสร้างความน่าเชื่อถือและเพิ่มโอกาสในการตัดสินใจซื้อของลูกค้า“กลุ่มยังคงมีข้อจำกัดด้านความรู้และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีของสมาชิก ทำให้การสื่อสารการตลาดยังไม่เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ส่งผลให้ผู้บริโภครู้จักสินค้าและแบรนด์ได้น้อย และลดโอกาสในการสร้างยอดขาย” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 5 และคนที่ 9) ทั้งนี้ กลุ่มได้เริ่มปรับตัวโดยการใช้สมาร์ตโฟนและโซเชียลมีเดียในการประชาสัมพันธ์สินค้า ซึ่งถือเป็นจุดเริ่มต้นที่ดีในการแก้ไขปัญหาด้านทักษะเทคโนโลยี ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านเทคโนโลยี รายละเอียดดังตาราง 8

ตาราง 8 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านเทคโนโลยี

ปัจจัยด้านเทคโนโลยี	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. เครื่องมือหรือเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการขายหรือประชาสัมพันธ์สินค้า	4.36	.66	มาก
2. ข้อจำกัดทางเทคนิค เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ ความรู้ ส่งผลต่อการใช้การสื่อสารการตลาดดิจิทัล	4.28	.68	มาก
3. ทักษะด้านเทคโนโลยีของผู้ประกอบการชุมชนมีผลต่อการทำการตลาดดิจิทัลให้ประสบความสำเร็จ	4.30	.67	มาก
4. การใช้งานสื่อสังคมออนไลน์ (เช่น เฟซบุ๊ก ติ๊กต็อก และไลน์) ช่วยขยายการรับรู้สินค้าและบริการของวิสาหกิจชุมชน	4.30	.67	มาก
5. การได้รับการอบรมหรือพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาด	4.53	.70	มากที่สุด
ภาพรวม	4.35	.68	มาก

จากตาราง 8 พบว่า ปัจจัยด้านเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .68) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การได้รับการอบรมหรือพัฒนาทักษะด้านเทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.53, S.D = .70) รองลงมาคือ เครื่องมือหรือเทคโนโลยีมีส่วนสำคัญในการขายหรือประชาสัมพันธ์สินค้า ($\overline{X}$ = 4.36, S.D = .66) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ข้อจำกัดทางเทคนิค เช่น อินเทอร์เน็ต อุปกรณ์ ความรู้ ส่งผลต่อการใช้การสื่อสารการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.28, S.D = .68)

5) ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม พบว่า สภาพแวดล้อมภายนอกมีอิทธิพลโดยตรงต่อการกำหนดเนื้อหา ช่องทาง และรูปแบบการสื่อสารการตลาดของกลุ่ม ซึ่งหากวิเคราะห์ได้ถูกต้องจะนำไปสู่ความสำเร็จ กลุ่มต้องเผชิญกับการแข่งขันออนไลน์ที่รุนแรง ทำให้จำเป็นต้องสร้างจุดเด่นและความแตกต่างให้กับสินค้าเพื่อดึงดูดลูกค้า นอกจากนี้ยังต้องปรับเนื้อหาการสื่อสารให้สอดคล้องกับพฤติกรรมผู้บริโภคและกระแสนิยม เช่น กระแสรักสุขภาพและสินค้าที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม “ความท้าทายสำคัญอีกประการคือ ความไม่มั่นใจของลูกค้าต่อคุณภาพสินค้าชุมชน เนื่องจากผู้บริโภคบางส่วนยังคงมองว่าสินค้าเหล่านี้มีคุณภาพไม่เท่ากับสินค้าจากโรงงานใหญ่ ดังนั้น การสื่อสารจึงต้องเน้น การสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพและมาตรฐานของสินค้าชุมชนให้มากขึ้น” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 1 และคนที่ 6) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม รายละเอียดดังตาราง 9

ตาราง 9 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม

ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. การใช้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนหรือสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารกับลูกค้ามีส่วนสำคัญในการขายหรือประชาสัมพันธ์สินค้า	4.08	.81	มาก
2. สิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ทรัพยากร วัตถุดิบ หรือฤดูกาล มีผลต่อการวางแผนการตลาด	4.30	.80	มาก
3. การใช้บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตอบรับของลูกค้าในตลาดดิจิทัล	3.51	.50	มาก

ตาราง 9 (ต่อ)

4. ปัญหามลพิษหรือขยะในชุมชนมีผลต่อการรับรู้และความเชื่อมั่นต่อสินค้าของวิสาหกิจชุมชน	4.08	.78	มาก
5. การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติในชุมชนช่วยส่งเสริมภาพลักษณ์เชิงบวกในการสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3.88	.82	มาก
ภาพรวม	3.97	.74	มาก

จากตาราง 9 พบว่า ปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อม โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.97, S.D = .74) เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า สิ่งแวดล้อมในชุมชน เช่น ทรัพยากร วัตถุดิบ หรือฤดูกาล มีผลต่อการวางแผนการตลาด ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.30, S.D = .80) รองลงมาคือ การใช้เนื้อหาที่เกี่ยวข้องกับความยั่งยืนหรือสิ่งแวดล้อมในการสื่อสารกับลูกค้ามีส่วนสำคัญในการขายหรือประชาสัมพันธ์สินค้า ($\overline{X}$ = 4.08, S.D = .81) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การใช้บรรจุภัณฑ์หรือการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมีผลต่อการตอบรับของลูกค้าในตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 3.51, S.D = .50)

6) ปัจจัยทางด้านกฎหมาย/ระเบียบ พบว่า กลุ่มกำลังเผชิญกับปัญหาหลักคือแพลตฟอร์มลดการมองเห็นโพสต์ปกติลง ทำให้การเข้าถึงลูกค้าทำได้ยากขึ้นและต้องพึ่งพาการซื้อโฆษณา เพื่อให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เท่าเดิม ซึ่งเป็นการเพิ่มต้นทุนในการดำเนินงาน นอกจากนี้ ยังมีความท้าทายจากการที่แพลตฟอร์มมีการเปลี่ยนกฎอัลกอริทึม และหน้าตาการใช้งาน ทำให้สมาชิกในกลุ่มโดยเฉพาะผู้สูงอายุหรือผู้ที่ไม่มีความรู้ด้านเทคโนโลยีต้องคอยเรียนรู้สิ่งใหม่อยู่ตลอดเวลา ซึ่งเป็นภาระที่ส่งผลกระทบต่อยอดขายและการมองเห็น “ปัญหาเรื่องความซับซ้อนและความเข้มงวดของการทำโฆษณา บางครั้งสินค้าชุมชนถูกปฏิเสธด้วยเหตุผลที่ซับซ้อน เช่น ถูกจัดเป็นสินค้าสุขภาพที่ต้องมีใบรับรอง ทำให้การกิจกรรมการตลาดเป็นไปอย่างยากลำบาก” (ผู้ให้ข้อมูลหลักคนที่ 3 และคนที่ 10) ผลการวิเคราะห์ปัจจัยทางด้านกฎหมาย/ระเบียบ รายละเอียดดังตาราง 10

ตาราง 10 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานปัจจัยด้านกฎหมาย/ระเบียบ

ปัจจัยทางด้านกฎหมาย/ระเบียบ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1. ปัจจัยภายนอกเครื่องมือสำหรับวิเคราะห์แนวโน้มของตลาด ด้านกฎหมาย/ระเบียบ	4.04	.83	มาก
2. การปฏิบัติตามกฎหมายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีผลต่อการวางแผนสื่อสารการตลาดดิจิทัล	3.97	.84	มาก
3. การคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล (PDPA หรือกฎหมายอื่น ๆ) ส่งผลต่อวิธีการเก็บข้อมูลลูกค้าและการทำโฆษณา	4.01	.83	มาก
4. กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีผลต่อข้อความหรือเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล	4.21	.80	มาก

ตาราง 10 (ต่อ)

ปัจจัยทางด้านกฎหมาย/ระเบียบ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
5. การควบคุมหรือจำกัดเนื้อหาบางประเภทบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีผลต่อวิธีการนำเสนอสินค้า	4.29	.74	มาก
ภาพรวม	4.10	.81	มาก

จากตาราง 10 พบว่า ปัจจัยด้านกฎหมาย/ระเบียบ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.10, S.D = .81 เมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า การควบคุมหรือจำกัดเนื้อหาบางประเภทบนแพลตฟอร์มดิจิทัลมีผลต่อวิธีการนำเสนอสินค้า ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ($\overline{X}$ = 4.29, S.D = .74) รองลงมาคือ กฎหมายคุ้มครองผู้บริโภคมีผลต่อข้อความหรือเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านสื่อดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.21, S.D = .80) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ การปฏิบัติตามกฎหมายโฆษณาและประชาสัมพันธ์มีผลต่อการวางแผนสื่อสารการตลาดดิจิทัล ($\overline{X}$ = 3.97, S.D = .84)

2. การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยภายใน และปัจจัยภายนอก นำมากำหนดกลยุทธ์ และสนทนากลุ่ม เพื่อพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนคร จากนั้นรับรองข้อมูลโดยผู้เชี่ยวชาญ 12 คน สามารถสรุปรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร เพื่อสร้างโอกาสทางธุรกิจ ได้ดังนี้

1) การสื่อสารตราสินค้าผ่านอัตลักษณ์ เปลี่ยนจากการขายสินค้า (selling products) ไปสู่การบอกเล่าเรื่องราว (telling stories) โดยใช้วัฒนธรรมและซอฟต์พาวเวอร์เป็นหัวใจหลัก เพื่อสร้างตราสินค้าที่น่าจดจำและยากต่อการลอกเลียนแบบ ประกอบด้วย การค้นหาแก่นของเรื่องเล่า การบอกเล่าที่มาของผลิตภัณฑ์ และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นและแตกต่าง ซึ่ง

2) การสื่อสารตลาดที่เน้นประสิทธิภาพและข้อมูล บริหารจัดการทรัพยากรอย่างคุ้มค่าสูงสุด โดยเน้นการสร้างการเติบโตแบบอินทรีย์ ควบคู่ไปกับการใช้เทคโนโลยีและข้อมูลในการตัดสินใจ เพื่อให้ทุกกิจกรรมการตลาดวัดผลได้และสร้างผลลัพธ์ที่ชัดเจน ประกอบด้วย การสื่อสารการตลาดแบบเฉพาะกลุ่ม การใช้เทคโนโลยีการสื่อสารการตลาดที่ช่วยตัดสินใจ และการสื่อสารการตลาดผ่านอินฟลูเอนเซอร์

3) การสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์ กลยุทธ์ที่สร้างการมีส่วนร่วมและเชื่อมโยงทางอารมณ์กับลูกค้าผ่านการสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำโดยตรง แทนที่จะเน้นเพียงการขายสินค้าหรือบริการ ตั้งแต่การค้นพบตราสินค้า การสั่งซื้อ ไปจนถึงบริการหลังการขาย ให้ราบรื่นและน่าประทับใจที่สุด เพื่อเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้กลายเป็นลูกค้าประจำ ประกอบด้วย การให้ผู้บริโภคมีส่วนร่วมโดยตรงกับตราสินค้า การสร้างความรู้สึกเชิงบวกผ่านการเล่าเรื่อง และการจัดกิจกรรมที่ทำให้ผู้บริโภคได้สัมผัสและจดจำตราสินค้า

4) การพัฒนาองค์กรจากภายใน สร้างรากฐานที่แข็งแกร่งโดยการพัฒนาทักษะของบุคลากรและสร้างวัฒนธรรมแห่งการเรียนรู้ เพื่อให้ทีมงานเป็นพลังขับเคลื่อนที่สำคัญในการนำพากลยุทธ์ทั้งหมดไปสู่ความสำเร็จ ประกอบด้วย การส่งเสริมการเรียนรู้ผ่านการฝึกอบรม การระบุหน้าที่และความรับผิดชอบของแต่ละตำแหน่งให้ชัดเจน และการนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อการสื่อสารข้อมูลในการตัดสินใจ

การอภิปรายผล

1. จากการวิเคราะห์สภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร พบว่า กลุ่มวิสาหกิจต้องเผชิญกับความท้าทายจากสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอก ในมิติของ ปัจจัยภายใน ข้อจำกัดที่สำคัญที่สุดคือบุคลากรยังมีทักษะดิจิทัลเพียงระดับพื้นฐานและขาดทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก ผนวกกับข้อจำกัดด้านงบประมาณและอุปกรณ์ที่ไม่เอื้อต่อการผลิตสื่อคุณภาพสูง ส่งผลกระทบโดยตรงต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือของตราสินค้า (Kumar & Ayodeji, 2021) ตลอดจนขาดระบบการจัดเก็บข้อมูลลูกค้า (e-CRM) ทำให้เสียโอกาสในการวางแผนระยะยาว ซึ่งสอดคล้องกับศิริกาญจน์ ธัญพิมลโรจน์ และสิริชัย ดีเลิศ (2567) ที่ระบุว่าศักยภาพบุคลากรและเทคโนโลยีคือกลไกหลักในการขับเคลื่อนองค์กร ในขณะเดียวกัน ปัจจัยภายนอก ด้านสังคมและวัฒนธรรม โดยเฉพาะการบอกต่อและการเล่าเรื่อง (storytelling) อัตลักษณ์ชุมชน กลับเป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด

ต่อการตัดสินใจซื้อ (ฐิติชญาณ์ จิระรภัสสรณ์, 2565) แม้การขยายตัวของธุรกิจพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (e-Commerce) จะช่วยเปิดตลาดใหม่ แต่วิสาหกิจชุมชนยังต้องเผชิญความกดดันจากความผันผวนทางเศรษฐกิจและข้อบังคับทางกฎหมาย ซึ่งเป็นความท้าทายที่ผู้ประกอบการต้องปรับกลยุทธ์ให้ยืดหยุ่นและให้ความสำคัญกับความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อสร้าง ความไว้วางใจ (เอมมิกา มานะลอ, 2564; Alam & Mubarak, 2025)

2. การพัฒนารูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร

2.1 การสื่อสารตราสินค้าผ่านอัตลักษณ์ (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) เปลี่ยนจากการขายสินค้า ไปสู่การบอกเล่าเรื่องราว โดยใช้วัฒนธรรมและพลังโน้มน้าวใจเป็นหัวใจหลัก เพื่อสร้างแบรนด์ที่น่าจดจำและยากต่อการลอกเลียนแบบ สอดคล้องกับ Alam & Mubarak (2025) ที่ระบุว่า พลังโน้มน้าวใจทางวัฒนธรรมมีประสิทธิภาพสูงในการสร้างภาพลักษณ์แบรนด์ที่แข็งแกร่ง

2.2 การสื่อสารการตลาดที่เน้นประสิทธิภาพและข้อมูล (กลยุทธ์เชิงรุก) นำเทคโนโลยีมาใช้จัดเก็บข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ ซึ่งจะช่วยลดความสูญเปล่าทางการตลาดและจัดการงบประมาณที่มีจำกัดได้อย่างคุ้มค่าสูงสุด สอดคล้องกับฐิติชญาณ์ จิระรภัสสรณ์ (2565) ระบุว่า การใช้ข้อมูลประกอบการตัดสินใจช่วยลดความสูญเปล่าทางการตลาดและส่งเสริมให้สามารถจัดสรรทรัพยากรได้อย่างคุ้มค่าสูงสุด อันเป็นรากฐานสำคัญของการสร้างการเติบโตที่ยั่งยืนแก่วิสาหกิจชุมชน

2.3 การสื่อสารการตลาดเชิงประสบการณ์ (กลยุทธ์เชิงป้องกัน) กห้ความสำคัญกับการสร้างความผูกพันทางอารมณ์ในทุกจุดสัมผัส (touchpoints) เพื่อเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้เป็นลูกค้าที่มีความภักดีต่อแบรนด์ สอดคล้องกับ Alam & Mubarak (2025) ที่ระบุว่า การสร้างความรู้สึกเชิงบวกและความทรงจำต่อแบรนด์มีอิทธิพลต่อความภักดี (customer loyalty) และความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคมากกว่าปัจจัยด้านคุณภาพสินค้าเพียงอย่างเดียว

2.4 การพัฒนาองค์กรจากภายใน (กลยุทธ์เชิงรุก) มุ่งยกระดับทักษะ สร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ เพื่อปิดช่องว่างทางความรู้ของบุคลากร ซึ่งถือเป็นปัจจัยวิกฤต (critical factor) ที่จะช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันให้วิสาหกิจชุมชนเติบโตได้อย่างยั่งยืน สอดคล้องกับศิริกาญจน์ ธัญพิมลโรจน์ และสิริชัย ดีเลิศ (2567) ที่ยืนยันว่าการพัฒนาทักษะบุคลากรเชิงรุกเพื่อปิดช่องว่างทางความรู้ (skill gap) เป็นปัจจัยวิกฤต (critical factor) ในการเพิ่มประสิทธิภาพการสื่อสารการตลาดดิจิทัล และเป็นการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืนและยากต่อการเลียนแบบ (Murphy & Dweck, 2016)

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า การยกระดับการสื่อสารการตลาดดิจิทัลของวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนครภายใต้ข้อจำกัดด้านทรัพยากรและทักษะ ไม่สามารถพึ่งพาเพียงเทคโนโลยี แต่ต้องบูรณาการกลยุทธ์เชิงรุกและเชิงป้องกันอย่างเป็นระบบ โดยต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์จากการมุ่งเน้นขายสินค้า (selling products) สู่การใช้พลังโน้มน้าวใจและอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมมาผสานกับการเล่าเรื่อง (storytelling) เพื่อสร้างเอกลักษณ์ที่ลอกเลียนแบบได้ยาก ควบคู่กับการออกแบบประสบการณ์ในทุกจุดสัมผัส (touchpoints) เพื่อผูกพันอารมณ์และเปลี่ยนลูกค้าขาจรให้เป็นลูกค้าประจำที่ภักดี ในขณะเดียวกัน องค์กรต้องขับเคลื่อนการตลาดเชิงรุกโดยใช้ข้อมูลและระบบวัดผล (data-driven) มาบริหารงบประมาณให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด ที่สำคัญที่สุดคือต้องเร่งพัฒนาทักษะเชิงดิจิทัลของบุคลากรจากภายในเพื่อปิดช่องว่างทางความรู้ (skill gap) องค์ความรู้เชิงบูรณาการนี้จึงเป็นรากฐานสำคัญที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนก้าวข้ามขีดจำกัด สร้างภูมิคุ้มกันต่อความผันผวนภายนอก และเกิดความได้เปรียบทางการแข่งขันที่ยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัย พบว่า บุคลากรส่วนใหญ่เป็นผู้สูงอายุ ซึ่งขาดความรู้และทักษะในการดำเนินงานด้านการตลาดออนไลน์ที่ซับซ้อน ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรจัดทำคู่มือและช่องทางการเรียนรู้ที่ออกแบบมาให้เข้าใจง่าย เหมาะสมกับบริบทของชุมชน พร้อมทั้งจัดให้มีระบบพี่เลี้ยงดิจิทัล ภายในกลุ่มเพื่อถ่ายทอดความรู้อย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการฝึกปฏิบัติจริงในทักษะที่จำเป็น เช่น การสร้างสรรค์คอนเทนต์คุณภาพสูงด้วยอุปกรณ์พื้นฐาน และการประยุกต์ใช้เครื่องมือโฆษณาออนไลน์เบื้องต้น

1.2 ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยภายในด้านงบประมาณ/เงินทุนพบว่า กลุ่มประสบปัญหาด้านงบประมาณอย่างมาก การจัดสรรเงินยังไม่มีแผนที่ชัดเจนและขาดความสม่ำเสมอ ขึ้นอยู่กับรายได้ที่ไม่แน่นอนหรือความจำเป็นเร่งด่วน เงินทุนที่มีจำกัดส่งผลให้ไม่สามารถลงทุนในกิจกรรมการตลาดที่มีต้นทุนสูง ดังนั้นกลุ่มวิสาหกิจชุมชนควรมีนโยบายจัดสรรงบประมาณอย่างเป็นระบบสำหรับกิจกรรมการตลาดดิจิทัลโดยเฉพาะ รวมถึงการลงทุนจัดซื้ออุปกรณ์มาตรฐานที่จำเป็นต่อการผลิตสื่อ นอกจากนี้ ควรจัดทำแผนที่นำทางในการพัฒนาและปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีของกลุ่มให้ทันสมัยอยู่เสมอ

1.3 ผลการวิจัย พบว่า การดำเนินการตลาดดิจิทัลในด้านการวัดผล ยังไม่มีเครื่องมือหรือระบบที่เป็นทางการในการติดตามผลอย่างละเอียด ดังนั้นวิสาหกิจชุมชนควรริเริ่มนำระบบการจัดเก็บข้อมูลลูกค้าและการวัดผลลัพธ์ทางการตลาดอย่างง่าย เช่น การติดตามยอดเข้าชม ยอดการมีส่วนร่วม และยอดสั่งซื้อ มาใช้ร่วมกับการดำเนินงาน เพื่อให้สามารถประเมินความคุ้มค่าของการใช้งบประมาณ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 งานวิจัยมุ่งเน้นศึกษาเฉพาะสภาพแวดล้อมภายใน (ทรัพยากรมนุษย์ งบประมาณ เทคโนโลยี การบริหารจัดการ) และปัจจัยภายนอกทั่วไปรอบ ๆ ตัวของวิสาหกิจชุมชนในจังหวัดสกลนครเป็นหลัก จึงควรพิจารณาเพิ่มตัวแปรอิสระภายนอกที่อาจส่งผลกระทบต่อวิสาหกิจชุมชนเข้ามาร่วมศึกษาด้วย เช่น ระดับการสนับสนุนจากนโยบายภาครัฐ ปัจจัยทางเศรษฐกิจมหภาค (เช่น กำลังซื้อของผู้บริโภค) หรือระดับความรุนแรงของการแข่งขันในตลาดออนไลน์ เพื่อให้โมเดลการวิจัยสามารถอธิบายประสิทธิภาพและปรากฏการณ์ที่เกิดขึ้นได้ครอบคลุมและสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

2.2 ข้อมูลเชิงปริมาณส่วนใหญ่ในงานวิจัยเน้นการวัดภาพรวมสภาพการณ์ตามมาตราส่วนประมาณค่า ทำให้ยังไม่สามารถเจาะลึกไปถึงอุปสรรคทางจิตวิทยาหรือข้อจำกัดทางกายภาพเฉพาะบุคคล จึงควรมีการวิจัยเชิงปฏิบัติการ เพื่อทำความเข้าใจอุปสรรคเชิงลึกทางจิตวิทยาและกายภาพของสมาชิกกลุ่มที่เป็นผู้สูงอายุ โดยมุ่งเน้นการค้นหาและออกแบบรูปแบบการเรียนรู้ที่เหมาะสม ที่จะช่วยให้บุคลากรสูงอายุสามารถปรับตัว ใช้งาน และเปิดรับเครื่องมือดิจิทัลที่มีความซับซ้อนและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2.3 ควรพิจารณาทำการวิจัยเชิงติดตามผลระยะยาว เพื่อประเมินความยั่งยืนของรูปแบบการสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่นำไปปฏิบัติจริงเมื่อเวลาผ่านไป หรือทำการวิจัยเปรียบเทียบ (comparative study) กับวิสาหกิจชุมชนในภูมิภาคอื่น เพื่อทดสอบความสามารถในการนำโมเดลนี้ไปขยายผลประยุกต์ใช้ (scalability) ในบริบทพื้นที่ที่แตกต่างกัน

เอกสารอ้างอิง

จิรภัทร เริ่มศรี. (2562). *กลยุทธ์การสื่อสารอัตลักษณ์ผ้าย้อมครามสกลนคร*. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญานิเทศศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์การตลาด มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย.

ฐิติชญาณ์ จิระรภัสสรณ์. (2565). การศึกษาการวัดประสิทธิผลการสื่อสารการตลาดดิจิทัลเพื่อสร้างการรับรู้ และการสร้างการมีส่วนร่วมแบรนด์ กรณีศึกษาการออกแบบเนื้อหาบนแพลตฟอร์ม Facebook เพจ “KEEB ON”. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ณัฐวิชช์ กิตติ์ฐิติภัทร์. (2564). *กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดดิจิทัลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าในร้านนิยายวายออนไลน์ กรณีศึกษา ร้านนิยายวายออนไลน์ Annloei*. การค้นคว้าอิสระศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ลิเลี่ยน ครอฟท์. (2568). การวัดประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนช่องทางอินสตาแกรม กรณีศึกษาร้าน Khun.na.phapp. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

วริศ ทองมูลดี. (2563). การสื่อสารการตลาดของคอร์สเรียนออนไลน์บนช่องทางเฟซบุ๊กแฟนเพจ กรณีศึกษา Upperclazz โดยบริษัท Uppercuz Creative. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

ศิริกาญจน์ ธัญพิมลโรจน์ และสิริชัย ดีเลิศ. (2567). ความสามารถในการเปลี่ยนผ่านทางดิจิทัลขององค์กรในประเทศไทย ผ่านมุมมองของพนักงานในองค์กรนวัตกรรมในประเทศไทย. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์, 9*(3), 691–706. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/275217.

สำนักงานเกษตรจังหวัดสกลนคร. (2568). *ข้อมูลวิสาหกิจชุมชนจังหวัดสกลนคร ปี 2568*. กรมส่งเสริมการเกษตร.

สำนักงานนโยบายและยุทธศาสตร์ค้า. (2566). *การพัฒนาศักยภาพวิสาหกิจชุมชนเพื่อยกระดับเศรษฐกิจฐานราก*. กระทรวงพาณิชย์.

อาทิตย์ ว่องไวตระการ. (2560). *อิทธิพลของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดและเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อการรับรู้ของผู้บริโภคในการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านร้านค้าออนไลน์*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.

เอมมิกา มานะลอ. (2564). *ประสิทธิผลของการสื่อสารการตลาดดิจิทัลบนช่องทาง Facebook Ads Manager กรณีศึกษา ร้าน NN159 Shop*. การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารการตลาดดิจิทัล มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

อุษา ศิลป์เรืองวิไล. (2566). การประยุกต์ใช้ทฤษฎีการแพร่กระจายนวัตกรรม (เอเวอร์เร็ต เอ็ม โรเจอร์ส, 2526) เพื่ออธิบายพฤติกรรมผู้บริโภคในยุคดิจิทัล. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 8*(7), 681–694. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/261342.

Alam, M., & Mubarak, R. (2025). The relationship between digital marketing and consumer brand perception. *Competitiveness Review: An International Business Journal*, 35(4), 753–771. https://doi.org/10.1108/CR-02-2024-0035.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice (7th ed)*. Pearson Education.

Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage Publications.

Kotler, P., & Keller, K. (2021). *Marketing management* (15th ed). Pearson Publishing.

Kumar, V., & Ayodeji, O. G. (2021). E-retail factors for customer activation and retention: An empirical study from Indian e-commerce customers. *Journal of Retailing and Consumer Services, 59*, 102399. https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2020.102399.

Murphy, M. C., & Dweck, C. S. (2016). Mindsets shape consumer behavior, *Journal of Consumer Psychology*, *26*(1), 127–136. https://doi.org/10.1016/j.jcps.2015.06.005.

Nguyen, H. T. T. (2023). Unproctored assignment-based online assessment in higher education: Stakeholder evaluation of issues. *Issues in Educational Research*, *33*(1), 207–226. http://www.iier.org.au/iier33/nguyen.pdf.

Smith, P. R., & Zook, Z. (2019). *Marketing communications: Integrating online and offline, customer engagement and digital technologies*. Kogan Page Publishers.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชนด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขัน กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง

Creating values-added community products through packaging design development for competitive opportunities: A case study of the oyster mushroom herbal sausage housewife group, Sala Subdistrict, Koh Kha District, Lampang Province

อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน [1], ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน [2*], สรัชนุช บุญวุฒิ [3], กาญจนา คุมา [4], วีรพร สุพจน์ธรรมจารี [5], ศิรญา จนาศักดิ์ [6], ศิวัช ลาวัลย์วดีกุล [7], กรรณิการ์ สายเทพ [8], ธิติมา คุณยศยิ่ง [9] สรวิศ มูลอินต๊ะ [10]

Anurak Atitkawin [1], Phaithun Intakhan [2*], Saratchnut Boonvut [3], Kanjana Kuma [4], Weeraporn Supotthamjaree [5], Siraya Janasak [6], Siwat Lawanwadeekul [7], Kannika Saithep [8], Thitima Khunyotying [9], Soravich Mulinta [10]

[1,2,3,4,5,6,8] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[7,9,10] คณะเทคโนโลยีอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง

[1,2,3,4,5,6,8] Faculty of Management Science, Lampang Rajabhat University

[7,9,10] Faculty of Industrial Technology, Lampang Rajabhat University

Corresponding author's e-mail: teelek305@lpru.ac.th [1], drphaithun@lpru.ac.th [2], saratchnut@lpru.ac.th [3], khukanchana@gmail.com [4], weethammajaree@gmail.com [5], Siriya_jana@gmail.com [6], b_siwat@g.lpru.ac.th [7], psaithep@gmail.com [8], thitima@g.lpru.ac.th [9], soravich@lpru.ac.th [10]

Received: March 17, 2026 Revised: April 24, 2026 Accepted: April 26, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ 2) ศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ และ 3) พัฒนาแนวทางสร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน ทั้งเชิงปริมาณ และเชิงคุณภาพ เครื่องมือที่ใช้ประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลหลักจำนวน 20 คน และแบบสอบถามเพื่อเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

ผู้บริโภคจำนวน 400 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน รวมทั้งการวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบใหม่จำนวน 1 รูปแบบ ที่เน้นความเรียบง่าย ร่วมสมัย ใช้โทนสีส้มและน้ำตาลเพื่อดึงดูดความสนใจ พร้อมระบุข้อมูลผลิตภัณฑ์และตราสินค้าอย่างชัดเจน 2) ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบในภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยพึงพอใจด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่ายสูงสุด 3) แนวทางสร้างโอกาสทางการแข่งขันประกอบด้วย การพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้มีหลายขนาด และใช้วัสดุเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม การขยายช่องทางจำหน่ายผ่านสื่อสังคมออนไลน์ และการขอรับรองมาตรฐานการผลิต ทั้งนี้ผลการวิจัยสะท้อนนัยสำคัญว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ไม่เพียงแต่ช่วยเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ แต่ยังเป็นการยกระดับเศรษฐกิจฐานราก สร้างรายได้ที่ยั่งยืนให้แก่ชุมชน และเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันระดับที่กว้างขึ้น

คำสำคัญ: การสร้างมูลค่าเพิ่ม, การพัฒนาบรรจุภัณฑ์, โอกาสในการแข่งขัน

Abstract

This research aimed to: 1) Design and develop prototype packaging; 2) study consumer satisfaction towards the prototype packaging; and 3) develop guidelines to create competitive opportunities for the herbal oyster mushroom Sai Aua (Northern Thai sausage) products of the housewives' group. A mixed-methods approach, combining both quantitative and qualitative methods, was employed. Research instruments included in-depth interviews with 20 key informants and questionnaires administered to a sample of 400 consumers. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results revealed the following: 1) One new prototype packaging was developed, emphasizing a simple and contemporary design. It utilized orange and brown color tones to attract attention and clearly displayed product information and the brand. 2) Overall consumer satisfaction towards the prototype packaging was at a high level, with the aspect of sales promotion receiving the highest satisfaction score. 3) Guidelines for creating competitive opportunities included developing products in various sizes, utilizing eco-friendly materials, expanding distribution channels via social media platforms, and acquiring production standard certifications. Significantly, the findings imply that packaging development not only adds value to the products but also elevates the grassroots economy, generates sustainable community income, and enhances competitiveness on a broader scale.

Keywords: values added, developing packaging, competitive opportunity

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การพัฒนาประเทศให้คนในสังคมอยู่ร่วมกันอย่างสงบสุข เศรษฐกิจเจริญเติบโตอย่างมีคุณภาพและยั่งยืนภายใต้กระแสการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอกประเทศที่ปรับเปลี่ยนเร็ว คาดการณ์ได้ยากและซับซ้อนมากยิ่งขึ้น แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) และต่อเนื่องถึงฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566-2570) ที่ให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างรากฐานของประเทศจึงได้กำหนดทิศทางและยุทธศาสตร์การพัฒนาที่เหมาะสม โดยเร่งสร้างภูมิคุ้มกันเพื่อป้องกันปัจจัยเสี่ยง และเสริมรากฐานของประเทศด้านต่าง ๆ ให้เข้มแข็งควบคู่ไปกับการพัฒนาคนและสังคมไทยให้มีคุณภาพ มีโอกาสได้รับประโยชน์จากการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมอย่างเป็นธรรม รวมทั้งสร้างโอกาสทางเศรษฐกิจด้วยฐานความรู้ และความคิดสร้างสรรค์บนพื้นฐานการผลิตและการบริโภคที่

เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม นำไปสู่การพัฒนาประเทศที่มั่นคงและยั่งยืน (สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการ, 2561) และเนื่องจากสภาวะการแข่งขันของธุรกิจในปัจจุบันที่มีความรุนแรงมากอันเนื่องมาจากการเปิดเสรีทางการค้าและความสะดวกรวดเร็วในการคมนาคมขนส่ง รวมถึงการเข้ามาของกลุ่มคู่แข่งขันรายใหม่ที่มีจำนวนมากและมีผลิตภัณฑ์ที่คล้ายคลึงกัน ผสมกับพฤติกรรมของผู้บริโภคที่มีความช่างเลือกสินค้าใหม่ ๆ รูปแบบใหม่ ๆ ที่มีความหลากหลายน่าสนใจ ธุรกิจที่ลูกค้ามาซื้อหรือมาใช้บริการจนเป็นลูกค้าประจำเนื่องจากมีความภักดีของตราสินค้า โดยที่ผู้บริโภคมีความเชื่อมั่น การนึกคิดหรือตรงใจผู้บริโภคมาโดยตลอด ซึ่งในปัจจุบันหลายองค์กรทางธุรกิจจะมีความหลากหลายในการใช้กลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อดึงดูดให้ผู้บริโภคเปลี่ยนหรือหันไปใช้สินค้าใหม่เสมอ รวมถึงนโยบายของภาครัฐที่สนับสนุนให้ธุรกิจขนาดเล็ก ธุรกิจชุมชน สินค้าชุมชน ได้เกิดการพัฒนาตนเอง เพื่อเพิ่มความสามารถทางการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ และสามารถที่จะอยู่รอดได้อย่างยั่งยืน

มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง ภายใต้โครงการขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมฐานรากหลังโควิดด้วยโมเดลเศรษฐกิจชีวภาพ–หมุนเวียน–สีเขียว (Bio–Circular–Green Economy: BCG) ได้ทำการคัดเลือกพื้นที่ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง เป็นหนึ่งในตำบลเพื่อขับเคลื่อนและพัฒนาท้องถิ่น ในการพัฒนาปรับปรุงกระบวนการผลิต การแปรรูปวัตถุดิบ ส่งเสริมและสร้างมูลค่าเพิ่มเพื่อผลักดันให้เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน และสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งในชุมชนต่อไป ตำบลศาลา เป็นหนึ่งในเก้าตำบลของอำเภอเกาะคา ที่มีการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมแบบบูรณาการ โดยจากการยกระดับเศรษฐกิจที่ผ่านมาทำให้ตำบลศาลา มีผลิตภัณฑ์ชุมชนที่หลากหลายขึ้นทำให้รายได้ในชุมชนมีเพิ่มขึ้นบ้าง แต่ยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเนื่องมาจากผลิตภัณฑ์ดังกล่าวเป็นผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นมาใหม่ ยังไม่เป็นที่รู้จักและยอมรับกันอย่างแพร่หลาย ประกอบกับสินค้าที่ผลิตใหม่ในชุมชนยังขาดกระบวนการพัฒนารูปแบบให้มีมูลค่าที่สูงขึ้น ตลอดจนการส่งเสริมการขายที่จะผลักดันให้สามารถเข้าสู่ตลาดของการแข่งขันได้ และผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ยังมีข้อจำกัดด้านบรรจุภัณฑ์เดิมที่เป็นเพียงถุงพลาสติกใสธรรมดา ไม่มีตราสินค้า ขาดการระบุข้อมูลส่วนประกอบและวันหมดอายุที่ชัดเจน ข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลให้สินค้าไม่สามารถดึงดูดผู้บริโภค ไม่สามารถรักษาคุณภาพสินค้าให้ยาวนาน และเสียเปรียบในการแข่งขันเมื่อเทียบกับสินค้าในท้องตลาดซึ่งถ้าสามารถพัฒนารูปแบบของบรรจุภัณฑ์ได้จะทำให้มีมูลค่าเพิ่มสูงขึ้น (อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน และคณะ, 2562)

ด้วยเหตุนี้ เพื่อแก้ปัญหาและตอบโจทย์การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์อย่างเป็นลำดับขั้นตอน การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องทำการศึกษาและพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่เหมาะสม ประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค และค้นหาแนวทางสร้างโอกาสทางการแข่งขัน เพื่อช่วยยกระดับสินค้าของกลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้าให้มีมูลค่าสูงขึ้น สร้างเอกลักษณ์ที่จดจำได้ และสามารถอยู่รอดในตลาดการแข่งขันได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อทำการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า
2. เพื่อศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบสำหรับผลิตภัณฑ์กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า
3. เพื่อพัฒนาแนวทางในการสร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า

การทบทวนวรรณกรรม

งานวิจัยเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชน ด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขัน กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ได้ศึกษางานวิจัยในอดีต เพื่อเป็นฐานในการศึกษาวิจัยดังนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value addition)

การสร้างมูลค่าเพิ่ม หมายถึง กระบวนการปรับปรุง เปลี่ยนแปลง หรือเพิ่มคุณลักษณะพิเศษลงในผลิตภัณฑ์หรือบริการ เพื่อให้ผลิตภัณฑ์นั้นมีมูลค่าทางเศรษฐกิจสูงขึ้นกว่าเดิมในสายตาของผู้บริโภค โดยอาศัยนวัตกรรม ความคิดสร้างสรรค์ หรือเทคโนโลยี เพื่อสร้างความแตกต่างจากสินค้าทั่วไปในตลาด วรพงศ์ แสงผัด และคณะ (2567) ได้ระบุว่า การสร้างมูลค่าเพิ่มให้สินค้าชุมชนในยุคปัจจุบันต้องก้าวข้ามการผลิตแบบดั้งเดิม โดยใช้กลยุทธ์ “การสร้างคุณค่าที่รับรู้ได้” (perceived value) ผ่านการเล่าเรื่องราว (storytelling) และการยกระดับมาตรฐานสินค้า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Chanthes (2021) ที่กล่าวว่า การสร้างมูลค่าในวิสาหกิจชุมชนไทยต้องอาศัยการจัดการความรู้ (Knowledge Management: KM) เพื่อเปลี่ยนวัตถุดิบพื้นบ้านให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม (innovative products) ซึ่งจะช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นได้

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ (packaging development)

การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ หมายถึง การประยุกต์ใช้ศาสตร์และศิลป์ในการออกแบบโครงสร้างและกราฟิกของภาชนะบรรจุ เพื่อทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์ อำนวยความสะดวกในการขนส่ง และเป็นเครื่องมือสื่อสารทางการตลาดที่สะท้อนอัตลักษณ์ของตราสินค้า รัชฎาพร ใจมั่น และคณะ (2563) อธิบายว่าบรรจุภัณฑ์มีบทบาทเป็น "พนักงานขายเงียบ" (silent salesman) โดยเฉพาะสินค้าประเภทอาหารชุมชน การพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้องคำนึงถึง 3 มิติ คือ ความสวยงามร่วมสมัย การสื่อสารถึงคุณภาพ และความปลอดภัยของอาหาร (food safety) (Spence, 2016) นอกจากนั้นแล้ว บรรจุภัณฑ์ที่สามารถดึงดูดใจผู้บริโภคยุคใหม่ได้ต้องมีการออกแบบที่เรียบง่าย (minimalist) แต่ยังคงกลิ่นอายของอัตลักษณ์ท้องถิ่น (ปรียารักษ์ ละอองนวล และคณะ, 2568; ฐิญาภา เสถียรคมสรไกร และพิมพ์สิรี สุวรรณ, 2566) ซึ่งช่วยสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าชุมชนในระดับสากล (Silayoi & Speece, 2007) นอกจากนั้นแล้ว เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในตลาดยุคปัจจุบัน บรรจุภัณฑ์ ต้องมีความสวยงาม และสามารถสื่อสารคุณค่าด้านสิ่งแวดล้อมได้อย่างมีประสิทธิภาพ Weisstein et al. (2024) ได้ศึกษาอิทธิพลของการระบุข้อความและสัญลักษณ์ด้านสิ่งแวดล้อม (environmental claim framing) บนบรรจุภัณฑ์อาหารทางเลือกและอาหารเพื่อสุขภาพ พบว่า การสื่อสารที่ชัดเจนถึงความเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมบนบรรจุภัณฑ์ มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการประเมินคุณค่าผลิตภัณฑ์ของผู้บริโภค (consumer evaluation) และช่วยกระตุ้นความตั้งใจซื้อ (purchase intention) ได้สูงกว่าบรรจุภัณฑ์ที่ไม่มีการระบุข้อมูลดังกล่าว ซึ่งงานวิจัยชิ้นนี้สอดคล้องกับแนวทางการยกระดับบรรจุภัณฑ์ของวิสาหกิจชุมชนที่ต้องการเปลี่ยนรูปลักษณ์จากบรรจุภัณฑ์พลาสติกใสธรรมดา ไปสู่กล่องบรรจุภัณฑ์ที่เน้นภาพลักษณ์ความยั่งยืน เพื่อให้สามารถเจาะตลาดกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อมได้อย่างเป็นรูปธรรม

โอกาสทางการแข่งขัน (competitive opportunity)

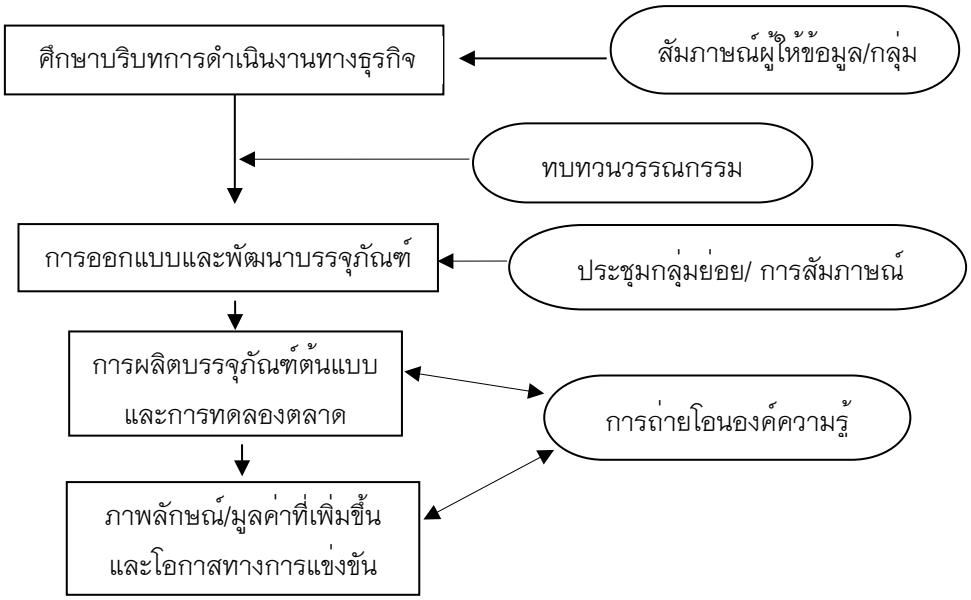
โอกาสทางการแข่งขัน หมายถึง สภาวะหรือปัจจัยแวดล้อมที่เอื้ออำนวยให้ธุรกิจสามารถสร้างความได้เปรียบเหนือคู่แข่งขัน ทั้งในด้านต้นทุนที่ต่ำกว่า หรือความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่น ทำให้สามารถครองส่วนแบ่งตลาดหรือเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ได้ สวิชญา สมบุญโสด และคณะ (2562) ศึกษาแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหาร จังหวัดลำปาง นำเสนอว่า โอกาสทางการแข่งขันไม่ได้ขึ้นอยู่กับปริมาณการผลิต แต่ขึ้นอยู่กับ “ความเร็วในการปรับตัว” และ “ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า” การพัฒนาบรรจุภัณฑ์

ให้รองรับการขนส่งระยะไกล (logistics-friendly packaging) เช่น การใช้ระบบสุญญากาศ จะช่วยขยายขอบเขตการตลาดจากชุมชนไปสู่ตลาดออนไลน์และโมเดิร์นเทรด ซึ่งเป็นการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืน ในกรณีของผลิตภัณฑ์อาหารจากเห็ด สถิตย์พงษ์ มั่นหลำ และคณะ (2559) พบว่าการพัฒนา “ไส้อั่วเห็ด” เป็นการตอบโจทย์เทรนด์อาหารเพื่อสุขภาพ (plant-based meat alternative) ซึ่งเป็นโอกาสสำคัญในตลาดอาหารปัจจุบัน การนำสมุนไพรท้องถิ่นมาเป็นส่วนประกอบไม่เพียงแต่ช่วยเรื่องรสชาติ แต่ยังเป็นการตอกย้ำอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง

จากวรรณกรรมแสดงให้เห็นถึงความเชื่อมโยงเชิงระบบที่มีความสัมพันธ์กันอย่างเป็นลำดับ เริ่มต้นจากการสร้างมูลค่าเพิ่ม (value addition) ซึ่งเป็นเป้าหมายหลักในการยกระดับรายได้ของชุมชน โดยมี การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ (packaging development) เป็นกลไกสำคัญหรือเครื่องมือสื่อสารที่ทำให้มูลค่าที่เพิ่มขึ้นนั้นเป็นรูปธรรมและจับต้องได้ ในขณะที่บรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นสื่อกลาง สิ่งที่ต้องบรรจุลงไปในงานออกแบบ คือ อัตลักษณ์ท้องถิ่นและนวัตกรรมอาหาร (local identity & food innovation) เพื่อสร้างความแตกต่าง (differentiation) ของผลิตภัณฑ์ไส้อั่วเห็ดนางฟ้าให้โดดเด่นกว่าสินค้าทั่วไปในท้องตลาด เมื่อผลิตภัณฑ์มีทั้งคุณค่าจากนวัตกรรมอาหารและภาพลักษณ์ที่ทันสมัยผ่านบรรจุภัณฑ์ที่สะท้อนรากเหง้าวัฒนธรรมลำปาง จะส่งผลลัพธ์โดยตรงต่อการสร้าง โอกาสทางการแข่งขัน (competitive opportunity) ทำให้กลุ่มแม่บ้านสามารถขยายฐานลูกค้าจากระดับชุมชนไปสู่ตลาดที่กว้างขึ้นและยั่งยืนได้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากงานวิจัยของวรพงศ์ แสงผัด และคณะ (2567) รัชฎาพร ใจมั่น และคณะ (2563) และสถิตย์พงษ์ มั่นหลำ และคณะ (2559) สรุปเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) โดยใช้รูปแบบการวิจัย

เชิงสำรวจแบบลำดับขั้นเชิงสำรวจ (exploratory sequential design) ซึ่งเริ่มต้นจากการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพเพื่อนำไปสู่การพัฒนาต้นแบบ และตามด้วยการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณเพื่อประเมินผลลัพธ์ โดยแบ่งลำดับขั้นตอนการเก็บข้อมูลและดำเนินการเป็น 2 ระยะ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและเป็นระบบ ดังนี้

ระยะที่ 1 การวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 (การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์) และข้อที่ 3 (แนวทางสร้างโอกาสทางการแข่งขัน)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) จำนวน 20 คน ผู้วิจัยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive selection) ประกอบด้วย 1) ตัวแทนผู้ประกอบการกลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า จำนวน 5 คน โดยมีหลักเกณฑ์ คือ เป็นตัวแทนกลุ่มแม่บ้านที่มีความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานของกลุ่ม ประกอบด้วย ประธานกลุ่ม รองประธาน เลขานุการ ผู้ดูแลด้านบัญชีการเงิน และผู้ดูแลด้านการผลิตและการตลาด 2) ผู้เชี่ยวชาญด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์และนักวิชาการด้านการตลาด จำนวน 5 คน ประกอบด้วย อาจารย์สาขาวิชาการตลาด จำนวน 3 คน และการออกแบบ จำนวน 2 คน โดยทุกคนมีประสบการณ์ด้านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ให้กับสินค้าชุมชน และ 3) ตัวแทนผู้บริโภคประจำที่ซื้อสินค้าของกลุ่มชุมชน จำนวน 10 คน ประกอบด้วย ลูกค้าที่ซื้อซ้ำสินค้าไม่น้อยกว่า 3 ครั้งขึ้นไป

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) สำหรับผู้เชี่ยวชาญ และการสนทนากลุ่ม (focus group) สำหรับกลุ่มแม่บ้านและผู้บริโภค เครื่องมือที่ใช้คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured Interview) ซึ่งมีประเด็นคำถามครอบคลุมเรื่อง ปัญหาของบรรจุภัณฑ์เดิม ความต้องการด้านการใช้งาน อัตลักษณ์ที่ควรสื่อสารบนบรรจุภัณฑ์ และแนวทางการเพิ่มขีดความสามารถทางการแข่งขัน การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยใช้การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน โดยมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) มากกว่า .67 ทุกข้อคำถาม

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการสัมภาษณ์และจัดกิจกรรมระดมสมอง (Brainstorming) เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์ด้วยเทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยการจัดหมวดหมู่ข้อมูล (coding) และสกัดประเด็นสำคัญ เพื่อนำไปสู่การร่างรูปแบบกราฟิกและโครงสร้างบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (prototype) รวมถึงสังเคราะห์เป็นแนวทางการสร้างโอกาสทางการแข่งขันของชุมชน

ระยะที่ 2 การวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) เพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 (การศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้บริโภคที่ได้ทดลองสัมผัสและใช้งานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่ เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่ชัด ผู้วิจัยจึงคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างด้วยสูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำ 384 คน ผู้วิจัยได้เก็บรวบรวมข้อมูลจริงจำนวน 400 คน เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนของข้อมูล โดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้บริโภคที่ได้ทดลองสัมผัสและใช้งานบรรจุภัณฑ์ต้นแบบที่พัฒนาขึ้นใหม่

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม (questionnaire) แบ่งออกเป็น 3 ส่วน คือ ส่วนที่ 1 ข้อมูล

ประชากรศาสตร์ มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ส่วนที่ 2 แบบประเมินความพึงพอใจต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ ด้านการบรรจุ ด้านอำนวยความสะดวก และด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย มีลักษณะเป็นมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามวิธีของ Likert ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม เป็นคำถามปลายเปิด ส่วนการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามให้ผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (ค่า IOC > .67 ทุกข้อ) จากนั้นนำไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มประชากรที่คล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ด้วยสูตรสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งพบว่ามีค่าความเชื่อมั่นทั้งฉบับเท่ากับ .86 ถือว่าเครื่องมือมีความน่าเชื่อถือในระดับสูง สามารถนำไปใช้จริงได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูล เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้การวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ ความถี่ (frequency) และ ร้อยละ (percentage) ในการวิเคราะห์ข้อมูลประชากรศาสตร์ ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ในการวิเคราะห์ระดับความพึงพอใจ โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลคะแนนเฉลี่ยเป็น 5 ระดับ คือ 4.51–5.00 (พึงพอใจมากที่สุด) 3.51–4.50 (พึงพอใจมาก) 2.51–3.50 (พึงพอใจปานกลาง) 1.51–2.50 (พึงพอใจน้อย) และ 1.00–1.50 (พึงพอใจน้อยที่สุด)

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัย 3 ข้อ ดังนี้

1. ผลการออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 1) ได้บรรจุภัณฑ์ต้นแบบใหม่จำนวน 1 รูปแบบ โดยปรับเปลี่ยนจากถุงพลาสติกธรรมดา มาเป็นบรรจุภัณฑ์ 2 ชั้น ชั้นแรกคือถุงพลาสติกหนาสุญญากาศเพื่อยืดอายุสินค้า และชั้นที่สองคือกล่องกระดาษสี่เหลี่ยมแบนสีขาวขนาด 500–1,000 กรัม ที่เรียบง่าย ร่วมสมัย จัดหาได้สะดวกในท้องตลาด เพื่อลดต้นทุนการดำเนินงานและลดภาระค่าใช้จ่ายในระยะยาวของกลุ่มแม่บ้านวิสาหกิจชุมชน ด้านการออกแบบกราฟิก เน้นใช้โทนสีน้ำตาลและสีส้มเพื่อสื่อถึงความน่ารับประทาน มีตราสัญลักษณ์โลโก้ “ไส้กรอกเห็ดนางฟ้า” อย่างชัดเจน เนื่องจากอยากให้สื่อถึงความแตกต่าง โดยปกติไส้กรอกจะเป็นที่รู้จักมากกว่าไส้อั่ว พร้อมระบุข้อความ “ผลิตภัณฑ์ชุมชน ตำบลศาลา” รวมถึงข้อมูลส่วนประกอบ สถานที่ติดต่อ และคิวอาร์โค้ด (QR code) สื่อสังคมออนไลน์ เพื่อสร้างความแตกต่างและมูลค่าเพิ่ม

ภาพที่ 2 ผลการออกแบบบรรจุภัณฑ์ชั้นที่ 1 และ ชั้นที่ 2

2. ผลการศึกษาความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อบรรจุภัณฑ์ต้นแบบ (ตอบวัตถุประสงค์ข้อ 2) กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 59.00) อายุ 20–29 ปี (ร้อยละ 32.75) อาชีพธุรกิจส่วนตัว (ร้อยละ 44.00) ผลการวิเคราะห์พบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่ในภาพรวมระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14) เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบเชิงลึกในแต่ละด้าน มีรายละเอียดดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อการออกแบบบรรจุภัณฑ์ไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า

รายการประเมินความพึงพอใจ	ระดับความพึงพอใจ		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์			
บรรจุภัณฑ์สามารถช่วยปกป้องการสัมผัสกับน้ำและอากาศได้เป็นอย่างดี	4.30	.52	มาก
ช่วยปกป้องและยืดอายุของสินค้าได้	4.22	.64	มาก
โครงสร้างบรรจุภัณฑ์สามารถปิดได้สนิทเพื่อคุ้มครองผลิตภัณฑ์ภายใน	4.20	.62	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความพอดีกับสินค้าที่อยู่ภายใน	4.11	.54	มาก
มั่นใจว่าช่วยปกปิดได้มิดชิดและดูปลอดภัย	3.98	.70	มาก
ภาพรวม	4.16	.63	มาก
2) ด้านการบรรจุ			
มีฝาปิดที่ดูสะอาดปลอดภัย	4.35	.32	มาก
มีการบรรจุสินค้าในปริมาณที่เหมาะสม	4.06	.34	มาก
สามารถเปิดให้มองเห็นผลิตภัณฑ์ด้านในได้	4.01	.45	มาก
เมื่อใช้หมดแล้ว สามารถนำบรรจุภัณฑ์ไปใช้ประโยชน์อื่น ๆ ต่อได้	3.84	.72	มาก
บรรจุภัณฑ์สามารถนำไปใช้ร่วมกับสินค้าที่มีลักษณะใกล้เคียงกันได้	3.81	.71	มาก
ภาพรวม	4.01	.47	มาก
3) ด้านอำนวยความสะดวก			
ช่วยเก็บรักษาคุณภาพของสินค้ากรณีที่ยังใช้ไม่หมด	4.32	.43	มาก
แสดงราคาและข้อมูลให้ง่ายต่อการเปรียบเทียบคุณภาพ ปริมาณ และราคา	4.27	.47	มาก
แสดงข้อมูลบนป้ายฉลากที่อ่านง่ายและตัวอักษรชัดเจน	4.24	.42	มาก
กล่องมีฝาเปิด–ปิด ที่ใช้ได้ง่ายและสะดวก	4.18	.58	มาก
มีขนาดที่สะดวกต่อการพกพา	3.99	.67	มาก
ภาพรวม	4.20	.53	มาก
4) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย			
การใช้ภาพประกอบเพื่อช่วยสร้างความน่าสนใจให้กับสินค้า	4.36	.48	มาก
การเลือกใช้โทนสีต่าง ๆ ให้เข้ากับตัวสินค้า	4.28	.42	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความเป็นเอกลักษณ์ที่จดจำตราสินค้าได้ง่าย	4.24	.39	มาก
บรรจุภัณฑ์ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าในสายตาผู้บริโภค	4.14	.44	มาก
บรรจุภัณฑ์มีความสวยงาม สามารถดึงดูดความสนใจได้เมื่อพบเห็น	4.01	.42	มาก
ภาพรวม	4.21	.44	มาก

จากตาราง 1 พบว่าระดับความพึงพอใจของผู้บริโภคที่มีต่อต้นแบบบรรจุภัณฑ์ไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าผลการประเมินมีความน่าสนใจดังนี้

1) ด้านการส่งเสริมการจัดจำหน่าย เป็นด้านที่มีคะแนนเฉลี่ยในภาพรวมค่อนข้างสูง โดยผู้บริโภคพึงพอใจสูงสุดในเรื่อง การใช้ภาพประกอบที่ช่วยสร้างความน่าสนใจ ($\overline{X}$ = 4.36) และการเลือกใช้โทนสีที่เข้ากับตัวสินค้า

($\overline{X}$ = 4.28) แสดงให้เห็นว่าการออกแบบเชิงกราฟิกมีผลอย่างมากต่อการดึงดูดสายตาและการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับสินค้าชุมชน

2) ด้านอำนวยความสะดวก ผู้บริโภคให้ความสำคัญกับการเก็บรักษาคุณภาพสินค้าในกรณีที่ยังใช้ไม่หมดเป็นอันดับหนึ่ง ($\overline{X}$ = 4.32) รองลงมาคือการแสดงรายละเอียดข้อมูลและราคาที่ชัดเจนเพื่อใช้เปรียบเทียบ ($\overline{X}$ = 4.27) ซึ่งสะท้อนถึงพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ที่เน้นความคุ้มค่าและความสะดวกในการใช้งาน

3) ด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์ บรรจุภัณฑ์ต้นแบบสามารถตอบโจทย์ความมุ่งหมายหลักได้ดี โดยเฉพาะการป้องกันการสัมผัสกับน้ำและอากาศ ($\overline{X}$ = 4.30) และความสามารถในการยืดอายุสินค้า ($\overline{X}$ = 4.22) ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของผลิตภัณฑ์ประเภทอาหารแปรรูป

4) ด้านการบรรจุ แม้จะมีค่าเฉลี่ยรวมน้อยกว่าด้านอื่นเล็กน้อย แต่ผู้บริโภคพึงพอใจสูงมากในเรื่องความสะอาดของฝาปิด ($\overline{X}$ = 4.35) ส่วนประเด็นเรื่องการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ (reuse) แม้จะอยู่ในระดับมาก แต่อยู่ในลำดับท้ายสุด ($\overline{X}$ = 3.84)

โดยสรุป บรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาขึ้นไม่เพียงแต่ทำหน้าที่ปกป้องผลิตภัณฑ์และอำนวยความสะดวกในการใช้งานเท่านั้น แต่ยังทำหน้าที่เป็นเครื่องมือทางการตลาดที่มีประสิทธิภาพในการสร้างภาพลักษณ์และการจดจำตราสินค้า (brand recognition) ให้กับกลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้าได้อย่างดีเยี่ยม

3. ผลการจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับกลุ่มผู้เชี่ยวชาญและตัวแทนผู้ประกอบการสามารถสังเคราะห์แนวทางการสร้างโอกาสทางการแข่งขัน พัฒนาแนวทางในการสร้างโอกาสทางการแข่งขันให้กับผลิตภัณฑ์ชุมชนกลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า (ตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ได้ดังนี้)

1) การสร้างทางเลือกด้านขนาดและราคา ผู้เชี่ยวชาญเสนอให้พัฒนาบรรจุภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กลง (Snack size) สำหรับนักท่องเที่ยวที่ต้องการซื้อรับประทานทันที และขนาดบรรจุภัณฑ์แบบรวมชุด (gift set) เพื่อเพิ่มมูลค่าในช่วงเทศกาล

2) การยกระดับความเชื่อมั่นด้วยมาตรฐาน ชุมชนควรเร่งขอรับรองมาตรฐาน อย. และ มผช. โดยระบุเลขสารบนบรรจุภัณฑ์ที่พัฒนาใหม่ เพื่อสร้างความเชื่อมั่นในระดับสากล

3) การรุกตลาดดิจิทัลเชิงรุก เน้นการเล่าเรื่อง (storytelling) ของเห็ดนางฟ้าออร์แกนิกผ่านคิวอาร์โค้ดบนกล่อง เพื่อเชื่อมโยงไปยังหน้าขายสินค้าออนไลน์

4) การใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (green packaging) ในอนาคตควรปรับจากพลาสติกหนาสุญญากาศเป็นพลาสติกชีวภาพที่ย่อยสลายได้ เพื่อตอบโจทย์กลุ่มผู้บริโภคที่ใส่ใจสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงในปัจจุบัน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาเรื่อง การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าชุมชน ด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขัน กรณีศึกษา: กลุ่มแม่บ้านไส้อั่วสมุนไพรเห็ดนางฟ้า ตำบลศาลา อำเภอเกาะคา จังหวัดลำปาง ผู้วิจัยสามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายเชื่อมโยงกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ได้ใน 3 ประเด็นหลัก ดังนี้

1. การพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อยกระดับภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้คุณค่า (perceived value) พบว่าการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์ใหม่เป็นแบบ 2 ชั้น (ชั้นในเป็นถุงสุญญากาศ ชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษสี่เหลี่ยมแบนสไตล์มินิมอล) พร้อมกับการใช้กราฟิกโทนสีส้ม-น้ำตาล สามารถสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้บริโภคในด้านการ

ส่งเสริมการจัดจำหน่ายสูงสุด เนื่องจากบรรจุภัณฑ์ทำหน้าที่เป็นเสมือน "พนักงานขายเงียบ" ที่ดึงดูดสายตาและสื่อสารภาพลักษณ์ที่ทันสมัย ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดของรัชฎาพร ใจมั่น และคณะ (2563) ที่ระบุว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์สินค้าชุมชนต้องคำนึงถึงความสวยงามร่วมสมัยและการสื่อสารถึงคุณภาพอย่างชัดเจน นอกจากนี้ การออกแบบที่เน้นความเรียบง่าย แต่ยังคงอัตลักษณ์ รวมถึงสอดคล้องกับงานวิจัยของปรียารักษ์ ละอองนวล และคณะ (2568) ที่พบว่ารูปแบบดังกล่าวสามารถสร้างความน่าเชื่อถือให้กับสินค้าชุมชนในระดับสากลได้ การเปลี่ยนรูปแบบจากถุงพลาสติกใสธรรมดามาเป็นบรรจุภัณฑ์ที่มีมาตรฐาน จึงเป็นการปรับเปลี่ยนวัตถุดิบพื้นบ้านให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่มีนวัตกรรม ทำให้ผู้ประกอบการสามารถตั้งราคาที่สูงขึ้นและสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้จริง สอดคล้องกับแนวคิดของ Chanthes (2021)

2. การตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภคยุคใหม่ด้านความปลอดภัยและความสะดวกสบาย พบว่าผู้บริโภคให้ความสำคัญกับด้านอำนวยความสะดวกในการเก็บรักษาคุณภาพสินค้ากรณีที่ยังใช้ไม่หมด และด้านการปกป้องผลิตภัณฑ์จากน้ำและอากาศ ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากผลิตภัณฑ์ไส้อั่วเป็นอาหารแปรรูปที่เสื่อมเสียได้ง่าย การใช้ระบบสุญญากาศในบรรจุภัณฑ์ชั้นในจึงเป็นการตอบโจทย์ด้านความปลอดภัยของอาหาร และยืดอายุการเก็บรักษา ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของดารารัตน์ จันทร์อินทร์ และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์ (2566) ที่ระบุว่าการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้รองรับการขนส่งระยะไกล เป็นปัจจัยสำคัญในการขยายขอบเขตการตลาดไปสู่แพลตฟอร์มออนไลน์ อย่างไรก็ตาม ผลประเมินในข้อการนำบรรจุภัณฑ์กลับมาใช้ซ้ำ มีคะแนนต่ำที่สุด ซึ่งอภิปรายได้ว่า ผู้บริโภคยุคปัจจุบันเริ่มตระหนักถึงปัญหาสิ่งแวดล้อม จึงเป็นโจทย์ท้าทายที่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอาจต้องพิจารณาใช้วัสดุที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อม (eco-friendly materials) อย่างเต็มรูปแบบในอนาคต

3. การปรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (repositioning) และการบูรณาการเครื่องมือดิจิทัลเพื่อโอกาสทางการแข่งขัน สะท้อนองค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญ คือ การฉีกกรอบสินค้าท้องถิ่นสู่สากล โดยการเปลี่ยนบริบทและชื่อเรียกจาก “ไส้อั่ว” เป็น "ไส้กรอกเห็ดนางฟ้า" ซึ่งเป็นการปรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ (repositioning) ให้เข้าสู่ตลาดอาหารเพื่อสุขภาพ (plant-based meat alternative) อย่างเต็มตัว สอดคล้องกับงานวิจัยของสถิตย์พงษ์ มั่นหลำ และคณะ (2559) รวมถึงลักขณา สุกใส และคณะ (2565) ที่ชี้ให้เห็นว่าการนำสมุนไพรและเห็ดท้องถิ่นมาใช้เป็นการตอบโจทย์เทรนด์สุขภาพระดับโลก การผสานเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ากับเรื่องเล่าทางการตลาด (storytelling) เชิงการท่องเที่ยวที่ว่า “การมาที่อำเภอเกาะคา ต้องซื้อไส้กรอกเห็ดนางฟ้ากลับไป ไม่อย่างนั้นเท่ากับมาไม่ถึง” เป็นการตอกย้ำอัตลักษณ์ของจังหวัดลำปาง สอดคล้องกับข้อเสนอแนะของ วรพงศ์ แสงผัด และคณะ (2567) ที่ว่าการสร้างมูลค่าเพิ่มในยุคปัจจุบันต้องก้าวข้ามการผลิตแบบดั้งเดิม โดยใช้การเล่าเรื่องเพื่อสร้างความภักดีต่อแบรนด์ (brand loyalty) ซึ่งจะนำไปสู่การเติบโตของเศรษฐกิจฐานรากอย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาวิจัย ผู้วิจัยได้สังเคราะห์ข้อค้นพบนำไปสู่การสร้างองค์ความรู้ใหม่ โดยสามารถสรุปเป็นระบบความสัมพันธ์เชิงโครงสร้างที่เรียกว่า “กระบวนทัศน์การสร้างโอกาสทางการแข่งขันด้วยบรรจุภัณฑ์เชิงบูรณาการ” (integrated packaging paradigm for competitive opportunity) ซึ่งองค์ความรู้นี้สามารถนำไปเป็นต้นแบบ (model) ในการยกระดับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ได้ โดยการปรับตำแหน่งผลิตภัณฑ์ชุมชนสู่ความเป็นสากล (community product repositioning & universal appeal) งานวิจัยนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่สำหรับผลิตสินค้าชุมชน (OTOP) ที่ยึดติดกับความเป็น “สินค้าพื้นเมือง” ทางกายภาพ โดยเสนอแนวทางการปรับเปลี่ยนตำแหน่งผลิตภัณฑ์ ผ่านการออกแบบบรรจุภัณฑ์ ดังนี้ การปรับบริบทและสร้างสัญญาใหม่ให้ผลิตภัณฑ์ (contextual & semiotic transformation) การเปลี่ยนชื่อ

เรียกและรูปลักษณ์จาก “ไส้อั่ว” ซึ่งถูกมองว่าเป็นเพียงอาหารท้องถิ่นเฉพาะกลุ่ม มาเป็น “ไส้กรอกเห็ดนางฟ้า” ในรูปแบบพร้อมทาน เป็นการยกระดับภาพลักษณ์ให้มีความเป็นสากล องค์ความรู้นี้ชี้ให้เห็นว่า การนำจุดเด่นทางทรัพยากรท้องถิ่นมาผสานกับนวัตกรรมอาหาร จะสามารถเจาะตลาดกลุ่มเป้าหมายใหม่ ๆ ได้กว้างขึ้น เช่น กลุ่มผู้รักสุขภาพ นักท่องเที่ยว และผู้สูงอายุ

นอกจากนั้นแล้ว มิติการพัฒนาหน้าที่ใช้สอยและประสิทธิภาพของบรรจุภัณฑ์ (functional development) การเปลี่ยนผ่านจากบรรจุภัณฑ์แบบดั้งเดิมสู่ระบบบรรจุภัณฑ์ 2 ชั้น (double-layer packaging) โดยชั้นในเป็นถุงสุญญากาศหนาพิเศษ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรักษาคุณภาพอาหารและยืดอายุการเก็บรักษา (shelf-life extension) และชั้นนอกเป็นกล่องกระดาษที่ออกแบบตามหลักสรีรศาสตร์ (ergonomics) ให้มีความแข็งแรง สะดวกต่อการขนส่งระยะไกล (logistics-friendly)

เอกสารอ้างอิง

ฐิญาภา เสถียรคมสรไกร และพิมพ์สิรี สุวรรณ. (2566). การพัฒนาผลิตภัณฑ์ของที่ระลึกทางการท่องเที่ยวด้วยนวัตกรรม เพื่อการสร้างมูลค่าเพิ่มแก่ทรัพยากรท้องถิ่น. *Journal of Roi Kaensarn Academi*, *8*(2), 411–432. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/260720.

ดารารัตน์ จันทร์อินทร์ และศรัณยา เลิศพุทธรักษ์. (2566). การพัฒนาบรรจุภัณฑ์และตราสินค้ากระชายขาวสำเร็จรูปของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนเกษตรกร บ้านร้องขี้เหล็ก อำเภอดอยสะเก็ด จังหวัดเชียงใหม่. *วารสารมหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง*, *12*(1), 12–23. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JLPRU/article/view/262776.

ปรียารักษ์ ละอองนวล, พิมุกต์ สมชอบ และอโนชา สุวรรณสาร. (2568). การพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าเพื่อสร้างมูลค่าเพิ่มกลุ่มผู้ผลิตชุมชนจังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารพิชญทรรศน์, 20*(3), 101–123. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/Pitchayatat/article/view/283154.

รัชฎาพร ใจมั่น, อัศพงษ์ อุประวรรณา และณัฐพงศ์ กันหา. (2563). การออกแบบตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์โจ๊กกึ่งสำเร็จรูปจากข้าวหอมมะลิแดง. *วารสารวิชาการ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*, 40(2), 49-62. https://utccjournal.utcc.ac.th/view_book.php?journal=40.2.63.3.1.

ลักขณา สุกใส, ฤทธิชัย ผานาค และศาสตร์ศิลป์. (2565). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เห็ดแปรรูปด้วยสมุนไพรตามภูมิปัญญาท้องถิ่น บนฐานเศรษฐกิจพอเพียงและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ตำบลละหาน อำเภอจัตุรัส จังหวัดชัยภูมิ. *วารสาร มจร อุบลปริทรรศน์*, *7*(2),103-113. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/mcjou/article/view/255668.

วรพงศ์ แสงผัด, เพ็ญศรี ฉิรินัง, วรเดช จันทรศร และวิพร เกตุแก้ว. (2567). แนวทางการสร้างมูลค่าเพิ่มให้ผลิตภัณฑ์สินค้าชุมชนท้องถิ่นไทย. *Journal of Modern Learning Development*, *9*(6), 439–448. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/268139.

สถิตย์พงษ์ มั่นหลำ, สุวัฒณ์ จันทรีย์ และกรรณิการ์ กุลยะณี. (2559). การผลิตไส้อั่วเห็ดนางฟ้าภูฏานเสริมใยเปลือกส้มโอ. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี*, *10*(2), 103-114. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/journaldtc/article/view/136770.

สวิชญา สมบุญโสด, บำเพ็ญ เขียวหวาน และนารีรัตน์ สีระสาร. (2562). แนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนแปรรูปและผลิตภัณฑ์อาหารอำเภอแจ้ห่ม จังหวัดลำปาง. ใน*การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน ครั้งที่ 16 "เกษตรกำแพงแสน ตามรอยพ่อ สานต่อศาสตร์แห่งแผ่นดิน"* วันที่ 3-4 ธันวาคม พ.ศ. 2562 (หน้า 2004-2012). มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

สำนักงานเลขานุการของคณะกรรมการยุทธศาสตร์ชาติ. (2561). *ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ฉบับย่อ.* สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. https://www.nesdc.go.th/download/03-ยุทธศาสตร์ชาติ-พ-ศ-2561-2580-ฉบับ/.

อนุรักษ์ อาทิตย์กวิน, ไพฑูรย์ อินต๊ะขัน และ เจษฎา ทองสุข. (2562). การสร้างมูลค่าเพิ่มสินค้าเซรามิกด้วยวิธีการพัฒนารูปแบบบรรจุภัณฑ์เพื่อโอกาสทางการแข่งขันของผู้ประกอบการธุรกิจขนาดย่อม ประเภทของใช้ของตกแต่งและของที่ระลึกในจังหวัดลำปาง. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย*, *12*(1), 1-12. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/crrugds_ejournal/article/view/190178.

Chanthes, S. (2021). Using a grounded theory method in an empirical case study of knowledge- based entrepreneurship development in an organic rice farming community enterprise in Thailand. In *European Conference on Research Methodology for Business and Management Studies* (pp. 72-81).

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

Silayoi, P., & Speece, M. (2007). The importance of packaging attributes: A conjoint analysis approach. *European Journal of Marketing*, *41*(11-12), 1495- 1517. https://doi.org/10.1108/03090560710821279.

Spence, C. (2016). Multisensory packaging design: Color, shape, texture, sound, and smell. *Packaging Technology and Science*, *29*(12), 719-734.

Weisstein, F. L., Meyer, J., & Kershaw, J. (2024). A matter of alignment? Effects of product types and environmental claim framing on consumer evaluation of sustainable foods. *Business Strategy and the Environment, 33*(3), 1661-1674. https://doi.org/10.1002/bse.3565.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการความร่วมมือภาคีเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยพัฒนาเชิงพื้นที่ ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

Enhancing the potential of community-based tourism on the basis of local identity through the integrating of university area-based development network partnerships in Tha Sao Subdistrict, Sai Yok District, Kanchanaburi Province

มัทนียา พิทักษ์ชูโชค [1], วิยะดา พลชัย [2*], บรรจบพร อินดี [3], ณัฐณิชา ทวีแสง [4],
อัจฉรียา โชติกลาง [5], ศุภฤกษ์ สายแก้ว [6], ณัฐนันทน์ อินดี [7], วรันธิยา ไชยลา [8]
Mattaneeya Pithukchuchok [1], Wiyada Pollachai [2*], Banchobporn Indee [3], Natnicha Thaweeseang [4],
Atchareeya Chotklang [5], Supharock Saikeow [6], Nattanan Indee [7], Waranthiya Chailar [8]
[1,2,3] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[4] คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[5,6] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏหมู่บ้านจอมบึง
[7] สำนักงานอธิการบดี มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[8] สถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[1,2,3] Faculty of Management Sciences, Kanchanaburi Rajabhat University
[4] Faculty of Science and Technology, Kanchanaburi Rajabhat University
[5,6] Faculty of Management Science, Muban Chombueng Rajabhat University
[7] Office of the President, Kanchanaburi Rajabhat University
[8] Research and Development Institute, Kanchanaburi Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: jummy.kru@gmail.com [1], pastorpollachai@kru.ac.th [2],
young_taa@hotmail.com[3], natnicha@kru.ac.th [4], atchareeyafai@gmail.com [5],
maisay24@hotmail.com [6], nattananb5822294@gmail.com [7], teew_17@hotmail.com [8]

Received: March 17, 2026 Revised: April 24, 2026 Accepted: April 26, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อยกระดับและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสังคม โดยใช้การวิจัยเชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วมร่วมกับภาคีเครือข่ายในพื้นที่ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของงานวิจัย ตามวิธีการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอน 1) การเปิดเวทีร่วมกับ ผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง จำนวน 28 คน โดยใช้การเลือกแบบเจาะจงจากผู้ปฏิบัติงานแต่ละหน่วยงาน ที่รับผิดชอบพื้นที่ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค ประกอบด้วย 1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี องค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอไทรโยค สำนักงานเกษตรอำเภอไทรโยค และทีมนักวิจัย รวมจำนวน 10 คน 2) หน่วยงานภาคเอกชน จำนวน 2 คน ได้แก่ ผู้ประกอบการและเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี 3) ภาคประชาชน จำนวน 16 คน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปของชุมชน คือ ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) ใช้การสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้ใหญ่บ้านผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านพุองกะ เนื่องจากเป็นพื้นที่วิจัย สมาชิก กลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน 2) การสัมภาษณ์ ได้แก่ ภาคประชาชน จำนวน 16 คน ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปของชุมชน คือ ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) ใช้การสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้ใหญ่บ้านผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านพุองกะ เนื่องจากเป็นพื้นที่วิจัยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน และ 3) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน ได้แก่ ภาคประชาชน จำนวน 15 คน ประกอบด้วย สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง ประเด็นคำถามในการเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการอบรมเชิงปฏิบัติการ การวิเคราะห์ข้อมูลใช้การวิเคราะห์เนื้อหา และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเชิงพรรณาเพื่อการสรุปประเด็น เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาและข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ผลการวิจัยพบว่า 1) การเตรียมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชนและโปรแกรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ สามารถพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน ได้ 2 ผลิตภัณฑ์ ได้แก่ น้ำมะขามเปียก และมะขามจี๊ดจ๊าด และโปรแกรมการท่องเที่ยว 2 โปรแกรม ได้แก่ 1 วันในไทรโยค เรียนรู้วิถีชุมชน เที่ยวชม พุต้นน้ำ ลิ้มรสอาหารพื้นถิ่น ชิมอาหารมอญ ตามรอยเส้นทางรถไฟ สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 และตามรอยเส้นทางรถไฟ สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ท่องเที่ยววิถีชุมชน ชิมรสอาหารมอญ 2) ผลการยกระดับและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสังคม (CBT–SE) ผ่านกลุ่มเครือข่ายกลุ่มราชภัฏที่ได้รับการขึ้นทะเบียน CBT–SE จากกระบวนการการเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมให้กับพื้นที่โดยการสนับสนุนจากชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ทำให้ได้กลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น SE ในนามกลุ่มกิจการเพื่อสังคมบ้านพุองกะ ได้ระบบและกลไกกลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อการยกระดับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่ และการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ น้ำมะขามเปียก และมะขามจี๊ดจ๊าด ให้กับชุมชน

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, ฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่น, วิสาหกิจเพื่อสังคม

Abstract

The objective of this research was to enhance and promote the potential of Community-Based Tourism for Social Enterprise (CBT-SE) through Participatory Action Research (PAR) in collaboration with local networks. The study employed purposive and convenience sampling to select 28 key stakeholders, categorized into three primary sectors: 1) the public sector (10 participants), including the Kanchanaburi provincial office of tourism and sports, Tha Sao Subdistrict Administrative Organization, Sai Yok District Community Development Office, Sai Yok District Agricultural Extension Office, and the research team; 2) the private sector (2 participants), comprising the Kanchanaburi tourism promotion associations and community enterprise networks; and 3) the civil society sector (16 participants), consisting of the village headman of Ban Phu Ong Ka (Moo4), 10 community enterprise members and 5 local residents. Data were gathered and utilized through focus group platforms, in-depth interviews, and product development workshops The research instruments included structured interviews, discussion guidelines for stakeholder focus group platforms, and workshop activities. Data were analyzed using content analysis and presented through descriptive synthesis to align with the research objectives. The research findings are summarized as follows: 1) Regarding the development of standardized tourism products and programs, the study successfully developed two processed community products: concentrated tamarind paste and spicy tamarind snacks. Additionally, two distinct tourism itineraries were developed: (a) "One Day in Sai Yok," which focuses on community lifestyle, spring water resources, and Mon ethnic cuisine, and (b) "The World War II Railway Heritage Route," which emphasizes historical cultural exploration and local gastronomy. In terms of elevating community tourism potential towards a Social Enterprise (CBT-SE) model, the research facilitated a stakeholder open-forum discussion supported by Rajabhat University Network, which has been registered as a CBT-SE. Supported by the Kudeejeen community network of Thon Buri, this collaborative process resulted in the official registration of the "Ban Phu Ong Ka Social Enterprise Group." This transition established a systematic mechanism for community-driven entrepreneurship and enhanced the community's capacity for tourism management. Furthermore, knowledge transfer through workshops on food processing – specifically focused on concentrated tamarind paste and spicy tamarind snacks – provided the community with sustainable vocational skills, effectively integrating local resources into the social enterprise framework.

Keywords: community-based tourism (CBT), local identity, social enterprise (SE)

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นการท่องเที่ยวที่ชุมชนเป็นเจ้าของ ชาวบ้านในชุมชนมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทาง และตัดสินใจ ช่วยดำรงเอกลักษณ์และวัฒนธรรมของท้องถิ่น สร้างเสริมความภาคภูมิใจ ในวิถีวัฒนธรรมของตนเอง เคารพในวัฒนธรรมที่แตกต่างและเคารพศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์โดยเท่าเทียม ช่วยยกระดับคุณภาพชีวิตของคนท้องถิ่น ส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และการแลกเปลี่ยนระหว่างคนต่างวัฒนธรรม สามารถสร้างความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมให้กับท้องถิ่น เป็นการท่องเที่ยวที่เกิดผลตอบแทนที่เป็นธรรมแก่คนท้องถิ่น (ศรัณย์ บุญประเสริฐ, 2563) นอกจากนี้การท่องเที่ยวยังเป็นเครื่องมือในการพัฒนา สร้างโอกาสให้องค์กรชุมชนมีบทบาทสำคัญในการ

กำหนดวางแผนแนวทางในการพัฒนาชุมชน ให้เป็นที่รู้จัก มีชื่อเสียงกับบุคคลภายนอก ทำให้สามารถสร้างรายได้จากการท่องเที่ยว การเข้ามาพักอาศัย และการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ ทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งทางเศรษฐกิจ มีความสามัคคีและมีความช่วยเหลือเกื้อกูลกันแบบมีส่วนร่วม การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวชุมชน มี 6 แนวทาง ได้แก่ 1) การพัฒนาความรู้ 2) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ 3) การพัฒนากิจกรรมการท่องเที่ยว 4) การพัฒนานักเล่าเรื่อง 5) การพัฒนาด้านการตลาดออนไลน์ และ 6) การพัฒนาการติดตามประเมินผล (กุลวดี ละม้ายจีน และคณะ, 2564) แต่จากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา (Covid–19) ที่ผ่านมาส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจ ทำให้ประชาชนและผู้ประกอบการมีรายได้ลดลง คนย้ายกลับภูมิลำเนาจำนวนมาก และส่งผลกระทบต่อไปยังชุมชนที่ขับเคลื่อนการท่องเที่ยวโดยชุมชน ดังนั้น การพัฒนาและยกระดับคุณภาพของผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวชุมชน ซึ่งได้แก่ ของฝาก ของที่ระลึก กิจกรรมทางการท่องเที่ยว และรายการท่องเที่ยวที่จัดขึ้นโดยชุมชนจึงจำเป็นที่จะต้องได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง รวมทั้งการพัฒนาและยกระดับศักยภาพของชุมชนในการจัดการการท่องเที่ยวโดยชุมชน และช่องทางการสื่อสารการตลาดสู่นักท่องเที่ยวกลุ่มเป้าหมาย เพื่อทำให้เกิดรายได้ทางเศรษฐกิจในระดับชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ของแต่ละท้องถิ่น และเกิดภาคีเครือข่ายเพื่อความยั่งยืน แต่ทั้งนี้จะพบว่า การดำเนินการจัดการท่องเที่ยวชุมชนในปัจจุบันที่มีการแข่งขันสูง การดำเนินการนำข้อมูลผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวจากพื้นที่เป้าหมายเข้าสู่ระบบดิจิทัลแพลตฟอร์ม ถือเป็นกลยุทธ์ทางการตลาดที่มีบทบาทสำคัญในการเป็นกลไกการประชาสัมพันธ์ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวและบริการ เป็นกลวิธีในการจูงใจตลาด ซึ่งต้องอาศัยกระบวนการติดต่อสื่อสารระหว่างผู้ประกอบการ ผู้ขายและผู้ซื้อ เพื่อสร้างทัศนคติ ให้ข้อมูล ชักจูงใจ หรือตอกย้ำเกี่ยวกับตัวผลิตภัณฑ์ รวมทั้งเพื่อให้เกิดความสนใจในตัวผลิตภัณฑ์มากขึ้น

จากการทำงานของทีมนักวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏในกลุ่มตะวันตก มีการบูรณาการองค์ความรู้ในศาสตร์ต่าง ๆ เพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน และเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ ซึ่งสามารถต่อยอดสร้างรายได้และเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรี ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ และเพื่อเป็นการขยายผลจากโครงการการยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงนวัตกรรม เพื่อสร้างคุณค่าอัตลักษณ์พื้นถิ่นด้วยภูมิปัญญาและนวัตกรรมบนฐานเศรษฐกิจ BCG เพื่อเป็นชุมชนต้นแบบสู่การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชนในพื้นที่ สู่การดำเนินโครงการวิจัยภายใต้โครงการ “การยกระดับศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนบนฐานอัตลักษณ์ท้องถิ่นด้วยการบูรณาการความร่วมมือภาคีเครือข่ายกลุ่มมหาวิทยาลัยพัฒนาเชิงพื้นที่” โดยวิเคราะห์ผลกระทบที่จะเกิดขึ้นกับการท่องเที่ยวและการตัดสินใจไปท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวในระยะยาว เพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขัน เสริมสร้างความเข้มแข็งให้เศรษฐกิจชุมชน ซึ่งสามารถต่อยอดสร้างรายได้และเป็นแหล่งท่องเที่ยวในจังหวัดกาญจนบุรีที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวอื่น ๆ ในภูมิภาคตะวันตก

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อยกระดับและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสังคม (CBT–SE)

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise)

ความหมายของวิสาหกิจเพื่อสังคม (social enterprise) ว่า เป็นองค์กรที่มีเป้าหมายในการจัดตั้ง เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกี่ยวกับชุมชน สังคมและสิ่งแวดล้อม ผ่านกิจกรรมที่วิสาหกิจเพื่อสังคมเลือกดำเนินธุรกิจ โดยมิได้มุ่งหวังผลตอบแทนเป็นกำไรสูงสุดและกำไรที่ได้จากการประกอบกิจการจะไม่คืนต่อผู้ถือหุ้นทั้งหมด แต่จะนำกำไรที่ได้ไปสู่

การแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในสังคม เสมือนเป็นการทำธุรกิจควบคู่ไปกับการแก้ไขปัญหาสังคม ซึ่งรายได้หลักของกิจการจะต้องมาจากกิจกรรมที่วิสาหกิจเพื่อสังคมดำเนินการ และต้องมีความยั่งยืนทางการเงิน

ลักษณะการดำเนินธุรกิจของวิสาหกิจเพื่อสังคม ประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่

1. วิสาหกิจเพื่อสังคมมีเป้าหมายสูงสุดเพื่อสังคม ไม่ใช่กำไรสูงสุด วิสาหกิจเพื่อสังคมเป็นส่วนช่วยเหลือในด้านของความเป็นอยู่ของคนในสังคม โดยมีการดำเนินธุรกิจที่คำนึงถึงสังคม สิ่งแวดล้อม ศีลธรรม ทำให้สามารถดำเนินธุรกิจที่บรรลุพันธกิจในการเป็นวิสาหกิจเพื่อสังคมได้ (Smith et al., 2013)

2. วิสาหกิจเพื่อสังคมมุ่งแก้ไขปัญหาและพัฒนาสังคม โดยผู้ที่อยู่ในชุมชนนั้น ๆ ต้องให้ความร่วมมือในการทำหน้าที่เพื่อแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับสังคม ธุรกิจต้องมีมุมมองของวิสาหกิจเพื่อสังคมที่ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางสังคม โดยใช้การจำหน่ายสินค้าหรือบริการที่คำนึงถึงสังคมเป็นหลัก สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจและสังคมได้ (Emerson, 2003)

3. วิสาหกิจเพื่อสังคมต้องสร้างความยั่งยืนทางการเงินด้วยการดำเนินธุรกิจโดยการแสวงหากำไรจากการขายสินค้าหรือบริการ ผลกำไรที่เกิดขึ้นจะนำไปลงทุนซ้ำเพื่อให้เกิดประโยชน์ต่อสังคมสูงสุด โดยผลกำไรที่เกิดขึ้นนี้จะทำให้ธุรกิจสามารถดำเนินต่อไปได้โดยการพึ่งพาตนเอง ทำให้สังคมมีการพัฒนาได้อย่างยั่งยืน (Dees et al., 2002)

4. วิสาหกิจเพื่อสังคมมีคนในสังคมเป็นเจ้าของธุรกิจร่วมกัน ในลักษณะเป็นกลุ่มเครือข่ายซึ่งต้องเป็นสมาชิกของชุมชน มีส่วนร่วมในธุรกิจไม่ใช่เป็นบุคคลเพียงรายเดียวของสังคม (Haugh, 2007)

ลักษณะของวิสาหกิจเพื่อสังคม 5 ประการ คือ

1. มีเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมไม่ใช่ผลกำไรสูงสุด โดยจะมีการกำหนดวัตถุประสงค์และเป้าหมายทางสังคมและสิ่งแวดล้อมที่ชัดเจนตั้งแต่แรก

2. มีรูปแบบการดำเนินการที่มีความยั่งยืนทางการเงิน โดยดำเนินการในรูปแบบธุรกิจมีรายได้จากการขายมากกว่าส่วนที่ได้รับจากเงินบริจาคหรือการรับทุนสนับสนุน

3. เป็นมิตรต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม โดยมีกระบวนการผลิตและดำเนินกิจการที่ไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อสุขภาวะ สังคม และสิ่งแวดล้อมในระยะยาว

4. มีผลกำไรกลับคืนสู่สังคมและเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยผลกำไรจากการดำเนินงานส่วนใหญ่จะถูกนำไปขยายผลเพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ที่ได้กำหนดไว้ หรือคืนกำไร ส่วนนั้นให้แก่สังคมและชุมชน โดยควรมีสัดส่วนมากกว่าส่วนที่นำมาปันให้ผู้ถือหุ้น

5. ดำเนินการอย่างโปร่งใส บริหารแบบมีธรรมาภิบาล โดยมีการจัดทำข้อมูลการดำเนินงานอย่างเป็นระบบและเปิดเผยต่อสาธารณะ (วนัสรา จันทร์กมล, 2563)

การรับรองมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวโดยชุมชน (Community Based Tourism – CBT) เป็นความสมดุลระหว่างการอนุรักษ์และการพัฒนา เพื่อการพัฒนาการท่องเที่ยวให้ไปสู่ความยั่งยืน การท่องเที่ยวโดยชุมชนจึงถือเป็นรูปธรรมที่ชัดเจนในการบริหารจัดการทรัพยากรของชุมชนโดยชุมชน และเพื่อชุมชนโดยแท้จริง การท่องเที่ยวเป็นเครื่องมือหนึ่งในการพัฒนาคุณภาพชีวิต ความอยู่ดีมีสุข ตลอดจนรักษาอัตลักษณ์วิถีวัฒนธรรม ธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อมของชุมชนท้องถิ่นอย่างยั่งยืน โดยดำเนินการผ่านเครื่องมือการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน ซึ่งจะเป็นตัวช่วยสำคัญในการไปสู่เป้าหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ ต้องทำอย่างมีส่วนร่วม หรือ Co-creation โดยมีองค์ประกอบ 5 ประการ คือ

1. เน้นการนำเสนออัตลักษณ์ความเป็นไทยและการแลกเปลี่ยนเรียนรู้กับนักท่องเที่ยวกลุ่มคุณภาพมากกว่าเน้นปริมาณนักท่องเที่ยว โดยมุ่งการสร้างคุณค่าและเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าและบริการการท่องเที่ยวอย่างต่อเนื่อง

2. มีการบริหารจัดการที่สมดุลระหว่างความต้องการของนักท่องเที่ยวกับผลประโยชน์ของเจ้าของแหล่งท่องเที่ยว ยึดหลักความสมดุลของเศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และสิ่งแวดล้อม เพื่อมิให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางรายได้ และป้องกันกลุ่มทุนนอกพื้นที่เข้ามากอบโกยผลประโยชน์และทิ้งปัญหาสิ่งแวดล้อมที่เสื่อมโทรมให้กับแหล่งท่องเที่ยว

3. มีการสร้างสรรค์กิจกรรมใหม่ ๆ เพื่อดึงดูดนักท่องเที่ยวให้เข้ามาในช่วงนอกเทศกาลท่องเที่ยวโดยต้องเป็นกิจกรรมใหม่ที่น่าสนใจ

4. เน้นการบูรณาการการทำงานระหว่างชุมชนท่องเที่ยวและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพื่อขับเคลื่อนการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนให้เป็นไปในทิศทางเดียวกัน มุ่งเป้าหมายการพัฒนาการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน

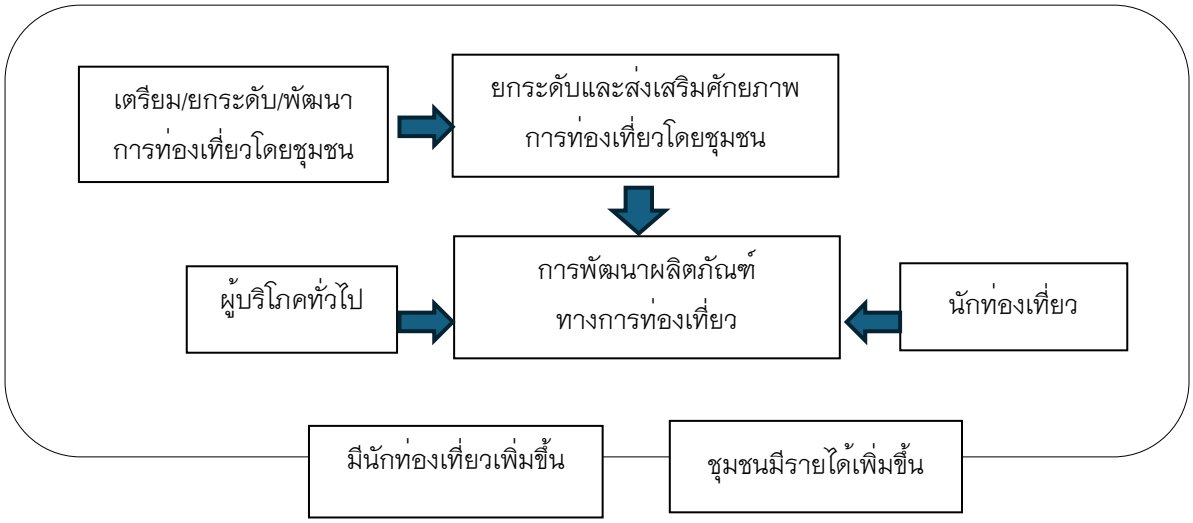
5. มีการรับฟังความเห็นระหว่างกัน ทั้งชุมชน ประชาชน และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวเพื่อร่วมกันแก้ไขปัญหาและหาทางออกเพื่อเป็นที่ยอมรับจากทุกฝ่าย เกณฑ์การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของประเทศไทยเป็นเครื่องมือให้ชุมชนที่ต้องการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนในการวางแผนดำเนินการและประเมินผล

การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวไปยังแหล่งท่องเที่ยวที่ชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการบริหารด้วยตนเอง เพื่อช่วยการอนุรักษ์วิถีชีวิตวัฒนธรรมที่เป็นเอกลักษณ์ และช่วยกระจายรายได้และการสร้างงานให้กับชุมชนนั้น รชพร จันทร์สว่าง และราณี อิธิชัยกุล (2546) ได้ขยายความหมายของการท่องเที่ยวโดยชุมชน เป็นกระบวนการที่คนในชุมชนมีส่วนร่วมเพื่อกำหนดทิศทางและรูปแบบของการท่องเที่ยวในพื้นที่ของตน มุ่งเน้นการจัดการทรัพยากรในพื้นที่ทั้งที่เป็นธรรมชาติ วัฒนธรรม วิถีชีวิต เป็นต้น มาใช้เป็นต้นทุนหรือปัจจัยในการจัดการท่องเที่ยวอย่างเหมาะสม รวมทั้งมีการพัฒนาศักยภาพของคนในชุมชนให้มีความรู้ความสามารถและแสดงบทบาทที่สำคัญในการดำเนินงานตั้งแต่การทบทวนทุนเดิมการค้นหาข้อมูลเพื่อประกอบการตัดสินใจ การวางแผนดำเนินงาน การวิเคราะห์และสรุปบทเรียน การประเมินความสำเร็จล้มเหลว รวมทั้งการพัฒนารูปแบบการท่องเที่ยวที่สร้างความยั่งยืนสู่คนรุ่นลูกหลานและเกิดประโยชน์ต่อท้องถิ่น ตลอดจนคำนึงถึงขีดความสามารถในการรองรับกิจกรรมการท่องเที่ยวต่อธรรมชาติเป็นสำคัญ

สามารถสรุปได้ว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นการท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวที่มีลักษณะเป็นชุมชนโดยที่ประชาชนในชุมชนมีส่วนร่วมในการจัดการการท่องเที่ยวของพื้นที่ ซึ่งการท่องเที่ยวโดยชุมชนเป็นกระบวนการที่สำคัญต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวภายในชุมชนทั้งด้านการรักษาสิ่งแวดล้อม อนุรักษ์ฟื้นฟูศิลปวัฒนธรรมและภูมิปัญญา ซึ่งคนในชุมชนจะต้องมีส่วนร่วมกับการกำหนดแนวทางเพื่อพัฒนารูปแบบและกิจกรรมทางการท่องเที่ยวของชุมชน โดยมุ่งเน้นให้เกิดความยั่งยืนและผลประโยชน์ของชุมชน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาขึ้นจากการบูรณาการแนวคิดด้านวิสาหกิจเพื่อสังคมและการท่องเที่ยวโดยชุมชน เพื่ออธิบายความเชื่อมโยงของปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสังคม จากแนวคิดดังกล่าว ผู้วิจัยจึงกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นผู้มีส่วนได้ส่วนเสียของงานวิจัย ตามวิธีการดำเนินการวิจัยในแต่ละขั้นตอน ดังนี้

1) การเปิดเวที ร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (open stage discussion) จำนวน 28 คน ประกอบด้วย

1.1) หน่วยงานภาครัฐ ได้แก่ สำนักงานท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี องค์การบริหารส่วนตำบลท่าเสา สำนักงานพัฒนาชุมชนอำเภอไทรโยค สำนักงานเกษตรอำเภอไทรโยค กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเป็นผู้แทนจากหน่วยงาน ๆ ละ 1 คน รวมเป็น 4 คน ใช้การเลือกแบบเจาะจงจากผู้ปฏิบัติงาน แต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค และทีมนักวิจัย จำนวน 6 คน รวมเป็น 10 คน

1.2) หน่วยงานภาคเอกชน ได้แก่ ผู้ประกอบการและเครือข่ายกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี สมาคมส่งเสริมการท่องเที่ยวจังหวัดกาญจนบุรี กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยเป็นผู้แทนจากหน่วยงาน ๆ ละ 1 คน รวม 2 คน ใช้การสุ่มแบบเจาะจงจากผู้ปฏิบัติงานแต่ละหน่วยงานที่รับผิดชอบพื้นที่ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค

1.3) ภาคประชาชน ได้แก่ ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปของชุมชน คือ ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) ใช้การเลือกแบบเจาะจงเฉพาะผู้ใหญ่บ้านผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านพุองกะ เนื่องจากเป็นพื้นที่วิจัยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน รวมเป็น 16 คน

2) การสัมภาษณ์ (interview) ได้แก่ ภาคประชาชน จำนวน 16 คน ประกอบด้วย ผู้ให้ข้อมูลทั่วไปของชุมชน คือ ผู้นำชุมชน (ผู้ใหญ่บ้าน) ใช้การสุ่มแบบเจาะจงเฉพาะผู้ใหญ่บ้านผู้ใหญ่บ้าน หมู่ที่ 4 บ้านพุองกะ เนื่องจากเป็นพื้นที่วิจัยสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน

3) การอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน ได้แก่ ภาคประชาชน จำนวน 15 คน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ จำนวน 10 คน และประชาชนในชุมชน จำนวน 5 คน ใช้การสุ่มตามสะดวกโดยการประสานงานผ่านผู้ใหญ่บ้าน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่สำคัญต่อการดำเนินการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง การเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง และการอบรมเชิงปฏิบัติการ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังนี้

1) เข้าพบผู้นำชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง เพื่อชี้แจงวัตถุประสงค์ของการศึกษาวิจัย และขอความร่วมมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) การเก็บข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์

3) การเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (open stage discussion) เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาและข้อมูล เพื่อให้ได้ผลลัพธ์ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

4) การอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยกำหนดไว้ดังนี้

1) ข้อมูลภาคสนามจากการสัมภาษณ์ ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และนำเสนอข้อมูลในรูปแบบเชิงพรรณา

2) การเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (open stage discussion) ใช้การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) และการสรุปประเด็น เพื่อให้เกิดการเชื่อมโยงเนื้อหาและข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย

3) การอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนมุ่งเน้นไปที่ผลิตภัณฑ์ที่เกิดขึ้นจากการอบรมเชิงปฏิบัติการ

ผลการวิจัย

1. ผลการเตรียมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชนและโปรแกรมการท่องเที่ยวของพื้นที่

1.1 ผลิตภัณฑ์ชุมชน

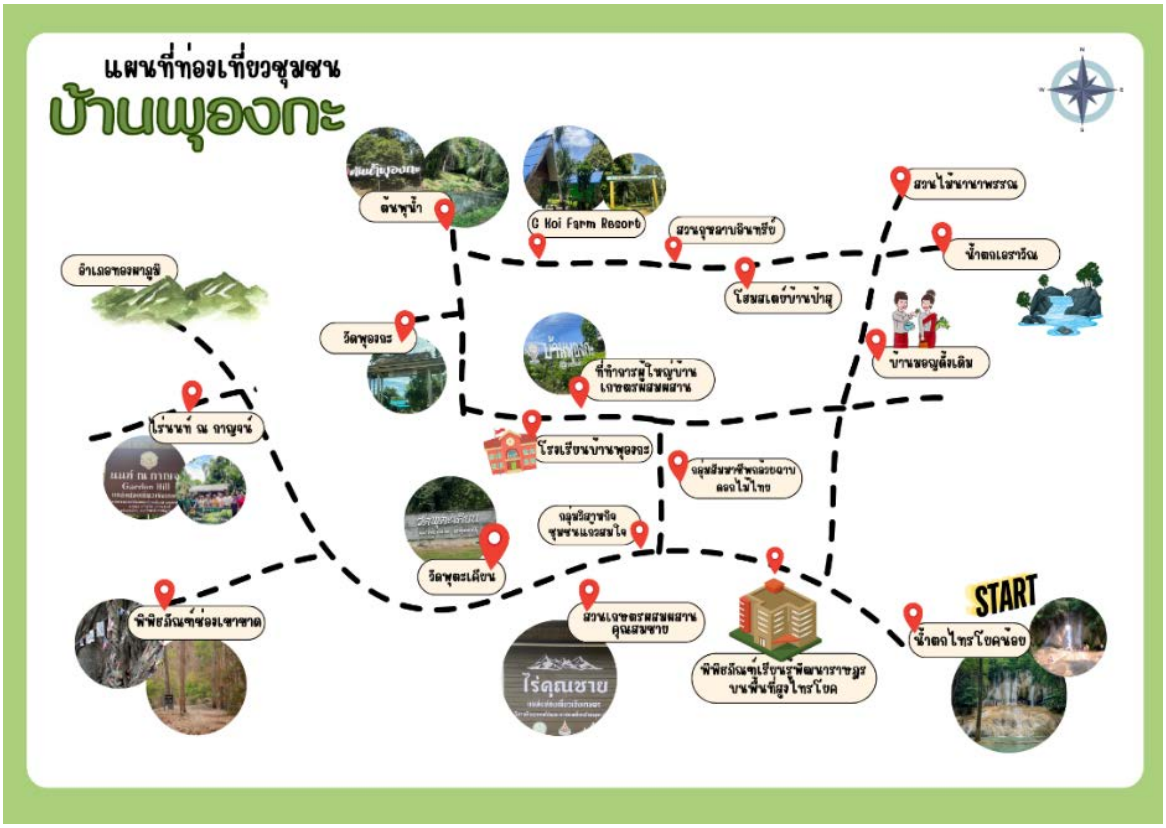
ภาพที่ 2 ผลิตภัณฑ์ชุมชนน้ำมะขามเปียก

ภาพที่ 3 ผลิตภัณฑ์ชุมชนมะขามจี๊ดจ๊าด

1.2 โปรแกรมการท่องเที่ยว 2 โปรแกรม

1) 1 วันในไทรโยค: เรียนรู้วิถีชุมชน เที่ยวชมพุต้นน้ำ ลิ้มรสอาหารพื้นถิ่น ชิมอาหารมอญ ตามรอยเส้นทางรถไฟสมัยสงครามโลกครั้งที่ 2

2) ตามรอยเส้นทางรถไฟ สมัยสงครามโลกครั้งที่ 2 ท่องเที่ยววิถีชุมชน ชิมรสอาหารมอญ



ภาพที่ 4 แผนที่ท่องเที่ยวชุมชนบ้านพุองกะ

2. ผลการยกระดับและส่งเสริมศักยภาพการท่องเที่ยวโดยชุมชนเพื่อสังคม (CBT-SE) ผ่านกลุ่มเครือข่ายกลุ่มราชภัฏที่ได้รับการขึ้นทะเบียน CBT-SE

2.1 จากกระบวนการการเปิดเวทีร่วมกับผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง (open stage discussion) ในการจัดตั้งกลุ่มวิสาหกิจเพื่อสังคมให้กับพื้นที่โดยการสนับสนุนจากชุมชนกุฎีจีน เขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร ทำให้ได้กลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน ที่ได้รับการขึ้นทะเบียนเป็น SE เมื่อวันที่ 10 มกราคม พ.ศ. 2568 ในนามกลุ่มกิจการเพื่อสังคมบ้านพุองกะ ได้ระบบและกลไกกลุ่มกิจการเพื่อสังคมเพื่อการยกระดับการพัฒนาเป็นผู้ประกอบการด้านการท่องเที่ยวในพื้นที่

สวส.

ทะเบียนเลขที่ 175

หนังสือสำคัญแสดงการจดแจ้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม

หนังสือสำคัญนี้ออกให้เพื่อแสดงว่า

กลุ่มกิจการเพื่อสังคมบ้านพุองกะ

เลขที่ 5 หมู่ที่ 4 ตำบลท่าเสา อำเภอไทรโยค จังหวัดกาญจนบุรี

จดแจ้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม ประเภทกลุ่มบุคคลและชุมชน ตามมาตรา 73 แห่งพระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจเพื่อสังคม พ.ศ. 2562

หนังสือสำคัญนี้ ออกให้ ณ วันที่ 10 มกราคม 2568

นายทะเบียน

สวส.

Register No.175

Certificate of Social Business Groups

This Certificate is given to certify that

BanPhuOnKra Social Business Group

Address at 5, 4, Tha Sao, Sai Yok, Kanchanaburi

is registered as social enterprise in the category of juristic person pursuant to Section 73 of Social Enterprises Promotion Act A.E. 2562 (2019).

This certificate is giving on 10 January 2025

Registrar

ภาพที่ 5 หนังสือสำคัญแสดงการจดแจ้งเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม

นอกจากนี้เพื่อให้กลุ่มวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงบ้านพุองกะ มีศักยภาพเป็นไปตามเกณฑ์การตรวจประเมินมาตรฐานการท่องเที่ยวโดยชุมชน กลุ่มวิสาหกิจดำเนินการโดย 1) พัฒนากลุ่มและการบริการ เพื่อให้เป็นไปตามเกณฑ์การตรวจประเมิน 2) ประสานงานกับสำนักงานท่องเที่ยวกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี เพื่อเสนอพื้นที่เพื่อยื่นขอรับการประเมิน และ 3) ดำเนินการพัฒนาศักยภาพในการเป็นนักสื่อความหมายที่มีประสิทธิภาพ

2.2 การจัดกิจกรรมถ่ายทอดองค์ความรู้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์น้ำมะขามเปียก และมะขามจี๊ดจ๊าด โดยการอบรมเชิงปฏิบัติการเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ในการแปรรูปผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชน ได้แก่ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจ/กลุ่มอาชีพ และประชาชนในชุมชน

การอภิปรายผล

การดำเนินงานพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนของวิสาหกิจชุมชนเศรษฐกิจพอเพียงบ้านพุองกะ จากผลการเตรียมผลิตภัณฑ์ทางการท่องเที่ยวที่ได้มาตรฐานทั้งในส่วนของผลิตภัณฑ์ชุมชน และโปรแกรมการท่องเที่ยวของพื้นที่ พบว่า การพัฒนา “มะขามแปรรูป” และผลิตภัณฑ์ท้องถิ่น เป็นการประยุกต์ใช้แนวคิด เศรษฐกิจสร้างสรรค์ (creative economy) เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับวัตถุดิบที่มีอยู่เดิม การถ่ายทอดองค์ความรู้อย่างต่อเนื่องภายในกลุ่มสอดคล้องกับทฤษฎี การเรียนรู้ทางสังคม (social learning theory) ที่การแลกเปลี่ยนทักษะทำให้เกิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดมากขึ้น (value addition) ซึ่งช่วยลดความเสี่ยงจากการพึ่งพารายได้จากการท่องเที่ยวเพียงช่องทางเดียว

ในส่วนของโปรแกรมการท่องเที่ยว ผลการดำเนินงานพบว่า บ้านพุองกะมีศักยภาพสูงในการเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงวัฒนธรรมและวิถีชีวิต ผ่านการชูอัตลักษณ์ “อาหารพื้นถิ่นมอญ” และ “ประวัติศาสตร์สงครามโลกครั้งที่ 2” สอดคล้องกับแนวคิดทุนทางวัฒนธรรม (cultural capital) ของ Pierre Bourdieu ที่มองว่าวัฒนธรรมสามารถแปรเปลี่ยนเป็นมูลค่าทางเศรษฐกิจได้ โดยการใช้ “พุต้นน้ำ” และ “เส้นทางรถไฟ” เป็นจุดขาย ถือเป็นการจัดการท่องเที่ยวที่เน้นความยั่งยืนบนฐานทรัพยากร (resource-based view) ซึ่ง ชูสิทธิ์ ชูชาติ และคณะ (2563) ได้ชี้ให้เห็นว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ประสบความสำเร็จต้องเริ่มจากการค้นหา "ความหมาย" ของพื้นที่เพื่อสร้างประสบการณ์ที่แตกต่าง (authentic experience) ให้แก่นักท่องเที่ยว โดยเฉพาะการนำเสนออาหารมอญซึ่งถือเป็นซอฟต์พาวเวอร์ที่ทรงพลังในการเชื่อมโยงความรู้สึกของนักท่องเที่ยวกับวิถีชีวิตดั้งเดิม

ด้านการยกระดับสู่วิสาหกิจเพื่อสังคม (Social Enterprise: SE) พบว่า บ้านพุองกะสามารถยกระดับเป็นกลุ่มกิจการเพื่อสังคม (SE) ได้สำเร็จ สะท้อนถึงความเข้มแข็งของทุนทางสังคม (social capital) ภายในชุมชน ซึ่งประกอบด้วยความไว้เนื้อเชื่อใจ (trust) และการรวมกลุ่ม (networking) ตามทฤษฎีของ robert putnam การเป็น SE ไม่เพียงแต่เน้นกำไร แต่ยังมุ่งเน้นการกระจายรายได้และการแก้ปัญหาในชุมชน (social purpose) สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชระ เชียงกูล และเทิดชาย ช่วยบำรุง (2560) ที่ระบุว่า ความสำเร็จของการท่องเที่ยวโดยชุมชนในระยะยาวจำเป็นต้องมีโครงสร้างการจัดการที่เป็นระบบเหมือนธุรกิจ แต่มีหัวใจเพื่อสังคม (social entrepreneurship) การสนับสนุนจากหน่วยงานภายนอกที่บ้านพุองกะได้รับ ถือเป็นปัจจัยเกื้อหนุน (enabling factor) ที่ช่วยลดช่องว่างด้านองค์ความรู้และการเข้าถึงแหล่งทุน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 วิสาหกิจชุมชนบ้านพุองกะ ควรจัดทำแผนธุรกิจสังคม (social business plan) ที่ชัดเจน โดยนำนวัตกรรมมาใช้ในการบริหารจัดการ (management innovation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงานให้เป็นไปตามเกณฑ์มาตรฐาน SE

1.2 ควรมีการออกแบบบรรจุภัณฑ์ (packaging design) ของผลิตภัณฑ์มะขามแปรรูปให้มีความเป็นสากล แต่ยังคงสะท้อนกลิ่นอายของวัฒนธรรมมอญและประวัติศาสตร์ท้องถิ่น เพื่อเพิ่มมูลค่าทางการตลาด (value added) และขยายฐานลูกค้าไปสู่กลุ่มนักท่องเที่ยวคุณภาพสูง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการทำวิจัยเชิงปริมาณเพื่อวัดดัชนีผลตอบแทนทางสังคมจากการลงทุน (Social Return on Investment: SROI) ของการพัฒนาการท่องเที่ยวบ้านพุองกะ เพื่อให้ทราบถึงมูลค่าที่แท้จริงของการพัฒนาที่ส่งผลต่อคุณภาพชีวิตของคนในชุมชนและการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ

2.2 ควรมีการวิจัยตลาดเกี่ยวกับพฤติกรรมนักท่องเที่ยวเชิงคุณภาพ (target market analysis) เพื่อระบุความต้องการที่แท้จริงของนักท่องเที่ยวที่สนใจประวัติศาสตร์และวัฒนธรรม ซึ่งจะช่วยให้ชุมชนสามารถออกแบบโปรแกรมการท่องเที่ยวได้ตรงจุดและสร้างความพึงพอใจสูงสุด (customer satisfaction)

เอกสารอ้างอิง

กุลวดี ละม้ายจีน, เนียนนิภา สำเนียงเสนาะ และภูวดล งามมาก. (2564). *การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชนเชิงสร้างสรรค์เพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวในพื้นที่เมืองรองชุมชนซะซอม ตำบลนาโพธิ์กลาง อำเภอโขงเจียม จังหวัดอุบลราชธานี.* วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, *12*(1), 76–86. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/245204.

ชูสิทธิ์ ชูชาติ, วรพล วัฒนเหลืองอรุณ และกริช สอิ้งทอง. (2563). *รูปแบบการท่องเที่ยวในมิติเศรษฐกิจพอเพียงลุ่มแม่น้ำวางตอนบน.* รายงานการวิจัย. มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่. https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:183755.

วัชระ เชียงกูล และเทิดชาย ช่วยบำรุง. (2560). *พฤติกรรมการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวเชิงกีฬา จังหวัดบุรีรัมย์.* วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี, *8*(1), 90–109. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/humanjubru/article/view/210224.

รชพร จันทร์สว่าง และราณี อิธิชัยกุล. (2546). *ความรู้เบื้องต้นเกี่ยวกับการท่องเที่ยว.* เอกสารชุดฝึกอบรมทางไกล หลักสูตรการจัดการการท่องเที่ยวชุมชนอย่างยั่งยืน. สำนักงานพัฒนาการท่องเที่ยว กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬาร่วมกับมหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

ศรัณย์ บุญประเสริฐ. (2563). *ท่องเที่ยวชุมชน บนเส้นทางเรียนรู้.* กรมส่งเสริมวัฒนธรรม. สืบค้น 20 มีนาคม 2569, จาก https://www.culture.go.th/culture_th/ewt_news.php?filename=index&nid=4812.

วนัสรา จันทร์กมล. (2563). *เงื่อนไขความสำเร็จในการดำเนินงานวิสาหกิจเพื่อสังคมของวิสาหกิจชุมชน ในจังหวัดสุพรรณบุรี.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

Dees, J. G., Emerson, J., & Economy, P. (2002). *Enterprising nonprofits: A toolkit for social entrepreneurs.* Wiley.

Emerson, J. (2003). The blended value proposition: Integrating social and financial returns. *California Management Review, 45*(4), 35–51. https://doi.org/10.2307/41166187.

Haugh, H. (2007). Community-led social venture creation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *31(*2), 161 – 182. https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00168.x.

Smith, W. K., Gonin, M., & Besharov, M. L. (2013). Managing social-business tensions: A review and research agenda for social enterprise. *Business Ethics Quarterly*, *23*(3), 407 – 442. https://doi.org/10.5840/beq201323327.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า กรณีศึกษา วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง

Improving warehouse inventory management efficiency: A case study of Non-Hua Chang fruit juice process community enterprise

ชฎาพร แนบชิด [1*]
Chadarporn Nabchid [1*]

[1] บริหารธุรกิจบัณฑิต การจัดการโลจิสติกส์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[1] Bachelor of Business Administration in Logistics Management,achelor, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: Chadarporn@snru.ac.th [1]

Received: March 04, 2026 Revised: March 23, 2026 Accepted: April 02, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลัง และ 2) ศึกษาแนวทางการจัดผังคลังสินค้าใหม่ เพื่อเพิ่มพื้นที่ใช้สอยและลดระยะเวลาในการปฏิบัติงาน กลุ่มเป้าหมายคือสมาชิกวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนหัวช้างจำนวน 30 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย การสัมภาษณ์เชิงลึก แบบบันทึกข้อมูลการขนถ่ายสินค้า และการวิเคราะห์จัดกลุ่มสินค้าตามความสำคัญด้วยระบบ ABC Analysis ผลการวิจัยพบว่าการประยุกต์ใช้ระบบ 5ส ช่วยส่งเสริมความเป็นระเบียบเรียบร้อยภายในคลังสินค้า ส่งผลให้ระยะเวลาในการหยิบและขนถ่ายสินค้าลดลง พร้อมทั้งเพิ่มพื้นที่ใช้สอยให้เกิดประโยชน์ แนวคิด ECRS ช่วยในการปรับปรุงผังคลังสินค้าผ่านการกำจัดขั้นตอนการดำเนินงานที่ซ้ำซ้อน รวมกระบวนการ และการจัดลำดับการทำงานใหม่ ทำให้กระบวนการไหลของสินค้ามีความคล่องตัวและรวดเร็วยิ่งขึ้น ระบบ ABC Analysis ช่วยในการจัดหมวดหมู่สินค้าตามอัตราการหมุนเวียนและระดับความสำคัญ ทำให้การจัดสรรพื้นที่และการเข้าถึงสินค้าทำได้อย่างเป็นระบบ ผลการดำเนินงานภายหลัง การปรับปรุงประสิทธิภาพสามารถลดระยะทางการขนถ่ายสินค้าจากเดิม 56,377 เมตรต่อ

สัปดาห์ เหลือเพียง 53,764 เมตรต่อสัปดาห์ โดยระยะทางลดลงรวม 2,612 เมตรต่อสัปดาห์ หรือคิดเป็นร้อยละ 4.63 ของระยะทางเดิม

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ, สินค้าคงคลัง, คลังสินค้า

Abstract

The objectives of this research are to 1) improve the efficiency of warehouse inventory management and 2) study guidelines for warehouse redesigning to increase space utilization and reduce operational lead time. The target group consisted of 30 members of the Non– Hua Chang Community Enterprise. The research instruments included in– depth interviews, material handling data records, and ABC analysis for inventory categorization. The research findings revealed that the application of the 5S system enhanced warehouse organization, resulting in reduced picking and handling times while maximizing usable space. The ECRS concept (Eliminate, Combine, Rearrange, and Simplify) contributed to warehouse layout improvement by eliminating redundant operational steps, combining processes, and resequencing tasks, which streamlined the material flow and increased operational speed. Furthermore, the ABC analysis facilitated the categorization of products based on their turnover rates and importance, resulting in systematic space allocation and enhanced accessibility. The results after implementation showed that the material handling distance was reduced from 56,377 meters per week to 53,764 meters per week, representing a total reduction of 2,612 meters per week or 4.63 percent.

Keywords: efficiency, inventory, warehouse

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ปัจจุบันอุตสาหกรรมการผลิตในประเทศไทยมีการพัฒนาอย่างก้าวหน้าและต่อเนื่อง ส่งผลให้การบริหารจัดการคลังสินค้าและสินค้าคงคลังกลายเป็นปัจจัยเชิงยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน โดยเฉพาะความสามารถในการตอบสนองความต้องการของลูกค้าได้อย่างแม่นยำและทันเวลาท่ามกลางกระแสการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและสภาวะตลาดที่มีการแข่งขันสูง ผู้บริโภคมีทางเลือกและอำนาจการต่อรองเพิ่มขึ้น สถานประกอบการจึงจำเป็นต้องปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานเพื่อควบคุมต้นทุนให้มีประสิทธิภาพสูงสุดภายใต้ข้อจำกัดทางเศรษฐกิจ (อมรรัตน์ หมื่นจิตรน้อย และวิศวะ อุนยะวงษ์, 2568)

กลุ่มวิสาหกิจชุมชนถือเป็นกลไกหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจฐานรากโดยเน้นการสร้างมูลค่าเพิ่มจากวัตถุดิบในท้องถิ่น อย่างไรก็ตามยังคงเผชิญปัญหาด้านการเพิ่มผลิตภาพและการบริหารจัดการต้นทุน โดยเฉพาะปัญหาการจัดการสินค้าคงคลังที่ขาดประสิทธิภาพ ซึ่งนำไปสู่ภาระต้นทุนการถือครองสินค้าที่สูงเกินจำเป็น และส่งผลกระทบโดยตรงต่อสภาพคล่องทางการเงินและความสามารถในการทำกำไรของกลุ่ม วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง จังหวัดสกลนคร เป็นกลุ่มวิสาหกิจที่มีศักยภาพโดดเด่นในการแปรรูปผลไม้พื้นถิ่น เช่น หมากเม่า มะขามป้อม และสมอไทย แต่จากการศึกษาสภาพเบื้องต้นพบว่า ทางกลุ่มกำลังประสบวิกฤตการณ์ด้านการบริหารจัดการพื้นที่จัดเก็บ เนื่องจากปริมาณวัตถุดิบ และสินค้าสำเร็จรูปมีอัตราการขยายตัวสูงกว่าขีดความสามารถของพื้นที่คลังสินค้าที่มีจำกัด นอกจากนี้ระบบการทำงานยังขาดมาตรฐานด้านการจำแนกประเภทสินค้าที่ไม่เป็นรูปธรรม ส่งผลให้เกิดความสูญเปล่า ในกระบวนการค้นหาและหยิบสินค้าตลอดจนปัญหาสินค้าเสื่อมสภาพจากการจัดเก็บที่ไม่

เหมาะสมซึ่งถือเป็นต้นทุนค่าเสียโอกาสและเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการขยายตัวทางธุรกิจในอนาคต

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมุ่งเน้นศึกษาและพัฒนาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าสำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง โดยประยุกต์ใช้หลักการบริหารจัดการคลังสินค้าเชิงระบบ เพื่อปรับปรุงการใช้สอยพื้นที่ให้เกิดประโยชน์สูงสุด ลดความซ้ำซ้อนในกระบวนการทำงาน และควบคุมต้นทุนสินค้าคงคลังให้เหมาะสม ผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่จะช่วยยกระดับมาตรฐานการดำเนินงานของกลุ่มให้เป็นระบบมากขึ้น แต่ยังเป็นโมเดลต้นแบบในการพัฒนาขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่กลุ่มวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ เพื่อความยั่งยืนทางเศรษฐกิจต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า วิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง

2. เพื่อศึกษาแนวทางในการจัดคลังสินค้าใหม่ โดยเพิ่มพื้นที่ว่างและการใช้สอยภายในคลังสินค้า

การทบทวนวรรณกรรม

กนกวรรณ กระจ่างเดือน และคณะ (2564) ศึกษาการปรับปรุงประสิทธิภาพคลังสินค้าโดยประยุกต์ใช้แนวคิด ECRS (Eliminate, Combine, Rearrange, Simplify) ร่วมกับโมบายแอปพลิเคชัน เพื่อแก้ปัญหาความล่าช้าและความผิดพลาดจากการบันทึกรหัสสินค้าด้วยมือ ผลการศึกษาพบว่าการนำระบบสแกนคิวอาร์โค้ดมาใช้ทดแทนการจดบันทึก และการจัดทำจุดจัดเก็บ บัตรบันทึกสินค้า (stock card) ที่ชัดเจน ช่วยเพิ่มความถูกต้องและลดขั้นตอนการทำงานจาก 17 ขั้นตอน เหลือ 13 ขั้นตอนส่งผลให้ระยะเวลาในการจัดสินค้าโดยรวมลดลงร้อยละ 26.32 โดยเมื่อพิจารณาเป็นรายกล่อง พบว่าระยะเวลาเฉลี่ยลดลงจาก 4 นาที เหลือเพียง 3 นาทีต่อกล่อง (ลดลงร้อยละ 25) งานวิจัยนี้ยืนยันว่าการบูรณาการเทคโนโลยีเข้ากับหลักการ ECRS สามารถลดความสูญเปล่าด้านเวลาและเพิ่มความแม่นยำในการบริหารจัดการคลังสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

กิ่งกาญจน์ ผลิกะ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์ (2559) ทำการศึกษาเรื่องการบริหารสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis การประยุกต์ใช้เทคนิค EOQ Model และการใช้เทคนิค Silver–Meal เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า กรณีศึกษาบริษัท XYZ พบว่า สินค้า คงคลังกลุ่ม A จำนวน 41 รายการ กลุ่ม B จำนวน 48 รายการ และกลุ่ม C จำนวน 136 รายการ การแบ่งกลุ่มสินค้าด้วยวิธีนี้ช่วยให้สามารถมุ่งเน้นการจัดการสินค้ากลุ่มที่มีมูลค่าสูงหรือมีการใช้บ่อยที่สุด (กลุ่ม A) ให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุดในการลดต้นทุนและการใช้ทรัพยากร สินค้าจำนวน 3 รายการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน < .20 ซึ่งแสดงถึงรูปแบบความต้องการที่คงที่และสม่ำเสมอ เหมาะสมกับการใช้ EOQ Model ซึ่งเป็นเทคนิคที่ช่วยในการหาปริมาณการสั่งซื้อที่เหมาะสมเพื่อให้ต้นทุนการเก็บรักษาสินค้าคงคลังต่ำสุด สินค้าจำนวน 38 รายการที่มีค่าสัมประสิทธิ์ความแปรปรวน > .20 ซึ่งแสดงถึงรูปแบบความต้องการที่ไม่คงที่และไม่สม่ำเสมอ เหมาะสมกับการใช้เทคนิค Silver–Meal ซึ่งเป็นเทคนิคในการคำนวณปริมาณการสั่งซื้อและการจัดการสินค้าคงคลังที่เน้นการลดต้นทุนการจัดเก็บและการขนส่งในระยะยาว

ธนัชชา ขลุ่ยประเสริฐ (2565) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดผังคลังสินค้า กรณีศึกษา บริษัท ABC จำกัด โดยมุ่งเน้นการแก้ปัญหาความล่าช้าในกระบวนการหยิบสินค้าและเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พื้นที่ เริ่มต้นด้วยการประยุกต์ใช้แผนผังก้างปลาเพื่อวิเคราะห์ปัญหาอย่างเป็นระบบ ผลการวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า สาเหตุหลักที่ทำให้

กระบวนการทำงานล่าช้าเกิดจากการใช้เวลาในการเคลื่อนที่เพื่อหยิบสินค้ามากเกินจำเป็น เพื่อให้การจัดการพื้นที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการเคลื่อนไหวของสินค้า จึงนำระบบABC Analysis มาจัดหมวดหมู่สินค้าตามอัตราการหมุนเวียน โดยจำแนกสินค้าออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ กลุ่ม A (สินค้าหมุนเวียนสูง) จำนวน 2 ชนิด, กลุ่ม B (สินค้าหมุนเวียนปานกลาง) จำนวน 1 ชนิด และกลุ่ม C (สินค้าหมุนเวียนต่ำ) จำนวน 7 ชนิด การวิเคราะห์ดังกล่าวนำมาใช้เป็นฐานข้อมูลสำคัญในการจัดทำผังคลังสินค้าใหม่ โดยจัดวางสินค้ากลุ่ม A ไว้ในตำแหน่งที่เข้าถึงง่ายที่สุด ควบคู่ไปกับการขยายพื้นที่จัดเก็บและการนำระบบการควบคุมด้วยสายตา มาใช้ในการปฏิบัติงาน สามารถลดระยะเวลาในการหยิบสินค้าลงได้ถึงร้อยละ 50 ช่วยเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการปฏิบัติงานและส่งผลให้ต้นทุนในการดำเนินงานคลังสินค้าลดลงอย่างมีประสิทธิภาพ

ธนกฤต ผัดเป้า (2561) ได้ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าสำหรับธุรกิจค้าปลีกเครื่องนุ่งห่มในจังหวัดลำพูน โดยประยุกต์ใช้เทคนิค ABC Analysis ในการจำแนกประเภทสินค้าสำเร็จรูปออกเป็น 3 หมวดหมู่หลัก ได้แก่ เสื้อ ผ้าซิ่น และชุดต่าง ๆ เพื่อใช้เป็นฐานข้อมูลในการวางแผนการสั่งซื้อและการจัดเก็บสินค้าอย่างเป็นระบบกระบวนการวิจัยได้บูรณาการร่วมกับ เทคนิคการพยากรณ์ความต้องการ และการหาจุดการสั่งซื้อที่ประหยัดที่สุด เพื่อวางแผนปริมาณสินค้าคงคลังให้มีความสมดุล การจัดกลุ่มสินค้าตามลำดับความสำคัญช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถลดปริมาณการจัดเก็บสินค้าส่วนเกินที่ไม่มีความจำเป็นลงได้ ในขณะเดียวกันยังสามารถรักษาระดับสินค้าให้เพียงพอต่อความต้องการของลูกค้า ส่งผลให้มูลค่ารวมของสินค้าคงคลังและต้นทุนการสั่งซื้อในแต่ละครั้งลดลงอย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยชิ้นนี้จึงชี้ให้เห็นว่าการใช้ ABC Analysis เป็นเครื่องมือเริ่มต้นที่สำคัญในการนำไปสู่การพยากรณ์และการบริหารระดับสินค้าคงคลัง ที่แม่นยำยิ่งขึ้น

ไพโรจน์ ชัชวาลย์ และคณะ (2566) ทำการศึกษาเรื่อง การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ กรณีศึกษา บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์ ปัญหาในคลังสินค้าอะไหล่ คือ มีการจัดวางสินค้าปะปนกัน ไม่มีการระบุตำแหน่งในการจัดเก็บที่ชัดเจน ทำให้ค้นหาสินค้าได้ยาก ต้องใช้เวลามากในการหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้า ส่งผลให้การทำงานของแผนกคลังสินค้าเกิดความล่าช้า ทำการปรับปรุงขั้นตอนการดำเนินงานในคลังสินค้าอะไหล่ โดยการแบ่งกลุ่มและจัดเรียงสินค้า พร้อมทั้งจัดทำข้อมูลตำแหน่งของสินค้า และ ทำการวัดประสิทธิภาพโดยการทดสอบหยิบสินค้าของกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 5 คน โดยให้แต่ละคนหยิบสินค้าตามใบเบิกสินค้าเหมือนกันคนละ 10 รายการ ก่อนและหลังการจัดเรียง ผลการดำเนินงานกลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ใช้ระยะเวลาเฉลี่ยในการหยิบสินค้า 1 รายการลดลงเฉลี่ยร้อยละ 46 ส่งผลให้การหยิบสินค้ารวดเร็วขึ้น และทำให้การจัดการคลังสินค้ามีประสิทธิภาพมากขึ้น

ลภัสรดา ลิ่มศิลา (2562) ได้ศึกษาการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการสินค้าคงคลังผ่านเทคนิค ABC Analysis เพื่อมุ่งเน้นการลดต้นทุนการถือครองสินค้าและวัตถุดิบอย่างเป็นระบบ วัตถุดิบในกลุ่ม A ซึ่งเป็นกลุ่มที่มีมูลค่ารวมสูงสุดคิดเป็นร้อยละ 69.41 ของมูลค่าทั้งหมดเป็นกลุ่มปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อภาระต้นทุนขององค์กร จากการปรับปรุงนโยบายการสั่งซื้อใหม่ให้สอดคล้องกับลำดับความสำคัญของวัตถุดิบแต่ละประเภทตามหลักการ ABC Analysis พบว่าสามารถลดต้นทุนสินค้าคงคลังลงจากเดิมถึง 3,991,313.61 บาท หรือคิดเป็นร้อยละ 65.90 การจัดกลุ่มสินค้าไม่เพียงแต่ช่วยในด้านการจัดระเบียบพื้นที่แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการวางแผนกลยุทธ์การจัดซื้อและการควบคุมงบประมาณ เพื่อลดต้นทุนจมในสินค้าคงคลังและเพิ่มสภาพคล่องทางการเงินให้กับกิจการได้อย่างยั่งยืน

อภิศักดิ์ วงศ์สนิท (2563) ได้ศึกษาการจัดการสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดเก็บสินค้าคงคลัง โดยมุ่งเน้นการสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันผ่านการปรับปรุงเชิงพื้นที่และระยะทางภายในคลังสินค้า ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่าการบริหารจัดการพื้นที่ว่าง และการลดระยะทางการเคลื่อนย้ายสินค้าเป็นปัจจัยวิกฤตที่ส่งผลต่อต้นทุน

และประสิทธิภาพการดำเนินงาน การวิเคราะห์สินค้าคงคลังแบบ ABC Analysis จำแนกและลำดับความสำคัญของสินค้า เพื่อกำหนดระดับการควบคุมและงบประมาณค่าใช้จ่ายให้เหมาะสมกับสินค้าแต่ละประเภท ช่วยให้การบริหารจัดการสินค้าคงคลังมีความคล่องตัวและเป็นระบบทำให้การเพิ่มพื้นที่ว่างและการลดระยะทางที่เกิดขึ้นจากการจัดการอย่างมีประสิทธิภาพ ช่วยลดต้นทุนการจัดเก็บและเป็นการเพิ่มศักยภาพในการรองรับการเติบโตทางธุรกิจและการแข่งขันในตลาด

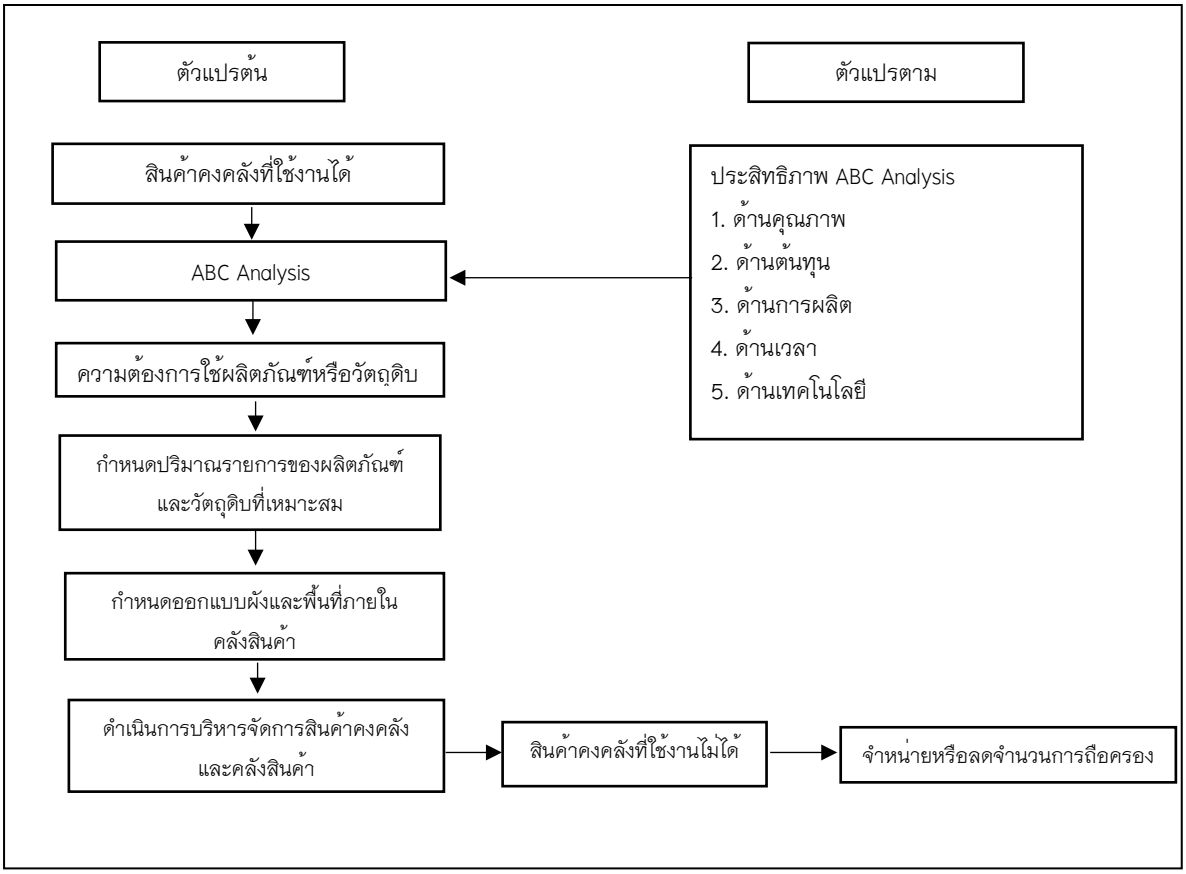
สุพิศ แพงสี (2560) ได้ศึกษาแนวทางการพัฒนากิจกรรม 5ส ของบริษัท NEIS (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดชลบุรี โดยการพัฒนา 5 ส ตามกรอบวงจรคุณภาพ พบว่า ด้านการวางแผนทำการกำหนดนโยบาย หน้าที่ความรับผิดชอบ แผนงานประจำปี แบ่งเขตพื้นี่ความรับผิดชอบทำการการประชุมติดตามความคืบหน้า ด้านการลงมือปฏิบัติทำการกำหนดวิสัยทัศน์ พันธกิจ และนโยบายจัดตั้งคณะกรรมการ 5 ส แบ่งพื้นที่ตามประเภทงาน ประชุมคณะกรรมการเดือนละ 2 ครั้ง ประกาศนโยบายประจำปี และปฏิบัติตามแผนงานประจำปี ด้านการตรวจสอบติดตามผลการตรวจสอบพื้นที่เดือนละ 1 ครั้ง ผู้บริหารเยี่ยมชม ปีละ 2ครั้ง สรุปผลคะแนนพร้อมประกาศผลมอบรางวัลและแสดงความชื่นชม กรณีพบข้อบกพร่องให้คำแนะนำ สรุปผลการดำเนินกิจกรรม นำเสนอผู้บริหารอย่างต่อเนื่อง และด้านการปรับปรุงนำปัญหามาทบทวน ทำการปรับปรุงและแก้ไขแบบประเมิน เพื่อนำไปวางแผนใหม่

พรพรหม รุ่งเรือง และคณะ (2569) ทำการศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตผ่านการปรับปรุงผังโรงงานเพื่อลดความสูญเปล่าจากการเคลื่อนย้าย โดยประยุกต์ใช้ หลักการวางผังอย่างเป็นระบบ (Systematic Layout Planning: SLP) ประกอบด้วย การรวบรวมข้อมูลพื้นฐาน การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างกิจกรรม การสร้างผังทางเลือก และการประเมินเพื่อเลือกผังที่มีประสิทธิภาพสูงสุดการไหลของชิ้นงานมีลักษณะวกกลับ และมีการเคลื่อนที่ตัดกัน ส่งผลให้พนักงานเกิดความเหนื่อยล้าและเกิดความล่าช้าในกระบวนการผลิต โดยมีระยะทางการเคลื่อนย้ายรวมสูงถึง 206.3 เมตร วิเคราะห์ความสัมพันธ์ของพื้นที่และกระบวนการไหลของวัสดุ นำเสนอผังทางเลือกใหม่ที่มีความเหมาะสม การจัดวางผังตามหลักการ SLP สามารถลดระยะทางการเคลื่อนย้ายชิ้นงานได้อย่างชัดเจน และช่วยให้กระบวนการไหลภายในโรงงานมีความต่อเนื่องมากขึ้น ประสิทธิภาพการกำจัดความสูญเปล่าในกระบวนการทำงาน ส่งผลต่อการลดระยะทางปฏิบัติงานและยกระดับประสิทธิภาพขององค์กร

สรุปได้ว่า การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้ามีหลายเทคนิค แต่ในงานวิจัยนี้เลือกใช้ ABC Analysis ภายใต้แนวคิด ECRS เพื่อจัดลำดับความสำคัญของสินค้าและลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น เพื่อช่วยให้การใช้ทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้น ลดความสูญเปล่า และเพิ่มความแม่นยำในการควบคุมสต็อกสินค้าได้อย่างเป็นระบบ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้ เป็นงานวิจัยเชิงปฏิบัติการ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยใช้หลักเกณฑ์การคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) โดยกำหนดคุณสมบัติของผู้ให้ข้อมูลหลัก คือ ผู้ที่มีอำนาจและเกี่ยวข้องในการตัดสินใจโดยตรงด้านการบริหารจัดการคลังสินค้าและสต๊อกสินค้า (key informants) ซึ่งประกอบด้วยบุคคลจำนวน 5 คน ได้แก่ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน จำนวน 1 คน ผู้ทำหน้าที่ดูแลคลังสินค้า จำนวน 1 คน ผู้รับผิดชอบสต๊อกสินค้า จำนวน 2 คน และผู้ให้ข้อมูลประกอบ คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนหัวช้าง จำนวน 26 คน รวมทั้งสิ้น 30 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสังเกต เป็นการสังเกตแบบมีส่วนร่วมผู้วิจัยจะเข้าไปสังเกตแบบแนบเนียนเข้าร่วมกิจกรรมร่วมกับกลุ่ม การสังเกตแบบมีเค้าโครงกำหนดไว้ล่วงหน้าโดยใช้แบบบันทึกข้อมูลการขนถ่ายสินค้า แบบสำรวจผังคลังสินค้า และตารางวิเคราะห์ ABC Analysis โดยจะไม่ทำการสังเกตเหตุการณ์ หรือพฤติกรรมอื่นใดนอกเหนือจากที่กำหนด เพื่อความน่าเชื่อถือของข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ต่อไป รายละเอียดแบบบันทึกข้อมูลต่าง ๆ มีดังนี้

1) แบบบันทึกข้อมูลการขนถ่ายสินค้า (material handling observation form) เป็นตารางบันทึกข้อมูลจากการสังเกตการณ์การปฏิบัติงานจริงในขั้นตอนต่าง ๆ เช่น การรับสินค้า การจัดเก็บ และการจ่ายสินค้า เพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับระยะทางการเคลื่อนย้ายสินค้าในแต่ละขั้นตอน เวลาที่ใช้ในการเคลื่อนย้ายและขนถ่ายในแต่ละรอบการทำงาน และจำนวนรอบการเคลื่อนย้ายสินค้าในแต่ละสัปดาห์

2) แบบสำรวจผังคลังสินค้าปัจจุบัน ในการวัดขนาดพื้นที่คลังสินค้าจริง การจัดวางตำแหน่งชั้นวาง จุดรับ–จ่ายสินค้า และทางเดิน เพื่อนำมาจัดทำเป็นผังคลังสินค้าปัจจุบัน สำหรับการวิเคราะห์ปัญหาและออกแบบผังใหม่

3) ตารางวิเคราะห์ ABC Analysis (ABC Analysis worksheet) ในการเก็บรวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลสินค้าคงคลังประกอบด้วย รายการสินค้าคงคลังทั้งหมด (SKUs) มูลค่าการใช้งาน/ยอดขายสะสมรายปี สัดส่วนมูลค่าสะสม และการจัดกลุ่มสินค้าออกเป็น กลุ่ม A, B และ C ตามเกณฑ์ที่กำหนด

2.2 แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญจากความคิดเห็นของผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างที่มีความยืดหยุ่นของข้อประเด็นคำถาม เพื่อการเก็บข้อมูลในขณะที่ยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในประเด็นศึกษาอย่างครบถ้วน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

1) ข้อมูลปฐมภูมิ ศึกษาข้อมูลจากการรวบรวมสถานการณ์จริง โดยอาศัยการสังเกตพฤติกรรมของสมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชน แบบตรวจรายการ (checklist) การสัมภาษณ์ โดยคำถามเกี่ยวกับประเด็นปัญหาที่เกิดขึ้นภายในคลังสินค้า และเป็นคำถามที่มีความยืดหยุ่น เพื่อการเก็บข้อมูลในขณะที่ยังคงไว้ซึ่งเนื้อหาสาระที่ครอบคลุมในประเด็นศึกษาอย่างครบถ้วน

2) ข้อมูลทุติยภูมิ เป็นการรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ ที่ได้จากงานวิทยานิพนธ์ วารสาร บทความเว็บไซต์ต่าง ๆ ทางอินเทอร์เน็ต นำมาอ้างอิงเพื่อใช้ในการศึกษาให้มีความน่าเชื่อถือมากขึ้น

3) การรวบรวมข้อมูลเพื่อทำการวิเคราะห์แผนผังก้างปลาเพื่อหาแนวทางในการแก้ไขปัญหา

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

1) นำข้อมูลรายละเอียดจากการสัมภาษณ์ ประธานกลุ่มวิสาหกิจชุมชน ผู้ทำหน้าที่ดูแลคลังสินค้า ผู้รับผิดชอบสต๊อกสินค้า และผู้ให้ข้อมูลประกอบ คือ สมาชิกกลุ่มวิสาหกิจชุมชนบ้านโนนหัวช้าง มาตรวจสอบความสมบูรณ์ก่อนวิเคราะห์และนำข้อมูลสภาพปัญหาที่พบมาวิเคราะห์ด้วย “แผนผังก้างปลา”

2) ปัญหาที่ได้จากการวิเคราะห์ผังก้างปลาและข้อมูลจากการแบบบันทึกข้อมูลการขนถ่ายสินค้า แบบสำรวจผังคลังสินค้า และตารางวิเคราะห์ ABC Analysis ทำการวิเคราะห์รายการสินค้าคงคลัง คำนวณข้อมูลจากแบบบันทึกการขนถ่ายสินค้า เพื่อหาค่าเฉลี่ยของระยะทางการเคลื่อนย้ายและเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานต่อรอบสัปดาห์ เปรียบเทียบข้อมูลก่อนและหลังการปรับปรุงผังคลังสินค้า เพื่อวัดผลความสำเร็จในด้านการลดระยะทางและเวลาในการทำงาน

3) ผู้วิจัยทำการเปรียบเทียบข้อมูลที่ได้จากการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม การสัมภาษณ์ และข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารอ้างอิงต่าง ๆ เพื่อให้ผลการวิเคราะห์มีความน่าเชื่อถือและครอบคลุมประเด็นศึกษาอย่างครบถ้วน

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ปัญหาและสาเหตุจากแผนภูมิพังก้างปลาแสดงให้เห็นถึงปัญหาภายในคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง คือ ประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า เกิดจากสาเหตุ

ของปัญหาหลัก 3 ด้าน ดังต่อไปนี้

1. ด้านพนักงานภายในคลังสินค้า ประสบปัญหาเวลาที่ใช้ในการขนถ่ายสินค้า เนื่องจากพนักงานขาดทักษะในการทำงาน ทำให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ภายในคลังสินค้ามีความล่าช้า สาเหตุมาจากพนักงานเริ่มเข้ามาทำงานยังไม่มีประสบการณ์ ความสามารถในการเข้าใจหรือเรียนรู้งานในการทำงานภายในคลังสินค้า พนักงานขาดประสบการณ์ในการทำงานเนื่องจากพนักงานไม่ได้รับการอบรมในเรื่องการทำงานภายในคลังสินค้า ไม่คุ้นเคยกับสถานที่และพื้นที่ภายในคลังสินค้า และพนักงานขาดประสิทธิภาพในการทำงาน อันเนื่องมาจากพนักงานพักผ่อนไม่เพียงพอ เกิดอาการง่วงนอนในขณะปฏิบัติงาน ส่งผลให้การทำงานมีความล่าช้า การขนถ่ายสินค้าไม่มีการตรวจสอบความถูกต้องจนบางครั้งเกิดข้อผิดพลาดในการขนถ่ายสินค้า

2. ด้านพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า การทำงานภายในคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง ไม่มีขั้นตอนการวางแผนจัดลำดับการทำงานที่ชัดเจน พนักงานทำงานตามความเคยชินจนไม่มีระเบียบแบบแผนในการทำงานที่แน่นอน ซึ่งส่งผลต่อการเกิดข้อผิดพลาดในการปฏิบัติงานภายในคลังสินค้าได้ และการใช้พื้นที่ภายในคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง ใช้พื้นที่สำหรับการวางสินค้าไม่เหมาะสม ขาดการวางผังพื้นที่ในการจัดเก็บสินค้า ค้นหาสินค้ายากเนื่องจากไม่มีการเรียงสินค้าอย่างเป็นระบบ เกิดปัญหาในเรื่องของการหยิบสินค้า ใช้เวลานานในการจัดเก็บสินค้าในแต่ละครั้ง ไม่มีการแบ่งบริเวณพื้นที่สำหรับสินค้าแต่ละประเภท

3. ด้านระบบการจัดเก็บสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า ขาดทักษะด้านการจัดการสินค้าคงคลังและคลังสินค้า ทำให้ระบบการทำงานภายในคลังสินค้าไม่เป็นไปตามขั้นตอนที่เหมาะสม การใช้ทรัพยากรไม่คุ้มค่า ทำให้การใช้ทรัพยากรไม่เกิดประโยชน์สูงสุดในการทำงาน

ผู้วิจัยนำกิจกรรม 5ส มาปรับใช้เพื่อแก้ปัญหาการจัดเก็บสินค้าที่ไม่เป็นระเบียบ ไม่มีป้ายกำกับ และขาด การวางแผนผังในคลังสินค้าทำให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้าในการค้นหาและขนถ่ายสินค้า การปรับปรุงจัดสรรพื้นที่อย่างเป็นระบบและกำหนดตำแหน่งสินค้าชัดเจน ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ลดระยะเวลาการทำงาน และสามารถตรวจสอบจำนวนคงคลังได้อย่างแม่นยำ เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและมีระเบียบเรียบร้อย

หลังจากมีการจัดวางแผนผังและพื้นที่ภายในคลังสินค้า ปรากฏว่า การทำงานของพนักงานสามารถทำงานได้รวดเร็วและสะดวก การนำสินค้าจัดเก็บบนชั้นไว้อย่างเป็นระเบียบ ช่วยให้พนักงานสามารถลดระยะเวลาในการขนถ่ายสินค้า การหาสินค้า มีพื้นที่ภายในคลังสินค้าเพิ่มมากขึ้น และสามารถขนถ่ายสินค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น เนื่องจากบริเวณพื้นที่ทางเดินไม่มีสินค้า อุปกรณ์ต่าง ๆ วางกระจัดกระจาย พนักงานสามารถหยิบสินค้าและขนถ่ายสินค้าได้ จากการสำรวจกระบวนการขนถ่ายสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน พบว่าในระยะเวลาหนึ่งวันของการทำงานพนักงานใช้ระยะทางในการขนถ่ายสินค้าไกล เนื่องจากในบางครั้งสินค้าบางชนิดที่มีการขนถ่ายบ่อยอยู่บริเวณพื้นที่ด้านในคลังสินค้า ทำให้พนักงานต้องใช้เวลาในการเดินไปหยิบสินค้าต่อหนึ่งรายการ ซึ่งใช้เวลานานในการขนถ่ายสินค้าให้ลูกค้าในแต่ละครั้ง ก่อให้เกิดการใช้เวลาในการทำงานมากเกินจำเป็น พนักงานมีความเหนื่อยล้า สูญเสียพลังงานและเวลา รายละเอียดการขนถ่ายสินค้า ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงความถี่ในการขนถ่ายสินค้าระหว่าง มกราคม ถึง มิถุนายน 2568

ลำดับ	ชื่อสินค้า	จำนวนเที่ยว(สัปดาห์)							เฉลี่ย/สัปดาห์(เที่ยว)
		1	2	3	4	5	6	7	
1	แยมมะม่วงหาวมะนาวโห่	36	49	42	39	30	45	35	39.3
2	น้ำมะขามป้อม 100 มล.	26	20	28	19	23	29	26	24.43
3	น้ำมะขามป้อม 250 มล.	65	45	58	42	67	54	46	53.86
4	น้ำหมากเม่า 250 มล.	189	165	173	148	180	156	145	165.14
5	น้ำหมากเม่า 100 มล.	44	37	45	30	40	52	38	40.86
6	น้ำสมอพิเภก 250 มล.	154	149	126	145	150	132	128	140.57
7	น้ำมัมเบอร์รี่ 250 มล.	168	147	160	155	138	129	142	148.43
8	น้ำมัมเบอร์รี่ 100 มล.	13	25	32	18	22	15	30	22.14
9	น้ำสมอไทย 250 มล.	36	48	42	38	32	46	35	39.57
10	น้ำเกรปฟรุต 250 มล.	140	125	148	138	150	128	125	136.28
11	น้ำตรีผลา 250 มล.	149	125	136	145	120	130	138	134.71
12	น้ำตรีผลา 100 มล.	12	24	30	15	18	14	25	19.71

จากตาราง 1 พบว่าข้อมูลความถี่ในการขนถ่ายสินค้าจะทำให้การวัดระยะทางในการทำการเดินไปหยิบสินค้าให้ลูกค้า เริ่มที่จุดจอดรถถึงตำแหน่งของสินค้าแต่ละชนิด จนถึงจุดตรวจนับสินค้านับเป็นหนึ่งเที่ยว พบว่า เฉลี่ยหนึ่งสัปดาห์สินค้าแต่ละชนิดมีอัตราการขนถ่ายต่อเที่ยวที่แตกต่างกัน สินค้าบางชนิดมีอัตราในการขนถ่ายสูง ดังนั้นจึงทำให้การจัดเรียงลำดับชนิดของสินค้าตามอัตราการขนถ่าย และทำการแบ่งกลุ่มสินค้าตามแนวทางการจำแนกสินค้าคงคลังแบบ ABC analysis พร้อมทั้งคำนวณหาระยะทางในการส่งมอบให้ลูกค้าตามระยะทางของคลังสินค้าก่อนการจัดระเบียบโดยใช้ 5ส รายละเอียดข้อมูลการแบ่งกลุ่มสินค้าตาม ABC ดังตาราง 2

ตาราง 2 ข้อมูลการแบ่งกลุ่มสินค้าตาม ABC

ลำดับ	ชื่อสินค้า	ค่าเฉลี่ยในการขนถ่าย/สัปดาห์(เที่ยว)	จำแนกตาม ABC
1	น้ำหมากเม่า 250 มล.	165.14	Class A
2	น้ำมัมเบอร์รี่ 250 มล.	148.43	
3	น้ำสมอพิเภก 250 มล.	140.57	
4	น้ำเกรปฟรุต 250 มล.	136.28	
5	น้ำตรีผลา 250 มล.	134.71	
6	น้ำมะขามป้อม 250 มล.	53.86	Class B
7	น้ำหมากเม่า 100 มล.	40.86	
8	น้ำสมอไทย 250 มล.	39.57	
9	แยมมะม่วงหาวมะนาวโห่	39.30	

ตาราง 2 (ต่อ)

ลำดับ	ชื่อสินค้า	ค่าเฉลี่ยในการขนถ่าย/สัปดาห์(เที่ยว)	จำแนกตาม ABC
10	น้ำมะขามป้อม 100 มล.	24.43	
11	น้ำมัมเบอร์รี่ 100 มล.	22.14	Class C
12	น้ำตรีผลา 100 มล.	19.71	

จากตาราง 2 สามารถแบ่งกลุ่มสินค้าภายในคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง ได้ดังนี้

Class A ประกอบไปด้วยสินค้า 5 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ น้ำหมากเม่า 250 มล. น้ำมัมเบอร์รี่ 250 มล. น้ำสมอพิเภก 250 มล.น้ำเกรปฟรุต 250 มล. และน้ำตรีผลา 250 มล.เป็นสินค้าที่มีอัตราในการขนถ่ายบ่อยส่งผลให้พนักงานต้องใช้ระยะทางในการส่งมอบสินค้าไกลและสูญเสียเวลามาก คิดเป็นร้อยละ 76.63

Class B ประกอบไปด้วยสินค้า 4 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้ น้ำมะขามป้อม 250 มล.น้ำหมากเม่า 100 มล. น้ำสมอไทย 250 มล.และแยมมะม่วงหาวมะนาวโห่ เป็นสินค้าที่มีอัตราในการหยิบจ่ายในระดับปานกลาง คิดเป็นร้อยละ 18.89

Class C ประกอบไปด้วยสินค้า 3 ผลิตภัณฑ์ ดังนี้น้ำมะขามป้อม 100 มล.น้ำมัมเบอร์รี่ 100 มล. น้ำตรีผลา 100 มล. เป็นสินค้าที่มีอัตราในการหยิบจ่ายในระดับน้อยที่สุด คิดเป็นร้อยละ 4.48

หลังจากดำเนินการแบ่งกลุ่มสินค้าตามหลักของทฤษฎี ABC analysis ผู้วิจัยได้ทำการคำนวณหาระยะทางรวมจากสมการ เพื่อที่จะนำข้อมูลที่ได้ไปทำการเปรียบเทียบระหว่างระยะทางในการขนถ่ายสินค้าของคลังสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้างระหว่างก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง พบว่าจำนวนเที่ยวเฉลี่ยในการขนถ่ายต่อสัปดาห์ 965 เที่ยว ระยะทางรวม 665.5 เมตร ระยะทางรวมเฉลี่ยต่อสัปดาห์ 56,377.15เมตร ดังตาราง 3

ตาราง 3 ระยะทางการขนถ่ายสินค้าและระยะทางเฉลี่ยในการขนถ่ายต่อสัปดาห์ (ก่อนปรับปรุง)

ลำดับ	ชื่อสินค้า	ค่าเฉลี่ยในการขนถ่าย/สัปดาห์(เที่ยว)	ระยะทางต่อเที่ยว (เมตร)	ระยะทางรวมเฉลี่ยต่อสัปดาห์(เมตร)
1	น้ำหมากเม่า 250 มล.	165.14	86.5	14,284.61
2	น้ำมัมเบอร์รี่ 250 มล.	148.43	47.5	70,50.42
3	น้ำสมอพิเภก 250 มล.	140.57	32	4,498.24
4	น้ำเกรปฟรุต 250 มล.	136.28	50	6,814.00
5	น้ำตรีผลา 250 มล.	134.71	76	10,237.96
6	น้ำมะขามป้อม 250 มล.	53.86	69.5	3,743.27
7	น้ำหมากเม่า 100 มล.	40.86	38	1,552.68
8	น้ำสมอไทย 250 มล.	39.57	65	2,572.05
9	แยมมะม่วงหาวมะนาวโห่	39.30	64.5	2,534.85
10	น้ำมะขามป้อม 100 มล.	24.43	68.5	1,673.455
11	น้ำมัมเบอร์รี่ 100 มล.	22.14	31	686.34
12	น้ำตรีผลา 100 มล.	19.71	37	729.27
	ภาพรวม	965	665.5	56,377.15

สูตรที่ใช้คำนวณสมการในตารางที่ 3 คือ $X = fs$ โดยกำหนดค่าดังนี้

X = ระยะทางต่อสัปดาห์

f = ความถี่ของการขนถ่ายสินค้า

S = ระยะทาง

* ระยะทางคือ ระยะทางจากจุดจอดรถเข็นถึงตำแหน่งที่จัดเก็บสินค้าแต่ละชนิด

** ระยะทางต่อสัปดาห์ คือ อัตราเฉลี่ยในการขนถ่ายสินค้า X ระยะทาง = ระยะทางต่อสัปดาห์

เมื่อนำข้อมูลที่ได้มาทำการวิเคราะห์ข้อมูล เพื่อที่จะทำผังคลังสินค้าของกลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้างขึ้นมาใหม่ ผู้วิจัยได้คำนึงถึงข้อจำกัดในการออกแบบผังคลังสินค้า คือ สินค้าที่มีอัตราในการขนถ่ายสินค้าบ่อยจะต้องอยู่ใกล้กับจุดจอดรถเข็นรับสินค้ามากที่สุด (A) สินค้าที่อยู่ในระดับการขนถ่ายรองลงมาที่อยู่ใกล้กับจุดขนถ่ายคือสินค้าที่มีการขนถ่ายระดับปานกลาง (B) และสินค้าที่อยู่ลำดับสุดท้ายคือ สินค้าที่มีการขนถ่ายน้อยที่สุด (C) การนำทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการเคลื่อนไหวสินค้าที่มีการเคลื่อนไหวมากที่สุดวางสินค้าไว้ใกล้กับประตู (fast move closest to the door) และนำทฤษฎี ECRS เข้ามาใช้ในการออกแบบผังคลังสินค้า เพื่อลดในเรื่องการของลดการสูญเสียดังต่อไปนี้

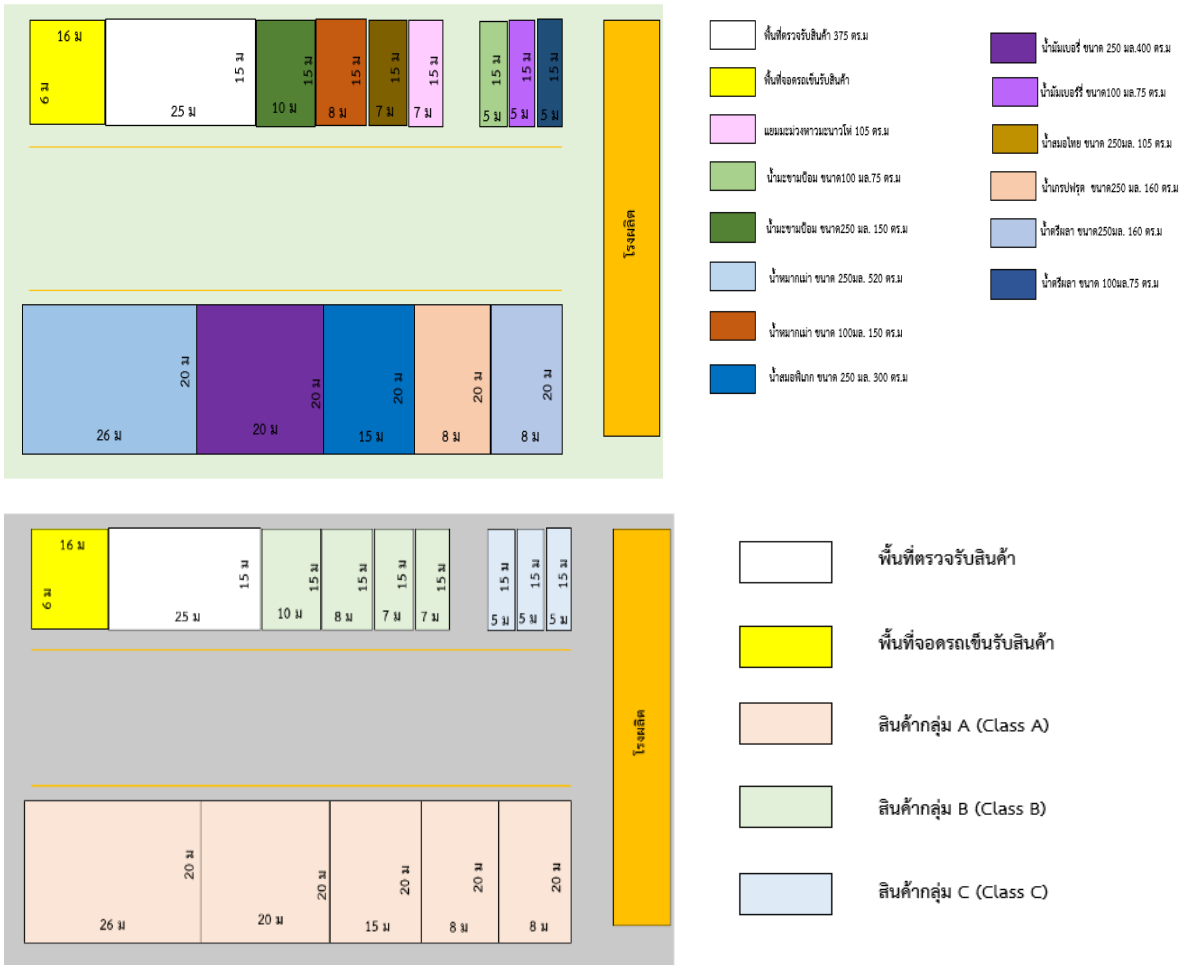
1. การกำจัด (eliminate) มุ่งเน้นการลดขั้นตอนการเคลื่อนย้ายที่ไม่ และการรอคอย โดยปรับผังการวางสินค้าตามความถี่ในการขนถ่าย สินค้าที่มีอัตราการหมุนเวียนสูงจะถูกจัดวางใกล้จุดรับ-ส่งสินค้าเพื่อลดระยะทางและเวลาในการทำงาน

2. การรวมกัน (combine) ดำเนินการจัดกลุ่มสินค้าที่มีความถี่ในการขนถ่ายใกล้เคียงกันตามหลักการ ABC Analysis เพื่อกำหนดตำแหน่งจัดเก็บให้เป็นหมวดหมู่ ช่วยลดขั้นตอนการคัดแยกและลดการเคลื่อนที่ซ้ำซ้อนระหว่างกระบวนการ

3. การจัดรูปแบบใหม่ (rearrange) ปรับลำดับและตำแหน่งการจัดเก็บสินค้าภายในคลังใหม่ โดยวิเคราะห์จากเส้นทางการไหลของสินค้าเพื่อลดระยะทางการขนถ่ายรวมและแก้ไขปัญหาคอขวดในกระบวนการเบิกจ่าย

4. การทำให้ง่าย (simplify) ออกแบบการเข้าถึงพื้นที่จัดเก็บให้เหมาะสมกับขนาดและความสำคัญของสินค้าแต่ละ Class ได้แก่ A พื้นที่ขนาดใหญ่ เข้าถึงง่ายที่สุด เพื่อความรวดเร็วในการหมุนเวียนสินค้ามูลค่าสูง B พื้นที่ขนาดกลาง สำหรับสินค้าความสำคัญปานกลาง และ C พื้นที่ขนาดเล็ก ในส่วนด้านข้าง สำหรับสินค้าที่หมุนเวียนช้า

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ระดับความสัมพันธ์ด้วยแผนภูมิความสัมพันธ์ โดยการพิจารณาระดับความสัมพันธ์ของสินค้าแต่ละชนิด โดยการจัดระดับความสัมพันธ์ในงานวิจัยฉบับนี้จากความสัมพันธ์ระดับมากไปหาความสัมพันธ์ระดับน้อยตามอัตราค่าเฉลี่ยในการขนถ่ายสินค้าแต่ละชนิด



ภาพที่ 2 แผนผังคลังสินค้ากลุ่มวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง โดยแบ่งกลุ่มสินค้าแบบ ABC

พื้นที่บริเวณเก็บสินค้าที่ขนาดใหญ่และเข้าถึงง่าย เช่น พื้นที่เก็บคลังสินค้าขนาด 26 ม x 20 ม. ถูกจัดให้กับ Class A เพื่อให้หยิบจับได้สะดวกและรวดเร็ว ลดเวลาการจัดส่ง พื้นที่ ขนาดกลาง 15 ม –20 ม. ถูกใช้กับ Class B สะท้อนถึงความสำคัญรองลงมา แต่ยังต้องการความสะดวกในการจัดเก็บและเบิกจ่าย พื้นที่ ขนาดเล็กและอยู่ด้านข้าง 5 ม. – 10 ม. ถูกจัดไว้สำหรับ Class C เนื่องจากไม่จำเป็นต้องหยิบบ่อย และใช้พื้นที่น้อย การบริหารจัดการสินค้าคงคลังด้วยการจำแนกประเภทแบบ ABC Analysis ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการควบคุมปริมาณสินค้า การใช้พื้นที่ และความถูกต้องของสต๊อกอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้องค์กรสามารถลดต้นทุนการดำเนินงานและตอบสนองความต้องการของตลาดได้ดียิ่งขึ้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งในกระบวนการจัดเก็บและเบิกจ่าย การจัดวางสินค้ากลุ่ม A ซึ่งมีมูลค่าและการหมุนเวียนสูงไว้ใกล้จุดเข้า–ออก จะช่วยลดเวลาและระยะทางในการหยิบสินค้าได้อย่างมีนัยสำคัญ ในขณะที่สินค้ากลุ่ม C ที่มีมูลค่าต่ำและเคลื่อนไหวช้า จะถูกจัดสรรให้พื้นที่ส่วนรองด้านข้าง เพื่อสงวนพื้นที่หลักไว้สำหรับสินค้าสำคัญ การจัดสรรพื้นที่อย่างเหมาะสมนี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดความสิ้นเปลืองของทรัพยากร แต่ยังช่วยลดภาระแรงงานและค่าใช้จ่ายด้านบุคลากรในระยะยาวเนื่องจากพนักงานใช้ระยะเดินทางสั้นลงสำหรับวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง วิธีการนี้ยังให้ความยืดหยุ่นเชิงกลยุทธ์ในการรองรับสินค้าใหม่ โดยสามารถจัดกลุ่มและกำหนดตำแหน่งจัดเก็บได้ทันทีตามความสำคัญ ช่วยให้ระบบคลังสินค้าสามารถพัฒนาและปรับตัวตามการเปลี่ยนแปลงของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดการเปรียบเทียบระยะทางขนถ่ายสินค้าต่อสัปดาห์ก่อน

ปรับปรุงและหลังปรับปรุง ดังตาราง 4

ตาราง 4 การเปรียบเทียบระยะทางขนถ่ายสินค้าต่อสัปดาห์ก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง

ลำดับ	ชื่อสินค้า	ระยะทางรวมเฉลี่ยต่อสัปดาห์ก่อนปรับปรุง (เมตร)	ระยะทางรวมเฉลี่ยต่อสัปดาห์หลังปรับปรุง (เมตร)	ระยะทางลดลง (เมตร)	ลดลงร้อยละ
1	น้ำหมากเม่า 250 มล.	14,284.61	14,284.61	.00	0
2	น้ำมัมเบอร์รี่ 250 มล.	7,050.42	6,679.35	371.07	5.26
3	น้ำสมอพิเภก 250 มล.	4,498.24	4,217.1	281.14	6.25
4	น้ำเกรปฟรุต 250 มล.	6,814.00	6,405.16	408.84	6.00
5	น้ำตรีผลา 250 มล.	10,237.96	9,429.70	808.26	7.89
6	น้ำมะขามป้อม 250 มล.	3,743.27	3,447.04	296.23	7.91
7	น้ำหมากเม่า 100 มล.	1,552.68	1,430.10	122.58	7.89
8	น้ำสมอไทย 250 มล.	2,572.05	2,492.91	79.14	3.08
9	แยมมะม่วงหาวมะนาวโห่	2,534.85	2,436.91	97.94	3.86
10	น้ำมะขามป้อม 100 มล.	1,673.455	1,587.95	85.50	5.11
11	น้ำมัมเบอร์รี่ 100 มล.	686.34	664.20	22.14	3.23
12	น้ำตรีผลา 100 มล.	729.27	689.85	39.42	5.41
	ภาพรวม	56,377.15	53,764.57	2,612.27	61.90

จากตาราง 4 พบว่า ภายหลังการปรับปรุงวิสาหกิจชุมชนฯ สามารถลดระยะทางรวมได้ถึง 2,612.27 เมตร โดยสินค้าส่วนใหญ่มีระยะทางขนถ่ายเฉลี่ยลดลงอย่างชัดเจน ได้แก่ น้ำตรีผลา 250 มล. (ลดลงสูงสุด 808.26 เมตร) รองลงมาคือ น้ำเกรปฟรุต (408.84 เมตร) น้ำมัมเบอร์รี่ (371.07 เมตร) น้ำมะขามป้อม (296.23 เมตร) และน้ำสมอพิเภก (281.14 เมตร) ตามลำดับ สำหรับกลุ่มสินค้าขนาด 100 มล. และแยมผลไม้ มีระยะทางลดลงในช่วง 22.14 – 122.58 เมตร ขณะที่น้ำหมากเม่า 250 มล. มีระยะทางคงที่

การปรับผังคลังสินค้าตามหลัก ABC Analysis ช่วยลดระยะทางและเวลาในการหยิบสินค้าส่วนใหญ่ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่มีความถี่ในการหมุนเวียนสูง ผลการวิจัยในตารางที่ 4 ยืนยันว่า การจัดวางสินค้าตามลำดับความสำคัญช่วยเพิ่มประสิทธิภาพทั้งในเชิงปฏิบัติ (ลดระยะทางต่อเที่ยว) และเชิงกลยุทธ์ (การลดระยะทางรวมรายสัปดาห์) ส่งผลให้การใช้พื้นที่คุ้มค่า ลดภาระด้านแรงงานและต้นทุนการดำเนินงาน พร้อมทั้งสร้างความคล่องตัวในการรองรับการขยายตัวของสินค้าใหม่ในอนาคต

การอภิปรายผล

การเพิ่มประสิทธิภาพเชิงปฏิบัติการผ่านการปรับปรุงผังคลังสินค้า ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าการลดระยะทางการขนถ่ายสินค้าและการเพิ่มพื้นที่ว่างภายในคลัง ช่วยให้กระบวนการทำงานของพนักงานรวดเร็วขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของนตา เตชะบุญมาส และคณะ (2568) ที่พบว่าการออกแบบผังจัดเก็บสินค้าใหม่สามารถลดระยะเวลา

ในการค้นหาและหยิบสินค้า ส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานในภาพรวมดีขึ้นอย่างชัดเจน การประยุกต์ใช้ความถี่ในการใช้งานเพื่อลดความสูญเปล่า การจัดกลุ่มสินค้าตามความถี่ในการเคลื่อนไหวช่วยแก้ปัญหาการขาดแผนการจัดเก็บที่เหมาะสม สอดคล้องกับผลการศึกษาของกนกวรรณ สกุลทรงเดช และอภิชัย หาริชัย (2568) ที่ระบุว่าการจัดลำดับการจ่ายวัตถุดิบตามความถี่ช่วยให้พื้นที่คลังสินค้ามีความเป็นระเบียบ ง่ายต่อการเข้าถึง และลดเวลาในกระบวนการเบิกจ่ายได้อย่างมีประสิทธิภาพ การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์ด้วย ABC Analysis การจำแนกสินค้าตามมูลค่าและความสำคัญช่วยให้การควบคุมดูแลสินค้าคงคลังเป็นไปอย่างเป็นระบบและลดต้นทุนการดำเนินงาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอมรรัตน์ หมื่นจิตน้อย และวิศวะ อุนยะวงษ์ (2568) ที่ยืนยันว่าการใช้ ABC Analysis เพื่อจัดลำดับความสำคัญของสินค้า ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผนการควบคุมดูแลได้อย่างเหมาะสมตามคุณค่าของสินค้าแต่ละประเภท ส่งผลให้เกิดความคุ้มค่าในการบริหารจัดการทรัพยากรและลดต้นทุนคงคลังในระยะยาว การบูรณาการแนวคิด ECRS และ ABC Analysis เข้าด้วยกัน ไม่เพียงแต่ช่วยแก้ปัญหาเชิงกายภาพในคลังสินค้า แต่ยังเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่ช่วยให้วิสาหกิจชุมชนสามารถบริหารจัดการทรัพยากรที่มีอยู่อย่างจำกัดให้เกิดประโยชน์สูงสุด และพร้อมรองรับการขยายตัวของธุรกิจในอนาคต

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยนี้สร้างองค์ความรู้ใหม่จากการบูรณาอย่างเป็นระบบระหว่างแนวคิด 5ส, ECRS และ ABC Analysis เพื่อพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการคลังสินค้าของวิสาหกิจชุมชนแปรรูปผลไม้พื้นถิ่น ซึ่งเป็นบริบทที่ยังมีการศึกษาน้อยในเชิงวิชาการ จุดแตกต่างที่สำคัญคือ การนำ ABC Analysis มาจัดกลุ่มสินค้าโดยใช้ “ความถี่ในการขนถ่ายสินค้าต่อสัปดาห์” เป็นตัวแปรชี้วัดหลักแทนการใช้มูลค่าทางการเงินแบบดั้งเดิม ซึ่งสะท้อนบริบทของวิสาหกิจชุมชนที่มีระบบบัญชีไม่สมบูรณ์ได้อย่างเหมาะสมกว่า นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้หลักการ "Fast Move Closest to the Door" ร่วมกับการออกแบบผังคลังสินค้าตามหลัก ECRS สำหรับวิสาหกิจชุมชนขนาดเล็กที่มีข้อจำกัดด้านพื้นที่และแรงงาน ถือเป็นโมเดลเชิงปฏิบัติการที่ยืนยันได้ว่าสามารถลดระยะทางขนถ่ายสินค้ารวมได้ถึง 2,612.27 เมตรต่อสัปดาห์ หรือร้อยละ 4.63 ผลการวิจัยยังแสดงให้เห็นว่าในบางกรณีสินค้าที่มีความถี่สูงสุด (Class A) ไม่สามารถลดระยะทางได้ เนื่องจากข้อจำกัดเชิงกายภาพของพื้นที่ ซึ่งเป็นองค์ความรู้ที่สะท้อนความซับซ้อนของการออกแบบคลังสินค้าในบริบทชุมชน และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางอ้างอิงสำหรับวิสาหกิจชุมชนอื่น ๆ ในภูมิภาคที่ต้องการยกระดับระบบโลจิสติกส์ภายในโดยไม่ต้องอาศัยเทคโนโลยีราคาสูง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การเสริมสร้างทักษะและองค์ความรู้โดยการบูรณาการเครื่องมือเพิ่มประสิทธิภาพ เช่น 5ส, ECRS และ ABC Analysis เพื่อปรับเปลี่ยนแนวทางการดำเนินงานจากความเคยชินสู่การจัดการที่เป็นระบบ ซึ่งจะช่วยลดความสูญเปล่าในกระบวนการและเพิ่มความแม่นยำของข้อมูลสินค้าคงคลัง

1.2 การวางผังคลังสินค้าเพื่อรองรับการขยายตัว ควรประยุกต์ใช้แบบจำลองการจัดสรรพื้นที่ตามความสำคัญของสินค้า โดยเน้นการออกแบบที่มีความยืดหยุ่น เพื่อรองรับปริมาณหรือประเภทสินค้าที่เพิ่มขึ้นในอนาคต โดยไม่กระทบต่อประสิทธิภาพการไหลเวียนสินค้า

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศที่เหมาะสม เช่น ระบบจัดการคลังสินค้าอย่างง่ายหรือบาร์โค้ด

ควบคู่กับหลักการ ABC Analysis เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการติดตามสถานะสินค้าแบบเรียลไทม์

กิตติกรรมประกาศ

การวิจัยเรื่อง “การเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการสินค้าคงคลังภายในคลังสินค้า กรณีศึกษาวิสาหกิจชุมชนแปรรูปน้ำผลไม้โนนหัวช้าง” สำเร็จลุล่วงตามวัตถุประสงค์ด้วยดี ผู้วิจัยขอขอบพระคุณสถาบันวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร เป็นอย่างสูงที่สนับสนุนทุนอุดหนุนการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยหวังเป็นอย่างยิ่งว่าองค์ความรู้และผลการดำเนินงานที่ปรากฏจะเป็นประโยชน์ต่อการนำไปประยุกต์ใช้เพื่อพัฒนาศักยภาพของวิสาหกิจชุมชนในเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืนต่อไป

เอกสารอ้างอิง

กนกวรรณ กระจ่างเดือน, พุทธิวัต สิงห์ดง และปริญ วีระพงษ์. (2564). การปรับปรุงการดำเนินงานภายในคลังสินค้าด้วยโมบายแอปพลิเคชันและแนวคิด ECRS กรณีศึกษา บริษัท ยูเซ็น โลจิสติกส์ (ประเทศไทย) จำกัด. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้และเทคโนโลยี, 1*(2), 62–69. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JLIT/article/view/253683.

กนกวรรณ สกุลทรงเดช และอภิชัย หาริชัย. (2568). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าด้วยวิธีการจัดแบ่งวัสดุตามความถี่ในการใช้: กรณีศึกษาบริษัทชิ้นส่วนยานยนต์. *วารสารสหศาสตร์ศรีปทุม ชลบุรี (Online), 11*(1), 80–99. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/ISCJ/article/view/273677.

กิ่งกาญจน์ ผลิกะ และนพปฎล สุวรรณทรัพย์. (2559). การบริหารสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ใช้ทฤษฎี ABC Classification Analysis เทคนิค EOQ Model และวิธี Silver-Meal: กรณีศึกษา บริษัท XYZ. *วารสารวิจัยราชภัฏพระนคร* สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์, *11*(1), 102 – 114. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PNRU_JHSS/article/view/49399.

ธนัชชา ขลุ่ยประเสริฐ. (2565). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดผังคลังสินค้ากรณีศึกษาบริษัท ABC จำกัด.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยบูรพา.

นตา เตชะบุญมาส, สุรินทร์ กมลสุนทรโรจน์, ชูใจ สุภาภัทรพิศาล, นิรุทธ์ แกงขุนทด และมลธวัฒน์ กิจสวัสดิ์. (2568). การออกแบบแผนผังจัดเก็บสินค้าในคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการ กรณีศึกษาห้างหุ้นส่วนจำกัด กิตติเชษฐ์เอสพีอาร์. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยธนบุรี (ฉบับบัณฑิตศึกษา), 3*(1),1–11. https://so13.tci-thaijo.org/index.php/gdjournal/article/view/2093.

พรพรหม รุ่งเรือง, จิราภรณ์ พรมสีใหม่, ฐาปนีย์ อุไรวงษ์, นิรมล พูลสวัสดิ์, ปิยรดา สันติเพชร และศุภาวรรณ ประมัทถะ. (2569). การปรับปรุงผังการผลิตเพื่อลดความสูญเปล่าของระยะทางการเคลื่อนย้ายชิ้นงานด้วยวิธีการวางผังอย่างเป็นระบบ. *วารสารโลจิสติกส์และดิจิทัลซัพพลายเชน, 4*(1), 14–29. https://ph03.tci-thaijo.org/index.php/JLDSC/article/view/4511.

ไพโรจน์ ชัชวาลย์, วรรณวิศาชัชวาลย์, บุญส่งมาสกุล, ปิยฉัตร เกษนาค และจิราวรรณ ชินสุทธิประภา. (2566). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้าอะไหล่ กรณีศึกษา บริษัท เค เอ็น ซี ไทร์เซอร์วิส เซ็นเตอร์. *วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์, 25*(2),132–142. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/msaru/article/view/269803.

ธนกฤต ผัดเป้า. (2561). *การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการคลังสินค้า โดยใช้เทคนิคการพยากรณ์ของร้านผ้าแห่งหนึ่งในจังหวัดลำพูน*. การค้นคว้าแบบอิสระวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการอุตสาหกรรม มหาวิทยาลัยเชียงใหม่. https://cmudc.library.cmu.ac.th/frontend/Info/item/dc:143434.

ลภัสรดา ลิ่มศิลา. (2562). *การลดต้นทุนสินค้าโดยใช้หลักการ ABC–VED Analysis: กรณีศึกษา โรงงานผลิตเครื่องสำอาง*. วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวิศวกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

สุพิศ แพงสี. (2560). *แนวทางการพัฒนากิจกรรม 5ส ของบริษัท NEIS (ประเทศไทย) จำกัด จังหวัดชลบุรี*. งานนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ สำหรับผู้บริหาร มหาวิทยาลัยบูรพา.

อมรรัตน์ หมื่นจิตน้อย และวิศวะ อุนยะวงษ์. (2568). การจัดการสินค้าคงคลังโดยการประยุกต์ ABC Analysis สำหรับบริษัทจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง. *วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา*มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, *15*(2), 699 – 713. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JDAR/article/view/277742.

อภิศักดิ์ วงศ์สนิท. (2563). *การจัดการคลังสินค้าเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการจัดเก็บสินค้า*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญาของประเทศไทย

Legal issues concerning computer searches for obtaining evidence in criminal cases in Thailand

ธนัทเทพ เธียรประสิทธิ์ [1*]
Tanatthep Tianprasit [1*]

[1] คณะนิติศาสตร์ สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์
[1] Graduate School of Law, National Institute of Development Administration (NIDA)
Corresponding author's e-mail: tanattheptianprasit@gmail.com [1]

Received: January 12, 2026 Revised: January 29, 2026 Accepted: March 15, 2026

บทคัดย่อ

ในปัจจุบัน เทคโนโลยีและนวัตกรรมมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ตโฟน และอุปกรณ์ที่สามารถเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตได้ ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของประชาชน ทั้งในด้านการติดต่อสื่อสารและการทำธุรกรรมต่าง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการซื้อขายสินค้าและบริการ การชำระเงิน หรือธุรกรรมทางการเงินรูปแบบอื่น ความสะดวกและรวดเร็วของเทคโนโลยีดังกล่าวส่งผลให้มีการนำอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ไปใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิดทางอาญา หรือใช้เป็นแหล่งจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดเพิ่มมากขึ้น อำนาจของรัฐในการค้นและเข้าถึงข้อมูลที่อยู่ในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลในประเทศไทยได้ถูกกำหนดไว้ ในกฎหมายหลายฉบับ โดยกฎหมายที่มีบทบาทสำคัญคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 อย่างไรก็ตาม แม้กฎหมายดังกล่าวจะมีบทบัญญัติเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญาแล้ว แต่ยังปรากฏปัญหาทางกฎหมายบางประการ ได้แก่ ปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองกรณีการบังคับให้ผู้ต้องหาถอดรหัสลับ และปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ได้มาโดยไม่มีคำสั่งอนุญาตจากศาล บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาและวิเคราะห์ปัญหาทางกฎหมายดังกล่าว โดยเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศ เพื่อเสนอแนะแนวทางในการปรับปรุงกฎหมายไทยให้สามารถคุ้มครองสิทธิส่วนบุคคลควบคู่กับการควบคุมอาชญากรรมได้อย่างเหมาะสมและมีประสิทธิภาพ โดยบทความนี้เสนอให้มีการเพิ่มบัญญัติให้ชัดเจนใน

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เพื่อเป็นการแก้ไขปัญหาในการได้มาซึ่งพยานหลักฐานจากการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์ของประเทศไทย

คำสำคัญ: การค้นเครื่องคอมพิวเตอร์, พยานหลักฐานในคดีอาญา, สิทธิส่วนบุคคล

Abstract

At present, technology and innovation are advancing rapidly. Electronic devices – such as computers, smartphones, and other internet-connected devices – play a significant role in people's daily lives, both in communication and various transactions. These include the purchase and sale of goods and services, payment, and other forms of financial transactions. The convenience and speed afforded by such technologies have led to an increasing use of electronic devices as instruments for the commission of criminal offenses, as well as repositories for data related to such offenses. In Thailand, state authority to search and access data stored in individuals' electronic devices is prescribed under several statutes, most notably the computer-related Crime Act B.E. 2550 (2007). Notwithstanding the existence of statutory provisions governing the search of computer systems for the purpose of obtaining evidence in criminal proceedings, certain legal issues remain. These include concerns relating to the right against self-incrimination in cases where suspects are compelled to disclose passwords or encryption keys, as well as questions regarding the admissibility and legality of evidence pertaining to other offenses obtained without prior judicial authorization. This article aims to examine and analyze the aforementioned legal issues through a comparative study with relevant foreign laws, with a view to proposing recommendations for the reform of Thai law to effectively balance the protection of individual privacy rights with appropriate and efficient crime control. The objective is to ensure that personal rights are adequately protected while maintaining effective and proportionate mechanisms for crime control. In particular, this article proposes that clearer and more explicit provisions be incorporated into the computer-related Crime Act B.E. 2550 (2007) in order to address the challenges associated with obtaining evidence from computer searches in Thailand.

Keywords: computer search, criminal evidence, individual rights

บทนำ

ในปัจจุบันเทคโนโลยีและนวัตกรรมมีความเจริญก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ โทรศัพท์สมาร์ทโฟน หรืออุปกรณ์อื่นที่เชื่อมต่ออินเทอร์เน็ต ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชน ทั้งในด้านการสื่อสาร การทำธุรกรรมทางการเงิน ตลอดจนการซื้อขายสินค้าและบริการผ่านระบบอิเล็กทรอนิกส์ อย่างไรก็ตาม ผลที่ตามมาของความสะดวกและความรวดเร็วของเทคโนโลยีดังกล่าวคือ การที่อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์อาจถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือในการกระทำความผิด หรือใช้เป็นแหล่งจัดเก็บข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดได้ รายงานของเวิลด์อีโคโนมิกฟอรัม (World Economic Forum) ระบุว่า ในปี ค.ศ. 2023 อาชญากรรมไซเบอร์ ได้สร้างความเสียหายต่อเศรษฐกิจโลกเป็นมูลค่าประมาณ 8.4 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (Charlton, 2024) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการพัฒนากลไกทางกฎหมายเพื่อรองรับการจัดการกับอาชญากรรมในโลกดิจิทัล เมื่ออุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความเกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดไม่ว่าในทางใดทางหนึ่ง ข้อมูลที่ถูกจัดเก็บอยู่

ภายในอุปกรณ์ดังกล่าว เช่น ข้อความสนทนา ไฟล์เสียง หรือข้อมูลดิจิทัลอื่นที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิด จึงอาจมีความสำคัญในฐานะพยานหลักฐานในการพิสูจน์ความบริสุทธิ์หรือความผิดของผู้ถูกกล่าวหาไม่ยิ่งหย่อนไปกว่าพยานหลักฐานในรูปแบบดั้งเดิม เช่น พยานบุคคล พยานเอกสาร หรือพยานวัตถุ

อย่างไรก็ตาม แม้ว่ามาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 จะบัญญัติให้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์สามารถรับฟังเป็นพยานหลักฐานได้ทั้งในคดีแพ่ง คดีอาญา หรือคดีอื่นใด (พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, 2544; พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) แต่ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาซึ่งเป็นกฎหมายหลักเกี่ยวกับวิธีการนำพยานหลักฐานเข้าสู่การพิจารณาในชั้นศาล กลับมิได้บัญญัติเกี่ยวกับพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ไว้โดยเฉพาะ

ด้วยเหตุนี้ จึงก่อให้เกิดประเด็นทางกฎหมายเกี่ยวกับการค้นอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งยังไม่มีบทบัญญัติเฉพาะรองรับในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา อันอาจนำไปสู่ข้อสงสัยว่าพยานหลักฐานที่ได้จากการค้นอุปกรณ์ดังกล่าวจะสามารถรับฟังได้ตามมาตรา 226 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาหรือไม่ ซึ่งประเด็นดังกล่าวจะได้กล่าวถึงต่อไปในบทความนี้

แนวคิดและบทบัญญัติเกี่ยวกับการแสวงหาพยานหลักฐานในคดีอาญาในประเทศไทย

ในการดำเนินคดีอาญาของประเทศไทย ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 131 ได้กำหนดให้พนักงานสอบสวนมีหน้าที่รวบรวมพยานหลักฐานทุกชนิดเท่าที่สามารถกระทำได้ ไม่ว่าจะเป็นพยานหลักฐานที่เป็นผลดีหรือผลร้ายแก่ผู้ต้องหา (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา พ.ศ. 2477, ม.ป.ป.) โดยคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 4440/2562 ได้วางหลักเพิ่มเติมว่าพนักงานสอบสวนมีดุลพินิจในการเลือกเก็บพยานหลักฐานที่จำเป็นต่อความแจ่ม กระจ่างของคดี การแสวงหาพยานหลักฐานดังกล่าวมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ทราบข้อเท็จจริงและพฤติการณ์ต่าง ๆ อันเกี่ยวกับความผิดที่ถูกกล่าวหา อันจะนำไปสู่การพิสูจน์ความผิดหรือความบริสุทธิ์ของผู้ต้องหา เมื่อพิจารณาบทบัญญัติดังกล่าวประกอบกับมาตรา 11 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544 และมาตรา 25 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งบัญญัติให้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์สามารถรับฟังเป็นพยานหลักฐานได้ทั้งในคดีแพ่ง คดีอาญา หรือคดีอื่นใด (พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544, 2544; พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) ซึ่งบัญญัติให้ข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์สามารถรับฟังเป็นพยานหลักฐานได้ทั้งในคดีแพ่ง คดีอาญา หรือคดีอื่นใด จึงอาจกล่าวได้ว่า พนักงานสอบสวนมีหน้าที่รวบรวมข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ที่ได้จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ตโฟน เพื่อนำมาใช้เป็นพยานหลักฐานในการดำเนินคดี ทั้งนี้ การนำข้อมูลดังกล่าวมาใช้เป็นพยานหลักฐานสอดคล้องกับหลักพยานหลักฐานที่ดีที่สุด (best evidence rule) ซึ่งเป็นหลักการที่กำหนดให้ศาลรับฟังพยานหลักฐานที่มีความใกล้เคียงกับข้อเท็จจริงมากที่สุด เพื่อให้การพิสูจน์ข้อเท็จจริงเป็นไปอย่างถูกต้องและน่าเชื่อถือ (Cornell Law School, 2024) ดังนั้น หากข้อมูลที่ได้จากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์สามารถพิสูจน์ได้ว่าได้มาโดยชอบด้วยกฎหมายและมีความถูกต้องเชื่อถือได้ ข้อมูลดังกล่าวย่อมสามารถใช้เป็นพยานหลักฐานสำคัญในการดำเนินคดีกับผู้ต้องหาได้ไม่ต่างจากพยานหลักฐานประเภทอื่น

นอกจากนี้ ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 131/1 ยังให้อำนาจพนักงานสอบสวนในการตรวจพิสูจน์บุคคล วัตถุ หรือเอกสารใด ๆ โดยวิธีการทางวิทยาศาสตร์ ซึ่งรวมถึงการตรวจเครื่องคอมพิวเตอร์หรือข้อมูลในระบบคอมพิวเตอร์ด้วย (ณรงค์ ใจหาญ, 2565) อย่างไรก็ตาม เพื่อให้พนักงานสอบสวนสามารถรวบรวม

พยานหลักฐานได้อย่างครบถ้วน ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 132 จึงให้อำนาจพนักงานสอบสวนในการตรวจตัวบุคคล ตรวจสิ่งของหรือสถานที่ ค้นเพื่อพบสิ่งของ หมายเรียกบุคคล ซึ่งครอบครองสิ่งของตลอดจนยึดไว้ซึ่งสิ่งของที่ค้นพบหรือส่งมา ทั้งนี้เป็นไปตามเงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด อย่างไรก็ดี การค้นและตรวจหาพยานหลักฐานจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะซับซ้อนกว่าพยานหลักฐานประเภทอื่น เนื่องจากการเข้าถึงข้อมูลที่จัดเก็บอยู่ภายในอุปกรณ์ดังกล่าวมักต้องอาศัยรหัสผ่านหรือมาตรการป้องกันการเข้าถึง หากไม่ได้รับความยินยอมหรือไม่ทราบรหัสผ่านจากเจ้าของหรือผู้ครอบครอง ย่อมไม่อาจเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวได้

ดังนั้น หากพนักงานสอบสวนประสงค์จะเข้าถึงข้อมูลภายในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จึงจำเป็นต้องดำเนินการถอดรหัสผ่านหรือมาตรการป้องกันการเข้าถึงข้อมูลเสียก่อน อย่างไรก็ตาม ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญายังมิได้บัญญัติให้อำนาจพนักงานสอบสวนในการดำเนินการดังกล่าวไว้โดยชัดแจ้ง แม้ในกรณีที่ได้มีการขอออกหมายค้นและยึดอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์โดยชอบแล้วก็ตาม อำนาจตามหมายค้นก็ไม่ครอบคลุมถึงการถอดรหัสเพื่อเข้าถึงข้อมูลภายในอุปกรณ์นั้น (ณรงค์ ใจหาญ, 2565) หากพนักงานสอบสวนดำเนินการดังกล่าวโดยไม่มีอำนาจตามกฎหมาย พยานหลักฐานที่ได้อาจถือเป็นพยานหลักฐานที่ได้มาโดยมิชอบ ซึ่งศาลอาจไม่รับฟังตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226/1 นอกจากนี้ พนักงานสอบสวนอาจมีความผิดตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 5 ฐานเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์โดยมิชอบ ซึ่งมีโทษจำคุกไม่เกินหกเดือน หรือปรับไม่เกิน 10,000 บาท หรือทั้งจำทั้งปรับ

กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการเข้าถึงข้อมูลในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

1. แนวคิดพื้นฐานในการคุ้มครองสิทธิของบุคคล

สิทธิในความเป็นอยู่ส่วนตัว (right to privacy) เป็นหนึ่งในสิทธิมนุษยชนพื้นฐานที่ได้รับการรับรองไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย ฉบับปัจจุบัน โดยรัฐธรรมนูญได้บัญญัติรับรองการคุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคลของบุคคล และห้ามมิให้นำข้อมูลส่วนบุคคลไปใช้ประโยชน์ไม่ว่าในทางใด เว้นแต่โดยอาศัยอำนาจตามบทบัญญัติแห่งกฎหมายที่ตราขึ้นเพียงเท่าที่จำเป็นเพื่อประโยชน์สาธารณะ ตามมาตรา 32 (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2560) นอกจากนี้ สิทธิและเสรีภาพในการติดต่อสื่อสาร (right to communication) ยังเป็นสิทธิมนุษยชนพื้นฐานอีกประการหนึ่งที่ได้รับการรับรองไว้ในรัฐธรรมนูญ โดยรัฐธรรมนูญได้ห้ามมิให้มีการตรวจ การกัก หรือการเปิดเผยข้อมูลที่บุคคลสื่อสารถึงกันไม่ว่าในทางใด รวมทั้งการกระทำด้วยประการใด ๆ เพื่อให้ล่วงรู้หรือได้มาซึ่งข้อมูลที่บุคคลสื่อสารถึงกัน เว้นแต่จะมีคำสั่งหรือหมายของศาล หรือมีเหตุอย่างอื่นตามที่กฎหมายบัญญัติ ตามมาตรา 36 (รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย, 2560) จากบทบัญญัติดังกล่าวจะเห็นได้ว่า อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เช่น คอมพิวเตอร์ หรือโทรศัพท์สมาร์ตโฟน มีความเกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิดกับสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลในปัจจุบัน เนื่องจากอุปกรณ์เหล่านี้ถูกออกแบบให้สามารถใช้เป็นทั้งเครื่องมือในการจัดเก็บข้อมูลส่วนบุคคล และเป็นช่องทางในการติดต่อสื่อสารกับบุคคลอื่น (สาวตรี สุขศรี, 2563) ส่งผลให้อุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์กลายเป็นพื้นที่ที่รวบรวมข้อมูลส่วนบุคคลจำนวนมากของผู้ใช้งาน

ดังนั้น การที่รัฐจะเข้าถึงข้อมูลที่จัดเก็บอยู่ภายในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลจึงอาจกระทบต่อสิทธิในความเป็นส่วนตัวและเสรีภาพในการติดต่อสื่อสารของบุคคลได้ อย่างไรก็ตาม สิทธิดังกล่าวตามรัฐธรรมนูญมิใช่สิทธิเด็ดขาด (absolute right) หากแต่เป็นสิทธิที่มีเงื่อนไข (qualified right) ซึ่งอาจถูกจำกัดได้ภายใต้เงื่อนไขที่กฎหมายกำหนด เพื่อประโยชน์สาธารณะ เช่น ความมั่นคงของรัฐ ความมั่นคงทางเศรษฐกิจ หรือการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม (Australian Human Rights Commission, 2018) ด้วยเหตุนี้ รัฐจึงอาจเข้าถึงข้อมูลในอุปกรณ์

อิเล็กทรอนิกส์ของประชาชนได้ภายใต้กรอบที่กฎหมายกำหนด ทั้งนี้เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลตามหลักกระบวนการยุติธรรม (due process) กับความจำเป็นในการควบคุมอาชญากรรม (crime control)

2. นิยามพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย

ปัจจุบัน กฎหมายหลักที่เกี่ยวข้องกับพยานหลักฐานในคดีอาญาของประเทศไทย ได้แก่ ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ยังมิได้บัญญัตินิยามของ “พยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์” ไว้โดยเฉพาะ โดยมาตรา 226 ได้กำหนดประเภทของพยานหลักฐานไว้เพียงสามประเภท ได้แก่ พยานวัตถุ พยานเอกสาร และพยานบุคคล (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา พ.ศ. 2477, ม.ป.ป.) ดังนั้น ในทางปฏิบัติ พยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์จึงต้องเข้าสู่กระบวนการพิจารณาในชั้นศาลในฐานะของพยานประเภทอื่น เช่น พยานเอกสาร หรือพยานวัตถุ ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับลักษณะของข้อมูลหรือสื่อบันทึกข้อมูลนั้น ๆ เมื่อพิจารณาเทียบเคียงกับแนวคำพิพากษาศาลฎีกาที่ 7155/2539 ซึ่งวินิจฉัยเกี่ยวกับสถานะของพยานหลักฐานที่อยู่ในรูปแบบของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์แล้ว อาจกล่าวได้ว่าสถานะของพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ในระบบกฎหมายไทยมีแนวโน้มที่จะถูกจัดให้เป็นพยานวัตถุ เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวมักปรากฏอยู่ในสื่อบันทึกข้อมูลหรืออุปกรณ์ทางอิเล็กทรอนิกส์ที่สามารถตรวจสอบหรือพิสูจน์ได้โดยตรง

อย่างไรก็ตาม ในทางวิชาการ พยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์มักถูกพิจารณาในฐานะพยานหลักฐานรูปแบบใหม่ที่มีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากพยานหลักฐานแบบดั้งเดิม เนื่องจากข้อมูลดังกล่าวอยู่ในรูปแบบดิจิทัลและอาจถูกแก้ไข เปลี่ยนแปลง หรือทำซ้ำได้โดยง่าย

3. กรอบกฎหมายของประเทศไทย

ในปัจจุบัน อำนาจของรัฐในการเข้าถึงข้อมูลในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคลในประเทศไทยได้ถูกบัญญัติไว้ในกฎหมายหลายฉบับ เช่น พระราชบัญญัติการสอบสวนคดีพิเศษ พ.ศ. 2547, 2547; และพระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542 (พระราชบัญญัติการสอบสวนคดีพิเศษ พ.ศ. 2547; พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542, 2542) อย่างไรก็ตาม กฎหมายที่มีบทบาทสำคัญในเรื่องการเข้าถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์โดยตรงคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 พระราชบัญญัติดังกล่าวได้กำหนดอำนาจของ “พนักงานเจ้าหน้าที่” ไว้ในมาตรา 18 โดยให้อำนาจในการดำเนินการเพื่อประโยชน์ในการสืบสวนและสอบสวนความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ เช่น การเรียกบุคคลที่เกี่ยวข้องมาให้ถ้อยคำ การเรียกข้อมูลจราจรทางคอมพิวเตอร์จากผู้ให้บริการ การสั่งให้ส่งมอบข้อมูลคอมพิวเตอร์ การเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ ตลอดจนการถอดรหัสข้อมูลคอมพิวเตอร์ และการยึดหรืออายัดระบบคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นพยานหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิด ตามมาตรา 18 (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์, 2550) ทั้งนี้ ผู้ที่จะใช้อำนาจดังกล่าวได้ต้องเป็น “พนักงานเจ้าหน้าที่” ตามพระราชบัญญัตินี้ ซึ่งหมายถึงบุคคลที่รัฐมนตรีแต่งตั้งให้ปฏิบัติการตามพระราชบัญญัติ โดยกฎหมายได้กำหนดคุณสมบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ไว้ค่อนข้างเข้มงวด ทั้งในด้านวุฒิการศึกษา ความรู้ทางเทคโนโลยีสารสนเทศ และประสบการณ์ในการปฏิบัติงานที่เกี่ยวข้องกับการสืบสวนสอบสวนหรือการตรวจพิสูจน์พยานหลักฐานทางคอมพิวเตอร์ (ประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เรื่อง หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550)

นอกจากนี้ เพื่อเป็นการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชน พระราชบัญญัติดังกล่าวยังได้กำหนดกลไกการตรวจสอบถ่วงดุลไว้ในมาตรา 19 โดยกำหนดให้การใช้อำนาจบางประการของพนักงานเจ้าหน้าที่ เช่น การทำสำเนาข้อมูลคอมพิวเตอร์ การเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ การถอดรหัสข้อมูล หรือการยึดและอายัดระบบคอมพิวเตอร์ต้องได้รับอนุญาตจากศาลก่อนดำเนินการ ทั้งนี้ คำร้องต่อศาลต้องแสดงเหตุอันควรเชื่อได้ว่ามีการกระทำความผิด

รวมทั้งต้องระบุรายละเอียดเกี่ยวกับการใช้อำนาจดังกล่าวเพื่อให้ศาลพิจารณาอนุญาตโดยเร็ว ตามมาตรา 19 (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) บทบัญญัติดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความพยายามของกฎหมายไทยในการสร้างความสมดุลระหว่างการให้อำนาจแก่รัฐในการสืบสวนสอบสวนอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ กับการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของประชาชนตามหลักกระบวนการยุติธรรม

ปัญหาบางประการเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญาของประเทศไทย

จากการพิจารณาบทบัญญัติของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 จะเห็นได้ว่ากฎหมายดังกล่าวได้กำหนดกลไกในการเข้าถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์เพื่อใช้เป็นพยานหลักฐานในการสืบสวนและสอบสวนคดีอาญา โดยมุ่งสร้างความสมดุลระหว่างการคุ้มครองสิทธิและเสรีภาพของบุคคลกับความจำเป็นในการป้องกันและปราบปรามอาชญากรรม (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550)

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาการนำบทบัญญัติดังกล่าวมาใช้ร่วมกับการดำเนินคดีอาญาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา พ.ศ. 2477, ม.ป.ป.) โดยเฉพาะในกรณีที่ความผิดตามกฎหมายอื่นมีการใช้ระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์เป็นองค์ประกอบของการกระทำความผิด หรือมีข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดนั้น อาจก่อให้เกิดปัญหาทางกฎหมายบางประการเกี่ยวกับการเข้าถึงข้อมูลในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ของบุคคล ปัญหาดังกล่าวสามารถพิจารณาได้ในประเด็นสำคัญต่อไปนี้

1. ปัญหาเรื่องสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเอง (right against self-incrimination)

สิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเอง หรือสิทธิที่จะไม่ถูกบังคับให้สารภาพ เป็นสิทธิมนุษยชนสากล และเป็นส่วนหนึ่งของสิทธิที่จะได้รับการดำเนินคดีอย่างเป็นธรรม (right to a fair trial) สำหรับประเทศไทย สิทธิดังกล่าวได้รับการรับรองไว้ในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560 มาตรา 29 วรรคสี่ ซึ่งบัญญัติว่า “ในคดีอาญาจะบังคับให้บุคคลให้การเป็นปฏิปักษ์ต่อตนเองมิได้” เหตุที่รัฐต้องให้ความคุ้มครองสิทธินี้แก่ประชาชน เนื่องจากในการดำเนินคดีอาญา รัฐมีหน้าที่พิสูจน์ความผิดของผู้ต้องหาหรือจำเลย ดังนั้น เพื่อให้เป็นไปตามหลักนิติธรรม รัฐจึงไม่อาจนำพยานหลักฐานที่ได้รับจากผู้ถูกดำเนินคดีโดยไม่สมัครใจ เช่น จากการถูกบังคับหรือถูกข่มขู่ มาใช้เป็นหลักฐานในการลงโทษ (ปกป้อง ศรีสนิท, 2564) ในประเด็นนี้ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มาตรา 18 (7) ซึ่งบัญญัติให้ในกรณีที่ศาลมีคำสั่งอนุญาต พนักงานเจ้าหน้าที่สามารถถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด หรือสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ทำการถอดรหัสลับ หรือให้ความร่วมมือกับพนักงานเจ้าหน้าที่ในการถอดรหัสลับดังกล่าว อาจก่อให้เกิดข้อพิจารณาว่า หากพนักงานเจ้าหน้าที่สั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับทำการถอดรหัสลับ และเมื่อเจ้าหน้าที่เข้าถึงข้อมูลภายในเครื่องคอมพิวเตอร์แล้วพบข้อมูลที่สามารถนำมาใช้เป็นพยานหลักฐานในการลงโทษบุคคลดังกล่าวได้ การกระทำตามมาตรานี้จะเป็นการละเมิดต่อสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองหรือไม่ (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550)

ทั้งนี้ หากบุคคลดังกล่าวไม่ปฏิบัติตามคำสั่งให้ถอดรหัสลับ มาตรา 27 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ได้กำหนดโทษสำหรับผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของศาลหรือพนักงานเจ้าหน้าที่ที่สั่งตามมาตรา 18 โดยต้องระวางโทษปรับไม่เกินสองแสนบาท และปรับเป็นรายวันอีกไม่เกินวันละ

ห้าพันบาทจนกว่าจะปฏิบัติให้ถูกต้อง (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) จึงอาจเกิดข้อสงสัยว่าการใช้มาตรการดังกล่าวเป็นการทำให้เจ้าหน้าที่ของรัฐได้มาซึ่งพยานหลักฐานจากการบังคับหรือโดยไม่สมัครใจ และนำมาใช้เป็นหลักฐานในการลงโทษผู้ต้องหาหรือจำเลยหรือไม่

2. ปัญหาเรื่องความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ได้มาโดยไม่ได้มีคำสั่งอนุญาตของศาล

นอกจากประเด็นปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองแล้ว ปัญหาเรื่องความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ได้มาโดยไม่ได้มีคำสั่งอนุญาตของศาลก็เป็นอีกประเด็นหนึ่งของพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ที่ควรได้รับการพิจารณา มาตรา 19 แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 กำหนดให้ศาลที่มีเขตอำนาจเป็นผู้อนุญาตการใช้อำนาจของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามมาตรา 18 (4) (5) (6) (7) และ (8) โดยพนักงานเจ้าหน้าที่ต้องยื่นคำร้องต่อศาล พร้อมระบุเหตุอันควรเชื่อได้ว่าบุคคลใดกระทำหรือกำลังจะกระทำความผิด เหตุผลความจำเป็นในการใช้อำนาจ ลักษณะของการกระทำความผิด รวมถึงรายละเอียดเกี่ยวกับอุปกรณ์ที่ใช้ในการกระทำความผิดและตัวผู้กระทำความผิดเท่าที่สามารถระบุได้ ทั้งนี้ ศาลต้องพิจารณาคำร้องดังกล่าวโดยเร็ว (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550)

อย่างไรก็ตาม อาจเกิดปัญหาในกรณีที่ศาลได้อนุญาตให้พนักงานเจ้าหน้าที่ใช้อำนาจตามมาตรา 18 (6) ซึ่งให้อำนาจในการตรวจสอบหรือเข้าถึงระบบคอมพิวเตอร์ ข้อมูลคอมพิวเตอร์ ข้อมูลจราจรคอมพิวเตอร์ หรืออุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลคอมพิวเตอร์ของบุคคลใด อันเป็นหลักฐานหรืออาจใช้เป็นหลักฐานเกี่ยวกับการกระทำความผิดหรือเพื่อสืบสวนหาตัวผู้กระทำความผิด (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) ในความผิดฐานหนึ่ง เช่น ความผิดฐานฆ่าผู้อื่นโดยไตร่ตรองไว้ก่อนตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 289 (4) (ประมวลกฎหมายอาญา, ม.ป.ป.) แต่ในระหว่างการดำเนินการแสวงหาพยานหลักฐานในคดีดังกล่าว พนักงานเจ้าหน้าที่กลับพบพยานหลักฐานที่สามารถนำไปสู่การลงโทษบุคคลนั้นในความผิดฐานอื่น เช่น ความผิดฐานวางเพลิงโดยมีเหตุฉกรรจ์ตามประมวลกฎหมายอาญา มาตรา 218 (ประมวลกฎหมายอาญา, ม.ป.ป.) กรณีดังกล่าวจึงก่อให้เกิดข้อพิจารณาว่า พยานหลักฐานที่พบเพิ่มเติมซึ่งเกี่ยวข้องกับความผิดอื่นที่มิได้ระบุไว้ในคำร้องขออนุญาตต่อศาลตั้งแต่ต้นนั้น จะสามารถนำมาใช้เป็นพยานหลักฐานที่ชอบด้วยกฎหมายในการดำเนินคดีอาญาได้หรือไม่

บทวิเคราะห์ประเด็นปัญหาบางประการเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญาของประเทศไทย

จากข้อมูลที่กล่าวมาข้างต้นจะเห็นได้ว่า แม้ว่าพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งถือเป็นกฎหมายหลักของประเทศไทยที่ให้อำนาจพนักงานเจ้าหน้าที่ในการแสวงหาพยานหลักฐานในคดีอาญาจากอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ จะได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับการใช้อำนาจของเจ้าหน้าที่ไว้ค่อนข้างรัดกุมเพื่อให้กระทบต่อสิทธิเสรีภาพของประชาชนให้น้อยที่สุดก็ตาม (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) แต่ในทางปฏิบัติก็ยังคงปรากฏประเด็นปัญหาบางประการ ดังที่ได้กล่าวไว้ในหัวข้อก่อนหน้า ทั้งนี้ ประเด็นปัญหาดังกล่าวมิได้เกิดขึ้นเฉพาะในระบบกฎหมายของประเทศไทยเท่านั้น หากแต่เป็นปัญหาที่ปรากฏในหลายประเทศเช่นเดียวกัน โดยเฉพาะในประเทศที่มีการพัฒนากฎหมายเกี่ยวกับพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์และการค้นข้อมูลคอมพิวเตอร์มาอย่างต่อเนื่อง ดังนั้น การศึกษาเปรียบเทียบกฎหมายและแนวทางการแก้ไขปัญหาของประเทศต่าง ๆ จึงอาจเป็นแนวทางหนึ่งที่จะช่วยให้ประเทศไทยสามารถพิจารณาและ

พัฒนาแนวทางที่เหมาะสมในการจัดการกับปัญหาดังกล่าวได้

1. บทวิเคราะห์ปัญหาเรื่องสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเอง

ประเด็นปัญหาเกี่ยวกับสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองในกรณีของการบังคับให้บุคคลถอดรหัสข้อมูลคอมพิวเตอร์นั้น ในระดับสากลยังไม่มีข้อยุติที่เป็นเอกฉันท์ โดยประเทศต่าง ๆ มีแนวทางในการกำหนดกฎหมายที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจแบ่งแนวทางของประเทศต่าง ๆ ออกได้เป็นสองกลุ่มใหญ่

กลุ่มแรก คือกลุ่มประเทศที่กำหนดกฎหมายให้อำนาจรัฐในการบังคับให้บุคคลให้ความช่วยเหลือในการถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์อย่างกว้างขวาง โดยอาจครอบคลุมทั้งเจ้าของข้อมูล บุคคลที่สาม และผู้ต้องหาหรือจำเลย ทั้งยังมีการกำหนดโทษในกรณีที่บุคคลไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของเจ้าหน้าที่ ตัวอย่างเช่น ประเทศออสเตรเลียซึ่งมีพระราชบัญญัติอาชญากรรมทางไซเบอร์ พ.ศ. 2544 (Cybercrime Act (Cth), 2001) มาตรา 12 และมาตรา 28 ที่ให้อำนาจเจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งได้รับคำสั่งอนุญาตจากศาล สามารถกำหนดให้ “บุคคลที่ระบุเจาะจง” (a specified person) ต้องให้ข้อมูลหรือความช่วยเหลือใด ๆ ที่สมเหตุสมผลและจำเป็นเพื่อให้เจ้าหน้าที่สามารถเข้าถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์ที่สามารถใช้เป็นพยานหลักฐานได้ ซึ่งรวมถึงการถอดรหัสลับแบบบังคับ โดยผู้ที่ฝ่าฝืนคำสั่งดังกล่าวอาจมีโทษจำคุกไม่เกิน 6 เดือน (Cybercrime Act (Cth), 2001)

อีกกลุ่มหนึ่ง คือกลุ่มประเทศที่กำหนดกฎหมายให้อำนาจรัฐในการบังคับให้บุคคลให้ความช่วยเหลือในการถอดรหัสลับในขอบเขตที่จำกัดมากกว่า โดยไม่ครอบคลุมถึงผู้ต้องหาหรือจำเลย ตัวอย่างเช่น ประเทศเบลเยียมซึ่งมีกฎหมายว่าด้วยอาชญากรรมทางคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2543 (Loi du 28 novembre 2000 relative à la criminalité informatique, 2000) มาตรา 9 อนุญาตให้ศาลสามารถสั่งให้เจ้าหน้าที่ตรวจค้นระบบคอมพิวเตอร์ และให้ผู้ให้บริการโทรคมนาคมให้ความช่วยเหลือแก่หน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย รวมถึงการถอดรหัสลับข้อมูลได้ โดยข้อมูลเกี่ยวกับการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวจะต้องถูกเก็บรักษาเป็นความลับ อย่างไรก็ตาม การสั่งให้กระทำการดังกล่าวไม่อาจใช้บังคับกับผู้ต้องสงสัยหรือสมาชิกในครอบครัวของบุคคลดังกล่าวได้ ทั้งนี้ ผู้ที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งอาจต้องระวางโทษจำคุกตั้งแต่ 6 เดือนถึง 1 ปี และ/หรือปรับตั้งแต่ 130 ถึง 100,000 ยูโร (Loi du 28 novembre 2000 relative à la criminalité informatique, 2000)

จากตัวอย่างข้างต้นจะเห็นได้ว่า ประเทศไทยมีแนวโน้มที่จะอยู่ในกลุ่มประเทศที่ให้อำนาจเจ้าหน้าที่ของรัฐซึ่งได้รับคำสั่งอนุญาตจากศาล สามารถใช้อำนาจในการแสวงหาพยานหลักฐานจากระบบคอมพิวเตอร์ได้ในขอบเขตที่ค่อนข้างกว้าง อย่างไรก็ตาม โทษในกรณีที่บุคคลไม่ปฏิบัติตามคำสั่งของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามกฎหมายไทยกำหนดไว้เพียงโทษปรับเท่านั้น ตามมาตรา 27 (พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550, 2550) ซึ่งมีความรุนแรงน้อยกว่ากฎหมายของบางประเทศ เช่น ออสเตรเลีย สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าแม้กฎหมายไทยจะให้อำนาจแก่เจ้าหน้าที่ในการแสวงหาพยานหลักฐานจากระบบคอมพิวเตอร์ค่อนข้างกว้าง แต่ในขณะเดียวกันก็ยังคงพยายามรักษาสมดุลระหว่างประสิทธิภาพในการปราบปรามอาชญากรรมกับการคุ้มครองสิทธิของบุคคลอยู่ในระดับหนึ่ง

อย่างไรก็ตาม การกำหนดให้บุคคลต้องให้ความร่วมมือในการถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ยังคงก่อให้เกิดข้อถกเถียงสำคัญว่า การกระทำดังกล่าวควรถูกมองว่าเป็นการบังคับให้บุคคลให้การเป็นปฏิปักษ์ต่อตนเองหรือไม่ ซึ่งเป็นประเด็นที่จำเป็นต้องพิจารณาอย่างรอบคอบในบริบทของการคุ้มครองสิทธิในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

2. บทวิเคราะห์ปัญหาเรื่องความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ได้มาโดยไม่ได้มีคำสั่งอนุญาตของศาล

ปัญหาเรื่องความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ไม่ได้มีคำสั่งอนุญาตของศาล เป็นอีกประเด็นหนึ่งที่ไม่ควรถูกมองข้าม เนื่องจากหลักกฎหมายเกี่ยวกับพยานหลักฐานในคดีอาญากำหนดให้พยานหลักฐานที่จะนำมาใช้ในการพิจารณาคดีต้องเป็นพยานหลักฐานที่ได้มาโดยชอบด้วยกฎหมายจึงจะสามารถรับฟังได้

สำหรับประเทศไทย หลักการดังกล่าวปรากฏอยู่ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226 ซึ่งบัญญัติว่า “พยานวัตถุ พยานเอกสาร หรือพยานบุคคลซึ่งน่าจะพิสูจน์ได้ว่าจำเลยมีผิดหรือบริสุทธิ์ ให้อ้างเป็นพยานหลักฐานได้ แต่ต้องเป็นพยานชนิดที่มิได้เกิดขึ้นจากการจูงใจ มีคำมั่นสัญญา ขู่เข็ญ หลอกลวง หรือโดยมิชอบประการอื่น และให้สืบตามบทบัญญัติแห่งประมวลกฎหมายนี้หรือกฎหมายอื่นอันว่าด้วยการสืบพยาน” (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226) ในทางทฤษฎี หลักการดังกล่าวมักถูกอธิบายผ่านหลักสากลที่เรียกว่า “ผลของต้นไม้พิษ” (fruit of the poisonous tree doctrine) ซึ่งมีวัตถุประสงค์เพื่อป้องกันไม่ให้มีการใช้พยานหลักฐานที่ได้มาโดยมิชอบด้วยกฎหมายในการดำเนินคดีอาญา อย่างไรก็ตาม นักกฎหมายไทยได้อธิบายหลักการตามมาตรา 226 โดยแยกพิจารณาออกเป็นสองประเด็น คือ “การเกิดขึ้นของพยานหลักฐาน” และ “วิธีการได้มาซึ่งพยานหลักฐาน” (สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, 2563) กล่าวโดยสรุป หากพยานหลักฐานเกิดขึ้นโดยมิชอบ เช่น กรณีที่มีการซ้อมผู้ต้องหาให้รับสารภาพ พยานหลักฐานดังกล่าวย่อมไม่อาจรับฟังได้ แต่หากพยานหลักฐานนั้นเกิดขึ้นโดยชอบ แม้ว่าวิธีการได้มาจะไม่ชอบด้วยกฎหมาย ศาลก็อาจรับฟังพยานหลักฐานนั้นได้ (สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล, 2563)

แนวคิดดังกล่าวได้รับการรับรองไว้ในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226/1 ซึ่งเปิดโอกาสให้ศาลใช้ดุลพินิจในการรับฟังพยานหลักฐานที่เกิดขึ้นโดยชอบ แต่ได้มาเนื่องจากการกระทำโดยมิชอบ หรือได้มาโดยอาศัยข้อมูลที่เกิดขึ้นหรือได้มาโดยมิชอบ ทั้งนี้ ศาลต้องพิจารณาถึงพฤติการณ์แห่งคดีโดยคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ เช่น คุณค่าในเชิงพิสูจน์ของพยานหลักฐาน ความร้ายแรงของความผิด และผลกระทบต่อสิทธิเสรีภาพของบุคคล เป็นต้น (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226/1) ดังนั้น ในกรณีที่พนักงานเจ้าหน้าที่เข้าถึงข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยอาศัยคำสั่งศาลเพื่อสืบสวนความผิดฐานหนึ่ง แต่กลับพบพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับความผิดอื่นซึ่งมิได้ระบุไว้ในคำร้องขออนุญาตต่อศาลตั้งแต่ต้น พยานหลักฐานดังกล่าวอาจถือได้ว่าเป็นพยานหลักฐานที่มีอยู่โดยชอบ เพียงแต่วิธีการได้มานั้นอาจไม่สอดคล้องกับขอบเขตของคำสั่งศาล ดังนั้น ศาลจึงอาจใช้ดุลพินิจรับฟังพยานหลักฐานดังกล่าวได้ตามข้อยกเว้นในมาตรา 226/1 หากเห็นว่าการรับฟังพยานหลักฐานนั้นเป็นประโยชน์ต่อการอำนวยความยุติธรรมมากกว่าผลเสียที่อาจเกิดขึ้นต่อมาตรฐานของกระบวนการยุติธรรมทางอาญาหรือสิทธิเสรีภาพของประชาชน (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226/1)

อย่างไรก็ตาม แนวทางดังกล่าวอาจก่อให้เกิดข้อวิพากษ์วิจารณ์ได้ว่าเป็นการใช้ข้อยกเว้นแทนหลัก กล่าวคือ แม้กฎหมายจะมีวัตถุประสงค์เพื่อคุ้มครองสิทธิของบุคคล แต่ในทางปฏิบัติกลับเปิดช่องให้พยานหลักฐานที่ได้มาโดยวิธีการที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายสามารถถูกนำมาใช้ในการดำเนินคดีอาญาได้ ในประเด็นนี้ ศาลฎีกาแห่งสาธารณรัฐเกาหลีได้มีคำพิพากษาวางหลักเกณฑ์ไว้ว่า หากหน่วยงานบังคับใช้กฎหมายกำลังค้นหาข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยชอบด้วยกฎหมายตามคำสั่งศาล และพบข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับความผิดอื่นซึ่งแยกต่างหากจากความผิดที่ได้รับอนุญาตไว้ หน่วยงานบังคับใช้กฎหมายจะต้องยุติการค้นหาข้อมูลในส่วนดังกล่าวก่อน และต้องยื่นคำร้องขออนุญาตต่อศาลแยกต่างหาก จึงจะสามารถดำเนินการยึดหรือค้นหาข้อมูลดังกล่าวต่อไปได้โดยชอบด้วยกฎหมาย (Supreme Court of Korea, 2015) แนวทางดังกล่าวไม่เพียงแต่ช่วยคุ้มครองสิทธิของบุคคลเท่านั้น แต่ยังทำให้การได้มาซึ่งพยานหลักฐานของเจ้าหน้าที่รัฐเป็นไปโดยชอบด้วยกฎหมาย และสามารถนำมาใช้ในการดำเนินคดีได้โดยไม่จำเป็นต้องอาศัยข้อยกเว้นตามมาตรา 226/1 แห่งประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา (ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226/1) ดังนั้น แนวทางของสาธารณรัฐเกาหลีจึงอาจถือเป็นอีกแนวทางหนึ่งที่ประเทศไทยสามารถนำมาพิจารณาเพื่อพัฒนาหลักเกณฑ์ในการแสวงหาพยานหลักฐานจากข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ให้มีความสมดุลระหว่าง

ประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชน ประเด็นดังกล่าวจึงสะท้อนให้เห็นว่ากฎหมายไทยยังขาดหลักเกณฑ์ที่ชัดเจนเกี่ยวกับการจัดการพยานหลักฐานที่พบโดยบังเอิญจากการค้นข้อมูลคอมพิวเตอร์ ซึ่งควรได้รับการพิจารณาเพื่อกำหนดแนวทางที่ชัดเจนต่อไป

จากการศึกษากฎหมายไทยและการเปรียบเทียบกับกฎหมายต่างประเทศข้างต้น จะเห็นได้ว่าปัญหาการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญามีความเกี่ยวข้องโดยตรงกับการสร้างดุลยภาพระหว่างการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของบุคคลกับความจำเป็นของรัฐในการปราบปรามอาชญากรรมในยุคดิจิทัล ดังนั้น การกำหนดกลไกทางกฎหมายที่ชัดเจนเกี่ยวกับอำนาจในการเข้าถึงข้อมูลและการถอดรหัสลับจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

ข้อเสนอแนะ

จากการวิเคราะห์เปรียบเทียบกฎหมายต่างประเทศเกี่ยวกับการค้นและเข้าถึงข้อมูลในเครื่องคอมพิวเตอร์ในคดีอาญา บทความนี้จึงเสนอแนวทางในการสร้างดุลยภาพระหว่างประสิทธิภาพในการควบคุมอาชญากรรมกับการคุ้มครองสิทธิขั้นพื้นฐานของประชาชน ดังต่อไปนี้

ประการแรก บทความเสนอกรอบแนวคิดในการคุ้มครองสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเอง โดยเสนอให้จำกัดการบังคับให้ความร่วมมือในการถอดรหัสหรือเข้าถึงข้อมูลเฉพาะบุคคลที่มิใช่ผู้ต้องสงสัยหรือสมาชิกในครอบครัวของผู้ต้องสงสัย พร้อมทั้งกำหนดบทบาทของศาลและโทษทางอาญาที่ได้สัดส่วน เพื่อให้สอดคล้องกับ principle of equality of arms และหลักการพิจารณาคดีที่เป็นธรรม

ประการที่สอง บทความเสนอแนวทางเกี่ยวกับความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่ตรวจพบระหว่างการค้นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยเสนอให้รับรองความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานดังกล่าวภายใต้การอนุญาตเดิมของศาล พร้อมกำหนดหน้าที่แจ้งศาลภายหลังโดยเร็ว เพื่อสร้างความชัดเจนทางกฎหมายควบคู่กับการกำกับตรวจสอบโดยศาล และการคุ้มครองสิทธิของประชาชนอย่างเหมาะสมในบริบทของประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่

บทความนี้เสนอองค์ความรู้ใหม่ในด้านกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาเกี่ยวกับการค้นเครื่องคอมพิวเตอร์เพื่อให้ได้มาซึ่งพยานหลักฐานในคดีอาญา โดยมีประเด็นสำคัญดังต่อไปนี้

ประการแรก บทความเสนอกรอบการวิเคราะห์การค้นข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์โดยแยกออกเป็น 2 ระดับ ได้แก่ 1) การเข้าถึงอุปกรณ์คอมพิวเตอร์ และ 2) การเข้าถึงข้อมูลภายในอุปกรณ์ ซึ่งเป็นขั้นตอนที่มีผลกระทบต่อสิทธิของบุคคลแตกต่างกัน การจำแนกดังกล่าวช่วยให้เห็นความแตกต่างระหว่างการค้นทรัพย์สินทางกายภาพกับการเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ และช่วยอธิบายช่องว่างของการบังคับใช้กฎหมายที่ยังไม่มีบทบัญญัติรองรับอย่างชัดเจน

ประการที่สอง บทความได้วิเคราะห์หลักสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองในบริบทของข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ โดยแยกความแตกต่างระหว่างการให้ถ้อยคำรับสารภาพกับการให้ความร่วมมือในการเปิดเผยข้อมูลทางเทคนิค เช่น รหัสผ่านหรือการถอดรหัสข้อมูล ซึ่งเป็นประเด็นที่กฎหมายไทยยังไม่มีแนวทางวินิจฉัยที่ชัดเจน การวิเคราะห์ดังกล่าวช่วยขยายความเข้าใจเกี่ยวกับขอบเขตของสิทธิในกระบวนการยุติธรรมให้ครอบคลุมบริบทเทคโนโลยีสารสนเทศมากยิ่งขึ้น

ประการที่สาม บทความได้เชื่อมโยงหลักความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 226 และ 226/1 กับกรณีการค้นพบความผิดอื่นในระหว่างการตรวจสอบข้อมูล

อิเล็กทรอนิกส์ โดยชี้ให้เห็นความจำเป็นในการกำหนดขอบเขตการใช้ข้อมูลที่ได้มาให้สอดคล้องกับหลักความได้สัดส่วนและการคุ้มครองสิทธิของบุคคล

องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษานี้ช่วยให้เกิดความเข้าใจเชิงระบบเกี่ยวกับการใช้อำนาจของรัฐในการค้นและเข้าถึงข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์ อันเป็นพื้นฐานสำคัญสำหรับการพัฒนากฎหมายและแนวทางปฏิบัติด้านพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยต่อไป

บทสรุป

จากการศึกษาข้างต้นจะเห็นได้ว่า ปัจจุบันพยานหลักฐานในรูปแบบอิเล็กทรอนิกส์มีบทบาทสำคัญในการพิสูจน์ข้อเท็จจริงทั้งในกระบวนการยุติธรรมทางแพ่งและทางอาญา สำหรับประเทศไทย กฎหมายสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการแสวงหาและการใช้พยานหลักฐานประเภทดังกล่าวคือ พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งเปิดโอกาสให้นำข้อมูลคอมพิวเตอร์มาใช้เป็นพยานหลักฐานในกระบวนการพิจารณาคดีได้ อย่างไรก็ตาม การค้นและเข้าถึงข้อมูลในอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีลักษณะแตกต่างจากการค้น ยึดหรืออายัดพยานวัตถุหรือพยานเอกสารทั่วไป เนื่องจากข้อมูลอิเล็กทรอนิกส์จำเป็นต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบและดึงข้อมูลจากอุปกรณ์ที่ใช้เก็บข้อมูลก่อนจึงจะสามารถนำมาใช้เป็นพยานหลักฐานได้ อีกทั้งการเข้าถึงข้อมูลดังกล่าวยังต้องอาศัยบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญเฉพาะด้านและผ่านการอบรมตามที่กฎหมายกำหนด จากการวิเคราะห์กฎหมายที่เกี่ยวข้อง บทความนี้พบประเด็นปัญหาทางกฎหมายที่สำคัญสองประการ

ประการแรก คือปัญหาเกี่ยวกับการบังคับให้บุคคลถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ตามมาตรา 18 (7) แห่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 ซึ่งให้อำนาจเจ้าหน้าที่ขอให้ศาลมีคำสั่งให้บุคคลที่เกี่ยวข้องกับการเข้ารหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ทำการถอดรหัสลับหรือให้ความร่วมมือแก่เจ้าหน้าที่ ทั้งนี้ หากบุคคลดังกล่าวไม่ปฏิบัติตามคำสั่งศาล อาจต้องรับโทษปรับตามมาตรา 27 ของกฎหมายฉบับเดียวกัน ประเด็นดังกล่าวจึงก่อให้เกิดข้อพิจารณาว่า การบังคับให้บุคคลเปิดเผยหรือถอดรหัสข้อมูลของตนอาจเป็นการละเมิดต่อสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเอง (right against self-incrimination) หรือไม่ เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับกฎหมายของต่างประเทศ พบว่าประเทศต่าง ๆ มีแนวทางกำหนดกฎหมายแตกต่างกันออกเป็นสองแนวทางหลัก ได้แก่ แนวทางที่ให้อำนาจเจ้าหน้าที่สามารถบังคับให้บุคคลทุกฝ่ายให้ความช่วยเหลือแก่เจ้าหน้าที่ และแนวทางที่จำกัดการบังคับดังกล่าวเฉพาะบุคคลที่มิใช่ผู้ต้องสงสัยหรือบุคคลในครอบครัวของผู้ต้องสงสัย โดยเมื่อพิจารณาประกอบกับหลักสิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองและหลักความเสมอภาคของอาวุธ (equality of arms) ซึ่งเป็นหลักสำคัญของการพิจารณาคดีที่เป็นธรรม (fair trial) บทความนี้จึงเสนอว่าประเทศไทยควรปรับปรุงกฎหมายโดยนำแนวทางของประเทศเบลเยียมมาปรับใช้ กล่าวคือ ให้ศาลสามารถสั่งให้บุคคลใดก็ตาม ยกเว้นผู้ต้องสงสัยหรือบุคคลในครอบครัวของผู้ต้องสงสัย ต้องให้ความช่วยเหลือแก่เจ้าหน้าที่ในการถอดรหัสลับของข้อมูลคอมพิวเตอร์ โดยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการให้ความช่วยเหลือดังกล่าวต้องถูกเก็บรักษาเป็นความลับ และควรกำหนดบทลงโทษทั้งจำคุกและปรับในกรณีที่ไม่ปฏิบัติตามคำสั่งศาล เพื่อให้เกิดความสมดุลระหว่างการบังคับใช้กฎหมายและการคุ้มครองสิทธิเสรีภาพของประชาชนมากยิ่งขึ้น

ประการที่สอง คือปัญหาเกี่ยวกับความชอบด้วยกฎหมายของพยานหลักฐานในความผิดอื่นที่พบเพิ่มเติมจากการค้นข้อมูลคอมพิวเตอร์ ซึ่งพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 มิได้กำหนดหลักเกณฑ์เกี่ยวกับประเด็นดังกล่าวไว้อย่างชัดเจน อันอาจก่อให้เกิดปัญหาในการรับฟังพยานหลักฐานในคดีอาญา เมื่อพิจารณาเปรียบเทียบกับแนวทางของสาธารณรัฐเกาหลีซึ่งกำหนดให้เจ้าหน้าที่ต้องยื่นคำร้องขอ

อนุญาตต่อศาลทุกครั้งที่พบพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับความผิดอื่นเพิ่มเติม บทความนี้เห็นว่าแนวทางดังกล่าวอาจทำให้กระบวนการสืบสวนสอบสวนเกิดความล่าช้าและอาจส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพของกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

ดังนั้น บทความนี้จึงเสนอให้มีการบัญญัติกฎหมายเพิ่มเติมเพื่อกำหนดหลักเกณฑ์ในกรณีดังกล่าวให้ชัดเจน โดยกำหนดว่า เมื่อเจ้าหน้าที่ได้รับอนุญาตจากศาลให้เข้าถึงข้อมูลคอมพิวเตอร์ในคดีหนึ่งโดยชอบด้วยกฎหมายแล้ว หากต่อมาพบพยานหลักฐานที่เกี่ยวข้องกับการกระทำความผิดในคดีอื่นเพิ่มเติม ให้ถือว่าพยานหลักฐานดังกล่าวสามารถนำมาใช้เป็นพยานหลักฐานได้เช่นเดียวกับพยานหลักฐานในคดีเดิม แต่เจ้าหน้าที่จะต้องแจ้งเหตุดังกล่าวต่อศาลที่อนุญาตให้ดำเนินการค้นโดยเร็วที่สุด การกำหนดหลักเกณฑ์ดังกล่าวจะช่วยสร้างความชัดเจนทางกฎหมาย ทำให้เจ้าหน้าที่สามารถปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างมั่นใจมากขึ้น ขณะเดียวกันก็ช่วยลดข้อโต้แย้งเกี่ยวกับการละเมิดสิทธิเสรีภาพของประชาชน และส่งเสริมให้เกิดความสมดุลระหว่างประสิทธิภาพในการบังคับใช้กฎหมายกับการคุ้มครองสิทธิมนุษยชนในกระบวนการยุติธรรมทางอาญา

เอกสารอ้างอิง

ณรงค์ ใจหาญ. (2565). *เอกสารประกอบการอบรมหลักสูตรการสืบสวนสอบสวนและการรับฟังพยานหลักฐานอิเล็กทรอนิกส์ รุ่นที่ 3*. สถาบันเพื่อการยุติธรรมแห่งประเทศไทย.

ปกป้อง ศรีสนิท. (2564). *สิทธิของปวงชนชาวไทยตามรัฐธรรมนูญ: สิทธิที่จะไม่ให้การปรักปรำตนเองหรือไม่ถูกบังคับให้สารภาพ*. The 101.World. https://www.the101.world/right-to-remain-silent/.

ประกาศกระทรวงเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร เรื่อง หลักเกณฑ์เกี่ยวกับคุณสมบัติของพนักงานเจ้าหน้าที่ตามพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 23 สิงหาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 124 ตอนพิเศษ 102ง. หน้า 9.

ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา พ.ศ. 2477. (ม.ป.ป.). ประเทศไทย.

ประมวลกฎหมายอาญา. (ม.ป.ป.). ประเทศไทย

พระราชบัญญัติการสอบสวนคดีพิเศษ พ.ศ. 2547. (2547, 19 ,มกราคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 121 ตอนที่ 8 ก. หน้า 1–6.

พระราชบัญญัติป้องกันและปราบปรามการฟอกเงิน พ.ศ. 2542. (2542, 21 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 116 ตอนที่ 29 ก. หน้า 1–39.

พระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550. (2550, 18 มิถุนายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 124 ตอนที่ 27 ก. หน้า 4–13.

พระราชบัญญัติว่าด้วยธุรกรรมทางอิเล็กทรอนิกส์ พ.ศ. 2544. (2544, 4 ธันวาคม). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 118 ตอนที่ 112 ก. หน้า 1–20.

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ. 2560. (2560, 6 เมษายน). *ราชกิจจานุเบกษา*. เล่ม 134 ตอนที่ 40 ก. หน้า 1–90.

สาวตรี สุขศรี. (2563). *กฎหมายว่าด้วยอาชญากรรมคอมพิวเตอร์และอาชญากรรมไซเบอร์* (พิมพ์ครั้งที่ 2). มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรศักดิ์ ลิขสิทธิ์วัฒนกุล. (2563). *ประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา ฉบับอ้างอิง* (พิมพ์ครั้งที่ 20). วิญญูชน.

Australian Human Rights Commission. (2018). *Annual report 2017–2018*. Australian Human Rights Commission. https://humanrights.gov.au/resource-hub/human-rights/annual-report-2017-2018?utm_source=copilot.com.

Charlton, E. (2024). 2023 was a big year for cybercrime—here's how we can make our systems safer. *World Economic Forum*. https://www.weforum.org/agenda/2024/01/cybersecurity-cybercrime-system-safety/.

Cybercrime Act 2001 (Cth). (2001, December 21). Federal Register of Legislation. https://www.legislation.gov.au/C2004A00937.

Cornell Law School. (2024). *Best evidence rule*. Legal Information Institute. https://www.law.cornell.edu/wex/best_evidence_rule.

Loi du 28 novembre 2000 relative à la criminalité informatique. (2000, 28 Novembre). Moniteur belge, 2000-11-28/34. https://www.ejustice.just.fgov.be/cgi_loi/change_lg.pl?language=fr&la=F&cn=2000112834&table_name=loi.

Supreme Court of Korea. (2015). Supreme Court en banc decision 2011Mo1839 (Decided July 23, 2015).

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจของวิสาหกิจชุมชน

Extending knowledge of ethnic woven textiles toward new product based on creative economy for enhancing the business value of community enterprises

นิรุตต์ จรเจริญ [1], พัชรินทร์ บุญสมธป [2*], วิยะดา พลชัย [3], คมสัน ศรีบุญเรือง [4], ศุภลักษณ์ ฉินตระกาล [5]
Nirut Jorncharoen [1], Patcharin Boonsomthop [2*], Wiyada Pollachai [3], Komsan Sriboonruang [4], Suphalak Chintrakan [5]

[1,2,3,5] คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[4] คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[1,2,3,5] Faculty of Management Science, Kanchanaburi Rajabhat University
[4] Faculty of Education, Kanchanaburi Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: jorncharoen@kru.ac.th [1], patcharin.b@kru.ac.th [2], pastorpollachai@kru.ac.th [3], puylpn053@kru.ac.th [4], suphalakchinchin@kru.ac.th [5]

Received: January 27, 2026 Revised: April 01, 2026 Accepted: April 01, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาศักยภาพและความต้องการต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ 2) พัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ และ 3) ประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน การวิจัยเชิงปริมาณเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถามจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจากช้างป่าห้วยเขย่ง จำนวน 30 คน สุ่มแบบเฉพาะเจาะจง และกลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 385 ราย สุ่มแบบบังเอิญ การวิจัยเชิงคุณภาพใช้การวิเคราะห์เนื้อหาแบบมีส่วนร่วมกับชุมชนด้วยแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 30 คน ข้อมูลเชิงปริมาณวิเคราะห์ด้วยสถิติพรรณนา ได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัยพบว่า 1) ศักยภาพอยู่ในระดับมากและความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด 2) ต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จำนวน 8 ต้นแบบ ได้แก่ ปลอกยาดม ผ้าเช็ดมือ ชุดตุ๊กตา เข็มกลัดติดอก ถุงผ้าใส่แก้วน้ำ เน็คไท แผ่นรองแก้ว และสายหิ้วแก้วน้ำ และ 3) ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมกับศักยภาพทางการตลาดสมัยใหม่จนเกิดเป็นมูลค่า

ธุรกิจ การมีส่วนร่วมของชุมชนยังเป็นกำลังสำคัญในการช่วยพัฒนาต่อยอดผ้าทอชาติพันธุ์ไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่และตลาดเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

คำสำคัญ: ผ้าทอชาติพันธุ์, เศรษฐกิจสร้างสรรค์, การพัฒนาผลิตภัณฑ์, วิสาหกิจชุมชน, การเพิ่มมูลค่าธุรกิจ

Abstract

The objectives of this research were 1) to examine the potential and needs for extending ethnic woven textile knowledge toward new products based on the creative economy concept; 2) to develop new products from ethnic woven textiles based on the creative economy concept in order to enhance the business value; and 3) to evaluate the potential of newly developed products derived from ethnic woven textiles based on the creative economy concept in order to enhance the business value. This study employed a mixed-methods approach. The quantitative component collected data from 30 members of the Huai Khayeng Elephant Forest Community Enterprise through purposive sampling and from 385 consumers who had previously purchased community products in Kanchanaburi Province through accidental sampling. The qualitative component utilized participatory content analysis with the community, guided by the creative economy concept, involving 30 key informants. Quantitative data were analyzed using descriptive statistics, including percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that: 1) the potential in all dimensions was at a high level, while the needs in all dimensions were at the highest level; 2) eight prototypes of new product designs were developed, including inhaler covers, hand towels, the doll dress, brooch pins, fabric cup bags, neckties, coasters, and cup holders; and 3) the overall evaluation of the potential of the new products was at the highest level. The creative economy concept plays a significant role in connecting cultural capital with modern marketing potential, thereby creating business value. In addition, community participation serves as an important mechanism for extending ethnic woven textiles into new product development that aligns with local contexts and the target markets of community enterprises.

Keywords: ethnic woven textiles, creative economy, product development, community enterprises, enhancing business value

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

เศรษฐกิจฐานรากและเศรษฐกิจสร้างสรรค์ เป็นระบบเศรษฐกิจที่สัมพันธ์เชื่อมโยงกันโดยเป็นระบบที่สนับสนุนเศรษฐกิจชุมชนเพื่อให้ชุมชนมีระบบเศรษฐกิจที่มั่นคง พึ่งพาตนเอง และบริหารจัดการตนเองได้ทั้งในกระบวนการผลิต การบริการ การจัดการ และการตลาด ซึ่งการบริหารจัดการธุรกิจชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพต้องอาศัยทุนของชุมชนเป็นพื้นฐาน เช่น คน ชุมชน วัฒนธรรม สิ่งแวดล้อม และทรัพยากรธรรมชาติ (สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน, 2558) โดยขับเคลื่อนภายใต้การนำทุนทางวัฒนธรรมของชุมชนที่โดดเด่น ผนวกเข้ากับนวัตกรรมเพื่อสร้างประโยชน์เชิงพาณิชย์ อุตสาหกรรมสิ่งทอและหัตถกรรมพื้นบ้านถือได้ว่าเป็นส่วนสำคัญและมีบทบาทต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศ โดยข้อมูลจากหน่วยงานภาครัฐระบุว่า อุตสาหกรรมสิ่งทอและเครื่องนุ่งห่มมีมูลค่าการส่งออกหลายแสนล้านบาทต่อปี และงานหัตถกรรมพื้นฐานอย่างผ้าทอชาติพันธุ์ ถือว่าเป็นสินค้าวัฒนธรรมที่มีศักยภาพสูงในการพัฒนาเป็นสินค้า

เชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจได้อย่างต่อเนื่อง (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2565) กลไกสำคัญในการเสริมสร้างความสามารถให้กับชุมชนให้สามารถพึ่งพาตนเองได้ก็คือ เศรษฐกิจฐานราก โดยผู้ประกอบการควรหันมาใช้ทุนทางวัฒนธรรมร่วมกับแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ในการพัฒนาธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าให้กับธุรกิจเพื่อช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์หัตถกรรมพื้นบ้านให้เกิดความแตกต่าง สร้างคุณค่าใหม่ และสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดได้ กระบวนการต่าง ๆ นี้จะช่วยเอื้อให้เกิดการบูรณาการองค์ความรู้ด้านวัฒนธรรม การจัดการ การออกแบบ และนวัตกรรม ช่วยส่งผลให้วิสาหกิจชุมชนมีรายได้เพิ่ม ลดการแข่งขันด้านราคา และพัฒนาผลิตภัณฑ์เชิงอัตลักษณ์โดยเฉพาะผ้าทอชาติพันธุ์ ที่จะสามารถต่อยอดสู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ที่มีศักยภาพในตลาดร่วมสมัยได้

อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผ้าทอชาติพันธุ์จะมีคุณค่าทางวัฒนธรรมสูง แต่ผู้ผลิตจำนวนมากยังคงประสบปัญหาด้านการตลาด การออกแบบผลิตภัณฑ์และการเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคยุคใหม่ ส่งผลทำให้สินค้าผ้าทอชาติพันธุ์จำนวนมากจำหน่ายได้เฉพาะในตลาดท้องถิ่นหรือกลุ่มนักท่องเที่ยวเฉพาะกลุ่ม ขณะที่พฤติกรรมผู้บริโภคในปัจจุบันให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่มีการออกแบบร่วมสมัยและสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ จากการลงพื้นที่วิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี พบว่า มีการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาติพันธุ์ที่เป็นภูมิปัญญาของคนชาติพันธุ์ที่สืบทอดจากบรรพบุรุษ ผ้าทอชาติพันธุ์สะท้อนถึงรากเหง้าและความผูกพันของกลุ่มคนชาติพันธุ์ที่ช่วยกันอนุรักษ์อัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมของตนไว้ และช่วยปลุกจิตสำนึกความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันในกลุ่มชาติพันธุ์ แต่ทั้งนี้จากลงพื้นที่ยังพบอีกว่า วิสาหกิจชุมชนยังคงผลิตสินค้าในรูปแบบดั้งเดิม เช่น เสื้อกะเหรี่ยง ผ้านุ่ง ย่าม แม้ว่าจะมีเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรม แต่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงตลาดใหม่ ผู้ให้ข้อมูลหลักรายหนึ่งกล่าวว่า “ผ้าทอชาติพันธุ์ของชุมชนมีลวดลายที่สวยงาม แต่ส่วนใหญ่ขายได้เฉพาะเสื้อหรือผ้านุ่ง ทำให้ตลาดค่อนข้างจำกัด หากสามารถนำผ้าไปพัฒนาเป็นสินค้าอื่น ๆ ที่ใช้ได้ในชีวิตประจำวันก็น่าจะช่วยเพิ่มโอกาสทางการตลาดได้มากขึ้น สินค้าผ้าส่วนใหญ่จำหน่ายได้เฉพาะช่วงเทศกาลหรือเมื่อนักท่องเที่ยวเข้ามาในพื้นที่ ทำให้รายได้ไม่สม่ำเสมอ” นอกจากนี้ผู้ผลิตในชุมชนบางรายยังระบุว่า “ความต้องการของผู้บริโภคในปัจจุบันมักนิยมสินค้าที่มีรูปแบบทันสมัยและสามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้มากกว่าสินค้าผ้าทอแบบดั้งเดิม” จากสภาพปัญหาที่ค้นพบจึงสะท้อนให้เห็นถึงศักยภาพที่ไม่เพียงพอต่อการแข่งขันกับตลาดผ้าทอหรือสินค้าไลฟ์สไตล์ในพื้นที่อื่นที่มีการพัฒนาสินค้าผ้าทอแฟชั่นอย่างต่อเนื่อง หากชุมชนไม่ปรับตัวอาจสูญเสียโอกาสในการสร้างรายได้และส่งผลต่อการเลือนหายขององค์ความรู้การทอผ้าของคนในชุมชน วิสาหกิจจึงมีแนวโน้มเสียเปรียบเพิ่มขึ้น นำไปสู่ความเหลื่อมล้ำด้านดิจิทัลจากข้อจำกัดการเข้าถึงและขาดการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีดิจิทัล ดังนั้น การต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์จะช่วยสร้างการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วยการขับเคลื่อนเศรษฐกิจจากฐานราก อันจะนำไปสู่นวัตกรรมสินค้าเชิงพาณิชย์เพิ่มมูลค่าธุรกิจผ่านอัตลักษณ์ของชุมชนให้กับวิสาหกิจชุมชนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาศักยภาพและความต้องการต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์สู่ผลิตภัณฑ์ใหม่บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์
2. เพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ
3. เพื่อประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ผ้าทอชาติพันธุ์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ

การทบทวนวรรณกรรม

การต่อยอดองค์ความรู้และการจัดการองค์ความรู้

การต่อยอดองค์ความรู้เป็นการนำความรู้ที่มีอยู่เดิมมาปรับใช้ในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ออกแบบ และปรับปรุงกระบวนการผลิตให้สอดคล้องกับความต้องการของตลาดเป้าหมาย จนนำไปสู่การสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจและสร้างรายได้ให้กับชุมชน ส่วนการจัดการองค์ความรู้เป็นกระบวนการรวบรวม วิเคราะห์ และถ่ายทอดความรู้เพื่อนำไปใช้ประโยชน์ อาจถูกถ่ายทอดผ่านกิจกรรมต่าง ๆ เช่น การฝึกอบรม และการแลกเปลี่ยนประสบการณ์ การสอน ฯลฯ (ฉัตรชัย แก้วดี, 2567)

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่

อัญชสี โสมดี (2555) อธิบายว่า แนวคิดการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ ประกอบด้วย แนวความคิด กลวิธี ขั้นตอนการผลิต ภูมิปัญญา ทัศนคติ สภาพแวดล้อม ต้นทุนธรรมชาติ เทคโนโลยีและนวัตกรรมเป็นกระบวนการผลิตที่เรียกว่าอุตสาหกรรมขนาดเล็ก เกิดจากแรงงานที่ได้รับการฝึกอบรมตามหน่วยงานราชการและเอกชน การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่เป็นกิจกรรมที่ต้องศึกษาถึงศักยภาพและความต้องการของวิสาหกิจชุมชนอย่างถี่ถ้วน เพื่อนำข้อมูลนั้นมาวิเคราะห์หากรอบแนวทางในการพัฒนาที่สอดคล้องกับสภาพแวดล้อมจริง ข้อมูลดังกล่าวผู้วิจัยศึกษาจากปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอก ซึ่งการศึกษาบริบทที่ต่างมุมมองจะช่วยให้ได้แนวคิดที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ควรมีการนำข้อมูลทั้งปัจจัยภายในและปัจจัยภายนอกมาประเมินเพื่อให้ได้แนวคิดที่ดีที่สุด มีความเหมาะสมกับสภาพการณ์ของชุมชนและตลาดให้มากที่สุด โดยข้อมูลที่กล่าวสอดคล้องกับจุฬารัตน์ แสงอรุณ และคณะ (2564) เสนอแนวคิดว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจชุมชนนั้น ควรศึกษาถึงความเข้าใจ ความรู้สึก และพฤติกรรม โดยการประเมินความพึงพอใจของผู้บริโภค การทดสอบผลิตภัณฑ์ใหม่กับกลุ่มเป้าหมาย การสอบถามถึงทัศนคติและความคิดเห็นของผู้บริโภคก่อนลงมือปฏิบัติจริง หรือก่อนตัดสินใจลงทุนนั้น สามารถนำไปสู่การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของวิสาหกิจชุมชนได้

เศรษฐกิจสร้างสรรค์

เศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นการใช้ความคิดสร้างสรรค์ องค์ความรู้ และทุนวัฒนธรรมในการสร้างมูลค่า เป็นเศรษฐกิจที่ขับเคลื่อนด้วยทรัพย์สินทางปัญญา ความคิดและความสามารถของมนุษย์ การนำแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์มาใช้ในบริบทของผลิตภัณฑ์ชุมชน การออกแบบผลิตภัณฑ์ชุมชนจะถูกเชื่อมโยงอัตลักษณ์ วัฒนธรรม และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้าด้วยกัน และยังทำให้ผลิตภัณฑ์ใหม่ตอบสนองต่อตลาดสมัยใหม่ได้อย่างลงตัว (Howkins, 2001)

การเพิ่มมูลค่าธุรกิจ

การเพิ่มมูลค่าธุรกิจเป็นกระบวนการสร้างคุณค่าเพิ่มจากเดิมที่มีอยู่ให้กับผลิตภัณฑ์ ซึ่งคุณค่าที่ถูกเพิ่มจะมีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ การเพิ่มมูลค่าเป็นกิจกรรมในห่วงโซ่มูลค่า (value chain) ที่ช่วยสร้างความแตกต่างและคุณค่าที่กลุ่มเป้าหมายจะได้รับรู้จนเกิดเป็นความพึงพอใจในคุณค่านั้น (Porter, 1985) จากในกรณีศึกษาในงานวิจัยนี้ การเพิ่มมูลค่าธุรกิจด้วยการพัฒนาใหม่จะช่วยยกระดับผลิตภัณฑ์จากงานหัตถกรรมพื้นฐานไปสู่ผลิตภัณฑ์เชิงพาณิชย์ (Kotler et al., 2017)

การมีส่วนร่วมของชุมชน

การมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นกระบวนการและผลลัพธ์จากการทำงานร่วมกันของคนที่เกี่ยวข้อง มีส่วนร่วมในการตัดสินใจในประเด็นที่จะส่งผลกระทบของตนเอง การสร้างการมีส่วนร่วมสามารถกระทำได้หลายรูปแบบ เช่น การประชุมหารือร่วมกัน การรับฟังความคิดเห็น การมีส่วนร่วมในการพิจารณา เป็นต้น การมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ ควรมีแนวทางปฏิบัติที่เรียกว่า วงล้อแห่งการมีส่วนร่วมในชุมชน ประกอบด้วย 1) การมีความรับผิดชอบ 2) การสนับสนุนข้อมูลข่าวสาร 3) การเข้าไปมีส่วนร่วมในชุมชน 4) การปรึกษาหารือในชุมชน (จุฑาทิพย์ ภัทราวาท, ม.ป.ป.)

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจ

การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจถือได้ว่าเป็นอีกหนึ่งกิจกรรมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมในชุมชนเป็นกิจกรรมที่ต้องกระทำร่วมกัน เครื่องมือนี้เรียกว่า สวอต (SWOT) ได้แก่ การวิเคราะห์จุดแข็ง จุดอ่อน โอกาส และอุปสรรค ซึ่งในการวิเคราะห์จะแยกออกเป็นสภาพแวดล้อมภายในที่มองถึงปัจจัยภายในที่ก่อให้เกิดประโยชน์และเป็นปัญหาต่อวิสาหกิจชุมชน ซึ่งได้แก่ จุดแข็งกับจุดอ่อน และสภาพแวดล้อมภายนอกที่มองถึงปัจจัยภายนอกที่ก่อให้เกิดประโยชน์และเป็นปัญหาต่อวิสาหกิจชุมชน ได้แก่ โอกาส และอุปสรรค (สุมิตร สุวรรณ, 2561)

แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC)

แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) ช่วยประเมินศักยภาพและความพร้อม ซึ่งโดยส่วนใหญ่เรียกว่า บีเอ็มซี (BMC) โดยแบบจำลองธุรกิจเป็นเครื่องมือที่ช่วยให้องค์การเห็นภาพรวมของธุรกิจตนเองได้อย่างเข้าอกเข้าใจ ประกอบด้วย 1) กลุ่มลูกค้า 2) คุณค่าของสินค้าหรือบริการ 3) ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า 4) ความสัมพันธ์กับลูกค้า 5) รายรับ 6) รายจ่าย 7) ทรัพยากรหลัก 8) ภารกิจหลัก และ 9) ผู้ร่วมงานหลัก จากองค์ประกอบแบ่งส่วนเป็น 4 ส่วน ได้แก่ ส่วนที่ 1 ใคร (who) ประกอบด้วย กลุ่มลูกค้า ช่องทางการเข้าถึงลูกค้า และความสัมพันธ์กับลูกค้า ส่วนที่ 2 อะไร (what) ประกอบด้วย คุณค่าของสินค้าหรือบริการ ส่วนที่ 3 อย่างไร (how) ประกอบด้วย ทรัพยากรหลัก ภารกิจหลัก และผู้ร่วมงานหลัก และส่วนที่ 4 เงิน (money) ประกอบด้วย รายรับ และรายจ่าย แบบจำลองธุรกิจทั้ง 9 ช่อง ในความเป็นจริงแล้วสะท้อนออกมาเป็นคำถามที่ธุรกิจต้องหาคำตอบ (Osterwalder & Pigneur, 2010)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

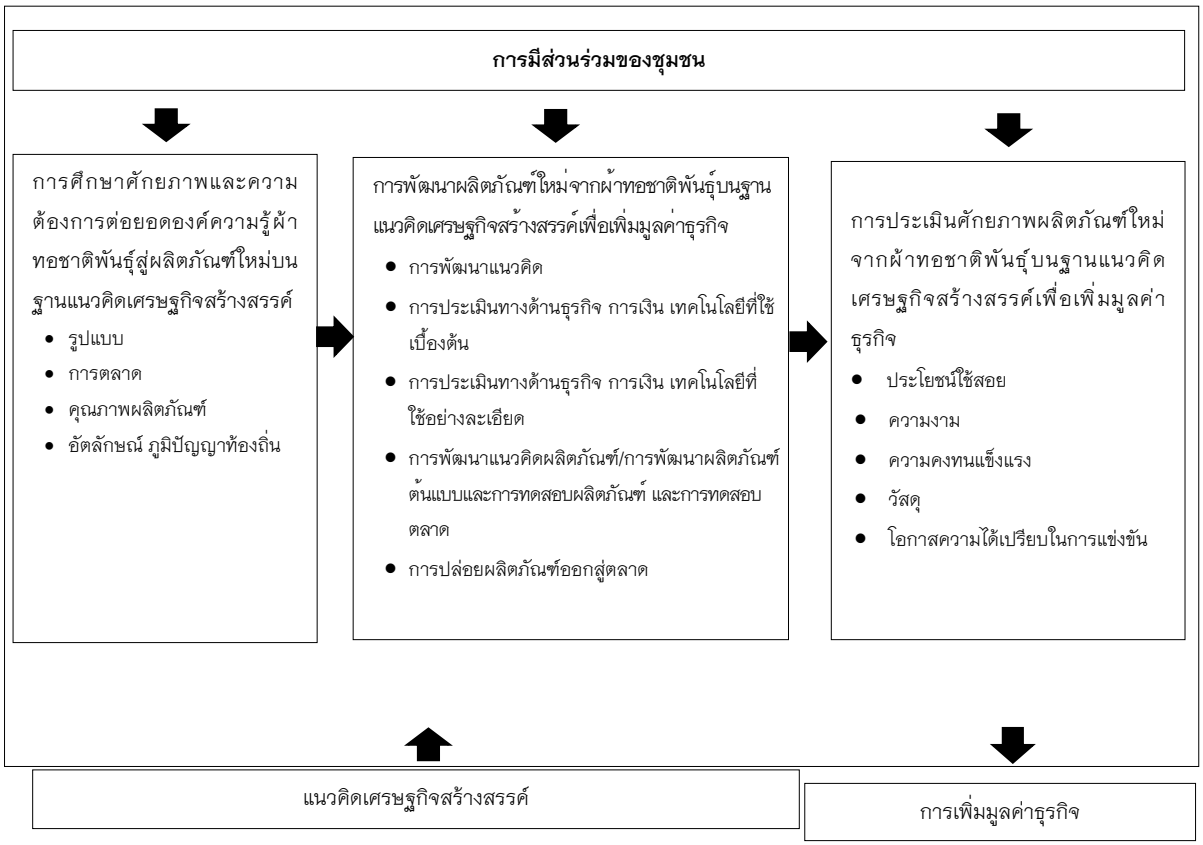
ผู้วิจัยศึกษางานวิจัยเรื่อง ศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น (ยุรดา น้อยวังหิน และพีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์, 2564) งานวิจัยนี้ศึกษาศักยภาพและความต้องการในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานราก ในระดับเศรษฐกิจฐานรากพบว่าโครงสร้างพื้นฐานที่จำเป็นยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาเศรษฐกิจ ขาดความสามารถระดมเงินทุนและทรัพยากร ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในการส่งเสริมและพัฒนาอาชีพยังน้อย รวมถึงความไม่พร้อมด้านการตลาด เทคโนโลยีและการผลิต นอกจากนี้ยังได้ศึกษางานวิจัยเรื่อง การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ฯ (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2558) วิเคราะห์ SWOT ทำกลยุทธ์โดยใช้ TOWS Matrix เพื่อให้ได้มาซึ่งกลยุทธ์ โดยพบว่ากลยุทธ์ที่ได้มีชื่อเรียกว่า CREATION Model มีการเสนอแนวทางการจัดการเชิงกลยุทธ์เพื่อการแข่งขันทางการค้า ได้แก่ การกำหนดวิสัยทัศน์ร่วมกันของภาคีการพัฒนาคนรุ่นใหม่ การพัฒนาออกแบบสร้างสรรค์งาน การพัฒนากระบวนการผลิต การตอบสนองความต้องการของลูกค้า การสอบถามความพึงพอใจของลูกค้า การรวมกลุ่มเครือข่ายการพัฒนาฝีมือแรงงาน การส่งเสริมการผลิต การประชาสัมพันธ์และการตลาด รวมถึงการเชื่อมโยงกับการท่องเที่ยว

กระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ผู้วิจัยศึกษา ประกอบด้วย 5 ขั้นตอน ได้แก่ 1) การพัฒนาแนวคิดจากการนำทรัพยากรและภูมิปัญญาที่มีอยู่ในท้องถิ่น 2) การประเมินทางด้านการตลาด ลูกค้า และเทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้น 3) การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน และเทคโนโลยีที่ใช้ 4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ การทดสอบผลิตภัณฑ์ และการทดสอบตลาด และ 5) การวางผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด (สุชาดา คุ้มสลุด และคณะ, 2560) และในกระบวนการทั้ง 5 ขั้นตอนยังได้สอดแทรกกระบวนการด้านการออกแบบเข้าไปด้วย ซึ่งเป็นกระบวนการออกแบบร่าง 2 มิติ (sketch) เพื่อการผลิตต้นแบบ (prototype) โดยพัฒนาเป็นคู่มือต้นแบบและเผยแพร่ให้ชุมชนได้ทดลองทำจริง และนำกระบวนการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่มาใช้ประเมิน ได้แก่ 1) ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ 2) ด้านความงาม 3) ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน 4) ด้านวัสดุ และ 5) ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน (พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์, 2561) สำหรับการวิจัยในครั้งนี้ยังคาดหวังผลการศึกษาจะเป็นการบูรณาการระหว่างองค์ความรู้ในท้องถิ่นกับการพัฒนาจริงด้วยการลง

มือปฏิบัติ ผู้วิจัยจึงศึกษาถึงการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อค้นหาโอกาสของตลาดและศักยภาพของผู้ผลิตอันสะท้อนภาพที่แท้จริงของแนวทางการพัฒนาจากงานวิจัยนี้ ซึ่งประกอบด้วย 1) ด้านรูปแบบ 2) ด้านบรรจุภัณฑ์ 3) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ 4) ด้านอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น (อัจจิมา ศุภจริยาวัตร, 2565)

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods) โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1) จากการศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) ได้แก่ สมาชิก 30 คนจากวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี โดยเก็บจำนวนทั้งหมด 30 คน (ประชา บ๊อบหนุก, 2565)

2) การประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ 2.1) สมาชิกวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากประชากรทั้งหมด จำนวน 30 คน และ 2.2) กลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง เนื่องจากผู้วิจัยไม่ทราบจำนวน

ประชากรที่แน่นอนจึงใช้วิธีการคำนวณกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบจำนวนประชากร กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ความคลาดเคลื่อนไม่เกิน ±5% ขนาดกลุ่มตัวอย่างจากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ทราบประชากรที่แน่นอน ได้จำนวนทั้งสิ้น 384.16 คน เพื่อให้การเก็บรวบรวมข้อมูลมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผู้วิจัยจะดำเนินการเก็บรวมรวมข้อมูลจำนวนทั้งสิ้น 385 คน โดยผู้วิจัยจัดสรรกลุ่มตัวอย่าง แบ่งออกเป็น 13 อำเภอในจังหวัดกาญจนบุรี โดยจัดสรรโควต้าในจำนวนที่เท่ากัน ผู้วิจัยกำหนดสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละอำเภอให้ใกล้เคียงกันเพื่อให้เกิดการกระจายตัวของข้อมูลเชิงพื้นที่อำเภอละ 29 คน สำหรับอำเภอเมืองฯ กำหนดกลุ่มตัวอย่าง 37 คน เนื่องจากเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนประชากรมากที่สุดและเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจ การค้า และการบริการของจังหวัด ทำให้มีจำนวนผู้บริโภคสินค้าและผลิตภัณฑ์ชุมชนสูงกว่าพื้นที่อื่น (สำนักงานปกครองจังหวัดกาญจนบุรี, 2562) การจัดสรรจำนวนกลุ่มตัวอย่างเป็นการกำหนดโควตาตามลักษณะประชากรของพื้นที่เพื่อให้กลุ่มตัวอย่างสะท้อนโครงสร้างประชากรในพื้นที่ภายใต้ความแตกต่างกันด้านจำนวนประชากรและกิจกรรมทางเศรษฐกิจ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีรายละเอียดดังนี้

1) การศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และศักยภาพและความต้องการต่อยอดองค์ความรู้ฯ ได้แก่ 1.1) ด้านรูปแบบ 1.2) ด้านการตลาด 1.3) ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ และ 1.4) ด้านอัตลักษณ์ ภูมิปัญญาท้องถิ่น

2) การประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ ผู้วิจัยใช้แบบสอบถามเก็บข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และประเด็นประเมินศักยภาพประกอบด้วย 2.1) ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ 2.2) ด้านความงาม 2.3) ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน 2.4) ด้านวัสดุ และ 2.5) ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูล มีรายละเอียดการดำเนินการดังนี้

1) การศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ ใช้วิธีการคัดเลือกกลุ่มประชากรแบบเฉพาะเจาะจง (Purposive Selection) ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยจากสมาชิกวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง จำนวนทั้งหมด 30 คน ใช้แบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่

2) การประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ แบ่งการเก็บรวบรวมข้อมูลออกเป็น 2 กลุ่ม คือ กลุ่มที่ 1 สมาชิกวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง อำเภอทองผาภูมิ จังหวัดกาญจนบุรี ใช้วิธีการคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง ได้แก่ สมาชิกวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง ผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากกลุ่มเป้าหมายทั้งหมด จำนวน 30 คน กลุ่มที่ 2 ผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 385 คน ใช้แบบประเมินในการเก็บรวบรวมข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การแปลความหมายใช้เกณฑ์ประเมินผลโดยอิงเกณฑ์ ได้แก่ 4.21–5.00 = มากที่สุด 3.41–4.20 = มาก 2.61–3.40 = ปานกลาง 1.81–2.60 = น้อย และ 1.00–1.80 = น้อยที่สุด (Fisher, 1998) ซึ่งการทดสอบหาความเที่ยงตรงและหาความเชื่อมั่น ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน โดยแบบสอบถามชุดที่ใช้สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 มีค่าเฉลี่ยของดัชนีความสอดคล้อง (IOC) เท่ากับ .95 และแบบสอบถามที่ใช้สำหรับวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 เท่ากับ .94 มีค่าความเที่ยงตรงใช้ได้ ทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) โดยใช้สูตรของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) (Cronbach, 1970) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ไปทดลองกับกลุ่มประชากรที่คล้ายคลึงกับประชากรที่ทำการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง ผลการทดสอบพบว่า แบบสอบถามในแต่ละข้อมีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง

.721–.781 โดยรวมทั้งฉบับเฉลี่ย .763 และแบบประเมินวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 มีค่าระดับความเชื่อมั่นอยู่ระหว่าง .975 – .977 โดยรวมทั้งฉบับเฉลี่ย .977 ซึ่งมีค่าอยู่ที่ 0 ถึง 1 เพื่อใช้ในการอธิบายถึงความน่าเชื่อถือของตัวแปรที่ใช้ในการวิเคราะห์ โดยเกณฑ์ของค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาที่ยอมรับได้จะต้องมีค่ามากกว่า 0.7 ขึ้นไป (Nunnally, 1978)

การวิจัยเชิงคุณภาพ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์ฯ ผู้วิจัยดำเนินการตามขั้นตอน ดังนี้

1) การพัฒนาแนวคิด ผู้วิจัยนำผลการศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ จากวัตถุประสงค์ที่ 1 มาใช้เป็นข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาแนวคิดผลิตภัณฑ์ใหม่ โดยใช้กระบวนการระดมความคิดร่วมกับสมาชิกวิสาหกิจชุมชนและผู้ที่เกี่ยวข้อง โดยใช้กระบวนการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการเพื่อสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนและความต้องการของตลาดเพื่อกำหนดแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่สามารถใช้ในชีวิตประจำวันได้ สะท้อนอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่น สื่อสารคุณค่าและเรื่องราวผ้าทอชาติพันธุ์ รวมถึงมีศักยภาพเพียงพอในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจ

2) การประเมินทางธุรกิจ การเงิน เทคโนโลยีที่ใช้เบื้องต้น ผู้วิจัยดำเนินการประเมินความเป็นไปได้ของแนวคิดผลิตภัณฑ์ในระดับเบื้องต้น โดยพิจารณาความพร้อมของวิสาหกิจชุมชนในด้านทรัพยากร วัตถุดิบ อุปกรณ์ บุคลากร ทักษะและเทคโนโลยีที่ใช้ในการผลิต ควบคู่กับการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมทางธุรกิจด้วย SWOT เพื่อประเมินจุดแข็ง จุดอ่อน โอกาสและอุปสรรคของการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ในบริบทของชุมชน

3) การประเมินทางด้านธุรกิจ การเงิน เทคโนโลยีที่ใช้อย่างละเอียด ผู้วิจัยประเมินศักยภาพของแนวคิดผลิตภัณฑ์ในเชิงลึก โดยใช้เครื่องมือทางการจัดการธุรกิจ ได้แก่ แบบจำลองธุรกิจ (Business Model Canvas: BMC) เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบด้านคุณค่าที่เสนอ กลุ่มลูกค้า ช่องทางการจัดจำหน่าย โครงสร้างต้นทุน และแหล่งรายได้ ทั้งนี้เพื่อประเมินความคุ้มค่า ความเป็นไปได้ในการดำเนินธุรกิจ และศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ใหม่เชิงพาณิชย์

4) การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบและการทดสอบผลิตภัณฑ์และการทดสอบตลาด ผู้วิจัยนำแนวคิดผลิตภัณฑ์และร่วมกันคัดเลือกต้นแบบจากเกณฑ์ต่อไปนี้ 4.1) สะท้อนลวดลาย สีสันหรือเรื่องราวผ้าทอชาติพันธุ์ 4.2) สามารถนำไปใช้ได้จริงในชีวิตประจำวันของผู้บริโภค 4.3) กระบวนการผลิตไม่ซับซ้อน ผลิตได้ด้วยทักษะและทรัพยากรของชุมชน 4.4) มีแนวโน้มได้รับความสนใจจากตลาดเป้าหมาย 4.5) ช่วยเพิ่มมูลค่าธุรกิจให้กับผ้าทอชาติพันธุ์ได้ 4.6) สามารถถ่ายทอดองค์ความรู้วัฒนธรรมให้เป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สร้างมูลค่าทางเศรษฐกิจ โดยแต่ละประเด็นกำหนดคะแนนประเมินไว้ที่ 1–5 คะแนน โดยพิจารณาแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่มีคะแนนเฉลี่ยสูงสุด เพื่อนำไปพัฒนาเป็นผลิตภัณฑ์ต้นแบบโดยใช้เครื่องมือดิจิทัลในการช่วยออกแบบ จากนั้นนำต้นแบบไปทดลองผลิตและทดสอบกับกลุ่มเป้าหมาย เพื่อประเมินความเหมาะสมด้านรูปแบบ ประโยชน์ใช้สอย คุณภาพ และความสอดคล้องกับอัตลักษณ์ผ้าทอชาติพันธุ์ รวมถึงการทดสอบการตอบรับของตลาด (test marketing) เพื่อนำผลที่ได้ไปปรับปรุงผลิตภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมก่อนการนำไปใช้จริง

5) การปล่อยผลิตภัณฑ์ออกสู่ตลาด ผู้วิจัยนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปเผยแพร่และนำเสนอแก่กลุ่มเป้าหมายและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง โดยประเมินการรับรู้คุณค่า ความพึงพอใจ และศักยภาพในการเพิ่มมูลค่าธุรกิจของผลิตภัณฑ์ เพื่อนำข้อมูลที่ได้มาใช้เป็นแนวทางในการต่อยอดและพัฒนาผลิตภัณฑ์ในระยะต่อไป

ผลการวิจัย

1. ผลการศึกษาศักยภาพและความต้องการต่อยอดองค์ความรู้ผ้าทอชาติพันธุ์ฯ

ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 ส่วนใหญ่อายุ 41–50 ปี จำนวน 14 คน คิดเป็นร้อยละ 46.70 รองลงมาในจำนวนที่เท่ากัน มากกว่า 50 ปีขึ้นไป และ อื่น ๆ จำนวนอย่างละ 8 คน

คิดเป็นร้อยละ 26.70 ตามลำดับ และส่วนใหญ่การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 30 คน คิดเป็นร้อยละ 100.00 โดยข้อมูลด้านศักยภาพและความต้องการฯ แสดงดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ

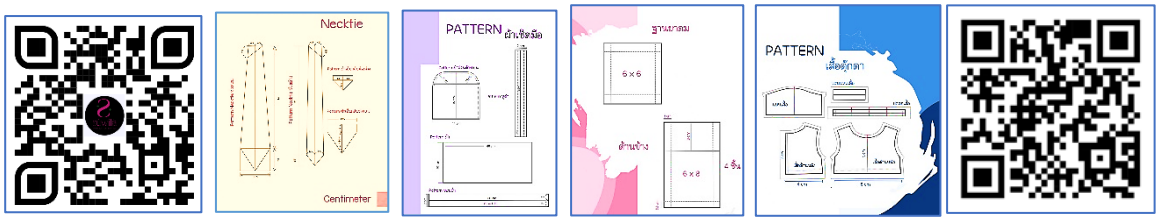
รายการ	ระดับศักยภาพ			ระดับความต้องการ		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านรูปแบบ	3.79	.38	มาก	4.63	.27	มากที่สุด
2. ด้านการตลาด	3.14	1.19	ปานกลาง	4.67	.34	มากที่สุด
3. ด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์	4.77	.23	มากที่สุด	4.51	.39	มากที่สุด
4. ด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น	4.75	.21	มากที่สุด	4.90	.17	มากที่สุด
ภาพรวม	4.11	.39	มาก	4.68	.24	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ระดับศักยภาพโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = .39) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.77, S.D. = .23) รองลงมา ศักยภาพด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นอยู่ ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.75, S.D. = .21) และสองอันดับสุดท้าย ได้แก่ ศักยภาพด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79, S.D. = .38) และศักยภาพด้านการตลาด อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.14, S.D. = 1.19) ตามลำดับ และระดับความต้องการโดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.68, S.D. = .24) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วิสาหกิจชุมชนมีความต้องการยกระดับศักยภาพในด้านอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.90, S.D. = .17) รองลงมา ความต้องการด้านการตลาด อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.67, S.D. = .34) ความต้องการด้านรูปแบบ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = .27) และความต้องการด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = .39) ตามลำดับ

2. ผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์บนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าธุรกิจ

การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ใช้กระบวนการตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ผ่านการจัดประชุมเชิงปฏิบัติการ (workshop) เพื่อสร้างแนวคิดผลิตภัณฑ์ที่เหมาะสมกับบริบทชุมชนและความต้องการของตลาด ผลการประชุมระดมความคิดสรุปได้ว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์มีลักษณะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ 1) เป็นผลิตภัณฑ์สำหรับใช้ในชีวิตประจำวัน 2) ผลิตภัณฑ์เชื่อมโยงภูมิปัญญาอัตลักษณ์ท้องถิ่น 3) ผลิตภัณฑ์ต้องสื่อสารคุณค่าผ้าทอชาติพันธุ์ และ 4) ผลิตภัณฑ์พัฒนาอย่างมีส่วนร่วมบนฐานเศรษฐกิจสร้างสรรค์ จากการวิเคราะห์ด้วยเครื่องมือ SWOT พบว่า จุดแข็ง อยู่ที่คุณภาพของผ้าและลวดลายสะท้อนถึงเอกลักษณ์ชาติพันธุ์ สำหรับจุดอ่อน พบว่า ขาดการประชาสัมพันธ์ ขาดความเข้าใจตลาด ส่วนโอกาสเกิดจากผู้บริโภคมีความนิยมสินค้าเชิงวัฒนธรรมมากขึ้น มีช่องทางการตลาดออนไลน์หลากหลาย ภาครัฐให้การสนับสนุน และอุปสรรค คือ ตลาดปัจจุบันมีการแข่งขันสูง พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยน และใช้เทคโนโลยีได้ไม่เต็มศักยภาพ จากแนวทางการพัฒนาและการวิเคราะห์ SWOT อีกทั้งจากกระบวนการระดมสมองร่วมกันระหว่างผู้วิจัยและสมาชิกวิสาหกิจชุมชน ร่วมกันคัดเลือกต้นแบบจากเกณฑ์ประเมินที่กำหนดไว้ จึงได้ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 8 รายการ คือ ปลอกยาดม ผ้าเช็ดมือ ชุดตุ๊กตา เข็มกลัด ถุงผ้า เน็คไท แผ่นรองแก้ว สายหิ้วแก้วน้ำ ซึ่งทั้ง 8 รายการนี้ใช้ผ้าทอชาติพันธุ์ที่มาจากลายทุ่งใหญ่นเรศวร ซึ่งประกอบด้วย จำนวน 5 ลายย่อย ได้แก่ ลายผักกูด ลายดอกข้าวโพด ลายดอกพิกุล ลายขอเบ็ด และลายสายน้ำ ผู้วิจัยได้ใช้แบบจำลองธุรกิจ BMC วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ใหม่เพื่อให้ได้โมเดลธุรกิจที่เหมาะสม พัฒนาต้นแบบผลิตภัณฑ์โดยใช้แอปพลิเคชัน แฟชั่น ดรอว์ (fashion draw) และกิโลโน้ตส์ (KiloNotes) ในการออกแบบ นำต้นแบบไปทดลองผลิตและทดสอบ

กับกลุ่มเป้าหมายเพื่อตรวจสอบความเหมาะสมด้านประโยชน์ใช้สอย ความเป็นไปได้ในการผลิตจริง ปรับปรุง และจัดทำร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ (prototype guidebook)



ภาพที่ 2 แบบจำลองธุรกิจและตัวอย่างร่างต้นแบบผลิตภัณฑ์ใหม่

ผู้วิจัยนำผลิตภัณฑ์ต้นแบบที่ผ่านการปรับปรุงแล้วไปเผยแพร่และทดสอบการรับรู้คุณค่าผ่านผู้ใช้งาน นำเสนอในรูปแบบหนังสืออิเล็กทรอนิกส์ และการสาธิตให้ชุมชนเป้าหมายรับชมเพื่อตรวจสอบความคิดเห็นเพิ่มเติม

ภาพที่ 3 ต้นแบบผลิตภัณฑ์ และการสาธิตให้ชุมชนเป้าหมายรับชมเพื่อตรวจสอบความคิดเห็นเพิ่มเติม

การใช้เศษผ้าทอชาติพันธุ์ขนาดเล็กที่เหลือจากการผลิตมาประยุกต์เป็นผลิตภัณฑ์ขนาดกะทัดรัด สะท้อนลวดลายเอกลักษณ์ท้องถิ่น เพิ่มมูลค่าเศษผ้าให้เป็นของใช้และของที่ระลึก

ใช้ลวดลายและโทนสีผ้าทอเป็นเครื่องแต่งกาย ถ่ายทอดรูปแบบเครื่องแต่งกายของตุ๊กตาเพื่อสื่อเรื่องราววัฒนธรรม และเป็นของที่ระลึกเชิงวัฒนธรรม

นำโทนสีและลวดลายผ้าทอมาปรับให้ร่วมสมัย เชื่อมโยงลวดลายผ้ากับเครื่องแต่งกายสมัยใหม่ ช่วยเพิ่มมูลค่าเป็นสินค้าแฟชั่น

ใช้ผ้าทอชาติพันธุ์เป็นองค์ประกอบตกแต่งหรือขอบผ้า ผสมผสานผ้าทอกับผ้าเช็ดมือทั่วไป เพิ่มความโดดเด่นให้ผลิตภัณฑ์ใช้ในชีวิตประจำวัน

ภาพที่ 4 ผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์ (ปลอกยาดม ชุดตุ๊กตา เน็คไท ผ้าเช็ดมือ)

คัดเลือกส่วนลวดลายที่สวยงามของผ้าทอนำลวดลายผ้าทอชาติพันธุ์มาออกแบบเป็นเครื่องประดับขนาดเล็ก เพิ่มคุณค่าด้านแฟชั่น

ใช้แถบลวดลายผ้าทอเป็นส่วนที่คล้องกับตัวแก้ว และใช้ผ้าทอเป็นโครงสร้างสาย เน้นนำส่วนที่มีลวดลายที่โดดเด่นมาประยุกต์ เพิ่มความสะดวกและเอกลักษณ์ของผลิตภัณฑ์

ใช้ผ้าทอเป็นส่วนหน้าหรือส่วนตกแต่งของกระเป๋า ผสมผสานผ้าทอกับวัสดุอื่น แสดงอัตลักษณ์ผ่านลวดลายผ้าเพิ่มมูลค่าเป็นสินค้าใช้สอยและสินค้าเชิงวัฒนธรรม

ใช้ผ้าทอชาติพันธุ์ที่มีขนาดเล็กประยุกต์เป็นของใช้ชีวิตประจำวัน ถ่ายทอดลวดลายท้องถิ่นในของใช้ในบ้าน เพิ่มมูลค่าเป็นของตกแต่งบ้านและของฝาก

ภาพที่ 5 ผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์ (เข็มกลัด สายหิ้วแก้วน้ำ ถุงผ้าใส่แก้วน้ำ แผ่นรองแก้ว)

3. ผลประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ ผู้วิจัยแบ่งกลุ่มผู้ประเมินออกเป็น 2 กลุ่ม ดังนี้

3.1 กลุ่มสมาชิกวิสาหกิจชุมชนจากช้างป่าห้วยเขย่งที่มีประสบการณ์ทำงานไม่น้อยกว่า 3 ปี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 และเพศชาย จำนวน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 60 ส่วนใหญ่ 20–30 ปี และ 31–40 ปี ในจำนวนที่เท่ากัน 12 คน คิดเป็นร้อยละ 40.00 และ 41–50 ปี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 24 คน คิดเป็นร้อยละ 80.00 และปริญญาตรี จำนวน 6 คน คิดเป็นร้อยละ 20.00 ตามลำดับ ข้อมูลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ แสดงดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ

รายการประเมินศักยภาพ	ระดับศักยภาพ		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์	4.70	.27	มากที่สุด
2. ด้านความงาม	4.57	.52	มากที่สุด
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน	4.50	.66	มากที่สุด
4. ด้านวัสดุ	4.65	.44	มากที่สุด
5. ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.76	.32	มากที่สุด
ภาพรวม	4.64	.43	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.64, S.D. = .43) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 3 ลำดับแรกที่มีศักยภาพมากที่สุด ได้แก่ ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.76, S.D. = .32) รองลง ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.70, S.D. = .27) และด้านวัสดุ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.65, S.D. = .44) ตามลำดับ ศักยภาพที่ยังมีน้อยที่สุด คือ ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน สมาชิกวิสาหกิจชุมชนยังคาดหวังต่อการพัฒนาคุณภาพและความคงทนของผลิตภัณฑ์เพิ่มเติม

3.2 กลุ่มผู้บริโภคที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ชุมชนที่อาศัยอยู่ในจังหวัดกาญจนบุรี ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 257 คน คิดเป็นร้อยละ 66.80 และเพศชาย จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 33.20 ส่วนใหญ่ อายุ 20–30 ปี จำนวน

195 คน คิดเป็นร้อยละ 50.65 รองลงมา 31–40 ปี จำนวน 122 คน คิดเป็นร้อยละ 31.69 และ 41–50 ปี จำนวน 68 คน คิดเป็นร้อยละ 17.66 และส่วนใหญ่มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 326 คน คิดเป็นร้อยละ 84.70 และ ปริญญาตรี จำนวน 59 คน คิดเป็นร้อยละ 15.30 ตามลำดับ ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ แสดงดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ

รายการประเมินศักยภาพ	ระดับศักยภาพ		
	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
1. ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์	4.59	.46	มากที่สุด
2. ด้านความงาม	4.58	.46	มากที่สุด
3. ด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งาน	4.59	.62	มากที่สุด
4. ด้านวัสดุ	4.60	.47	มากที่สุด
5. ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน	4.63	.45	มากที่สุด
ภาพรวม	4.60	.44	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ผลการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ฯ มีค่าเฉลี่ยโดยรวมทุกด้าน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = .44) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า 3 ลำดับแรกที่มีศักยภาพสูงที่สุด ได้แก่ ด้านโอกาสความได้เปรียบในการแข่งขัน อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.63, S.D. = .45) รองลงมา ด้านวัสดุ อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.60, S.D. = .47) และ ด้านประโยชน์ใช้สอยของผลิตภัณฑ์ กับด้านความคงทนแข็งแรงในการใช้งานอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.59, S.D. = .46; $\overline{X}$ = 4.59, S.D. = .62) ตามลำดับ ศักยภาพที่ยังมีน้อยที่สุด คือ ด้านความงาม ผู้บริโภคมีความคาดหวังต่อภาพลักษณ์และการออกแบบผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาติพันธุ์ให้มีความสวยงาม และสอดคล้องกับความต้องการของตลาดมากยิ่งขึ้น

การอภิปรายผล

1. การศึกษาศักยภาพและความต้องการฯ ถึงแม้ว่าวิสาหกิจชุมชนจะมีศักยภาพสูงในด้านคุณภาพผลิตภัณฑ์และอัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่น แต่ก็ยังพบข้อจำกัดที่สำคัญด้านการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์ ซึ่งเป็นประเด็นที่มีความต้องการในการพัฒนาเป็นอันดับแรก ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับงานวิจัยของยุรดา น้อยวังหิน และพีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์ (2564) ซึ่งอธิบายผลการวิจัยไว้ว่า ปัจจัยการตลาดและการจัดการเชิงกลยุทธ์เป็นปัจจัยพื้นฐานสำคัญของเศรษฐกิจชุมชน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์สามารถทำหน้าที่เป็นกลไกเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าธุรกิจผ่านการออกแบบ การเล่าเรื่อง และการจัดการคุณค่าอย่างเป็นระบบ ซึ่งกลไกดังกล่าวมีความสอดคล้องกับแนวคิดเมืองเศรษฐกิจสร้างสรรค์ความต้องการของชุมชนที่มุ่งเน้นไปที่อัตลักษณ์ภูมิปัญญาท้องถิ่นและการตลาด (นรินทร์ สังข์รักษา และคณะ, 2558) ซึ่งคำอธิบายจากงานวิจัยเป็นไปทิศทางเดียวกับงานวิจัยด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนและผลิตภัณฑ์โอทอป (OTOP) ที่เน้นความร่วมมือ การประเมินตลาด เทคโนโลยีและการออกแบบ (อัญชลี โสมดี, 2555; สุชาดา คุ้มสลุด และคณะ, 2560) รวมถึงแนวทางการพัฒนาวิสาหกิจชุมชนควรให้ความสำคัญกับการตลาดควบคู่ไปกับการออกแบบที่รักษาอัตลักษณ์ท้องถิ่น เพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันทางธุรกิจได้อย่างเหมาะสมกับบริบทพื้นที่ (พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์, 2561; อัจจิมา ศุภจริยาวัตร, 2565) ผ้าทอชาติพันธุ์ไม่ใช่เป็นเพียงวัสดุสิ่งทอเท่านั้น แต่ยังเป็นตัวแทนขององค์ความรู้ทางวัฒนธรรมและอัตลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ ที่สะท้อนองค์ความรู้ผ่านกระบวนการถ่ายทอดลวดลาย สี เทคนิคการทอ และ

ความหมายเชิงสัญลักษณ์ที่สืบทอดกันมา งานวิจัยเกี่ยวกับวัฒนธรรมผ้าทอพบว่า สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมจะถูกถ่ายทอดออกมาผ่านลวดลายผ้าสะท้อนประวัติศาสตร์ ความเชื่อ และวิถีชีวิตของชุมชนชาติพันธุ์ ที่เชื่อมโยงผู้คนกับรากเหง้าทางสังคมของตนเอง (วรุษา อุตระ และภูวนาท รัตนรังสิกุล, 2566)

2. การพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์ฯ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นถึงกระบวนการถ่ายทอดอัตลักษณ์ทางวัฒนธรรมผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์ร่วมสมัย โดยผลิตภัณฑ์ใหม่ที่ได้จากการวิจัยถูกออกแบบบนฐานแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ใช้ส่วนของผ้าทอที่มีลวดลายและสีที่สะท้อนเอกลักษณ์ของกลุ่มชาติพันธุ์ที่มุ่งแปลงทุนวัฒนธรรมสู่มูลค่าทางเศรษฐกิจผ่านการออกแบบผลิตภัณฑ์และการสร้างเรื่องราว (storytelling) ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริโภครับรู้คุณค่าทางวัฒนธรรมผ่านการใช้งานในชีวิตประจำวัน โดยสอดคล้องกับงานวิจัยที่ศึกษาประเด็นการสร้างอัตลักษณ์ผ้าทอของกลุ่มชาติพันธุ์กะเหรี่ยง ซึ่งพบว่าลวดลายผ้าที่ถูกนำมาใช้ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ จะช่วยเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์และสร้างการรับรู้ถึงเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมของชุมชน (วนัสนันท์ ศิริรัตนะ และคณะ, 2567) การบูรณาการอัตลักษณ์และภูมิปัญญาท้องถิ่นเข้ากับการออกแบบเชิงสร้างสรรค์และประโยชน์ใช้สอย จะสามารถช่วยแปลงทุนวัฒนธรรมให้กลายเป็นผลิตภัณฑ์ที่ตอบโจทย์ตลาดได้ หรือกล่าวได้ว่าแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นรากฐานของการสร้างมูลค่าเพิ่มคุณค่าของวัฒนธรรมเชิงเศรษฐกิจ (Howkins, 2001) อย่างไรก็ตาม แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ก็ยังต้องอาศัยกระบวนการที่มาจากการมีส่วนร่วมของชุมชนด้วย จะยิ่งช่วยให้เกิดการถ่ายทอดองค์ความรู้และการยอมรับในระดับพื้นที่ได้อย่างแท้จริง (จุฑาทิพย์ ภัทราวาท, ม.ป.ป.)

3. การประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่จากผ้าทอชาติพันธุ์ฯ ศักยภาพการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ผ้าทอชาติพันธุ์เกิดจากการบูรณาการประโยชน์ใช้สอย วัสดุ และอัตลักษณ์ท้องถิ่นอย่างเป็นระบบ โดยเฉพาะอย่างยิ่งด้านประโยชน์ใช้สอยและวัสดุที่มีศักยภาพมากที่สุด การประเมินศักยภาพในครั้งนี้จึงแสดงให้เห็นได้ว่าการออกแบบที่ตอบสนองการใช้งานจริงที่ควบคู่กับการเลือกใช้วัสดุที่มีคุณภาพ คือ รากฐานสำคัญในการสร้างมูลค่าเพิ่มทางธุรกิจให้กับวิสาหกิจชุมชน อย่างไรก็ตาม มุมมองของธุรกิจการทดสอบในตลาดจริงจะช่วยให้ผลิตภัณฑ์ได้รับการยอมรับจากผู้บริโภคก่อนผลิตเชิงพาณิชย์ เป็นกระบวนการนำสินค้าไปทดลองจำหน่ายในพื้นที่จริงและเก็บพฤติกรรมการซื้อเพื่อนำมาปรับปรุงผลิตภัณฑ์ การวิเคราะห์จุดคุ้มทุนยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินความคุ้มค่าของผลิตภัณฑ์ใหม่ สามารถอธิบายได้ถึงจำนวนการผลิตโดยครอบคลุมต้นทุนและราคา การคำนวณต้นทุนและจุดคุ้มทุนช่วยให้ผู้ประกอบการสามารถกำหนดราคาขายที่เหมาะสมและเพิ่มโอกาสในการสร้างกำไรจากผลิตภัณฑ์ใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (กฤษติญา มูลศรี และดอกอ้อ ขวัญนิน, 2564) นอกจากนี้ ยังพบว่าการนำผลิตภัณฑ์ชุมชนเข้าทดลองในตลาดจริงจะช่วยเพิ่มการรับรู้คุณค่าของสินค้าและส่งผลต่อความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคสินค้าระดับชุมชน (อรรถ อารีรอบ และคณะ, 2567) จากการประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่ทั้ง 8 รายการ ที่มีลักษณะขนาดเล็กซึ่งใช้ผ้าทอในปริมาณไม่มาก และสามารถผลิตได้ด้วยทักษะของสมาชิกในกลุ่ม ซึ่งทำให้ต้นทุนการผลิตต่อหน่วยไม่สูงมาก เมื่อเปรียบเทียบกับราคาจำหน่ายในตลาดสินค้าหัตถกรรมและสินค้าวัฒนธรรมที่มีมูลค่าเชิงอัตลักษณ์ การพัฒนาผลิตภัณฑ์ดังกล่าวจึงมีแนวโน้มที่จะสามารถสร้างกำไรและเพิ่มมูลค่าทางเศรษฐกิจให้กับชุมชนได้

องค์ความรู้ใหม่

แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยเชื่อมโยงทุนวัฒนธรรมกับศักยภาพทางการตลาดสมัยใหม่จนเกิดเป็นมูลค่าธุรกิจ การมีส่วนร่วมของชุมชนยังเป็นกำลังสำคัญในการช่วยพัฒนาต่อยอดผ้าทอชาติพันธุ์ไปสู่ผลิตภัณฑ์ใหม่ให้เกิดความสอดคล้องกับบริบทพื้นที่และตลาดเป้าหมายของวิสาหกิจชุมชน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การประเมินศักยภาพผลิตภัณฑ์ใหม่พบว่ามีศักยภาพสูง ดังนั้นควรฝึกอบรมให้วิสาหกิจชุมชนมีศักยภาพในการใช้สื่อสังคมออนไลน์เพื่อขยายฐานลูกค้าในตลาดออนไลน์ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ชุมชน

1.2 ผลิตภัณฑ์ใหม่มีศักยภาพสูง ดังนั้นการพัฒนากลยุทธ์การสื่อสารคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่เน้นเสนอจุดเด่นในคุณภาพของวัสดุที่ใช้ และประโยชน์ในการใช้สอยที่ตอบโจทย์ผู้บริโภค เพื่อสร้างการรับรู้ที่ชัดเจนและเสริมโอกาสในการเข้าสู่ตลาดอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรเพิ่มกิจกรรมติดตามผลเกี่ยวกับการสร้างรายได้จากผลการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชน

2.2 ควรศึกษาตลาดเป้าหมายเชิงลึกเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภคดิจิทัลในการยอมรับผลิตภัณฑ์ใหม่ที่เป็นผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งจะสามารถนำมาพัฒนากลยุทธ์การตลาดให้กับผลิตภัณฑ์ใหม่ได้เหมาะสมกับเป้าหมาย

เอกสารอ้างอิง

กฤษติญา มูลศรี และดอกอ้อ ขวัญนิน. (2564). การศึกษาต้นทุน จุดคุ้มทุน และราคาจำหน่ายของผลิตภัณฑ์ขนมจีนกึ่งสำเร็จรูป. *เศรษฐศาสตร์และบริหารธุรกิจปริทัศน์, 17*(2), 37–49. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/bae/article/view/693.

จุฑาทิพย์ ภัทราวาท. (ม.ป.ป.). *การมีส่วนร่วมในชุมชนเพื่อการพัฒนาเศรษฐกิจอย่างยั่งยืน.* สืบค้น 8 กันยายน 2565 จาก http://www.cai.ku.ac.th/article/T1_Community_Engagement.pdf.

จุฬารัตน์ แสงอรุณ, ราณี อิสิชัยกุล และกิ่งพร ทองใบ. (2564). การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจเชิงกลยุทธ์ของธุรกิจอาหารเพื่อสุขภาพจากเห็ดเยื่อไผ่. *วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี, 15*(2), 208–226. https://dtc.ac.th/wp-content/uploads/2021/08/14.-การพัฒนาแบบจำลองธุรกิจเชิงกลยุทธ์...จุฬารัตน์...pdf.

ฉัตรชัย แก้วดี. (2567). การจัดการองค์ความรู้และสร้างมูลค่าต่อยอดการออกแบบผลิตภัณฑ์เครื่องปั้นดินเผาพื้นบ้านนครศรีธรรมราชสู่สินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์. *วารสารวิชาการนวัตกรรมเทคโนโลยีอุตสาหกรรม, 2*(1), 34–47. https://ph03.tci-thaijo.org/index.php/AJITI/article/view/2911.

นรินทร์ สังข์รักษา, สมบูรณ์ ยืนยงสุวรรณ และสมชาย ลักขณานุรักษ์. (2558). การพัฒนาเมืองต้นแบบเศรษฐกิจสร้างสรรค์ “เมืองโอง ดินสุกและตุ๊กตา” เพื่อพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันการเข้าสู่ประชาคมอาเซียนและเชื่อมโยงสินค้า OTOP กับการทองเที่ยวเชิงสร้างสรรค์ของจังหวัดราชบุรี. *Silpakorn University e-Journal (Social Sciences, Humanities, and Arts), 35*(3), 45–70. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/45231.

ประชา บ๊อบหนุก. (30 สิงหาคม 2565). สมาชิกวิสาหกิจชุมชนช้างป่าห้วยเขย่ง อ.ทองผาภูมิ จ.กาญจนบุรี. สัมภาษณ์.

พรพิมล ศักดา และบวร เครือรัตน์. (2561). *การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนประเภทของใช้จากวัสดุธรรมชาติของกลุ่มอาชีพเสริมบ้านสุขเกษม ตำบลบางเลน อำเภอบางเลน จังหวัดนครปฐม.* รายงานวิจัย มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์. https://repository.rmutr.ac.th/bitstream/handle/123456789/1187/fulltext.pdf?sequence=1&isAllowed=y.

ยุรดา น้อยวังหิน และพีรสิทธิ์ คำนวณศิลป์. (2564). ศักยภาพและความพร้อมในการพัฒนาเศรษฐกิจฐานรากขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในจังหวัดขอนแก่น. *Journal of Modern Learning Development, 6(4)*, 39–48. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/248788.

วนัสนันท์ ศิริรัตนะ, ปุณณดา ทรงอิทธิสุข, พัชรมณฑ์ อ่อนเชด และภชิสา ปัทมภูวนนท์. (2567). การสร้างอัตลักษณ์ผ้าทอมือชาวกะเหรี่ยงเพื่อเพิ่มขีดความสามารถในการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์เหลือใช้บ้านทีกะเป่อ ตำบลช่องแคบ อำเภอพบพระ จังหวัดตาก. *วารสารสหวิทยาการวิจัยและวิชาการ, 4*(6), 903–920. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/IARJ/article/view/281427/185964.

วรุษา อุตระ และภูวนาท รัตนรังสิกุล. (2566). วัฒนธรรมผ้าทอตามความเชื่อของคนไทลื้อสู่การกลืนกลายเพื่อดำรงวิถีตน. *Journal of Arts and Thai Studies, 45*(3), E2296 (1–10). https://so08.tci-thaijo.org/index.php/artssu/article/view/2296.

สถาบันพัฒนาองค์กรชุมชน. (2558). *เศรษฐกิจฐานราก*. สืบค้น 8 กันยายน 2565 จาก https://web.codi.or.th/development_project/20201125-20029/.

สำนักงานปกครองจังหวัดกาญจนบุรี. (2562). *แผนพัฒนาจังหวัดกาญจนบุรี ฉบับทบทวนใหม่ 2561-2565*. สืบค้น 14 กันยายน 2565 จาก https://data.go.th/dataset/bcc99c9b-5f06-4a45-81ff-8a9991cb2d11/resource/542db501-07fc-498d-a089-ae7de4686e36/download/plan61-65.pdf.

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2565). *รายงานสถานการณ์เศรษฐกิจสร้างสรรค์ของประเทศไทย*. สำนักนายกรัฐมนตรี. https://www.cea.or.th/th/single-research/Thailand-Creative-Industries-Movement-Report-2022#.

สุชาดา คุ้มสลุด, ยุรพร ศุทธรัตน์ และปรียานุช อภิบุณโยภาส. (2560). การศึกษากระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ของสินค้า OTOP ตามแนวคิด OVOP. *วารสารปัญญาภิวัฒน์, 9*(3), 16-28. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/pimjournal/article/view/107035/84700.

สุมิตร สุวรรณ. (2561). *กลยุทธ์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และองค์การ*. มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ วิทยาเขตกำแพงแสน.

อรรถ อารีรอบ, ธีร์ คำหอม, สมโชค เนียนไธสง และโอภาส แก้วต่าย. (2567). การพัฒนาผลิตภัณฑ์เข้าสู่ตลาดดิจิทัลของแหล่งท่องเที่ยวเชิงสุขภาพและอาหารในจังหวัดนครปฐม. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 9*(12), 2256-2279. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/275782/183738.

อัจจิมา ศุภจริยาวัตร. (2565). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อการส่งออก กรณีศึกษา กลุ่มผ้าไหมทอมือบ้านสุขสำราญ จังหวัดสระแก้ว. *วารสารศิลปศาสตร์และอุตสาหกรรมบริการ, 5*(1), 429-444. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/JLASI/article/view/252253/169815.

อัญชลี โสมดี. (2555). การจัดการความรู้เพื่อพัฒนาการออกแบบผลิตภัณฑ์และวิเคราะห์ศักยภาพธุรกิจชุมชนอำเภอดอยสะเก็ด จังหวัด*เชียงใหม่. วารสารวิจัยราชภัฏเชียงใหม่, 13*(1), 1-14. https://doi.org/10.14456/rcmrj.2012.96084.

Cronbach, L. J. (1970). *Essentials of psychological* (3rd ed). Harper & Row.

Fisher, J. M. (1998). *First grader's perception of their learning: A qualitative study of motivation for literacy* (Publication No. 9901903). Doctoral dissertation, University of Massachusetts. Dissertation Abstracts International, 59(6), 1903A. https://www.proquest.com/openview/a91f3cbe03337c31ac46354b346beadc/1?pq-origsite=gscholar&cbl=18750&diss=y.

Howkins, J. (2001). *The creative economy: How people make money from ideas*. Allen Lane.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from traditional to digital*. Wiley.

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric theory* (2nd ed). McGraw–Hill.

Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business model generation: A handbook for visionaries, game changers, and challengers*. John Wiley & Sons.

Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลทางการเรียนระหว่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุกและการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช วิชาความมั่นคงของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

The comparative study of the learning effectiveness active learning and coaching methods in the national security of 4th-year cadets at Chulachomklao Royal Military Academy

กิตติ กลิ่นหอม [1*]
Kitti Klinhom [1*]

[1] สาขาวิชาความมั่นคง กองวิชาสงครามพิเศษ ส่วนวิชาทหาร โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า
[1] Department of Security Studies, Special Warfare Division, Military Studies Department, Chulachomklao Royal Military Academy
Corresponding author's e-mail: kitti-927@hotmail.com [1]

Received: February 19, 2026 Revised: March 02, 2026 Accepted: March 26, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนระหว่างนักเรียนนายร้อยที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และนักเรียนนายร้อยที่จัดการเรียนรู้โดยการโค้ช และ 2) ศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดย การโค้ช การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงทดลองกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ศึกษารายวิชาความมั่นคง MS 4008 ภาคการศึกษาที่ 2 ปีการศึกษา 2568 จำนวน 60 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ 1) แผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุก 2) แผนการจัดการเรียนรู้โดยวิธีการโค้ช 3) แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน 4) แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและการทดสอบค่าที ผลการวิจัยพบว่า 1) นักเรียนนายร้อยที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก มีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนหลังเรียนสูงกว่า นักเรียนนายร้อยที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 2) ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียน

รายวิชาความมั่นคง ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ: ประสิทธิผลทางการเรียน, การจัดการเรียนรู้, การจัดการเรียนรู้เชิงรุก, การโค้ช

Abstract

The objectives of this study were 1) to compare learning achievement between cadets who received instruction through active learning and those who received instruction through coaching; and 2) to examine the level of satisfaction toward learning through active learning and coaching approaches. This study employed an experimental research design. The sample consisted of 60 fourth-year cadets enrolled in the Security Studies course (MS 4008) in the second semester of the 2025 academic year, selected by cluster sampling. The research instruments included the following: 1) lesson plans based on the active learning approach; 2) lesson plans based on the coaching approach; 3) a learning achievement test; and 4) a satisfaction assessment questionnaire regarding the instructional approaches. Data was analyzed using mean, standard deviation, and t-test. The results revealed that (1) cadets who received instruction through active learning achieved significantly higher post-test learning achievement than those who received instruction through coaching at the .05 level of statistical significance; and 2) the level of satisfaction toward learning in the security studies course among fourth-year cadets who received instruction through active learning and through coaching was rated at the highest level.

Keywords: learning effectiveness, instructional management, active learning, coaching

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 มุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีทักษะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและการปฏิบัติงานในโลกที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะสถาบันการศึกษาทางทหาร ซึ่งมีภารกิจสำคัญในการสร้างผู้นำทางทหารที่มีความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะของผู้นำที่เพียบพร้อม การจัดการเรียนการสอนจึงไม่ใช่เพียงเพื่อถ่ายทอดความรู้เชิงทฤษฎี แต่ต้องสามารถสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ที่พัฒนาความคิดวิเคราะห์ ความรับผิดชอบ และการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ (วิจารณ์ พานิช, 2556) รายวิชาความมั่นคง ในหลักสูตรของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ถือเป็นรายวิชาหลัก ที่มุ่งเน้นให้ผู้เรียนเข้าใจแนวคิด ความหมาย ขอบเขต และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการรักษาความมั่นคงของชาติ ตลอดจนการประยุกต์ใช้ความรู้ดังกล่าวในการวางแผนและการตัดสินใจที่เกี่ยวข้องกับความมั่นคงในบริบทของสังคมโลกที่ซับซ้อน การจัดการเรียนการสอนในรายวิชานี้จึงจำเป็นต้องเลือกวิธีการสอนที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม เข้าใจเนื้อหาเชิงลึก และสามารถเชื่อมโยงไปสู่การปฏิบัติได้จริง สถาบันต่าง ๆ จึงตระหนักถึงความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องพัฒนาจริยธรรมทางทหาร และความมั่นคงของประเทศชาติ (กรมยุทธศึกษาทหารบก, 2537) และการจัดการเรียนการสอนในรายวิชาความมั่นคง ซึ่งเป็นรายวิชาพื้นฐานสำคัญของนักเรียนนายร้อย โดยมีเป้าหมายในการพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความเข้าใจในหลักการด้านความมั่นคงและสามารถประยุกต์ใช้ในการปฏิบัติราชการได้จริง แต่จาก

การประเมินผลการเรียนที่ผ่านมา พบว่ายังมีผู้เรียนบางส่วนที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่ามาตรฐาน และผู้เรียนจำนวนไม่น้อยยังคงขาดแรงจูงใจและความกระตือรือร้นในการเรียนรู้ (กองวิชาสงครามพิเศษ ส่วนวิชาทหาร โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 2567)

การเรียนการสอนในรายวิชาความมั่นคง มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนานักเรียนนายร้อย เนื่องจากเป็นพื้นฐานของการสร้างความรู้ ความเข้าใจ และทักษะที่จำเป็นในการปฏิบัติหน้าที่ทางทหารในอนาคต อย่างไรก็ตาม ปัญหาที่พบในปัจจุบันคือ การจัดการเรียนการสอนยังคงใช้วิธีการแบบบรรยาย (lecture) หรือเน้นการถ่ายทอดความรู้จากผู้สอนไปสู่ผู้เรียนเป็นหลัก ส่งผลให้นักเรียนนายร้อยขาดโอกาสในการพัฒนาการคิดวิเคราะห์เชิงลึก การฝึกตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ และการนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ในสถานการณ์จริง นอกจากนี้ ยังพบว่าผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนในบางรายวิชาไม่เป็นไปตามที่คาดหวัง แม้ว่าผู้เรียนจะมีพื้นฐานทางวิชาการที่ดี จากการสำรวจเบื้องต้นพบว่า นักเรียนนายร้อยจำนวนไม่น้อยมีความเข้าใจเชิงทฤษฎี แต่เมื่อเผชิญกับสถานการณ์จำลองหรือปัญหาที่ต้องอาศัยการตัดสินใจ กลับไม่สามารถเชื่อมโยงองค์ความรู้และประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่า การเรียนรู้ที่อาศัยเพียงการฟังและการท่องจำยังไม่เพียงพอต่อการพัฒนาทักษะด้านความมั่นคงซึ่งมีลักษณะซับซ้อนและเป็นหัวใจสำคัญของการเป็นนายทหาร ดังนั้น จึงมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องแสวงหาแนวทางการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ที่เปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วมอย่างแท้จริง ส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ และสามารถประยุกต์ใช้ความรู้ได้อย่างเหมาะสมในบริบทการปฏิบัติหน้าที่ทางทหาร (โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า, 2563) ในขณะเดียวกัน แนวคิดการจัดการเรียนการสอนร่วมสมัยได้ให้ความสำคัญกับการพัฒนาผู้เรียนอย่างรอบด้าน โดยมุ่งเน้นกระบวนการคิดขั้นสูง ทักษะการทำงานร่วมกัน และการเรียนรู้ที่ผู้เรียนมีบทบาทอย่างกระตือรือร้น แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุกจึงได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเปิดโอกาสให้ผู้เรียนมีส่วนร่วม ลงมือปฏิบัติจริง และเรียนรู้ผ่านกระบวนการแก้ปัญหาและการอภิปรายอย่างมีความหมาย ซึ่งมีหลักฐานเชิงประจักษ์สนับสนุนว่าสามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ (Freeman et al., 2014) ควบคู่กันนั้น วิธีการสอนโดยการโค้ชก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในวงการศึกษา โดยเฉพาะในมิติการพัฒนาศักยภาพรายบุคคล การโค้ชมุ่งเน้นปฏิสัมพันธ์เชิงคุณภาพระหว่างผู้สอนและผู้เรียน ผ่านการตั้งคำถามเชิงลึก การให้ข้อเสนอแนะ และการสะท้อนคิด (reflection) ซึ่งช่วยส่งเสริมการตระหนักรู้ในตนเอง พัฒนาทักษะการคิดวิเคราะห์ การแก้ปัญหา และเสริมสร้างความมั่นใจในการตัดสินใจของผู้เรียนอย่างเป็นระบบ (Whitmore, 2010)

แม้แนวทางการจัดการเรียนรู้เชิงรุกและการโค้ชจะได้รับการยอมรับในวงวิชาการ รวมถึงมีหลักฐานสนับสนุนถึงประสิทธิผลในบริบทการศึกษาทั่วไป แต่ยังขาดงานวิจัยที่เปรียบเทียบอย่างเป็นระบบว่าระหว่างสองรูปแบบดังกล่าว วิธีใดเหมาะสมและก่อให้เกิดประสิทธิผลต่อการเรียนรู้ในรายวิชาความมั่นคงมากกว่ากัน โดยเฉพาะในบริบทของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ซึ่งอยู่ในช่วงเตรียมความพร้อมก่อนเข้าสู่การปฏิบัติหน้าที่จริง ความแตกต่างของบริบททางการศึกษาทางทหารซึ่งต้องการทั้งความรู้เชิงทฤษฎีและความสามารถในการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ ทำให้การเลือกวิธีการจัดการเรียนรู้มีความสำคัญอย่างยิ่ง ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลทางการเรียนของการจัดการเรียนรู้ทั้งสองรูปแบบ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์สำหรับใช้เป็นฐานในการพัฒนาการจัดการเรียนการสอนรายวิชาความมั่นคงของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า อันจะนำไปสู่การพัฒนานายทหารที่มีทั้งองค์ความรู้ ความสามารถในการวิเคราะห์สถานการณ์ และทักษะการตัดสินใจเชิงยุทธศาสตร์ที่มีประสิทธิภาพในอนาคต

จากความเป็นมา สาเหตุและสภาพปัญหาข้างต้น การพัฒนานักเรียนนายร้อยให้มีความรู้ ความสามารถ และทักษะในการเป็นผู้นำทางทหารที่มีคุณภาพ เป็นภารกิจสำคัญของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า โดยเฉพาะในยุคปัจจุบันที่โลกเผชิญกับความท้าทายด้านความมั่นคงรูปแบบใหม่ ทั้งภัยคุกคามด้านการทหาร เศรษฐกิจ การเมือง

สังคม และความมั่นคงไซเบอร์ การจัดการเรียนการสอนจึงไม่อาจจำกัดเพียงการถ่ายทอดความรู้เชิงทฤษฎี แต่ต้องเน้นการสร้างทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ การตัดสินใจที่มีเหตุผล และการแก้ไขปัญหาเชิงสถานการณ์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม จากการจัดการเรียนการสอนในปัจจุบัน พบว่ายังมีข้อจำกัด เนื่องจากใช้วิธีการสอนแบบบรรยายเป็นหลัก ส่งผลให้นักเรียนนายร้อยขาดการมีส่วนร่วม ไม่เกิดการเรียนรู้เชิงลึก และไม่สามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้จริง ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการศึกษาวิธีการจัดการเรียนรู้รูปแบบใหม่ ๆ ที่ตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียน และพัฒนาศักยภาพด้านความมั่นคงให้ได้อย่างแท้จริง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช

2. เพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช

การทบทวนวรรณกรรม

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลทางการเรียนระหว่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช สรุปได้ ดังนี้

1. ประสิทธิผลทางการเรียน หมายถึง ผลลัพธ์ของกระบวนการเรียนรู้ที่แสดงออกเป็นคะแนนผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงทางองค์ความรู้และทักษะของผู้เรียนหลังจากเข้ารับการจัดการเรียนรู้ตามวิธีที่กำหนด โดยคำนึงถึงการบรรลุวัตถุประสงค์ของการเรียนรู้ที่กำหนดไว้

2. การจัดการเรียนรู้ หมายถึง กระบวนการวางแผน ออกแบบ ดำเนินการ และประเมินผลกิจกรรมการเรียนการสอนที่มีการจัดองค์ประกอบต่าง ๆ ทั้งเนื้อหา วิธีการเรียนรู้ กิจกรรม องค์ความรู้ ทรัพยากร และบทบาทของผู้เรียนและผู้สอน เพื่อให้ผู้เรียนได้เรียนรู้และสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเองอย่างมีประสิทธิภาพ ตรงตามวัตถุประสงค์การเรียนรู้ และสามารถพัฒนาทักษะ ความคิด และสมรรถนะที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิตและปฏิบัติงานได้อย่างเหมาะสม โดยที่ครูผู้สอนทำหน้าที่ออกแบบกระบวนการเรียนรู้และอำนวยความสะดวกการเรียนรู้ให้สอดคล้องกับลักษณะและความต้องการของผู้เรียน

3. การเรียนรู้เชิงรุก หมายถึง แนวทางการจัดการเรียนรู้ที่มุ่งให้ผู้เรียนมีบทบาทสำคัญในกระบวนการเรียนโดยเปิดโอกาสให้คิดวิเคราะห์ อภิปราย แลกเปลี่ยนความคิดเห็น แก้ปัญหา และลงมือปฏิบัติด้วยตนเอง ผู้เรียนมิได้เป็นเพียงผู้รับความรู้จากผู้สอน แต่เป็นผู้สร้างความรู้จากประสบการณ์และการมีปฏิสัมพันธ์กับผู้อื่น ส่งผลให้เกิดความเข้าใจอย่างลึกซึ้ง สามารถเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม และพัฒนาทักษะการคิดขั้นสูง การสื่อสาร และการทำงานร่วมกัน แนวคิดการเรียนรู้เชิงรุกมีรากฐานจากทฤษฎีทางการศึกษาที่สำคัญ ได้แก่

ประการแรก ทฤษฎีคอนสตรัคติวิสม์ของ Jean Piaget ที่มองว่าความรู้เกิดจากการที่ผู้เรียนสร้างขึ้นด้วยตนเองผ่านประสบการณ์และการปรับโครงสร้างทางปัญญา การเรียนรู้จึงเกิดได้ดีเมื่อผู้เรียนได้ลงมือปฏิบัติและเชื่อมโยงความรู้ใหม่กับความรู้เดิม

ประการที่สอง ทฤษฎีสังคมวัฒนธรรมของ Lev Vygotsky ซึ่งเน้นว่าการเรียนรู้เกิดจากปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแลกเปลี่ยนความคิดเห็น และการช่วยเหลือกันภายใต้เขตพัฒนาการใกล้เคียง (ZPD) แนวคิดนี้สนับสนุนการจัดกิจกรรมกลุ่มและการเรียนรู้แบบร่วมมือ

ประการที่สาม ทฤษฎีการเรียนรู้จากประสบการณ์ของ David A. Kolb ที่อธิบายวงจรการเรียนรู้จากการปฏิบัติ การสะท้อนคิด การสร้างแนวคิด และการทดลองใช้ ซึ่งสอดคล้องกับการจัดกิจกรรมที่ให้ผู้เรียนได้เรียนรู้จากการกระทำจริงและการประยุกต์ใช้

โดยสรุป การเรียนรู้เชิงรุกเป็นแนวทางที่บูรณาการการสร้างความรู้ด้วยตนเอง การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม และการเรียนรู้จากประสบการณ์เข้าไว้ด้วยกัน เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความเข้าใจเชิงลึก คิดเป็น ทำเป็น และสามารถนำความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. การโค้ช หมายถึง กระบวนการพัฒนาผู้เรียนผ่านความร่วมมือระหว่างโค้ชและผู้เรียน โดยใช้การตั้งคำถาม การสนทนา และการสะท้อนคิดเป็นเครื่องมือสำคัญ เพื่อช่วยให้ผู้เรียนค้นพบศักยภาพของตนเอง กำหนดเป้าหมาย วางแนวทางพัฒนา และรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ของตนเอง โค้ชจึงมิใช่ผู้ถ่ายทอดความรู้โดยตรง แต่ทำหน้าที่กระตุ้น สนับสนุน และชี้นำทางความคิดให้ผู้เรียนเกิดการตระหนักรู้และพัฒนาตนอย่างต่อเนื่อง แนวคิดการโค้ชมีพื้นฐานจากทฤษฎีสำคัญหลายประการ ได้แก่

ประการแรก แนวคิดมนุษยนิยมของ Carl Rogers ที่เน้นความเชื่อมั่นในศักยภาพของมนุษย์ การยอมรับอย่างไม่มีเงื่อนไข และบรรยากาศที่เอื้อต่อการเติบโต ซึ่งเป็นหัวใจของกระบวนการโค้ช

ประการที่สอง ทฤษฎีการเรียนรู้จากการกำกับตนเอง (self–directed learning) ของ Malcolm Knowles ที่มองว่าผู้เรียนควรมีบทบาทกำหนดเป้าหมาย วางแผน และประเมินผลการเรียนรู้ของตนเอง

ประการที่สาม แนวคิดการตั้งเป้าหมาย (goal–setting theory) ของ Edwin Locke ซึ่งชี้ว่าการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนและท้าทายช่วยเพิ่มแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน หลักการนี้ถูกนำมาประยุกต์ใช้ในกระบวนการโค้ช เช่น การใช้โมเดล GROW เพื่อกำหนดเป้าหมายและวางแผนพัฒนาอย่างเป็นระบบ

โดยสรุป การโค้ชเป็นแนวทางที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง ส่งเสริมการตระหนักรู้ การกำกับตนเอง และความรับผิดชอบต่อผลลัพธ์การเรียนรู้ เมื่อบูรณาการกับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก จะช่วยเสริมสร้างการเรียนรู้เชิงลึกและการพัฒนาศักยภาพของผู้เรียนได้อย่างยั่งยืน

ผลการทบทวนงานวิจัยทั้งในและต่างประเทศชี้ให้เห็นอย่างสอดคล้องกันว่า การจัดการเรียนรู้เชิงรุกสามารถพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน เพิ่มทักษะการคิดขั้นสูง และสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการเรียนรู้ ขณะที่การจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนรายบุคคล ส่งเสริมแรงจูงใจ ความรับผิดชอบต่อการเรียนรู้ และความสามารถในการประยุกต์ใช้ความรู้ในสถานการณ์จริง นอกจากนี้ งานวิจัยจำนวนหนึ่งยังพบว่าการบูรณาการแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุกเข้ากับกระบวนการโค้ชสามารถยกระดับคุณภาพการเรียนรู้ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การศึกษาเปรียบเทียบประสิทธิผลทางการเรียนระหว่างการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช วิชาความมั่นคง ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังนี้

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงทดลอง (experimental research) แบบสองกลุ่มทดลอง (two-group experimental design) มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ที่กำลังศึกษาอยู่ในภาคเรียนที่ 2 ปีการศึกษา 2568 รายวิชาความมั่นคง (National Security) กลุ่มทดลองที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ โดยกลุ่มทดลองที่ 1 จัดการเรียนรู้เชิงรุก ได้แก่ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี จำนวน 30 คน และกลุ่มทดลองที่ 2 จัดการเรียนรู้โดยการโค้ช ได้แก่ สาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา จำนวน 30 คน จากการสุ่มตัวอย่างแบบกลุ่ม โดยผู้วิจัยใช้ สาขาวิชาเป็นหน่วยของการสุ่ม (cluster) โดยมีขั้นตอนดังนี้

ขั้นที่ 1 กำหนดสาขาวิชาทั้งหมดเป็นหน่วยกลุ่ม

ขั้นที่ 2 ทำการสุ่มเลือก 2 สาขาวิชา

ขั้นที่ 3 กำหนดให้ สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี (30 คน) เป็นกลุ่มทดลองที่ 1 จัดการเรียนรู้ และสาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา (30 คน) เป็นกลุ่มทดลองที่ 2 จัดการเรียนรู้แบบโค้ช

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มีรายละเอียดดังต่อไปนี้

2.1 แผนการจัดการเรียนรู้เชิงรุก รายวิชาความมั่นคง ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 จำนวน 4 แผน โดยใช้เวลาเรียนจำนวน 4 ครั้ง ครั้งละ 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 16 ชั่วโมง โดยนำแผนการจัดการเรียนรู้เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อ

ตรวจสอบความถูกต้อง โดยมีผู้เชี่ยวชาญประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 คน แล้วนำแบบประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วมาวิเคราะห์หาค่า IOC ซึ่งได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .80 – 1.00

2.2 แผนการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช รายวิชาความมั่นคง ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 จำนวน 4 แผน โดยใช้เวลาเรียนจำนวน 4 ครั้ง ครั้งละ 4 ชั่วโมง รวมทั้งสิ้น 16 ชั่วโมง โดยนำแผนการจัดการเรียนรู้ เสนอต่อผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจสอบความถูกต้อง โดยมีผู้เชี่ยวชาญประเมินแผนการจัดการเรียนรู้ จำนวน 5 คน แล้วนำแบบประเมินที่ผู้เชี่ยวชาญประเมินแล้วมาวิเคราะห์หาค่า IOC ซึ่งได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .80 – 1.00

2.3 แบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้น โดยศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์สมรรถนะการเรียนรู้ และสาระการเรียนรู้ของรายวิชาความมั่นคง แล้วดำเนินการร่างแบบทดสอบ โดยกำหนดจำนวนข้อสอบที่ต้องการทั้งฉบับเป็น 100 ข้อ เป็นชนิด เลือกตอบแบบปรนัย 4 ตัวเลือก และนำข้อสอบที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว และนำไปใช้เก็บข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่างจริงในการวิจัย 50 ข้อ หลังจากนั้นนำแบบทดสอบเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 5 คน ประเมินแบบทดสอบแล้วนำแบบประเมินมาวิเคราะห์หาค่า IOC ได้ค่าอยู่ระหว่าง .60 – 1.00 และนำไปทดลองสอนให้กับนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 5 ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มทดลอง วิเคราะห์หาค่าความยาก – ง่าย (p) ของข้อสอบ เท่ากับ .40 – 0.73 ค่าอำนาจจำแนก (r) เท่ากับ .20 – .80 และค่าเชื่อมั่นของแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .82

2.4 แบบประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ ผู้วิจัยได้ศึกษาเอกสารและงานวิจัย ที่เกี่ยวข้อง แล้วดำเนินการร่างข้อคำถาม จากนั้นวิเคราะห์หาคุณภาพ ด้านความตรงโดยผู้เชี่ยวชาญ ได้ค่า IOC อยู่ระหว่าง .80 – 1.00 และนำไปทดลองใช้กับนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 5 ที่ไม่ได้เป็นกลุ่มทดลอง และนำข้อมูลมาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น พบว่าแบบประเมินความพึงพอใจในการจัดการเรียนรู้ มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .87 โดยมีลักษณะเป็นแบบประเมินมาตราส่วน 5 ระดับ (rating scale) จำนวน 20 ข้อ โดยกำหนดเกณฑ์ในการแปลความหมายค่าเฉลี่ยโดยใช้ค่ากลางระหว่างคะแนน 1.00 – 5.00 แบ่งช่วงคะแนนเป็น 5 ช่วงดังนี้

4.51 – 5.00	มากที่สุด
3.51 – 4.50	มาก
2.51 – 3.50	ปานกลาง
1.51 – 2.50	น้อย
1.00 – 1.50	น้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1. ขั้นที่ 1 ขั้นเตรียมการ มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1) ดำเนินการจัดทำหนังสือจากส่วนราชการ หน่วยต้นสังกัด เพื่อดำเนินการขออนุมัติจัดทำวิจัย และเก็บข้อมูลการวิจัยของนักเรียนนายร้อยที่เป็นกลุ่มทดลอง และขอความอนุเคราะห์ผู้เชี่ยวชาญในการตรวจเครื่องมืองานวิจัย

2) ดำเนินการจัดกลุ่มทดลองจำนวน 2 กลุ่ม โดยกลุ่มทดลองที่ 1 จัดการเรียนรู้เชิงรุก และกลุ่มทดลองที่ 2 จัดการเรียนรู้โดยการโค้ช

3.2 ขั้นที่ 2 ขั้นการสอน มีขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

1) ผู้วิจัยทำการสอนทั้ง 2 กลุ่ม โดยนักเรียนนายร้อย กลุ่มที่ 1 ใช้วิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และนักเรียนนายร้อย กลุ่มที่ 2 ใช้วิธีการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช โดยใช้เนื้อหาเดียวกัน

2) เมื่อสิ้นสุดการทดลอง ดำเนินการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนการสอน หลังเรียน โดยใช้คะแนนทดสอบ (post – test) และแบบประเมินความพึงพอใจโดยดำเนินการประเมินกับนักเรียนนายร้อยทั้ง 2 ห้องเรียน โดยใช้ข้อสอบวัดผลและแบบประเมินฯ ชุดเดียวกัน

3.3 ขั้นสรุป โดยนำคะแนนที่ได้จากการดำเนินการวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและแบบประเมินความพึงพอใจ มาประเมินผลตามเกณฑ์ที่ผู้วิจัยกำหนด แล้วนำข้อมูลมาวิเคราะห์ค่าทางสถิติ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาความมั่นคง และแบบประเมินความพึงพอใจต่อการจัดการเรียนรู้ โดยหาค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และค่าร้อยละของคะแนนสอบหลังเรียน

4.2 ทดสอบความแตกต่างของคะแนนเฉลี่ยผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน วิชาความมั่นคง หลังเรียนโดยใช้การทดสอบค่าสถิติ t- test แบบ dependent (บุญชม ศรีสะอาด, 2554)

4.3 แบบประเมินความพึงพอใจของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ในรายวิชาความมั่นคง ของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

ผลการวิจัย

การวิจัยเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก กับ กลุ่มทดลองที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช ตามตาราง สรุปดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน ระหว่างกลุ่มทดลองที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุกกับกลุ่มทดลองที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช

การจัดการเรียนรู้	n	$\overline{X}$	S.D.	t	Sig.
การจัดการเรียนรู้แบบ active learning	30	46.63	1.03	4.34	.000
การจัดการเรียนรู้แบบ coaching	30	44.97	1.83		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 1 พบว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก มีคะแนนหลังเรียน ($\overline{X}$ = 46.63, S.D = 1.03) สูงกว่า นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช โดยมีคะแนนหลังเรียน ($\overline{X}$ = 44.97, S.D = 1.83) สรุปได้ว่า ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 กลุ่มที่ 1 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก สูงกว่า กลุ่มที่ 2 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

3.2. การวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช ดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาระดับความพึงพอใจที่มีต่อการเรียนรู้ด้วยวิธีการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช

การจัดการเรียนรู้	ระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียนรู้		
	$\overline{X}$	S.D.	แปลความ
1. การจัดการเรียนรู้เชิงรุก	4.73	0.67	มากที่สุด
2. การจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช	4.61	0.85	มากที่สุด
ภาพรวม	4.67	0.76	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียนนายร้อยที่ได้รับการสอนเชิงรุกมีคะแนน ($\overline{X}$ = 4.73, S.D = .67) และระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียนรู้ของนักเรียนนายร้อยที่ได้รับการสอนโดยการโค้ช มีคะแนน ($\overline{X}$ = 4.61, S.D = .85) สรุปได้ว่าระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียนรู้ รายวิชาความมั่นคง ของนักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 ที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช อยู่ในระดับมากที่สุด

การอภิปรายผล

จากผลการวิจัยสามารถอภิปรายการวิจัยในประเด็นที่น่าสนใจได้ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า ผลการเปรียบเทียบผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน รายวิชาความมั่นคง ระหว่างกลุ่มทดลองที่ จัดการเรียนรู้เชิงรุก และกลุ่มทดลองที่จัดการเรียนรู้โดยการโค้ช พบว่า คะแนนเฉลี่ยหลังเรียนของกลุ่มที่จัดการเรียนรู้เชิงรุก สูงกว่า กลุ่มที่จัดการเรียนรู้โดยการโค้ช และมีความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 แสดงให้เห็นว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้เชิงรุก ส่งผลต่อการเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนด้านความรู้ได้มากกว่ารูปแบบการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช สาเหตุที่กลุ่มที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก มีคะแนนหลังเรียนสูงกว่าอาจเนื่องมาจากสาเหตุ ดังนี้

1.1 การจัดการเรียนรู้เชิงรุก มุ่งเน้นการมีส่วนร่วมของผู้เรียน การคิดวิเคราะห์การแก้ปัญหา และ การลงมือปฏิบัติจริง ทำให้ผู้เรียนเกิดความเข้าใจเชิงลึก สามารถเชื่อมโยงความรู้ไปประยุกต์ใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ (Prince, 2004; Freeman et al., 2014)

1.2 ลักษณะของรายวิชาความมั่นคง เป็นเนื้อหาที่ต้องการการคิดวิเคราะห์สถานการณ์ การประเมินภัยคุกคาม และการวางแผนยุทธศาสตร์ ซึ่งสอดคล้องกับรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก ในขณะที่การจัดการเรียนโดยการโค้ช แม้จะมีผลต่อการเรียนรู้ แต่ผลสัมฤทธิ์ต่ำกว่า เนื่องจากกระบวนการโค้ช เน้นการสะท้อนความคิดรายบุคคล การตั้งเป้าหมาย การสนทนา และการโค้ชรายบุคคล ซึ่งอาจต้องใช้ระยะเวลามากกว่าเพื่อส่งผลต่อความเข้าใจเชิงทฤษฎี โดยการโค้ชมีผลเด่นชัดต่อแรงจูงใจ การกำกับตนเอง และเจตคติ แต่ไม่ได้เน้นเนื้อหาความรู้โดยตรงเหมือนการจัดการเรียนเชิงรุก (Grant, 2017; Parsloe & Leedham, 2009) ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุภาพร เตวิยะ (2565) ที่ชี้ว่า การจัดการเรียนรู้เชิงรุก สามารถยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้อย่างมีนัยสำคัญ และสอดคล้องกับงานวิจัยในต่างประเทศที่พบว่า การเรียนรู้เชิงรุก ช่วยเพิ่มการมีส่วนร่วมและการจดจำเนื้อหาในระยะยาว

2. หลังการจัดการเรียนรู้ นักเรียนนายร้อยชั้นปีที่ 4 มีระดับความพึงพอใจที่มีผลต่อการเรียน รายวิชาความมั่นคง มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ทั้งสองกลุ่ม โดยกลุ่มที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก มีคะแนนสูงกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับกลุ่มที่ได้รับการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช แสดงให้เห็นว่าทั้งสองรูปแบบสามารถพัฒนา

ประสิทธิผลทางการเรียนของนักเรียนได้ แต่การจัดการเรียนรู้เชิงรุก มีประสิทธิผลสูงกว่า สาเหตุที่ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของกลุ่มที่ได้รับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก สูงกว่า อาจเป็นเพราะรูปแบบการเรียนรู้ดังกล่าว เน้นการลงมือปฏิบัติจริง การมีส่วนร่วมในกิจกรรม การอภิปราย การแก้ปัญหา และการคิดวิเคราะห์ ทำให้ผู้เรียนได้เรียนรู้ผ่านประสบการณ์ตรง ซึ่งส่งผลให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งและยั่งยืน (Prince, 2004., Freeman et al., 2014) นอกจากนี้ การเรียนรู้เชิงรุก ยังส่งเสริมให้ผู้เรียนสร้างองค์ความรู้ด้วยตนเอง ทำให้เกิดความจดจำและการเชื่อมโยงกับประสบการณ์เดิมอย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของสุดาพร ปัญญาพฤกษ์ และคณะ (2566) ที่ได้ดำเนินการวิจัยเรื่อง การพัฒนากิจกรรมเสริมสร้างความรู้ในการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก สำหรับครูโรงเรียนในสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย พบว่า ครูผู้เข้าร่วมโครงการมีความคิดเห็นต่อกิจกรรมที่พัฒนาขึ้นอยู่ในระดับมากที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงความเหมาะสมและประสิทธิภาพของกิจกรรมในการส่งเสริมการจัดการเรียนรู้เชิงรุกในบริบทโรงเรียนขนาดเล็ก และบัญชา เกียรติจรุงพันธ์ และคณะ (2563) ได้ศึกษาการยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ED1020 ประวัติวรรณคดีและวรรณคดีเอกของไทย โดยประยุกต์ใช้กิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิด การเรียนรู้เชิงรุก กับนักศึกษาสาขาวิชาการสอนภาษาไทย ชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน ผลการวิจัยชี้ว่า นักศึกษามีความคิดเห็นต่อการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ดังกล่าวในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงการยอมรับและความพึงพอใจต่อรูปแบบการเรียนรู้เชิงรุก

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยแสดงให้เห็นอย่างเป็นระบบว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่แตกต่างกันส่งผลต่อผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและระดับความพึงพอใจของนักเรียนนายร้อยแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญ ทั้งนี้ ความแตกต่างดังกล่าวมิได้สะท้อนเพียงคะแนนสอบปลายภาค หากแต่สะท้อนถึงความสามารถในการคิดวิเคราะห์เชิงยุทธศาสตร์ การเชื่อมโยงองค์ความรู้ และการประยุกต์ใช้แนวคิดด้านความมั่นคงในสถานการณ์จำลอง องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้น คือ การยืนยันเชิงประจักษ์ในบริบทการศึกษาทางทหารว่า รูปแบบการจัดการเรียนรู้มีความสัมพันธ์โดยตรงกับระดับการพัฒนากระบวนการคิดขั้นสูง (higher-order thinking skills) ของนักเรียนนายร้อย โดยเฉพาะในรายวิชาที่มีลักษณะเป็นนามธรรมและเชิงยุทธศาสตร์อย่างวิชาความมั่นคง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้สอนควรนำการจัดการเรียนรู้เชิงรุก มาใช้ในการสอนในรายวิชาความมั่นคงอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากช่วยเพิ่มผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและกระตุ้นการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียน และโรงเรียนควรสนับสนุนให้ครูผู้สอนเข้ารับการอบรมเชิงปฏิบัติการด้านการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุก และกิจกรรมการเรียนรู้โดยการโค้ช เพื่อสร้างความเข้าใจอย่างถูกต้องและสามารถนำไปใช้ได้อย่างมีประสิทธิผล

1.2 ควรนำผลการวิจัยไปใช้เป็นกรณีศึกษาสำหรับการพัฒนาทักษะการจัดกิจกรรมการเรียนรู้เชิงรุกของครูผู้สอน

1.3 ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้มีการบูรณาการการจัดการเรียนรู้เชิงรุก และการจัดการเรียนรู้โดยการโค้ช เป็นแนวทางการเรียนรู้ในหลักสูตรการเรียนการสอนระดับต่าง ๆ ของโรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า

และควรจัดให้มีระบบการโค้ช สำหรับการพัฒนาผู้เรียนควบคู่กับการจัดการเรียนรู้เชิงรุก เพื่อพัฒนาเจตคติ อุปนิสัยการเรียนรู้ และทักษะชีวิตทางทหาร

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรพัฒนาชุดสื่อการสอนและแบบฝึกกิจกรรมที่เหมาะสมกับรายวิชาความมั่นคง เช่น กรณีศึกษาสถานการณ์ด้านความมั่นคงจริง การจำลองสถานการณ์ทางทหาร

2.2 ควรพัฒนาตัวชี้วัดผลสัมฤทธิ์และทักษะสมรรถนะของผู้เรียนให้สอดคล้องกับรูปแบบการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นศูนย์กลาง

เอกสารอ้างอิง

กรมยุทธศึกษาทหารบก. (2537). *ว่าด้วยการต่อสู้เบ็ดเสร็จ 100–4*. กรมยุทธศึกษาทหารบก.

กองวิชาสงครามพิเศษ ส่วนวิชาทหาร โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า. (2567). *ผลการเรียนรายวิชาความมั่นคง MS4008*. ส่วนวิชาทหาร โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า.

บัญชา เกียรติจรุงพันธ์, ณัฐกิตติ์ สิริวัฒนาทากุล, และอรรถพงษ์ ผิวเหลือง. (2563). การพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนรายวิชา ED1020 ประวัติวรรณคดีและวรรณคดีเอกของไทย โดยการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ตามแนวคิดเชิงรุก (Active learning) สำหรับนักศึกษาสาขาวิชาการสอนภาษาไทย ชั้นปีที่ 2 มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตอีสาน. *วารสารศึกษาศาสตร์ มมร*, *8*(2), 106–117. https://e-port.mbu.ac.th/file/profiles31/2662_1613702316.pdf.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับปรับปรุงใหม่). สุรีวิยาสาส์น.

โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า. (2563). *หลักสูตรนักเรียนนายร้อย โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า 2563*. โรงเรียนนายร้อยพระจุลจอมเกล้า กองทัพบก.

วิจารณ์ พานิช. (2556). วิถีสร้างการเรียนรู้เพื่อศิษย์ในศตวรรษที่ 21. *วารสารนวัตกรรมการเรียนรู้ มหาวิทยาลัยวลัยลักษณ์*, *1*(2), 3–14. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jliwu/article/view/95054.

สุดาพร ปัญญาพฤกษ์, อนุชิต วัฒนาพร, ณัฐธิดา ดวงแก้ว และทัศน์พล ชื่นจิตต์. (2566). การพัฒนากิจกรรมเสริมสร้างความรู้ในการจัดการเรียนรู้แบบบูรณาการตามแนวคิดการเรียนรู้เชิงรุก สำหรับครูโรงเรียนขนาดเล็ก สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, *17*(2), 83–97. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/260558.

สุภาพร เตวิยะ. (2565). การจัดการเรียนรู้เชิงรุกเพื่อพัฒนาผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนและความเชื่อมั่นในตนเองของนักศึกษาสาขาภาษาอังกฤษ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงราย. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏศรีสะเกษ*, *16*(1), 122–134. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sskrujournal/article/view/252100.

Grant, A. M. (2017). The third “generation” of workplace coaching: Creating a culture of quality conversations. *Coaching: An International Journal of Theory, Research and Practice*, *10*(1), 37–53. https://doi.org/10.1080/17521882.2016.1266005.

Freeman, S., Eddy, S. L., McDonough, M., Smith, M. K., Okoroafor, N., Jordt, H., & Wenderoth, M. P. (2014). Active learning increases student performance in science, engineering, and mathematics. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, *111*(23), 8410–8415. https://doi.org/10.1073/pnas.1319030111.

Parsloe, E., & Leedham, M. (2009). *Coaching and mentoring: Practical conversations to improve learning* (2nd ed). Kogan Page.

Prince, M. (2004). Does active learning work? A review of the research. *Journal of Engineering Education*, *93*(3), 223–231. https://doi.org/10.1002/j.2168-9830.2004.tb00809.x.

Whitmore, J. (2010). *Coaching for performance: Growing human potential and purpose* (4th ed). Nicholas Brealey Publishing.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

แรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

Motivation affecting work performance of Generation Y personnel in Subdistrict Administrative Organization, Loei Province

จุฑารัตน์ สุวันนัง [1], ศศิธร กกฝ้าย [2*]
Jutharat Suwunnung [1], Sasithorn Kokfa i[2*]

[1,2] หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
[1,2] Master of Business Administration Program in Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: jutharat.s0511@gmail.com [1], Sasithorn.kok@lru.ac.th [2]

Received: February 15, 2026 Revised: February 21, 2026 Accepted: March 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาแรงจูงใจและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย รวมถึงการศึกษาผลกระทบของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา คือ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 342 คน ใช้วิธีการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการศึกษาพบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจ ปัจจัยค้ำจุน และประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ผลการศึกษาปัจจัยจูงใจ พบว่า ด้านความรับผิดชอบ ด้านลักษะณะงาน ด้านความสำเร็จของงาน และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งงานส่งผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 และปัจจัยค้ำจุน พบว่า ด้านความมั่นคง ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน และด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ส่งผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพ

การปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01

คำสำคัญ: แรงจูงใจในการทำงาน, ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน, เจเนอเรชันวาย

Abstract

This study aimed to examine work motivation and job performance among Generation Y personnel in subdistrict administrative organizations in Loei Province and to investigate the impact of work motivation on their job performance. The sample consisted of 342 Generation Y personnel from subdistrict administrative organizations in Loei Province, selected through multistage sampling. Data were collected using a questionnaire. The statistical methods employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The results indicated that the overall levels of motivational factors, hygiene factors, and job performance of Generation Y personnel were at the highest level. Regarding motivational factors, responsibility, job characteristics, achievement, and career advancement had a significant positive effect on job performance at the 0.01 level. Concerning hygiene factors, job security, relationships with coworkers, and the work environment also had a significant positive effect on job performance at the .01 level.

Keywords: work motivation, work performance, generation Y personnel

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

องค์การในปัจจุบันไม่ว่าจะเป็นองค์การในภาครัฐหรือเอกชนต่างหันมาให้ความสำคัญต่อการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อความสำเร็จขององค์การ การบริหารและจัดการทรัพยากรมนุษย์ให้ทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ จึงเป็นหน้าที่ที่สำคัญขององค์การทั้งในด้านการสรรหา การคัดเลือก การฝึกอบรมและการพัฒนา การประเมินผลการปฏิบัติงานรวมทั้งค่าตอบแทนและสิทธิประโยชน์ ซึ่งเป็นกลไกที่สำคัญ ดังนั้น องค์การจึงมีหน้าที่ในการบริหารทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้ปฏิบัติงานจนบรรลุวัตถุประสงค์และเป้าหมายขององค์การ (ชุลีวรรณ โชติวงษ์ และคณะ, 2565) โดยแรงจูงใจเป็นปัจจัยสำคัญในการทำงานที่มีประสิทธิภาพ และเป็นกลไกที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการทำงาน ความผูกพันต่อองค์การ และทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด ถ้าบุคลากรได้รับแรงจูงใจในการทำงาน ก็จะทำให้ทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและเต็มใจที่จะยังคงอยู่กับองค์กรแห่งนั้นต่อไป (ธันยพร วิศรียา และวัลภา หัตถกิจพาณิชกุล, 2567) ในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งเป็นองค์กรที่มีบทบาทสำคัญให้การจัดการสาธารณะ และพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในท้องที่ บุคลากรจำเป็นต้องอาศัยความรับผิดชอบ ความทุ่มเทและการปฏิบัติงานที่มีประสิทธิภาพสูง ซึ่งการดำเนินการขององค์การบริหารส่วนตำบลในหลายพื้นที่ยังมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรมนุษย์ การมีภาระงานเพิ่มขึ้นและความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้บริการของหน่วยงาน โดยปัจจัยเหล่านี้อาจส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบคุลากร สำหรับการปฏิรูปและพัฒนาบุคลากรของกรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นใหม่ เพื่อให้ได้มาซึ่งกำลังคนที่มีคุณภาพและปริมาณที่เพียงพอต่อความจำเป็นในการพัฒนา การทยอยเกษียณออกไปจากองค์กรของบุคลากรรุ่นก่อนหน้า เกิดขึ้นพร้อมกับการก้าวเข้ามาของบุคลากร รุ่นใหม่ที่เรียกว่า “เจเนอเรชันวาย (Generation Y)” และกลายเป็นกลุ่มคนในส่วนใหญ่ในกรมส่งเสริมการ

ปกครองท้องถิ่นและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น (กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น, 2559) บุคลากรกลุ่มนี้มีลักษณะเฉพาะด้านทัศนคติ ค่านิยมและรูปแบบการทำงาน ดังนั้นรูปแบบการบริหารทรัพยากรมนุษย์และการสร้างแรงจูงใจในองค์กร จึงจำเป็นต้องปรับให้เหมาะสมกับลักษณะของบุคลากรรุ่นใหม่ เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเต็มศักยภาพ จากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่างานวิจัยจำนวนมากมุ่งศึกษาปัจจัยแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์กรภาครัฐหรือภาคเอกชนที่เป็นภาพรวม แต่ยังมีการศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นค่อนข้างจำกัด โดยเฉพาะในพื้นที่จังหวัดเลยซึ่งมีลักษณะบริบททางเศรษฐกิจ สังคมและโครงสร้างการบริหารองค์กรที่แตกต่างจากพื้นที่เมืองขนาดใหญ่ส่งผลให้ยังขาดองค์ความรู้เชิงประจักษ์เกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงานของบคุลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายและผลกระทบที่มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่ดังกล่าว ซึ่งช่องว่างขององค์ความรู้ดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการศึกษาปัจจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบคุลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้ในการกำหนดแนวทางการบริหารและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้สอดคล้องกับลักษณะของบุคลากรรุ่นใหม่ รวมทั้งช่วยสนับสนุนการยกระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ให้สามารถตอบสนองต่อภารกิจการพัฒนาท้องถิ่นและการให้บริการประชาชนอย่างมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย
2. เพื่อศึกษาประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย
3. เพื่อศึกษาผลกระทบของแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการทำงาน

แรงจูงใจในการทำงาน (work motivation) เป็นปัจจัยสำคัญที่ผลักดันให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมการทำงานอย่างเต็มศักยภาพ มุ่งมั่น ทุ่มเท และคงอยู่กับองค์การ กุลิสรา กอปรเมธากุล และภิรดา ชัยรัตน์ (2566) อธิบายว่าแรงจูงใจเป็นความรู้สึกเชิงบวกที่เกิดขึ้นจากการที่บุคคลได้รับการตอบสนองความต้องการจากองค์การ ส่งผลให้บุคลากรมีความพึงพอใจและทุ่มเทต่อการทำงานมากขึ้น แนวคิดเกี่ยวกับแรงจูงใจที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการศึกษาด้านพฤติกรรมองค์การ คือ ทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) (two-factor theory) ซึ่งอธิบายว่าแรงจูงใจในการทำงานเกิดจากองค์ประกอบ 2 กลุ่ม ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ (motivator factors) และปัจจัยค้ำจุน (hygiene factors) โดยปัจจัยจูงใจเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับเนื้อหาของงาน เช่น ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในหน้าที่การงาน ซึ่งเป็นปัจจัยที่ก่อให้เกิดความพึงพอใจและส่งเสริมให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนปัจจัยค้ำจุนเป็นองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับสภาพแวดล้อมของการทำงาน เช่น ค่าตอบแทน นโยบายขององค์การ ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมในการทำงาน และความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งมีบทบาทในการลดความไม่พึงพอใจในการทำงาน หากองค์การสามารถ

บริหารจัดการปัจจัยทั้งสองด้านได้อย่างเหมาะสม จะช่วยเสริมสร้างแรงจูงใจในการทำงานและเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรได้ (บุรินทรวรวิทย์ พ่วนอุ่ย และคณะ, 2565)

จากแนวคิดดังกล่าว งานวิจัยแรงจูงใจที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย จึงนำปัจจัยแรงจูงใจทั้งปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนมาใช้เป็นกรอบในการวิจัย

แนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน

ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน (job performance) หมายถึง ผลลัพธ์ของการทำงานที่สะท้อนถึงความสามารถในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์การอย่างมีคุณภาพ ภายในระยะเวลาที่เหมาะสม และใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า แนวคิดที่นิยมใช้อธิบายประสิทธิภาพการทำงาน คือกรอบของ Petersen & Plowman (1960) ซึ่งเสนอว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานสามารถพิจารณาได้จาก 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) คุณภาพของงาน (quality) ความถูกต้อง ความเรียบร้อย และมาตรฐานของผลงาน 2) ปริมาณของงาน (quantity) ปริมาณงานที่ทำได้ตามเป้าหมายที่กำหนด 3) ระยะเวลา (time) ความรวดเร็วและตรงต่อเวลาของการปฏิบัติงาน และ 4) ต้นทุนหรือความคุ้มค่า (cost) การใช้ทรัพยากรอย่างประหยัดและเกิดประโยชน์สูงสุด

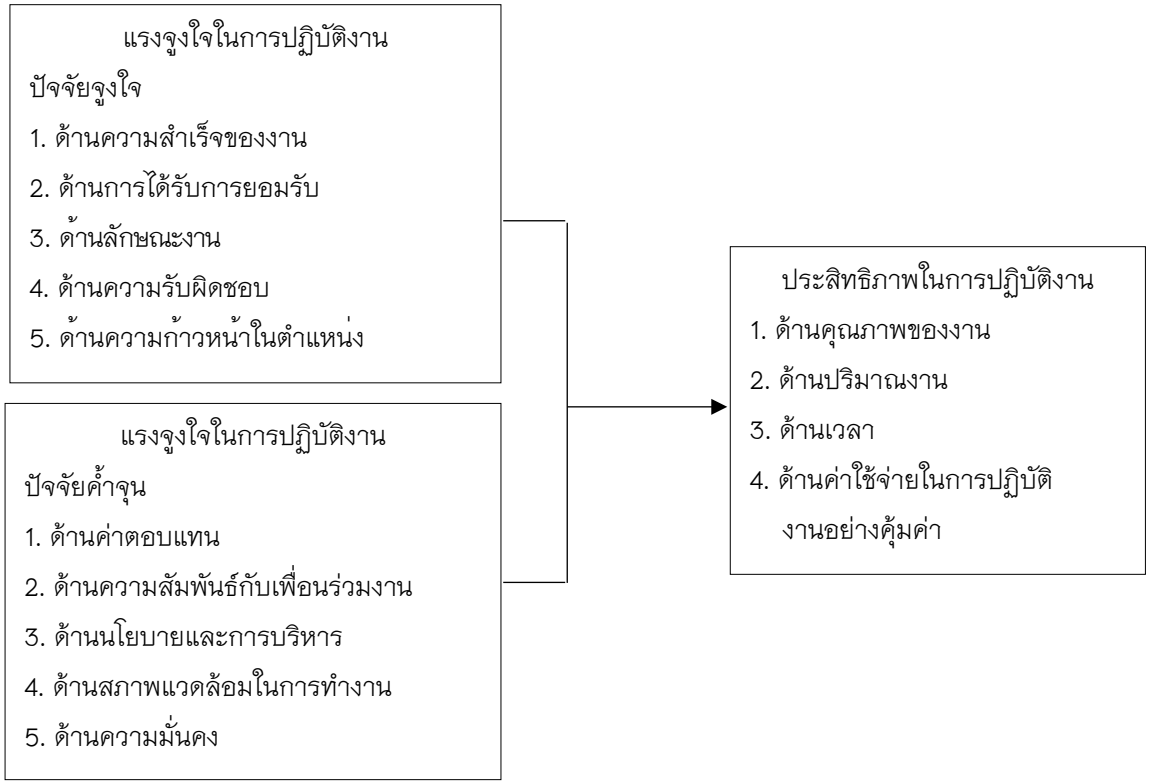
แนวคิดเกี่ยวกับเจเนอเรชัน และลักษณะของเจเนอเรชันวาย

แนวคิดเรื่องเจเนอเรชัน (Generation) อธิบายความแตกต่างของกลุ่มคนที่เกิดในช่วงเวลาใกล้เคียงกัน ซึ่งมีประสบการณ์ทางสังคม เทคโนโลยี และวัฒนธรรมที่คล้ายคลึงกัน ส่งผลต่อทัศนคติ ค่านิยม และพฤติกรรมในการทำงาน เอกสารได้จำแนกกลุ่มคนออกเป็นหลายช่วง ได้แก่ Traditionalist, Baby Boomer, Generation X, Generation Y และ Generation Z สำหรับ Generation Y หรือ Millennials เป็นกลุ่มที่เกิดประมาณ พ.ศ. 2523–2543 มีลักษณะเด่นคือ เติบโตมากับเทคโนโลยีดิจิทัลและสื่อออนไลน์ ให้ความสำคัญกับความก้าวหน้า ความสมดุลระหว่างงานกับชีวิตส่วนตัว ต้องการการยอมรับ การมีส่วนร่วม และการทำงานที่มีความหมาย เปิดรับการเปลี่ยนแปลง และคาดหวังระบบการบริหารที่ยืดหยุ่นและเป็นธรรม (สุกัญญา ดีทอง, 2563) บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายในองค์การภาครัฐ จึงมีแนวโน้มต้องการรูปแบบการจูงใจที่แตกต่างจากรุ่นก่อน ไม่จำกัดเพียงค่าตอบแทน แต่ครอบคลุมถึงโอกาสในการพัฒนา การใช้ศักยภาพอย่างเต็มที่และบรรยากาศการทำงานที่สนับสนุนการเรียนรู้

จากการทบทวนวรรณกรรม เห็นได้ว่าแรงจูงใจในการทำงานตามกรอบของ Herzberg et al. (1959) เป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถอธิบายความแตกต่างของระดับประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ซึ่งสามารถวัดได้ผ่านมิติคุณภาพ ปริมาณ เวลา และความคุ้มค่า ตามแนวคิดของ Petersen & Plowman (1960) โดยเมื่อเชื่อมโยงกับบริบทของบุคลากรเจเนอเรชันวาย ในองค์การบริหารส่วนตำบล จะเห็นว่าการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมกับค่านิยมของคนรุ่นใหม่ เป็นปัจจัยสำคัญในการยกระดับประสิทธิภาพการทำงานของภาครัฐในระดับท้องถิ่น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นงานวิจัยเชิงปริมาณ ผู้ศึกษาได้กำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยตามทฤษฎีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานหรือทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959) และนำแนวคิดเกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของ Petersen & Plowman (1960) ประกอบด้วย ด้านคุณภาพของงาน ด้านปริมาณงาน ด้านเวลา และด้านค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่า มาเป็นแนวทางในการศึกษาเพื่อกำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายหรือผู้ที่มีอายุระหว่าง 28–45 ปี (อายุ ณ ปี พ.ศ. 2568 ที่ทำการศึกษา) ขององค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 71 แห่ง จำนวน 1,803 คน (งานทรัพยากรบุคคล องค์การบริหารส่วนตำบล 71 แห่ง ณ วันที่ 14 มีนาคม พ.ศ. 2568) กำหนดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Yamane (1973) กำหนดความเชื่อมั่นที่ 95% และระดับความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ที่ 5% ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 327 คน และผู้วิจัยทำการเก็บรวมรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างทั้งสิ้น 342 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างโดยใช้หลักความน่าจะเป็น (probability sampling) โดยวิธีสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน (multi-stage sampling) ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยแบ่งประชากรตามเขตพื้นที่ของจังหวัดเลย แบ่งออกเป็น 14 อำเภอ โดยใช้การสุ่มแบบแบ่งกลุ่ม (cluster sampling) เพื่อเลือกอำเภอที่จะเก็บข้อมูล และทำการสุ่มโดยการจับสลาก เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด 7 อำเภอ ได้แก่ อำเภอเมืองเลย อำเภอวังสะพุง อำเภอเชียงคาน อำเภอท่าลี่ อำเภอด่านซ้าย อำเภอนาด้วง และอำเภอภูเรือ

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยทำการสุ่มเลือกองค์การบริหารส่วนตำบล (อบต.) จำนวน 3 แห่งต่ออำเภอที่สุ่มได้ เพื่อเป็นตัวแทนของประชากรทั้งหมด โดยวิธีจับฉลาก รวมทั้งสิ้นจำนวน 21 แห่ง ดังนี้ 1) อำเภอเมืองเลย ได้แก่ อบต.กกทอง อบต.น้ำสวย และ อบต.เสี้ยว 2) อำเภอวังสะพุง ได้แก่ อบต.โคกขมิ้น อบต.ทรายขาว และ อบต.วังสะพุง 3)อำเภอเชียงคาน ได้แก่ อบต.เชียงคาน อบต.บุฮม และ อบต.ปากตม 4) อำเภอด่านซ้าย ได้แก่ อบต.ปากหมัน อบต.

โป่ง และ อบต.วังยาว 5) อำเภอท่าลี่ ได้แก่ อบต.ท่าลี่ อบต.หนองผือ และ อบต.อาฮี 6) อำเภอนาด้วง ได้แก่ อบต.แก้วเมธี อบต.ท่าสวรรค์ และ อบต.ท่าสะอาด 7) อำเภอภูเรือ ได้แก่ อบต.ปลาบ่า อบต.ลาดค่าง และ อบต.สานตม

ขั้นตอนที่ 3 ผู้วิจัยใช้การสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิตามสัดส่วน (stratified random sampling) โดยแบ่งประชากรออกเป็นชั้นภูมิตามลักษณะทางประชากรศาสตร์ที่มีความเหมือนกัน คือ กลุ่มบุคลากรเจเนอเรชันวาย จากนั้นจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจากแต่ละชั้นภูมิในสัดส่วนที่สอดคล้องกับจำนวนประชากรจริง เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสม จำนวน 342 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้ศึกษาได้สร้างขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมแนวคิด ทฤษฎี เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยแบ่งโครงสร้างของคำถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งประกอบด้วย เพศ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร อายุราชการ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบตรวจรายการ (checklist)

ส่วนที่ 2 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย ได้แก่ ปัจจัยจูงใจ ประกอบด้วย 1) ด้านความสำเร็จของงาน 2) ด้านการได้รับการยอมรับ 3) ด้านลักษณะงาน 4) ด้านความรับผิดชอบ และ 5) ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ปัจจัยค้ำจุน ประกอบด้วย 1) ด้านค่าตอบแทน 2) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน 3) ด้านนโยบายและการบริหาร 4) ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน และ 5) ด้านความมั่นคง ลักษณะของคำตอบเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert rating scale)

ส่วนที่ 3 ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย มีทั้งหมด 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านคุณภาพของงาน 2) ด้านปริมาณงาน 3) ด้านเวลา และ 4) ด้านค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่า ลักษณะของคำตอบเป็นแบบมาตรส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert rating scale)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจและประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดเลย ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (open-ended form)

แบบสอบถามตอนที่ 2 และตอนที่ 3 ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การให้คะแนนแบบลิเคอร์ท (Likert rating scale) มี 5 ระดับ ตามแนวคิดของเบสท์ (Best, 1977) ตั้งแต่ระดับมากที่สุดถึงระดับน้อยที่สุด

5 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมากที่สุด	4 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับมาก
3 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับปานกลาง	2 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อย
1 คะแนน	หมายถึง	อยู่ในระดับน้อยที่สุด			

โดยใช้เกณฑ์การประเมินคะแนนและการแปลความหมายค่าเฉลี่ย ดังนี้

$$\text{ความกว้างของอันตราภาคชั้น} = \frac{\text{คะแนนสูงสุด} - \text{คะแนนต่ำสุด}}{\text{จำนวนชั้น}}$$

$$\text{ความกว้างของอันตราภาคชั้น} = \frac{5-1}{5} = .8$$

คะแนนเฉลี่ย 4.21-5.00 หมายความว่า มีระดับมากที่สุด

คะแนนเฉลี่ย 3.41-4.20 หมายความว่า มีระดับมาก

คะแนนเฉลี่ย 2.61-3.40 หมายความว่า มีระดับปานกลาง

คะแนนเฉลี่ย 1.81-2.60 หมายความว่า มีระดับน้อย

คะแนนเฉลี่ย 1.00–1.80 หมายความว่า มีระดับน้อยที่สุด

การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ การศึกษาครั้งนี้ผู้ศึกษาได้ทำการทดสอบค่าความเที่ยงตรง (validity) และทดสอบหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม ก่อนการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง โดยมีรายละเอียดดังนี้

1) การทดสอบหาค่าความเที่ยงตรง (validity) โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) ผู้วิจัยได้รับความอนุเคราะห์จากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ด้วยการหาค่า Item–Objective Congruence index (IOC) พบว่า ทุกข้อคำถามในแบบสอบถามมีค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่าง .67–1.00 คะแนน ซึ่งตามเกณฑ์ที่ใช้ในการตัดสินความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา

2) การทดสอบความเชื่อถือได้ของเครื่องมือ (reliability) ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่ปรับแก้สมบูรณ์แล้วทดสอบ (tryout) กับบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอด่านซ้าย จำนวน 30 คน และนำข้อมูลที่ได้มาทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามด้วยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ผลการทดสอบมีค่าอยู่ระหว่าง .902 – .955

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

กระบวนการดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล 4 ขั้นตอน ดังนี้

ขั้นตอนที่ 1 ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ขอส่งแบบสอบถามให้ผู้แทนหน่วยงานที่เป็นกลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบลในเขตพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 21 แห่ง

ขั้นตอนที่ 2 ผู้วิจัยส่งหนังสือและแบบสอบถามตามจำนวนกลุ่มตัวอย่างแต่ละแห่ง โดยกำหนดระยะเวลารวบรวมแบบสอบถาม 1 เดือน ทั้งนี้โดยผู้ศึกษาจะส่งแบบสอบถามให้กับองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่จังหวัดเลย จำนวน 21 แห่ง

ขั้นตอนที่ 3 ติดตามแบบสอบถามจากองค์การบริหารส่วนตำบลในพื้นที่จังหวัดเลยและรอรับแบบสอบถามกลับ

ขั้นตอนที่ 4 ตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อให้การวิเคราะห์ข้อมูลบรรลุตามวัตถุประสงค์การวิจัยที่ตั้งไว้ ดังนี้

1) ค่าความถี่และค่าร้อยละ (frequency and percentage) เพื่อใช้อธิบายความถี่และร้อยละของข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถาม ส่วนที่ 1 แบบประเมินเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ ระดับการศึกษา ประเภทบุคลากร ระยะเวลาการทำงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

2) ค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้วิเคราะห์แบบสอบถามส่วนที่ 2 เกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และแบบสอบถามส่วนที่ 3 เกี่ยวกับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย

3) การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression) โดยใช้เทคนิคการเลือกตัวแปรแบบ Enter (Enter selection) กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ใช้วิเคราะห์ผลกระทบของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานมีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายในองค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย โดยเขียนเป็นสมการถดถอยพหุคูณ ดังนี้

1) SAO = $\alpha_{01} + \beta_1 MOT_1 + \beta_2 MOT_2 + \beta_3 MOT_3 + \beta_4 MOT_4 + \beta_5 MOT_5 + \varepsilon_1$

2) SAO = $\alpha_{10} + \beta_6 HYG_1 + \beta_7 HYG_2 + \beta_8 HYG_3 + \beta_9 HYG_4 + \beta_{10} HYG_5 + \varepsilon_2$

ผลการวิจัย

ตอนที่ 1 ผลการวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ผลการวิจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย มีจำนวนทั้งสิ้น 342 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 66.67 มีระดับการศึกษาปริญญาตรีหรือเทียบเท่ามากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 68.13 เป็นข้าราชการมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 40.64 มีระยะเวลาการทำงานต่ำกว่า 5 ปี มากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 32.46

ตอนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน		ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน		
		$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านปัจจัยจูงใจ				
1	ด้านความสำเร็จของงาน	4.50	.48	มากที่สุด
2	ด้านการได้รับการยอมรับ	4.13	.54	มาก
3	ด้านลักษณะงาน	4.40	.51	มากที่สุด
4	ด้านความรับผิดชอบ	4.54	.41	มากที่สุด
5	ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง	3.98	.75	มาก
	ภาพรวม	4.31	.40	มากที่สุด
ด้านปัจจัยค้ำจุน				
1	ด้านค่าตอบแทน	3.83	.76	มาก
2	ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.46	.53	มากที่สุด
3	ด้านนโยบายและการบริหาร	4.31	.48	มากที่สุด
4	ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	4.39	.44	มากที่สุด
5	ด้านความมั่นคง	4.33	.48	มากที่สุด
	ภาพรวม	4.26	.41	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยจูงใจ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = .40) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ ด้านความรับผิดชอบ ($\overline{X}$ = 4.54, S.D. = .41) รองลงมาคือ ด้านความสำเร็จของงาน ($\overline{X}$ = 4.50, S.D. = .48) ด้านลักษณะงาน ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = .51) ด้านการได้รับการยอมรับ ($\overline{X}$ = 4.13, S.D. = .54) และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ($\overline{X}$ = 3.98, S.D. = .75) ตามลำดับ นอกจากนี้ ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.26, S.D. = .41) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ($\overline{X}$ = 4.46, S.D. = .53) รองลงมาคือ ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ($\overline{X}$ = 4.39, S.D. = .44) ด้านความมั่นคง

($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = .48) ด้านนโยบายและการบริหาร ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = .48) และด้านค่าตอบแทน ($\overline{X}$ = 3.83, S.D. = .76) ตามลำดับ

ตอนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

	ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน	ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน		
		$\overline{X}$	S.D.	แปลผล
1	ด้านคุณภาพของงาน	4.45	.49	มากที่สุด
2	ด้านปริมาณงาน	4.40	.50	มากที่สุด
3	ด้านเวลา	4.43	.47	มากที่สุด
4	ด้านค่าใช้จ่ายในการปฏิบัติงานอย่างคุ้มค่า	4.42	.52	มากที่สุด
	ภาพรวม	4.42	.44	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = .44) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านคุณภาพของงาน ($\overline{X}$ = 4.45, S.D. = .49) รองลงมาคือ ด้านเวลา ($\overline{X}$ = 4.43, S.D. = .47) ด้านค่าใช้จ่าย ($\overline{X}$ = 4.42, S.D. = .52) และด้านปริมาณงาน ($\overline{X}$ = 4.40, S.D. = .50) ตามลำดับ

ตอนที่ 4 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

ข้อเสนอแนะ 1) ควรมีการจัดสวัสดิการเพิ่มเติมนอกเหนือจากสิทธิประโยชน์พื้นฐานที่ได้รับ เช่น การตรวจสุขภาพประจำปี การลาพักผ่อน และการมอบรางวัลแก่ผู้ปฏิบัติงาน และ 2) มีความต้องการความก้าวหน้าในสายอาชีพอย่างชัดเจน มีความต้องการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เป็นมิตร มีความยืดหยุ่น และลดความซับซ้อนของลำดับชั้นในองค์กร และการปฏิบัติต่อกันอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรมภายในองค์กร

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย แสดงดังตาราง 3 – 4 ดังนี้

ตาราง 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยจูงใจ ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

แรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจ	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน						
	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
(Constant)	.649	.185		3.502	.001*		
ด้านความสำเร็จของงาน	.172	.045	.187	3.803	.000*	.524	1.907
ด้านการได้รับการยอมรับ	.040	.039	.049	1.013	.312	.546	1.831
ด้านลักษณะงาน	.196	.042	.226	4.655	.000*	.539	1.857
ด้านความรับผิดชอบ	.327	.054	.302	6.031	.000*	.506	1.975
ด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง	.123	.025	.209	5.028	.000*	.731	1.367
$R = .757$, $R^2 = .573$, Adj. $R^2 = .567$, $F = 90.347$							

หมายเหตุ * $p < .01$

จากตาราง 4 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอยู่ระหว่าง .506 – .731 ค่า VIF ทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 1.367 – 1.975 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น ส่วนผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยจูงใจที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย พบว่า ด้านความรับผิดชอบ ($\beta_4 = .327$, $p < .01$) ด้านลักษณะงาน ($\beta_3 = .196$, $p < .01$) ด้านความสำเร็จของงาน ($\beta_1 = .172$, $p < .01$) และด้านความก้าวหน้าในตำแหน่ง ($\beta_5 = .123$, $p < .01$) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญ .01 อธิบายได้ว่าองค์ประกอบดังกล่าวสามารถพยากรณ์ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย ได้ร้อยละ 56.70 (Adj. $R^2 = .567$) ขณะเดียวกันตัวแปรอิสระไม่เกิดปัญหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ เนื่องจากค่า VIF (Variance inflation factor) ไม่เกิน 10

ตาราง 5 ผลการทดสอบสมมติฐานแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านปัจจัยค้ำจุน ที่มีผลกระทบต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย

แรงจูงใจด้านปัจจัยค้ำจุน	ประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน						
	B	Std. Error	(β)	t	Sig.	Collinearity	
						Tolerance	VIF
(Constant)	.648	.181		3.575	.000*		
ด้านค่าตอบแทน	.027	.026	.046	1.013	.312	.608	1.644
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	.259	.036	.314	7.269	.000*	.670	1.493
ด้านนโยบายและการบริหาร	.084	.047	.091	1.781	.076	.475	2.105
ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน	.200	.048	.201	4.144	.000*	.530	1.886
ด้านความมั่นคง	.296	.045	.325	6.535	.000*	.505	1.980
$R = .762$, $R^2 = .580$, Adj. $R^2 = .574$, $F = 92.795$							

หมายเหตุ ** $p< .05$, * $p < .01$

จากตาราง 5 ผู้วิจัยได้ทำการทดสอบข้อตกลงเบื้องต้นก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่า ค่า Tolerance ของตัวแปรอยู่ระหว่าง .475 – .670 ค่า VIF ทุกตัวแปร มีค่าอยู่ระหว่าง 1.493 – 2.105 แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระแต่ละตัวไม่ก่อให้เกิดปัญหา Multicollinearity ซึ่งเป็นไปตามข้อตกลงเบื้องต้น ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ปัจจัยค้ำจุนที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย พบว่า ด้านความมั่นคง (β_{10} = .296, p < .01) ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน (β_{7} = .259, p < .01) และสภาพแวดล้อมในการทำงาน (β_{9} = .200, p < .01) มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .01 อธิบายได้ว่า องค์ประกอบดังกล่าวสามารถพยากรณ์ระดับประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชั่นวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย ได้ร้อยละ 57.40 (Adj. R^2 = .574)

การอภิปรายผล

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยนี้

1. ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจในการปฏิบัติงานด้านปัจจัยจูงใจของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย ในองค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะด้านความรับผิดชอบ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากลักษณะของบุคลากรในกลุ่มเจเนอเรชันวาย ซึ่งเป็นคนรุ่นใหม่ที่ให้ความสำคัญกับการมีบทบาทหน้าที่ที่ชัดเจน การได้รับมอบหมายงานที่ท้าทาย และการมีโอกาสแสดงศักยภาพของตนเองในการปฏิบัติงาน เมื่อบุคลากรได้รับความไว้วางใจให้รับผิดชอบงานอย่างเหมาะสม จะทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของงาน (ownership) และเกิดความภาคภูมิใจในผลงานของตน ส่งผลให้บุคลากรมีความตั้งใจและมุ่งมั่นในการปฏิบัติงานให้บรรลุเป้าหมายขององค์กร นอกจากนี้การทำงานในหน่วยงานภาครัฐระดับท้องถิ่นยังมีลักษณะงานที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการประชาชนโดยตรง ซึ่งทำให้บุคลากรตระหนักถึงความสำคัญของบทบาทหน้าที่และความรับผิดชอบต่อสังคม จึงส่งผลให้บุคลากรให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานอย่างจริงจัง ผลการวิจัยดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg et al. (1959) ในทฤษฎีสองปัจจัยที่ระบุว่า ความรับผิดชอบเป็นหนึ่งในปัจจัยจูงใจที่สำคัญ ซึ่งสามารถสร้างความพึงพอใจในการทำงานและกระตุ้นให้บุคลากรปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของสุพาณี สังข์ทอง (2564) ที่พบว่า ปัจจัยจูงใจ โดยเฉพาะด้านความรับผิดชอบ มีอิทธิพลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลอย่างมีนัยสำคัญ

ผลการวิเคราะห์แรงจูงใจด้านปัจจัยค้ำจุน พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ทั้งนี้อาจเนื่องจากการทำงานในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นมีลักษณะการปฏิบัติงานที่ต้องอาศัยการประสานงานและการทำงานเป็นทีมระหว่างบุคลากรในหน่วยงานต่าง ๆ การมีความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานจึงช่วยส่งเสริมบรรยากาศในการทำงานให้เกิดความร่วมมือ ความไว้วางใจ และการช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยลดความตึงเครียดในการทำงานและส่งเสริมประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากร โดยเฉพาะบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายที่ให้ความสำคัญกับการทำงานในสภาพแวดล้อมที่เปิดกว้างและมีปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ดี ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุภาวิตา ชมภูประทีป และยุทธนาท บุณยะชัย (2567) ที่พบว่าปัจจัยค้ำจุนด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงานมีระดับสูงและมีความสำคัญต่อแรงจูงใจในการทำงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนตำบล

2. ผลการวิเคราะห์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวาย องค์การบริหารส่วนตำบล เขตพื้นที่จังหวัดเลย พบว่าโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด โดยด้านคุณภาพของงานมีค่าเฉลี่ยสูงสุด ทั้งนี้อาจ

เนื่องจากบุคลากรในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นต้องปฏิบัติงานภายใต้กฎระเบียบ ขั้นตอน และมาตรฐานการดำเนินงานของภาครัฐ ซึ่งมุ่งเน้นความถูกต้อง โปร่งใส และความรับผิดชอบต่อประชาชนผู้รับบริการ บุคลากรจึงให้ความสำคัญกับการปฏิบัติงานให้มีความถูกต้องและเกิดผลลัพธ์ที่มีคุณภาพ อีกทั้งบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายยังมีความต้องการพัฒนาศักยภาพของตนเองและสร้างผลงานที่เป็นที่ยอมรับในองค์กร จึงส่งผลให้การปฏิบัติงานมุ่งเน้นคุณภาพของผลลัพธ์เป็นสำคัญ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับผลการวิจัยของสุรเจต ไชยพันธ์พงษ์ (2563) ที่พบว่าประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบลมีระดับสูง โดยด้านคุณภาพของงานเป็นองค์ประกอบที่สำคัญที่สุด

3. ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่าแรงจูงใจด้านปัจจัยจูงใจสามารถอธิบายความผันแปรของประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ร้อยละ 56.70 โดยเฉพาะด้านความรับผิดชอบ ลักษณะของงาน ความสำเร็จของงาน และความก้าวหน้าในตำแหน่ง มีผลกระทบเชิงบวกต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงาน ทั้งนี้อาจเนื่องจากปัจจัยดังกล่าวเป็นปัจจัยภายในที่เกี่ยวข้องกับความต้องการด้านความสำเร็จ การยอมรับ และการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร เมื่อบุคลากรได้รับโอกาสในการแสดงความสามารถ มีความก้าวหน้าในอาชีพ และสามารถเห็นผลสำเร็จของงานที่ตนรับผิดชอบ จะทำให้เกิดแรงจูงใจภายในที่กระตุ้นให้เกิดความพยายามและทุ่มเทในการปฏิบัติงานมากขึ้น ซึ่งส่งผลต่อประสิทธิภาพในการทำงานโดยตรง

ผลการวิจัยสะท้อนให้เห็นว่าแรงจูงใจในการปฏิบัติงานทั้งด้านปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายในองค์การบริหารส่วนตำบล ซึ่งการสร้างแรงจูงใจที่เหมาะสมทั้งในด้านลักษณะงาน ความรับผิดชอบ ความก้าวหน้าในอาชีพ รวมถึงการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีและความสัมพันธ์ที่ดีภายในองค์กร จะช่วยส่งเสริมให้บุคลากรสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและสนับสนุนการพัฒนาองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นให้บรรลุเป้าหมายได้อย่างยั่งยืน

องค์ความรู้ใหม่

การวิจัยครั้งนี้ได้สร้างองค์ความรู้ใหม่เกี่ยวกับรูปแบบแรงจูงใจที่เหมาะสมต่อบุคลากรกลุ่มเจเนอเรชันวายในองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยพบว่าแรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานไม่ได้จำกัดอยู่เพียงปัจจัยด้านผลตอบแทน แต่เป็นการผสมผสานระหว่างปัจจัยจูงใจและปัจจัยค้ำจุนด้านสภาพแวดล้อมการทำงานอย่างสมดุล โดยเฉพาะ ความรับผิดชอบในงาน ลักษณะงานที่ท้าทาย ความมั่นคงในอาชีพ และความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งเป็นตัวแปรสำคัญที่สามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานได้ในระดับสูง

องค์ความรู้สำคัญที่ได้คือ การยืนยันเชิงประจักษ์ว่าบุคลากรเจเนอเรชันวายในภาครัฐระดับท้องถิ่นให้คุณค่ากับ แรงจูงใจเชิงคุณภาพ มากกว่าแรงจูงใจเชิงวัตถุ กล่าวคือ การมอบหมายงานที่มีความหมาย เปิดโอกาสให้รับผิดชอบงานอย่างเต็มศักยภาพ การสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความร่วมมือ และการสร้างความมั่นคงในเส้นทางอาชีพ เป็นกลไกสำคัญในการยกระดับคุณภาพ ปริมาณ เวลา และความคุ้มค่าในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้งานวิจัยยังเสนอกรอบแนวคิดเชิงบูรณาการที่เชื่อมโยงทฤษฎีแรงจูงใจสองปัจจัยกับมิติประสิทธิภาพการปฏิบัติงานในบริบทขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งสามารถใช้เป็นแนวทางสำหรับการออกแบบนโยบายบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับลักษณะเฉพาะของบุคลากรรุ่นใหม่ อันนำไปสู่การพัฒนาองค์กรภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านความรับผิดชอบ ผู้บริหารควรกำหนดเป้าหมายการปฏิบัติงานและตัวชี้วัดผลการทำงาน (KPI) ที่ชัดเจน สอดคล้องกับภารกิจและหน้าที่ของแต่ละตำแหน่ง เพื่อส่งเสริมให้บุคลากรเกิดความรับผิดชอบต่อบทบาทหน้าที่ของตนเองอย่างเป็นรูปธรรม

1.2 ด้านการได้รับการยอมรับ ผู้บริหารควรมีระบบการยกย่อง ชื่นชม และให้การยอมรับบุคลากรที่ปฏิบัติงานด้วยความรับผิดชอบและมีผลงานดีเด่นอย่างเหมาะสม เช่น กล่าวชมเชยในที่ประชุม การมอบเกียรติบัตร หรือการนำผลการปฏิบัติงานไปประกอบการพิจารณาความก้าวหน้าในสายงาน

1.3 ด้านความมั่นคง องค์กรควรสื่อสารให้บุคลากรรับรู้ถึงความมั่นคงของตำแหน่งงานในระบบราชการท้องถิ่น การสามารถปฏิบัติงานได้อย่างต่อเนื่องจนถึงเกษียณอายุ และการมีโอกาสก้าวหน้าในสายงานตามหลักเกณฑ์ของทางราชการ เพื่อเสริมสร้างความเชื่อมั่น ลดความกังวลด้านอาชีพ และส่งเสริมให้บุคลากรทุ่มเทปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

1.4 ด้านค่าตอบแทน องค์กรควรให้ความสำคัญกับระบบค่าตอบแทนและสวัสดิการของบุคลากรให้มีความเหมาะสม และสอดคล้องกับภาระงานที่ได้รับมอบหมาย เพื่อเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความพึงพอใจในหน้าที่

1.5 ด้านนโยบายและการบริหาร ผู้บริหารควรนำแนวทางนโยบายและบทบาทหน้าที่ที่กำหนดไว้อย่างชัดเจนไปใช้ควบคู่กับการบริหารงานเชิงมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้บุคลากรมีส่วนร่วมในการเสนอความคิดเห็น และตัดสินใจในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับภารกิจของหน่วยงาน รวมถึงปรับปรุงขั้นตอนการทำงานให้มีความยืดหยุ่นเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่และภารกิจท้องถิ่น เกิดความคล่องตัวในการทำงาน และช่วยส่งเสริมให้การปฏิบัติงานมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายการศึกษาตัวแปรด้านอื่นเพิ่มเติม เช่น ด้านวัฒนธรรมองค์กร ภาวะผู้นำหรือบรรยากาศในการทำงาน ที่อาจส่งผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพการทำงาน

2.2 ควรทำการศึกษากลุ่มตัวอย่างจากบุคลากรในเจเนอเรชันอื่น เช่น เจเนอเรชันเอ็กซ์ และเจเนอเรชันแซด เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างด้านแรงจูงใจในการปฏิบัติงานระหว่างช่วงวัยและเพื่อค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานที่แตกต่างกัน

2.3 ควรใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพร่วมกับเชิงปริมาณ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับแรงจูงใจ ทัศนคติ และพฤติกรรมการทำงานของบุคลากรเจเนอเรชั่นวายในองค์กรภาครัฐ

เอกสารอ้างอิง

กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น. (2559). *แผนยุทธศาสตร์กรมส่งเสริมการปกครองท้องถิ่น พ.ศ. 2560 – 2569*. กลุ่มงานยุทธศาสตร์และนโยบาย กองยุทธศาสตร์และแผนงาน. สืบค้น 30 ตุลาคม 2568 จาก https://www.uthailocal.go.th/dnm_file/news/756102837_center.pdf.

กุลิสรา กอปรเมธากุล และภิรดา ชัยรัตน์. (2566). แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์*, *7*(2), 76–95. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/saujournalssh/article/view/266139.

ชุลีวรรณ โชติวงษ์, กิตติยา สุขมี และจุฑารัตน์ ปิณฑะแพทย์. (2565). ปัจจัยด้านความคาดหวังของพนักงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ. *วารสารพัฒนาธุรกิจและอุตสาหกรรม, 2*(3), 3–16. https://so15.tci-thaijo.org/index.php/Journalbid/article/view/137.

ธันยพร วิศรียา และวัลภา หัตถกิจพาณิชกุล. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานในองค์กรของประชากรวัยทำงาน GENERATION Y หลังสถานการณ์ COVID-19. *วารสารวิชาการการตลาดและการจัดการมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 11*(1), 125–146. https://doi.org/10.60101/mmr.2024.267883.

บุรินทรวรวิทย์ พ่วนอุ่ย, อนุชิต บูรณพันธ์ และมัทนา วังถนอมศักดิ์. (2565). แรงจูงใจการทำงานในยุคปรกติใหม่. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 5*(4), 227–244. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/259705.

สุกัญญา ดีทอง. (2563). ตัวแปรที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของกลุ่มคน Gen Y. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 3*(2), 71–80. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/250163.

สุพาณี สังข์ทอง. (2564). ปัจจัยที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล อำเภอบางสะพาน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. *วารสารวิชาการ การจัดการภาครัฐและเอกชน, 3*(2), 100–109. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/appm/article/view/253924.

สุภาวิตา ชมภูประทีป และยุทธนาท บุณยะชัย. (2567). แรงจูงใจการทำงานที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานองค์การบริหารส่วนตำบลบางใหญ่ จังหวัดนนทบุรี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี, 6*(2), 66–76. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/3692.

สุรเจต ไชยพันธ์พงษ์. (2563). แรงจูงใจที่มีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนตำบล จังหวัดพะเยา. *วารสารสิรินธรปริทรรศน์, 21*(2), 340–354. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jsrc/article/view/248288.

Best, J. W. (1997). *Research in education* (3rd ed). Prentice Hall.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. B. (1959). *The motivation to work* (2nd ed). Wiley.

Petersen, E., & Plowman, E. G. (1960). *Business organization and management* (4th ed). Richard D. Irwin.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ กับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงาน มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

Relationships between ergonomic risks, the Big Five personality traits and work fatigue among office personnel at an autonomous university

พัชรีพร มานพ [1*], ปรัชญา ปิยะมโนธรรม [2], รังสิมา หอมเศรษฐี [3]
Patchareeporn Manop [1*], Prachaya Piyamanotham [2], Rungsima Homsettee [3]

[1] หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยาอุตสาหกรรมและองค์การ คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
[2,3] คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
[1] Master of Science Program in Industrial and Organizational Psychology, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University
[2,3] Faculty of Education, Ramkhamhaeng University
Corresponding author's e-mail: patchareeporn.m@rumail.ru.ac.th [1], prachaya@hotmail.com [2], rungsima@rumail.ru.ac.th [3]

Received: February 12, 2026 Revised: February 21, 2026 Accepted: March 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยเชิงครั้งนี้วัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน 2) เปรียบเทียบความเหนื่อยล้าจากการทำงานจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยล้าจากการทำงาน และ4) ทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานโดยใช้ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบเป็นตัวทำนาย กลุ่มตัวอย่างคือ บุคลากรสำนักงานจำนวน 155 คน เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยแบบสอบถามข้อมูลทั่วไป แบบสอบถามความเหนื่อยล้าจากการทำงาน แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และการประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ด้วยแบบประเมิน ROSA วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิง ได้แก่ การทดสอบทีสำหรับกลุ่มตัวอย่างอิสระ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว

สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 ผลการวิจัยพบว่า 1) ความเหนื่อยล้าจากการทำงานแตกต่างกันตามเพศอย่างมีนัยสำคัญ โดยเพศหญิงมีระดับความเหนื่อยล้าสูงกว่าเพศชาย 2) ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ขณะที่บุคลิกภาพแบบประนีประนอม แบบมีจิตสำนึก และแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์ทางลบอย่างมีนัยสำคัญ และ3) ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว และบุคลิกภาพแบบประนีประนอมร่วมกันทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ได้ร้อยละ 36.1 โดยบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีอิทธิพลสูงสุด รองลงมาคือ ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ และบุคลิกภาพแบบประนีประนอม

คำสำคัญ: ความเสี่ยงทางการยศาสตร์, บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ, ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน, บุคลากรสำนักงาน

Abstract

The objectives of this research were to 1) examine the levels of ergonomic risks, the Big Five personality traits, and work fatigue; 2) compare work fatigue across demographic factors, including gender, age, education level, and years of work experience; 3) examine the relationships of ergonomic risks and the Big Five personality traits with the work fatigue of office personnel; and 4) evaluate the predictive power of ergonomic risks and the Big Five personality traits on work fatigue. The sample consisted of 155 office personnel. The research instruments included a personal demographic questionnaire, a work fatigue questionnaire, the Big Five personality questionnaire, and an ergonomic risks assessment using the Rapid Office Strain Assessment (ROSA). Data were analyzed using descriptive statistics and inferential statistics, including the independent-samples t-test, one-way ANOVA, Pearson's correlation coefficient, and multiple regression analysis (enter method), with the significance level set at .05. The findings revealed that work fatigue differed significantly by gender, with females reporting higher work fatigue than males. Ergonomic risks and neuroticism were significantly and positively associated with work fatigue, whereas agreeableness, conscientiousness, and extraversion were negatively associated with it. Furthermore, ergonomic risks, neuroticism, and agreeableness jointly predicted work fatigue, explaining 36.1% of the variance. Neuroticism was the strongest predictor followed by ergonomic risks and agreeableness.

Keywords: ergonomic risks, Big Five personality traits, work fatigue, office personnel

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ท่ามกลางบริบทการทำงานในยุคดิจิทัล บุคลากรสำนักงานมีบทบาทสำคัญต่อการขับเคลื่อนภารกิจขององค์กร โดยเฉพาะในสถาบันอุดมศึกษาที่การปฏิบัติงานต้องอาศัยความถูกต้อง ความต่อเนื่อง และความรับผิดชอบสูง อย่างไรก็ตาม ลักษณะงานสำนักงานในปัจจุบันมักเกี่ยวข้องกับการใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน การนั่งทำงานต่อเนื่องและภาระงานที่สะสม ซึ่งอาจนำไปสู่ความเหนื่อยล้าจากการทำงานทั้งด้านร่างกายและจิตใจได้ ภาวะดังกล่าวไม่เพียงส่งผลต่อสุขภาวะของบุคลากร แต่ยังอาจสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการทำงานที่ลดลง รวมถึงกระบวนการคิดและการตัดสินใจในการปฏิบัติงาน (de Jong et al., 2020; Jia et al., 2022) จึงสะท้อนให้เห็นว่าความเหนื่อยล้าจากการทำงานมิใช่เพียงปัญหาในระดับปัจเจก แต่เป็นประเด็นที่อาจกระทบต่อประสิทธิผลขององค์กรในระยะยาว

จากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่ผ่านมา พบว่า ความเหนื่อยล้าจากการทำงานเกี่ยวข้องทั้งกับปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมการทำงานและปัจจัยด้านความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยแนวคิดด้านการยศาสตร์มุ่งเน้นการออกแบบงาน สถานีงาน และอุปกรณ์ให้เหมาะสมกับผู้ปฏิบัติงาน เพื่อลดความเมื่อยล้าและความเสี่ยงต่อความผิดปกติของระบบกล้ามเนื้อและกระดูก (Occupational Safety and Health Administration, n.d.) ขณะที่ผลการศึกษาหลายชิ้นชี้ว่า การนั่งทำงานเป็นเวลานานและการจัดสถานีงานที่ไม่เหมาะสมสัมพันธ์กับอาการปวดเมื่อยและความเหนื่อยล้าจากการทำงาน (Dzakpasu et al., 2021) นอกจากนี้ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบยังช่วยอธิบายความแตกต่างของบุคคลในด้านอารมณ์ ความคิด และการเผชิญปัญหา โดยบุคลิกภาพบางลักษณะอาจสัมพันธ์กับระดับความเหนื่อยล้าที่สูงหรือต่ำแตกต่างกัน (Di Fabio et al., 2021)

จากที่กล่าวมา การทำความเข้าใจความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานจึงควรพิจารณาร่วมกันทั้งปัจจัยด้านความเสี่ยงทางการยศาสตร์และปัจจัยด้านบุคลิกภาพ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ครอบคลุมและสอดคล้องกับสภาพปัญหาจริงในองค์กร งานวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยล้าของบุคลากรสำนักงานในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง โดยผลการศึกษาสามารถใช้เป็นข้อมูลเชิงประจักษ์ในการออกแบบหรือปรับปรุงสถานีงาน การเฝ้าระวังความเสี่ยงด้านสุขภาพจากการทำงาน และการส่งเสริมการดูแลบุคลากรให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละบุคคล อันจะเป็นประโยชน์ต่อการลดความเหนื่อยล้า เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน และยกระดับคุณภาพชีวิตการทำงานอย่างยั่งยืน (World Health Organization, 2022)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง
2. เพื่อเปรียบเทียบความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงาน
4. เพื่อศึกษาปัจจัยทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงาน โดยใช้ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบเป็นตัวแปรทำนาย

การทบทวนวรรณกรรม

การทบทวนวรรณกรรมส่วนนี้รวบรวมแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายกรอบความสัมพันธ์ของตัวแปรในการศึกษา โดยนำเสนอสาระสำคัญเกี่ยวกับความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในงานสำนักงาน และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบตามลำดับ

ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน

ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน เป็นภาวะที่เกิดจากการใช้พลังงานและความพยายามทั้งทางกายและจิตใจอย่างต่อเนื่องจนทำให้บุคคลรู้สึกอ่อนเพลีย ความตื่นตัวลดลง และสมรรถนะในการทำงานถดถอย ซึ่งอาจส่งผลต่อทั้งความปลอดภัยและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน (Safe Work Australia, 2013) โดยในบริบทการทำงานปัจจุบันความเหนื่อยล้าไม่ได้จำกัดอยู่เพียงด้านร่างกาย แต่ยังครอบคลุมความล้าทางความคิดและอารมณ์ที่อาจเกิดขึ้น

ระหว่างปฏิบัติงานและต่อเนื่องหลังเลิกงานได้ ในเชิงแนวคิด ความเหนื่อยล้าถือเป็นภาวะหลายมิติที่เกี่ยวข้องทั้งการรับรู้ความล้าและความสามารถในการปฏิบัติงาน โดยสัมพันธ์กับการทำงานของระบบประสาทส่วนกลางและระบบกล้ามเนื้อ ซึ่งเมื่อบุคคลทำงานต่อเนื่องเป็นเวลานาน อาจส่งผลให้ความพร้อมและความสามารถในการควบคุมการทำงานลดลง (Enoka & Duchateau, 2016) สำหรับบริบทงานสำนักงาน ความเหนื่อยล้าสามารถอธิบายได้ 3 ด้าน ได้แก่ ความเหนื่อยล้าด้านร่างกาย ความเหนื่อยล้าด้านจิตใจ และความเหนื่อยล้าด้านอารมณ์ ซึ่งสะท้อนการลดลงของพลังงาน สมาธิ และความสามารถในการจัดการอารมณ์ระหว่างการทำงาน (Frone & Tidwell, 2015)

ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในงานสำนักงาน

ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในงานสำนักงาน หมายถึง ปัจจัยเสี่ยงจากการทำงานที่เกิดจากปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ปฏิบัติงาน งาน อุปกรณ์หรือสถานีงาน และสภาพแวดล้อม ซึ่งอาจส่งผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจของบุคลากร โดยเฉพาะในงานที่ต้องใช้คอมพิวเตอร์เป็นเวลานาน ทำงานซ้ำ ๆ และคงท่าทางเดิมต่อเนื่อง จนอาจนำไปสู่อาการปวดเมื่อยระบบกระดูกและกล้ามเนื้อ ความล้าทางสายตา ปวดศีรษะ ความเครียด และความเมื่อยล้าโดยรวม (European Agency for Safety and Health at Work, 2021) ทั้งนี้ หลักการยศาสตร์มุ่งออกแบบงาน อุปกรณ์ สถานีงาน และสภาพแวดล้อมให้สอดคล้องกับสรีระและข้อจำกัดของมนุษย์ เพื่อส่งเสริมความปลอดภัย ความสบาย และประสิทธิภาพในการทำงาน (Berry & Loeb, 2021) โดยการพิจารณาความเสี่ยงในงานสำนักงานมักครอบคลุมทั้งการยศาสตร์เชิงกายภาพ การยศาสตร์เชิงจิตวิทยาหรือการรับรู้ และการยศาสตร์เชิงองค์กร ซึ่งล้วนมีส่วนกำหนดระดับความเสี่ยงที่เกิดขึ้นจริง สำหรับการประเมินความเสี่ยงอย่างเป็นรูปธรรม งานวิจัยด้านการยศาสตร์นิยมใช้แบบประเมิน ROSA (Rapid Office Strain Assessment) เพื่อประเมินความเสี่ยงจากสถานีงานคอมพิวเตอร์อย่างรวดเร็ว โดยครอบคลุมองค์ประกอบสำคัญ ได้แก่ เก้าอี้ จอคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์ ตลอดจนเมาส์และแป้นพิมพ์ พร้อมทั้งพิจารณาระยะเวลาใช้งาน ซึ่งคะแนนรวมตั้งแต่ 1–10 คะแนน และคะแนนมากกว่า 5 สะท้อนว่ามีความเสี่ยงสูงที่ควรได้รับการปรับปรุงสถานีงาน (Sonne et al., 2012)

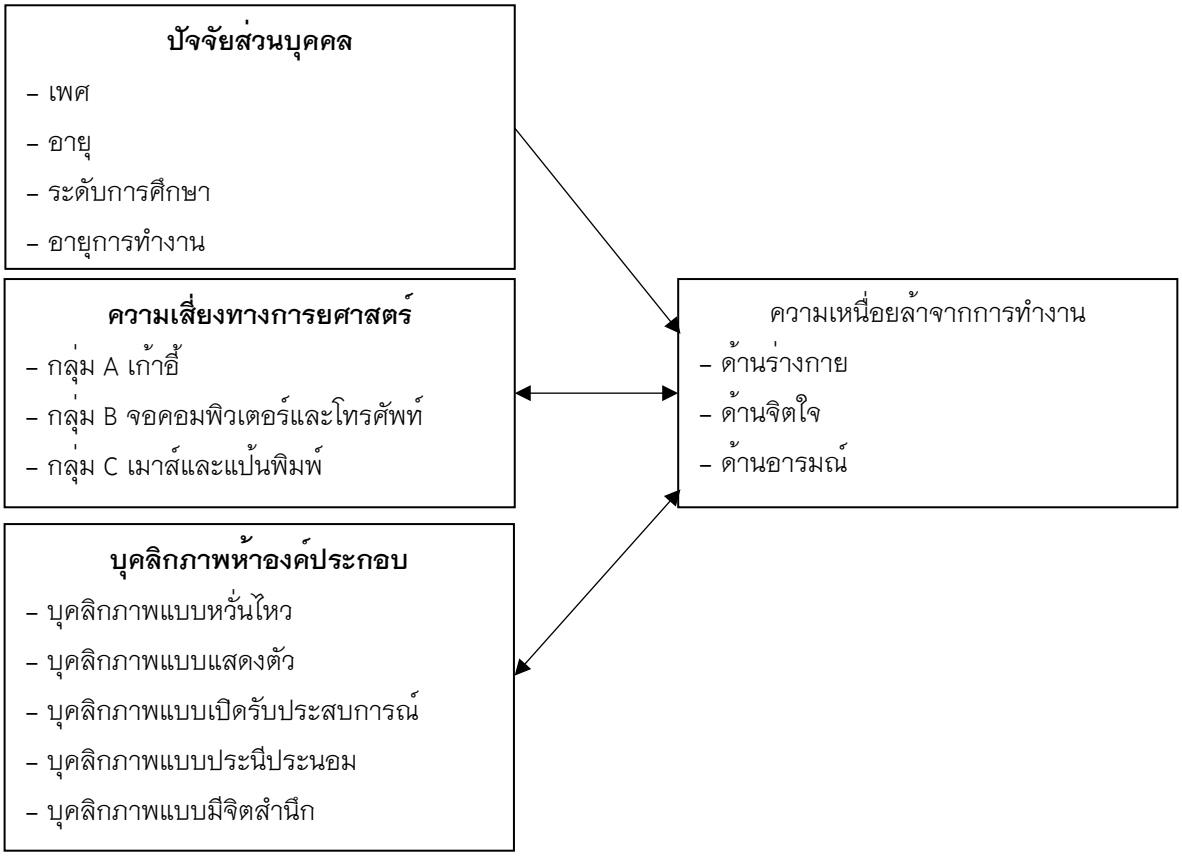
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ

บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ เป็นกรอบแนวคิดเชิงลักษณะนิสัยที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในการอธิบายความแตกต่างระหว่างบุคคล โดยมองว่าบุคลิกภาพเป็นแบบแผนคุณลักษณะที่ค่อนข้างคงที่และมีอิทธิพลต่อการรับรู้ อารมณ์ และพฤติกรรมของบุคคลในสถานการณ์ต่าง ๆ (Costa & McCrae, 1992) กรอบแนวคิดนี้จำแนกบุคลิกภาพออกเป็น 5 มิติหลัก ได้แก่ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว ซึ่งสะท้อนแนวโน้มต่ออารมณ์ด้านลบ และความเปราะบางต่อความเครียด บุคลิกภาพแบบแสดงตัว ซึ่งสะท้อนความชอบเข้าสังคมและความกระตือรือร้น บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ ซึ่งสะท้อนความยืดหยุ่นทางความคิดและความสนใจต่อสิ่งใหม่ บุคลิกภาพแบบประนีประนอม ซึ่งสะท้อนความเอื้อเฟื้อและการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก และบุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก ซึ่งสะท้อนความรับผิดชอบ ความมีวินัย และการมุ่งเป้าหมาย (Costa & McCrae, 2008) ในบริบทการทำงาน บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสำคัญต่อการอธิบายพฤติกรรม การปรับตัว และการเผชิญความเครียดของบุคลากร ซึ่งอาจเชื่อมโยงกับระดับความเหนื่อยล้าจากการทำงานที่แตกต่างกันระหว่างบุคคล ทั้งนี้ การวัดบุคลิกภาพในงานวิจัยร่วมสมัยมักอ้างอิงแนวคิดดังกล่าวและสามารถประเมินได้ด้วยแบบวัดฉบับย่อ เช่น Big Five Inventory–2 Short Form (BFI–2–S) ซึ่งเหมาะสำหรับการเก็บข้อมูลภาคสนามและยังคงคุณภาพการวัดในระดับที่ยอมรับได้ (Soto & John, 2017)

โดยสรุปวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องสะท้อนให้เห็นว่า ความเหนื่อยล้าจากการทำงานเป็นภาวะหลายมิติ และมีความสัมพันธ์กับทั้งความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในงานสำนักงานและบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการกำหนดกรอบแนวคิดและตีความผลการศึกษาในบทความนี้

กรอบแนวคิดของการวิจัย

งานวิจัยนี้พัฒนากรอบแนวคิดจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่ออธิบายความเหนื่อยล้าจากการทำงานในบริบทงานสำนักงาน โดยพิจารณาความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบเป็นปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์กับความเหนื่อยล้า และใช้ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นตัวแปรสำหรับการเปรียบเทียบ กรอบแนวคิดของการวิจัย ดังแสดงในภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณแบบภาคตัดขวาง (cross-sectional research) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ บุคลากรสำนักงานในมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรประจำสำนักงานที่ใช้คอมพิวเตอร์เป็นประจำเฉลี่ยมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน และใช้งานร่วมกับอุปกรณ์สำนักงาน จำนวน 395 คน การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างคำนวณด้วยโปรแกรม G*Power สำหรับการทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติ Pearson's correlation (effect size = .30, α = .05, power = .95) ได้ขนาดตัวอย่างขั้นต่ำ 138 คน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างเป้าหมายเป็น 172 คน เพื่อรองรับข้อมูลไม่สมบูรณ์

และใช้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิอย่างเป็นสัดส่วนตามหน่วยงาน เกณฑ์คัดเข้า ได้แก่ เป็นบุคลากรสายสนับสนุนที่ใช้คอมพิวเตอร์เฉลี่ยมากกว่า 4 ชั่วโมงต่อวัน และใช้งานร่วมกับอุปกรณ์สำนักงาน ส่วนเกณฑ์คัดออกคือแบบสอบถามที่ตอบไม่สมบูรณ์เกินร้อยละ 10 หรือมีรูปแบบการตอบซ้ำเดิมทุกข้อคำถาม

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย 4 ส่วน ได้แก่ 1) แบบสอบถามปัจจัยส่วนบุคคล 5 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และระยะเวลาการนั่งทำงานกับคอมพิวเตอร์ 2) แบบสอบถามความเหนื่อยล้าจากการทำงาน พัฒนาจาก Three-Dimensional Work Fatigue Inventory (3D-WFI) ของ Frone & Tidwell (2015) จำนวน 18 ข้อ ครอบคลุม 3 ด้าน ได้แก่ ด้านร่างกาย ด้านจิตใจ และด้านอารมณ์ ใช้มาตรวัดลิเคิร์ท 5 ระดับ 3) แบบสอบถามบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พัฒนาจากแนวคิดของ Costa & McCrae (1992) และ Big Five Inventory-2 Short Form ของ Soto & John (2017) จำนวน 30 ข้อ ครอบคลุม 5 ด้าน ได้แก่ หวั่นไหว แสดงตัวเปิดรับประสบการณ์ประนีประนอม และมีจิตสำนึก ใช้มาตรวัดลิเคิร์ท 5 ระดับ และ 4) แบบประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ Rapid Office Strain Assessment (ROSA) สำหรับประเมินความเสี่ยงจากการทำงานกับคอมพิวเตอร์และอุปกรณ์สำนักงาน (Sonne et al., 2012)

แบบสอบถามส่วนที่ 2 และ 3 ผ่านการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน พบว่ามีค่า IOC เท่ากับ 1.00 และได้นำไปทดลองใช้กับบุคลากรสำนักงานที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน โดยมีค่า corrected item-total correlation อยู่ระหว่าง .313-.881 และมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมากกว่า .70 ส่วนแบบประเมิน ROSA ใช้ฉบับแปลภาษาไทยที่ผ่านการตรวจสอบคุณภาพแล้ว โดยมีค่าความตรงตามเนื้อหาและความเชื่อมั่นระหว่าง/ภายในผู้ประเมินอยู่ในระดับสูง (Kingkaew et al., 2018)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการ 3 ขั้นตอน ได้แก่ 1) จัดทำหนังสือขอความอนุเคราะห์เพื่อเก็บข้อมูลสำหรับการวิจัยจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 2) ผู้วิจัยแจกแบบสอบถามให้แก่บุคลากรที่สมัครใจเข้าร่วม พร้อมชี้แจงวัตถุประสงค์และแนวทางการตอบแบบสอบถามก่อนการตอบจริง โดยแจกแบบสอบถามทั้งหมด 172 ชุด และได้รับแบบสอบถามที่ตอบสมบูรณ์จำนวน 155 ชุด คิดเป็นร้อยละ 90.12 และ 3) ผู้วิจัยประเมินความเสี่ยงทางการยศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีข้อมูลครบถ้วนจำนวน 155 คนด้วยแบบประเมิน ROSA เป็นรายบุคคล ใช้เวลาประเมินประมาณ 15-20 นาทีต่อราย จากนั้นจึงดำเนินการลงรหัสข้อมูลและวิเคราะห์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ เพื่อสรุปผลและจัดทำรายงานผลการวิจัย

การพิทักษ์สิทธิ์กลุ่มตัวอย่าง (จริยธรรมการวิจัย) งานวิจัยนี้ผ่านการรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยที่เกี่ยวข้องกับมนุษย์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง (RU-HRE 67/0106 โดยรับรอง ณ วันที่ 18 กรกฎาคม 2567) ผู้เข้าร่วมวิจัยได้รับคำชี้แจงเกี่ยวกับวัตถุประสงค์ ขั้นตอนการเก็บข้อมูล และสิทธิในการปฏิเสธหรือถอนตัวได้โดยสมัครใจ ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บเป็นความลับและรายงานผลในภาพรวมเพื่อประโยชน์ทางวิชาการเท่านั้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติอ้างอิงดังนี้

1) วิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างด้วยค่าความถี่และร้อยละ

2) วิเคราะห์ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบด้วยค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

3) เปรียบเทียบความเหนื่อยล้าจากการทำงานตามเพศด้วย independent sample t–test และตามอายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานด้วย One–way ANOVA โดยหากพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญจะเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธี Scheffé

4) วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรด้วย Pearson's correlation coefficient โดยกำหนดเกณฑ์การแปลผลค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ดังนี้ (ฐิรชัย หงษ์ยันตรชัย, 2565) r = 1.00 หมายถึง สัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์ r ≥ .80 หมายถึง สัมพันธ์กันสูง r = 0.60–0.79 หมายถึง สัมพันธ์กันค่อนข้างสูง r = .40–.59 หมายถึง สัมพันธ์กันปานกลาง r = .20–.39 หมายถึง สัมพันธ์กันค่อนข้างต่ำ r < .20 หมายถึง สัมพันธ์กันต่ำ และ r = 0 หมายถึง ไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

5) วิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อสร้างสมการทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน โดยใช้วิธี Enter และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามวัตถุประสงค์ของการศึกษา ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ระดับความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ ตลอดจนผลการเปรียบเทียบความแตกต่าง ความสัมพันธ์ และการทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ดังต่อไปนี้

1. กลุ่มตัวอย่างจำนวน 155 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 73.5) มีอายุ 41–50 ปี (ร้อยละ 45.8) จบการศึกษาระดับปริญญาโท (ร้อยละ 60.0) และมีอายุการทำงาน 16–20 ปี (ร้อยละ 23.9)

2. ผลการวิเคราะห์ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่อยู่ในระดับมีความเสี่ยง (คะแนน ROSA 5–10 คะแนน) จำนวน 115 คน คิดเป็นร้อยละ 74.19 ขณะที่อยู่ในระดับไม่มีความเสี่ยง (คะแนน ROSA 1–4 คะแนน) จำนวน 40 คน คิดเป็นร้อยละ 25.81 โดยมีคะแนนความเสี่ยงทางการยศาสตร์โดยรวมเฉลี่ยเท่ากับ 5.387 (SD = 1.164) ดังตาราง 1

เมื่อพิจารณารายองค์ประกอบของสถานีงานตามแบบประเมิน ROSA พบว่า ปัจจัยเสี่ยงสำคัญกระจุกตัวอยู่ในอุปกรณ์หลายส่วน โดย กลุ่ม A (เก้าอี้) แม้ความสูงของเก้าอี้ส่วนใหญ่เหมาะสม (92.90%) แต่พบข้อจำกัดด้านการปรับอุปกรณ์ค่อนข้างมาก ได้แก่ เบาะนั่งปรับระยะไม่ได้ 154 คน (ร้อยละ 99.35) ที่พักแขนปรับไม่ได้ 154 คน (ร้อยละ 99.35) และพนักพิงปรับไม่ได้ 146 คน (ร้อยละ 94.19) รวมถึงที่พักแขนกว้างเกินไป 65 คน (ร้อยละ 41.94) และโต๊ะหรือพื้นที่ทำงานสูงเกินไป 25 คน (ร้อยละ 16.13) ขณะที่ กลุ่ม B (จอคอมพิวเตอร์และโทรศัพท์) พบว่าหน้าจออยู่ในระดับสายตา ร้อยละ 70.32 แต่ยังมีการจัดระดับจอไม่เหมาะสม (ต่ำเกินไป ร้อยละ 14.84 และสูงเกินไป ร้อยละ 14.19) และจุดเสี่ยงที่พบมากที่สุดคือ ไม่มีที่วางเอกสาร 152 คน (ร้อยละ 98.06) ส่วน กลุ่ม C (เมาส์และแป้นพิมพ์) พบว่า เมาส์วางอยู่ไกลต้องเอื้อมมือไปจับ 97 คน (ร้อยละ 62.58) และมากกว่าครึ่งไม่มีที่รองเมาส์ที่นุ่มหรือมีที่รองฝ่ามือพื้นผิวแข็ง 80 คน (ร้อยละ 51.61) อีกทั้งท่าทางข้อมือขณะพิมพ์พบการกระดกข้อมือขึ้น 99 คน (ร้อยละ 63.87) และแท่นวางแป้นพิมพ์ปรับระดับไม่ได้ 155 คน (ร้อยละ 100.00) ซึ่งสะท้อนประเด็นที่ควรให้ความสำคัญในการปรับปรุงสถานีงานเพื่อลดความเสี่ยงทางการยศาสตร์ในภาพรวม

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความเสี่ยงทางการยศาสตร์ โดยรวม

ความเสี่ยงทางการยศาสตร์	จำนวน (คน)	ร้อยละ	$\overline{X}$	S.D.
ไม่มีความเสี่ยง (1–4 คะแนน)	40	25.81	3.87	.335
มีความเสี่ยง (5–10 คะแนน)	115	74.19	5.91	.844
ภาพรวม	155	100.00	5.38	1.16

3. ผลการวิเคราะห์บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.47, S.D = .26) โดยเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับสูง 3 ด้าน และระดับปานกลาง 2 ด้าน ดังตาราง 2

4. ผลการวิเคราะห์ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความเหนื่อยล้าจากการทำงานโดยภาพรวม อยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.62, S.D. = .73) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าความเหนื่อยล้าด้านร่างกายอยู่ในระดับปานกลาง ขณะที่ด้านจิตใจและด้านอารมณ์อยู่ในระดับต่ำ ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน

รายการ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับ	อันดับ
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ	3.47	.26	ปานกลาง	
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	2.52	.64	ปานกลาง	5
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	3.64	.61	สูง	3
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	3.14	.45	ปานกลาง	4
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	4.04	.55	สูง	1
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	4.03	.57	สูง	2
ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน	2.62	.73	ปานกลาง	
ด้านร่างกาย	3.16	.96	ปานกลาง	1
ด้านจิตใจ	2.33	.86	ต่ำ	3
ด้านอารมณ์	2.38	.83	ต่ำ	2

5. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานที่ 1 บุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคลต่างกัน มีความเหนื่อยล้าจากการทำงานแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า บุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งที่มีเพศแตกต่างกัน มีความเหนื่อยล้าจากการทำงาน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ และภาพรวม ($p < .05$) โดยเพศหญิงมีค่าเฉลี่ยความเหนื่อยล้าสูงกว่าเพศชาย ดังตาราง 3 ขณะที่บุคลากรที่มี อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานแตกต่างกัน มีความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติทั้งรายด้านและภาพรวม ($p > .05$) ดังตาราง 4 ดังนั้น ปัจจัยส่วนบุคคลไม่ได้ทำให้ความเหนื่อยล้าแตกต่างกันทุกด้าน พบแตกต่างเฉพาะด้านเพศ เท่านั้น

ตาราง 3 การเปรียบเทียบคะแนนเฉลี่ยความเหนื่อยล้าจากการทำงาน จำแนกตามเพศ

ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน	ชาย		หญิง		t	p-value
	$\overline{X}$	S.D.	$\overline{X}$	S.D.		
ด้านร่างกาย	2.88	.88	3.26	.97	-2.22	.02*
ด้านจิตใจ	2.11	.72	2.41	.90	-1.93	.05
ด้านอารมณ์	2.01	.71	2.52	.84	-3.49	.00*
ภาพรวม	2.33	.66	2.73	.73	-3.07	.00*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4 การวิเคราะห์ความแปรปรวนคะแนนเฉลี่ยความเหนื่อยล้าจากการทำงาน จำแนกตามอายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน

ปัจจัยส่วนบุคคล	ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน	F	p-value
อายุ	ด้านร่างกาย	2.31	.07
	ด้านจิตใจ	2.01	.11
	ด้านอารมณ์	2.28	.08
	ภาพรวม	1.73	.16
ระดับการศึกษา	ด้านร่างกาย	2.08	.10
	ด้านจิตใจ	.94	.42
	ด้านอารมณ์	.76	.51
	ภาพรวม	1.50	.21
อายุการทำงาน	ด้านร่างกาย	.54	.74
	ด้านจิตใจ	.83	.52
	ด้านอารมณ์	.81	.54
	ภาพรวม	.60	.69

สมมุติฐานที่ 2 ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ (ROSA score) มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าจากการทำงานโดยรวมในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = .336$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < .05$) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าความเสี่ยงทางการยศาสตร์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าด้านร่างกายในระดับปานกลาง ($r = .576$, $p < .05$) ขณะที่ด้านจิตใจและด้านอารมณ์ไม่พบความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญ ($p > .05$) สำหรับบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ พบว่าคะแนนบุคลิกภาพโดยรวมมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเหนื่อยล้าด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ และคะแนนรวมในระดับค่อนข้างต่ำ ($r = -.213$, $-.222$ และ $-.200$; $p < .05$) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าทุกด้าน ($p < .05$) ขณะที่บุคลิกภาพแบบประนีประนอม บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก และบุคลิกภาพแบบแสดงตัวมีความสัมพันธ์ทางลบกับความเหนื่อยล้า

ในหลายด้านอย่างมีนัยสำคัญ ($p < .05$) ส่วนบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์สัมพันธ์ทางลบเฉพาะด้านอารมณ์ ($p < .05$) ดังตาราง 5

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์ และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบกับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ตัวแปร	ความเหนื่อยล้าจากการทำงาน			
	ด้านร่างกาย	ด้านจิตใจ	ด้านอารมณ์	รวม
ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ (ROSA Score)	.57*	.13	.08	.33*
บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบโดยรวม	–.07	–.21*	–.22*	–.20*
–บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	.24*	.46*	.53*	.49*
–บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	–.13	–.30*	–.39*	–.33*
–บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.01	–0.13	–.17*	–.11
–บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	–.18*	–.36*	–.32*	–.34*
– บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	–.13	–.22*	–.23*	–.23*

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สมมุติฐานที่ 3 ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สามารถร่วมกันทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณเท่ากับ $R = .601$ และมีอำนาจในการทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานได้ร้อยละ 36.1 ($R^2 = .361$) ทั้งนี้ ตัวแปรที่เป็นตัวทำนายอย่างมีนัยสำคัญ ได้แก่ ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ และบุคลิกภาพแบบหวั่นไหว ซึ่งมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความเหนื่อยล้า ขณะที่บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีอิทธิพลเชิงลบ ส่วนบุคลิกภาพด้านแสดงตัว เปิดรับประสบการณ์ และมีจิตสำนึก ไม่เป็นตัวทำนายอย่างมีนัยสำคัญ ($p > .05$) ดังตาราง 6

ตาราง 6 การวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณระหว่างความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ และความเหนื่อยล้าจากการทำงาน

ตัวแปรทำนาย	B	SE_{est}	β	t	p–value
ค่าคงที่	1.68	.73		2.30	.02
ความเสี่ยงทางการยศาสตร์	.18	.04	.29	4.33*	.00
บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว	.40	.08	.35	4.53*	.00
บุคลิกภาพแบบแสดงตัว	–.13	.09	–.11	–1.44	.15
บุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์	.05	.11	.03	.47	.63
บุคลิกภาพแบบประนีประนอม	–.24	.10	– .18	–2.27*	.02
บุคลิกภาพแบบมีจิตสำนึก	.05	.09	.04	.60	.54
$R = .60$, $R^2 = .36$, Adj. $R^2 = .336$, $SE_{est} = .59$, Durbin–Watson = 1.83, F = 13.96, Sig. = .000					

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การอภิปรายผล

สมมุติฐานที่ 1 บุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งที่มีปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงานต่างกัน มีความเหนื่อยล้าจากการทำงานแตกต่างกัน

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 1 ชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยส่วนบุคคลที่ทำให้ความเหนื่อยล้าจากการทำงานแตกต่างกัน คือ เพศ โดยเพศหญิงมีความเหนื่อยล้าสูงกว่าเพศชายใน ด้านร่างกาย ด้านอารมณ์ และโดยภาพรวม ขณะที่ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทั้งในภาพรวมและรายด้าน ทั้งนี้ ความแตกต่างตามเพศอาจสะท้อนลักษณะงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยที่เพศหญิง มักรับภาระงานประสานงาน งานเอกสาร และงานบริการในปริมาณสูง ร่วมกับบทบาทในครอบครัว ทำให้เกิดการสะสมภาระและความตึงเครียดมากกว่า ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Eagly & Wood (2012) นอกจากนี้ ความเหนื่อยล้าด้านร่างกายที่สูงกว่าอาจเกี่ยวข้องกับการทำงานหน้าจอและท่าทางซ้ำ ๆ ต่อเนื่อง จนเพิ่มอาการล้า/ไม่สบายบริเวณลำตัวส่วนบน สอดคล้องกับงานวิจัยของ Goldsmith (2024) ส่วนความแตกต่างด้านอารมณ์อาจเชื่อมโยงกับงานบริการและการประสานงานที่ต้องใช้การกำกับอารมณ์และปฏิสัมพันธ์ต่อเนื่อง ขณะที่ด้านจิตใจไม่แตกต่างตามเพศ อาจสะท้อนว่าความต้องการด้านการคิดและสมาธิของงานใกล้เคียงกันในทุกกลุ่ม สำหรับ อายุ ระดับการศึกษา และอายุการทำงาน ที่ไม่พบความแตกต่าง อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างเผชิญลักษณะงานและสภาพแวดล้อมที่คล้ายกัน เช่น การทำงานหน้าจอเป็นเวลานาน งานท่าทางซ้ำ และรูปแบบชั่วโมงงานที่ใกล้เคียงกัน จึงทำให้ระดับความเหนื่อยล้าไม่ต่างกันอย่างเด่นชัด โดยสอดคล้องกับงานวิจัยของ Ramasamy (2023) ที่ชี้ว่าความเหนื่อยล้าของพนักงานออฟฟิศสัมพันธ์กับปัจจัยเชิงงาน (เช่น ภาระงาน/แรงจูงใจ) มากกว่าคุณลักษณะประชากรศาสตร์ อีกทั้งผลที่อายุการทำงานไม่แตกต่าง อาจอธิบายได้จากบริบทองค์กรลักษณะภาครัฐที่มีโครงสร้างงานและสวัสดิการพื้นฐานใกล้เคียงกัน ทำให้โอกาสในการฟื้นตัวไม่ต่างมากระหว่างกลุ่ม ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Hasna (2023) ที่รายงานว่าระยะเวลาการทำงานไม่สัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าอย่างมีนัยสำคัญ

สมมติฐานที่ 2 ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบมีความสัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าจากการทำงาน ผลการทดสอบชี้ว่า ความเสี่ยงทางการยศาสตร์สัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าจากการทำงานโดยภาพรวมในระดับค่อนข้างต่ำ และสัมพันธ์ชัดเจนกับ ความเหนื่อยล้าด้านร่างกายในระดับปานกลาง ขณะที่ ด้านจิตใจและด้านอารมณ์ไม่พบความสัมพันธ์ ทั้งนี้สามารถอธิบายได้ว่า ความเสี่ยงทางการยศาสตร์สะท้อน “ภาระเชิงชีวกลศาสตร์” จากการทำงานท่าคงที่/ซ้ำ ๆ และการจัดวางอุปกรณ์ที่ไม่เหมาะสม (เช่น ตำแหน่งจอ เมาส์ เก้าอี้) ซึ่งก่อให้เกิดการเกร็งและใช้กล้ามเนื้อคอ ไหล่ หลัง และแขนต่อเนื่อง ส่งผลให้เกิด “ความล้าทางกาย” ได้โดยตรง จึงทำให้ความสัมพันธ์ปรากฏเด่นในมิติด้านร่างกายและสะท้อนในภาพรวมของความเหนื่อยล้าได้บางส่วน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ de Barros et al. (2022) ที่ชี้ว่าการปรับสถานีงานตามหลักการยศาสตร์สามารถลดการรับสัมผัสท่าทางเสี่ยงและความไม่สบายทางกายที่พนักงานรับรู้ได้จริง ในทางกลับกัน ความเหนื่อยล้าด้านจิตใจและอารมณ์มักถูกกำหนดโดยปัจจัยที่ซับซ้อนกว่า เช่น ภาระงานทางความคิด ความกดดันเชิงจิตสังคม และกระบวนการฟื้นตัวหลังงาน จึงอาจไม่สะท้อนความสัมพันธ์กับปัจจัยยศาสตร์ในระยะสั้นหรือในระดับสถานีงานเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดที่มอง “ความเหนื่อยล้า” เป็นปรากฏการณ์หลายมิติที่มีกลไกส่วนปลาย (กล้ามเนื้อ) และส่วนกลาง (ระบบประสาท/การรับรู้/อารมณ์) แตกต่างกัน (Patikas et al., 2018)

สำหรับประเด็นบุคลิกภาพ ผลการทดสอบพบว่า บุคลิกภาพห้าองค์ประกอบโดยรวมสัมพันธ์ทางลบกับความเหนื่อยล้าด้านจิตใจ ด้านอารมณ์ และความเหนื่อยล้าโดยภาพรวมในระดับค่อนข้างต่ำ สะท้อนว่า “ลักษณะนิสัยเชิงบวกต่อการกำกับตนเอง” อาจช่วยลดการสะสมความล้าในมิติที่เกี่ยวกับการคิดและอารมณ์ได้ โดยเฉพาะเมื่อพิจารณารายมิติ พบแนวโน้มสำคัญว่า บุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสัมพันธ์ทางบวกกับความเหนื่อยล้าหลายด้าน ซึ่งอาจเกิดจากความไวต่อความเครียด การตีความสิ่งเร้าเชิงลบ และการฟื้นตัวทางอารมณ์ที่ช้ากว่า ขณะที่ บุคลิกภาพแบบแสดงตัว แบบประนีประนอม และแบบมีจิตสำนึกสัมพันธ์ทางลบกับความเหนื่อยล้า เช่น ในด้านจิตใจ/อารมณ์ อาจสะท้อนบทบาทของพลังทางสังคม การจัดการอารมณ์ การวางแผน และวินัยในการจัดลำดับงานที่ช่วยลดความตึงเครียดสะสมและเอื้อต่อการฟื้นตัวมากกว่า ส่วนบุคลิกภาพแบบเปิดรับประสบการณ์ที่สัมพันธ์เฉพาะด้านอารมณ์ อาจสะท้อนความยืดหยุ่นในการปรับกรอบคิดต่อสถานการณ์ที่ท้าทายได้บางส่วน โดยภาพรวมข้อค้นพบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stephan et al. (2022) ที่รายงานความเชื่อมโยงระหว่างลักษณะบุคลิกภาพกับแนวโน้มความเหนื่อยล้าในระยะยาว โดยเฉพาะบทบาทของความหวั่นไหวที่สัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าที่สูงขึ้น และลักษณะเชิงทรัพยากรส่วนบุคคลที่สัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าที่ลดลง

สมมติฐานที่ 3 ความเสี่ยงทางการยศาสตร์และบุคลิกภาพห้าองค์ประกอบ สามารถร่วมกันทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่ง

ผลการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า ความเสี่ยงทางการยศาสตร์ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว และบุคลิกภาพแบบประนีประนอม สามารถร่วมกันทำนายความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐแห่งหนึ่งได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยโมเดลสามารถอธิบายความแปรปรวนของความเหนื่อยล้าได้ ร้อยละ 36.1 ทั้งนี้ ตัวทำนายที่มีอิทธิพลมากที่สุดคือ บุคลิกภาพแบบหวั่นไหว รองลงมาคือความเสี่ยงทางการยศาสตร์ ขณะที่บุคลิกภาพแบบประนีประนอมมีอิทธิพลเชิงลบ สะท้อนบทบาทเชิงปกป้องต่อความเหนื่อยล้า จากผลการศึกษาอธิบายได้ว่า ความเหนื่อยล้าในงานสำนักงานเกิดจากปัจจัยเชิงระบบที่ผสานกันระหว่าง 1) สภาพแวดล้อมและสถานีงาน ที่ก่อภาระเชิงกายภาพสะสม และ 2) ความแตกต่างระหว่างบุคคล ที่มีผลต่อการรับรู้ความกดดัน การกำกับอารมณ์ และการฟื้นตัวหลังงาน โดยบุคคลที่มีบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวสูง มักไวต่อสิ่งกระตุ้นเชิงลบ วิตกกังวลง่าย และใช้ทรัพยากรทางอารมณ์/ความคิดมาก จึงมีแนวโน้มเกิดความเหนื่อยล้าสะสมสูงขึ้น ขณะที่ผู้ที่มีบุคลิกภาพแบบประนีประนอมสูง มักร่วมมือ เห็นอกเห็นใจ และลดความขัดแย้งในการทำงานได้ดี ส่งผลให้ความตึงเครียดและความเหนื่อยล้าลดลง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Stephan et al. (2022) ที่ชี้ว่าบุคลิกภาพแบบหวั่นไหวเป็นปัจจัยเสี่ยงต่อความเหนื่อยล้า ส่วนบุคลิกภาพเชิงทรัพยากรบางมิติสัมพันธ์กับความเหนื่อยล้าที่ต่ำกว่า และสอดคล้องกับงานวิจัยของ Parra et al. (2022) ที่รายงานความสัมพันธ์เชิงบวกระหว่างความหวั่นไหวกับความเหนื่อยล้า และความสัมพันธ์เชิงลบของความประนีประนอมในบริบทการทำงาน นอกจากนี้ การที่ความเสี่ยงทางการยศาสตร์เป็นตัวทำนายเชิงบวก ยังชี้ว่า ภาระเชิงชีวกลศาสตร์จากท่าทางซ้ำ ๆ/คงที่ และการจัดวางอุปกรณ์ที่ไม่เหมาะสมสามารถผลักดันระดับความเหนื่อยล้าให้สูงขึ้นได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ de Barros et al. (2022) ที่เสนอว่าเมื่อปรับสถานีงานตามหลักการยศาสตร์ คะแนนความเสี่ยงลดลงและช่วยบรรเทาผลลัพธ์ด้านความไม่สบายทางกายที่เกี่ยวข้องกับงานสำนักงานได้จริง

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า ความเหนื่อยล้าจากการทำงานของบุคลากรสำนักงานมิได้เกิดจากปัจจัยด้านกายภาพหรือปัจจัยด้านจิตสังคมเพียงลำพัง แต่เป็นผลจากการทำงานร่วมกันของทั้งสองมิติอย่างเป็นระบบ โดย

ความเสี่ยงทางการยศาสตร์สะท้อนภาระจากสภาพงานและสถานีงานที่ส่งผลต่อความเหนื่อยล้า โดยเฉพาะด้านร่างกาย ขณะที่บุคลิกภาพเป็นปัจจัยด้านจิตสังคมที่มีส่วนกำหนดการรับรู้ความเครียด การควบคุมอารมณ์ และการตอบสนองต่อภาระงาน จึงอาจทำหน้าที่เป็นทั้งปัจจัยเสี่ยงหรือปัจจัยปกป้องต่อความเหนื่อยล้าได้ องค์ความรู้ใหม่จากการศึกษานี้จึงอยู่ที่การอธิบายความเหนื่อยล้าจากการทำงานในมุมมองเชิงบูรณาการ โดยเชื่อมโยงสภาพแวดล้อมการทำงานกับลักษณะเฉพาะของบุคคลเข้าด้วยกัน ซึ่งสามารถใช้เป็นฐานในการออกแบบแนวทางลดความเหนื่อยล้าในองค์กรได้อย่างรอบด้าน ทั้งการปรับปรุงสถานีงานตามหลักการยศาสตร์และการดูแลบุคลากรให้เหมาะสมกับลักษณะทางจิตสังคมของแต่ละบุคคล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรควรยกระดับการจัดสถานีงานให้สอดคล้องกับสรีระผู้ปฏิบัติงาน โดยเน้นจุดที่พบเป็นความเสี่ยงบ่อย เช่น เก้าอี้และโต๊ะทำงานที่ปรับได้ การจัดตำแหน่งจอให้อยู่ระดับสายตา และการวางเมาส์–แป้นพิมพ์ให้อยู่ใกล้ลำตัวในระดับเดียวกัน เพื่อลดภาระกล้ามเนื้อและความเหนื่อยล้าด้านร่างกายสะสม

1.2 ควรกำหนดแนวปฏิบัติที่ทำได้จริงในงานสำนักงาน เช่น การพักย่อยเป็นช่วง การเปลี่ยนอิริยาบถ การยืดเหยียดกล้ามเนื้อ และการจัดสภาพแวดล้อมให้เอื้อต่อการทำงาน แสงสว่างเหมาะสม ลดแสงสะท้อน และมีพื้นที่ปรับท่าทางได้ เพื่อช่วยลดความล้าและคงประสิทธิภาพการทำงาน

1.3 องค์กรควรจัดระบบสนับสนุนที่เข้าถึงได้ เช่น ให้คำปรึกษา/กิจกรรมจัดการความเครียดสำหรับกลุ่มที่มีแนวโน้มหวั่นไหวสูง และส่งเสริมบรรยากาศการทำงานแบบร่วมมือ โดยใช้จุดแข็งของบุคลากรที่มีความประนีประนอมสูงในการลดความตึงเครียดและความขัดแย้งในงานประสานงาน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษากับมหาวิทยาลัย/หน่วยงานประเภทอื่นเพิ่มเติม (ภาครัฐและเอกชน) เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของลักษณะงานและระบบสนับสนุนองค์กร ซึ่งอาจทำให้ผลสรุปมีความครอบคลุมมากขึ้น

2.2 ควรบูรณาการตัวแปรด้านจิตสังคมและพฤติกรรมสุขภาพที่อาจเกี่ยวข้องโดยตรง เช่น ความเครียดจากงาน ภาระงานทางจิตใจ การสนับสนุนจากองค์กร และคุณภาพการนอนหลับ เพื่อเพิ่มความแม่นยำในการอธิบายความเหนื่อยล้าทั้งด้านจิตใจและอารมณ์

2.3 ควรใช้การวิจัยเชิงทดลองหรือการติดตามระยะยาว เพื่อตรวจสอบผลของมาตรการ เช่น การปรับสถานีงาน/โปรแกรมจัดการความเครียดต่อการเปลี่ยนแปลงของความเหนื่อยล้า และทำให้ข้อเสนอเชิงนโยบายมีน้ำหนักมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ฐิรชัย หงษ์ยันตรชัย. (2565). *การวิเคราะห์เชิงปริมาณทางจิตวิทยาเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

Berry, J. M., & Loeb, R. G. (2021). Ergonomics of the anesthesia workspace. In J. Ehrenfeld, K. Urman, & R. Segal (Eds.), *Anesthesia equipment* (3rd ed., pp. 485–509). Elsevier. https://doi.org/10.1016/B978-0-323-67279-5.00018-2.

Costa, P. T., Jr., & McCrae, R. R. (1992). Normal personality assessment in clinical practice: The NEO Personality Inventory. *Psychological Assessment*, *4*(1), 5–13. https://doi.org/=10.1037/1040-3590.4.1.5.

Costa, P. T. Jr., & McCrae, R. R. (2008). The five–factor theory of personality. In O. P. John, R. W. Robins, & L. A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality: Theory and research,* (3rd ed., pp. 159–181). Guilford Press.

de Barros, F. C., Moriguchi, C. S., Chaves, T. C., Andrews, D. M., Sonne, M., & de Oliveira Sato, T. (2022). Usefulness of the Rapid Office Strain Assessment (ROSA) tool in detecting differences before and after an ergonomics intervention. *BMC Musculoskeletal Disorders*, *23*(1), 526. https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/35655178.

de Jong, M., Bonvanie, A. M., Jolij, J., & Lorist, M. M. (2020). Dynamics in typewriting performance reflect mental fatigue during real–life office work. *PLoS ONE*, *15*(10). E0239984. https://doi.org/10.1371/journal.pone.0239984.

Di Fabio, A., Svicher, A., & Gori, A. (2021). Occupational fatigue: Relationship with personality traits and decent work. *Frontiers in Psychology*, *12*, 742809. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.742809.

Dzakpasu, F. Q. S., Carver, A., Brakenridge, C. J., Cicuttini, F., Urquhart, D. M., Owen, N., & Dunstan, D. W. (2021). Musculoskeletal pain and sedentary behaviour in occupational and non–occupational settings: A systematic review with meta–analysis. I*nternational Journal of Behavioral Nutrition and Physical Activity, 18*(1), 159. https://doi.org/10.1186/s12966–021–01191–y.

Eagly, A. H., & Wood, W. (2012). Social role theory. In P. A. M. Van Lange, A. W. Kruglanski, & E. T. Higgins (Eds.), *Handbook of theories of social psychology* (Vol. 2, pp. 458–476). Sage Publications. https://doi.org/10.4135/9781446249222.n49.

Enoka, R. M., & Duchateau, J. (2016). Translating fatigue to human performance. *Medicine & Science in Sports & Exercise, 48*(11), 2228–2238. https://doi.org/10.1249/MSS.0000000000001034.

European Agency for Safety and Health at Work. (2021). *Ergonomics in office work*. Retrieved June 1, 2025, from https://oshwiki.osha.europa.eu/en/themes/ ergonomics–office–work.

Frone, M. R., & Tidwell, M.–C. O. (2015). The meaning and measurement of work fatigue: Development and evaluation of the Three–Dimensional Work Fatigue Inventory (3D–WFI). *Journal of Occupational Health Psychology*, *20*(3), 273–288. https://doi.org/10.1037/a0038700.

Goldsmith, E. (2024). *Upper– body musculoskeletal pain and eye strain among language professionals: a descriptive, cross–sectional study. arXiv Preprint,* arXiv:2409.19598. https://arxiv.org/pdf/2409.19598.

Hasna, J. U. (2023). Relationship between age and length of working with work fatigue among workers in the motorcycle spare part industry. *World Journal of Advanced Research and Reviews*, *18*(3), 1036–1040. https://doi.org/10.30574/wjarr.2023.18.3.1151.

Jia, H., Lin, C. J., & Wang, E. M.–Y. (2022). Effects of mental fatigue on risk preference and feedback processing in risk decision–making. *Scientific Reports*, *12*(1), 10695. https://doi.org/10.1038/s41598–022–14682–0.

Kingkaew, W. M., Paileeklee, S., & Jaroenngarmsamer, P. (2018). Validity and reliability of the Rapid Office Strain Assessment [ROSA] Thai version. *Journal of the Medical Association of Thailand 2018. 101*(1), 145–149. https://www.thaiscience.info/Journals/Article/JMAT/10989040.pdf.

Occupational Safety and Health Administration. (n.d.). *Ergonomics. U.S. Department of Labor*. Retrieved March 6, 2026, from https://www.osha.gov/ergonomics.

Parra, C. M., Gupta, M., & Cadden, T. (2022). Towards an understanding of remote work exhaustion: A study on the effects of individuals' big five personality traits. *Journal of Business Research*, *150*, 653–662. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.06.009.

Patikas, D. A., Williams, C. A., & Ratel, S. (2018). Exercise-induced fatigue in young people: Advances and future perspectives. *European Journal of Applied Physiology*, *118*(5), 899–910. https://doi.org/10.1007/s00421-018-3823-1.

Ramasamy, S. (2023). Workload, achievement motivation, and mental fatigue: A mediation study among white-collar workers. *Akademika*, *93*(1), https://doi.org/10.17576/akad-2023-9301-04.

Safe Work Australia. (2013). *Guide for managing the risk of fatigue at work*. Retrieved Jene 1, 2025, from https://www.safeworkaustralia.gov.au/doc/guide-managing-risk-fatigue-work.

Sonne, M., Villalta, D. L., & Andrews, D. M. (2012). Development and evaluation of an office ergonomic risk checklist: ROSA-rapid office strain assessment. *Applied Ergonomics*, *43*(1), 98–108. https://doi.org/10.1016/j.apergo.2011.03.008.

Soto, C. J., & John, O. P. (2017). Short and extra-short forms of the Big Five Inventory–2: The BFI-2-S and BFI-2-XS. *Journal of Research in Personality*, *68*, 69–81. https://doi.org/10.1016/j.jrp.2017.02.004.

Stephan, Y., Sutin, A. R., Luchetti, M., Canada, B., & Terracciano, A. (2022). Personality and fatigue: Meta-analysis of seven prospective studies. *Scientific Reports*, *12*(1), 9156. https://doi.org/10.1038/s41598-022-12707-2.

World Health Organization. (2022). *Occupational health: Protecting workers' health*. World Health Organization. Retrieved March 6, 2026, from https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/occupational-health.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

Factors influencing the adaptation and application of digital platform among entrepreneurs under business transformation in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province

ปิยพงษ์ นฤมิตสุวิมล[1*], พิทยา ผ่อนกลาง[2], อังควิภา แนวจำปา[3], พัชราภรณ์ ชนะพันธ์[4]
Piyapong Naruemitsuwimon[1*], Pittaya Ponklang[2], Angkavipa Naewjumpa[3], Phatcharaporn Chanaphan[4]

[1] ศูนย์บ่มเพาะวิสาหกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
[2,3] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
[4] สำนักพัฒนานักศึกษา มหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล
[1] Vongchavalitkul University Business Incubator
[2,3] Faculty of Business Administration, Vongchavalitkul University
[4] Student Affairs Office, Vongchavalitkul University
Corresponding author's e-mail: Piyapong_nar@vu.ac.th [1]

Received: February 06, 2026 Revised: April 02, 2026 Accepted: April 17, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา และ 2) ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา เป็นการวิจัยเชิงปริมาณโดยศึกษาจากกลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้ประกอบการในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุระหว่าง 35-44 ปี มีการศึกษาระดับปริญญาตรี

ประกอบธุรกิจประเภทอาหารและเครื่องดื่ม และมีการดำเนินธุรกิจมาแล้ว 1–3 ปี โดยแพลตฟอร์มดิจิทัลที่นิยมใช้มากที่สุดคือ เฟซบุ๊ก ผลการวิจัย พบว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจและสังคม และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า แนวทางการพัฒนาควรเน้นการส่งเสริมความรู้ความเข้าใจในเทคโนโลยีและการสร้างความตระหนักถึงการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม เพื่อให้ผู้ประกอบการสามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้เครื่องมือดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล, ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ, ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี, ความเป็นผู้ประกอบการ

Abstract

The objectives of this study aimed to: 1) examine the factors influencing entrepreneurs' adaptation to and application of digital platforms under business transformation in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province and 2) examine the technology acceptance factors influencing entrepreneurs' adaptation to and application of digital platforms under business transformation in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. The research employed a quantitative approach, with the population consisting of entrepreneurs in Mueang Nakhon Ratchasima District, Nakhon Ratchasima Province. A sample of 400 entrepreneurs was selected for the study. Data was collected using a questionnaire, and the statistical methods used for data analysis included percentages, means, standard deviations, and multiple regression analysis. The majority of the respondents were female, aged between 35 and 44 years, held a bachelor's degree, operated food and beverage businesses, and had been in operation for 1–3 years. Facebook was identified as the most widely used digital platform. The findings revealed that business change factors, namely technological, economic and social factors) as well as technology acceptance factors, (including perceived ease of use and perceived usefulness) had a significant positive influence on entrepreneurs' application of digital platforms at a statistically significant level of .05. The results suggest that development guidelines should emphasize enhancing technological knowledge and understanding, as well as raising awareness of economic and social changes, to enable entrepreneurs to effectively adapt to and apply digital tools.

Keywords: application of digital platform, business transformation factors, technology acceptance factors, entrepreneurship

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีมีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่องจากแรงขับเคลื่อนของเทคโนโลยีดิจิทัล พฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง (Kotter, 2021) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังจากการแพร่ระบาดของโรคโควิด–19 ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนเพื่อความอยู่รอด ซึ่งหนึ่งในแนวทางสำคัญคือ การนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาใช้ในการดำเนินธุรกิจ

ทั้งด้านการตลาด การขาย การให้บริการ และการสื่อสารกับลูกค้า ผู้ประกอบการในทุกระดับจำเป็นต้องปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อคงไว้ซึ่งขีดความสามารถในการแข่งขัน การดำเนินธุรกิจในปัจจุบันมิได้จำกัดอยู่เพียงการให้บริการหรือจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดั้งเดิม หากแต่จำเป็นต้องอาศัยเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นเครื่องมือหลักในการเข้าถึงตลาด ขยายฐานลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพ และลดต้นทุนการดำเนินงาน (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) แพลตฟอร์มดิจิทัลจะมีบทบาทสำคัญในโลกธุรกิจสมัยใหม่ แต่ผู้ประกอบการรายย่อยและธุรกิจในระดับท้องถิ่นยังคงเผชิญข้อจำกัดหลายประการ เช่น ความรู้และทักษะทางเทคโนโลยี ต้นทุนในการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบดิจิทัล และความไม่แน่นอนทางเศรษฐกิจซึ่งเป็นอุปสรรคต่อการใช้เทคโนโลยีในระยะยาว ปัญหาในการปรับตัวและประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นสาเหตุที่สำคัญ

จังหวัดนครราชสีมาถือเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจและพาณิชยกรรมที่สำคัญของภาคตะวันออกเฉียงเหนือ ซึ่งมีโครงสร้างธุรกิจที่หลากหลาย แม้บริบททางนโยบายของภาครัฐจะมุ่งผลักดันเศรษฐกิจดิจิทัลอย่างชัดเจน แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่า ผู้ประกอบการจำนวนมากในพื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ยังไม่สามารถนำแพลตฟอร์มดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ได้อย่างเต็มศักยภาพ สาเหตุหลักมาจากความเหลื่อมล้ำทางดิจิทัล การเข้าถึงเทคโนโลยีที่จำกัด และการขาดแนวทางในการเลือกใช้เทคโนโลยีตลอดจนแผนการปรับตัวที่เป็นระบบและเหมาะสมกับบริบทของธุรกิจในท้องถิ่น (สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน), 2565)

แม้งานวิจัยในระดับประเทศจะให้ความสำคัญกับการศึกษาเกี่ยวกับแพลตฟอร์มดิจิทัลในภาคธุรกิจ แต่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ยังไม่สามารถปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งอาจมีสาเหตุมาจาก ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็ว เช่น เทคโนโลยีใหม่ กฎระเบียบใหม่ หรือพฤติกรรมผู้บริโภคที่เปลี่ยนไป (Teece, 2018) รวมถึงข้อจำกัดด้านความรู้ ทัศนคติ และความพร้อมในการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการ (Venkatesh et al., 2016) แต่ยังขาดการศึกษาที่ลงลึกในระดับภูมิภาค โดยเฉพาะบริบทของเมืองเศรษฐกิจระดับรองอย่างอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ซึ่งมีลักษณะเฉพาะในด้านโครงสร้างเศรษฐกิจ สังคม และข้อจำกัดเชิงระบบ งานวิจัยที่มีอยู่ส่วนใหญ่มุ่งเน้นในเขตเมืองหลัก เช่น กรุงเทพมหานคร ทำให้ไม่สามารถสะท้อนสภาพปัญหาเชิงพื้นที่ได้อย่างแท้จริง นอกจากนี้ยังพบช่องว่างในองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการปรับตัวของผู้ประกอบการรายย่อยต่อการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีในพื้นที่ระดับจังหวัด

ด้วยเหตุนี้ การศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับลักษณะธุรกิจในพื้นที่ท้องถิ่นจึงมีความจำเป็นอย่างยิ่ง งานวิจัยนี้จึงมุ่งวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ที่มีต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยบูรณาการกรอบแนวคิดจากทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) (Davis, 1989; Venkatesh et al., 2003) และแนวคิดการปรับตัวของธุรกิจดิจิทัลมาใช้เป็นฐานในการศึกษา ซึ่งผลการวิจัยนี้ไม่เพียงแต่จะเป็นประโยชน์ในเชิงวิชาการ แต่ยังสามารถนำไปพัฒนาเป็นแนวทางปฏิบัติที่ใช้ได้จริง เพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถทางการแข่งขันให้แก่ผู้ประกอบการ สนับสนุนการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัลของธุรกิจระดับท้องถิ่น และสอดรับกับนโยบายเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลต่อการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล

ของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้ได้ดำเนินการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิจัย โดยแบ่งเป็นหัวข้อดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ

การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (business changes) หมายถึง กระบวนการปรับเปลี่ยนโครงสร้าง กลยุทธ์ วิธีดำเนินงาน และการใช้ทรัพยากรขององค์กร เพื่อตอบสนองต่อสภาพแวดล้อมภายนอกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่เทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่อง Kotler et al. (2021) ระบุว่า ปัจจัยสำคัญที่ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจ และสังคม ขณะที่ Teece (2018) อธิบายผ่านแนวคิดความสามารถเชิงพลวัต (dynamic capability) ว่า องค์กรที่สามารถรับรู้และตอบสนองต่อการเปลี่ยนแปลงได้อย่างรวดเร็ว จะมีความได้เปรียบในการแข่งขัน และสามารถอยู่รอดได้ในระยะยาว ในมุมมองการบริหารการเปลี่ยนแปลง Hiatt (2006) ได้นำเสนอแบบจำลอง ADKAR ซึ่งเน้นการเปลี่ยนแปลงในระดับบุคคล อันประกอบด้วย ความตระหนักรู้ ความต้องการเปลี่ยน ความรู้ ความสามารถ และการเสริมแรง ขณะที่ Kotter (2021) เสนอแนวคิด 8 ขั้นตอนของการบริหารการเปลี่ยนแปลงองค์กร ซึ่งเน้นบทบาทของผู้นำและการสื่อสารอย่างเป็นระบบสำหรับผู้ประกอบการ SMEs การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจมักปรากฏในรูปของการแข่งขันที่รุนแรงขึ้น การเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมผู้บริโภคสู่ช่องทางออนไลน์ และแรงกดดันจากสถานการณ์เศรษฐกิจและสังคม งานวิจัยนี้จึงนำปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ 3 ด้าน ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจและสังคม มาใช้เป็นตัวแปรอิสระในการศึกษา

แนวคิดการยอมรับเทคโนโลยี

การยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance) เป็นแนวคิดที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานต่อการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ Davis (1989) ได้พัฒนา Technology Acceptance Model (TAM) โดยเสนอว่า ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) เป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยี ในระยะเวลาต่อมา Venkatesh et al. (2003) ได้ขยายกรอบแนวคิดดังกล่าวเพื่อพัฒนาเป็นโมเดล ทฤษฎีการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เพื่ออธิบายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีในสภาพแวดล้อม และบริบทที่ซับซ้อนมากขึ้น อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในยุคปัจจุบันจำนวนมากยังคงยืนยันว่า โมเดล TAM แบบดั้งเดิมยังคงเป็นเครื่องมือที่เหมาะสมและมีประสิทธิภาพสำหรับการศึกษาพฤติกรรมของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เนื่องจากเป็นกรอบแนวคิดที่สามารถอธิบายการตัดสินใจใช้เทคโนโลยีได้อย่างเป็นรูปธรรมและตรงไปตรงมา (Dwivedi et al., 2023)

ทฤษฎีที่เกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี

ทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งพัฒนาขึ้นโดย Davis (1989) ทฤษฎีนี้เป็นแนวคิดหลักที่ใช้อธิบายพฤติกรรมของผู้ใช้งานต่อการตัดสินใจนำเทคโนโลยีใหม่มาประยุกต์ใช้ โดยมีสมมติฐานสำคัญที่ระบุว่า ทัศนคติและความตั้งใจในการใช้เทคโนโลยีนั้นถูกขับเคลื่อนโดยปัจจัยหลัก 2 ประการ ได้แก่ การรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานว่าเทคโนโลยีหรือระบบนั้นสามารถทำความเข้าใจและใช้งานได้ง่าย โดยไม่ต้องใช้ความพยายามมากนัก ในบริบทของธุรกิจหากแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลมีระบบที่ไม่ซับซ้อน จะส่งผลให้ผู้ประกอบการเปิดรับและพร้อมนำมาประยุกต์ใช้ได้รวดเร็วยิ่งขึ้น และการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) หมายถึง ระดับความเชื่อมั่นของผู้ใช้งานว่าการใช้เทคโนโลยีนั้นจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนทางธุรกิจได้จริง ผู้ใช้งานมักจะยอมรับความยุ่งยากหรือความซับซ้อนของระบบได้ หากประเมินแล้วว่าระบบนั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่าแก่การลงทุน

แนวคิดเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล

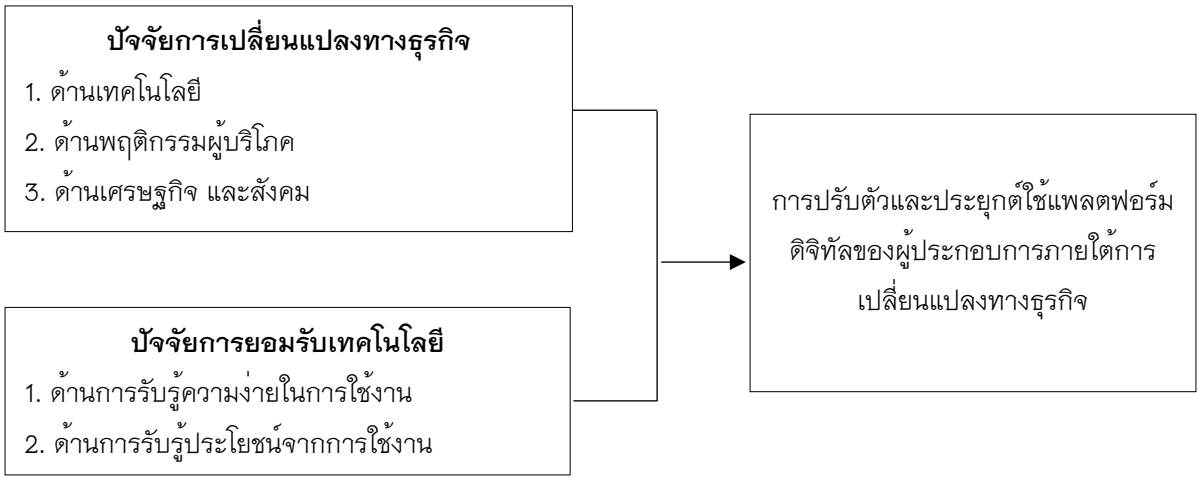
แพลตฟอร์มดิจิทัล (digital platforms) หมายถึง ระบบหรือสื่อกลางออนไลน์ที่เอื้อต่อการเชื่อมโยงระหว่างผู้ประกอบการและลูกค้า เช่น โซเชียลมีเดีย อีมาร์เก็ตเพลส และแพลตฟอร์มชำระเงินออนไลน์ (Parker et al., 2016) Tiwana (2013) อธิบายว่า แพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่ช่วยสร้างมูลค่าเพิ่มและโอกาสทางธุรกิจให้กับผู้ประกอบการ ภายใต้บริบทของการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีความผันผวนและการแข่งขันที่ทวีความรุนแรง โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากผลกระทบหลังวิกฤตการณ์แพร่ระบาดของโรคโควิด-19 ส่งผลให้ผู้ประกอบการขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำเป็นต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วนเพื่อความอยู่รอด การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจึงถูกนำมาใช้เป็นหนึ่งในแนวทางสำคัญสำหรับการดำเนินธุรกิจอย่างรอบด้าน ครอบคลุมทั้งด้านการตลาด การขาย การให้บริการ และการสื่อสารกับลูกค้า การดำเนินธุรกิจในยุคปัจจุบันจึงไม่อาจพึ่งพาหรือจำกัดอยู่เพียงการให้บริการและจำหน่ายสินค้าในรูปแบบดั้งเดิมได้อีกต่อไป แต่มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลให้เป็นเครื่องมือหลักเชิงกลยุทธ์ เพื่อใช้ในการเข้าถึงตลาด ขยายฐานลูกค้า เพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการทำงานตลอดจนช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2022) ดังนั้น การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลจึงถือเป็นกระบวนการเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ (digital transformation) ที่ผู้ประกอบการต้องเร่งสร้างความพร้อมเพื่อเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันและสนับสนุนความยั่งยืนของธุรกิจในระดับท้องถิ่น

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

โดยมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีต่อความสำเร็จของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในบริบทของการปรับตัวต่อสภาวะวิกฤตและการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ธีรวัฒน์ ธีรเสนี (2564) ได้ศึกษาการปรับตัวของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในช่วงการแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 พบว่า ผู้ประกอบการมีการปรับตัวในระดับมากที่สุด โดยเฉพาะในด้านการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ งานวิจัยของไพรัตน์ สำเนียง และคณะ (2564) ที่พบว่าปัจจัยด้านเทคโนโลยีสารสนเทศและการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มีอิทธิพลเชิงสาเหตุต่อผลการดำเนินงานและขีดความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการอย่างมีนัยสำคัญ และสำหรับการยอมรับเทคโนโลยีและการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในองค์กร SMEs รวมถึงงานวิจัยของสมาภรณ์ นวลสุทธิ์ และคณะ (2567) ยังระบุว่า การพัฒนาและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์ ช่วยให้ผู้ประกอบการชุมชนสามารถจัดการสินค้า วิเคราะห์ข้อมูล และตอบสนองต่อพฤติกรรมผู้บริโภควิถีใหม่ที่ต้องการความสะดวกสบายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งส่งผลให้รายได้และยอดขายเพิ่มขึ้น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด และทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา สามารถสร้างกรอบแนวคิดของการวิจัยได้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้แนวทางการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้เป็นผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยหรือ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้ข้อมูลตามรายงานจากสำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) จังหวัดนครราชสีมา มีจำนวนผู้ประกอบการ SME รวมทั้งสิ้น 60,995 คน ประกอบด้วย เจ้าของธุรกิจ หุ้นส่วนผู้จัดการ หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจหลักในการดำเนินกิจการของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้ารายย่อย (micro enterprises) (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำจากประชากรทั้งหมด 60,995 คน โดยใช้สูตรการคำนวณของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และยอมให้มีความคลาดเคลื่อนไม่เกินร้อยละ 5 เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนและให้ได้ข้อมูลที่สมบูรณ์ ผู้วิจัยจึงได้กำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ทั้งนี้เนื่องจากข้อจำกัดด้านการเข้าถึงประชากรทั้งหมด ผู้วิจัยจึงใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ใช้ความน่าจะเป็น (non–probability sampling) โดยใช้วิธีการเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) สำหรับผู้ประกอบการที่ยินดีและสะดวกในการให้ข้อมูล (convenience sampling) โดยมีการกำหนดเกณฑ์การคัดเข้า (inclusion criteria) ที่ชัดเจน คือ ต้องเป็นผู้ประกอบการ เจ้าของธุรกิจ หุ้นส่วนผู้จัดการ หรือผู้ที่มีอำนาจตัดสินใจในกิจการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) และร้านค้ารายย่อย (micro enterprises) ที่มีสถานประกอบการตั้งอยู่ในเขตพื้นที่อำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือ แบบสอบถาม (questionnaire) ซึ่งผู้วิจัยสร้างขึ้นจากการศึกษาทบทวนเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย โดยแบบสอบถามแบ่งออกเป็น 4 ส่วน

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม เป็นคำถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา ประเภทของธุรกิจ และระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ และแพลตฟอร์ม

ดิจิทัลที่ใช้ในงานในธุรกิจ มีจำนวน 6 ข้อ โดยลักษณะคำถามแบบตรวจรายการ (check list)

ส่วนที่ 2 คำถามระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ (business transformation) ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค และด้านเศรษฐกิจและสังคม จำนวน 12 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามระดับความคิดเห็นที่เกี่ยวกับปัจจัยการยอมรับใช้เทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานจำนวน 8 ข้อ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปรับตัวและการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จำนวน 6 ข้อ

แบบสอบถามส่วนที่ 2 3 และ 4 เป็นคำถามปลายปิด แบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) วัดตัวแปรแบบสเกลช่วงเวลา (interval scale)

การตรวจสอบประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความเที่ยงตรงของเนื้อหา (content validity) และนำมาหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of item Objective Congruence: IOC) จะเป็นการพิจารณาแบบสอบถามรายข้อจากความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิผู้เชี่ยวชาญ แบบสอบถามประกอบไปด้วย ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยีมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 และด้านเศรษฐกิจ และสังคมมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .918 ปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .918 และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งานมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ 1.00 และการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ที่ .945

นำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงแก้ไขเรียบร้อยแล้ว มาทดสอบกับบุคคลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าผู้ตอบแบบสอบถามเข้าใจในคำถาม และสามารถตอบคำถามได้ จากนั้นนำแบบสอบถาม มาคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient: α) ได้แก่ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ มีค่าเท่ากับ .742 ประกอบด้วย ด้านเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ .716 ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค มีค่าเท่ากับ .877 และด้านเศรษฐกิจ และสังคม มีค่าเท่ากับ .856 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี มีค่าเท่ากับ .790 ประกอบไปด้วย ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีค่าเท่ากับ .733 และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน มีค่าเท่ากับ .790 และตัวแปรตาม คือ การปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล มีค่าอยู่ที่ .933 ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha coefficient: α) มากกว่าเกณฑ์ คือ .70 ขึ้นไป (Hair et al., 2019)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการเก็บรวบรวมข้อมูล จากการเก็บแบบสอบถามจากผู้ประกอบการธุรกิจรายย่อยหรือ SMEs ที่ดำเนินธุรกิจอยู่ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยทำแบบสอบถามผ่าน Google Form จำนวน 400 คน ผู้วิจัยได้ดำเนินการกระจายแบบสอบถามผ่าน 2 ช่องทางหลักแบบบูรณาการ ได้แก่ ช่องทางแอปพลิเคชันสนทนา (chat applications) ผู้วิจัยได้ทำการส่งลิงก์แบบสอบถามและคิวอาร์โค้ด (QR code) เข้าไปยังกลุ่มเครือข่ายผู้ประกอบการบนแอปพลิเคชันไลน์ และการลงพื้นที่แบบบูรณาการ (on-site & online) ผู้วิจัยได้ดำเนินการลงพื้นที่จริงไปยังสถานประกอบการที่เป็นกลุ่มเป้าหมายในเขตอำเภอเมืองนครราชสีมา เพื่ออธิบายถึงวัตถุประสงค์และประโยชน์ของงานวิจัยให้ผู้ประกอบการรับทราบโดยตรง พร้อมทั้งอำนวยความสะดวกให้ผู้ประกอบการสแกนคิวอาร์โค้ด เพื่อตอบแบบสอบถามผ่านทางสมาร์ตโฟนของตนเอง ซึ่งวิธีการนี้ช่วยให้ได้รับข้อมูลที่ครบถ้วน สมบูรณ์และตรงตามกรอบการวิจัยมากที่สุด

ทั้งนี้ก่อนดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดำเนินการขอจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ โดยนำเครื่องมือที่ใช้ใน

การวิจัยขออนุญาตกับทางคณะกรรมพิจารณาจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์ ของมหาวิทยาลัยวงษ์ชวลิตกุล หนังสือเลขที่ 13/2568 ลงวันที่ 30 กรกฎาคม 2568

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาตรวจสอบความสมบูรณ์และดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล ผ่านการตรวจสอบข้อมูล (editing) เป็นการตรวจสอบความสมบูรณ์ข้อมูลในการตอบแบบสอบถามที่ได้จากกลุ่มตัวอย่าง การลงรหัส (coding) เป็นการนำแบบสอบถามที่ตรวจสอบความถูกต้องเรียบร้อยแล้วมาลงรหัสตามที่ได้กำหนดรหัสไว้ และการประมวลผลข้อมูล (processing) เป็นการนำข้อมูลได้จากการลงรหัสมาบันทึกลง ในเครื่องคอมพิวเตอร์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยเลือกใช้สถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ดังนี้

สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ 1) วิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม โดยใช้ค่าความถี่ (frequency) ร้อยละ (percentage) และ 2) การวิเคราะห์ข้อมูลระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจโดยใช้ค่าค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ได้แก่ การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อศึกษาตัวแปรต้น ได้แก่ ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ และปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่ส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อ ตัวแปรตาม คือ การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการ

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา จากผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง คิดเป็นร้อยละ 51.00 ส่วนใหญ่มีอายุ 35 – 44 ปี คิดเป็นร้อยละ 38.50 มีการศึกษาระดับปริญญาตรี คิดเป็นร้อยละ 60.75 ส่วนใหญ่มีประเภทธุรกิจอาหารและเครื่องดื่ม คิดเป็นร้อยละ 33.75 ส่วนใหญ่มีระยะเวลาที่ประกอบธุรกิจ 1 – 3 ปี คิดเป็นร้อยละ 44.00 และแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เลือกใช้ในธุรกิจ ส่วนใหญ่เป็นเฟซบุ๊ก คิดเป็นร้อยละ 90.86 ตามลำดับ

2. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านเทคโนโลยี	4.35	.37	มากที่สุด
2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	4.33	.36	มากที่สุด
3. ด้านเศรษฐกิจ และสังคม	4.35	.35	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	.30	มากที่สุด

จากตาราง 1 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = .30) และเมื่อพิจารณา

รายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านเศรษฐกิจ และสังคม ($\overline{X}$ = 4.35, S.D. = .35) รองลงมาคือ ด้านเทคโนโลยี ($\overline{X}$ = 4.35, S.D. = .37) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ($\overline{X}$ = 4.33, S.D. = .36) ตามลำดับ

3. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของปัจจัยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ของผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	4.21	.37	มากที่สุด
2. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	4.28	.36	มากที่สุด
ภาพรวม	4.34	.30	มากที่สุด

จากตาราง 2 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = .30) และเมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ($\overline{X}$ = 4.28, S.D. = .36) และรองลงมาคือ ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = .37) ตามลำดับ

4. ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ของผู้ประกอบการในอำเภอเมือง จังหวัดนครราชสีมา

การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
1. ธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้นหลังสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม	4.19	.47	มากที่สุด
2. มีการพัฒนาทักษะหรืออบรมให้ผู้ประกอบการ หรือบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	4.46	.57	มากที่สุด
3. มีการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ	4.19	.47	มาก
4. สามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเพิ่มยอดขายหรือขยายฐานลูกค้าได้จริง	4.16	.53	มาก
5. การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่องในช่วงวิกฤติ	4.21	.51	มากที่สุด

ตาราง 3 (ต่อ)

การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
6. มีความพึงพอใจต่อผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในธุรกิจ	4.29	.54	มากที่สุด
ภาพรวม	4.25	.32	มากที่สุด

จากตาราง 3 พบว่า ผู้ประกอบการในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีระดับความคิดเห็นของการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.25, S.D. = .32) และเมื่อพิจารณารายข้อ พบว่า ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ มีการพัฒนาทักษะหรืออบรมให้กับผู้ประกอบการ หรือบุคลากร เพื่อเพิ่มศักยภาพในการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.46, S.D. = .57) รองลงมาคือ มีความพึงพอใจต่อผลลัพธ์จากการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.29, S.D. = .54) การใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลช่วยให้ธุรกิจสามารถดำเนินการได้ต่อเนื่องในช่วงวิกฤติ ($\overline{X}$ = 4.21, S.D. = .51) ธุรกิจมีการปรับตัวเพื่อใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลมากขึ้นหลังสถานการณ์เปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = .47) มีการเลือกใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายของธุรกิจ ($\overline{X}$ = 4.19, S.D. = .47) และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือ สามารถประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลเพื่อเพิ่มยอดขายหรือขยายฐานลูกค้าได้จริง ($\overline{X}$ = 4.16, S.D. = .53) ตามลำดับ

5. ผลการทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ในการวิเคราะห์ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยมีเงื่อนไขดังนี้

การทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตามมีค่าอยู่ระหว่าง .382 – .565 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นมีความเชื่อมโยงกับตัวแปรตามเพียงบางส่วนเท่านั้น (Cohen, 1988)

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ	B	Std.Error	β	t	P-value	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.664	.221		7.546	.000		
1. ด้านเทคโนโลยี	.274	.052	.287	5.259	.000*	.620	1.612
2. ด้านพฤติกรรมผู้บริโภค	.100	.055	.102	1.831	.068	.601	1.665
3. ด้านเศรษฐกิจ และสังคม	.222	.057	.218	3.920	.000*	.600	1.665
$R = .515$, $R^2 = .266$, Adj. $R^2 = .260$, SEE = .303, Durbin-Watson = 1.546							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 4 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลง

ทางธุรกิจ ได้แก่ ด้านเทคโนโลยี (β= .287, p < .05) และด้านเศรษฐกิจ และสังคม (β= .218, p < .05) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ร่วมกันพยากรณ์การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 26.00 (Adj. R^2 = .260) ยกเว้นด้านพฤติกรรมผู้บริโภค ไม่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา จึงยอมรับสมมติฐานที่ 1 เพียงบางส่วน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ในการวิเคราะห์ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลทางตรงเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองจังหวัดนครราชสีมา โดยใช้การวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุคูณ โดยมีเงื่อนไขดังนี้

การทดสอบสหสัมพันธ์ของตัวแปรต้นกับตัวแปรตามมีค่าอยู่ระหว่าง .376– .473 ซึ่งอยู่ในระดับต่ำ แสดงให้เห็นว่าตัวแปรต้นมีความเชื่อมโยงกับตัวแปรตามเพียงบางส่วนเท่านั้น (Cohen, 1988)

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์แบบถดถอยเชิงพหุคูณ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา

ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี	B	Std.Error	β	t	P-value	Collinearity	
						Tolerance	VIF
ค่าคงที่ (Constant)	1.518	.195		7.781	.000		
1. ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน	.293	.038	.339	5.785	.000*	.859	1.164
2. ด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน	.350	.043	.357	3.585	.000*	.859	1.164
R = .578, R^2 = .334, Adj. R^2 = .330, SEE = .288, Durbin-Watson = 1.725							

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตาราง 5 เมื่อพิจารณาค่านัยสำคัญทางสถิติ (P-value) สามารถสรุปได้ว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ ด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (β= .339, p < .05) และด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (β= .357, p < .05) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา โดยปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ร่วมกันพยากรณ์การประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา มีประสิทธิภาพในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 33.00 (Adj. R^2 = .330) จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการปรับตัวและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา สามารถอภิปรายตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลของผู้ประกอบการภายใต้การเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจในอำเภอเมืองนครราชสีมา จังหวัดนครราชสีมา ผลการวิจัยพบว่า ด้านเทคโนโลยี และด้าน

เศรษฐกิจและสังคมมีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้ชี้ให้เห็นว่า แรงผลักดันหลักที่ทำให้ผู้ประกอบการต้องหันมาใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลคือ แรงกดดันจากภายนอก ทั้งความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็ว และสภาพเศรษฐกิจ สังคม เช่น นโยบายสังคมไร้เงินสด หรือผลกระทบจากโรคระบาดในอดีต ที่บีบให้ธุรกิจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด และเป็นที่น่าสนใจว่า ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคกลับไม่ส่งผลทางตรงอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจอภิปรายได้ว่า ผู้ประกอบการมองการเปลี่ยนแปลงของลูกค้าเป็นส่วนหนึ่งของบริบททางสังคม หรืออาจมองว่าตนเองเป็นผู้กำหนดทิศทางการตลาดผ่านเทคโนโลยีมากกว่าการรอลูกค้าเรียกร้องเพียงอย่างเดียว ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Tornatzky & Fleischer (1990) ที่นำเสนอกรอบแนวคิด TOE framework โดยระบุว่าบริบทด้านสิ่งแวดล้อม (environmental context) ซึ่งรวมถึงแรงกดดันจากอุตสาหกรรมและโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยี เป็นปัจจัยภายนอกที่สำคัญในการกระตุ้นให้องค์กรตัดสินใจนำนวัตกรรมมาใช้ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันและความอยู่รอดทางธุรกิจ มากกว่าการตอบสนองต่อปัจจัยภายในเพียงอย่างเดียว

2. ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยีมีอิทธิพลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมาก โดยด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน (perceived usefulness) และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ต่างมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญ ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ซึ่งอธิบายว่าบุคคลจะยอมรับเทคโนโลยีก็ต่อเมื่อเขารู้สึกว่ามีประโยชน์ และใช้ง่าย โดยในบริบทนี้ การรับรู้ประโยชน์ มีอิทธิพลมากกว่าความง่ายในการใช้งานเพียงเล็กน้อย แสดงให้เห็นว่าผู้ประกอบการยอมที่จะเรียนรู้สิ่งที่ซับซ้อนได้ หากสิ่งนั้นสร้างกำไรหรือประโยชน์ทางธุรกิจได้จริง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Davis (1989) ผู้พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ที่ค้นพบว่า การรับรู้ประโยชน์ (perceived usefulness) เป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์และส่งผลต่อความตั้งใจใช้งานมากกว่าความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) โดยอธิบายว่าผู้ใช้งานมักยอมรับความยุ่งยากของระบบได้ หากระบบนั้นช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานหรือสร้างผลตอบแทนที่คุ้มค่า นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Chaveesuk et al. (2021) ที่พบว่าในบริบทของการชำระเงินดิจิทัล ผู้ประกอบการให้ความสำคัญกับประโยชน์ใช้สอยในการทำธุรกรรมมากกว่าความง่ายของแอปพลิเคชัน

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยครั้งนี้แสดงให้เห็นถึงกลไกการปรับตัวของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในระดับท้องถิ่น ซึ่งไม่ได้เกิดขึ้นจากความพยายามตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคโดยตรง แต่ถูกขับเคลื่อนด้วยแรงกดดัน (pressure as catalyst) จากสภาพแวดล้อมทางเศรษฐกิจ สังคม และความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี ที่บีบบังคับให้ธุรกิจต้องดิ้นรนเพื่อความอยู่รอด โดยผู้ประกอบการมองว่าแพลตฟอร์มดิจิทัลเป็นเครื่องมือสำคัญในการรับมือกับวิกฤตมากกว่าเป็นเพียงเครื่องมือทำการตลาดตามกระแส ในขณะเดียวกันแม้เทคโนโลยีนั้นจะสามารถสร้างประโยชน์ต่อธุรกิจได้ แต่ความง่ายในการใช้งาน (ease of use) กลับเป็นปัจจัยชี้วัดและกุญแจสำคัญที่สุดในการตัดสินใจยอมรับเทคโนโลยีของผู้ประกอบการระดับท้องถิ่น หากระบบมีความซับซ้อนเกินไปจะกลายเป็นอุปสรรคสำคัญทันที ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการนิยมเลือกใช้แพลตฟอร์มที่เข้าถึงง่ายและคุ้นเคยสูงอย่างเฟซบุ๊ก เป็นหลัก นอกจากนี้ความสำเร็จในการเปลี่ยนผ่านสู่ยุคดิจิทัล (digital transformation) ในระดับพื้นที่ ไม่ได้หยุดอยู่เพียงการเลือกแพลตฟอร์มที่เหมาะสม แต่หัวใจสำคัญคือการลงทุนในศักยภาพของมนุษย์

ผ่านการพัฒนาทักษะเชิงรุก (proactive skill development) ทั้งการฝึกอบรมและยกระดับองค์ความรู้ให้แก่ตัวผู้ประกอบการและบุคลากร เพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจได้อย่างเป็นรูปธรรมและยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจ ด้านเทคโนโลยี และด้านเศรษฐกิจและสังคมส่งผลต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ในขณะที่ด้านพฤติกรรมผู้บริโภคไม่ส่งผลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการต้องมีการติดตามข่าวสารด้านเทคโนโลยีใหม่ ๆ และสถานการณ์ทางเศรษฐกิจ เพื่อปรับตัวได้ทันท่วงที มากกว่าการรอให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแล้วค่อยปรับตัว

1.2 จากผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ทั้งด้านการรับรู้ประโยชน์จากการใช้งาน และด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ดังนั้นผู้ประกอบการควรเลือกใช้แพลตฟอร์มที่มีฟังก์ชันไม่ซับซ้อนและตอบโจทย์ทางธุรกิจได้ชัดเจน เช่น การลดต้นทุนหรือการเพิ่มยอดขาย เป็นต้น สำหรับหน่วยงานที่จัดอบรมควรเน้นหลักสูตรที่ทำให้ผู้ประกอบการเห็นว่า ดิจิทัลไม่ใช่เรื่องยาก และทำแล้วได้ประโยชน์ทันที เพื่อกระตุ้นให้เกิดการยอมรับและใช้งานจริง

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตไปสู่อำเภออื่น ๆ หรือเปรียบเทียบกับจังหวัดเศรษฐกิจอื่น ๆ ในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ เพื่อให้เห็นภาพรวมที่กว้างขึ้นและสามารถนำไปกำหนดนโยบายระดับภูมิภาคได้

2.2 ควรขยายขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัยจากการวิจัยเชิงปริมาณเพียงอย่างเดียว ไปสู่การวิจัยเชิงผสมผสาน (mixed methods research) โดยเฉพาะการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกหรือการสนทนากลุ่ม เพื่ออธิบายเชิงลึกถึงเหตุผล กระบวนการตัดสินใจ และประสบการณ์จริงของผู้ประกอบการในการเลือกและประยุกต์ใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งจะช่วยเติมเต็มข้อจำกัดของข้อมูลเชิงตัวเลข และทำให้ข้อค้นพบมีมิติทางบริบททางสังคมและธุรกิจที่ชัดเจนยิ่งขึ้น

2.3 งานวิจัยในอนาคตอาจนำผลการศึกษานี้ไปต่อยอดในลักษณะการวิจัยเชิงพัฒนา (research and development) โดยออกแบบแนวทางหรือโมเดลการเสริมสร้างศักยภาพผู้ประกอบการด้านการใช้แพลตฟอร์มดิจิทัล ซึ่งจะช่วยเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางทฤษฎีกับการนำไปใช้เชิงปฏิบัติอย่างเป็นรูปธรรม และก่อให้เกิดประโยชน์ทั้งในเชิงวิชาการและเชิงนโยบายต่อการพัฒนาผู้ประกอบการในยุคดิจิทัลต่อไป

เอกสารอ้างอิง

ธีรวัฒน์ ธีรเสนี. (2564). *แนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการขายสินค้าออนไลน์ในยุค COVID-19*. การศึกษารายบุคคลบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ไพรัตน์ สำเนียง, พงษ์เทพ ศรีโสภาจิต, ณัชชา กริ่มใจ และชนิดาภา ดีสุขอนันต์ (2564). ปัจจัยเชิงสาเหตุที่มีอิทธิพลต่อผลการดำเนินงานด้านการแข่งขันของผู้ประกอบการ ธุรกิจบริการขนส่งสินค้าทางถนนในประเทศไทย. *วารสารดุษฎีบัณฑิตทางสังคมศาสตร์, 11*(1), 161–174. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/phdssj/article/view/186934.

สมาภรณ์ นวลสุทธิ์, สุจินดา พรหมขำ และบำรุง ศรีนวลปาน. (2567). การพัฒนาแพลตฟอร์มการตลาดออนไลน์เพื่อยกระดับผลิตภัณฑ์ชุมชน. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 9*(7), 1417–1432. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/271858.

สำนักงานพัฒนารัฐบาลดิจิทัล (องค์การมหาชน). (2565). *แผนพัฒนารัฐบาลดิจิทัลของประเทศไทย พ.ศ. 2566 – 2570*. สืบค้น 29 มกราคม 2569 จาก https://www.dga.or.th/policy-standard/policy-regulation/dga-019/dga-027/dg-plan-2566-2570/.

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). *รายงานสถานการณ์ MSME ปี 2566*. สืบค้น 29 มกราคม 2569 จาก https://bds.sme.go.th/Files/f5e20d92-138e-48f2-a29f-5a6c3a37cfd0.pdf.

Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2022). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (8th ed). Pearson.

Chaveesuk, S., Khalid, B., & Chaiyasoonthorn, W. (2021). Digital payment system innovations: A marketing perspective on intention and actual use in the retail sector. *Innovative Marketing, 17*(3), 109–123. https://doi.org/10.21511/im.17(3).2021.09.

Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed). Lawrence Erlbaum Associates.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly, 13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

Dwivedi, Y. K., Kshetri, N., Hughes, L., Slade, E. L., Jeyaraj, A., Kar, A. K., Baabdullah, A. M., Koohang, A., Raghavan, V., Ahuja, M., Albanna, H., Albashrawi, M. A., Al-Busaidi, A. S., Balakrishnan, J., Barlette, Y., Basu, S., Bose, I., Brooks, L., Buhalis, D., … Wright, R. (2023). So what if ChatGPT wrote it? Multidisciplinary perspectives on opportunities, challenges and implications of generative conversational AI for research, practice and policy. *International Journal of Information Management, 71*, Article 102642. https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2023.102642.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8th ed). Cengage Learning.

Hiatt, J. M. (2006). *ADKAR: A model for change in business, government and our community*. Prosci Learning Center Publications.

Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for humanity*. John Wiley & Sons.

Kotter, J. P. (2021). *Change: How organizations achieve hard-to-imagine results in uncertain and volatile times*. Wiley.

Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. W. W. Norton & Company.

Teece, D. J. (2018). Business models and dynamic capabilities. *Long Range Planning, 51*(1), 40–49. https://doi.org/10.1016/j.lrp.2017.06.007.

Tiwana, A. (2013). *Platform ecosystems: Aligning architecture, governance, and strategy*. Morgan Kaufmann.

Tornatzky, L. G., & Fleischer, M. (1990). *The processes of technological innovation*. Lexington Books.

Venkatesh, V., Morris, M. G., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: Toward a unified view. *MIS Quarterly, 27*(3), 425–478. https://doi.org/10.2307/30036540.

Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2016). Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead. *Journal of the Association for Information Systems, 17*(5), 328–376. https://doi.org/10.17705/1jais.00428

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศ กรณีศึกษา: บริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด

Analysis and comparison of air freight rates: A case study of ABC (Thailand) Co., Ltd.

รดาศา ศรีวิชัย[1], กรกนก นนทสาร[2*]
Radasa Srivichai[1], Kornkanok Nonthasan[2*]

[1,2] สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเลย
[1,2] Logistics and Supply chain Management, Faculty of Management Science, Loei Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: sb6540708101@lru.ac.th [2]

Received: February 26, 2026 Revised: March 22, 2026 Accepted: March 02, 2026

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) วิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศจากผู้ให้บริการแต่ละรายและเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสม และ 2) สร้างแดชบอร์ด ด้วย Looker Studio สำหรับวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละรายของบริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงพัฒนา โดยใช้แผนผังก้างปลา กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ พนักงานแผนกโลจิสติกส์ จำนวน 9 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการ หัวหน้าแผนกและพนักงานปฏิบัติการ การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงโครงสร้างเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการจัดการข้อมูลอัตราค่าขนส่ง และการรวบรวมข้อมูลอัตราค่าขนส่งทางอากาศจากผู้ให้บริการจำนวน 7 คน จากนั้น นำข้อมูลมาจัดเก็บและจัดการด้วย Google Sheets และสร้างเป็นแดชบอร์ดด้วย Looker Studio เพื่อใช้ในการตัดสินใจ ผลการดำเนินงานพบว่า ประสิทธิภาพการดำเนินงานดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยเวลาเฉลี่ยในการค้นหาลดลงจาก 3.41 นาทีต่อครั้ง เหลือ 2.70 นาที ต่อครั้ง หรือลดลง 0.71 นาที ขณะที่จำนวนขั้นตอนในการทำงานลดลงจาก 12 ขั้นตอนต่อครั้ง เหลือเพียง 7 ขั้นตอนต่อครั้ง ลดลงถึง 5 ขั้นตอน นอกจากนี้ ความรวดเร็วในการตัดสินใจก็ปรับตัวดีขึ้น โดยใช้เวลาลดลงจาก 4.14 นาทีต่อครั้ง เหลือ 3.02 นาทีต่อครั้ง หรือลดลง 1.12 นาที สะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ช่วยให้ค้นหาได้เร็วขึ้น ลดขั้นตอน และตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

คำสำคัญ: อัตราค่าขนส่งทางอากาศ, แดชบอร์ด, Looker Studio

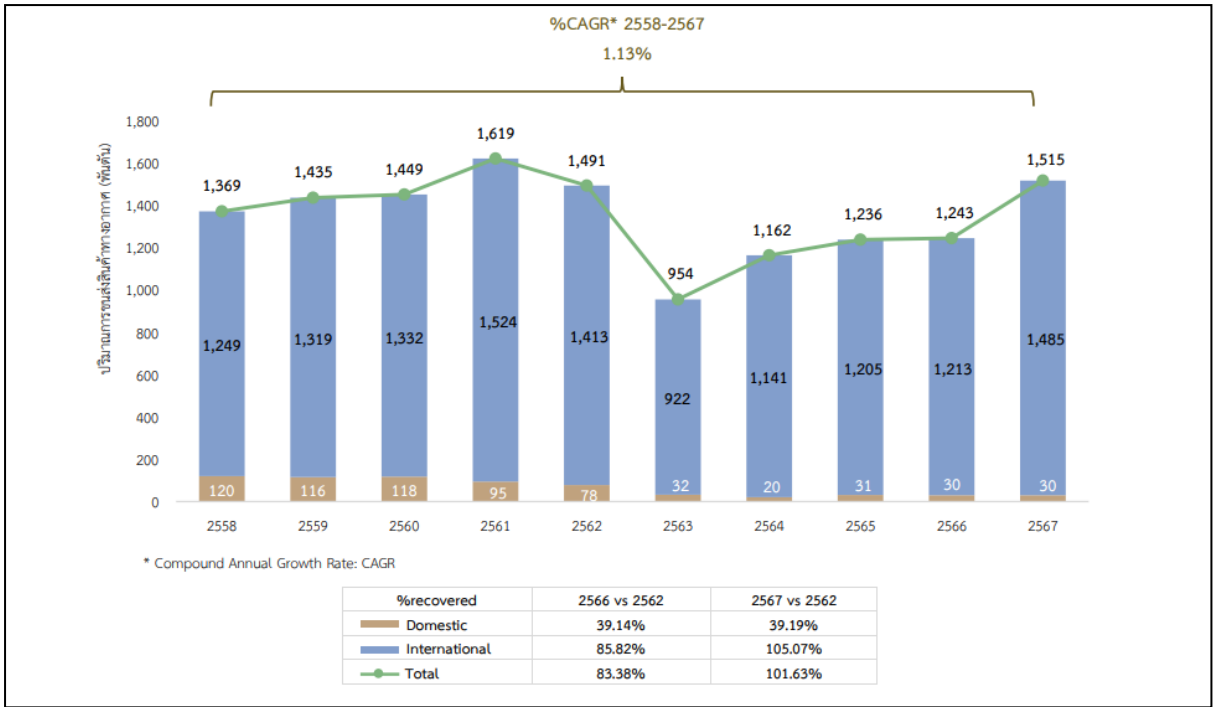
Abstract

This research aimed to 1) analyze and compare air freight rates from individual service providers to select the most suitable carrier; and 2) develop a dashboard using Looker Studio to analyze and compare freight rates from each service provider for ABC (Thailand) Co., Ltd.. This study is developmental research design employing a fishbone diagram as an analytical tool. The sample consisted of 9 employees from logistics department, including a manager, a department supervisor, and operational staff. Data collection involved structured interviews to analyze freight rate data management problems, alongside collecting air freight rate data from 7 service providers. The data was subsequently stored and managed via Google Sheets, and visualized through a Looker Studio dashboard to support decision-making. The results revealed a clear improvement in operational efficiency. The average data search time decreased from 3.41 to 2.70 minutes per instance — a reduction of 0.71 minutes — while the number of work steps dropped from 12 to 7 steps per instance, representing a decrease of 5 steps. Furthermore, decision-making speed enhanced significantly, with the average time taken dropping from 4.14 to 3.02 minutes per instance, yielding reduction of 1.12 minutes. These findings reflect that the process improvements enabled faster information retrieval, fewer procedural steps, and accelerated decision-making.

Keywords: air freight rate, dashboard, Looker Studio

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การขนส่งสินค้าทางอากาศเป็นส่วนสำคัญของห่วงโซ่อุปทานโลกที่มีบทบาทสำคัญต่อการค้าระหว่างประเทศและเศรษฐกิจของประเทศไทย จากสถิติปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศของประเทศไทยในช่วง 10 ปี พบว่ามีแนวโน้มการเติบโตอย่างต่อเนื่องด้วยอัตราการเติบโตเฉลี่ยร้อยละ 1.13 ต่อปี แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 ในปี พ.ศ. 2563 แต่สามารถฟื้นตัวได้อย่างรวดเร็วตั้งแต่ปี พ.ศ. 2564 เป็นต้นมา โดยในปี พ.ศ. 2567 มีปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศสูงถึง 1,515,243.63 ตัน เพิ่มขึ้นร้อยละ 21.89 จากปีก่อนหน้า และฟื้นตัวเกินระดับก่อนการแพร่ระบาดถึงร้อยละ 101.63 เมื่อเทียบกับปี พ.ศ. 2562 การเติบโตของปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องนี้ส่งผลให้ค่าใช้จ่ายด้านโลจิสติกส์ โดยเฉพาะค่าขนส่งทางอากาศกลายเป็นต้นทุนหลักที่ส่งผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของผู้ประกอบการ รายละเอียดนำเสนอดังภาพที่ 1 (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2568)



ภาพที่ 1 แสดงสถิติปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศภาพรวมตั้งแต่ปี พ.ศ. 2558–2567
ที่มา: (สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย, 2568)

บริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด ดำเนินการของธุรกิจเกี่ยวกับการเป็นผู้ให้บริการด้านโลจิสติกส์ ที่เชี่ยวชาญในการขนส่งสินค้าที่ต้องควบคุมอุณหภูมิ โดยมีการดำเนินธุรกิจครอบคลุมหลายด้าน ได้แก่ การขนส่งควบคุมความเย็นสำหรับสินค้าวิทยาศาสตร์เพื่อชีวิต เช่น ยาและเวชภัณฑ์ ชีวเภสัชภัณฑ์ การขนส่งอาหารแช่เย็นแช่แข็ง การขนส่งแบบเร่งด่วน และการให้บริการในฐานะตัวแทนขนส่งสินค้าระหว่างประเทศ (freight forwarder) ทั้งทางอากาศ ทางเรือและผ่านชายแดน บริษัทได้รับการรับรองมาตรฐาน GDP (Good Distribution Practices) จากองค์การอนามัยโลก (WHO) ซึ่งสะท้อนถึงความน่าเชื่อถือและคุณภาพในการให้บริการ อย่างไรก็ตาม ในการดำเนินธุรกิจด้านการขนส่งระหว่างประเทศ โดยเฉพาะการขนส่งทางอากาศที่มีการใช้บริการจากสายการบินและผู้ให้บริการหลายราย จากการศึกษาพบว่า บริษัทต้องเผชิญกับปัญหาการบริหารจัดการข้อมูลอัตราค่าขนส่งที่มีความซับซ้อน เนื่องจากอัตราค่าขนส่งมีความผันผวนและแตกต่างกันไปในแต่ละราคา ช่วงเวลา เส้นทาง น้ำหนัก สายการบิน และประเภทสินค้า ประกอบกับข้อมูลอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละรายมีรูปแบบการนำเสนอและเงื่อนไขที่แตกต่างกัน ทำให้การเปรียบเทียบราคาและการตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เหมาะสมในแต่ละครั้งเป็นไปด้วยความยากลำบากใช้เวลานาน และอาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ นอกจากนี้ การขาดเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการติดตามและวิเคราะห์แนวโน้มการเปลี่ยนแปลงของราคายังส่งผลให้บริษัทอาจพลาดโอกาสในการลดต้นทุน

จากการศึกษาพบว่าปัญหา การเติบโตอย่างต่อเนื่องของปริมาณการขนส่งสินค้าทางอากาศส่งผลให้ค่าขนส่งทางอากาศกลายเป็นต้นทุนหลักที่มีผลกระทบโดยตรงต่อความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจโลจิสติกส์ โดยเฉพาะที่ต้องใช้บริการจากสายการบินและผู้ให้บริการแต่ละราย ซึ่งมีอัตราค่าขนส่งที่แตกต่างและผันผวนตามราคาช่วงเวลา เส้นทาง น้ำหนัก สายการบิน ประเภทสินค้า และเงื่อนไขการให้บริการ ปัญหาดังกล่าวประกอบกับการบริหารจัดการข้อมูลอัตราค่าขนส่งที่ยังขาดความเป็นระบบ ทำให้การเปรียบเทียบราคา การวิเคราะห์แนวโน้ม

และการตัดสินใจเลือกใช้บริการในแต่ละครั้งใช้เวลานานและอาจเกิดความคลาดเคลื่อนได้ ดังนั้น การนำระบบรายงานข้อมูลและแดชบอร์ด (dashboard) โดยใช้เทคโนโลยี Looker Studio มาประยุกต์ใช้เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศ จะช่วยจัดการข้อมูลจากแหล่งต่าง ๆ ให้มีความเป็นระบบ แสดงผลข้อมูลในรูปแบบเชิงภาพที่เข้าใจง่าย และสามารถติดตามการเปลี่ยนแปลงของอัตราค่าขนส่งได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งผลให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจเลือกใช้บริการที่เหมาะสม ลดต้นทุนโลจิสติกส์ เพิ่มความรวดเร็วในการดำเนินงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศจากผู้ให้บริการแต่ละรายและเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสม

2. เพื่อสร้างแดชบอร์ด (dashboard) ด้วย Looker Studio สำหรับวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละราย

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศ กรณีศึกษา : บริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด เพื่อเป็นแนวทางในการวิจัย ดังนี้

ดาต้าวิชวลไลเซชัน (data visualization)

พลเชษฐ์ รุ่งกิจวรเสถียร (2564) อธิบายว่า ดาต้าวิชวลไลเซชัน (data visualization) คือ การนำข้อมูล หรือ Data ที่ได้มาจากแหล่งข้อมูลต่าง ๆ มาวิเคราะห์ประมวลผลแล้วนำเสนอออกมาในรูปแบบที่มองเห็นและทำความเข้าใจได้ด้วยตา เช่น แผนภูมิ รูปภาพ แผนที่ กราฟแสดงเทรนด์ ตาราง วิดีโอ อินโฟกราฟิก จุดประสงค์สำคัญของการแสดงข้อมูลเชิงภาพเป็นการนำเสนอข้อมูลให้เข้าใจง่าย ผู้อ่านข้อมูลสามารถเข้าใจได้ทันทีว่าตัวชิ้นงานต้องการสื่อสารอะไร ชี้จุดสำคัญของเนื้อหา และชี้ข้อสังเกตเชิงลึก ข้อเปรียบเทียบให้เห็นอย่างชัดเจน ช่วยให้สังเกตเห็นจุดที่น่าสนใจของข้อมูลได้ง่ายขึ้น

รูปแบบพื้นฐานที่ควรทำความรู้จักเพื่อเป็นตัวเลือกในการใช้นำเสนอข้อมูลใช้ 5 รูปแบบดังนี้

1. แผนภูมิ (chart) เป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่คุ้นเคยกันมากที่สุด และมีความหลากหลายของชนิดกราฟให้เลือกใช้ตามวัตถุประสงค์ในการนำเสนอข้อมูล

2. กราฟ (graphs) เป็นประเภทหนึ่งของแผนภูมิที่ใช้แสดงความสัมพันธ์ระหว่างข้อมูล 2 ตัวแปร โดยกราฟจะแสดงข้อมูลผ่านแกนแนวนอน (แกน X) และแกนแนวตั้ง (แกน Y)

3. ตาราง (table) เป็นรูปแบบที่นิยมใช้กันอย่างแพร่หลายในการนำเสนอข้อมูลให้เข้าใจได้ง่าย โดยตารางประกอบด้วย 2 ส่วน ได้แก่ คอลัมน์และแถว

4. แผนที่ (maps) เป็นการนำเสนอข้อมูลบนแผนที่เพื่อแสดงข้อมูลเกี่ยวกับพื้นที่ต่าง ๆ ซึ่งนอกจากการใส่ข้อมูลลงไปยังพื้นที่ต่าง ๆ แล้วยังสามารถใช้สีสัน

5. อินโฟกราฟิก (infographics) การนำเสนอสารสนเทศด้วยภาพกราฟิก เป็นรูปแบบการนำเสนอข้อมูลที่ใช้ภาพสื่อแทน ทำให้ผู้อ่าน ข้อมูลเข้าใจข้อมูลได้ง่าย

แดชบอร์ด (dashboard)

พลเชษฐ์ รุ่งกิจวรเสถียร (2564) อธิบายว่า แดชบอร์ด (dashboard) คือเครื่องมือหนึ่งในการจัดการสารสนเทศ เพื่อให้สามารถติดตามผล วิเคราะห์ แสดงดัชนีชี้วัดความสำเร็จ หรือที่เรียกว่า KPI (Key Performance

Indicator) รวมไปถึงข้อมูล ที่สำคัญในการตรวจสอบสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กรหรือหน่วยงานเฉพาะได้ ซึ่งแดชบอร์ดนั้นสามารถ ปรับแต่งรูปแบบเพื่อให้เข้ากับความต้องการของแผนกหรือบริษัทได้ ซึ่งในเบื้องหลังนั้น แดชบอร์ดมักจะเชื่อมต่ออยู่กับข้อมูลที่ถูกเก็บไว้ แต่ในเบื้องหน้าแล้ว ข้อมูลมักจะถูกแสดงในรูปแบบของ ตาราง แผนภูมิเส้น แผนภูมิแท่ง หรือแผนภูมิวงกลม เป็นต้น ทั้งนี้ แดชบอร์ดเป็นวิธีที่มีประสิทธิภาพมากที่สุด ในการติดตามข้อมูลที่มาจาหลายแหล่ง เพราะสามารถนาข้อมูลหลายข้อมูลมารวมไว้ในจุดเดียวกัน เพื่อติดตามและวิเคราะห์ประสิทธิภาพ

เทคโนโลยีที่เหมาะสมกับงาน (task technology fit)

มงคล เบญจนากาศกุล และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2563) อธิบายว่าเทคโนโลยีเหมาะสมกับงาน เป็นการประเมินความสอดคล้องระหว่างระดับของเทคโนโลยี ความต้องการของผู้ใช้งาน และคุณลักษณะของงาน เพื่อให้เทคโนโลยีสามารถสนับสนุนการทำงานได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้ต้องคำนึงถึง หลักการสำคัญของลีน (Lean) คือ การสร้างมูลค่าให้แก่ลูกค้า ผ่านกระบวนการไหลของงานอย่างต่อเนื่อง โดยใช้ระบบการดึงที่อาศัยข้อมูลความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าทั้งภายในและภายนอกองค์กร เพื่อแสวงหาแนวทางในการปรับปรุงอย่างต่อเนื่อง เดิมทีหลักการแบบลีนถูกคิดค้นขึ้นจากแนวทางการปรับปรุงกระบวนการผลิต และต่อมาได้นำมาประยุกต์ใช้กับระบบสารสนเทศ เพื่อสร้างคุณค่าของระบบสารสนเทศให้สอดคล้องกับความต้องการและความคาดหวังของผู้ใช้ บริษัทตัวแทนขนส่งสินค้า (freight forwarder) จะไม่มีกระบวนการผลิตและไม่มีสินค้าคงคลัง ดังนั้น การนำเทคโนโลยีมาใช้ในอุตสาหกรรมบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าจึงเป็นการใช้เทคโนโลยีเพื่ออำนวยความสะดวกให้แก่ลูกค้าในการส่งมอบผลิตภัณฑ์ไปยังจุดหมายปลายทาง

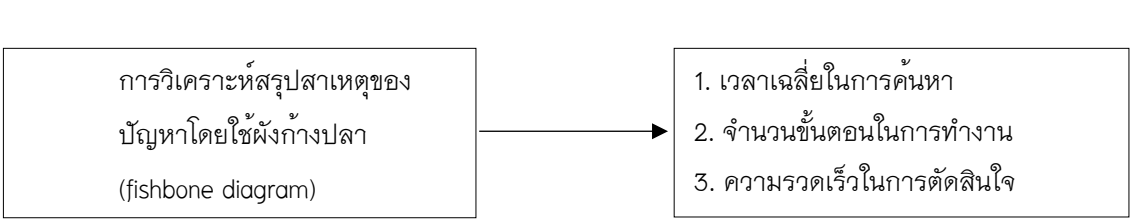
แนวคิดผังก้างปลา (fishbone diagram)

วนัสนันท์ ขันธุ์วงค์ และคณะ (2568) ได้กล่าวถึงแนวคิดผังก้างปลา (fishbone diagram) ในการทำธุรกิจ ปัญหาอาจเกิดขึ้นได้เสมอ และปัญหาไม่ได้มีรูปแบบเดียว สิ่งสำคัญคือ ต้องสามารถระบุสาเหตุของปัญหาดังกล่าวได้อย่างทันท่วงที วิธีหนึ่งที่จะทำให้มั่นใจได้ คือ การใช้ประโยชน์จากเครื่องมือที่ช่วยระบุปัญหาและสาเหตุที่เกี่ยวข้อง และหนึ่งในเครื่องมือที่ได้รับความนิยม คือ แผนภูมิก้างปลา หรือเรียกอย่างเป็นทางการว่า แผนผังสาเหตุและผล (cause and effect diagram) ซึ่งเป็นผังที่แสดงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหากับสาเหตุของปัญหาทั้งหมด ชื่อเรียกผังก้างปลาเกิดจากลักษณะของผังที่คล้ายปลาประกอบด้วย หัวปลา โครงร่างกระดูกแกนกลาง และก้างปลา โดยระบุปัญหาไว้ที่หัวปลา ระบุสาเหตุหลักของปัญหาเป็นลูกศรเข้าสู่กระดูกแกนกลาง และระบุสาเหตุย่อยที่เป็นไปได้ซึ่งส่งผลกระทบให้เกิดปัญหานั้น เป็นลูกศรเข้าสู่สาเหตุหลัก นอกจากนี้ ผังก้างปลายังมีชื่อเรียกอีกชื่อหนึ่งว่า แผนผังอิชิกาวะ (Ishikawa diagram) ซึ่งได้รับการพัฒนาครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1943 โดยศาสตราจารย์ คาโอรุ อิชิกาวะ แห่งมหาวิทยาลัยโตเกียว ได้นำผังก้างปลามาใช้ในการจัดการปัญหาและเพิ่มคุณภาพการผลิตสำหรับอู่ต่อเรือคาวาซากิ ในช่วงปี พ.ศ. 2503 – พ.ศ. 2511

สรุปการทบทวนวรรณกรรม งานวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาการแสดงข้อมูลเชิงภาพ และแดชบอร์ด ช่วยสนับสนุนการนำเสนอข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่เข้าใจง่าย ลดความซับซ้อนของข้อมูลจำนวนมาก และเอื้อต่อการตัดสินใจ ขณะที่เทคโนโลยีเหมาะสมกับงาน ชี้ให้เห็นถึงความสำคัญของการเลือกใช้เทคโนโลยีที่สอดคล้องกับลักษณะงาน เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ส่วนแนวคิดผังก้างปลาช่วยในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาอย่างเป็นระบบ ทำให้สามารถกำหนดแนวทางแก้ไขได้ตรงประเด็น

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1.ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานแผนกโลจิสติกส์ของบริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด และกลุ่มตัวอย่างในครั้งนี้ คือ พนักงานแผนกโลจิสติกส์ของบริษัท ABC (ประเทศไทย) จำกัด จำนวน 9 คน ประกอบด้วย ผู้จัดการ หัวหน้าแผนก และพนักงานปฏิบัติการ โดยการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ซึ่งกำหนดเกณฑ์การคัดเลือกจากผู้ที่มีความรู้ ความเชี่ยวชาญ และมีประสบการณ์ในการดำเนินงานด้านโลจิสติกส์โดยตรง เป็นผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key Informant) มีลักษณะเป็นการศึกษาเชิงกรณีศึกษา (case study) ภายในองค์กร โดยมุ่งเน้นการวิเคราะห์กระบวนการทำงานและพัฒนาเครื่องมือ (dashboard) เพื่อใช้ในองค์กรเฉพาะแห่ง ไม่ได้มุ่งเน้นการอ้างอิงผลไปยังประชากรขนาดใหญ่ จึงเป็นการเลือกผู้ปฏิบัติงานจริงในแผนกทั้งหมด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (structured interview) ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายปิดแบบให้เลือกตอบ

ตอนที่ 2 แบบสอบถามเพื่อวิเคราะห์ปัญหาในการจัดทำรายงานข้อมูลก่อนการพัฒนาแดชบอร์ด ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

ตอนที่ 3 การทดสอบผู้ใช้งานแดชบอร์ด โดยเปรียบเทียบก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุง โดยใช้ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) เวลาเฉลี่ยในการค้นหา 2) จำนวนขั้นตอนในการทำงาน 3) ความรวดเร็วในการตัดสินใจ

ตอนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม ซึ่งลักษณะคำถามเป็นคำถามปลายเปิด

การทดสอบคุณภาพของเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย โดยการตรวจสอบความตรงตามเนื้อหา (validity) ของเครื่องมือโดยใช้ดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence: IOC) โดยประเมินจากผู้เชี่ยวชาญ 3 คน ซึ่งในงานวิจัยครั้งนี้ค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 ถึง 1.00

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยนัดหมายผู้ให้ข้อมูลสำคัญล่วงหน้า เพื่อให้เกิดความสะดวกและความพร้อมในการสัมภาษณ์ โดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง พร้อมทั้งชี้แจงวัตถุประสงค์ ขอบเขต และประโยชน์

ของงานวิจัยแก่ผู้ให้ข้อมูล เพื่อสร้างความเข้าใจและความร่วมมือที่ดี กระบวนการสัมภาษณ์จึงเป็นไปตามหลักจริยธรรมการวิจัย โดยให้สิทธิผู้ให้ข้อมูลในการปฏิเสธหรือยุติการสัมภาษณ์ได้ทุกเมื่อ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

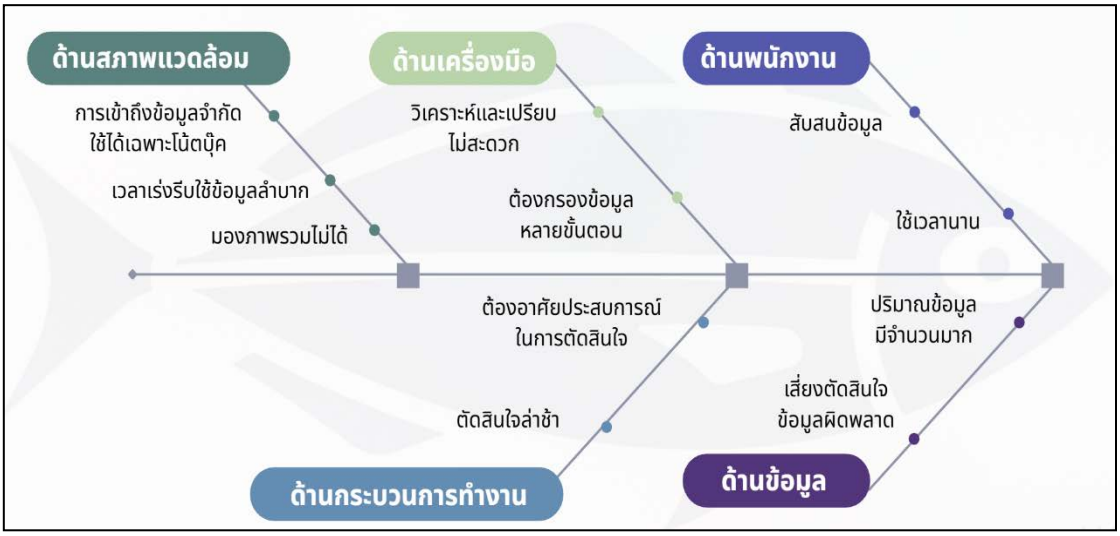
ผู้วิจัยได้แบ่งการวิเคราะห์ข้อมูลออกเป็น 2 ส่วน ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง นำมาวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามประเด็นของผังก้างปลา ได้แก่ พนักงาน เครื่องมือ ข้อมูล กระบวนการทำงาน และสภาพแวดล้อม เพื่อสรุปปัญหาและแนวทางปรับปรุงกระบวนการทำงาน

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ ข้อมูลจากการวัดผลก่อนและหลังการปรับปรุงระบบ นำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย และร้อยละ เพื่อเปรียบเทียบผลการเปลี่ยนแปลงของ 1) เวลาเฉลี่ยในการค้นหา 2) จำนวนขั้นตอนในการทำงาน 3) ความรวดเร็วในการตัดสินใจ

ผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ใช้แผนผังก้างปลา เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา ซึ่งช่วยให้จำแนกปัจจัยแบ่งออกเป็น 5 ด้านและสามารถระบุปัญหาได้ รายละเอียดดังภาพที่ 3

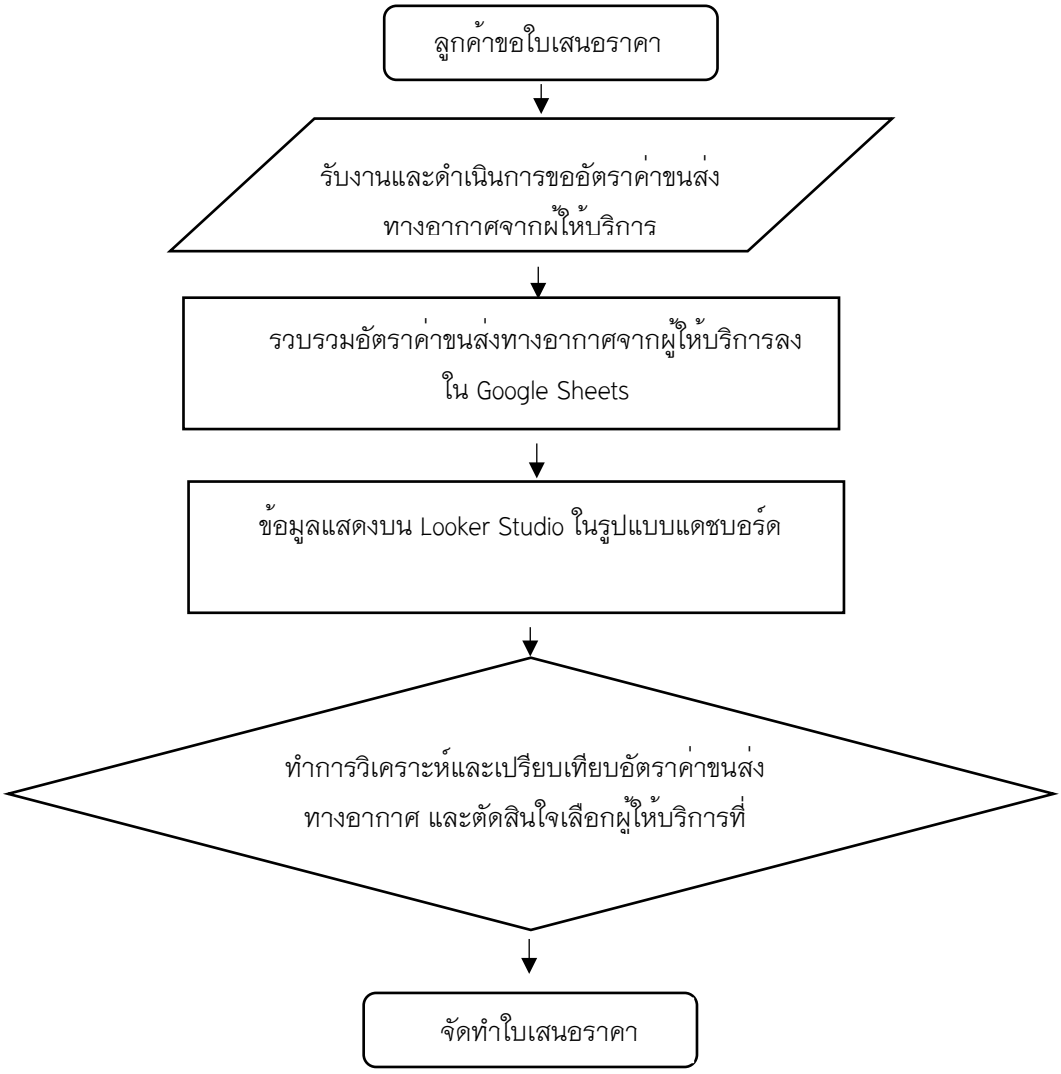


ภาพที่ 3 การวิเคราะห์สาเหตุของปัญหา

สรุปผลจากการสัมภาษณ์เกี่ยวกับปัจจัยด้านพนักงาน เครื่องมือ ข้อมูล กระบวนการทำงาน และสภาพแวดล้อม พบว่า การตัดสินใจเลือกอัตราค่าขนส่งทางอากาศยังประสบข้อจำกัดหลายด้าน โดยพนักงานต้องพิจารณาข้อมูลจากผู้ให้บริการแต่ละราย ทั้งราคา ช่วงเวลา เส้นทาง น้ำหนัก สายการบิน ประเภทสินค้า และเงื่อนไขการให้บริการ ซึ่งข้อมูลส่วนใหญ่อยู่ในรูปแบบอีเมลและนำมาบันทึกลงใน Google Sheets อีกครั้ง ทำให้การค้นหาและเปรียบเทียบทำได้ยากและใช้เวลานาน ขณะที่เครื่องมือที่ใช้ยังเป็นเพียงระบบพื้นฐาน ไม่สามารถวิเคราะห์หรือสรุปผลเพื่อช่วยตัดสินใจได้อย่างชัดเจน ส่งผลให้ต้องอาศัยการเปรียบเทียบด้วยตนเองและอาจเกิดข้อผิดพลาด ด้านข้อมูลพบว่ามีปริมาณมาก และไม่เป็นระบบเท่าที่ควร ทำให้เกิดความสับสนและเสี่ยงต่อความคลาดเคลื่อนในการนำไปใช้ โดยเฉพาะในสถานการณ์เร่งด่วน ส่วนด้านกระบวนการทำงานยังต้องใช้เวลาในการค้นหา ตรวจสอบ และพึ่งพาประสบการณ์หรือการปรึกษาผู้อื่น ทำให้การตัดสินใจล่าช้าและขาดความชัดเจน

ขณะที่ด้านสภาพแวดล้อม เช่น ข้อจำกัดด้านเวลา ความเร่งรีบ และการเข้าถึงข้อมูลผ่านคอมพิวเตอร์เพียงอย่างเดียว ส่งผลให้การวิเคราะห์และเปรียบเทียบข้อมูลทำได้ไม่สะดวก อีกทั้งการแสดงผลข้อมูลในปัจจุบันยังไม่เอื้อต่อการมองเห็นภาพรวมเพื่อการตัดสินใจอย่างรวดเร็ว จึงส่งผลต่อประสิทธิภาพในการตัดสินใจโดยรวมของการดำเนินงาน

การปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศ ผู้จัดทำได้นำผลการศึกษาปัญหาและข้อจำกัดจากการสัมภาษณ์ในหัวข้อก่อนหน้า มาพัฒนาแนวทางการแก้ไขโดยการออกแบบแดชบอร์ด เพื่อใช้เป็นเครื่องมือในการวิเคราะห์และเปรียบเทียบการตัดสินใจอย่างเป็นระบบเพื่อความอย่างรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพของข้อมูล มีขั้นตอนการดำเนินงาน ดังภาพที่ 4



ภาพที่ 4 กระบวนการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่ง

ภาพที่ 5 ขั้นตอนการดำเนินงานตามแนวทางการปรับปรุง

เริ่มต้นจากเมื่อลูกค้ามีความประสงค์ขอใบเสนอราคา จะทำการรับรายละเอียดงานและดำเนินการขออัตราค่าขนส่งทางอากาศจากผู้ให้บริการแต่ละราย จากนั้นนำข้อมูลอัตราค่าขนส่งที่ได้รับมารวบรวมและบันทึกลงใน Google Sheets เพื่อจัดเก็บอย่างเป็นระบบ และเชื่อมโยงข้อมูลไปแสดงผลผ่าน Looker Studio ในรูปแบบแดชบอร์ด เพื่อให้สามารถมองเห็นข้อมูลได้อย่างชัดเจนและเข้าใจง่าย ขั้นตอนต่อมาคือการวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละราย เพื่อพิจารณาเลือกผู้ให้บริการที่มีความเหมาะสมที่สุด และสุดท้ายจึงจัดทำใบเสนอราคาเสนอให้แก่ลูกค้าต่อไป

ตาราง 1 สรุปภาพรวมค่าเฉลี่ยแต่ละด้าน

ตัวชี้วัด (KPI)	$\overline{X}$	สรุปภาพรวมและขั้นตอนการคำนวณค่าเฉลี่ยรวม
1. เวลาเฉลี่ยในการค้นหา	ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยที่ 33.73	1. 33.73 + 32.51 = 66.24
	หัวหน้าแผนก มีค่าเฉลี่ยที่ 32.51	2. 66.24 + 21.13 = 87.37
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 1 มีค่าเฉลี่ยที่ 21.13	3. 87.37 + 12.41 = 99.78
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 2 มีค่าเฉลี่ยที่ 12.41	4. 99.78 + 8.94 = 108.72
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 3 มีค่าเฉลี่ยที่ 8.94	5. 108.72 + 9.36 = 118.08
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 4 มีค่าเฉลี่ยที่ 9.36	6. 118.08 + 12.97 = 131.05
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 5 มีค่าเฉลี่ยที่ 12.97	7. 131.05 + 27.19 = 158.24
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 6 มีค่าเฉลี่ยที่ 27.19	8. 158.24 + 31.04 = 189.28
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 7 มีค่าเฉลี่ยที่ 31.04	สรุป 189.28 / 9 = 21.03%
2. จำนวนขั้นตอนในการทำงาน	ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	1. 58.33 + 58.33 = 116.66
	หัวหน้าแผนก มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	2. 116.66 + 58.33 = 174.99
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 1 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	3. 174.99 + 58.33 = 233.32
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 2 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	4. 233.32 + 58.33 = 291.65
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 3 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	5. 291.65 + 58.33 = 349.98
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 4 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	6. 349.98 + 58.33 = 408.31
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 5 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	7. 408.31 + 58.33 = 466.64
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 6 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	8. 466.64 + 58.33 = 524.97
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 7 มีค่าเฉลี่ยที่ 58.33	สรุป 524.97 / 9 = 58.33%
3. ความรวดเร็วในการตัดสินใจ	ผู้จัดการ มีค่าเฉลี่ยที่ 41.28	1. 41.28 + 37.87 = 79.15
	หัวหน้าแผนก มีค่าเฉลี่ยที่ 37.87	2. 79.15 + 22.35 = 101.50
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 1 มีค่าเฉลี่ยที่ 22.35	3. 101.50 + 26.15 = 127.65
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 2 มีค่าเฉลี่ยที่ 26.15	4. 127.65 + 13.10 = 140.75
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 3 มีค่าเฉลี่ยที่ 13.10	5. 140.75 + 10.56 = 151.31
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 4 มีค่าเฉลี่ยที่ 10.56	6. 151.31 + 24.92 = 176.23
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 5 มีค่าเฉลี่ยที่ 24.92	7. 176.23 + 26.19 = 202.42
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 6 มีค่าเฉลี่ยที่ 26.19	8. 202.42 + 31.08 = 233.50
	พนักงานปฏิบัติการคนที่ 7 มีค่าเฉลี่ยที่ 31.08	สรุป 233.50 / 9 = 25.94%

จากตาราง 1 สรุปผล ค่าเฉลี่ยภาพรวมของตัวชี้วัดเวลาในการค้นหาสินค้าของผู้ปฏิบัติงานทั้งหมด 9 คน หลังการปรับปรุงกระบวนการทำงาน เท่ากับร้อยละ 21.09 ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงสามารถช่วยลดระยะเวลาในการค้นหาสินค้าได้ และส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานดีขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนการปรับปรุง ค่าเฉลี่ยภาพรวมของตัวชี้วัดจำนวนขั้นตอนในการทำงาน เท่ากับร้อยละ 58.33 แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงสามารถลดจำนวนขั้นตอนการทำงานได้อย่างชัดเจนในทุกตำแหน่ง และส่งผลให้กระบวนการทำงานมีความกระชับและมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

และค่าเฉลี่ยภาพรวมของตัวชี้วัดด้านความรวดเร็วในการตัดสินใจ เท่ากับร้อยละ 25.94 แสดงให้เห็นว่าการปรับปรุงช่วยให้การตัดสินใจในการปฏิบัติงานมีความรวดเร็วมากขึ้น และส่งผลให้ประสิทธิภาพการทำงานโดยรวมดีขึ้นเมื่อเทียบกับก่อนการปรับปรุงอย่างชัดเจน

ตาราง 2 การเปรียบเทียบการทำงานก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงการทำงาน

ตัวชี้วัด (KPI)	ก่อนปรับปรุง	หลังปรับปรุง	ลดลง
1. เวลาเฉลี่ยในการค้นหา	3.41 นาที/ครั้ง	2.70 นาที/ครั้ง	0.71
2. จำนวนขั้นตอนในการทำงาน	12 ขั้นตอน/ครั้ง	7 ขั้นตอน/ครั้ง	5
3. ความรวดเร็วในการตัดสินใจ	4.14 นาที/ครั้ง	3.02 นาที/ครั้ง	1.12

จากตาราง 2 สรุปการเปรียบเทียบการทำงานก่อนปรับปรุงและหลังปรับปรุงการทำงาน พบว่าประสิทธิภาพการดำเนินงานดีขึ้นอย่างชัดเจน โดยเวลาเฉลี่ยในการค้นหาลดลงจาก 3.41 นาทีต่อครั้ง เหลือ 2.70 นาทีต่อครั้ง หรือลดลง 0.71 นาที ขณะที่จำนวนขั้นตอนในการทำงานลดลงจาก 12 ขั้นตอนต่อครั้ง เหลือเพียง 7 ขั้นตอนต่อครั้ง ลดลงถึง 5 ขั้นตอน นอกจากนี้ ความรวดเร็วในการตัดสินใจก็ปรับตัวดีขึ้น โดยใช้เวลาลดลงจาก 4.14 นาทีต่อครั้ง เหลือ 3.02 นาทีต่อครั้ง หรือลดลง 1.12 นาที สะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ช่วยให้ค้นหาได้เร็วขึ้น ลดขั้นตอน และตัดสินใจได้รวดเร็วขึ้น

การอภิปรายผล

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 1 การวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งทางอากาศจากผู้ให้บริการแต่ละรายและเลือกใช้ผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสม สามารถนำผลการวิเคราะห์มาอภิปรายผลได้ดังนี้

ก่อนการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ประสบปัญหาข้อมูลอัตราค่าขนส่งที่กระจัดกระจายและยากต่อการเปรียบเทียบ ส่งผลให้การค้นหาและตัดสินใจใช้เวลานาน ผู้จัดทำจึงได้นำแนวคิดผังก้างปลา ของวนัสนันท์ ขันธุ์วงค์ และคณะ (2568) มาใช้วิเคราะห์หาสาเหตุของปัญหาในด้านบุคลากร เครื่องมือ ข้อมูล กระบวนการ และสภาพแวดล้อม ทำให้สามารถระบุสาเหตุหลักที่เกิดจากการขาดระบบจัดเก็บข้อมูลที่เป็นมาตรฐานและขาดเครื่องมือช่วยวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบอย่างเป็นระบบ จากนั้นได้ปรับปรุงการจัดเก็บข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบที่มีโครงสร้างชัดเจน สามารถรวบรวมข้อมูลอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละรายและเปรียบเทียบตามราคา ช่วงเวลา เส้นทาง น้ำหนัก สายการบิน ประเภทสินค้า และเงื่อนไขการให้บริการ ส่งผลให้เวลาเฉลี่ยในการค้นหาข้อมูลและจำนวนขั้นตอนการทำงานลดลงอย่างชัดเจน รวมถึงเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ แสดงให้เห็นว่าการประยุกต์ใช้แนวคิดผังก้างปลาในการวิเคราะห์สาเหตุของปัญหาสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน และสนับสนุนการเลือกผู้ให้บริการขนส่งได้อย่างเหมาะสม ผลที่ได้การปรับปรุงระบบการจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลช่วยลดเวลาในการค้นหา ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลของเสียในกระบวนการผลิต” ของปริมประภา จุลบุดดี และคณะ (2568) ที่ใช้เครื่องมือ Google Forms, Google Sheets และ Looker Studio ในการพัฒนาระบบจัดเก็บและวิเคราะห์ข้อมูลแบบเรียลไทม์ ส่งผลให้ระยะเวลาการทำงานลดลง แสดงให้เห็นว่าการปรับเปลี่ยนจากระบบข้อมูลแบบกระจัดกระจายมาเป็นระบบดิจิทัลสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานได้จริง นอกจากนี้ยังสอดคล้อง

กับงานวิจัยเรื่อง “การออกแบบแดชบอร์ดคลังสินค้า บนพื้นฐานตัวชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม” ของปวริศ พระปฐมนาวี และคเณศ พันธุ์สวาสดิ์ (2568) ที่ประยุกต์ใช้ Microsoft Power BI และกระบวนการ ETL เพื่อแปลงข้อมูลดิบให้เป็นสารสนเทศผ่านการนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ โดยมุ่งเน้นตัวชี้วัดด้านต้นทุน เวลา และความน่าเชื่อถือ ซึ่งช่วยให้การบริหารจัดการด้านโลจิสติกส์มีประสิทธิภาพมากขึ้น แม้เครื่องมือที่ใช้จะแตกต่างกัน แต่หลักการในการใช้ระบบสารระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจ (Business Intelligence: BI) เพื่อสนับสนุนการวิเคราะห์และการตัดสินใจด้านโลจิสติกส์มีความสอดคล้องกันอย่างชัดเจน จึงสะท้อนให้เห็นว่าการจัดการข้อมูลอย่างเป็นระบบและการใช้เทคโนโลยีสามารถช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเลือกผู้ให้บริการขนส่งที่เหมาะสมได้

จากการศึกษาตามวัตถุประสงค์ที่ 2 สร้างแดชบอร์ด ด้วย Looker Studio สำหรับวิเคราะห์และเปรียบเทียบอัตราค่าขนส่งจากผู้ให้บริการแต่ละราย สามารถนำผลการวิเคราะห์มาอภิปรายผลได้ดังนี้ ได้นำแนวคิด การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ และแนวคิดแดชบอร์ด ของพลเชษฐ์ รุ่งกิจวรเสถียร (2564) มาใช้ในการออกแบบการแสดงผลข้อมูลให้อยู่ในรูปแบบกราฟ ตาราง และตัวชี้วัดที่เข้าใจง่าย ช่วยลดความซับซ้อนของข้อมูลจำนวนมาก และรวบรวมข้อมูลสำคัญไว้ในหน้าจอเดียวเพื่อสนับสนุนการติดตามและการตัดสินใจ นอกจากนี้ โครงงานยังอ้างอิงแนวคิด การใช้เทคโนโลยีให้เหมาะสมกับลักษณะงาน ของมงคล เบญจนากาศกุล และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธุ์ (2563) ซึ่งอธิบายว่าประสิทธิภาพการทำงานจะเพิ่มขึ้นเมื่อเทคโนโลยีมีความเหมาะสมกับลักษณะงานที่ปฏิบัติ การเลือกใช้ Looker Studio จึงถือเป็นเทคโนโลยีที่สอดคล้อง ซึ่งต้องวิเคราะห์ข้อมูลจำนวนมากภายใต้ข้อจำกัดด้านเวลา โดยผลการดำเนินงานมีประสิทธิภาพอย่างชัดเจน เวลาเฉลี่ยในการค้นหาลดลงจาก 3.41 นาทีต่อครั้ง เหลือ 2.70 นาทีต่อครั้ง หรือลดลง 0.71 นาที ขณะที่จำนวนขั้นตอนในการทำงานลดลงจาก 12 ขั้นตอนต่อครั้ง เหลือเพียง 7 ขั้นตอนต่อครั้ง ลดลงถึง 5 ขั้นตอน นอกจากนี้ ความรวดเร็วในการตัดสินใจก็ปรับตัวดีขึ้น โดยใช้เวลาลดลงจาก 4.14 นาทีต่อครั้ง เหลือ 3.02 นาทีต่อครั้ง หรือลดลง 1.12 นาที สะท้อนให้เห็นว่าการปรับปรุงกระบวนการทำงานและการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมช่วยให้การค้นหาข้อมูลรวดเร็วขึ้น ลดขั้นตอนการทำงาน และสนับสนุนการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น ผลที่ได้สอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “การพัฒนาระบบรายงานข้อมูล และแดชบอร์ดเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร กรณีศึกษา: สถาบันเวชศาสตร์สมเด็จพระสังฆราชญาณสังวรเพื่อผู้สูงอายุ” ของจุฑาทิพย์ เปล่งผิว และคณะ (2568) ที่ใช้ Google Forms, Google Sheets และ Looker Studio ภายใต้กรอบ PDCA และกระบวนการ CRISP-DM ในการพัฒนาระบบรายงานข้อมูลแบบเรียลไทม์ เพื่อแก้ปัญหาข้อมูลกระจัดกระจายและเพิ่มประสิทธิภาพการตัดสินใจ ซึ่งมีแนวทางสอดคล้องกับโครงงานนี้ที่รวบรวมข้อมูลค่าขนส่งจากหลายแหล่งและแสดงผลผ่านแดชบอร์ดเพื่อลดเวลาในการค้นหาและวิเคราะห์ข้อมูล นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “Real Time Sales Data Visualization at Agung Wastra Using Looker Studio” ของ Sandhiyasa et al. (2025) ที่ใช้กระบวนการ ETL และ Google Looker Studio ในการพัฒนาแดชบอร์ดเชิงโต้ตอบ เพื่อเปลี่ยนข้อมูลจาก Excel ให้เป็นกราฟที่เข้าใจง่าย ช่วยลดระยะเวลาในการวิเคราะห์ข้อมูลจากหลายวันเหลือเพียงไม่กี่นาที ซึ่งมีหลักการเดียวกับงานวิจัยครั้งนี้ที่ใช้การนำเสนอข้อมูลด้วยภาพ เพื่อลดความซับซ้อนของข้อมูลจำนวนมาก อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยเรื่อง “Implementasi Business Intelligence Menggunakan Software Google Data Studio (Looker Studio)” ของ Iskandar et al. (2025) ที่ประยุกต์ใช้แนวคิด ระบบสารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจ ผ่าน Looker Studio เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจบนฐานข้อมูล (data-driven decision making) และเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ แม้บริบทของแต่ละงานวิจัยจะแตกต่างกัน แต่การใช้เครื่องมือ สารสนเทศเพื่อการวิเคราะห์ธุรกิจ และ Looker Studio เพื่อแปลงข้อมูลดิบให้เป็นสารสนเทศเชิงภาพที่เข้าใจง่ายและสนับสนุนการตัดสินใจมีความสอดคล้องกับโครงงานนี้อย่างชัดเจน จึงยืนยันได้ว่าการพัฒนาแดชบอร์ดในงานวิจัยครั้งนี้สามารถเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานและสนับสนุนการตัดสินใจด้านโลจิสติกส์ได้อย่างเป็นรูปธรรม

องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาครั้งนี้ทำให้เกิดองค์ความรู้เกี่ยวกับแนวทางการจัดการข้อมูลอัตราค่าขนส่งทางอากาศอย่างเป็นระบบ โดยการรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้บริการแต่ละรายและนำมาวิเคราะห์เปรียบเทียบตามปัจจัยสำคัญ เช่น ราคา ช่วงเวลา เส้นทาง น้ำหนัก สายการบิน ประเภทสินค้า และเงื่อนไขการให้บริการ ร่วมกับการสร้างแดชบอร์ด เพื่อแสดงผลข้อมูลแบบเรียลไทม์ ซึ่งช่วยลดระยะเวลา ลดขั้นตอนการทำงาน และเพิ่มความรวดเร็วในการตัดสินใจ ทั้งนี้ องค์ความรู้ดังกล่าวสามารถนำไปประยุกต์ใช้กับแผนกดูแลงานภายในประเทศ รวมถึงเป็นแนวทางประยุกต์ใช้ในองค์กรหลายประเภท เช่น บริษัทขนส่ง บริษัทนำเข้า-ส่งออก และบริษัทโลจิสติกส์ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการข้อมูลและยกระดับการตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ขององค์กรโดยรวม

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

การจัดการข้อมูลอัตราค่าขนส่งทางอากาศควรมีการอัปเดตฐานข้อมูลอัตราค่าขนส่งทางอากาศอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้ข้อมูลมีความเป็นปัจจุบันและสามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์และตัดสินใจได้อย่างแม่นยำมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีหรือระบบสารสนเทศอื่น ๆ ร่วมกับแดชบอร์ด เช่น การเชื่อมโยงฐานข้อมูลอัตโนมัติ เพื่อลดขั้นตอนการป้อนข้อมูลและเพิ่มความแม่นยำของข้อมูล

เอกสารอ้างอิง

จุฑาทิพย์ เปล่งผิว, นัศพ์ชาณัณ ชินปัญช์ธนะ และสุภัคพงศ์ จินารัตน์. (2568). การพัฒนาระบบรายงานข้อมูลและ Dashboard เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหาร กรณีศึกษา: สถาบันเวชศาสตร์สมเด็จพระสังฆราชญาณสังวรเพื่อผู้สูงอายุ. *วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, 5*(2), 1–14. https://ph02.tci-thaijo.org/index.php/stouscitech/article/view/260023/173285.

ปริมประภา จุลบุดดี, ธนพล สิทธิศักดิ์, อภิศักดิ์ หาญพิชาญชัย, รัตนาภรณ์ วงษ์ทอง และปรเมศวร์ เบ้าวรรณ. (2568). การพัฒนาระบบตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลของเสียในกระบวนการผลิต. *วารสารเทคโนโลยีการผลิตและการจัดการ, 4*(1), 57–65. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/jMMT/article/view/262710/174692.

ปวริศ พระปฐมนาวี และคเณศ พันธุ์สวาสดิ์. (2568). *การออกแบบแดชบอร์ดคลังสินค้า บนพื้นฐานตัวชี้วัดประสิทธิภาพโลจิสติกส์ภาคอุตสาหกรรม. วารสารเทคโนโลยีภาคใต้*, 18(2), 121–135. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/journal_sct/article/view/272424.

พลเชษฐ์ รุ่งกิจวรเสถียร. (2564). *การพัฒนาระบบดาต้าวิชวลไลเซชันเพื่อสนับสนุนการตัดสินใจในข้อมูลยอดขายสินค้า.* สารนิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยศรีปทุม. https://dspace.spu.ac.th/items/33790a11-eda2-437d-8567-6f31c54a3da4.

มงคล เบญจนากาศกุล และณัฐสพันธ์ เผ่าพันธ์. (2563). *ปัจจัยเหตุและผลที่มีอิทธิพลต่อการจัดการแบบลีนของบริษัทตัวแทนขนส่งสินค้าในประเทศไทย. วารสารวิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน, 6*(2), 60–74. https://dspace.spu.ac.th/items/6a4a504e-8105-48a5-bc05-d026f4d23017.

วนัสนันท์ ขันธุ์วงค์, อภิญญา เจริญศิริ, ภนิดา โพธิ์เกษม และพิศุทธิ์ ตั้งเด่นชัย. (2568). การเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการสินค้าคงคลัง ด้วยทฤษฎี ABC Analysis และ Visual Control กรณีศึกษา คลังชิ้นส่วนรถจักรยานยนต์ จังหวัดสมุทรปราการ. ใน *การประชุมวิชาการระดับชาติแลนานาชาติ เบญจมิตรวิชาการ ครั้งที่ 15* วันที่ 15 มีนาคม 2568 (หน้า 374–392). มหาวิทยาลัยธนบุรี. https://benjamit.thonburi-u.ac.th/ojs/bmv15/article/download/288/152.

สำนักงานการบินพลเรือนแห่งประเทศไทย. (2568). *รายงานสภาวะอุตสาหกรรมการบินของประเทศไทย พ.ศ. 2567*. สืบค้น 28 มีนาคม 2569 จาก https://www.caat.or.th/books/170249/

Iskandar, I., Maulidiawati, C., Zuliyanto, M., & Arifin, M. (2025). Implementasi bussines intelegent menggunakan software Google Data Studio (Looker Studio). *JATI Jurnal Mahasiswa Teknik Informatika*, *9*(1), 1417–1422. https://www.ejournal.itn.ac.id/jati/article/view/12585.

Sandhiyasa, I. M. S., Parniti, I. G. A. A. P., Wijaya, B. K., & Suandana, N. P. W. (2025). Real time sales data visualization at Agung Wastra using Looker Studio. *TECHNOVATE: Journal of Information Technology and Strategic Innovation Management, 2*(2), 96–103. https://globalresearcher.net/index.php/technovate/article/view/133.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM)

Improving the performance efficiency of an electronic mounting machine through Total Productive Maintenance (TPM)

คีรีรัตน์ รอดทอง[1*], ฉัตรชัย เหล่าเขตการณ์[2]
Kheereerut Rodtong[1*], Chatchai Laoketkarn[2]

[1,2] คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
[1,2] Faculty of Business Administration, Thonburi University
Corresponding author's e-mail: kheereerut@gmail.com [1]

Received: March 01, 2026 Revised: March 03, 2026 Accepted: April 08, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) โดยมุ่งเน้นเสาหลักในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง เสาหลักการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และเสาหลักการบำรุงรักษาตามแผน และ 2) เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการเพิ่มค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE) เพิ่มค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) และลดค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) เครื่องจักร เป็นการวิจัยแบบผสมผสานในรูปแบบกรณีศึกษาเชิงปฏิบัติการในบริษัทผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง ผ่านการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วมและการสัมภาษณ์เชิงลึกร่วมกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 15 คน ประกอบด้วย หัวหน้าแผนกซ่อมบำรุง วิศวกรซ่อมบำรุง วิศวกรผู้ดูแลเครื่องจักร และพนักงานประจำเครื่อง เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง แบบบันทึกการทำงานของเครื่องจักร แผนภูมิพาเรโต และแผนผังก้างปลา เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุรากเหง้าของปัญหา โดยเปรียบเทียบดัชนีชี้วัดก่อนและหลังการปรับปรุง ผลการวิจัยพบว่า ก่อนการปรับปรุงเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีเวลาหยุดทำงานรวม 143 ชั่วโมง ผู้วิจัยจึงได้นำ 3 เสาหลัก TPM มาประยุกต์ใช้เพื่อแก้ไขปัญหา หลังทำการปรับปรุง ส่งผลให้ค่า OEE เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 82 เป็นร้อยละ 89 (เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.40) ค่า MTBF เพิ่มขึ้นจาก 53 ชั่วโมง เป็น 67 ชั่วโมง (เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.78) และค่า MTTR ลดลงจาก 151 นาที เป็น 140 นาที (ลดลงร้อยละ 7.49) ซึ่งแสดงถึงการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น

และสะท้อนให้เห็นว่าการนำเสาหลัก TPM มาใช้ช่วยลดความสูญเสียและเสริมสร้างความสามารถในการผลิตของอุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: เครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์, การบำรุงรักษาทวีผล (TPM), ค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE), ค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF), ค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR)

Abstract

This research aimed to: 1) investigate Total Productive Maintenance (TPM) guidelines to enhance the performance efficiency of an electric mounting machines, focusing on three core pillars: autonomous maintenance, focused improvement, and planned maintenance, and 2) improve the performance efficiency of the electronic mounting machine by increasing Overall Equipment Effectiveness (OEE), maxmizing Mean Time Between Failures (MTBF), and minimizing Mean Time. To Repair (MTTR). The research methodology employed a mixed – methods approach in the form of an action–based case study conducted at electronics manufacturing company, integrating participant observation and in–depth interviews with 15 key informants, including maintenance department heads, maintenance engineers, machine engineers, and machine operators. The research instruments included semi–structured interview guides, machine performance records, Pareto charts, and fishbone diagrams used for root cause analysis, comparing key performance metrics before and after the improvement. The results revealed that prior to the improvement, the electronic mounting machines experienced a total downtime of 143 hours. After applying the three TPM pillars to resolve the identified issues, the OEE increased from 82% to 89% (an 8.40% increase), the MTBF extended from 53 to 67 hours (a 26.78% increase), and the MTTR decreased from 151 to 140 minutes (a 7.49% decrease). These findings demonstrate a substantial enhancement in machine performance efficiency, indicating that implementing TPM pillars effectively minimizes product losses and strengthens manufacturing capability within the electronics industry.

Keywords: electronic mounting machine, Total Productive Maintenance (TPM), Overall Equipment Effectiveness (OEE), Mean Time Between Failures (MTBF), Mean Time to Repair (MTTR)

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทยเริ่มเติบโตอย่างต่อเนื่องตั้งแต่ปี พ.ศ. 2515 ผ่านนโยบายส่งเสริมการลงทุนของคณะกรรมการส่งเสริมการลงทุน (The Board of Investment of Thailand: BOI) โดยมีการดึงดูดนักลงทุนต่างชาติให้เข้ามาตั้งฐานการผลิตชิ้นส่วนสำคัญ อาทิ แผงวงจรไฟฟ้าและฮาร์ดดิสก์ไดรฟ์ ปัจจัยสนับสนุนหลักมาจากเหตุการณ์ Plaza Accord ปี พ.ศ. 2530 และการจัดตั้งเขตการค้าเสรีอาเซียน (ASEAN free trade area: AFTA) ซึ่งส่งผลให้ไทยเป็นศูนย์กลางการผลิตที่สำคัญในภูมิภาคอาเซียน (ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล, 2568) ปัจจุบันอุตสาหกรรมนี้เป็นยุทธศาสตร์หลักภายใต้นโยบายไทยแลนด์ 4.0 โดยประเทศไทยครองอันดับ 13 ของโลกในฐานะผู้ผลิตและส่งออก ซึ่งส่วนใหญ่เป็นการร่วมทุนและรับจ้างผลิตที่มีความแม่นยำสูง อย่างไรก็ตาม อุตสาหกรรมนี้เผชิญกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและพฤติกรรมผู้บริโภคที่รวดเร็วอย่างต่อเนื่อง (ไมตรี บุญขันธ์ และคณะ,

2565)

ภายใต้สภาวะการแข่งขันที่รุนแรง บริษัทกรณีศึกษาซึ่งเป็นผู้ให้บริการรับจ้างผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์ (Electronics Manufacturing Services: EMS) จึงให้ความสำคัญกับการปรับปรุงประสิทธิภาพการผลิตผ่านการประยุกต์ใช้แนวคิดการบำรุงรักษาทวีผลที่ทุกคนมีส่วนร่วม (Total Productive Maintenance: TPM) มาเป็นนโยบายหลักในกระบวนการประกอบอุปกรณ์ลงบนแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ (Surface Mount Technology: SMT) ซึ่งเป็นกระบวนการผลิตหัวใจสำคัญ โดยมีเครื่องจักรหลักอันประกอบด้วยเครื่องพิมพ์ตะกั่วเหลว เครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเตาอบ ซึ่งประสิทธิภาพของเครื่องจักรเหล่านี้คือปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อศักยภาพการผลิตและความสำเร็จขององค์กร

ปัญหาสำคัญที่พบคือการหยุดทำงานของเครื่องจักรนอกแผนงาน (breakdown) ส่งผลให้เกิดความสูญเสียทั้งด้านเวลาหยุดทำงาน ต้นทุนการซ่อมบำรุง และคุณภาพผลิตภัณฑ์จนเกิดภาวะคอขวดในสายการผลิต จากข้อมูลบันทึกเวลาหยุดการผลิต (line downtime record) ระหว่างเดือนพฤศจิกายน 2567 ถึงเมษายน 2568 พบว่าสายการผลิตที่ 1 มีระยะเวลาการหยุดทำงานเฉลี่ยสูงถึง 128 ชั่วโมงต่อเดือน โดยมีค่าสูงสุดที่ 148 ชั่วโมง ในเดือนพฤศจิกายน พ.ศ. 2567 ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการดำเนินกิจกรรม TPM ในปัจจุบันยังขาดประสิทธิภาพในการจัดการปัญหาการหยุดทำงานของเครื่องจักร ซึ่งส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความสามารถในการส่งมอบสินค้าตามเป้าหมาย

เมื่อพิจารณาในสายการผลิตที่ 1 พบว่าเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ (mounting machine) เป็นสาเหตุหลักของการหยุดชะงัก โดยมีระยะเวลาหยุดทำงานสะสมรวม 6 เดือนสูงถึง 234 ชั่วโมง หรือคิดเป็นร้อยละ 30.4 ของเวลาหยุดทำงานทั้งหมด และส่งผลให้เกิดผลิตภัณฑ์บกพร่อง (defect) จำนวน 127,490 ชิ้น เนื่องจากเครื่องวางอุปกรณ์เป็นเครื่องจักรลำดับต้นในกระบวนการ SMT การหยุดทำงานของเครื่องจักรนี้จึงส่งผลกระทบต่อเนื่องไปยังสถานีงานถัดไปทันที ทำให้สายการผลิตทั้งหมดไม่สามารถดำเนินการได้ ซึ่งเป็นอุปสรรคสำคัญต่อการควบคุมต้นทุนและเสถียรภาพในการผลิต

งานวิจัยนี้จึงมุ่งปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ผ่านแนวทาง TPM ที่เน้นการลดความสูญเสียและเพิ่มประสิทธิผลการผลิตโดยอาศัยการมีส่วนร่วมของบุคลากร (Ribeiro, et al., 2019) การศึกษาใช้แผนภูมิพาเรโตและแผนผังก้างปลาเพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุรากเหง้าของปัญหาอย่างเป็นระบบ โดยมีเป้าหมายในการเพิ่มค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (Overall Equipment Effectiveness: OEE) เพิ่มระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (Mean Time Between Failures: MTBF) และลดระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (Mean Time To Repair: MTTR) ทั้งนี้ผลการศึกษาที่ได้จะเป็นแนวทางสำคัญในการลดความสูญเสียและเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันให้แก่อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์ในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) โดยมุ่งเน้นเสาหลักในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง เสาหลักการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และเสาหลักการบำรุงรักษาตามแผน

2. เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการเพิ่มค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE) เพิ่มค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) และลดค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) เครื่องจักร

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดกรอบแนวคิด ดังนี้

กระบวนการผลิตแบบ SMT

Parviziomran et al. (2020) กล่าวว่า เทคโนโลยีการติดตั้งอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ บนผิวหน้าของแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ หรือ SMT เป็นวิธีการขั้นสูงในกระบวนการผลิตทางอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งใช้ครีมบัดกรี หรือตะกั่วเหลว (solder paste) ในการเชื่อมต่อทางไฟฟ้าระหว่างอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบติดผิว (Surface Mount Components: SMCs) กับแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ การประกอบแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ ประกอบด้วย กระบวนการหลัก 3 ขั้นตอน ได้แก่ กระบวนการพิมพ์ด้วยบล็อกสเตนซิล (Stencil Printing Process: SPP) กระบวนการหยิบและวาง (Pick and Place process: P&P) และการบัดกรีแบบรีโฟลว์ (reflow soldering) นิกร ก่ำทอง (2565) อธิบายว่า กระบวนการผลิตแบบ SMT คือ การประกอบแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์กับอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบ SMD (Surface Mount Device) เข้าด้วยกัน ซึ่งกระบวนการผลิตนี้ ประกอบด้วย 3 เครื่องจักรหลัก ได้แก่ 1) เครื่องพิมพ์ตะกั่วเหลว (stencil machine หรือ solder paste printer) 2) เครื่องหยิบและวางอุปกรณ์ SMD (pick and place หรือ mounting machine) และ 3) เตาอบ (reflow oven machine) จากความหมายดังกล่าว สรุปได้ว่า กระบวนการผลิตแบบ SMT คือ กระบวนการประกอบอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์แบบ SMD ลงบนแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ โดยใช้เทคโนโลยีการวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ลงบนผิวหน้าของแผ่นวงจรโดยตรง ซึ่งแตกต่างจากการผลิตแบบเดิม ที่มีการเจาะรูและบัดกรี (through-hole) โดยเครื่องจักรหลักที่ใช้ในการผลิตแบบ SMT ประกอบด้วย เครื่องพิมพ์ตะกั่วเหลว เครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และเตาอบรีโฟลว์

แนวคิดการบำรุงรักษาทวีผล (Total Productive Maintenance: TPM)

Nakajima (1988) กล่าวว่า TPM คือ ระบบการบำรุงรักษาเชิงป้องกันที่ทุกคนในองค์กรมีส่วนร่วม เพื่อบรรลุผลลัพธ์ zero accidents, zero defects, และ zero breakdowns ในการผลิต โดยเน้นว่า แนวคิด TPM ไม่ใช่เพียงการบำรุงรักษาเครื่องจักร แต่เป็นแนวคิดการจัดการแบบองค์รวม ที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกคนในองค์กร ทั้งฝ่ายผลิต ฝ่ายซ่อมบำรุง และฝ่ายบริหาร เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพขององค์กร หนึ่งฤทัย ชวดเปีย (2557) ระบุว่า วัตถุประสงค์หลักของการบำรุงรักษา คือ การที่เครื่องจักรมีความพร้อมในการทำงานตลอดเวลา พร้อมทั้งสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และมีผลผลิตที่มีคุณภาพ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นอย่างมากในการจัดการกิจกรรมการบำรุงรักษาให้ดำเนินไปอย่างถูกต้องและเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ฉัตรเฉลิม วงศ์รัฐนันท์ (2552) อธิบายว่า ระบบ TPM คือ ระบบการบำรุงรักษาที่ส่งเสริมให้ทุกคนร่วมมือกันหลาย ๆ ฝ่าย โดยมีเป้าหมายร่วมกันคือประสิทธิผลโดยรวมสูงสุด ซึ่งส่วนใหญ่แล้วจะเน้นในส่วนของการผลิต หรือฝ่ายที่ควบควบดูแลเครื่องจักรโดยตรงเป็นหลัก แต่ในปัจจุบันสามารถนำระบบ TPM มาใช้กับหน่วยงานอื่น ๆ ภายในองค์กรอย่างแพร่หลาย สุพิชญา ฉัตรพัฒนศิริ (2566) เน้นว่า TPM คือ การทำงานที่ร่วมมือกันเป็นทีมในการบำรุงรักษาเครื่องมือ อุปกรณ์ และเครื่องจักร อย่างเป็นขั้นเป็นตอน ส่งผลให้มีความพร้อมที่จะใช้งานอยู่เสมอเมื่อเครื่องจักรหยุด และมีความน่าเชื่อมั่นได้ในขณะที่เครื่องจักรนั้นกำลังทำงาน จุดประสงค์เพื่อให้กระบวนการมีประสิทธิผลและตรงตามเป้าหมาย นอกจากนี้ยังกล่าวอีกว่า ในการทำกิจกรรม TPM เปรียบเสมือนเป็นบ้านที่จะต้องมีเสาหลักเพื่อยึดถือเป็นแนวทางในการทำกิจกรรม การบริหาร ซึ่งมีเสาหลักทั้งหมด 8 เสาหลัก ดังนี้

เสาหลักที่ 1 การบำรุงรักษาด้วยตัวเอง (Autonomous Maintenance: AM) มุ่งเน้นในการพัฒนาผู้ปฏิบัติงานในการควบคุมดูแลเครื่องให้มีความรู้ความสามารถในการบำรุงรักษาเครื่องจักรให้สามารถควบคุมด้วยตนเองได้

เสาหลักที่ 2 การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Focus Improvement: FM) เป็นวิธีการที่ต้องดำเนินการทั้งในระยะสั้นและระยะยาวเพื่อเพิ่มความสามารถของอุปกรณ์ เครื่องจักรให้มีความพร้อมในการใช้งาน มีอายุการใช้งานที่ยาวนาน

เสาหลักที่ 3 การบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance: PM) เสาหลักนี้มุ่งเน้นในการบำรุงรักษาเครื่องจักรเพื่อทำงานได้เต็มประสิทธิภาพและลดการขัดข้องของเครื่องจักรในระหว่างปฏิบัติงาน

เสาหลักที่ 4 การบำรุงรักษาตั้งแต่เริ่มต้น (initial phase management) เป็นการออกแบบการทำงานที่เริ่มต้นระหว่างการวางตำแหน่ง และติดตั้งเครื่องมือใหม่ ซึ่งเป็นส่วนที่ทำให้เครื่องมือดังกล่าวมีความน่าเชื่อถือสูง

เสาหลักที่ 5 การบำรุงรักษาคุณภาพ (quality maintenance) เป็นการกำหนดและตรวจเช็คเพื่อให้นโยบายข้อบกพร่องเป็นศูนย์บรรลุเป้าหมาย โดยปัจจัยสำคัญมุ่งเน้นไปที่การกำหนดมาตรฐานการตรวจสอบ

เสาหลักที่ 6 การศึกษาและการฝึกอบรม (training) เพื่อให้พนักงานมีความรู้และความชำนาญในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานที่รับผิดชอบ และสามารถแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครื่องจักรในเบื้องต้นได้

เสาหลักที่ 7 TPM ในสำนักงาน (office TPM) เป็นการดำเนินกิจกรรมในหน่วยงานที่มีหน้าที่สนับสนุนการผลิต ทำให้การดำเนินกิจการไม่เป็นสิ่งที่สูญเปล่า และเกิดการพัฒนาตลอดเวลา

เสาหลักที่ 8 ความปลอดภัย สุขภาพ และสิ่งแวดล้อม (safety, health and environment) มุ่งเน้นการบำรุงรักษาเพื่อลดความเสียหายจากสิ่งต่าง ๆ ในด้านการเกิดอุบัติเหตุ สุขภาพอนามัย และสิ่งแวดล้อม

จากที่กล่าวมาสามารถสรุปได้ว่า การบำรุงรักษาทวีผล (TPM) คือ แนวทางการบำรุงรักษาที่มุ่งเน้นให้พนักงานทุกระดับในองค์กรมีส่วนร่วมในการดูแล รักษา และปรับปรุงเครื่องจักรอย่างเป็นระบบ เพื่อให้เครื่องจักรมีความพร้อมใช้งานสูงสุด ลดความสูญเสียจากการหยุดทำงานโดยไม่คาดคิด ลดของเสีย และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต โดยมีเป้าหมายร่วมกันในการพัฒนาอุปกรณ์ บุคลากร และองค์กรให้มีประสิทธิผลสูงสุด นอกจากนี้งานวิจัยในระดับนานาชาติได้ยืนยันประสิทธิผลของ TPM ในหลากหลายบริบทการผลิต Pinto et al. (2020) ประยุกต์ใช้ TPM กับเครื่อง CNC ในโรงงานผลิตระบบไฮดรอลิกในยุโรป พบว่าอัตราการชำรุดลดลงร้อยละ 23–38 และค่า OEE เพิ่มขึ้นประมาณร้อยละ 5 ในขณะที่ Abedin (2023) แสดงให้เห็นว่า TPM สามารถยกระดับค่า OEE ในอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่มได้อย่างมีนัยสำคัญ ผ่านการใช้เสาหลัก AM ร่วมกับ 5S และ PM สอดคล้องกับ Al Farihi et al. (2023) ที่พัฒนาระบบการบำรุงรักษาแบบลีน (Lean Maintenance: LM) โดยอิงเสาหลัก TPM สำหรับสายการผลิตชิ้นส่วนยานยนต์ และสามารถลดความสูญเสียจากการหยุดชะงักของเครื่องจักรได้อย่างเป็นระบบ

แนวคิดการวัดประสิทธิภาพของเครื่องจักร

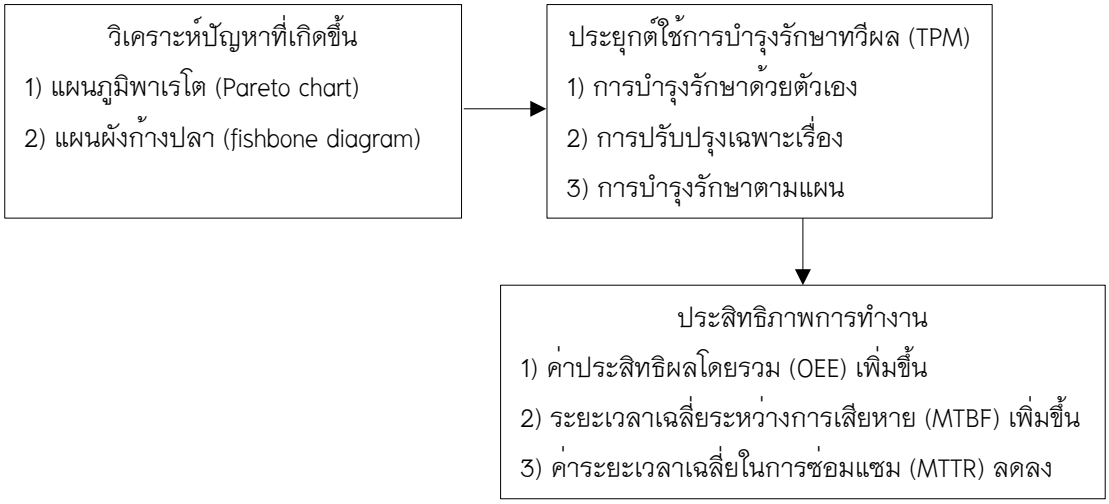
Gupta & Garg (2012) ได้ให้ความหมายว่า เครื่องจักรที่ดี หมายถึง เครื่องจักรที่เมื่อเดินเครื่องแล้วต้องทำงานได้อย่างเต็มประสิทธิภาพ เดินเครื่องได้เต็มกำลังความสามารถ และผลิตชิ้นงานที่ได้คุณภาพออกมาและที่สำคัญ ต้องใช้งานได้อย่างปลอดภัย การประเมินประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักรนั้น มีเป้าหมายเพื่อสะท้อนภาพการใช้งานของเครื่องจักร หรือเพิ่มผลผลิต และการกำจัดความสูญเปล่า โดยมีดัชนีชี้วัดซึ่งสามารถแสดงให้เห็นถึงความพร้อมของเครื่องจักรในการใช้งานว่ามีสถานะความพร้อมใช้งานเป็นอย่างไร การเดินเครื่องจักรเต็มความสามารถ หรือไม่มีการผลิตชิ้นงานเสียเป็นจำนวนมากน้อยแค่ไหน ศิรวิทย์ ปุสวิโร (2566) อธิบายว่า เวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย เวลาเฉลี่ยในการซ่อม เวลาเฉลี่ยก่อนการเสียหาย และเวลาเฉลี่ยในการวินิจฉัยเสียหาย เป็นค่าที่มีความสำคัญในการวัดความเสถียรและความพร้อมใช้ในการทำงานของเครื่องจักร ความสามารถในการทำงานของเครื่องจักร มีผลต่อประสิทธิภาพและความสำเร็จในกระบวนการผลิต ช่วยให้องค์กรวางแผนและดำเนินการแผนการบำรุงรักษาและการซ่อมแซมได้อย่างเหมาะสม และช่วยลดความเสียหายทางด้านต้นทุน

ของกระบวนการผลิตและเพิ่มประสิทธิภาพในกระบวนการผลิตขององค์กรอย่างยั่งยืน กล่าวโดยสรุป การวัดประสิทธิภาพของเครื่องจักรเป็นกระบวนการตรวจสอบและประเมินความสามารถของเครื่องจักรในการทำงานเพื่อให้บรรลุเป้าหมายการผลิตอย่างมีคุณภาพ ปลอดภัย และลดความสูญเสีย โดยพิจารณาจากความพร้อมใช้งาน ประสิทธิผลของการทำงาน และคุณภาพของผลิตภัณฑ์ รวมถึงการใช้ค่าต่าง ๆ ในการวัดความเสถียรและความพร้อมใช้งานของเครื่องจักร ซึ่งช่วยให้องค์กรวางแผนบำรุงรักษา ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตได้อย่างยั่งยืน

สรุปการทบทวนวรรณกรรม จากการศึกษาแนวคิดเกี่ยวกับการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) ผู้วิจัยเลือกใช้เสาหลักที่มุ่งเน้นไปที่การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยนำหลักการของเสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน เป็นแนวทางในการปรับปรุง เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องจักร โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อแก้ปัญหาเกี่ยวกับการหยุดทำงานของเครื่องจักร และลดการสูญเสียเนื่องจากการขัดข้องของเครื่องจักร และจากการสังเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องทั้งในประเทศและต่างประเทศ พบว่างานวิจัยทุกชิ้นต่างประยุกต์ใช้เสาหลัก TPM 3 ด้าน ร่วมกัน ได้แก่ การบำรุงรักษาด้วยตัวเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าเสาหลักทั้งสามนี้เป็นแกนกลางสำคัญในการเพิ่มประสิทธิภาพเครื่องจักรทั้งในอุตสาหกรรมชิ้นส่วนยานยนต์ (ธนกฤต แสงสินธุ์, 2562; ศิวะ วงษ์ดี, 2566) อุตสาหกรรมการผลิตในยุโรป (Pinto et al., 2020) อุตสาหกรรมสายไฟรถยนต์ (Al Farihi et al., 2023) และอุตสาหกรรมเครื่องนุ่งห่ม (Abedin, 2023) ขณะที่เสาหลักด้านอื่น เช่น การศึกษาและฝึกอบรม และการบำรุงรักษาคุณภาพ พบเฉพาะในบางงานวิจัยและมักทำหน้าที่สนับสนุนมากกว่าเป็นแกนหลัก อย่างไรก็ตาม งานวิจัยที่ผ่านมาส่วนใหญ่มุ่งเน้นกลุ่มอุตสาหกรรมเครื่องกล ยานยนต์ และอาหารเครื่องดื่ม โดยยังขาดการศึกษาในบริบทของกระบวนการผลิตอิเล็กทรอนิกส์แบบ SMT ซึ่งมีลักษณะเฉพาะที่ซับซ้อนและต้องการความแม่นยำสูง งานวิจัยนี้จึงมุ่งเติมเต็มช่องว่างดังกล่าวโดยนำเสาหลักทั้งสามไปประยุกต์ใช้กับเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในกระบวนการ SMT

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้สังเคราะห์แนวคิดจากการทบทวนวรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง โดยมุ่งเน้นการประยุกต์ใช้เสาหลักของแนวคิดการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) เพื่อส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งสามารถอธิบายความสัมพันธ์ที่เสาหลัก TPM แต่ละด้านส่งผลต่อดัชนีชี้วัดได้ดังนี้ 1) การบำรุงรักษาด้วยตัวเอง (AM) ช่วยให้พนักงานมีส่วนร่วมและเพิ่มทัศนคติความเป็นเจ้าของเครื่องจักร ทำให้พนักงานตรวจพบความผิดปกติได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น ส่งผลต่อการเพิ่มค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) 2) การบำรุงรักษาตามแผน (PM) สร้างการจัดการเชิงป้องกันตามรอบเวลาที่เหมาะสม เพื่อป้องกันการสึกหรอของอะไหล่ตามรอบเวลา ส่งผลให้ลดความถี่การเสียและรักษาระดับ MTBF ให้คงที่ 3) การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (FI) เพื่อกำจัดสาเหตุรากเหง้าของปัญหาอย่างเป็นระบบ ช่วยลดความซับซ้อนและเวลาในการซ่อมแซม ส่งผลให้ค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) ลดลง เมื่อทั้งสามเสาหลักทำงานร่วมกันจะส่งผลลัพธ์เชิงบวกต่อค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE) ให้เพิ่มขึ้น จากผลรวมของความพร้อมใช้งาน สมรรถนะและคุณภาพ ที่ดีขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ในรูปแบบกรณีศึกษาเชิงปฏิบัติการในบริษัทผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง (action-based industrial case study) โดยผสมผสานการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพผ่านการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณจากดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพเครื่องจักร เพื่อปรับปรุงประสิทธิภาพเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ด้วยเสาหลัก TPM โดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มเป้าหมายหรือผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ในการวิจัยครั้งนี้คือ บุคลากรที่เกี่ยวข้องกับกระบวนการผลิตและซ่อมบำรุงในสายการผลิตที่ 1 ของบริษัทกรณีศึกษา จำนวน 15 คน ประกอบด้วย หัวหน้าแผนกซ่อมบำรุง วิศวกรซ่อมบำรุง วิศวกรผู้ดูแลเครื่องจักร และพนักงานประจำเครื่อง ซึ่งคัดเลือกแบบเจาะจง (purposive sampling) จากผู้ที่มีประสบการณ์และมีส่วนร่วมโดยตรงกับเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ประกอบด้วย

1) แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) เพื่อสัมภาษณ์เชิงลึกเกี่ยวกับปัญหา สาเหตุ และแนวทางการปรับปรุงตามเสาหลัก TPM

2) แบบบันทึกการทำงานของเครื่องจักร (machine downtime record) เพื่อรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ ได้แก่ เวลาหยุดทำงาน (downtime) จำนวนผลิตภัณฑ์ที่ผลิตได้ และจำนวนของเสีย

3) เครื่องมือคุณภาพ (quality tools) ได้แก่ แผนภูมิพาเรโต (Pareto chart) และแผนผังก้างปลา (fishbone diagram) เพื่อวิเคราะห์หาสาเหตุรากเหง้าของปัญหา

การหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยส่งแบบสัมภาษณ์ให้กับผู้ทรงคุณวุฒิ 3 คน ตรวจสอบค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม เพื่อให้ได้ข้อมูลที่จะนำมาวิเคราะห์ในเชิงปริมาณ และการสัมภาษณ์เชิงลึกเพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การเก็บรวบรวมข้อมูลแบ่งเป็น 2 ระยะ คือ 1) ระยะก่อนการปรับปรุง เพื่อศึกษาสภาพปัญหาและจัดลำดับความสำคัญของความสูญเสีย และ 2) ระยะหลังการปรับปรุง เพื่อประเมินผลลัพธ์จากการนำเสาหลัก TPM (AM, FI, PM) ไปปฏิบัติจริงในพื้นที่ผลิต

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ข้อมูลที่รวบรวมได้จะถูกนำมาวิเคราะห์ด้วยวิธีการดังนี้

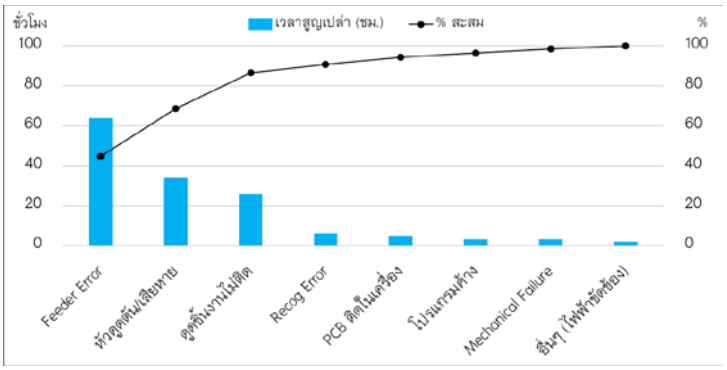
4.1 การวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) จากข้อมูลการสัมภาษณ์และการสังเกตการณ์เพื่อสรุปแนวทางการปรับปรุงเครื่องจักร

4.2 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้เปรียบเทียบค่าดัชนีชี้วัดประสิทธิภาพก่อนและหลังการปรับปรุง ได้แก่ ค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักร (OEE) ระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) และระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) ซึ่งสอดคล้องกับแนวปฏิบัติของงานวิจัยในสาขาการบำรุงรักษาทวีผลที่นิยมใช้การเปรียบเทียบเชิงพรรณนาเป็นมาตรฐาน ทั้งงานวิจัยในประเทศ (ธนกฤต แสงสินธุ์, 2562; จิรพันธุ์ วงค์ชัย, 2563; ศิวะ วงษ์ดี, 2566) และงานวิจัยต่างประเทศ (Pinto et al., 2020; Abedin, 2023)

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยเรื่อง การปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) กรณีศึกษา บริษัทผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์แห่งหนึ่ง สามารถสรุปผลการวิจัยได้ดังนี้

1. ผลการสำรวจปัญหาโดยการสังเกต เป็นการสังเกตการณ์แบบมีส่วนร่วม (participant observation) แบบสังเกตเป็นตารางบันทึกการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ และผู้ปฏิบัติงาน ระยะเวลา 3 เดือน ตั้งแต่เดือนกรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2568 ผู้วิจัยได้นำข้อมูลการหยุดของเครื่องจักรมาจำแนกตามสาเหตุ และนำเสนอในรูปแบบของแผนภูมิพาเรโต (Pareto chart) เพื่อทำความเข้าใจและจัดลำดับความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้เกิดเวลาสูญเปล่า และชี้ให้เห็นถึงปัญหาหลักที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการทำงานมากที่สุด ดังแสดงในภาพที่ 2

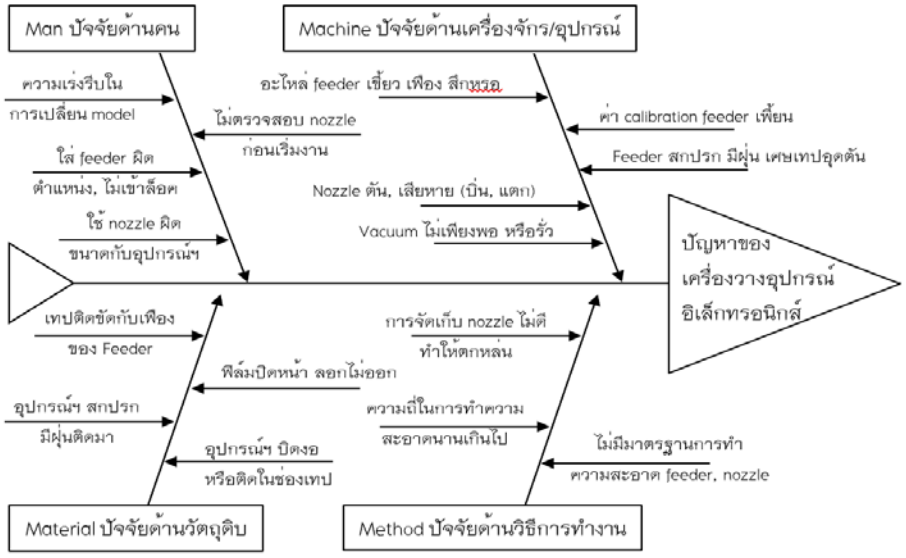


ภาพที่ 2 แผนภูมิพาเรโต แสดงลำดับความสำคัญของสาเหตุที่ทำให้เกิดเวลาสูญเปล่า

ผลการสำรวจปัญหาโดยการสังเกต พบว่า ปัญหาส่วนใหญ่เป็นไปตามหลักการพาเรโต (80/20) โดยสาเหตุหลักเพียง 3 อันดับแรก ได้แก่ 1) feeder error (ชุดป้อนอุปกรณ์ขัดข้อง) ทำให้เกิดเวลาสูญเปล่า 64 ชั่วโมง (คิดเป็น 44.8%) 2) หัวดูดต้น/เสียหาย (nozzle clogged/damaged) ทำให้เกิดเวลาสูญเปล่า 34 ชั่วโมง (คิดเป็น 23.8%) และ 3)

ดูดชิ้นงานไม่ติด (component pick-up error) ทำให้เกิดเวลาสูญเปล่า 26 ชั่วโมง (คิดเป็น 18.2%) เมื่อรวมเวลาสูญเปล่าของปัญหาหลักทั้ง 3 รายการนี้ จะคิดเป็นเปอร์เซ็นต์สะสมสูงถึง 86.7% ของเวลาสูญเปล่าทั้งหมด ในขณะที่สาเหตุที่เหลือรวมกันคิดเป็นเพียง 13.3% ของเวลาสูญเปล่า

2. ผลการสำรวจโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) แบบสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (semi – structured interview) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผลการสัมภาษณ์ ของแต่ละข้อคำถามจากผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ผู้วิจัยได้นำแต่ละปัจจัยมาทำเป็นแผนผังก้างปลา ซึ่งจะช่วยให้แยกแยะสาเหตุต่าง ๆ ที่มาจากคน เครื่องจักร วัตถุดิบ และวิธีการทำงาน ได้อย่างเป็นระบบ เพื่อนำไปสู่แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เหมาะสม ผลการวิเคราะห์ข้อมูลดังแสดงในภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แผนผังก้างปลา ปัญหาที่เกิดขึ้นกับเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์

จากการสัมภาษณ์เชิงลึกและวิเคราะห์ด้วยผังก้างปลา (4M) พบว่า สาเหตุหลักมาจาก 1) ด้านคน (man) พนักงานขาดความชำนาญและความเร่งรีบในการเปลี่ยนรุ่น (model) ทำให้ติดตั้งอุปกรณ์ไม่สมบูรณ์ 2) ด้านเครื่องจักร (machine) อะไหล่ภายใน feeder สึกหรอ และหัวดูด (nozzle) อุดตันจากฝุ่นหรือคราบฟลักซ์ 3) ด้านวัตถุดิบ (material) เทปอุปกรณ์ติดขัดและชิ้นส่วนบิดงอจากคุณภาพของผู้ส่งมอบ 4) ด้านวิธีการ (method) ขาดมาตรฐานการทำความสะอาดประจำวัน (AM) และรอบการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน (PM) ไม่เหมาะสม

3. ผลการกำหนดแนวทางในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) เสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน ให้เข้ากับปัจจัยทั้ง 4 ด้าน (4M) จากนั้นได้ดำเนินการแก้ไขปัญหาตามแนวทางที่กำหนด ผลการศึกษาสรุปตามหัวข้อได้ดังนี้

3.1 แนวทางการบำรุงรักษาด้วยตนเอง (Autonomous Maintenance: AM) มุ่งเน้นความสามารถของผู้ปฏิบัติงาน (operator) ให้มีส่วนร่วมในการดูแลรักษาเครื่องจักร โดยการกำหนดมาตรฐานการปฏิบัติงานประจำวัน ได้แก่ การจัดทำใบตรวจสอบรายวัน (daily check sheet) สำหรับชุดป้อนอุปกรณ์และหัวดูดอุปกรณ์ เพื่อให้ผู้ปฏิบัติงานใช้เป็นเครื่องมือในการตรวจสอบความพร้อมและความผิดปกติก่อนการเดินเครื่อง และการฝึกอบรมเพื่อสร้างความเข้าใจที่ถูกต้องในการทำความสะอาดและการตรวจสอบอุปกรณ์ ซึ่งจะช่วยให้สามารถ

พบข้อบกพร่องเล็กน้อยได้ตั้งแต่ระยะเริ่มต้น

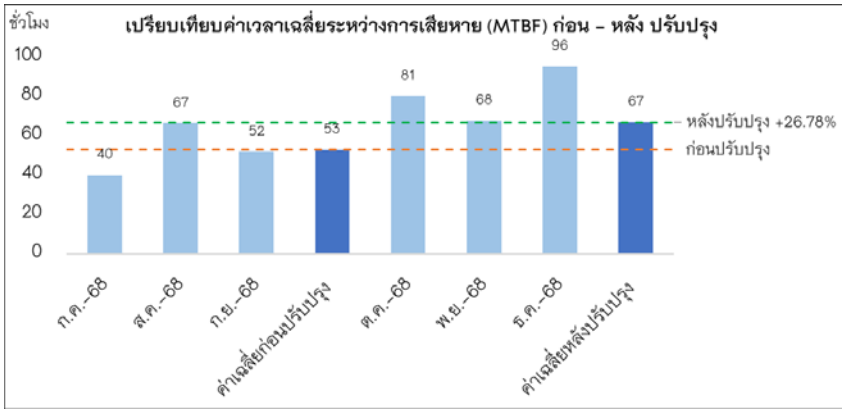
3.2 แนวทางการบำรุงรักษาตามแผน (Planned Maintenance: PM) มุ่งเน้นการพัฒนาระบบงานซ่อมบำรุง เพื่อลดโอกาสการขัดข้องของเครื่องจักร (breakdown) โดยการจัดทำแผนการบำรุงรักษาและแผนการสอบเทียบ (calibration) ที่มีกำหนดระยะเวลาที่เหมาะสมสำหรับชุดป้อนอุปกรณ์และหัวดูดอุปกรณ์ พร้อมทั้งดำเนินการจัดทำคู่มือการบำรุงรักษา เพื่อลดความผิดพลาดในการปฏิบัติงานของช่างซ่อมบำรุง รวมถึงการทบทวนรอบเวลาการบำรุงรักษา ให้มีความเหมาะสมกับสภาพการใช้งานจริง

3.3 การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (Focused Improvement: FI) มุ่งเน้นการขจัดความสูญเสีย ที่เกิดจากขั้นตอนการทำงาน โดยประยุกต์ใช้หลักการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง ในการออกแบบและจัดทำอุปกรณ์จัดเก็บหัวดูดอุปกรณ์ (nozzle tray) เพื่อป้องกันความเสียหายจากการตกหล่นและเพิ่มความสะดวกในการปฏิบัติงาน อุปกรณ์สำหรับจัดเก็บม้วนอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เพื่อควบคุมความสะอาดและความเป็นระเบียบ รวมถึงสร้างการจัดการคุณภาพวัตถุดิบ โดยสร้างช่องทางการแจ้งปัญหาคุณภาพวัตถุดิบไปยังหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง เพื่อดำเนินการแก้ไขปัญหาที่ต้นเหตุและลดการหยุดทำงานของเครื่องจักรที่เกิดจากปัจจัยด้านวัตถุดิบ (material)

4. ผลก่อนและหลังปรับปรุง โดยใช้ดัชนีชี้วัดของการบำรุงรักษา และค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรเป็นตัวชี้วัดในการวัดประสิทธิภาพการดำเนินการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) โดยผลการวิเคราะห์ข้อมูล มีดังนี้

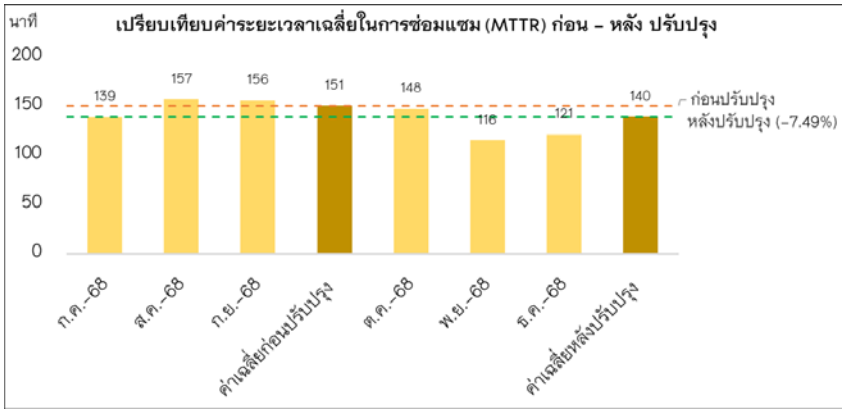
4.1 ผลการวิเคราะห์ค่าดัชนีชี้วัดของการบำรุงรักษา

1) ค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) ก่อนปรับปรุง 3 เดือน กรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2568 มีเวลาทำงานเครื่องจักรรวม 1,377 ชั่วโมง มีจำนวนครั้งที่เสียรวม 27 ครั้ง และค่าเฉลี่ย MTBF ก่อนปรับปรุง เท่ากับ 53 ชั่วโมง หลังปรับปรุง 3 เดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ.2568 มีเวลาทำงานเครื่องจักรรวม 1,436 ชั่วโมง มีจำนวนครั้งที่เสียรวม 18 ครั้ง ค่าเฉลี่ย MTBF หลังปรับปรุง เท่ากับ 67 ชั่วโมง เพิ่มขึ้น 26.78% ดังแสดงในภาพที่ 4



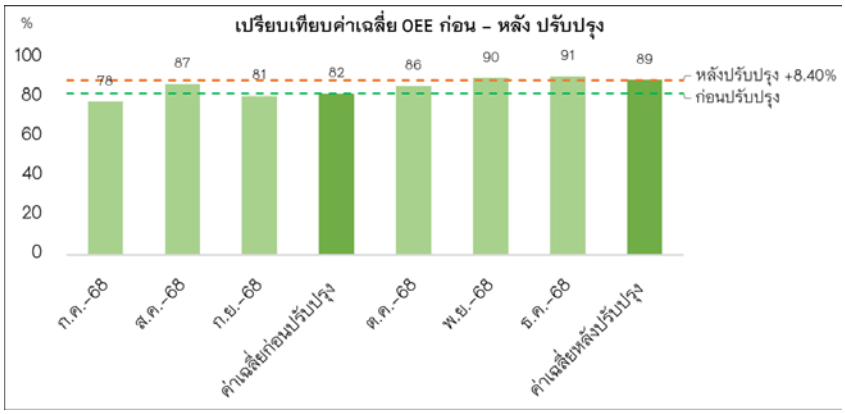
ภาพที่ 4 กราฟเปรียบเทียบค่าเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) ก่อน – หลัง ปรับปรุง

2) ค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) ก่อนปรับปรุง 3 เดือน กรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2568 มีผลรวมของเวลาที่ใช้ในการซ่อมทั้งหมด 4,040.40 นาที มีจำนวนครั้งที่ซ่อมรวมกัน 27 ครั้ง และค่าเฉลี่ย MTTR ก่อนปรับปรุง เท่ากับ 151 นาที หลังปรับปรุง 3 เดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2568 มีเวลาสูญเปล่าของเครื่องจักรรวม 2,305 นาที มีจำนวนครั้งที่ซ่อมรวมกัน 18 ครั้ง ค่าเฉลี่ย MTTR หลังปรับปรุง เท่ากับ 140 นาที ลดลง 7.49% ดังแสดงในภาพที่ 5



ภาพที่ 5 กราฟเปรียบเทียบค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) ก่อน – หลัง ปรับปรุง

4.2 ผลการวิเคราะห์ค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE) ก่อนปรับปรุง 3 เดือน กรกฎาคม – กันยายน พ.ศ. 2568 มีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรเฉลี่ย 82% และหลังปรับปรุง 3 เดือน ตุลาคม – ธันวาคม พ.ศ. 2568 มีค่าประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรเฉลี่ย 89% เพิ่มขึ้น 8.40% ซึ่งแสดงถึงการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ที่มีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้น ดังแสดงในภาพที่ 6



ภาพที่ 6 กราฟเปรียบเทียบค่าเฉลี่ย OEE ก่อน – หลัง ปรับปรุง

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่องการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ ด้วยแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) สามารถนำผลการศึกษามาอภิปรายได้ตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ ดังนี้

1) จากการศึกษาแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) โดยมุ่งเน้นเสาหลักในการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ เสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน พบว่า การนำเสาหลัก TPM มาใช้ช่วยลดความสูญเสียและเสริมสร้างความสามารถในการผลิตได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของธนกฤต แสงสินธุ์ (2562) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้ TPM เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิตในโรงงานริงเกียร์ที่ประสบปัญหาค่า OEE ต่ำที่ร้อยละ 81.25 จากความสูญเสียด้านเวลาและคุณภาพ ผู้วิจัยได้นำเสาหลักการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง การบำรุงรักษาด้วยตัวเอง การบำรุงรักษา

เชิงวางแผน การศึกษาและฝึกอบรม และ การบำรุงรักษาคุณภาพ มาใช้เพื่อขจัดความสูญเสียและแก้ปัญหาเครื่องจักรหยุดบ่อยอย่างเป็นระบบ ผลการปรับปรุงสามารถลดเวลาสูญเสียในทุกมิติ ทั้งการรอวัตถุดิบ การปรับตั้งการเสียของเครื่องจักร และจำนวนของเสียลงอย่างชัดเจน ส่งผลให้ประสิทธิภาพโดยรวมของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 88.12 ซึ่งบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิวะ วงษ์ดี (2566) ได้ศึกษาการประยุกต์ใช้ TPM ในเครื่องฉีดขึ้นรูปชิ้นส่วนรถกระบะเพื่อลดเวลาหยุดเครื่องจากปัญหาคุณภาพและงานซ่อมแม่พิมพ์ ซึ่งเดิมมีค่า OEE เฉลี่ยร้อยละ 80.22 ผู้วิจัยได้นำเสาหลักด้านการบำรุงรักษาด้วยตนเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน ร่วมกับกิจกรรม 5ส มาใช้แก้ไขปัญหา ผลการดำเนินงานพบว่าอัตราความพร้อมเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 92.97 และค่า OEE เพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 89.50 ช่วยลดอัตราการผลิตต่อชิ้นลงอย่างมีนัยสำคัญและบรรลุเป้าหมายของโรงงาน

2) จากการปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงานของเครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยการเพิ่มค่าประสิทธิผลโดยรวม (OEE) เพิ่มค่าระยะเวลาเฉลี่ยระหว่างการเสียหาย (MTBF) และลดค่าระยะเวลาเฉลี่ยในการซ่อมแซม (MTTR) เครื่องจักร พบว่า ค่า MTBF เพิ่มขึ้นถึงร้อยละ 26.78 ซึ่งสะท้อนถึงความสำเร็จของเสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตัวเอง (AM) ในการเปลี่ยนบทบาทพนักงานจากการเป็นเพียงผู้คุมเครื่องให้กลายเป็นเจ้าของเครื่องจักร การที่พนักงานสามารถตรวจพบสิ่งผิดปกติเบื้องต้นและทำความสะอาดเครื่องจักรอย่างเป็นระบบช่วยลดอัตราการเสียฉุกเฉินได้อย่างมีประสิทธิภาพ แม้ค่า MTTR จะลดลงร้อยละ 7.49 แต่สามารถอภิปรายได้ว่าผลลัพธ์นี้เกิดจากเสาหลักการปรับปรุงเฉพาะเรื่อง (FI) ที่ช่วยให้วิศวกรและพนักงานซ่อมบำรุงสามารถแก้ไขปัญหาได้ตรงจุดมากขึ้น ลดเวลาการลองผิดลองถูกในระหว่างการซ่อมแซม ส่งผลให้กระบวนการผลิต SMT มีความคล่องตัวสูงขึ้น และการที่ค่า OEE เพิ่มขึ้นร้อยละ 8.40 เป็นผลโดยตรงจากการนำเสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตนเอง (AM) และการบำรุงรักษาตามแผน (PM) เข้าไปลดความสูญเสียหลัก (six big losses) ในด้านเวลาหยุดเครื่องและการปรับตั้ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรพันธุ์ วงค์ชัย (2563) ได้ศึกษาการเพิ่มค่า MTBF ในกระบวนการบรรจุเครื่องดื่มผ่านการประยุกต์ใช้ 3 เสาหลักของ TPM การบำรุงรักษาด้วยตนเอง การปรับปรุงเฉพาะเรื่อง และการบำรุงรักษาตามแผน เพื่อแก้ปัญหาเครื่องจักรหยุดฉุกเฉินจากการขาดการดูแลรักษาสภาวะพื้นฐาน ผู้วิจัยได้ปรับปรุงระบบการหล่อลื่น การขันแน่น และการทำความสะอาด ร่วมกับการใช้ใบสอนงานเฉพาะจุด (OPL) และใบตรวจสอบเครื่องจักร ผลการดำเนินงานพบว่าค่า MTBF เพิ่มขึ้นร้อยละ 32.60 และค่า MTTR ลดลงร้อยละ 24.83 ส่งผลให้อัตราการใช้งานเครื่องจักรเพิ่มขึ้นเป็นร้อยละ 98.02 ซึ่งยืนยันถึงประสิทธิภาพของการบูรณาการเสาหลัก TPM ในการสร้างเสถียรภาพให้แก่ระบบการผลิต

ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยในระดับนานาชาติ โดย Pinto et al. (2020) และ Abedin (2023) ต่างพบว่าการบูรณาการเสาหลักการบำรุงรักษาด้วยตนเอง (AM) และการบำรุงรักษาตามแผน (PM) อย่างเป็นระบบส่งผลให้ประสิทธิผลโดยรวมของเครื่องจักรเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในหลากหลายบริบทอุตสาหกรรม ซึ่งยืนยันความเป็นสากลของแนวทางการบำรุงรักษาทวีผล (TPM) ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยกลไกเชิงทฤษฎีที่ระบุไว้ในกรอบแนวคิดของการวิจัย กล่าวคือ การที่ค่า MTBF เพิ่มขึ้นร้อยละ 26.78 เป็นผลโดยตรงจากกลไกของเสาหลัก AM ที่เปลี่ยนพฤติกรรมของพนักงานจากการรอให้เครื่องเสียก่อนจึงแจ้งซ่อม มาเป็นการตรวจพบและแก้ไขความผิดปกติเล็กน้อยได้ด้วยตนเอง ซึ่งตัดวงจรการเสียฉุกเฉินออกได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่การลดลงของ MTTR ร้อยละ 7.49 สะท้อนผลของเสาหลัก FI ที่ทำให้วิศวกรสามารถระบุสาเหตุและแก้ไขได้ตรงจุดโดยไม่ต้องลองผิดลองถูก และเมื่อทั้งสองเสาหลักทำงานร่วมกับ PM ที่ลดความถี่การเสียโดยรวม ค่า OEE จึงเพิ่มขึ้นจากผลรวมของความพร้อมใช้งาน สมรรถนะ และคุณภาพที่ดีขึ้นพร้อมกัน อย่างไรก็ตาม ความสำเร็จของการประยุกต์ใช้ TPM ในกรณีนี้ไม่ได้เกิดจากเครื่องมือหรือแผนการบำรุงรักษาเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากปัจจัยองค์กรที่สนับสนุน

ได้แก่ การที่พนักงานได้รับการฝึกอบรมและมีส่วนร่วมในการตรวจสอบรายวัน ทำให้เกิดความรู้สึกเป็นเจ้าของเครื่องจักร และการที่ฝ่ายซ่อมบำรุงและฝ่ายผลิตทำงานร่วมกันในการวิเคราะห์ปัญหาด้วยแผนผังก้างปลา ทำให้การแก้ไขปัญหาเป็นระบบมากกว่าการซ่อมตามอาการ สอดคล้องกับแนวคิดของ Nakajima (1988) ที่ระบุว่า TPM เป็นการจัดการแบบองค์รวมที่ต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของทุกฝ่าย มิใช่เพียงกิจกรรมของฝ่ายซ่อมบำรุงเท่านั้น ทั้งนี้ผลการศึกษามีข้อจำกัดสำคัญที่ควรพิจารณา ประการแรก การศึกษาครั้งนี้เป็นกรณีศึกษาจากโรงงานผลิตสินค้าอิเล็กทรอนิกส์เพียงแห่งเดียว ทำให้ผลการวิจัยอาจไม่สามารถสรุปอ้างอิง (generalize) ไปยังโรงงานที่มีบริบทแตกต่างกันได้โดยตรง ประการที่สอง ระยะเวลาการเก็บข้อมูลก่อนและหลังปรับปรุงเพียง 3 เดือนต่อช่วงอาจไม่เพียงพอที่จะสะท้อนความยั่งยืนของผลการปรับปรุงในระยะยาว ประการที่สาม ยังมีตัวแปรภายนอกที่อาจส่งผลต่อ OEE เช่น ความแปรปรวนของคุณภาพวัตถุดิบและการเปลี่ยนรุ่นการผลิต ซึ่งไม่ได้รับการควบคุมในการศึกษาครั้งนี้ งานวิจัยในอนาคตควรขยายขอบเขตไปยังหลายโรงงานและเก็บข้อมูลในระยะ 6–12 เดือน เพื่อยืนยันความยั่งยืนและความสามารถในการถ่ายโอนผลการวิจัย

องค์ความรู้ใหม่

จากการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความล้มเหลวของเครื่องจักรไม่ใช่เรื่องของความเสื่อมสภาพตามกาลเวลาเพียงอย่างเดียว แต่เป็นเรื่องของการบริหารจัดการความร่วมมือ การบูรณาการเสาหลัก TPM อย่างเป็นระบบช่วยเปลี่ยนวัฒนธรรมการทำงานจากการทำงานแบบแยกส่วน มาเป็นการแก้ปัญหาร่วมกัน ส่งผลให้เครื่องวางอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์มีความพร้อมใช้งานสูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งเป็นรูปแบบที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับโรงงานอิเล็กทรอนิกส์ที่มีลักษณะการผลิตใกล้เคียงกันได้ทั่วประเทศ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 บริษัทควรนำแนวทางการทำใบตรวจสอบรายวัน (AM) และแผน PM ของ feeder และ nozzle ไปประยุกต์ใช้กับไลน์ผลิตอื่น ๆ (ไลน์ผลิตที่ 2 และ 3) เพื่อลดเวลาหยุดทำงานในภาพรวมของโรงงาน

1.2 ควรมีการบังคับใช้ระบบเอกสารแจ้งปัญหาคุณภาพวัตถุดิบ (Product Material Abnormal: PMA) อย่างต่อเนื่อง และมีการประชุมร่วมกับซัพพลายเออร์เพื่อลดปัญหาอุปกรณ์บิดงอหรือเทปติดขัดจากต้นทาง

1.3 ควรจัดทำใบสอนงานเฉพาะจุด (OPL) สำหรับพนักงานเข้าใหม่ เพื่อป้องกันความผิดพลาดจากการใช้ nozzle ผิดขนาด หรือการติดตั้ง feeder ที่ไม่เข้าล็อค

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาการประยุกต์ใช้เสาหลัก TPM ในด้านการบำรุงรักษาคุณภาพ (quality maintenance) เพื่อลดปริมาณของเสีย (defect) ให้เข้าใกล้ศูนย์มากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาเกี่ยวกับการนำระบบอินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง (Internet of Things: IoT) มาใช้ในการติดตามสถานะเครื่องจักรแบบเรียลไทม์ เพื่อช่วยในการบำรุงรักษาตามสภาพ (Condition–Based Maintenance: CBM) สอดคล้องกับแนวทางของอนัญญา มะโนวงค์ และประจวบ กล่อมจิตร (2567)

2.3 ควรมีการติดตามผล OEE และ MTBF ในระยะเวลาที่ยาวนานขึ้น (6–12 เดือน) เพื่อประเมินความยั่งยืนของกิจกรรม TPM ภายในองค์กร

เอกสารอ้างอิง

จิรพันธุ์ วงค์ชัย. (2563). *การเพิ่มระยะเวลาเฉลี่ยก่อนการชำรุดเสียหายของเครื่องจักร กรณีศึกษา โรงงานผลิตเครื่องดื่ม.* การค้นคว้าอิสระวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ฉัตรเฉลิม วงศ์รัฐนันท์. (2552). *การวัดสมรรถนะระบบการจัดการบำรุงรักษาทวีผลโดยทุกคนมีส่วนร่วม กรณีศึกษา: อุตสาหกรรมกระดาษ.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ธนกฤต แสงสินธุ์. (2562). *การประยุกต์ใช้การจัดการบำรุงรักษาเชิงทวีผลเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการผลิต กรณีศึกษาโรงงานผู้ผลิตริงเกียร์.* การศึกษารายบุคคลวิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวิศวกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

นิกร ก๋าทอง. (2565). *การปรับปรุงกระบวนการการประกอบแผ่นวงจรอิเล็กทรอนิกส์ชนิดแผนบาง ด้วยวิธีซิกซ์ซิกม่า.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาเทคโนโลยีการจัดการพลังงานและสิ่งแวดล้อม มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ไมตรี บุญขันธ์, สานิต ศิริวิศิษฐ์กุล และเกียรติชัย วีระญาณนนท์. (2565). การเพิ่มผลิตภาพและนวัตกรรมในการผลิต ของผู้ผลิตอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ในประเทศไทย. *วารสารวิจัยราชภัฏกรุงเก่า, 9*(3), 185–194. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/rdi-aru/article/view/254973.

ศิรวิทย์ ปุสวิโร. (2566). *การปรับปรุงประสิทธิภาพกระบวนการผลิตน้ำของโรงงานผลิตน้ำขนาดใหญ่ สำหรับประเทศไทย.* ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทางวิศวกรรม มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ศิวะ วงษ์ดี. (2566). *การบำรุงรักษาแบบทวีผลของเครื่องจักรสำหรับฉีดขึ้นรูปชิ้นส่วนบันไดขึ้นท้ายรถกระบะ.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศุภวัฒน์ โชคสวัสดิ์ไพศาล. (2568). *แนวโน้มธุรกิจ/อุตสาหกรรม ปี 2568–2570: อุตสาหกรรมอิเล็กทรอนิกส์.* วิจัยกรุงศรี. สืบค้น 10 เมษายน 2568 จาก https://www.krungsri.com/th/research/industry/industry-outlook/hi-tech-industries/electronics/io/Electronics-2025-2027.

สุพิชญา ฉัตรพัฒนศิริ. (2566). *การปรับปรุงประสิทธิภาพของเครื่องจักรในกระบวนการผลิตเครื่องดื่มบรรจุขวดแก้วโดยใช้การบำรุงรักษาด้วยตนเอง.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการงานวิศวกรรม มหาวิทยาลัยศิลปากร.

หนึ่งฤทัย ชวดเปีย. (2557). *การพัฒนาระบบการจัดการซ่อมบำรุงรักษาสำหรับกระบวนการประกอบแผงวงจรอิเล็กทรอนิกส์.* วิทยานิพนธ์วิศวกรรมศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมอุตสาหการ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนัญญา มะโนวงค์ และประจวบ กล่อมจิตร. (2567). การปรับปรุงการเก็บข้อมูลและควบคุมการผลิตบรรจุภัณฑ์โดยใช้อินเตอร์เน็ตออฟติงส์ตามแนวทางการบำรุงรักษาแบบทวีผลทุกคนมีส่วนร่วม. *วิศวกรรมสารเกษมบัณฑิต, 14*(3), 19–34. https://ph01.tci-thaijo.org/index.php/kbej/article/view/256537.

Abedin, A. (2023). Improvement of overall equipment efficiency with root cause analysis and TPM strategy: A case study. *International Journal of Research in Industrial Engineering, 12*(3), 205–220. https://doi.org/10.22105/riej.2023.393216.1388.

Al Farihi, A. H., Sumartini, S., & Herdiman, L. (2023). Designing lean maintenance using Total Productive Maintenance method: A case study at wiring harness production. *E3S Web of Conferences, 465*, 02016. https://doi.org/10.1051/e3sconf/202346502016.

Gupta, A. K., & Garg, R. K. (2012). OEE improvement by TPM implementation: A case study. *International Journal of IT, Engineering and Applied Sciences Research, 1(*1), 115–124. https://www.semanticscholar.org/paper/12c4244ee94852ebd6cd5c79789e60e8f700c292.

Nakajima, S. (1988). *Introduction to TPM: Total productive maintenance.* Productivity Press.

Parviziomran, I., Cao, S., Yang, H., Park, S., & Won, D. (2019). Optimization of passive chip components placement with self-alignment effect for advanced surface mounting technology. *Procedia Manufacturing, 39,* 202–209. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.01.313.

Pinto, G., Silva, F. J. G., Fernandes, N. O., Casais, R., Baptista, A., & Carvalho, C. (2020). Implementing a maintenance strategic plan using TPM methodology. *International Journal of Industrial Engineering and Management, 11*(3), 192–204. https://doi.org/10.24867/IJIEM-2020-3-264.

Ribeiro, I. M., Godina, R., Pimentel, C., Silva, F. J. G., & Matias, J. C. O. (2019). Implementing TPM supported by 5S to improve the availability of an automotive production line. *Procedia Manufacturing, 38,* 1574–1581. https://doi.org/10.1016/j.promfg.2020.01.128.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ความท้าทายของทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีต่อการผลิตเนื้อหาในยุคการเปลี่ยนผ่านสื่อดิจิทัล

Challenges confronting television producers in content production during the digital media transition

วรพงษ์ ปลอดมูสิก[1*]
Worapong Plodmusik[1*]

[1]คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์
[1]Faculty of Communication Arts, Dhurakij Pundit University
Corresponding author's e-mail: Worapong.plo@dpu.ac.th[1]

Received: March 02, 2026 Revised: March 04, 2026 Accepted: March 26, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาความสำคัญของบทบาททีวีโปรดิวเซอร์ในกระบวนการผลิตเนื้อหา พร้อมทั้งวิเคราะห์วิธีการทำงาน รูปแบบและปัจจัยความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์อันส่งผลต่อประสิทธิภาพและคุณภาพของการผลิตเนื้อหาในบริบทอุตสาหกรรมสื่อยุคดิจิทัล เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับโปรดิวเซอร์ที่มีประสบการณ์ไม่น้อยกว่า 3 ปี จากสถานีโทรทัศน์ดิจิทัล 19 ช่อง ผลการวิจัยพบว่า บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในการผลิตเนื้อหาจะมีการวางแผนล่วงหน้าเพื่อให้สอดคล้องกับการเผยแพร่ผ่านแพลตฟอร์มที่หลากหลาย ขณะเดียวกันกระบวนการหลังการผลิตได้ทวีความซับซ้อนมากยิ่งขึ้น เนื่องจากจำเป็นต้องปรับรูปแบบเนื้อหาให้เหมาะสมและสอดรับกับลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์ม ในส่วนของวิธีการทำงานของทีวีโปรดิวเซอร์เปลี่ยนผ่านจากการทำหน้าที่กำกับและควบคุมกระบวนการผลิตไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการในฐานะผู้สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาโดยตรงมากยิ่งขึ้น รูปแบบการปฏิบัติหน้าที่ของโปรดิวเซอร์อยู่ภายใต้นโยบายและทิศทางของแต่ละสถานี โดยจำเป็นต้องตระหนักรู้ต่อสถานการณ์และกระแสสังคมที่เปลี่ยนแปลงอยู่เสมอ ควบคู่กับการดำเนินงานภายใต้กลไกความต้องการของผู้ชมทางโทรทัศน์และออนไลน์ซึ่งมีอิทธิพลต่อการผลิตและการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมสื่อ อย่างไรก็ตาม ปัจจัยความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์จะประกอบด้วยทักษะการใช้ปัญญาประดิษฐ์ การปรับเปลี่ยนกระบวนการผลิต ความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคสื่ออย่างรอบด้าน ตลอดจนการรู้เท่าทันสถานการณ์และกระแสสังคม ทักษะเหล่านี้ล้วนสอดรับกับบริบทของอุตสาหกรรมสื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

คำสำคัญ: ทีวีโปรดิวเซอร์, การผลิตเนื้อหา, ทีวีดิจิทัล, สื่อดิจิทัล, อุตสาหกรรมสื่อ, สื่อหลอมรวม

Abstract

This study aims to examine the significance of television producer's role in the content production process, as well as to analyze the working methods, formats, and success factors of television producers that influence the efficiency and quality of content production within the context of the digital media industry. This research employed a qualitative approach, utilizing in-depth interviews with television producers who had at least three years of professional experience across 19 digital television stations. The findings revealed that the roles of television producers in content production increasingly involved advance planning to ensure effective content distribution across multiple platforms. At the same time, post-production processes became significantly more complex due to the necessity of adapting content formats to suit the specific characteristics of each platform. In terms of working methods, the role of television producers shifted from primarily supervising and controlling the production process to engage more actively in operational tasks as direct content creators and producers. The operational practices of television producers were largely guided by the policies and strategic directions of their respective broadcasting stations. Producers constantly remained aware of shifting social contexts and emerging trends, while simultaneously responding to audience demands across both television and online platforms, which increasingly influenced content production and the overall dynamics of the media industry. Furthermore, the success factors for television producers included the ability to utilize artificial intelligence (AI), adapt production processes, develop a comprehensive understanding of media consumption behavior, and remain responsive to social situations and trends. These competencies were essential for aligning with the rapidly evolving landscape of the contemporary media industry.

Keywords: television producer, content production, digital television, digital media, media industry, media convergence

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลไทยกำลังเผชิญจุดเปลี่ยนสำคัญ ก่อนการสิ้นสุดอายุใบอนุญาตในปี พ.ศ. 2572 ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของระบบนิเวศสื่ออย่างรวดเร็ว โดยข้อมูลจากกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์ (2568) ชี้ให้เห็นว่า รายได้จากโฆษณาซึ่งเป็นแหล่งรายได้หลักของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ลดลงอย่างต่อเนื่อง ขณะที่สื่อดิจิทัลเติบโตแซงหน้าเป็นครั้งแรก โดยในปี พ.ศ. 2567 รายได้โฆษณาของสื่อโทรทัศน์ลดลงเหลือประมาณ 32,500 ล้านบาท ในขณะที่สื่อดิจิทัลเพิ่มขึ้นเป็นกว่า 33,800 ล้านบาท สถานการณ์ดังกล่าวสะท้อนถึงการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างของอุตสาหกรรมสื่อจากระบบโทรทัศน์เป็นศูนย์กลางไปสู่ระบบดิจิทัลเป็นศูนย์กลาง ส่งผลให้ผู้ประกอบการทีวีดิจิทัลต้องเร่งปรับตัวทั้งด้านกลยุทธ์องค์กร รูปแบบการผลิตเนื้อหา และการขยายการเผยแพร่สู่แพลตฟอร์มออนไลน์

การเปลี่ยนผ่านของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลมิได้เกิดขึ้นเพียงในมิติเทคโนโลยีเท่านั้น หากแต่ครอบคลุมถึงมิติทรัพยากรมนุษย์และพฤติกรรมผู้ชมควบคู่กัน การศึกษาของพิทักษ์ ไปเร็ว และคณะ (2560) ชี้ให้เห็นว่า การพัฒนากำลังคนเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสามารถในการแข่งขันและความยั่งยืนของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัล โดยจำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือจากหลายภาคส่วน ทั้งองค์กรสื่อ สถาบันการศึกษา ภาครัฐ และผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

เพื่อให้สมรรถนะบุคลากรสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและบริบทของอุตสาหกรรมสื่อยุคใหม่ ขณะเดียวกัน สุภัสสร หาญลำยวง และเฉลิมพร เย็นเยือก (2564) พบว่า พฤติกรรมผู้ชมไทยยังคงใช้โทรทัศน์เพื่อการพักผ่อนและความบันเทิงเป็นหลัก แต่ปัจจัยด้านอายุ อาชีพ รายได้ และภูมิหลังครอบครัวมีอิทธิพลต่อการเลือกรับชมอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้ผู้ประกอบการจำเป็นต้องพัฒนารูปแบบรายการให้ตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่หลากหลายมากขึ้น ขณะที่ประคุณ รุ่งธนวิชญ์ (2560) ชี้ว่าโทรทัศน์ดิจิทัลกำลังเผชิญความท้าทายจากพฤติกรรมการใช้สื่อแบบหลายหน้าจอ (multi-screen lifestyle) ซึ่งลดบทบาทของโทรทัศน์ในฐานะสื่อหลัก และทำให้การแข่งขันเพื่อดึงดูดความสนใจของผู้ชมรุนแรงยิ่งขึ้น

การเปลี่ยนผ่านของโทรทัศน์มิได้เป็นเพียงการปรับตัวเชิงเทคโนโลยี หากแต่เป็นการเปลี่ยนแปลงเชิงวัฒนธรรมการรับชมและรูปแบบปฏิสัมพันธ์ของผู้ชมอย่างลึกซึ้ง แนวคิดโซเชียลทีวี (social TV) จึงถูกเสนอขึ้นเพื่ออธิบายปรากฏการณ์การหลอมรวมระหว่างโทรทัศน์กับสื่อสังคมออนไลน์ โดย Selva (2016) และ Cesar & Geerts (2011) รวมถึง Kim & Merrill (2022) ต่างชี้ว่า การรับชมโทรทัศน์ได้เปลี่ยนจากการรับสารเชิงเดี่ยวไปสู่การมีปฏิสัมพันธ์แบบเรียลไทม์ ผู้ชมสามารถแสดงความคิดเห็น แชร์ และมีส่วนร่วมกับเนื้อหาได้ทันทีผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้การผลิตเนื้อหาทีวีต้องคำนึงถึงประสบการณ์ผู้ชมแบบหลายแพลตฟอร์มและการแข่งขันด้านความเร็ว การมีส่วนร่วม และการสร้างชุมชนผู้ชม

ภายใต้บริบทดังกล่าว กระบวนการผลิตรายการโทรทัศน์ซึ่งประกอบด้วยขั้นก่อนการผลิต การผลิต และหลังการผลิต ยังคงเป็นหัวใจสำคัญของคุณภาพผลงาน โดยตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ ทำหน้าที่กำกับดูแลการผลิตทั้งหมด ตั้งแต่การพัฒนาแนวคิด การวางแผนงบประมาณ การจัดการบุคลากร ไปจนถึงการควบคุมคุณภาพและการเผยแพร่ อย่างไรก็ตาม ในยุคสื่อดิจิทัลทีวีโปรดิวเซอร์ไม่ได้ทำหน้าที่เพียงผู้จัดการการผลิตเท่านั้น แต่ต้องปรับบทบาทเป็นนักกลยุทธ์ นักวิเคราะห์ข้อมูล ผู้สร้างประสบการณ์ผู้ชม และผู้บริหารเนื้อหาในระบบนิเวศสื่อแบบหลอมรวม ความท้าทายสำคัญของทีวีโปรดิวเซอร์ในปัจจุบันจึงอยู่ที่การสร้างสมดุลระหว่างคุณภาพและความเร็วของเนื้อหา เนื่องจากแพลตฟอร์มออนไลน์บางประเภทเอื้อต่อคอนเทนต์ไวรัลและการเผยแพร่ที่รวดเร็ว ขณะที่บางแพลตฟอร์มยังให้คุณค่ากับเนื้อหาเชิงลึกและความน่าเชื่อถือ สถานการณ์ดังกล่าวทำให้ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องกำหนดจุดยืนของเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย และกลยุทธ์การเผยแพร่ให้ชัดเจน เพื่อรักษาความน่าเชื่อถือของสื่อควบคู่กับความอยู่รอดทางธุรกิจดังนั้น การศึกษาความท้าทายของทีวีโปรดิวเซอร์ในการผลิตเนื้อหาในยุคการเปลี่ยนผ่านสื่อดิจิทัลจึงมีความสำคัญทั้งในเชิงวิชาการและเชิงปฏิบัติ เนื่องจากจะช่วยอธิบายการเปลี่ยนแปลงของบทบาท หน้าที่และทักษะที่จำเป็นของทีวีโปรดิวเซอร์ในบริบทสื่อร่วมสมัย ตลอดจนเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนากำลังคน การออกแบบหลักสูตรนิเทศศาสตร์ และการกำหนดแนวทางเชิงกลยุทธ์สำหรับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ดิจิทัลไทยในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความสำคัญของบทบาททีวีโปรดิวเซอร์ในกระบวนการผลิตเนื้อหา
2. เพื่อศึกษาวิธีการทำงาน รูปแบบ และปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีต่อการผลิตเนื้อหา

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์

สุมน อยู่สิน และกรรมพุม บุญทวี (2554) อธิบายว่า โปรดิวเซอร์เป็นหนึ่งในบุคลากรระดับบริหารการผลิตรายการโทรทัศน์ที่มีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางการผลิต โดยทำหน้าที่ร่วมกับผู้บริหารระดับสูงในการกำหนดรูปแบบรายการ นโยบาย งบประมาณ และโครงสร้างการทำงานของทีมผลิต พร้อมทั้งควบคุมการดำเนินงานตั้งแต่เริ่มต้นจนกระทั่งรายการเสร็จสมบูรณ์ ทีวีโปรดิวเซอร์จึงเป็นกลไกสำคัญที่เชื่อมโยงการวางแผนเชิงนโยบายกับการปฏิบัติการผลิตให้เกิดขึ้นจริงอย่างเป็นระบบ

ฐิตินัน บ. คอมมอน (2561) อธิบายว่า ทีวีโปรดิวเซอร์เป็นบุคลากรสำคัญที่ทำหน้าที่บริหารจัดการกระบวนการผลิตรายการอย่างครบวงจร ตั้งแต่การกำหนดแนวคิด พัฒนาเนื้อหา วางแผนการผลิต ประสานงานทีมงาน ไปจนถึงการควบคุมคุณภาพก่อนออกอากาศ โดยในยุคสื่อดิจิทัลหลอมรวมทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องปรับบทบาทและพัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีและการแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อ

แนวคิดเกี่ยวกับทีวีดิจิทัลและสื่อดิจิทัล

ธาม เชื้อสถาปนศิริ (2557) อธิบายว่า ทีวีดิจิทัลหรือโทรทัศน์ดิจิทัลคือระบบการออกอากาศที่ใช้การบีบอัดสัญญาณแบบดิจิทัลเพื่อส่งภาพ เสียง และข้อมูลสารสนเทศไปพร้อมกันในรูปแบบการส่งสัญญาณร่วม (multicasting) ซึ่งแตกต่างจากระบบอนาล็อกที่ต้องแยกสัญญาณออกจากกัน ระบบดังกล่าวช่วยให้การรับชมมีความคมชัดมากขึ้นและสามารถรับชมผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์หลากหลาย นอกจากนี้ ทีวีดิจิทัลยังรองรับการเพิ่มข้อมูลข่าวสารและบริการเสริมต่าง ๆ เช่น ข้อความข่าว โฆษณาออนไลน์ และระบบควบคุมการเข้าถึงเนื้อหาเพื่อความปลอดภัยของผู้ชม

เบญนภา พัฒนาพิภัทร และนัจภัค มีอุสาห์ (2565) ระบุว่า สื่อดิจิทัลเป็นรูปแบบการสื่อสารที่เกิดจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยี ทำให้ผู้รับสารสามารถเข้าถึง เลือกเวลา และเลือกช่องทางการรับเนื้อหาได้ด้วยตนเองอย่างรวดเร็วและหลากหลาย การสร้างสรรค์เนื้อหาในยุคดิจิทัลจึงเปลี่ยนจากการสื่อสารแบบมวลชนไปสู่การผลิตเนื้อหาเฉพาะกลุ่มและเน้นการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้ส่งสารกับผู้รับสารมากขึ้น

แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อและสื่อยุคหลอมรวม

ภาสกร จิตรใคร่ครวญ และอรรถวุฒิ เวศรานุรักษ์ (2564) อธิบายว่า กระบวนการผลิตสื่อวิดีโอประกอบด้วย 3 ระยะหลัก คือ การเตรียมการผลิต (pre-production) การผลิต (production) และหลังการผลิต (post-production) โดยเริ่มจากการวิเคราะห์ข้อมูล วางแผน เขียนบท และเตรียมอุปกรณ์และบุคลากร จากนั้นจึงดำเนินการถ่ายทำตามสคริปต์ พร้อมใช้เทคนิคภาพ เสียง และการตัดต่อเพื่อสร้างเนื้อหาให้สมบูรณ์ สุดท้ายคือการตรวจสอบประเมินคุณภาพและเผยแพร่ผลงานให้ตรงตามวัตถุประสงค์และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย

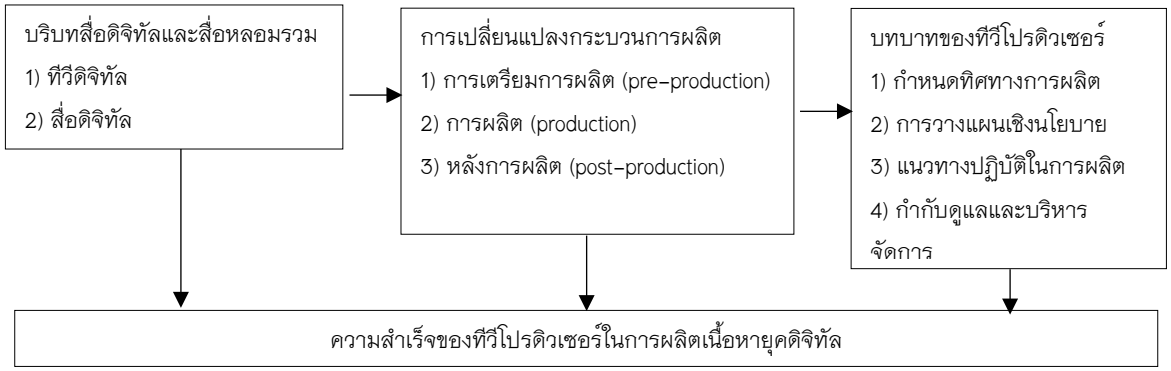
McQuail (2005) อธิบายว่า การพัฒนาอย่างรวดเร็วของเทคโนโลยีการสื่อสารได้ผลักดันให้สื่อมวลชนเข้าสู่ยุคดิจิทัลและก่อให้เกิดการหลอมรวมของสื่อซึ่งเป็นการผสานเทคโนโลยี เศรษฐกิจ และวัฒนธรรมเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้ภูมิทัศน์สื่อเปลี่ยนแปลงในหลายมิติทั้งโครงสร้างองค์กร รูปแบบสื่อ เนื้อหา พฤติกรรมการใช้สื่อ และบทบาทของผู้รับสาร ขณะเดียวกันสื่อรูปแบบเดิมได้ปรับตัวไปสู่แพลตฟอร์มดิจิทัล เนื้อหามีความยืดหยุ่นและเชื่อมโยงข้ามแพลตฟอร์มได้ ผู้คนสามารถบริโภคสื่อได้ทุกที่ทุกเวลา

จากการทบทวนวรรณกรรมอาจกล่าวได้ว่า การเปลี่ยนผ่านสู่สื่อดิจิทัลและการหลอมรวมของสื่อทำให้โครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ พฤติกรรมผู้ชม และกระบวนการผลิตเปลี่ยนแปลงไปอย่างมีนัยสำคัญ ผู้ชมมีอำนาจในการเลือกสื่อและแพลตฟอร์มมากขึ้น ส่งผลให้การผลิตเนื้อหาต้องปรับตัวสู่ระบบข้ามแพลตฟอร์มและการแข่งขันที่สูงขึ้น ทีวีโปรดิวเซอร์จึงต้องขยายบทบาทจากผู้ควบคุมการผลิตไปสู่ผู้บริหารกระบวนการผลิตแบบองค์

รวมและเผชิญความท้าทายในยุคดิจิทัล

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการสังเคราะห์แนวคิดเกี่ยวกับบทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ แนวคิดเกี่ยวกับทีวีดิจิทัลและสื่อดิจิทัล แนวคิดเกี่ยวกับการผลิตสื่อและสื่อยุคหลอมรวม ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยมาเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informants) ทำการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) สำหรับการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) กับทีวีโปรดิวเซอร์ในฐานะผู้อำนวยการผลิต ซึ่งมีบทบาทในการกำกับและควบคุมกระบวนการผลิตในทุกขั้นตอน โดยกำหนดเกณฑ์คัดเลือกเฉพาะผู้ที่มีประสบการณ์ปฏิบัติงานในตำแหน่งดังกล่าวไม่น้อยกว่า 3 ปี และปฏิบัติงานอยู่ในสถานีโทรทัศน์ดิจิทัลจำนวน 19 ช่อง ซึ่งสามารถจำแนกออกเป็น 4 ประเภท ดังนี้

1.1 ประเภทที่วีบริการสาธารณะ (public service) ประกอบด้วยทีวีโปรดิวเซอร์จาก สถานีโทรทัศน์กองทัพบก ช่อง 5 HD1 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทย (NBT) สถานีโทรทัศน์ไทยพีบีเอส HD สถานีโทรทัศน์ช่อง T Sports 7 และสถานีโทรทัศน์ช่องรัฐสภา (TPTV) รวมจำนวน 5 คน

1.2 ประเภทบริการทางธุรกิจ (commercial service) ช่องความคมชัดปกติ (SD) หมวดหมู่ข่าวสารและสาระ ประกอบด้วยทีวีโปรดิวเซอร์จาก สถานีโทรทัศน์ช่อง TNN (16) และสถานีโทรทัศน์ช่อง Nation TV (22) รวมจำนวน 2 คน

1.3 ประเภทบริการทางธุรกิจ (commercial service) ช่องความคมชัดปกติ (SD) หมวดหมู่ทั่วไปประกอบด้วยทีวีโปรดิวเซอร์จาก สถานีโทรทัศน์ช่อง Workpoint (23) สถานีโทรทัศน์ช่อง True4U (24) สถานีโทรทัศน์ช่อง GMM25 (25) สถานีโทรทัศน์ช่อง 8 (27) และสถานีโทรทัศน์ช่อง Mono29 (29) รวมจำนวน 5 คน

1.4 ประเภทบริการทางธุรกิจ (commercial service) ช่องความคมชัดสูง (HD) หมวดหมู่ทั่วไปประกอบด้วยทีวีโปรดิวเซอร์จาก สถานีโทรทัศน์ช่อง MCOT HD (30) สถานีโทรทัศน์ช่อง ONE31 (31) สถานีโทรทัศน์ช่อง ไทยรัฐทีวี

(32) สถานีโทรทัศน์ช่อง 3 HD (33) สถานีโทรทัศน์ช่อง Amarin TV HD 34 (34) สถานีโทรทัศน์ช่อง 7 HD (35) และสถานีโทรทัศน์ช่อง PPTV HD (36) รวมจำนวน 7 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) โดยนำแบบสัมภาษณ์ไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (content validity) กับผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของคำถาม ความชัดเจน และความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นทดลองใช้แบบสัมภาษณ์ (pilot interview) กับผู้ให้ข้อมูลที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 5 คน เพื่อปรับปรุงก่อนนำไปเก็บข้อมูลจริง โดยใช้วิธีสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (semi-structured interview) แนวคำถามสัมภาษณ์กำหนดจาก 3 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) การเปลี่ยนแปลงของกระบวนการผลิตเนื้อหา 2) บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในกระบวนการผลิต และ 3) ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ โดยผู้วิจัยสามารถตั้งคำถามเพิ่มเติมระหว่างการสัมภาษณ์เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย

ในการศึกษาครั้งนี้ได้ตรวจสอบความน่าเชื่อถือโดยใช้การตรวจสอบข้อมูลแบบสามเส้า (methodological triangulation) โดยเริ่มจากการเปรียบเทียบข้อมูลจากแหล่งบุคคลเพื่อพิจารณาความสอดคล้องของข้อมูล จากนั้นใช้การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการเก็บข้อมูล โดยอาศัยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) ควบคู่กับการศึกษาข้อมูลจากเอกสารที่เกี่ยวข้อง ทั้งนี้เป็นไปตามแนวคิดของ Denzin (1970) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าการใช้แหล่งข้อมูลและวิธีการวิจัยที่หลากหลายช่วยเพิ่มความแม่นยำของผลการวิจัยและลดอคติจากการใช้วิธีการเพียงรูปแบบเดียว

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลโดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้วิจัยได้เก็บข้อมูลด้วยการใช้เครื่องบันทึกเสียงสัมภาษณ์ร่วมกับการจดบันทึกรายละเอียดคำสัมภาษณ์โดยตรงจากผู้ให้สัมภาษณ์ ทั้งนี้คัดเลือกข้อมูลจากความเกี่ยวข้องสอดคล้องกับหลักเกณฑ์ ตรงตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยและกรอบแนวคิด ทำการเก็บรวบรวมข้อมูลตั้งแต่ช่วงวันที่ 1 มกราคม-28 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569 เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ครบถ้วนและสะท้อนปรากฏการณ์ดังกล่าวมากที่สุด

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเริ่มจากการถอดความข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์อย่างเป็นระบบครอบคลุมทุกถ้อยคำ จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาจัดระเบียบด้วยการแจกแจง ตีความ และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของสาระสำคัญเพื่อสังเคราะห์และจัดกลุ่มข้อมูลออกเป็นหมวดหมู่ที่มีความหมายร่วมกัน ทั้งนี้ ข้อมูลจากผู้ให้สัมภาษณ์ทุกคนจะถูกบูรณาการและจัดเรียงให้สอดคล้องกัน เพื่อนำไปกำหนดเป็นปัจจัยในมิติต่าง ๆ ตามกรอบแนวคิด หลักการและทฤษฎีที่ใช้ในการวิจัย อันจะนำไปสู่ความเข้าใจเชิงลึกของประเด็นที่ศึกษาอย่างเป็นระบบและมีความน่าเชื่อถือ พร้อมทั้งใช้รูปแบบการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงพรรณนา (descriptive analysis)

ผลการวิจัย

การเปลี่ยนผ่านสู่ทีวีดิจิทัลและสื่อหลอมรวมได้เปลี่ยนทั้งเทคโนโลยี กระบวนการผลิต และพฤติกรรมผู้ชม ทำให้การแข่งขันด้านเนื้อหาเข้มข้นและการผลิตมีความซับซ้อนมากขึ้น ทีวีโปรดิวเซอร์จึงจำเป็นต้องทำหน้าที่เชื่อมโยงนโยบาย กลยุทธ์ และการปฏิบัติการผลิตให้เกิดผลลัพธ์อย่างมีประสิทธิภาพ ภายใต้บริบทดังกล่าวจึงนำไปสู่ประเด็นสำคัญของการศึกษาเกี่ยวกับความท้าทายของทีวีโปรดิวเซอร์ในการผลิตเนื้อหาในยุคการเปลี่ยนผ่านสื่อดิจิทัล โดยสามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ 2 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีต่อกระบวนการผลิตเนื้อหาในยุคทีวีดิจิทัล

1. กระบวนการผลิตเนื้อหา

การเปลี่ยนแปลงของระบบนิเวศสื่อจากการแพร่ภาพผ่านโทรทัศน์ดิจิทัลสู่การเผยแพร่แบบหลอมรวมบนแพลตฟอร์มดิจิทัล ส่งผลให้บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในการกำกับดูแลกระบวนการผลิตเนื้อหามีความซับซ้อนและหลากหลายมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในมิติของการวางแผนและบริหารจัดการกระบวนการผลิตแบบหลายแพลตฟอร์ม (multi-platform production)

ในขั้นตอนก่อนการผลิต (pre-production) ทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องออกแบบแผนการผลิตที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมที่เปลี่ยนแปลงไป ซึ่งผู้ชมมิได้จำกัดอยู่เฉพาะหน้าจอโทรทัศน์อีกต่อไป แต่กระจายตัวอยู่บนแพลตฟอร์มออนไลน์ ส่งผลให้การวางกลยุทธ์เนื้อหา รูปแบบรายการ ความยาวของคอนเทนต์ ตลอดจนการกำหนดช่องทางเผยแพร่ ต้องถูกบูรณาการตั้งแต่ระยะเริ่มต้นของการผลิต

"...ขั้นเตรียมการผลิตที่สามารถวางแผนและจัดการข้อมูลและรูปแบบการใช้งานเนื้อหาล่วงหน้าได้ไม่มีอะไรใหม่เพราะปรับตามมาสักระยะแล้ว แต่จำเป็นต้องวางแผนว่าเนื้อหาว่าจะถูกเผยแพร่ในแพลตฟอร์มใดบ้าง เผื่อเฟรมภาพไว้สำหรับการตัดเป็นวิดีโอแนวตั้งเพื่อใช้บนแพลตฟอร์มอย่างติ๊กต๊อกหรือสื่ออื่น ๆ ได้..."

A5 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

สำหรับกระบวนการผลิต (production) แม้ลักษณะการถ่ายทำจะยังคงยึดหลักการผลิตเชิงวิชาชีพที่ใกล้เคียงกับการผลิตโทรทัศน์แบบดั้งเดิม แต่อย่างไรก็ตาม การตระหนักถึงการนำไปใช้ซ้ำและการปรับใช้เนื้อหาบนแพลตฟอร์มอื่น (content repurposing) ได้กลายเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ต้องคำนึงถึงควบคู่กัน

"...แนวทางการผลิตยังคงยึดมาตรฐานการออกอากาศทางโทรทัศน์เป็นหลัก อาจจะมีบ้างที่เป็นการเผยแพร่เนื้อหาควบคู่กันระหว่างออนไลน์และออนแอร์ก็แค่เชื่อมต่อโปรแกรมเข้าด้วยกัน แต่มีภาระงานของโปรดิวเซอร์ที่เพิ่มขึ้นในกระบวนการผลิตคือการหาไฮไลต์จากรายการออนแอร์เพื่อนำไปเผยแพร่บนแพลตฟอร์มออนไลน์..."

A2 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ขณะที่กระบวนการหลังการผลิต (post-production) กลายเป็นประเด็นท้าทายหลักของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคสื่อดิจิทัล เนื่องจากความหลากหลายของแพลตฟอร์มการเผยแพร่ทำให้จำเป็นต้องปรับรูปแบบการตัดต่อ การจัดสัดส่วนภาพ เสียง ความยาว และรูปแบบไฟล์ให้เหมาะสมกับแต่ละช่องทางอย่างเป็นระบบ ดังนั้น ทีวีโปรดิวเซอร์จึงต้องมีบทบาทในการบริหารจัดการหลังการผลิตที่มีประสิทธิภาพ เพื่อให้เนื้อหาสามารถเผยแพร่ได้อย่างเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของสื่อที่แตกต่างกันในระบบนิเวศสื่อดิจิทัลร่วมสมัย

"...มีความซับซ้อนมากขึ้นอย่างชัดเจน จากเดิมที่การผลิตสิ้นสุดเมื่อรายการออกอากาศ แต่ในปัจจุบันจำเป็นต้องนำเนื้อหามาแตกเป็นช็อต คลิปสั้น เขียนแคปชัน และปรับรูปแบบให้เหมาะสมกับการเผยแพร่ในหลายแพลตฟอร์ม ซึ่งแต่ละช่องทางมีลักษณะการนำเสนอที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ภาระงานเพิ่มขึ้น เวลาในการทำงานจึงไม่ได้ใช้เฉพาะกับการตัดต่อเท่านั้น แต่ส่วนสำคัญกลับอยู่ที่กระบวนการอัปโหลดคอนเทนต์..."

A7 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ในมิติของกระบวนการผลิตเนื้อหา ผลการศึกษาพบว่า บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในกระบวนการผลิตได้ปรับเปลี่ยนให้สอดคล้องกับนิเวศสื่อดิจิทัลที่มีการกระจายตัวของผู้ชมไปยังหลากหลายแพลตฟอร์ม ตั้งแต่ขั้นตอนก่อนการผลิตที่ต้องวางแผนเนื้อหาและรูปแบบการเผยแพร่ล่วงหน้า กระบวนการผลิตที่คำนึงถึงการนำเนื้อหาไปใช้ซ้ำบนสื่อออนไลน์ ตลอดจนขั้นตอนหลังการผลิตที่มีความซับซ้อนมากขึ้นจากการต้องปรับรูปแบบเนื้อหาให้เหมาะสมกับแต่ละแพลตฟอร์ม ส่งผลให้ภาระงานและบทบาทด้านการบริหารจัดการเนื้อหาของทีวีโปรดิวเซอร์เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในระบบนิเวศสื่อร่วมสมัย

2. บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์

บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคทีวีดิจิทัลมีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมเพราะการเปลี่ยนผ่านไปสู่สื่อดิจิทัล การทำหน้าที่ควบคุมการผลิตเป็นหน้าที่เดิมที่ยังคงสถานะไว้ แต่เพิ่มบทบาทของการมีส่วนร่วมในเชิงปฏิบัติการในฐานะผู้สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาโดยตรงมากยิ่งขึ้น

"...แม้ว่าบางอย่างจะเป็นการลดขั้นตอนการทำงานแต่ปัจจุบันโปรดิวเซอร์ต้องทำหน้าที่เหมือนครีเอทีฟด้วย ตัดต่อไม่อยู่ก็ไปตัดต่อแทน สคริปต์ก็เขียนแทนได้ ประสานงานก็ต้องดูแทนได้ ลงรายละเอียดทุกขั้นตอนและต้องผ่านเราทุกกระบวนการ ทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคนี้ก็ต้องวางแผนทั้งทางออนแอร์ควบคู่ออนไลน์และลงมือปฏิบัติงานในทุกสถานการณ์จริง ๆ ไม่ใช่แค่รับนโยบายแล้วมาสั่งการหรือควบคุมเพียงอย่างเดียว..."

A8 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

"...การทำงานเปลี่ยนแปลงไปอย่างชัดเจนและมีภาระเพิ่มมากขึ้น จากเดิมผลิตเนื้อหาเพื่อออกอากาศทางโทรทัศน์เพียงช่องทางเดียว ปัจจุบันผู้ผลิตต้องติดตามและทำความเข้าใจสื่อออนไลน์ควบคู่กัน เนื่องจากช่องทางการรับชมขยายไปสู่หลายอุปกรณ์ ต้องอาศัยความเข้าใจพฤติกรรมผู้ชมมากขึ้น ต้องติดตามกระแสและความสนใจของสังคมอย่างต่อเนื่องเพื่อพัฒนาเนื้อหาให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ชมในทุกแพลตฟอร์ม..."

A1 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ ผลการศึกษาพบว่า บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคทีวีดิจิทัลได้ขยายจากการทำหน้าที่ควบคุมกระบวนการผลิตเพียงอย่างเดียว ไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการในการสร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาโดยตรงมากขึ้น โดยทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องมีทักษะหลากหลายและสามารถทำงานได้ในหลายบทบาทควบคู่กับการติดตามพฤติกรรมผู้ชมและกระแสสื่อออนไลน์เพื่อพัฒนาเนื้อหาให้สอดคล้องกับการรับชมบนหลายแพลตฟอร์ม

ส่วนที่ 2 วิธีการทำงาน รูปแบบ และปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีต่อการผลิตเนื้อหา

1. วิธีการปฏิบัติหน้าที่ของทีวีโปรดิวเซอร์

ในกระบวนการผลิตเนื้อหาสื่อโทรทัศน์และสื่อดิจิทัลจำเป็นต้องดำเนินงานภายใต้กรอบการบริหารจัดการแบบบูรณาการ โดยคำนึงถึงปัจจัยเชิงโครงสร้างและเชิงปฏิบัติการหลายประการควบคู่กัน ได้แก่ นโยบายของสถานี เทคโนโลยี งบประมาณ การบริหารทีมงาน และการประสานงานระหว่างหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

ประการแรก ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องดำเนินงานให้สอดคล้องกับนโยบายและทิศทางของสถานีซึ่งครอบคลุมทั้ง กลยุทธ์ด้านเนื้อหา กลุ่มเป้าหมาย ตลอดจนข้อกำหนดด้านจริยธรรมและกฎหมายสื่อ การตัดสินใจเชิงสร้างสรรค์จึงไม่สามารถแยกขาดจากกรอบเชิงนโยบายได้ แต่ต้องอยู่ภายใต้การตีความและแปลงนโยบายสู่การปฏิบัติในการผลิตรายการอย่างเหมาะสม

"...การทำงานในองค์กรสื่อที่เป็นองค์กรขนาดใหญ่ต้องดำเนินงานภายใต้กรอบนโยบายและข้อจำกัดด้านการใช้ทรัพยากรขององค์กร ข้อจำกัดด้านความยืดหยุ่นและอิสระในการทดลองแนวคิดใหม่ ๆ ดังนั้นรูปแบบการนำเสนอก็จะต้องมีหลักจริยธรรม ข้อกฎหมายเข้ามากำกับดูแล เนื้อหาที่ผลิตก็อาจจะไม่ได้แตกต่างที่แหวกแนวมากนัก..."

A13 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ประการที่สอง ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีการผลิตและการเผยแพร่ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่กำหนดรูปแบบการทำงานของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคดิจิทัล ทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องทำความเข้าใจเทคโนโลยีการถ่ายทำ ระบบตัดต่อ ตลอดจนเทคโนโลยีแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อเลือกใช้เครื่องมือและกระบวนการที่เหมาะสมกับลักษณะเนื้อหาและ

ช่องทางเผยแพร่

"...ทีวีโปรดิวเซอร์ในปัจจุบันต้องทำงานแบบมัลติสกิล หนึ่งคนสามารถทำงานได้หลากหลายหน้าที่ ออกแบบเนื้อหาสำหรับออนแอร์ไปออนไลน์ เทคโนโลยีดิจิทัลและเครื่องมือ AI ได้เข้ามาเป็นตัวช่วยสำคัญในกระบวนการผลิต เช่น ช่วยคิดไอเดีย เขียนสคริปต์ หรือจัดการเนื้อหาบางส่วน ส่งผลให้ขั้นตอนการทำงานบางอย่างลดความซับซ้อนลง..."

A17 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ประการที่สาม การบริหารงบประมาณและการตลาด เป็นหน้าที่สำคัญในการควบคุมต้นทุนการผลิตให้เกิดประสิทธิภาพสูงสุด ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องวางแผนการตลาดในทุกขั้นตอนของการผลิต เพื่อให้สามารถดำเนินงานภายใต้การออกแบบรูปแบบเนื้อหาให้สอดคล้องกับความต้องการของผู้ชมและผู้สนับสนุน ตลอดจนการพิจารณาศักยภาพด้านรายได้จากการโฆษณา การสนับสนุนรายการ

"...การยอมรับแนวทางการตลาดก็มีส่วนสำคัญมากสำหรับทีวีโปรดิวเซอร์ การขายสินค้าก่อนเบรกท้าย เบรกสิ่งเหล่านี้สัมพันธ์กันหมด เพราะเราก็ต้องจำเป็นที่จะทำให้รายการอยู่รอด ถ้าเรตติงดีแต่รายการอยู่ไม่ได้เพราะก็อาจจะอยู่ไม่รอด การตลาดมีส่วนสำคัญต่อเนื้อหาที่เราผลิต ถือว่าเป็นความเหนื่อยที่ต้องบริหารทั้งเนื้อหารายการและความอยู่รอดของรายการ แต่ยุคปัจจุบันเราก็ต้องเป็นทีวีโปรดิวเซอร์ที่มีหัวด้านการตลาดด้วย..."

A14 การสัมภาษณ์ (16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ประการที่สี่ การบริหารจัดการทีมงาน ถือเป็นหัวใจของความสำเร็จในการผลิตรายการ เนื่องจากการผลิตเนื้อหาต้องอาศัยการทำงานร่วมกันของบุคลากรหลายฝ่าย ทีวีโปรดิวเซอร์จึงต้องมีทักษะด้านภาวะผู้นำ การสื่อสาร และการตัดสินใจ เพื่อให้การทำงานของทีมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและบรรลุเป้าหมายร่วมกัน

"...ในยุคนี้ต้องแบ่งหน้าทีกันให้ชัดเจนมากขึ้น ความสำคัญคือการแบ่งงานอย่างเป็นระบบ ทุกตำแหน่งต้องสอดประสานกันทำงานเป็นทีม บางช่วงเวลาเราก็มีการจัดอบรมให้กับทีมงานถึงการเปลี่ยนแปลงของสื่อออนไลน์ เพื่อให้ทุกคนเข้าใจไปในทิศทางเดียวกัน แต่ทีวีโปรดิวเซอร์อย่างเราก็ต้องเป็นผู้นำที่เข้าใจทุกฝ่าย..."

A11 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ประการสุดท้าย การประสานงาน ทีมงานมักประกอบด้วยบุคลากรหลายช่วงวัย ตั้งแต่ผู้ที่มีประสบการณ์ยาวนานในสื่อโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ไปจนถึงบุคลากรรุ่นใหม่ที่เติบโตมากับสื่อดิจิทัล ความแตกต่างดังกล่าวอาจก่อให้เกิดความท้าทายด้านการสื่อสาร การทำงานร่วมกัน และการยอมรับการเปลี่ยนแปลง

"...พอมีคนหลายช่วงวัยอยู่ในองค์กรเดียวกัน บางครั้งการทำหน้าที่ของทีวีโปรดิวเซอร์อย่างเราก็ต้องประสานงานให้คนเข้าใจไปทิศทางเดียวกัน การประสานก็จะเป็นหน้าที่อีกอย่างของทีวีโปรดิวเซอร์ซึ่งสำคัญมากในองค์กรมีคนรุ่นเก่าที่อาจจะยังปรับตัวไม่ได้ ส่วนรุ่นเราก็อยากเปลี่ยนแปลง การหาตรงกลางระหว่างกันในยุคนี้ที่การแข่งขันกันสูงมีความจำเป็นมาก เพราะทิศทางของทีมงานทุกคนมันคือทิศทางของเนื้อหาที่เราผลิต..."

A18 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

สำหรับวิธีการปฏิบัติหน้าที่ของทีวีโปรดิวเซอร์ ผลการศึกษาพบว่า วิธีการปฏิบัติหน้าที่ของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคสื่อดิจิทัลต้องดำเนินงานภายใต้การบริหารจัดการแบบบูรณาการ โดยคำนึงถึงนโยบายขององค์กร ความก้าวหน้าทางเทคโนโลยี การบริหารงบประมาณและการตลาด ตลอดจนการบริหารทีมงานและการประสานงานระหว่างบุคลากรหลายช่วงวัย ทั้งนี้ ทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องมีบทบาททั้งในด้านการจัดการ การสื่อสาร และการตัดสินใจ เพื่อให้กระบวนการผลิตเนื้อหาดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับบริบทของการเปลี่ยนผ่านสื่อยุคดิจิทัล

2. รูปแบบการทำงานของทีวีโปรดิวเซอร์

มิติรูปแบบการผลิตเนื้อหาในยุคสื่อหลอมรวม การผลิตรายการจำเป็นต้องพัฒนาไปสู่แนวคิดการผลิตแบบข้ามแพลตฟอร์ม (cross-platform content production) ซึ่งมุ่งให้เนื้อหาสามารถเผยแพร่และปรับใช้ได้อย่างเหมาะสมกับบริบทของแต่ละแพลตฟอร์ม ทั้งโทรทัศน์และแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ โดยทีวีโปรดิวเซอร์จำเป็นต้องทำความเข้าใจ ธรรมชาติของผู้บริโภคสื่อในแต่ละแพลตฟอร์ม

"...สมัยก่อนเราทำรายการแบบออนแอร์ทางทีวีเราไม่ได้สนใจคนดูว่าจะรู้สึกอย่างไร แต่พอยุคนี้เราเผยแพร่ผ่านสื่อออนไลน์ เราก็จะเห็นคนดูเลยว่ารู้สึกอย่างไรกับเนื้อหาที่เราทำ บางครั้งมีคำถามกลับมาเลยแบบตรงไปตรงมา ทำให้เราต้องมาออกแบบเนื้อหาที่หาตรงกลางระหว่างออนทีวีกับออนไลน์ ความยากของการผลิตเนื้อหาในยุคนี้คือแบบนี้เลย เราต้องคำนึงถึงความหลากหลายของแพลตฟอร์มมากขึ้น..."

A16 การสัมภาษณ์ (16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

กระบวนการสำคัญจึงเริ่มต้นจากการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก เพื่อนำข้อมูลเชิงประจักษ์มาวิเคราะห์และย้อนกลับไปสู่การกำหนดแนวทางการผลิตเนื้อหา (audience-informed production) ทั้งในด้านรูปแบบเนื้อหา ความยาว การเล่าเรื่อง จังหวะการนำเสนอ และช่วงเวลาเผยแพร่ ซึ่งสะท้อนถึงการบูรณาการข้อมูลเชิงผู้ชมเข้ากับกระบวนการสร้างสรรค์อย่างเป็นระบบ

"...หลังการออกอากาศแล้ว การประเมินผลไม่ได้พึ่งพาเรตติ้งโทรทัศน์เพียงอย่างเดียว แต่ต้องวิเคราะห์ข้อมูลการรับชมในทุกแพลตฟอร์มออนไลน์ควบคู่กัน เพื่อนำผลลัพธ์มาปรับรูปแบบและรายละเอียดของเนื้อหาให้เหมาะสมยิ่งขึ้น การผลิตรายการในปัจจุบันจึงไม่ใช่การทำเพื่อออกอากาศทางทีวีเท่านั้น แต่เป็นการสร้างคอนเทนต์สำหรับทุกแพลตฟอร์ม โดยผู้ชมไม่ได้จำกัดอยู่ที่หน้าจอโทรทัศน์ หากครอบคลุมผู้ชมในระบบ..."

A15 การสัมภาษณ์ (16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

การแข่งขันในอุตสาหกรรมสื่อดิจิทัลทำให้ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องวางกลยุทธ์เนื้อหา (content strategy) อย่างรอบด้าน โดยให้ความสำคัญกับความถูกต้องของข้อมูล (accuracy) ควบคู่กับความรวดเร็วในการผลิตและเผยแพร่ (timeliness) เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์และความสนใจของผู้ชมได้อย่างทันท่วงที

"...อาจจะวางน้ำหนักที่ความถูกต้องเยอะกว่าความเร็ว ถึงแม้ว่าเราต้องไปสู้ในสนามการแข่งขัน แต่ความเร็วไม่ได้หมายความถึงความสำเร็จเสมอไป เราต้องวางสมดุลในบทบาทของการเป็นสื่อไว้เป็นมาตรฐานด้วย และเราต้องมีกระบวนการกลั่นกรองเนื้อหาก่อนการเผยแพร่ มองข้ามช็อตว่าเราสามารถกำหนดทิศทางเนื้อหาได้..."

A3 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

การเปลี่ยนแปลงด้านรูปแบบการทำงานของทีวีโปรดิวเซอร์ ผลการศึกษาพบว่า รูปแบบการทำงานของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคสื่อหลอมรวมได้พัฒนาไปสู่การผลิตเนื้อหาแบบข้ามแพลตฟอร์ม โดยคำนึงถึงลักษณะการรับชมและพฤติกรรมผู้บริโภคในแต่ละสื่อควบคู่กัน ทั้งนี้ การกำหนดแนวทางการผลิตจำเป็นต้องอาศัยการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชมจากหลายแพลตฟอร์ม เพื่อนำมาปรับปรุงกลยุทธ์การสร้างเนื้อหาให้เหมาะสม พร้อมรักษาสมดุลระหว่างความถูกต้องของข้อมูลและความรวดเร็วในการเผยแพร่เนื้อหา

3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์

ทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคดิจิทัลจึงต้องเป็นทั้งผู้บริหาร ผู้สร้างสรรค์ และผู้ใช้เทคโนโลยี ที่สามารถบูรณาการทักษะด้านการแก้ปัญหา การสื่อสาร ความคิดสร้างสรรค์ รู้ทันสถานการณ์ และการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อขับเคลื่อนการผลิตเนื้อหาให้สอดคล้องกับบริบทของอุตสาหกรรมสื่อร่วมสมัย

"...บุคลิกอย่างแรกเลยคือต้องเป็นนักแก้ไขปัญหาเก่ง เพราะว่าทุกกระบวนการมักจะมีเรื่องราวเกิดขึ้นหน้างานได้เสมอ แล้วก็ต้องเป็นคนตัดสินใจ ซึ่งการตัดสินใจนั้นก็สำคัญ จะทำให้ลดการเกิดปัญหาได้..."

A12 การสัมภาษณ์ (22 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

"...ความคิดสร้างสรรค์ การสื่อสารเป็นปัจจัยหลักอยู่แล้ว แต่ว่าการเข้าใจเทรนด์และทันสถานการณ์ถือว่าเป็นสิ่งสำคัญ เพราะว่าการนำเสนอเนื้อหาต้องทันกระแส แม้ว่าจะเป็นการบันทึกเทปแต่การรู้ทิศทางกระแสผู้ชมก็สำคัญ ทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคปัจจุบันต้องทำงานแข่งกับเวลาและกระแสสังคม ดังนั้นสำคัญมากคือรู้เท่าทันสถานการณ์..."

A4 การสัมภาษณ์ (19 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

"...เทคโนโลยีสำคัญมาก AI ช่วยได้ในทุกกระบวนการทำงาน เราต้องใช้มันให้เกิดประโยชน์ อีกทั้งเทคโนโลยีด้านแพลตฟอร์มเราเข้าใจกันอยู่แล้ว แต่ AI จะช่วยเราได้มากกว่าที่เราต้องเหนื่อย..."

A10 การสัมภาษณ์ (16 กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2569)

ปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยสำคัญสู่ความสำเร็จของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคดิจิทัลประกอบด้วย ทักษะด้านการแก้ไขปัญหา การตัดสินใจ ความคิดสร้างสรรค์ และการสื่อสาร ควบคู่กับความสามารถในการติดตามและเข้าใจสถานการณ์หรือกระแสสังคมอย่างทันท่วงที นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและปัญญาประดิษฐ์ (AI) ในกระบวนการผลิตยังเป็นองค์ประกอบสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการสร้างสรรค์และบริหารจัดการเนื้อหาในอุตสาหกรรมสื่อเปลี่ยนผ่านอีกด้วย

การอภิปรายผล

1. การเปลี่ยนแปลงกระบวนการผลิต

ขั้นตอนการผลิต แม้ว่าหลักการผลิตยังคงยึดมาตรฐานของโทรทัศน์เป็นฐานสำคัญ แต่ภาระงานสำคัญของทีวีโปรดิวเซอร์ได้ขยายไปสู่การเตรียมเนื้อหาเพื่อการนำไปใช้เผยแพร่ซ้ำและต่อยอดในสื่อออนไลน์ การมองเห็นไฮไลต์หรือช่วงสำคัญของรายการตั้งแต่ขณะถ่ายทำกลายเป็นทักษะจำเป็นที่ต้องใช้ควบคู่กับการควบคุมคุณภาพการผลิต สิ่งนี้สะท้อนว่าทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคดิจิทัลต้องทำหน้าที่เชื่อมโยงระหว่างการผลิตเพื่อออนแอร์และออนไลน์อย่างสอดประสาน ความท้าทายที่ชัดเจนที่สุดคือกระบวนการหลังการผลิตซึ่งกลายเป็นพื้นที่ที่มีความซับซ้อนสูงสุดในยุคสื่อหลอมรวม เนื่องจากเนื้อหาหนึ่งรายการจำเป็นต้องถูกแตกย่อยเป็นหลายรูปแบบ หลายขนาด และหลายความยาว เพื่อให้เหมาะสมกับลักษณะเฉพาะของแต่ละแพลตฟอร์ม การตัดต่อจึงมิใช่เพียงการเรียบเรียงภาพและเสียง หากแต่เป็นการออกแบบประสบการณ์การรับชมที่แตกต่างกันในแต่ละช่องทาง นอกจากนี้ ภาระงานด้านการอัปโหลด การเขียนคำบรรยาย และการจัดการไฟล์ ยังสะท้อนให้เห็นว่าขอบเขตของการผลิตมิได้สิ้นสุดที่ห้องตัดต่ออีกต่อไป แต่ขยายไปสู่การบริหารจัดการเนื้อหาในแพลตฟอร์มสื่อออนไลน์ทั้งหมด สอดคล้องกับ จิรศักดิ์ ก้อนพรหม (2561) ที่อธิบายว่า กระบวนการผลิตการเล่าเรื่องข้ามสื่อเป็นกระบวนการที่บูรณาการการคิดสร้างสรรค์ การทำงานเป็นทีม และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างประสบการณ์การรับชมที่ต่อเนื่องและมีส่วนร่วม โดยเครือข่ายออนไลน์ทำหน้าที่เป็นช่องทางสำคัญในการเผยแพร่และกระจายเนื้อหา ซึ่งถือเป็นปัจจัยสำคัญของการผลิตเนื้อหาในอุตสาหกรรมสื่อยุคปัจจุบัน

2. การเปลี่ยนแปลงบทบาททีวีโปรดิวเซอร์

บทบาทหน้าที่ของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคปัจจุบันมิได้ทำหน้าที่เพียงควบคุมการผลิตในเชิงบริหารเท่านั้น แต่ต้องลงมือปฏิบัติงานในหลายขั้นตอนด้วยตนเอง การทำงานแบบมีทักษะหลากหลายจึงกลายเป็นคุณลักษณะสำคัญ ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องสามารถเขียนบท แก้ไขงานตัดต่อ วิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม และประสานงานกับฝ่ายการตลาดได้ในเวลาเดียวกัน การขยายบทบาทดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงโครงสร้างองค์กรสื่อที่มีความกระชับมากขึ้น และ

คาดหวังให้บุคลากรสามารถทำงานข้ามสายงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลการศึกษาครั้งนี้มีความแตกต่างจากผลการศึกษาของสุมน อยู่สิน และกรรมพุม บุญทวี (2554) ที่อธิบายว่า บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ในฐานะบุคลากรระดับบริหารการผลิตที่มุ่งกำหนดทิศทาง นโยบาย งบประมาณ และควบคุมกระบวนการผลิตในภาพรวม ซึ่งเน้นบทบาทเชิงบริหารเป็นสำคัญ แม้จะมีความสอดคล้องบางส่วนกับแนวคิดของฐิตินัน บ. คอมมอน (2561) ที่อธิบายว่าทีวีโปรดิวเซอร์เป็นผู้บริหารกระบวนการผลิตแบบครบวงจร ทว่าผลการวิจัยครั้งนี้ได้สะท้อนให้เห็นเพิ่มเติมในบริบทของสื่อดิจิทัลหลอมรวมถึงบทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ที่ขยายจาก “ผู้บริหารการผลิต” ไปสู่ “ผู้ปฏิบัติการผลิตเชิงบูรณาการ” อย่างชัดเจน

ด้านการผลิตเนื้อหาในยุคดิจิทัลไม่สามารถยึดโยงกับเรตติ้งโทรทัศน์เพียงอย่างเดียวอีกต่อไป การประเมินผลต้องพิจารณาข้อมูลจากหลายแพลตฟอร์มควบคู่กัน ไม่ว่าจะเป็นยอดการรับชม ระยะเวลาในการดู หรือปฏิกิริยาของผู้ชมในสื่อสังคมออนไลน์ การตัดสินใจด้านเนื้อหาจึงต้องอาศัยข้อมูลเชิงประจักษ์ประกอบกับวิจารณญาณทางวิชาชีพอย่างรอบคอบ ขณะเดียวกัน ทีวีโปรดิวเซอร์ยังต้องรักษาสมดุลระหว่างความรวดเร็วในการนำเสนอข่าวสารกับความถูกต้องตามหลักจริยธรรมสื่อ ซึ่งเป็นมาตรฐานพื้นฐานของวิชาชีพ สอดคล้องกับ Tsai & Lin (2023) ที่อธิบายว่า การมีส่วนร่วมของผู้ชมในสื่อสังคมออนไลน์มีความสัมพันธ์กับผลการดำเนินงานของรายการโทรทัศน์ในลักษณะที่แตกต่างกันตามรูปแบบของปฏิสัมพันธ์ โดยพบว่าการมีส่วนร่วมแบบไม่แสดงออก อาทิ การกดถูกใจและความถี่ของการโพสต์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับเรตติ้งรายการโทรทัศน์ ขณะที่การมีส่วนร่วมด้วยการแสดงความคิดเห็นไม่ปรากฏความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับเรตติง

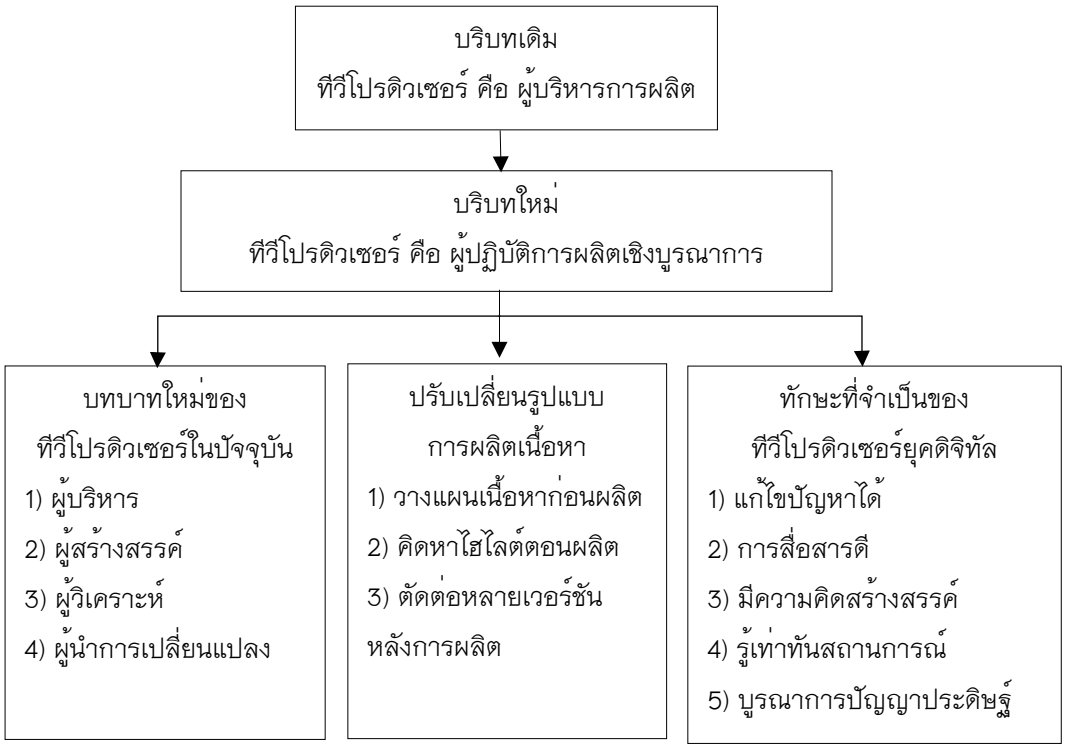
3. ปัจจัยสู่ความสำเร็จของทีวีโปรดิวเซอร์

ในด้านปัจจัยสู่ความสำเร็จของตำแหน่งทีวีโปรดิวเซอร์ยุคดิจิทัลต้องมีทักษะการแก้ปัญหาและการตัดสินใจที่เฉียบคม เนื่องจากกระบวนการผลิตมีความไม่แน่นอนสูง การเข้าใจเทคโนโลยีและการใช้ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาสนับสนุนการทำงานกลายเป็นเครื่องมือสำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการผลิต ขณะเดียวกันความคิดสร้างสรรค์และความสามารถในการรับรู้กระแสความนิยมของคนในสังคมก็เป็นองค์ประกอบที่ทำให้เนื้อหามีความร่วมสมัยและสอดคล้องกับความสนใจของผู้ชม สอดคล้องกับ Johnsen (2020) ที่อธิบายว่าทีวีโปรดิวเซอร์คือ “หัวใจของการผลิต” ที่กำหนดทิศทางและทำให้การสร้างงานผลิตให้เกิดขึ้นได้จริง ตั้งแต่แนวคิดจนถึงการเผยแพร่สู่สาธารณะ ความสำคัญของทีวีโปรดิวเซอร์จึงมิได้จำกัดอยู่เพียงเบื้องหลังการผลิต แต่เป็นบทบาทเชิงยุทธศาสตร์ที่กำหนดความสำเร็จทั้งในเชิงศิลปะและเชิงพาณิชย์

องค์ความรู้ใหม่

ในยุคการเปลี่ยนผ่านสื่อดิจิทัล บทบาทของทีวีโปรดิวเซอร์ได้เปลี่ยนผ่านจากการทำหน้าที่กำกับและควบคุมกระบวนการผลิตไปสู่การมีส่วนร่วมเชิงปฏิบัติการในฐานะผู้สร้างสรรค์และผลิตเนื้อหาโดยตรงมากยิ่งขึ้น อันมีผลจากการเข้ามาของสื่อดิจิทัล ซึ่งก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทั้งด้านโครงสร้างอุตสาหกรรมโทรทัศน์ เทคโนโลยีการผลิต รูปแบบการเผยแพร่ และพฤติกรรมผู้บริโภคสื่อ ผลการศึกษานี้ยังสะท้อนความท้าทายของทีวีโปรดิวเซอร์ในยุคดิจิทัลว่าภาระหน้าที่มิได้ลดลงตามการพัฒนาของเทคโนโลยี หากแต่เพิ่มความซับซ้อนและขยายขอบเขตออกไปอย่างรอบด้าน ทีวีโปรดิวเซอร์ต้องทำหน้าที่เป็นทั้งผู้บริหาร ผู้สร้างสรรค์ ผู้วิเคราะห์ และผู้นำการเปลี่ยนแปลงในองค์กรสื่อ

การปรับตัวอย่างต่อเนื่อง การเรียนรู้เทคโนโลยีใหม่ และการบูรณาการข้อมูลผู้ชมเข้าสู่กระบวนการผลิตเป็นเงื่อนไขสำคัญที่ทำให้สามารถดำรงบทบาทได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทของอุตสาหกรรมสื่อร่วมสมัย ทั้งนี้สามารถสังเคราะห์องค์ความรู้ใหม่ได้ ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่ “ทีวีโปรดิวเซอร์ในบริบทใหม่”

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรสื่อควรวางแผนการผลิตเนื้อหาแบบหลายแพลตฟอร์มตั้งแต่ก่อนการผลิต (pre-production) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากร และลดภาระกระบวนการหลังการผลิต (post-production) ทั้งนี้ควรใช้เครื่องมือเพื่อลดความซ้ำซ้อนของการทำงาน อาทิ ระบบบริหารจัดการเนื้อหา ซอฟต์แวร์วางแผนการผลิต และเครื่องมือด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI)

1.2 ส่งเสริมการจัดทำหลักสูตรพัฒนาศักยภาพของทีวีโปรดิวเซอร์ให้มีทักษะแบบบูรณาการ อาทิ ทักษะการวิเคราะห์ข้อมูลผู้ชม (data analytics) การตลาดเนื้อหา (content marketing) และการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

1.3 นำผลการศึกษานี้ไปประยุกต์ใช้ในภาคการศึกษา โดยสถาบันการศึกษาสามารถพัฒนาและปรับปรุงรูปแบบการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความรู้และทักษะที่จำเป็นต่อแรงงานในอุตสาหกรรมสื่อยุคดิจิทัลในอนาคต

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเชิงวิเคราะห์ถึงความสัมพันธ์ระหว่างทักษะของทีวีโปรดิวเซอร์ รูปแบบการผลิตเนื้อหา และผลลัพธ์ด้านความสำเร็จของการผลิตเนื้อหา

2.2 ควรมีการศึกษาในเชิงเปรียบเทียบระหว่างองค์กรสื่อที่มีความแตกต่างกัน เช่น สถานีโทรทัศน์ดิจิทัล แพลตฟอร์มสตรีมมิง และผู้ผลิตเนื้อหาออนไลน์อิสระ เพื่อทำความเข้าใจในความแตกต่างของรูปแบบการทำงานและทักษะที่จำเป็นในแต่ละบริบทสื่อ

เอกสารอ้างอิง

กองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. (2568). เมื่อ *“ทีวีดิจิทัล” เปลี่ยนสนามสู้ สู่ “ออนไลน์” คนดูจะได้หรือเสียอะไร.* https://www.thaimediafund.or.th/2025/01/17/.

จิรศักดิ์ ก้อนพรหม. (2561). *วิเคราะห์นวัตกรรมการเล่าเรื่องข้ามสื่อในรายการเดอะแมสซิงเกอร์.* วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรบัณฑิต สาขาวิชานิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิตย์.

ฐิตินัน บ. คอมมอน. (2561). ทีวีโปรดิวเซอร์: สถานะ บทบาท และการพัฒนาทักษะสำคัญในยุคดิจิทัลสร้างสรรค์. *วารสารนิเทศศาสตร์ธุรกิจบัณฑิตย์, 12*(1), 227–257. https://so01.tci-thaijo.org/index.php/dpuca/article/view/176057.

ธาม เชื้อสถาปนศิริ. (2557). *สื่อโทรทัศน์ในยุคดิจิตอล. สถาบันวิชาการสื่อสาธารณะ (สสส.) องค์การกระจายเสียงและแพร่ภาพสาธารณะแห่งประเทศไทย.*

เบญนภา พัฒนาพิภัทร และนัจภัค มีอุสาห์. (2565). การพัฒนาสื่อการเรียนรู้เพื่อส่งเสริมกระบวนการคิดเชิงสร้างสรรค์ในการสร้างสื่อยุคดิจิทัลร่วมกับเทคโนโลยีความจริงเสริม (AR). *วารสารมหาวิทยาลัยศิลปากร, 42*(1), 15–30. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/sujthai/article/view/254827.

ประคุณ รุ่งธนวิชญ์. (2560). ความท้าทายของดิจิทัลทีวีไทยในยุคการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในการใช้ประโยชน์จากสื่อโสตทัศน์ของประชาชน. *วารสารกิจการสื่อสารดิจิทัล,* 1(1), 190–215. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/115715.

พิทักษ์ ไปเร็ว, นำชัย ทนุผล และนรินทร์ สังข์รักษา. (2560). ภาพอนาคตการพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับอุตสาหกรรมโทรทัศน์ระบบทีวีดิจิตอลของประเทศไทยใน 5 ปีข้างหน้า. *Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ, 10*(2), 1355–1378. *https://he02.tci-thaijo.org/index.php/Veridian-E-Journal/article/view/98400.*

ภาสกร จิตรใคร่ครวญ และอรรถวุฒิ เวศรานุรักษ์. (2564). *เอกสารการสอนชุดวิชาการรณรงค์และผลิตงานโฆษณา หน่วยที่ 8–15.* มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุมน อยู่สิน และกรรมพุม บุญทวี. (2554). กระบวนการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์. ใน *เอกสารการสอนชุดวิชาการสร้างสรรค์รายการโทรทัศน์ หน่วยที่ 1–5 (ฉบับปรับปรุง).* มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุภัสสร หาญลำยวง และเฉลิมพร เย็นเยือก. (2564). การปรับตัวและการสร้างนวัตกรรมด้านกลยุทธ์ของธุรกิจสื่อโทรทัศน์ในยุคทีวีดิจิตอล. *วารสารสมาคมนักวิจัย, 26*(1), 1–15. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jar/article/view/248829.

Cesar, P., & Geerts, D. (2011). Past, present, and future of social TV: A categorization. In *IEEE Consumer Communications and Networking Conference (CCNC)* (pp. 347–351). IEEE. https://doi.org/10.1109/CCNC.2011.5766519.

Denzin, N. K. (1970). *The sociological method: A sourcebook.* McGraw-Hill.

Johnsen, M. (2020). The role of producers in the film business. *Stage 32.* https://www.stage32.com/blog/the-role-of-producers-in-the-film-business-2147

Kim, J., & Merrill, J. K. (2022). Dynamic roles of social presence and individual differences in social TV platforms. *Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 28*(1), 291–305. https://doi.org/10.1177/13548565211057515.

McQuail, D. (2005). *McQuail's mass communication theory* (5th ed). Sage.

Selva, D. (2016). Social television: Audience and political engagement. *Television & New Media, 17*(2), 159–173. https://doi.org/10.1177/1527476415616192.

Tsai, H.–S., & Lin, H.–F. (2023). Social TV and audience engagement: Investigating the relationship between facebook engagement and TV performance of *The Voice* (USA). *Online Information Review, 47*(3), 453–468. https://doi.org/10.1108/OIR–06–2021–0293.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ความผูกพันต่อองค์การและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

Organizational commitment and work motivation affecting organizational citizenship behavior of personnel in Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization

วรมน พรหมสาขา ณ สกลนคร[1*], ชาติชัย อุดมกิจมงคล[2], สามารถ อัยกร[3]
Worramon Promsaka Na Sakonnakhon[1*], Chardchai Udomkijmongko[2], Samart Aiyakorn[3]

[1] หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[2,3]สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[1]Master of Public Administration Program, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
[2,3] Department of Public Administration Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: worramon.pr67@snru.ac.th[1]

Received: March 15, 2026 Revised: April 09, 2026 Accepted: April 29, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับความผูกพันต่อองค์การ ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร 2) อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การ ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร 3) อิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร จำนวน 309 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ค่า IOC ระหว่าง .80–1.00 และค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .845 และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความผูกพันต่อองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) ความผูกพันต่อองค์การ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มีอิทธิพล

ต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 26.20 3) แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการพัฒนา ด้านสถานะของอาชีพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการนิเทศงาน มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 60.70

คำสำคัญ: ความผูกพันต่อองค์การ, แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน, พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Abstract

This research aimed to: 1) examine the levels of organizational commitment, work motivation, and organizational citizenship behavior among personnel of the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization; 2) investigate the influence of organizational commitment on the organizational citizenship behavior of personnel in the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization; and 3) examine the influence of work motivation on the organizational citizenship behavior of personnel in the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization. The sample consisted of 309 personnel working in the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization, selected through stratified random sampling. A questionnaire was used as the data collection instrument. The IOC values ranged of .80 to 1.00, and the reliability coefficient of .845. The statistical methods employed for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and multiple regression analysis. The research findings revealed that: 1) The overall levels of organizational commitment, work motivation, and organizational citizenship behavior among the personnel of the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization were high. 2) Organizational commitment, specifically active commitment and normative commitment, had a statistically significant influence on the organizational citizenship behavior of personnel in the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization at the .01 level, while the continuance commitment showed a significant influence at the .05 level. These factors accounted for 26.20% of the variance in the personnel OCB.3) Work motivation related to policy and administration, responsibility, work achievement advancement and job status, statistically significantly influenced on the organizational citizenship behavior (OCB) of personnel in the Sakon Nakhon Provincial Administrative Organization at the .01 level, while supervision showed a significant influence at the .05 level. These factors accounted for 60.70% of the variance in personnel OCB.

Keywords: organization commitment, work motivation, organizational citizenship behavior

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ทรัพยากรที่สำคัญที่สุดในองค์กร คือ “ทรัพยากรมนุษย์” เพราะถึงแม้ว่าจะมีเงินทุนมาก มีวัตถุดิบ ที่มีราคาถูกกว่าและเทคโนโลยีที่ทันสมัยเพียงใด ถ้าองค์กรขาดบุคคลที่มีความรู้ (knowledge) ทักษะ (skill) และทัศนคติ (attitude) อาจส่งผลให้องค์กรขาดประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ขาดศักยภาพในการแข่งขัน และอาจส่งผลถึงความล้มเหลวในการดำเนินงานขององค์กรในระยะยาว ซึ่งมีส่วนสำคัญในการผลักดันให้องค์กรมีการพัฒนาอย่างเป็นระบบและต่อเนื่องได้อย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรจึงหันมาให้ความสนใจในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้มีประสิทธิภาพในการทำงานมากที่สุด ซึ่งการที่พนักงานมีการปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจและทุ่มเทในการทำงานนอกเหนือจากหน้าที่หรืองานที่กำหนดให้ปฏิบัติ เรียกว่า “พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร” โดยพฤติกรรมเหล่านี้ ก่อให้เกิดประสิทธิภาพต่อองค์กร และช่วยเพิ่มผลสำเร็จให้องค์กร ให้พนักงานมีการช่วยเหลือกันทำงาน ก่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน ส่งผลให้สามารถสร้างผลงานได้อย่างรวดเร็วและรักษาพนักงานที่ดีให้คงอยู่ในองค์กรได้อย่างยาวนาน (กาญจนาพร พันธ์เทศ, 2560)

ในบริบทขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ซึ่งเป็นราชการส่วนท้องถิ่นรูปแบบหนึ่งที่จัดตั้งขึ้นตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2546 มีพื้นที่ครอบคลุมทั้งจังหวัด มีอำนาจหน้าที่ตามพระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 และประกาศคณะกรรมการการกระจายอำนาจให้แก่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น เรื่อง กำหนดอำนาจ และหน้าที่ในการจัดระบบบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ลงวันที่ 13 สิงหาคม พ.ศ. 2546 การบริหารงานขององค์การบริหารส่วนจังหวัด ตามพระราชบัญญัติองค์การบริหารส่วนจังหวัด พ.ศ. 2540 แก้ไขเพิ่มเติม พ.ศ. 2546 มาตรา 45/1 เป็นหน่วยงานปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีบทบาทสำคัญในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของประชาชนในพื้นที่ การมีบุคลากรที่แสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีจึงเป็นปัจจัยสำคัญที่เอื้อต่อการให้บริการสาธารณะที่มีประสิทธิภาพ สร้างความเชื่อมั่นให้แก่ประชาชน และช่วยขับเคลื่อนนโยบายของรัฐให้เกิดผลอย่างแท้จริง พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ยังช่วยลดความขัดแย้งภายในองค์กรเพิ่มความกลมเกลียวในทีมงาน และเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อความร่วมมือและนวัตกรรม ซึ่งสิ่งเหล่านี้ล้วนมีความสำคัญอย่างยิ่งในยุคที่องค์การภาครัฐต้องเผชิญกับความท้าทายจากการเปลี่ยนแปลงทั้งภายในและภายนอก ดังนั้นการส่งเสริมให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีจึงไม่ใช่เพียงเป้าหมายเชิงพฤติกรรมของบุคคลเท่านั้น แต่ยังเป็นกลยุทธ์สำคัญในการพัฒนาองค์การให้มีสมรรถนะสูง สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนและสร้างความยั่งยืนในการบริหารงานภาครัฐในระดับท้องถิ่นได้อย่างแท้จริง ซึ่งความผูกพันต่อองค์การนับว่าเป็นปัจจัยทางจิตใจที่สะท้อนถึงความสัมพันธ์ระหว่างบุคลากรกับองค์การ โดยบุคลากรที่มีความผูกพันสูงมักแสดงพฤติกรรมการทำงานที่เกินกว่าหน้าที่ มีความเสียสละ และให้ความร่วมมือกับเพื่อนร่วมงาน ซึ่งพฤติกรรมดังกล่าวเรียกว่า การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (Organizational Citizenship Behavior: OCB) (Organ, 1988) พฤติกรรมนี้ช่วยเสริมสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดี สนับสนุนประสิทธิภาพของหน่วยงาน และส่งผลต่อภาพลักษณ์เชิงบวกขององค์การโดยรวม สำหรับองค์การบริหารส่วนจังหวัด ซึ่งมีภารกิจเกี่ยวข้องโดยตรงกับการให้บริการสาธารณะ การมีบุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์การและแสดงพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี จึงเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้องค์การสามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดความเชื่อมั่นในภาครัฐ

จากการทบทวนทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าแม้งานวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี (OCB) มีอยู่มากในบริบทหน่วยงานราชการทั่วไป แต่ยังขาดการศึกษาเฉพาะในระดับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยเฉพาะองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีลักษณะ

การบริหารและวัฒนธรรมองค์กรเฉพาะ อีกทั้ง ยังขาดการบูรณาการตัวแปรด้านแรงจูงใจและความผูกพันในเชิงลึก รวมถึงการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงบริบท เช่น ภาวะผู้นำ การเมืองท้องถิ่น และค่านิยมทางวัฒนธรรม ที่อาจมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงมีความสำคัญในการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว เพื่อสร้างความเข้าใจที่ชัดเจนยิ่งขึ้นเกี่ยวกับกลไกที่เชื่อมโยงระหว่าง ความผูกพันต่อองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในบริบทองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาถึง ความผูกพันต่อองค์การและแรงจูงใจที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร จะช่วยให้เข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงานของบุคลากรในภาครัฐ และสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาองค์กรให้มีความเข้มแข็งและยั่งยืนต่อไป ซึ่งเป็นพื้นฐานสำคัญในการพัฒนาองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครให้มีความเข้มแข็ง โปร่งใส และเป็นที่เชื่อมั่นของประชาชนอย่างยั่งยืน และส่งเสริมการแสดงพฤติกรรมที่เกื้อหนุนต่อองค์การในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การ ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การ ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ

Allen & Meyer (1990) ได้เสนอองค์ประกอบของความผูกพันไว้ดังนี้

1. ความผูกพันทางด้านจิตใจ (affective commitment) หมายถึง อารมณ์ความรู้สึกผูกพันต่อองค์การ โดยพนักงานรู้สึกถึงการเป็นสมาชิก ยึดมั่น มีส่วนร่วม เป็นอันหนึ่งอันเดียวกับองค์การ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทางด้านจิตใจ ได้แก่ ความท้าทายของงาน การมีบทบาทหน้าที่และเป้าหมายในการทำงานที่ชัดเจน ความยากของเป้าหมาย หัวหน้างานยอมรับในข้อเสนอแนะ พนักงานได้รับการปฏิบัติอย่างยุติธรรมและเท่าเทียม ซึ่งปัจจัยดังกล่าวทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจและสบายใจที่อยู่ในองค์การ

2. ความผูกพันทางด้านการคงอยู่ในองค์การ (continuance commitment) หมายถึง ความผูกพันที่เกิดขึ้นจากการที่ได้รับสิ่งตอบแทนจากองค์การ เพื่อแลกเปลี่ยนกับการคงอยู่ในองค์การ เป็นการรับรู้ถึงผลประโยชน์ที่เสียไปถ้าพนักงานออกจากองค์การ รวมถึงรับรู้ถึงความลำบากในการหางานใหม่ ทำให้พนักงานเลือกที่จะอยู่กับองค์การต่อไป โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทางด้านการคงอยู่ในองค์การ มี 2 ปัจจัย คือ การลงทุนลงแรงไปกับองค์การ เช่น เวลา เงิน เป็นต้น หรือแรงงาน และการมีทางเลือก เช่น ความยากในการหางานใหม่ เป็นต้น

3. ความผูกพันทางด้านบรรทัดฐานในหน้าที่ (normative commitment) หมายถึง เมื่อเข้าเป็นสมาชิกขององค์การแล้ว จะรู้สึกว่าต้องทำงานต่อไป หรือเป็นจิตสำนึกในการเป็นสมาชิกที่ต้องจงรักภักดี ซึ่งถือว่าเป็นสิ่งที่ถูกต้องและควรกระทำ อีกทั้งยังถือว่าเป็นพันธะผูกพันที่ต้องปฏิบัติหน้าที่ในองค์การ โดยปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันทางด้านบรรทัดฐานในหน้าที่เกิดจากลักษณะส่วนบุคคล ประสบการณ์ทางสังคม และการลงทุนของ

องค์การ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน

ทฤษฎีแรงจูงใจของ Frederick Herzberg เป็นทฤษฎีแรงจูงใจอีกทฤษฎีหนึ่งที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายจากนักบริหาร ทฤษฎีนี้เรียกว่า motivation maintenance theory หรือ ทฤษฎี 2 ปัจจัยในการจูงใจ (two-factors theory of motivation) ของ Herzberg et al. (1959 อ้างถึงใน นิติพล ภูตะโชติ, 2559)

1. ปัจจัยกระตุ้นหรือปัจจัยจูงใจ (motivation factors) เป็นปัจจัยที่ทำให้เกิดแรงจูงใจ ในการทำงานในระดับสูง ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเพิ่มขึ้น ผลผลิตเพิ่มขึ้น ซึ่งทำให้เกิดความพึงพอใจในการทำงาน ปัจจัยกระตุ้น ได้แก่ ความสำเร็จในการทำงาน การได้รับการยอมรับนับถือ ลักษณะของงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้าในการทำงาน

2. ปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) เป็นปัจจัยที่มิใช่สิ่งจูงใจโดยตรง ที่จะเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน แต่เป็นข้อกำหนดเบื้องต้นที่จะป้องกันไม่ให้เกิดความไม่พอใจในงาน ที่ทำอยู่ ปัจจัยสุขอนามัย ได้แก่ ความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ได้แก่ ความสัมพันธ์กับผู้บังคับบัญชา ผู้ใต้บังคับบัญชา และเพื่อนร่วมงาน นโยบายของบริษัท และการบริหาร เงินเดือนหรือค่าตอบแทน สภาพการณ์ของการทำงาน การควบคุมดูแล หรือการบังคับบัญชา และความมั่นคงในงาน

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

Organ (1988) ได้จำแนกพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร โดยแบ่งออกเป็น 5 องค์ประกอบ กล่าวคือ

1. พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น (altruism) หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของพนักงานที่ยินดีให้ความช่วยเหลือผู้อื่นอย่างเต็มใจ เมื่อพบปัญหาขึ้นในองค์กร

2. พฤติกรรมความสุภาพอ่อนน้อม (courtesy) หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมที่มีความตั้งใจในการป้องกันปัญหาที่อาจเกิดขึ้นในระหว่างการทำงานร่วมกัน โดยการคำนึงถึงผู้อื่น เช่น การเคารพสิทธิของบุคคลอื่นภายในองค์กร เป็นต้น

3. พฤติกรรมอดทนอดกลั้น (sportsmanship) หมายถึง พฤติกรรมของพนักงานที่มีความอดทนอดกลั้นต่อความไม่พอใจหรือความคับข้องใจในการทำงาน อดทนอดกลั้นต่อความเครียดหรือการถูกรบกวนในระหว่างการปฏิบัติงาน โดยไม่แสดงความไม่พอใจออกมาและปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจทั้งที่มีสิทธิในการเรียกร้องความเป็นธรรม แต่เนื่องด้วยเห็นประโยชน์ขององค์กรเป็นที่ตั้ง และคิดว่าหากมีการร้องทุกข์ขึ้นมา อาจเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้บริหาร จึงไม่ได้ร้องทุกข์ถึงแม้จะมีความไม่พอใจอยู่บ้าง

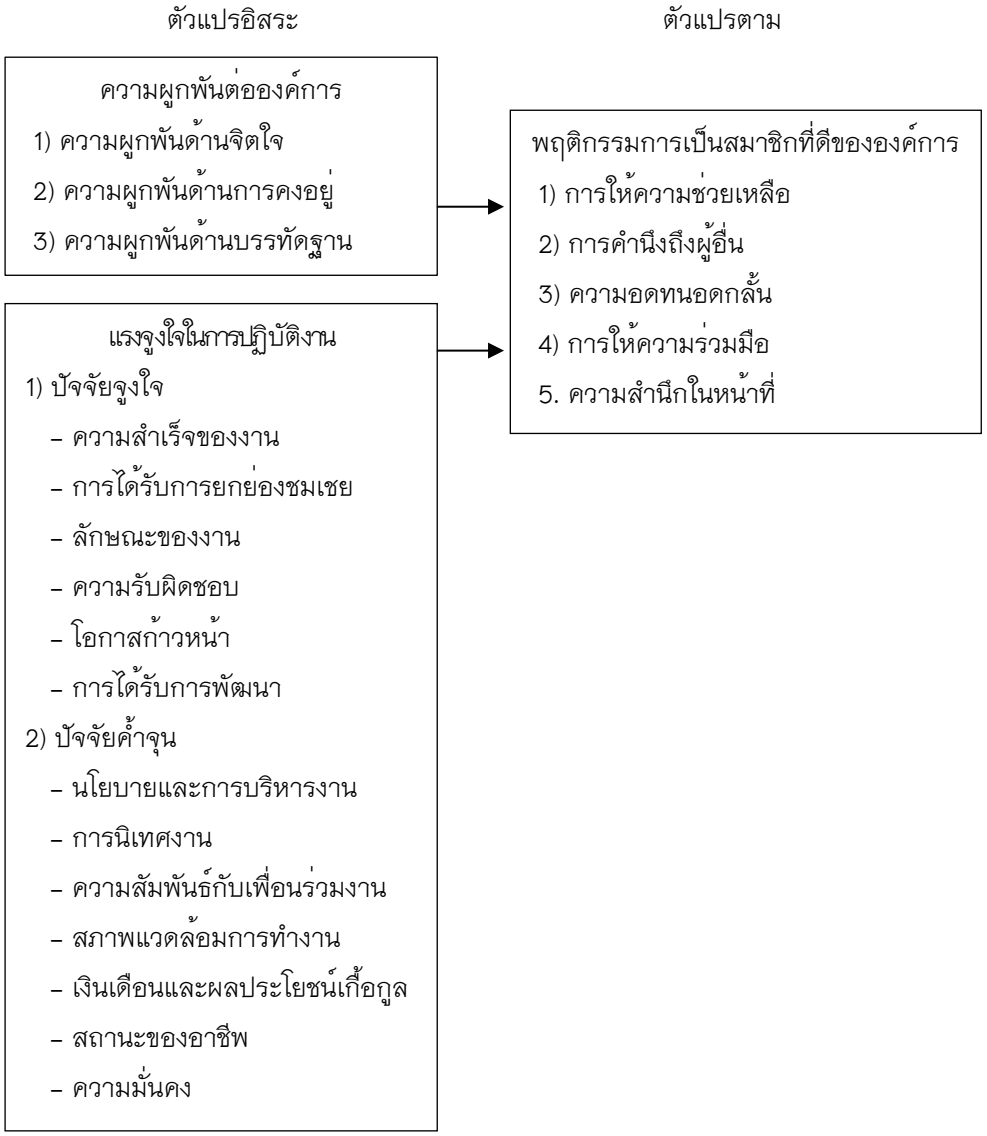
4. พฤติกรรมให้ความร่วมมือ (civic virtue) หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของพนักงานที่ยินดีเป็นส่วนหนึ่งในการดำเนินงานขององค์กร โดยการมีส่วนร่วมรับผิดชอบต่อองค์กร

5. พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่ (conscientiousness) หมายถึง ลักษณะพฤติกรรมของพนักงานที่ปฏิบัติตามกฎระเบียบขององค์กร มีความรับผิดชอบ ตรงต่อเวลา ไม่ใช้เวลาในการปฏิบัติงานไปกับเรื่องส่วนตัว และสนองนโยบายขององค์กรด้วยความมุ่งมั่นตั้งใจ อีกทั้งยังมีพฤติกรรมที่พร้อมจะปฏิบัติตนให้ดีกว่าความต้องการขั้นพื้นฐานของการปฏิบัติงานตามหน้าที่ รวมถึงมีความตั้งใจในการดูแลทรัพย์สินขององค์กรอีกด้วย

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้นำ 1) ทฤษฎีความผูกพันต่อองค์การ ซึ่งเป็นแนวคิดของ Allen & Meyer (1990)

มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ 2) ตามแนวคิดทฤษฎีการจูงใจหรือทฤษฎีสองปัจจัยของ Herzberg et al. (1959 อ้างถึงใน นิติพล ภูตะโชติ, 2559) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเกี่ยวกับแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และ 3) แนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ ของ Organ (1988) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยสามารถนำมาสรุปเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยในครั้งนี้ ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร จำนวน 1,350 คน (องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร, 2568)

กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ บุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร จำนวน 309 คน การหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างใช้วิธีการคำนวณจากสูตรของ Yamane (1973) โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือยอมให้มีความคลาดเคลื่อนได้ร้อยละ 5 และจะใช้การเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) เพื่อให้ได้กลุ่มตัวอย่างที่เป็นตัวแทนของบุคลากรทุกระดับ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 5 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบตรวจรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 5 ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเพิ่มเติม มีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายเปิด (open-ended form)

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ โดยการทบทวนวรรณกรรมจากเอกสาร และงานวิจัยเกี่ยวข้องเพื่อหาแนวทางในการกำหนดรูปแบบของแบบสอบถาม และข้อคำถาม จากนั้นนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขเนื้อหา และความถูกต้อง แล้วทำการตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดย การหาค่าความเที่ยงตรงทำการตรวจสอบโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 5 คน แล้วนำมาหาค่า IOC (Index of Item Congruence) ได้ค่า IOC ระหว่าง .80-1.00 จากนั้นนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มประชากรที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษาจำนวน 30 คน แล้วนำมาหาค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) คิดข้อคำถามที่มีค่าอำนาจจำแนกตั้งแต่ .361 ขึ้นไป แล้วนำมาหาค่าความเชื่อมั่นโดยการวิเคราะห์หาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า (Alpha-coefficient) ไว้ที่ .70 โดยได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .845

3. วิธีเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึงนายกองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการเก็บข้อมูลจากผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งเป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครในแต่ส่วนราชการ จำนวน 309 คน

3.2 ส่งแบบสอบถามให้ผู้ที่เกี่ยวข้องพร้อมชี้แจงรายละเอียด ความมุ่งหมายของการออกแบบสอบถามนี้เพื่อทำความเข้าใจให้ตรงกันในการตอบแบบสอบถาม

3.3 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและการลงพื้นที่จริงเพื่อนำแบบสอบถามไปแจกแก่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 309 คน ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครแต่ละส่วนราชการพร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด ความมุ่งหมายของการออกแบบสอบถาม

3.4 ตรวจสอบความถูกต้องความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ปัจจัยส่วนบุคคล ตามแบบสอบถามตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage)

4.2 การวิเคราะห์ระดับ 1) ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร 2) แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร 3) พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ใช้ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การทดสอบสมมติฐาน โดยการศึกษาอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ด้านที่	ความผูกพันต่อองค์การ	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1	ความผูกพันด้านจิตใจ	4.21	.62	มาก
2	ความผูกพันด้านการคงอยู่	3.61	.80	มาก
3	ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	3.96	.67	มาก
	ภาพรวม	3.93	.57	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ความผูกพันต่อองค์การของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.93) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ความผูกพันด้านจิตใจ ($\overline{X}$ = 4.21) รองลงมาคือ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ($\overline{X}$ = 3.96) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ความผูกพันด้านการคงอยู่ ($\overline{X}$ = 3.61)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ด้านที่	แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1.	ความสำเร็จของงาน	4.46	.61	มาก
2.	การได้รับการยกย่องชมเชย	4.17	.71	มาก
3.	ลักษณะของงาน	4.07	.64	มาก
4.	ความรับผิดชอบ	4.15	.63	มาก
5.	โอกาสก้าวหน้า	4.01	.76	มาก
6.	การได้รับการพัฒนา	4.10	.64	มาก
7.	นโยบายและการบริหารงาน	3.99	.71	มาก
8.	การนิเทศงาน	3.99	.78	มาก
9.	ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	4.09	.70	มาก
10.	สภาพแวดล้อมการทำงาน	3.80	.77	มาก

ตาราง 2 (ต่อ)

11.	เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล	3.51	.92	มาก
12.	สถานะของอาชีพ	3.93	.83	มาก
13.	ความมั่นคง	3.86	.82	มาก
	ภาพรวม	4.04	.54	มาก

จากตาราง 2 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีแรงจูงใจในการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ทุกด้าน โดยด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านความสำเร็จของงาน ($\overline{X}$ = 4.46) รองลงมาคือ ด้านการได้รับการยกย่องชมเชย ($\overline{X}$ = 4.17) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านเงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล ($\overline{X}$ = 3.51)

3. ผลการวิเคราะห์ระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ด้านที่	พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1.	พฤติกรรมการให้ความช่วยเหลือผู้อื่น	4.29	.57	มาก
2.	พฤติกรรมคำนึงถึงผู้อื่น	4.32	.58	มาก
3.	พฤติกรรมอดทนอดกลั้น	4.18	.64	มาก
4.	พฤติกรรมให้ความร่วมมือ	4.18	.62	มาก
5.	พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่	4.39	.59	มาก
	ภาพรวม	4.27	.51	มาก

จากตาราง 3 พบว่า พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.27) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ พฤติกรรมการสำนึกในหน้าที่ ($\overline{X}$ = 4.39) รองลงมาคือ พฤติกรรมคำนึงถึงผู้อื่น ($\overline{X}$ = 4.32) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ พฤติกรรมให้ความร่วมมือ ($\overline{X}$ = 4.18) และพฤติกรรมอดทนอดกลั้น ($\overline{X}$ = 4.18)

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตาราง 4 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การ ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	std.error	(β)	t	P-value	collinearity	
						tolerance	VIF
(constant)	2.355	.188		12.557	.000		
ความผูกพันด้านจิตใจ	.245	.048	.296	5.064	.000**	.707	1.415
ความผูกพันด้านการคงอยู่	.093	.039	.146	2.401	.017*	.653	1.531
ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน	.138	.051	.181	2.704	.007**	.540	1.851
$R = .512$, $R^2 = .262$, Adj. $R^2 = .255$, $F = 36.183$, Sig. = .000**							

จากตาราง 4 พบว่า ความผูกพันต่อองค์การ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ (β = .296) ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน (β = .181) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ (β = .146) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 26.20 (R^2 = .262)

5. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตาราง 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณอิทธิพลของแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	std.error	(β)	t	P-value	collinearity	
						tolerance	VIF
(constant)	1.194	.158		7.535	.000		
ความสำเร็จของงาน	.192	.043	.228	4.496	.000**	.516	1.936
การได้รับการยกย่องชมเชย	.042	.037	.058	1.139	.256	.506	1.975
ลักษณะของงาน	.035	.043	.044	.813	.417	.454	2.203
ความรับผิดชอบ	.208	.053	.257	3.916	.000**	.310	3.228
โอกาสก้าวหน้า	.069	.047	.104	1.483	.139	.272	3.676
การได้รับการพัฒนา	.139	.051	.175	2.692	.008**	.315	3.171
นโยบายและการบริหารงาน	.240	.048	.335	4.968	.000**	.293	3.409
การนิเทศงาน	.100	.046	.152	2.193	.029*	.278	3.594
ความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน	.072	.042	.098	1.729	.085	.413	2.422
สภาพแวดล้อมการทำงาน	.006	.035	.009	.168	.867	.482	2.074
เงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล	.045	.030	.081	1.493	.137	.454	2.202
สถานะของอาชีพ	.107	.039	.174	2.754	.006**	.333	3.002
ความมั่นคง	.026	.041	.042	.629	.530	.297	3.372
R = .779, R^2 = .607, Adj. R^2 = .589, F = 35.015, Sig. = .000**							

จากตาราง 5 พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน (β = .335) ความรับผิดชอบ (β = .257) ความสำเร็จของงาน (β = .228) การได้รับการพัฒนา (β = .175) สถานะของอาชีพ (β = .174) มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการนิเทศงาน (β = .152) มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 60.70 (R^2 = .607)

การอภิปรายผล

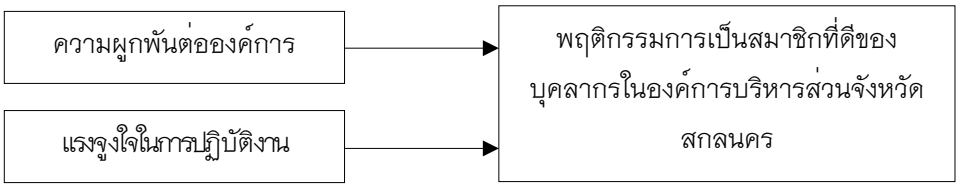
ผลการวิจัย พบว่า ความผูกพันต่อองค์การ ด้านความผูกพันด้านจิตใจ ด้านความผูกพันด้านบรรทัดฐาน มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านความผูกพันด้านการคงอยู่ มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 26.20 จากผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่า ความผูกพันต่อองค์การเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งเสริมพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ โดยเฉพาะความผูกพันด้านจิตใจซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด สะท้อนว่าบุคลากรที่มีความรัก ความศรัทธา และความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร มีแนวโน้มแสดงพฤติกรรมช่วยเหลือ ร่วมมือ และอุทิศตนเพื่อองค์กรโดยสมัครใจมากขึ้น ขณะเดียวกัน ความผูกพันด้านบรรทัดฐานส่งเสริมการปฏิบัติตามค่านิยมและการทำงานเป็นทีม ส่วนความผูกพันด้านการคงอยู่ แม้มีอิทธิพลน้อยกว่าแต่ยังมีนัยสำคัญ โดยสัมพันธ์กับการรักษาพฤติกรรมที่เหมาะสมเพื่อคงสถานภาพในองค์กร ในภาพรวมกล่าวได้ว่า ผลการวิจัยสะท้อนว่าความผูกพันต่อองค์การในทุกมิติมีบทบาทในการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวกของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวิฑูรย์ โชตนะพันธ์ (2563) ได้ทำการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันของพนักงานพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล กรณีการศึกษาการประปานครหลวง ผลการศึกษาพบว่า ความผูกพันของพนักงานมีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และมีอิทธิพลทางบวกต่อผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล สอดคล้องกับงานวิจัยของศิรินันท์ ทิพย์เจริญ และคณะ (2564) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของความผูกพันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การ ของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพและปริมณฑล ผลการวิจัยพบว่า อิทธิพลของความผูกพันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพและปริมณฑล ประกอบไปด้วย ความยินยอมทำตาม การยึดถือองค์การ และการซึมซับค่านิยมองค์การ สมการมีอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 44 สอดคล้องกับงานวิจัยของประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ (2565) ได้ทำการศึกษาความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจและบรรทัดฐานส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร สอดคล้องกับงานวิจัยของอรณิชา คณาคร (2567) ได้ทำการศึกษาการสื่อสารภายในองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์การ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันต่อองค์การ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลศรีสะเกษได้ร้อยละ 53.5 และสอดคล้องกับงานวิจัยของปกรณ์ อินสวรรค์ และฐิติมา ไชยะกุล (2568) ได้ทำการศึกษาปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การและความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมีในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยความผูกพันต่อองค์การทุกด้านส่งผลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

ผลการวิจัย พบว่า แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านนโยบายและการบริหารงาน ด้านความรับผิดชอบ ด้านความสำเร็จของงาน ด้านการได้รับการพัฒนา ด้านสถานะของอาชีพ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และด้านการนิเทศงานมีอิทธิพล อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถทำนายระดับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร

ในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 60.70 ผลการวิจัยดังกล่าวสามารถอธิบายได้ว่า องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครเป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่มีโครงสร้างการบริหารและการกำหนดนโยบายอย่างชัดเจน จึงทำให้ปัจจัยด้านนโยบายและการบริหารงานมีอิทธิพลสูงต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากร เนื่องจากช่วยสร้างความเชื่อมั่นและทิศทางการทำงานที่แน่นอน ส่งผลให้บุคลากรเกิดความร่วมมือและแสดงพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กร ขณะเดียวกัน ลักษณะงานที่มุ่งบริการสาธารณะทำให้บุคลากรให้ความสำคัญกับความรับผิดชอบ ความสำเร็จของงาน การพัฒนาตนเอง และความมั่นคงในอาชีพ ซึ่งเป็นแรงจูงใจสำคัญในการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก ส่วนการนิเทศงานแม้มีอิทธิพลน้อยกว่า แต่ยังมีบทบาทในการสนับสนุนการปฏิบัติงานให้มีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับทฤษฎีสองปัจจัย (two-factor theory) ของ Herzberg et al. (1959) ซึ่งอธิบายว่าความพึงพอใจและไม่พึงพอใจในการทำงานเกิดจาก 2 กลุ่มปัจจัย ได้แก่ 1) ปัจจัยสุขอนามัย (hygiene factors) ที่ช่วยป้องกันความไม่พอใจ เช่น นโยบาย การบริหาร ความสัมพันธ์ และสภาพการทำงาน และ 2) ปัจจัยจูงใจ (motivator factors) ที่กระตุ้นให้บุคลากรทุ่มเทและเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน เช่น ความสำเร็จ การยอมรับ ลักษณะงาน ความรับผิดชอบ และความก้าวหน้า ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของพรเพชร บุตรดี (2563) ได้ทำการศึกษาอิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ผลการวิจัยพบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ด้านการปกครองบังคับบัญชา ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงานและด้านสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยสามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ได้ร้อยละ 63.80 สอดคล้องกับงานวิจัยของอรณิชา คณาคร (2567) ได้ทำการศึกษาการสื่อสารภายในองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์การ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลศรีสะเกษ ผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารภายในองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงาน และความผูกพันต่อองค์การ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลศรีสะเกษได้ร้อยละ 53.5 และสอดคล้องกับงานวิจัยของนิตยา บัญชา และคณะ (2568) ได้ทำการศึกษา แรงจูงใจในการทำงานและความทุ่มเทในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง ผลการศึกษาพบว่า แรงจูงใจในการทำงาน ด้านปัจจัยจูงใจ และด้านปัจจัยสุขอนามัย มีอิทธิพลทางบวกต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การ ของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง ส่วนแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน ด้านการได้รับการยกย่องชมเชย ด้านลักษณะของงาน ด้านโอกาสก้าวหน้า ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน สภาพแวดล้อมการทำงาน ด้านเงินเดือนและผลประโยชน์เกื้อกูล และด้านความมั่นคง ไม่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่า ปัจจัยดังกล่าวส่วนใหญ่เป็นปัจจัยค้ำจุน (hygiene factors) ตามแนวคิดของ Herzberg et al. (1959) ซึ่งเป็นเพียงปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยลดความไม่พึงพอใจมากกว่าจะเป็นแรงจูงใจให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมเชิงบวกเพิ่มเติมต่อองค์การ ในบริบทขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร ซึ่งมีระบบงาน ระเบียบ และค่าตอบแทนที่ชัดเจน บุคลากรมักรับรู้ว่าปัจจัยด้านเงินเดือน ความมั่นคง และสภาพแวดล้อมการทำงานเป็นสิ่งที่องค์กรต้องจัดให้ตามปกติ ขณะเดียวกัน ข้อจำกัดด้านความก้าวหน้าในตำแหน่งของภาครัฐ ทำให้ปัจจัยเหล่านี้ไม่เพียงพอในการกระตุ้นพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ

องค์ความรู้ใหม่

งานวิจัยฉบับนี้ก่อให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ โดยยืนยันและขยายกรอบแนวคิดเกี่ยวกับพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ (OCB) อย่างเป็นระบบ ผลการวิจัยสนับสนุนแนวคิดของ Allen & Meyer (1990) ว่าความผูกพันต่อองค์การด้านจิตใจ (affective commitment) เป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงบวก และมีอิทธิพลสูงกว่าความผูกพันด้านบรรทัดฐานและการคงอยู่ สะท้อนบทบาทของมิติทางอารมณ์ในบริบทองค์การภาครัฐท้องถิ่น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Herzberg et al. (1959) ที่พบว่านโยบายและการบริหารงานเป็นปัจจัยสำคัญต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี แสดงถึงความสำคัญของโครงสร้างและระบบการบริหารในการเอื้อให้เกิดพฤติกรรมเกินบทบาท ซึ่งช่วยเติมเต็มช่องว่างทางทฤษฎีด้วยหลักฐานเชิงประจักษ์ในบริบทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยได้อย่างชัดเจน



ภาพที่ 2 รูปแบบอิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การ และแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรในองค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครควรให้ความสำคัญกับความผูกพันต่อองค์การของบุคลากร โดยเฉพาะด้านจิตใจซึ่งมีอิทธิพลสูงสุดต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดี ผ่านการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วม การยอมรับและความภาคภูมิใจในองค์กร รวมทั้งส่งเสริมความผูกพันด้านบรรทัดฐานด้วยการปลูกฝังความรับผิดชอบและการสื่อสารเป้าหมายองค์กรอย่างต่อเนื่อง และพัฒนาความผูกพันด้านการคงอยู่ผ่านสวัสดิการและความมั่นคงในการทำงาน เพื่อกระตุ้นให้บุคลากรคงอยู่และแสดงพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์การมากยิ่งขึ้น

1.2 องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครควรให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างแรงจูงใจในการปฏิบัติงาน โดยเฉพาะด้านนโยบายและการบริหารงานซึ่งมีอิทธิพลสูงสุด ผ่านการกำหนดนโยบายที่ชัดเจน โปร่งใส และเป็นธรรม เพื่อสร้างความเชื่อมั่นและส่งเสริมพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมความรับผิดชอบและความสำเร็จของงาน โดยมอบหมายงานให้เหมาะสม กำหนดเป้าหมายที่ชัดเจน และสนับสนุนการพัฒนาศักยภาพของบุคลากร รวมทั้งให้ความสำคัญกับสถานะอาชีพและการนิเทศงาน เพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจและกระตุ้นให้บุคลากรแสดงพฤติกรรมเชิงบวกต่อองค์กรมากยิ่งขึ้น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาถึงปัจจัยหรือตัวแปรอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร เช่น ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง วัฒนธรรมองค์การ ความพึงพอใจในการทำงาน หรือบรรยากาศองค์การ เพื่อให้สามารถอธิบายพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีของบุคลากรได้อย่างครอบคลุมมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าว โดยทำการเปรียบเทียบกับองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นอื่น ๆ ในเขตจังหวัดสกลนคร เช่น เทศบาลนครสกลนคร เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยและเพิ่มความสามารถในการอ้างอิง

ผลการศึกษาในบริบทของหน่วยงานภาครัฐในระดับท้องถิ่น

2.3 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับ อิทธิพลของความผูกพันต่อองค์การและแรงจูงใจในการปฏิบัติงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร

เอกสารอ้างอิง

กาญจนาพร พันธ์เทศ. (2560). *วัฒนธรรมองค์การและคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การและประสิทธิภาพในการปฏิบัติงาน ของพนักงานธนาคารภาครัฐแห่งหนึ่ง.* วิทยานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.

นิตยา บัญชา, จรัญญา ปานเจริญ และสุกัญญา สิงห์ตุ้ย (2568). แรงจูงใจในการทำงานและความทุ่มเทในการทำงานที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานรัฐวิสาหกิจแห่งหนึ่ง. *วารสารสุทธิปริทัศน์*, 39(4). 130–145. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/DPUSutthiparithatJournal/article/view/281402.

นิติพล ภูตะโชติ. (2559). *พฤติกรรมองค์การ* (พิมพ์ครั้งที่ 3). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ปกรณ์ อินสวรรค์ และฐิติมา ไชยะกุล. (2568). ปัจจัยการรับรู้การสนับสนุนจากองค์การและความผูกพันต่อองค์การส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การของพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมปิโตรเคมี ในนิคมอุตสาหกรรมมาบตาพุด จังหวัดระยอง. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, 7(1), 103–114. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/article/view/275285.

ประพันธ์ ชัยกิจอุราใจ. (2565). ความผูกพันต่อองค์การที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของพนักงานกลุ่มบริษัทที่ปรึกษาด้านสิ่งแวดล้อมในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิทยาการจัดการมหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรธานี*, 4(4), 59–70. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/MSJournal/article/view/2837.

พรเพชร บุตรดี, ชาติชัย อุดมกิจมงคล และสัญญาศรณ์ สวัสดิ์โชสง. (2563). อิทธิพลของแรงจูงใจในการทำงานที่มีต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การของบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอท่าอุเทน จังหวัดนครพนม. *วารสารการบริหารการปกครองและนวัตกรรมท้องถิ่น, 4*(2), 205–220. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JLGISRRU/article/view/242615.

วิฑูรย์ โชตนะพันธ์. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันของพนักงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล กรณีการศึกษาการประปานครหลวง.* การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

ศิรินันท์ ทิพย์เจริญ, ชัยพร ธณาวรลาภ, พนิดา ชินสุพลา, จรูญ ชำนาญไพ และภัธรภร ปุยสุวรรณ. (2564). อิทธิพลของความผูกพันที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีในองค์การ ของพนักงานเจนเนอเรชั่นวายในกรุงเทพและปริมณฑล. *วารสารวิชาการการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 8*(2), 457–466. *https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/article/view/257592.*

องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร. (2568). *บุคลากรขององค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนครประจำปี 2567.* องค์การบริหารส่วนจังหวัดสกลนคร.

อรณิชา คณาคร. (2567). *การสื่อสารภายในองค์การ แรงจูงใจในการปฏิบัติงานและความผูกพันต่อองค์การ ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีต่อองค์การของบุคลากรโรงพยาบาลศรีสะเกษ.* การค้นคว้าอิสระนิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการสื่อสารเชิงกลยุทธ์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.

Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology, 63*(1), 1–18. https://doi.org/10.1111/j.2044-8325.1990.tb00506.x.

Herzberg, F., Mausner, B., & Snyderman, B. (1959). *The motivation to work*. John Wiley & Sons.

Organ, D. W. (1988). Organizational citizenship behavior: *The good soldier syndrome.* Lexington Books.

Yamane, T. (1973). Statistic: *An introductory analysis* (3rd ed). Harper & Row.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยแนวคิดการสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง

Developing small coffee shop to promote community-based tourism in Kanchanaburi Province applying the concept of destination fascination scale

ศรเพชร ยิ่งมี[1*]
Sornpech Yingmee[1*]

[1] หลักสูตรบริหารธุรกิจบัณฑิต สาขาวิชาเอกการตลาดสมัยใหม่ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
[1]Bachelor of Business Administration, Modern Marketing Program, Faculty of Management Science, Kanchanaburi Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: sornpech@kru.ac.th[1*]

Received: January 15, 2025 Revised: January 24, 2025 Accepted: February 10, 2025

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี 2) ศึกษาการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี 3) เสนอแนวทางการพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยการประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี ที่ใช้บริการร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน จำนวน 400 คน โดยสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจงและแบบบังเอิญ เครื่องมือที่ในการวิจัยคือแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา ค่าสหสัมพันธ์ และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) ความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดบริการอยู่ในระดับปานกลาง 2) ความคิดเห็นต่อการสร้างความน่าหลงใหลอยู่ในระดับมาก และ 3) แนวทางการพัฒนาพบว่า ด้านทำเลที่ตั้ง บุคลากร ลักษณะทางกายภาพ ผลิตภัณฑ์ ราคา และกระบวนการ มีอิทธิพลทางบวกต่อความน่าหลงใหลอย่างมีนัยสำคัญ อย่างไรก็ตาม ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลทางลบ สะท้อนว่าการสื่อสารการตลาดที่มากเกินไปอาจลดทอนมนต์ขลังและความลึกลับของร้านกาแฟชุมชนลง

คำสำคัญ: การท่องเที่ยวโดยชุมชน, ร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน, ส่วนผสมทางการตลาดบริการ, การสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง

Abstract

The objectives of this research were to: 1) study the services marketing strategies of small coffee shops in Community–Based Tourism (CBT) within Kanchanaburi Province; 2) examine the destination fascination generated by these small coffee shops; and 3) propose development guidelines for small coffee shops to promote community–based tourism in Kanchanaburi Province by leveraging the influences of the services marketing mix to enhance destination fascination. The sample consisted of 400 Thai tourists who visited CBT sites and utilized small coffee shop services in Kanchanaburi province. The sample size was determined using Cochran's (1977) formula at a 95% confidence level, employing purposive and accidental sampling methods. Data were collected via questionnaires and analyzed using descriptive statistics, correlation analysis, and multiple regression analysis. The findings revealed that: 1) tourists' perceptions of the service marketing mix were at a moderate level; 2) their perceptions of destination fascination were at a high level; and 3) place, people, physical evidence, product, price, and process exerted statistically significant positive influence on destination fascination. However, promotion exhibited a significant negative influence, suggesting that excessive marketing communication may diminish the authentic charm and mystery of community– based coffee shops.

Keywords: Community–Based Tourism (CBT), small community–based coffee shops, services marketing mix, destination fascination scale

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ธุรกิจร้านกาแฟ café เป็นธุรกิจที่ได้รับความนิยมทั่วโลก เพราะมีเมนูเครื่องดื่ม ของว่างที่หลากหลาย และมีบรรยากาศดึงดูดให้ลูกค้าได้พักผ่อนในช่วงเวลาหนึ่ง เครื่องดื่มกาแฟยังเป็นเครื่องดื่มสากลที่ทุกคนรู้จักดี ปัจจุบันปฏิเสธไม่ได้ว่าร้านกาแฟเป็นส่วนหนึ่งของการท่องเที่ยวไปแล้ว สำหรับด้านการท่องเที่ยวนั้น ร้านกาแฟเป็นส่วนหนึ่งของกิจกรรมการท่องเที่ยวระหว่างเดินทางหรือใช้บริการยามพักผ่อนตลอดการเดินทางท่องเที่ยว ซึ่งแหล่งท่องเที่ยวบางแห่งร้านกาแฟกลายมาเป็นแหล่งท่องเที่ยวหลักที่นักท่องเที่ยวถวิลหาอยากมาสักครั้ง จะเห็นได้ว่าช่วงเวลาของเครื่องดื่ม และอาหารว่าง ตลอดการเดินทางท่องเที่ยว นักท่องเที่ยวจะมองร้านกาแฟเป็นอันดับแรก การท่องเที่ยวโดยชุมชนช่วยในการยกระดับชุมชนผู้ปลูกกาแฟให้กลายเป็นแหล่งท่องเที่ยวเชิงกาแฟเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อชุมชนและภาคเอกชนที่เกี่ยวข้อง ทำให้กาแฟไทยกลายเป็นที่ยอมรับอย่างกว้างขวางในตลาดกาแฟโลกตลอดจนสร้างชื่อเสียงและมูลค่าอย่างสูงในระดับนานาชาติ (วันเพ็ญ จิตรเจริญ และคณะ, 2561) และสอดคล้องกับแผนพัฒนาการท่องเที่ยวชุมชนของประเทศไทย มุ่งเน้นความอยู่ดีกินดีของชุมชนบนฐานคิดสังคมดี เศรษฐกิจชุมชนดี และสิ่งแวดล้อมดี โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วนเพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566) เมื่อกล่าวถึงการท่องเที่ยวภายในจังหวัดกาญจนบุรี ร้านกาแฟที่มีความสอดคล้องกับการท่องเที่ยว มีทั้งร้านกาแฟขนาดใหญ่ที่มีลูกค้ามาใช้บริการอย่างต่อเนื่อง เช่น ในสถานบริการน้ำมัน ส่วนร้านกาแฟขนาดเล็กจะมีวัสดุอุปกรณ์ไม่มากนัก เป็นร้านกาแฟข้างทาง แม้จะมีขนาดเล็กใช้พนักงานน้อย แต่ในบางร้านก็ขายดีไม่แตกต่างจากร้านขนาดใหญ่ บางร้านได้นำวัตถุดิบในชุมชนมาใช้เป็นวัตถุดิบหลัก แต่ก็อาจจะยังมี

รสชาติที่ยังไม่โดดเด่นและการควบคุมคุณภาพยังไม่เทียบเท่ากับวัตถุดิบที่ร้านกาแฟขนาดใหญ่เลือกใช้ ทำให้ร้านกาแฟขนาดเล็กอาจจะยังไม่ดึงดูดนักท่องเที่ยวที่มาท่องเที่ยวในชุมชนได้ แม้ว่า จังหวัดกาญจนบุรีจะเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยม แต่ธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชนส่วนใหญ่มักประสบปัญหาการขาดอัตลักษณ์และการดึงดูดใจที่ยั่งยืนทำให้นักท่องเที่ยวเพียงแค่แวะพักใช้บริการตามความจำเป็น แต่ไม่เกิดความรู้สึกผูกพันหรือความประทับใจลึกซึ้ง หากไม่มีการศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางอย่างเป็นระบบ ร้านกาแฟเหล่านี้จะไม่สามารถยกระดับจากการเป็นเพียงผู้ขายเครื่องดื่มไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำได้ ซึ่งส่งผลเสียต่อขีดความสามารถในการแข่งขันและการกระจายรายได้สู่ชุมชนในระยะยาว ผู้วิจัยจึงเห็นความจำเป็นในการนำแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ 7Ps มาวิเคราะห์เพื่อหาแนวทางพัฒนาที่ชัดเจน และการนำแนวคิดการตลาดบริการมาวิเคราะห์หาความสัมพันธ์กับแนวคิดทางการท่องเที่ยวย่อมจะช่วยทำให้การพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กพัฒนาได้ตรงตามความต้องการของลูกค้าหรือนักท่องเที่ยวได้อย่างถูกต้อง

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี
3. เพื่อเสนอแนวทางการพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ด้วยการประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง

การทบทวนวรรณกรรม

ร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน

จากการทบทวนวรรณกรรม ร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน หมายถึง ธุรกิจบริการขนาดเล็ก (micro-enterprise) ที่มีจำนวนที่นั่งจำกัด บริหารงานโดยเจ้าของหรือคนในครอบครัว เน้นการนำเสนอผลิตภัณฑ์ที่มีอัตลักษณ์ท้องถิ่นและใช้วัตถุดิบภายในชุมชน ประยุกต์จาก Kotler & Keller (2016) และ Prakoso et al. (2020) ทำเลที่ตั้งมักมีความเชื่อมโยงหรืออยู่ใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหลักในชุมชน เพื่อรองรับทั้งคนในพื้นที่และนักท่องเที่ยว (Booms & Bitner, 1981; Kotler & Keller, 2016; Prakoso et al., 2020) การสร้างประสบการณ์ร่วม (co-creation) บางแห่งมีกิจกรรมที่เปิดโอกาสให้นักท่องเที่ยวมีส่วนร่วมในกระบวนการทำกาแฟ เพื่อสร้างประสบการณ์ที่ลึกซึ้งกว่าการบริโภคทั่วไป การศึกษาในครั้งนี้ คือ ร้านอยู่ในพื้นที่แหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนได้แก่ อ.เมือง อ.พนมทวน อ.ไทรโยค อ.ท่าม่วง จังหวัดกาญจนบุรี เป็นร้านกาแฟอิสระ ที่เจ้าของเป็นคนในท้องถิ่น ไม่ใช่ร้านแฟรนไชส์ขนาดใหญ่ และมีเอกลักษณ์ที่สะท้อนท้องถิ่น เช่น การใช้เมล็ดกาแฟในพื้นที่ หรือตกแต่งสไตล์พื้นบ้าน มีการจ้างงานคนในชุมชน หรือนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายร่วมกับกาแฟ ร้านกาแฟในปัจจุบันก้าวข้ามการเป็นเพียงผู้จำหน่ายเครื่องดื่มไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางทางการท่องเที่ยว โดยวันเพ็ญ จิตรเจริญ และคณะ (2561) ระบุว่า อัตลักษณ์ของชุมชนคือหัวใจสำคัญในการสร้างความเข้มแข็งให้ธุรกิจกาแฟขนาดเล็ก และ Jorgio et al. (2021) ยังชี้ให้เห็นว่าร้านกาแฟที่มีการจัดการบรรยากาศที่ดีจะสามารถเปลี่ยนบทบาทตัวเองให้เป็นพื้นที่ทางสังคมที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวได้โดยตรง

แนวคิดการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน

การท่องเที่ยวของประเทศไทยเป็นอุตสาหกรรมที่เน้นคุณค่า มีความสามารถในการปรับตัว เติบโตอย่างยั่งยืน และมีส่วนร่วม โดยมุ่งพัฒนาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเพื่อสร้างเสริมความเข้มแข็ง ยืดหยุ่น ยั่งยืน และมีส่วนร่วม เพื่อมอบประสบการณ์การท่องเที่ยวที่เน้นคุณค่าบนพื้นฐานของการบูรณาการเชื่อมโยงทุกภาคส่วน มีเป้าหมายของการพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน มุ่งเน้นความอยู่ดีกินดีของชุมชนบนฐานคิดสังคมดี เศรษฐกิจชุมชนดีและสิ่งแวดล้อมดี โดยการมีส่วนร่วมของทุกภาคส่วน เพื่อเสริมสร้างศักยภาพให้ชุมชนท้องถิ่นสามารถเข้ามามีส่วนร่วมและรับผลประโยชน์จากการท่องเที่ยวได้ (คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ, 2566; วรรณภา อุดมผล (2565) กล่าวว่า การท่องเที่ยวโดยชุมชนคือการท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม สังคมและวัฒนธรรม กำหนดทิศทางโดยชุมชน จัดการโดยชุมชน เพื่อชุมชนและชุมชนมีบทบาทเป็นเจ้าของ การจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชนมี 4 ด้าน คือ 1. ด้านทรัพยากรธรรมชาติและวัฒนธรรมชุมชน 2. ด้านองค์กรชุมชน 3. ด้านการจัดการ มีกฎ – กติกาในการจัดการสิ่งแวดล้อม และ 4. ด้านการเรียนรู้ ลักษณะของกิจกรรมการท่องเที่ยว (จังหวัดนครพนม, 2566; พจนา สวนศรี, 2546) การนำเสนอประสบการณ์ทางวัฒนธรรมที่สึกซึ้ง สามารถยกระดับประสบการณ์ของนักท่องเที่ยวเมื่อไปเยือนชุมชนต่าง ๆ การท่องเที่ยวโดยชุมชนมีศักยภาพสำหรับผู้จัดการจุดหมายปลายทางและธุรกิจการท่องเที่ยวที่จะมีส่วนร่วมใน แนวทางการท่องเที่ยวอย่างยั่งยืน (Mtapuri et al., 2022) ดังนั้น แนวคิดในการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน คือ การเสริมพลังชุมชนให้เป็นเครื่องมือในการรักษาเสถียรภาพทางเศรษฐกิจ ด้วยการสร้างกิจกรรมการท่องเที่ยวให้มีความน่าสนใจในท้องถิ่น การพัฒนาการท่องเที่ยวโดยชุมชน แม้จะมีข้อดีและประโยชน์มากมาย แต่ก็มีความท้าทายมากมายเช่นกัน การท่องเที่ยวที่ไม่ได้รับการจัดการที่ดีจะส่งผลเสียหลายด้าน จึงจำเป็นต้องได้รับการจัดการเชิงรุกเพื่อลดผลกระทบด้านลบที่อาจเกิดขึ้น (Prakoso et al., 2020)

แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้แนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (services marketing mix) หรือ 7Ps ตามแนวคิดของ Kotler & Keller (2016) และ Booms & Bitner (1981) ซึ่งประกอบด้วย 7 มิติสำคัญ ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (product) ด้านราคา (price) ด้านการจัดจำหน่าย (place) ด้านการส่งเสริมการตลาด (promotion) ด้านบุคลากร (people) ด้านกระบวนการ (process) และด้านหลักฐานทางกายภาพ (physical Evidence) เป็นแนวคิดที่พัฒนามาจาก แนวคิดส่วนประสมทางการตลาด 4Ps ที่ถือเป็นองค์ความรู้หลัก ในการสร้างสรรค์ออกแบบธุรกิจต่าง ๆ ให้ดำเนินไปตามระบบการตลาด ในยุคปัจจุบันการตลาดออนไลน์เข้ามามีบทบาทในระบบการตลาดเป็นอย่างมาก เหตุผลที่เลือกใช้แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ (service marketing mix) 7Ps กับธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็กมีดังนี้

1. ความครอบคลุมของมิติด้านบริการ ทฤษฎี 4Ps ดั้งเดิม (product, price, place, promotion) ออกแบบมาเพื่อสินค้าอุปโภคบริโภค แต่ร้านกาแฟคือธุรกิจบริการ (service business) ซึ่งมีความซับซ้อนมากกว่า และในเรื่องของการส่งเสริมการขาย (promotion) ร้านกาแฟขนาดเล็กที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน อาจจะต้องใช้การส่งเสริมการขายที่แตกต่างออกไปเพื่อยังคงเก็บและรักษาเรื่องราวที่น่าสนใจที่แท้จริง

2. การวัดผลลัพธ์ที่เป็นรูปธรรมของอัตลักษณ์ชุมชน (physical evidence & people) ในบริบทการท่องเที่ยวโดยชุมชน สิ่งที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวคือความแตกต่างของแต่ละชุมชนที่เป็นเสน่ห์ดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเดินทางมาท่องเที่ยว และแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการยังครอบคลุมไปถึงหลักฐานทางกายภาพ (physical evidence) เช่น การตกแต่งร้านด้วยวัสดุธรรมชาติในกาญจนบุรี หรือ บุคลากร (people) ซึ่งคือคนในชุมชนที่มีความรู้เรื่องท้องถิ่น สิ่งเหล่านี้คือ ทุนทางวัฒนธรรม ที่ 4Ps แบบเดิมยังมีไม่เพียงพอ

3. การสร้างความเชื่อมั่นในคุณภาพบริการ ร้านกาแฟขนาดเล็กมักถูกมองว่ามาตรฐานไม่คงที่เท่าร้านขนาดใหญ่ เช่น Starbucks หรือ Amazon การศึกษาด้าน กระบวนการ (process) จะช่วยให้เห็นว่าร้านกาแฟในชุมชนมีขั้นตอนการบริการอย่างไรที่สร้างความประทับใจ หรือมีจุดบกพร่องตรงไหนที่ต้องพัฒนาเพื่อให้ได้มาตรฐานสากลแต่ยังคงเสน่ห์ของชุมชนไว้

4. ความเชื่อมโยงกับ ความน่าหลงใหลของลูกค้า แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ 7Ps จะทำหน้าที่เป็นฐานที่ส่งผลต่อความรู้สึกของลูกค้า นำไปสู่การเกิด ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางได้ง่ายขึ้น เช่น สถานที่สวยงาม บุคลกรคนในท้องถิ่นมีความน่ารัก มีบริการที่ส่งผลต่อความหลงใหลในจุดหมายปลายทาง 7Ps ถือเป็นตัวขับเคลื่อนหลัก

การนำแนวคิดส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) มาใช้ในธุรกิจร้านกาแฟขนาดเล็ก ไม่เพียงแต่เป็นการตอบสนองความต้องการพื้นฐานของผู้บริโภค แต่ยังเป็นการสร้างอัตลักษณ์และประสบการณ์ผ่านองค์ประกอบด้านกายภาพ (physical evidence) และกระบวนการบริการ (process) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อการสร้างความรู้สึกดึงดูดใจและความผูกพัน จนนำไปสู่การเกิดความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางในมุมมองของนักท่องเที่ยว

การสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง

นักวิชาการทางการท่องเที่ยว (Wang et al., 2020; Berto et al., 2010; Kaplan & Kaplan, 2011; Girish et al., 2021) นิยมนำแนวคิดการสร้างคุณค่าให้กับแหล่งท่องเที่ยวผ่านกิจกรรมการท่องเที่ยวและพื้นที่คือการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง Wang et al. (2020) ได้ศึกษาอิทธิพลของความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางที่มีต่อความจงรักภักดี โดยพบว่าความน่าหลงใหลเป็นปัจจัยทางจิตวิทยาที่สำคัญซึ่งช่วยสร้างความผูกพันระหว่างนักท่องเที่ยวกับสถานที่ โดยเฉพาะมิติของความลึกลับและความมีเอกลักษณ์ที่เป็นแรงดึงดูดให้นักท่องเที่ยวเกิดความรู้สึกร่วมและมีความสุขในการเดินทาง (well-being) Destination Fascination Scale (DFS) ของ Liu et al. (2017) แนวคิดดังกล่าว มุ่งสร้างคุณค่าให้แหล่งท่องเที่ยวที่คำนึงถึงความสัมพันธ์ระหว่างมนุษย์และสิ่งแวดล้อม โดยได้อธิบายถึงแนวคิดการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง DFS ไว้ 6 มิติ ได้แก่ 1) ความลึกลับ (mystique) คือ ความมีเสน่ห์ของแหล่งท่องเที่ยว ความลึกลับของกิจกรรมที่ผ่าน “การเล่าเรื่อง” 2) ความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร (richness) คือ ความหลากหลายในแหล่งท่องเที่ยว ยิ่งมีกิจกรรมที่มีความหลากหลายมาก ก็จะทำให้นักท่องเที่ยวให้ความสนใจในกิจกรรมที่เกิดขึ้นในแหล่งท่องเที่ยว 3) ความน่าดึงดูดใจ (attractiveness) คือ ความน่าดึงดูดใจของจุดหมายปลายทางจะถูกกำหนดจากการตัดสินใจของนักท่องเที่ยว 4) ความมีเอกลักษณ์ (uniqueness) คือ เอกลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวหรือจุดหมายปลายทางนั้น 5) ความเหมาะสมและพอดี (fitness) คือ ความพอดีและเข้ากันได้ระหว่างภาพลักษณ์ของแหล่งท่องเที่ยวกับตัวนักท่องเที่ยวและ 6) ความเป็นมิตร (friendliness) ความเป็นมิตรของแหล่งท่องเที่ยวที่นักท่องเที่ยวรับรู้ได้

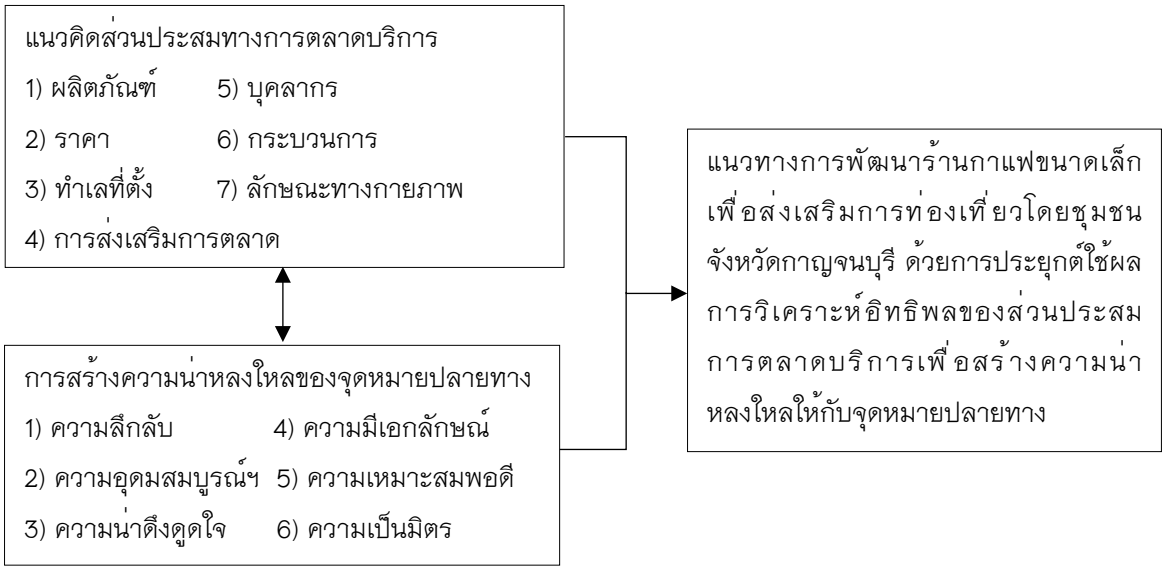
ร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชนควรประยุกต์ใช้แนวคิดการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง เนื่องมาจากธุรกิจร้านกาแฟในปัจจุบันก้าวข้ามการเป็นเพียงผู้จำหน่ายเครื่องดื่มไปสู่การเป็นจุดหมายปลายทางสำหรับนักท่องเที่ยว การสร้างความน่าหลงใหลผ่านมิติต่าง ๆ โดยเฉพาะด้านความลึกลับ (mystique) และความมีเอกลักษณ์ (uniqueness) จะช่วยสร้างความผูกพันเชิงอารมณ์และความสุขในการเดินทางให้กับนักท่องเที่ยว ซึ่งเป็นกลไกสำคัญในการยกระดับขีดความสามารถทางการแข่งขัน และเปลี่ยนร้านกาแฟชุมชนให้เป็นพื้นที่ที่สร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำจนนำไปสู่การเกิดความจงรักภักดีและการกลับมาเยือนซ้ำในระยะยาว

สมมติฐานการวิจัย

H1: ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) มีอิทธิพลต่อการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในจังหวัดกาญจนบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรม สามารถกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่เดินทางมาท่องเที่ยวในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชนจังหวัดกาญจนบุรี ซึ่งเป็นจำนวนประชากรที่ไม่สามารถนับจำนวนได้อย่างชัดเจน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ นักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ Cochran (1977) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ 5% อย่างไรก็ตาม เพื่อป้องกันความผิดพลาดของข้อมูล ผู้วิจัยจึงทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งสิ้นจำนวน 400 คน กำหนดวิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การสุ่มตัวอย่างแบบไม่อาศัยความน่าจะเป็น (non-probability sampling) ผ่านการบูรณาการ 2 เทคนิคเพื่อให้ได้ข้อมูลที่มีความเที่ยงตรงสูงที่สุด ดังนี้ 1) การเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง (purposive sampling) ใช้ในขั้นตอนการคัดกรองพื้นที่และกลุ่มเป้าหมายที่มีคุณลักษณะสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย โดยผู้วิจัยคัดเลือกเฉพาะนักท่องเที่ยวชาวไทยที่ใช้บริการร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชน 2) การเลือกตัวอย่างแบบบังเอิญ (accidental sampling) ใช้ในขั้นตอนการเก็บข้อมูลภาคสนาม เนื่องจากนักท่องเที่ยวที่เข้ามาใช้บริการในพื้นที่จริงมีความลื่นไหลและไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ผู้วิจัยจึงดำเนินการเก็บข้อมูลจากผู้ที่สะดวกและยินดีให้ความร่วมมือในช่วงเวลาที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ปฏิบัติงาน

กำหนดพื้นที่การศึกษาโดยการสุ่มเลือกจากแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน ในจังหวัดกาญจนบุรี เกณฑ์การเลือก

พื้นที่ มีดังนี้ เกณฑ์ด้านทำเล ร้านต้องตั้งอยู่ในพื้นที่วิสาหกิจชุมชนท่องเที่ยว หรือหมู่บ้านที่มีกิจกรรมการท่องเที่ยวโดยชุมชน โดยวิธีการสุ่ม จาก 13 อำเภอ โดยสุ่มได้ จำนวน 4 อำเภอ ได้แก่ อ.เมือง อ.พนมทวน อ.ไทรโยค อ.ท่าม่วง เกณฑ์ด้านขนาดและลักษณะธุรกิจ เป็นร้านกาแฟอิสระที่เจ้าของเป็นคนในท้องถิ่น ไม่ใช่ร้านแฟรนไชส์ขนาดใหญ่ และมีเอกลักษณ์ที่สะท้อนท้องถิ่น เช่น การใช้เมล็ดกาแฟในพื้นที่ หรือตกแต่งสไตล์พื้นบ้าน เกณฑ์ด้านการมีส่วนร่วม ได้แก่ร้านมีการจ้างงานคนในชุมชน หรือนำผลิตภัณฑ์ชุมชนมาจำหน่ายร่วมกับกาแฟ

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (questionnaire) เกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กกับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี

โดยแบบสอบถามสร้างขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิดทฤษฎี บทความ วารสาร วิทยานิพนธ์ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ข้อมูลที่ได้ถูกนำมาวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ โดยแบ่งแบบสอบถามเป็น 3 ส่วนดังนี้ ส่วนที่ 1 แบบสอบถามเกี่ยวกับลักษณะประชากรศาสตร์ เป็นคำถามเกี่ยวกับข้อมูลส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่าง เช่น เพศ อายุ ระดับการศึกษาอาชีพ และอาชีพ โดยลักษณะของเครื่องมือเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี

การสร้างและการหาคุณภาพของเครื่องมือ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence: IOC) ผลการพิจารณาพบว่า ข้อคำถามส่วนใหญ่มีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67 – 1.00 ซึ่งถือว่าผ่านเกณฑ์การพิจารณา (มากกว่า 0.50) โดยผู้วิจัยได้ปรับปรุงข้อความบางส่วนตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อให้มีความชัดเจนและเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ จากนั้นนำแบบสอบถามที่ผ่านการปรับปรุงตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิไปทดลองใช้ (tryout) กับนักท่องเที่ยวที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน เพื่อวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ซึ่งได้ผลการวิเคราะห์แบ่งตามส่วนของแบบสอบถาม ดังนี้

1) แบบสอบถามเกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการ จำนวน 28 ข้อ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.896

2) แบบสอบถามเกี่ยวกับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง จำนวน 18 ข้อ พบว่ามีค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของครอนบาคเท่ากับ 0.842

จากผลการวิเคราะห์พบว่าแบบสอบถามทั้งฉบับมีค่าความเชื่อมั่นสูงกว่าเกณฑ์ที่กำหนด (0.70) แสดงว่าเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้มีความเชื่อมั่นในระดับสูงและสามารถนำไปใช้ในการเก็บข้อมูลจริงได้อย่างมีประสิทธิภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

เก็บรวบรวมข้อมูลความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี และการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี นำแบบสอบถามส่งให้ผู้ตอบแบบสอบถามจำนวน 400 คน ผู้วิจัยทำการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม พบว่าแบบสอบถามสมบูรณ์สามารถใช้ได้ทั้ง 400 ชุดจากนั้นนำแบบสอบถามมาลงข้อมูลในโปรแกรมวิเคราะห์ข้อมูลสำเร็จรูป และทำการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 –3

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (descriptive statistics) แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กกับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ประกอบด้วย ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติค่าสหสัมพันธ์ (correlation) เป็นการดูทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร 2 ตัว ระหว่าง แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กกับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple linear regression) ผู้วิจัยเลือกใช้วิธีนำตัวแปรเข้าสู่สมการแบบ Enter (Enter selection) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลและตรวจสอบน้ำหนักความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการทุกมิติที่มีต่อตัวแปรตาม การสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางอย่างครอบคลุม ซึ่งวิธี Enter จะช่วยให้เห็นผลกระทบของตัวแปรอิสระทุกตัวในภาพรวมตามกรอบแนวคิดที่วางไว้ แม้ตัวแปรบางตัวจะไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ แต่ก็สะท้อนให้เห็นข้อเท็จจริงในพื้นที่วิจัยว่าปัจจัยนั้นอาจไม่ใช่ตัวพยากรณ์หลักในบริบทของร้านกาแฟขนาดเล็กในจังหวัดกาญจนบุรี เกณฑ์การแปลผลค่าเฉลี่ย มีดังนี้

4.21 – 5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด

3.41 – 4.20 หมายถึง อยู่ในระดับมาก

2.61 – 3.40 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง

1.81 – 2.60 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย

1.00 – 1.80 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) รายละเอียดดังตาราง 1

ตาราง 1 เกณฑ์การแปลความหมายค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)

ชวงคาสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r)	ระดับความสัมพันธ์	การแปลความหมาย (interpretation)
0.91 ถึง 1.00	สูงมาก (Very High)	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก
0.71 ถึง 0.90	สูง (High)	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
0.51 ถึง 0.70	ปานกลาง (Moderate)	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
0.31 ถึง 0.50	ต่ำ (Low)	ตัวแปรมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
0.00 ถึง 0.30	ต่ำมาก (Very Low)	ตัวแปรแทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย

ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับความคิดเห็นต่อส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)

ลำดับที่	ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps)	$\overline{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1	ด้านราคา	3.42	.40	มาก
2	ด้านบุคลากร	3.30	.35	ปานกลาง
3	ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.29	.32	ปานกลาง
4	ด้านลักษณะทางกายภาพ	2.99	.44	ปานกลาง
5	ด้านกระบวนการบริการ	2.23	.41	น้อย
6	ด้านผลิตภัณฑ์	1.89	.46	น้อย
7	ด้านการส่งเสริมการตลาด	1.63	.38	น้อยที่สุด
	ภาพรวม	2.67	.25	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่า ระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กในจังหวัดกาญจนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 2.67) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านราคา ($\overline{X}$ = 3.42) ซึ่งอยู่ในระดับมาก รองลงมาคือ ด้านบุคลากร ($\overline{X}$ = 3.30) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย/ทำเลที่ตั้ง ($\overline{X}$ = 3.29) และด้านลักษณะทางกายภาพ ($\overline{X}$ = 2.99) ซึ่งอยู่ในระดับปานกลางตามลำดับ และด้านกระบวนการ ($\overline{X}$ = 2.23) ด้านผลิตภัณฑ์ ($\overline{X}$ = 1.89) ซึ่งอยู่ในระดับน้อย ในขณะที่ ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\overline{X}$ = 1.63) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ตาราง 3 สรุปผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง

ลำดับ	ด้านความน่าหลงใหล	$\overline{X}$	S.D.	การแปลความหมาย
1	ด้านความลึกลับ	3.96	.35	มาก
2	ด้านความเหมาะสมและพอดี	3.93	.39	มาก
3	ด้านความมีเอกลักษณ์	3.91	.40	มาก
4	ด้านความเป็นมิตร	3.80	.42	มาก
5	ด้านความน่าดึงดูดใจ	3.58	.45	มาก
6	ด้านความอุดมสมบูรณ์	3.56	.47	มาก
	ภาพรวม	3.79	.28	มาก

จากตาราง 3 พบว่า ระดับความคิดเห็นของนักท่องเที่ยวต่อความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.79) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ ด้านความลึกลับ ($\overline{X}$ = 3.96) รองลงมาคือ ด้านความเหมาะสมและพอดี ($\overline{X}$ = 3.93) ด้านความมีเอกลักษณ์ ($\overline{X}$ = 3.91) และด้านความเป็นมิตร ($\overline{X}$ = 3.80) ด้านความน่าดึงดูดใจ ($\overline{X}$ = 3.58) ตามลำดับ ซึ่งทั้งหมดอยู่ในระดับมาก ในขณะที่ด้านความอุดมสมบูรณ์ของทรัพยากร ($\overline{X}$ = 3.56) มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อย่างไรก็ตาม ทุกองค์ประกอบของความน่าหลงใหลยังมีค่าเฉลี่ยอยู่ในเกณฑ์ระดับมาก ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าร้านกาแฟขนาดเล็กในชุมชนจังหวัดกาญจนบุรีมีศักยภาพสูงในการสร้างความประทับใจและความดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวในหลากมิติ

ผลการวิเคราะห์ตัวแปรส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์ระหว่างแนวคิดส่วนประสมทางการตลาดบริการของร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี กับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง สรุปได้ดังนี้

ตาราง 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างส่วนประสมทางการตลาดบริการและความน่าหลงใหล

ปัจจัยส่วนผสมการตลาดบริการ	ประเด็นสำคัญที่มีความสัมพันธ์	ค่า r	ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง
1. ด้านผลิตภัณฑ์	เมล็ดกาแฟรสชาติเฉพาะถิ่นคุณภาพสูง	.255**	ความอุดมสมบูรณ์ ความลึกลับ
2. ด้านราคา	ราคาเหมาะสมกับคุณภาพและปริมาณ	.505**	ความน่าดึงดูดใจ
3. ด้านทำเลที่ตั้ง	ตั้งอยู่ใกล้/เชื่อมโยงแหล่งท่องเที่ยวชุมชน	.705**	ทุกมิติของความน่าหลงใหล
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	การสื่อสารเรื่องราวผ่านสื่อในร้าน	–.282**	ความเป็นมิตร ความลึกลับ(ทิศทางลบ)
5. ด้านบุคลากร	บาริสต้าคนพื้นที่ที่มีความรู้เรื่องชุมชน	.591**	ความอุดมสมบูรณ์ ความเหมาะสมพอดี
6. ด้านกระบวนการ	ความพิถีพิถันในการทำตามลำดับคิว	.221**	ความลึกลับ (ระบบที่คล่องตัวส่งผลลบ –.305)
7. ด้านลักษณะทางกายภาพ	การตกแต่งสอดคล้องกับศิลปวัฒนธรรม	.665**	ความลึกลับ ความเหมาะสมพอดี

**มีนัยสำคัญทางสถิติ ที่ระดับ .01

จากตาราง 4 พบว่าปัจจัยด้าน ทำเลที่ตั้ง มีความสัมพันธ์ทางบวกกับความน่าหลงใหลในระดับสูงที่สุด (r = .705) รองลงมาคือ ด้านลักษณะทางกายภาพ (r = .665) และด้านบุคลากร (r = .591) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ในขณะที่ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด (r = –.282) และ กระบวนการจัดการที่เน้นระบบความคล่องตัว (r = –.305) กลับมีความสัมพันธ์ในทิศทางลบต่อความน่าหลงใหล ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการปรุงแต่งทางการตลาดที่มากเกินไปหรือระบบที่ดูเป็นธุรกิจมากเกินไป อาจส่งผลให้เสน่ห์และความน่าหลงใหลของร้านกาแฟชุมชนลดลงในสายตานักท่องเที่ยว ด้านผลิตภัณฑ์ มีความสัมพันธ์กับการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางค่อนข้างน้อย แทบไม่มีความสัมพันธ์กันเลย โดยความโดดเด่นอยู่ที่ การเลือกใช้เมล็ดกาแฟที่มีรสชาติเฉพาะถิ่นและมีคุณภาพสูง เมล็ดกาแฟรสชาติเฉพาะถิ่น ที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับ ความอุดมสมบูรณ์ (r = .255) รองลงมา ความลึกลับ (r = .191) และความมีเอกลักษณ์ (r = .153) อย่างมีนัยสำคัญ ด้านราคา พบความสัมพันธ์ที่น่าสนใจในการตั้งราคาเครื่องดื่มมีความเหมาะสมเมื่อเทียบกับคุณภาพและปริมาณที่ได้รับ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ซึ่งมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความน่าดึงดูดใจ ในระดับปานกลาง (r = .505) ขณะที่ความคุ้มค่าของเมล็ดกาแฟ การตั้งราคาที่คุ้มค่าและสะท้อนถึงคุณค่าของวัตถุดิบพิเศษจากชุมชน กลับมีความสัมพันธ์ทางลบกับความอุดมสมบูรณ์และความเป็นมิตร

จุดแข็งที่ต้องรักษา ผลวิจัยชี้ชัดว่า ทำเลที่ตั้งที่เชื่อมโยงกับชุมชนและบุคลากรที่เป็นคนในพื้นที่ คือหัวใจสำคัญที่สร้างความน่าหลงใหลให้กับร้านกาแฟขนาดเล็กในการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี

ประเด็นที่ต้องระวัง ได้แก่ ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดและบรรจุภัณฑ์ มีการออกแบบที่ประณีต สวยงามและน่าประทับใจกลับแสดงผลความสัมพันธ์ทางลบในหลายมิติ ซึ่งอาจหมายความว่านักท่องเที่ยวที่มาร้านกาแฟขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรีต้องการความเรียบง่ายและดั้งเดิมมากกว่าการปรุงแต่งทางการตลาดที่มากเกินไปจนเสียอัตลักษณ์ความลึกลับ

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า ตัวแปรอิสระด้านส่วนประสมการตลาดบริการทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางได้ร้อยละ 70.9 (R^2 = .709) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ

0.01 (F = 136.42, p < .01) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าโมเดลดังกล่าวมีอำนาจในการพยากรณ์อยู่ในระดับสูงมากและสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาพื้นที่เพื่อสร้างแรงดึงดูดใจให้กับนักท่องเที่ยวได้อย่างมีประสิทธิภาพ รายละเอียดดังตาราง 6

ตาราง 6 การพยากรณ์แนวคิดส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 7 ด้าน สามารถร่วมกันพยากรณ์ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง

Multiple Linear Regression	B	β	t	Sig.
(ค่าคงที่)	1.142		7.415***	p < .001
ด้านผลิตภัณฑ์ (Product)	0.084	0.112	2.625**	p < .01
ด้านราคา (Price)	0.052	0.061	1.368	.172
ด้านทำเลที่ตั้ง (Place)	0.325	0.428	9.285***	p < .001
ด้านการส่งเสริมการตลาด (Promotion)	−0.142	−0.185	− 3.944***	p < .001
ด้านบุคลากร (People)	0.284	0.332	6.926***	p < .001
ด้านกระบวนการ (Process)	0.046	0.058	1.483	.139
ด้านลักษณะกายภาพ (Physical)	0.198	0.245	5.351***	p < .001
R = .842, R^2 = .709, F = 136.42, Sig. = p < .001				

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 **มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ***มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 6 ประสิทธิภาพของตัวแปรพยากรณ์ส่วนประสมทางการตลาดบริการสามารถร่วมกันพยากรณ์ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางได้ร้อยละ 70.9 (R^2 = .709) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จากตัวแปรที่มีอิทธิพลเชิงบวกจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง ด้านบุคลากร ด้านลักษณะทางกายภาพ และด้านผลิตภัณฑ์

เมื่อพิจารณาอิทธิพลของตัวแปรอิสระรายด้านพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 (p < .01) ได้แก่ ด้านทำเลที่ตั้ง/ช่องทางการจัดจำหน่าย (β = .428) รองลงมาคือ ด้านบุคลากร (β = .332) และ ด้านลักษณะทางกายภาพ (β = .245) ตามลำดับ โดยมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 ในขณะที่ ด้านผลิตภัณฑ์ (β = .112) มีอิทธิพลน้อยที่สุด ประเด็นที่น่าสนใจจากการวิจัยพบว่า ด้านการส่งเสริมการตลาดมีอิทธิพลในทิศทางลบ (β = −0.185) ต่อความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ อธิบายได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มที่แสวงหาความแปลกใหม่และความเป็นอัตลักษณ์ที่แท้จริงของชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มักจะมีความหลงใหลต่อจุดหมายปลายทางลดลง หากพบเห็นการโฆษณาหรือการส่งเสริมการตลาดที่ปรุงแต่งมากเกินความจำเป็น จนส่งผลกระทบต่อบรรยากาศและความเป็นธรรมชาติเดิมของท้องถิ่น

สรุปแนวทางการพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี ด้วย การประยุกต์ใช้ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของส่วนประสมการตลาดบริการเพื่อสร้างความน่าหลงใหลให้กับจุดหมายปลายทาง ดังนี้

ด้านหลักฐานทางกายภาพ (physical evidence) พัฒนาบรรยากาศร้านให้สะท้อนอัตลักษณ์ชุมชนกาญจนบุรี

เช่น การใช้วัสดุพื้นถิ่นตกแต่งร้าน เพื่อสร้างความรู้สึกน่าหลงใหลตั้งแต่แรกเห็น

ด้านกระบวนการ (process) ออกแบบกระบวนการบริการที่เน้น storytelling เล่าที่มาของเมล็ดกาแฟหรือขนมชุมชน เพื่อสร้างประสบการณ์การเรียนรู้ร่วมกับนักท่องเที่ยว

ด้านบุคลากร (people) อบรมพนักงานให้เป็นเจ้าบ้านที่ดีที่สามารถให้ข้อมูลการท่องเที่ยวโดยชุมชนรอบข้างได้ ไม่ใช่แค่พนักงานชงกาแฟทั่วไป

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดบริการเกือบทุกด้านส่งเสริมความน่าหลงใหลอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01 ยกเว้น ด้านการส่งเสริมการตลาด ที่ส่งผลในทิศทางลบ (β = – 0.185) ซึ่งเป็นข้อค้นพบสำคัญ ที่ระบุว่า การสื่อสารการตลาดที่เน้นการโฆษณามากเกินไปอาจไปลดทอนความลึกลับ (mystery) ซึ่งเป็นองค์ประกอบหลักของความน่าหลงใหลในร้านกาแฟชุมชน

การอภิปรายผล

1. ด้านส่วนประสมการตลาดบริการ (7Ps) ของร้านกาแฟขนาดเล็กผลการวิจัยพบว่า ด้านทำเลที่ตั้งเป็นปัจจัยที่นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญสูงสุด โดยเฉพาะทำเลที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลักในชุมชน อภิปรายได้ว่า ความสะดวกในการเข้าถึงและความเกี่ยวเนื่องกับเส้นทางท่องเที่ยวเดิมของจังหวัดกาญจนบุรี เป็นกลยุทธ์สำคัญที่เปลี่ยนร้านกาแฟให้เป็นจุดพักผ่อนและจุดเช็คอินหลัก สอดคล้องกับแนวคิดของ Marcello & Dela Fuente (2023) ที่ระบุว่าทำเลที่ตั้งไม่ได้หมายถึงเพียงหน้าร้าน แต่คือช่องทางที่ทำให้สินค้าเข้าถึงมือผู้บริโภคได้อย่างสะดวกรวดเร็วที่สุด

2. ด้านการสร้างความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง (destination fascination) ผลการวิจัยพบว่าด้านความลึกลับ คือหัวใจสำคัญของความน่าหลงใหลที่นักท่องเที่ยวเห็นด้วยมากที่สุด สะท้อนให้เห็นว่าเสน่ห์เฉพาะตัวและเรื่องราวที่น่าค้นหาของร้านกาแฟชุมชนในจังหวัดกาญจนบุรี มีพลังดึงดูดมากกว่าการเป็นเพียงสถานที่ดื่มกาแฟทั่วไป สอดคล้องกับ Wang et al. (2020) ที่อธิบายว่า ความน่าหลงใหลของจุดหมายปลายทาง โดยเฉพาะในด้านความลึกลับและเอกลักษณ์ มีอิทธิพลอย่างมากต่อการสร้างความผูกพันเชิงอารมณ์และการตัดสินใจกลับมาเยือนซ้ำและยังสอดคล้องกับ Sthapit & Coudounaris (2018) ที่ระบุว่า ความน่าหลงใหลคือปัจจัยต้นน้ำที่นำไปสู่การเกิดประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำผ่านกระบวนการค้นหาความแปลกใหม่ที่หาไม่ได้จากพื้นที่อื่น

3. แนวทางการพัฒนาร้านกาแฟเพื่อส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนจากการวิเคราะห์อิทธิพลพหุคูณ (multiple regression) พบว่าส่วนประสมการตลาดสามารถพยากรณ์ความน่าหลงใหลได้ร้อยละ 70.9 โดยมีประเด็นสำคัญที่นำมาอภิปรายเพื่อกำหนดแนวทางการพัฒนาได้ดังนี้

การเชื่อมโยงทำเลที่ตั้งกับเสน่ห์ชุมชน ด้านทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลสูงที่สุดต่อความน่าหลงใหล อภิปรายได้ว่าพื้นที่ร้านที่ตั้งอยู่ท่ามกลางกลิ่นอายธรรมชาติและประวัติศาสตร์ของกาญจนบุรี ส่งผลโดยตรงต่อด้านความลึกลับและเรื่องราวที่น่าค้นหาการใช้อัตลักษณ์สร้างความเหมาะสมและพอดี

ด้านลักษณะทางกายภาพมีอิทธิพลเชิงบวกอย่างมาก สะท้อนว่าการตกแต่งร้านด้วยศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นช่วยให้ภาพลักษณ์ของร้านสอดคล้องกับความคาดหวังของนักท่องเที่ยวกลุ่มที่แสวงหาความจริงแท้ สอดคล้องกับงานของ Jorgio et al. (2021) ที่พบว่าบรรยากาศและเอกลักษณ์ของแบรนด์เป็นปัจจัยหลักในการดึงดูดลูกค้า และสอดคล้องกับ งานวิจัยของศิริเพ็ญ ดาบเพชร (2565) ที่พบว่าคุณลักษณะของจุดหมายปลายทางที่โดดเด่นสามารถสร้างประสบการณ์ที่น่าจดจำและดึงดูดใจนักท่องเที่ยวได้ และยังสอดคล้องกับแนวคิดของ Sthapit & Coudounaris (2018) ที่ระบุว่าสภาพแวดล้อมทางกายภาพที่แปลกใหม่เป็นปัจจัยต้น ๆ ที่ทำให้นักท่องเที่ยว

เกิดความหลงใหลและจดจำสถานที่นั้น ๆ ในระยะยาว

บทบาทของบุคลากรท้องถิ่น การที่บาริสต้าเป็นคนในพื้นที่ช่วยสร้างมิติความมีเอกลักษณ์และความเป็นมิตร อภิปรายได้ว่าคนในชุมชนทำหน้าที่เป็นทูตวัฒนธรรม ที่ถ่ายทอดเรื่องราวได้จริงใจกว่าร้านกาแฟทั่วไป สอดคล้องกับ ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์ (2561) ที่พบว่าปัจจัยด้านการบริการมีอิทธิพลต่อความพึงพอใจอย่างมาก นอกจากนี้ ผลกระทบเชิงลบของการส่งเสริมการตลาด การที่ด้านการส่งเสริมการตลาดส่งผลทางลบ อภิปรายได้ว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้ต้องการความสงบและเป็นธรรมชาติ การใช้กลยุทธ์โฆษณาที่ยัดเยียดหรือโปรโมชั่นที่ดูเป็นเชิงพาณิชย์มากเกินไปจะไปลดทอนคุณค่าทางจิตใจและเสน่ห์ของชุมชนลงสอดคล้องกับการศึกษาของ Prasad (2025) ที่ระบุว่าการสื่อสารที่มากเกินไปอาจสร้างความรู้สึกรบกวนและลดความพึงพอใจลง

จากการอภิปรายตามวัตถุประสงค์ที่ 3 สามารถนำผลที่ได้เป็นข้อเสนอแนะเชิงนโยบายแก่หน่วยงานภาครัฐ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และวิสาหกิจชุมชน ในการกำหนดทิศทางการส่งเสริมและพัฒนาร้านกาแฟชุมชนให้เป็นกลไกสำคัญในการกระจายรายได้และสร้างมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจ (value added) ผ่านห่วงโซ่อุปทานการท่องเที่ยว โดยเน้นการพัฒนาที่ยั่งยืนและการสร้างการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนตามหลักการท่องเที่ยวโดยชุมชนอย่างมีประสิทธิภาพ

ดังนั้น แนวทางในเพื่อการพัฒนาร้านกาแฟขนาดเล็กให้สามารถส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี สรุปได้ว่า พลังของทำเลที่ตั้งและเสน่ห์จากชุมชน การที่ด้านทำเลที่ตั้งมีอิทธิพลสูงสุด สะท้อนว่าร้านกาแฟขนาดเล็กในแหล่งท่องเที่ยวโดยชุมชน จังหวัดกาญจนบุรี สร้างความน่าหลงใหลได้จากการมีพื้นที่ที่เชื่อมโยงกับแหล่งท่องเที่ยวหลัก ผลวิจัยนี้ยืนยันว่านักท่องเที่ยวไม่ได้แสวงหาเพียงเครื่องดื่ม แต่แสวงหาประสบการณ์เชิงพื้นที่ ที่ทำให้เขารู้สึกเข้าถึงหัวใจของชุมชนกาญจนบุรีได้ทันทีที่มาถึง

องค์ความรู้ใหม่

ได้องค์ความรู้เกี่ยวกับร้านกาแฟที่อยู่ในแหล่งท่องเที่ยวของการท่องเที่ยวโดยชุมชน ในการส่งเสริมการตลาดต้องคำนึงถึงความมีเอกลักษณ์และทำเลที่ตั้งเชื่อมโยงกับชุมชน ไม่มีการปรับเปลี่ยนจากเดิมมากเกินไป แตกต่างจากการส่งเสริมทางการตลาดแบบกับร้านกาแฟทั่วไป ดังนั้นการส่งเสริมการท่องเที่ยวโดยชุมชนที่ถูกต้องจะช่วยให้นักท่องเที่ยวสนใจและสร้างประสบการณ์ให้กับนักท่องเที่ยวได้

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านทำเลที่ตั้ง จากผลการวิจัยพบว่าทำเลที่ตั้งมีความสัมพันธ์และอิทธิพลสูงสุดต่อความน่าหลงใหล ผู้ประกอบการร้านกาแฟขนาดเล็กควรพิจารณาเลือกพิกัดร้านที่เชื่อมโยงหรือใกล้กับแหล่งท่องเที่ยวหลักของชุมชน เช่น เส้นทางเดินเท้าท่องเที่ยว แหล่งประวัติศาสตร์ หรือจุดชมวิวทางธรรมชาติ

1.2 ด้านบุคลากร ผู้ประกอบการควรสนับสนุนให้คนในพื้นที่เข้ามามีบทบาทหลักในการให้บริการและควรมีการฝึกอบรมทักษะการเล่าเรื่อง (storytelling) เกี่ยวกับวิถีชีวิตหรือประวัติศาสตร์ชุมชนควบคู่ไปกับทักษะการชงกาแฟ เพราะความเป็นมิตรและอัธยาศัยของคนในท้องถิ่นคือปัจจัยสำคัญที่สร้างความประทับใจและความน่าหลงใหลในด้านความเป็นมิตร

1.3 ด้านลักษณะทางกายภาพ หน่วยงานภาครัฐและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น สำนักงานการท่องเที่ยวและกีฬาจังหวัดกาญจนบุรี ททท. สำนักงานกาญจนบุรี ควรส่งเสริมงบประมาณหรือองค์ความรู้ในการออกแบบร้านกาแฟ โดยใช้วัสดุและศิลปวัฒนธรรมท้องถิ่นของจังหวัดกาญจนบุรีมาเป็นแกนหลักในการตกแต่งเพื่อสร้าง

เอกลักษณ์เฉพาะตัวและความลึกลับน่าค้นหา ซึ่งจะช่วยสร้างความแตกต่างจากร้านกาแฟในรูปแบบพาณิชย์ทั่วไป

1.4 ด้านกลยุทธ์การสื่อสาร ควรปรับลดการส่งเสริมการตลาดที่เน้นการลดแลกแจกแถมหรือการโฆษณาที่ปรุงแต่งจนเกินไป การเล่าเรื่องที่ยัดเยียดหรือไม่เป็นธรรมชาติ จากผลการวิจัยชี้ว่าอาจส่งผลเชิงลบต่อมิติความน่าหลงใหล แต่ควรเปลี่ยนมาเน้นการตลาดเชิงเนื้อหาที่บอกเล่าเรื่องราวความจริงใจของชุมชนเพื่อสร้างคุณค่าทางจิตใจให้กับนักท่องเที่ยว

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการศึกษาในรูปแบบการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (focus group) กับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เช่น ผู้นำชุมชน หรือปราชญ์ท้องถิ่น เพื่อค้นหาต้นทุนทางวัฒนธรรมที่เฉพาะเจาะจงในแต่ละพื้นที่ของจังหวัดกาญจนบุรี และนำมาพัฒนาเป็นอัตลักษณ์ของร้านกาแฟในระดับชุมชนให้ชัดเจนยิ่งขึ้น และการศึกษาปัจจัยเชิงพฤติกรรมอื่นๆ เพื่อทำความเข้าใจพฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึกที่ส่งผลต่อการเติบโตอย่างยั่งยืนของธุรกิจกาแฟชุมชน

เอกสารอ้างอิง

คณะกรรมการนโยบายการท่องเที่ยวแห่งชาติ. (2566). *แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ ฉบับที่ 3 พ.ศ. 2566–2570*. กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. https://planning.dusit.ac.th/main/wp-content/uploads/2023/06/แผนพัฒนาการท่องเที่ยวแห่งชาติ-ฉบับที่-3-พ.pdf.

จังหวัดนครพนม. (2566). *แผนพัฒนาจังหวัดนครพนม พ.ศ. 2566–2570*. สำนักงานจังหวัดนครพนม. http://www2.nakhonphanom.go.th/news/detail/602.

พจนา สวนศรี. (2546). *คู่มือการจัดการท่องเที่ยวโดยชุมชน*. โครงการท่องเที่ยวเพื่อชีวิตและธรรมชาติ.

วรรณภา อุดมผล. (2565). *การศึกษาระดับศักยภาพการท่องเที่ยวเชิงอาหารของชุมชนท่องเที่ยวในเขตพื้นที่ภาคตะวันออก*. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยบูรพา.

วันเพ็ญ จิตรเจริญ, ปิ่นม์ ปราเสนอมรกิจ, สุรพล ใจวงศ์ษา, อภินันท์ จิตรเจริญ, ธิติวัฒน์ ตาคำ, ไพโรจน์ ไชยเมืองชื่น, กีรติ ลุสมจารี, กนกวรรณ เวชกามา, นิโรธ โฉมศรี, ณัฐชัย เที่ยงบุรณธรรม, วรัญญา ธาราเวชรักษ์, ญาณี ศรีต๊ะ, อนิษา ประดาอินทร์, ศิริขวัญ ปัญญาเรียน, เพียงกานต์ นามวงศ์, นราวิชญ์ ความมั่น และเกษไชม บุญโสม. (2561). *การส่งเสริมศักยภาพการแข่งขันธุรกิจกาแฟอาราบิก้าแบบครบวงจรในเขตภาคเหนือของประเทศไทย เพื่อรองรับการเปิดเสรีการค้าเสรีอาเซียน*. รายงานวิจัย. มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลล้านนา.

ฤทธิ์เจตน์ รินแก้วกาญจน์. (2561). *ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) และปัจจัยด้านการให้บริการที่มีอิทธิพลต่อความพึงพอใจของผู้ใช้บริการคลินิกการแพทย์แผนจีนหัวเฉียว*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม. https://e-research.siam.edu/kb/marketing-mix-7ps-and-service-factors-affecting-to-the-satisfaction-of-patients-of-huacheiw-traditional-chinese-medicine-clinic-in-bangkok/.

ศิริเพ็ญ ดาบเพชร. (2565). การวิเคราะห์โมเดลประสบการณ์การท่องเที่ยวที่น่าจดจำและคุณลักษณะของแหล่งท่องเที่ยวที่ส่งผลต่อการกลับมาเที่ยวซ้ำ. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 11(5)*, R-219–R-233. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/255321.

Berto, R., Baroni, M. R., Zainaghi, A., & Bettella, S. (2010). An exploratory study of the effect of high and low fascination environments on attentional fatigue. *Journal of Environmental Psychology*, *30*(4), 494–500. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0272494409001054.

Booms, B. H., & Bitner, M. J. (1981). Marketing strategies and organization structure for service firms. In J. Donnelly & W. R. George (Eds.), *Marketing of Services* (pp. 47–51). American Marketing Association.

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

Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, *16*(3), 297–334. https://doi.org/10.1007/BF02310555.

Girish, V.G., Park, E., & Lee, C.– K. (2021). Testing the influence of destination source credibility, destination image, and destination fascination on the decision-making process: Case of the Cayman Islands. *International Journal of Tourism Research*, 23(4), 569–580. https://doi.org/10.1002/jtr.2427.

Jorgio, A. M. M., Acuhido, L. N. P., Paracuelles, S. F. S., & Gueco, I. (2021). Marketing mix assessment of Cafe Agapita: Basis for digital marketing strategy. *International Journal of Thesis Projects and Dissertations*, *9*(2), 81–89. https://www.researchpublish.com/papers/marketing–mix–assessment–of–cafe–agapita–basis–for–digital–marketing–strategy.

Kaplan, R., & Kaplan, S. (2011). Well-being, reasonableness, and the natural environment. *Applied Psychology: Health and Well-Being*, *3*(3), 304–321. https://doi.org/10.1111/j.1758–0854.2011.01055.x.

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

Liu, C.–R., Wang, Y.–C., Huang, W.–S., & Chen, S.–P. (2017). Destination fascination: Conceptualization and scale development. *Tourism Management*, *63*, 255–267. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0261517717301450?via%3Dihub.

Marcello, J. S., & Dela Fuente, R. O. (2023). A case study on the marketing mix responses of Café De' Nilo at Taguig City amidst pandemic. *International Journal of Marketing and Digital Creative*, *1*(2), 15–28. https://journals.researchsynergypress.com/index.php/ijmadic/article/view/1596/1247.

Mtapuri, O., Camilleri, M. A., & DłuŻewska, A. (2022). Advancing community-based tourism approaches for the sustainable development of destinations. *Sustainable Development*, *30*(3), 423–432. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/abs/10.1002/sd.2257.

Prakoso, A. A., Pradipto, E., Roychansyah, M. S., & Nugraha, B. S. (2020). Community–based tourism: Concepts, opportunities and challenges. *Journal of Sustainable Tourism and Entrepreneurship*, *2*(2), 95–107. https://doi.org/10.35912/JOSTE.V212.536.

Prasad, R. (2025). *The impact of AI on marketing automation and customer satisfaction.* Independent study, Master of Business Administration. Siam University. https://e–research.siam.edu/kb/the–impact–of–ai/.

Sthapit, E., & Coudounaris, D. N. (2018). Memorable tourism experiences: Antecedents and outcomes. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, *18*(1), 72–94. https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/15022250.2017.1287003.

Wang, Y.–C., Liu, C.–R., Huang, W.–S., & Chen, S.–P. (2020). Destination fascination and destination loyalty: Subjective well–being and destination attachment as mediators. *Journal of Travel Research*, *59*(3), 496–511. https://doi.org/10.1177/0047287519839777.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การศึกษาการสะกิดพฤติกรรมทางการเงินผ่านช่องทางดิจิทัล ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของคนรุ่นเจนวายและเจนซี ในประเทศไทย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันการเงิน

Digital financial nudges affecting saving behaviour among Gen Y and Gen Z in Thailand: A case study of financial applications

ปุณญิสา แต้ศิริ[1*]
Poonyisa Taesiri[1*]

[1]กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[1]Department of Finance, School of Business, University of the Thai Chamber of Commerce (UTCC)
Corresponding author's e-mail: poonyisa.bonus@gmail.com[1]

Received: March 14, 2026 Revised: March 24, 2026 Accepted: April 11, 2026

บทคัดย่อ

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตการออม โดยประชาชนส่วนใหญ่มีทัศนคติเชิงบวกต่อการออม แต่ไม่สามารถปฏิบัติได้จริง ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึง "ช่องว่างระหว่างความตั้งใจและการกระทำ" หรือ intention–action gap โดยเฉพาะในกลุ่มเจนวาย และเจนซี ที่เติบโตมาพร้อมกับแอปพลิเคชันทางการเงิน การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออม 2) วิเคราะห์การตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ทั้ง 9 รูปแบบ และ 3) ศึกษาปัจจัยด้านทัศนคติและการยอมรับเทคโนโลยีที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 406 คน โดยแบ่งเป็นเจนวาย 204 คน และเจนซี 202 คน โดยใช้แบบสอบถามจำลองสถานการณ์ออนไลน์ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา การทดสอบค่าที วิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่ากลุ่มตัวอย่างมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออมในระดับสูงแต่ยังมีพฤติกรรมการตอบสนองความต้องการทันที บ่งชี้ถึงช่องว่างระหว่างความตั้งใจกับการลงมือทำจริง อย่างชัดเจน ในด้านการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน กลไกการให้รางวัลและแรงจูงใจมีประสิทธิภาพสูงสุด ในขณะที่การเปรียบเทียบทางสังคมได้รับการตอบสนองต่ำสุด นอกจากนี้ การยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยทำนายพฤติกรรมการออมที่มีอิทธิพลสูงสุด โดยเบต้าเท่ากับ .345 และเมื่อ

เปรียบเทียบระหว่างเจเนอเรชัน พบว่าเจนวาย มีความสม่ำเสมอในการออมมากกว่า ขณะที่เจนซี โดดเด่นด้านการตั้งเป้าหมายและการใช้เครื่องมือดิจิทัลเพื่อการออม ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าสถาบันการเงินควรออกแบบสถาปัตยกรรมทางเลือกที่ใช้งานง่าย นำระบบอัตโนมัติมาลดภาระการตัดสินใจ และใช้กลไกรางวัลเพื่อสร้างวินัยทางการเงินที่ยั่งยืน

คำสำคัญ: การสะกิดเตือนทางการเงินแบบดิจิทัล, พฤติกรรมการออม, แอปพลิเคชันการเงิน, เจนวาย และเจนซี, การยอมรับเทคโนโลยี

Abstract

Thailand is currently facing a savings crisis in which the majority of individuals hold positive attitudes toward saving yet struggle to translate these intentions into actual behavior, reflecting a phenomenon known as the "Intention–Action Gap." This challenge is particularly evident among Generation Y and Generation Z, cohorts that have grown up alongside digital financial applications. This research aimed to: 1) examine personal factors influencing saving behavior; 2) analyze user responses to nine forms of digital financial nudges; and 3) investigate the effects of attitudes and technology acceptance on saving behavior. A quantitative research design was employed, collecting data from 406 participants (comprising 204 from Generation Y and 202 from Generation Z) through an online scenario–based questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, independent samples t–tests, one–way ANOVA, Pearson correlation coefficients, and multiple regression analysis. The findings revealed that while participants held highly positive attitudes toward saving, they simultaneously exhibited present–biased behavior, reflecting a clear intention–action gap. Regarding digital financial nudge, reward and incentive mechanism demonstrated the highest effectiveness, whereas social comparison nudges received the lowest responsiveness. Technology acceptance emerged as the strongest predictor of saving behavior. Generational comparisons indicated that Generation Y displayed greater consistency in saving habits, whereas Generation Z showed stronger tendencies toward goal setting and the use of digital saving tools. These findings suggest that financial institutions should design user–friendly choice architectures, leverage automation to reduce decision–making burden, and implement reward mechanisms to foster sustainable financial discipline.

Keywords: digital financial nudges, saving behavior, financial applications, generation Y and generation Z, technology acceptance

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ประเทศไทยกำลังเผชิญกับวิกฤตการออม จากข้อมูลของ workpointTODAY (2568) ที่รายงานสถิติบัญชีเงินฝากคนไทย จากข้อมูลธนาคารแห่งประเทศไทย ว่าบัญชีเงินฝาก เผยว่าบัญชีเงินฝากในระบบธนาคารพาณิชย์กว่า 123 ล้านบัญชีมีเงินฝากไม่ถึง 50,000 บาท และแม้คนไทยร้อยละ 61.6 จะมีการวางแผนออมเพื่อเกษียณ แต่มีเพียงร้อยละ 15.7 เท่านั้น ที่ออมได้สำเร็จตามเป้าหมาย (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) สะท้อนว่าปัญหาการออมเป็นปัญหาเชิงพฤติกรรมและจิตวิทยา โดยพฤติกรรมการออมเงิน (saving behavior) ถูกกำหนดโดยอคติชอบปัจจุบัน

(present bias) และพฤติกรรมการแสวงหาความพึงพอใจในทันที (instant gratification) จนเกิดช่องว่างระหว่างความตั้งใจและการกระทำ (intention–action gap) ที่ไม่สามารถอธิบายได้ด้วยทฤษฎีเศรษฐศาสตร์กระแสหลักเพียงอย่างเดียว (Thaler & Sunstein, 2008) โดยเฉพาะในกลุ่มเจนวาย และเจนซี (รวมกว่า 25 ล้านคน) ซึ่งเป็นกำลังแรงงานหลักและผู้ใช้งานโมบายแบงก์กิ้ง รายใหญ่ที่สุด (ไพลิน สันติวานิชกุล และวรดี จงอัศญากุล, 2565) แต่กลับมีอัตราการออมเฉลี่ยเพียงร้อยละ 5.2 ของรายได้ ต่ำกว่ามาตรฐานสากลที่ร้อยละ 10–20 และร้อยละ 82.1 ยังคงออมในรูปแบบเงินสดที่ไม่ก่อให้เกิดผลตอบแทน สะท้อนช่องว่างระหว่างการเข้าถึงเทคโนโลยีและพฤติกรรมการออมที่แท้จริง

แนวทางแก้ไขที่มีศักยภาพสูงคือการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ซึ่งอาศัยหลัก nudge theory ของ thaler & Sunstein (2008) ในการออกแบบสถาปัตยกรรมทางเลือก (choice architecture) เพื่อชี้นำพฤติกรรมโดยไม่จำกัดเสรีภาพในการตัดสินใจ กลไกดิจิทัลทั้ง 9 รูปแบบ อาทิ การแจ้งเตือนอัตโนมัติ การแสดงความก้าวหน้าด้วยภาพ ระบบรางวัล และการเปรียบเทียบทางสังคม ได้รับการพิสูจน์ว่ามีประสิทธิภาพในการเปลี่ยนพฤติกรรมการออม (Wijland et al., 2016) อย่างไรก็ตาม ประสิทธิผลของการสะกิดพฤติกรรม ยังขึ้นอยู่กับการยอมรับเทคโนโลยี (technology acceptance) ตามแบบจำลอง TAM ของ Davis (1989) ซึ่งชี้ว่าหากผู้ใช้รับรู้ถึงประโยชน์ (perceived usefulness) และความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ย่อมส่งผลต่อพฤติกรรมการออมได้จริง ทั้งนี้ งานวิจัยในบริบทสังคมไทยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน การยอมรับเทคโนโลยี และพฤติกรรมการออมในกลุ่มเจนวาย และเจนซี ยังมีอยู่อย่างจำกัด

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงดำเนินการศึกษาอิทธิพลของการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ปัจจัยด้านการยอมรับเทคโนโลยี ทัศนคติ และพฤติกรรมความพึงพอใจทันที (instant gratification) ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของกลุ่มเจนวาย และเจนซี ในประเทศไทย ผ่านกรณีศึกษาแอปพลิเคชันการเงิน เพื่อนำไปสู่ข้อเสนอแนะเชิงนโยบายและการออกแบบสถาปัตยกรรมทางเลือกทางการเงินดิจิทัลที่เหมาะสมกับบริบทของคนรุ่นใหม่ไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซีที่ใช้แอปพลิเคชันการเงิน

2. เพื่อศึกษาการรับรู้และการตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และ เจนซี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี

การทบทวนวรรณกรรม

การศึกษาการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี ในประเทศไทย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันการเงิน ผู้วิจัยได้มีสมมติฐาน คือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ 2) การรับรู้และการตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี และ 3) ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่น เจนวาย และ เจนซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งในการศึกษาวิจัยที่เป็นไปตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยครั้งนี้ จึงได้ศึกษา

ค้นคว้าข้อมูลและได้รวบรวม แนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมของเจเนอเรชัน (generation)

Generation Y (เจนวาย) หมายถึง ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2524–2539 เป็นกลุ่มที่เติบโตมาพร้อมกับเทคโนโลยีและอินเทอร์เน็ต มีความเชื่อมั่นในตนเองสูง ชอบความยืดหยุ่น และให้ความสำคัญกับประสบการณ์มากกว่าการครอบครองทรัพย์สิน พฤติกรรมการจับจ่ายเน้นความสมดุลระหว่างคุณภาพและราคา เลือกแบรนด์จากค่านิยม และตัดสินใจซื้อสิ่งที่ตอบโจทย์ไลฟ์สไตล์ ในขณะที่เจนซี ซึ่งเป็น ผู้ที่เกิดระหว่างปี พ.ศ. 2540–2555 มีแนวโน้มใช้เทคโนโลยีทางการเงินหลากหลายกว่า โดยไพลิน สันติวานิชกุล และวรดี จงอัศญากุล (2565) พบว่า เจนซี ใช้โมบายแบงก์กิ้ง และเงินอิเล็กทรอนิกส์ (e–money) ถึงร้อยละ 93 สูงกว่า เจนวาย และเจนเอกซ์ อย่างมีนัยสำคัญ ขณะที่ Riyani et al. (2025) ซึ่งศึกษาในบริบทอินโดนีเซียพบว่าระดับความรู้ทางการเงิน (financial literacy) ของ เจนซี ยังต่ำกว่า เจนวาย แม้จะเข้าถึงเครื่องมือดิจิทัลมากกว่า สิ่งที่น่าสนใจคือ แม้ทั้งสองเจเนอเรชันจะแสดงความตระหนักถึงความสำคัญของการออม แต่ทั้งคู่ยังมีพฤติกรรมการแสวงหาความพึงพอใจในทันที หรือในระดับสูง สอดคล้องกับผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ที่พบว่ามีช่องว่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างความตั้งใจออมและพฤติกรรมออมจริง ซึ่งเป็นเหตุผลสำคัญที่นำไปสู่สมมติฐานที่ 1 ว่าปัจจัยส่วนบุคคลของทั้งสองเจเนอเรชั่นจะส่งผลต่อพฤติกรรมการออมแตกต่างกัน

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์การออมและพฤติกรรม instant gratification

สมมติฐานรายได้สมบูรณ์ (absolute income hypothesis) ของ Keynes อธิบายว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การออมจะเพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าการบริโภค ขณะที่ทฤษฎีวงจรชีวิต (life cycle theory) ของ Modigliani & Brumberg (1954) อธิบายว่าบุคคลในวัยกลางคน (ซึ่งครอบคลุม เจนวาย) มีแนวโน้มออมมากกว่าวัยเริ่มต้นอาชีพ (เจนซี)เนื่องจากรายได้มั่นคงและภาระหนี้ลดลง ทฤษฎีทั้งสองนี้ทำนายรูปแบบพฤติกรรมที่แตกต่างกันระหว่างเจเนอเรชั่น อย่างไรก็ตาม เศรษฐศาสตร์พฤติกรรม (behavioral economics) ชี้ว่าปัจจัยทางจิตวิทยา โดยเฉพาะอคติของปัจจุบัน (present bias) และการด้อยค่ารางวัลตามระยะเวลา (hyperbolic discounting) ทำให้มนุษย์ประเมินค่าผลตอบแทนระยะสั้นสูงเกินจริงเมื่อเทียบกับผลตอบแทนระยะยาว นำไปสู่พฤติกรรมการแสวงหาความพึงพอใจในทันที หรือความพึงพอใจทันที ที่ขัดแย้งกับความตั้งใจออม (Thaler & Benartzi, 2004) งานวิจัยของวรางคณา จิตราภัณฑ์ (2566) ในกลุ่มเจนวาย ไทยพบว่าพฤติกรรมบริโภคนิยมเป็นอุปสรรคสำคัญของการออม แม้จะมีทัศนคติที่ดีต่อการออมก็ตาม จึงชี้ว่าพฤติกรรมการแสวงหาความพึงพอใจในทันที ควรมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมการออม ซึ่งนำไปสู่สมมติฐานที่ 3 (บางส่วน)

แนวคิดและทฤษฎีการยอมรับเทคโนโลยี

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) ระบุว่าปัจจัยหลักที่กำหนดการยอมรับเทคโนโลยีคือ "การรับรู้ถึงประโยชน์" (perceived usefulness) และ การรับรู้ถึงความง่ายในการใช้งาน (perceived ease of use) ซึ่งส่งผลต่อทัศนคติและความตั้งใจในการใช้งานจริง สอดคล้องกับ Theory of Reasoned Action (TRA) และ Theory of Planned Behavior (TPB) ที่อธิบายว่าพฤติกรรมเกิดจากความตั้งใจซึ่งได้รับอิทธิพลจากทัศนคติและบรรทัดฐานทางสังคม ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนั้น ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562) พบว่าการรับรู้ประโยชน์และความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจใช้โมบายแบงก์กิ้ง อย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ Aboelmaged & Gebba (2013) ที่พบผลคล้ายกันในบริบทตะวันออกกลาง และ Alsamydai (2014) ที่ยืนยันว่าการยอมรับเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญในการส่งเสริมพฤติกรรมการออม อย่างไรก็ตาม งานวิจัยในบริบทไทยที่เชื่อมโยงการยอมรับเทคโนโลยีกับการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ยังมีจำกัด จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 3

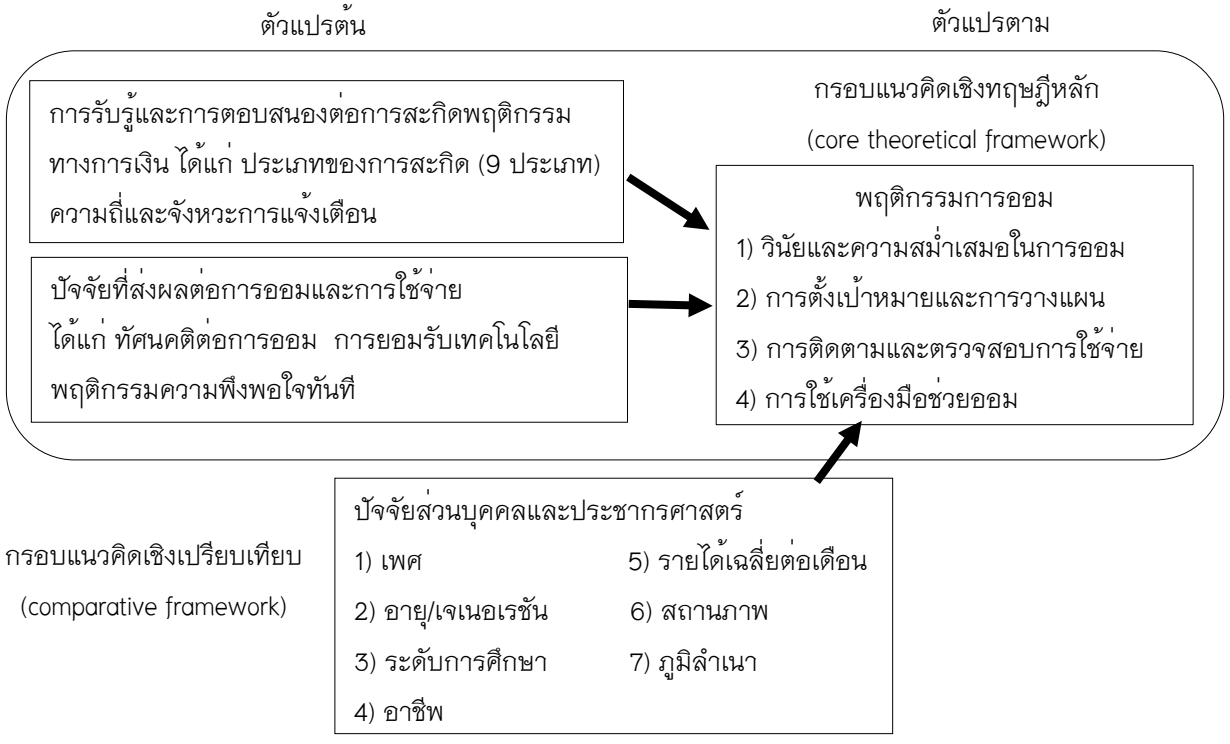
(บางส่วน) ว่าการยอมรับเทคโนโลยีจะมีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการออม

แนวคิดและทฤษฎีการสะกิด (nudge theory) และการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน

ทฤษฎีการสะกิด (nudge theory) ของ Thaler & Sunstein (2008) เสนอว่าการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมหรือสถาปัตยกรรมทางเลือก (choice architecture) เล็กน้อยสามารถชี้นำพฤติกรรมไปในทิศทางที่พึงประสงค์โดยไม่จำกัดสิทธิ์ในการเลือก ในบริบทดิจิทัลนั้นการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ได้รับการพัฒนาใน 9 รูปแบบหลัก ได้แก่ การสะกิดด้วยการตั้งเป้าหมาย (goal setting nudge) การสะกิดด้วยการเปรียบเทียบทางสังคม (social comparison nudge) การสะกิดด้วยการตั้งค่าเริ่มต้น (default setting nudge) การสะกิดด้วยการให้ข้อมูลป้อนกลับ (feedback nudge) การสะกิดด้วยการให้คำมั่นล่วงหน้า (pre-commitment nudge) การสะกิดด้วยการแสดงความคืบหน้าเป็นภาพ (visual progress nudge) การสะกิดด้วยรางวัลและแรงจูงใจ (reward/incentive nudge) การสะกิดด้วยความท้าทาย (challenge nudge) และการสะกิดด้วยการออมแบบก้าวหน้า (progressive saving nudge) ในส่วนของงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าประสิทธิภาพของการสะกิด (nudges) แต่ละประเภทมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามบริบทวัฒนธรรม Wijland et al. (2016) พบว่า เกมมิฟิเคชัน (gamification) และการเลือกในสิ่งที่เราต้องการ (default options) มีประสิทธิภาพสูงในการกระตุ้นพฤติกรรมการออมผ่านแอปธนาคาร ขณะที่ Steele (2024) ชี้ให้เห็นว่า การกระตุ้นด้วยรางวัล (reward nudges) มีประสิทธิผลโดยเฉพาะในกลุ่มที่มีอคติของปัจจุบัน (present bias)สูง เนื่องจากสร้างผลตอบแทนทันทีที่ชดเชยความพึงพอใจฉับพลัน งานวิจัยในประเทศไทยยังมีน้อย การนำทฤษฎีการสะกิดมาใช้กับพฤติกรรมการเงินของคนไทยยังมีช่องว่างทางวิจัยอย่างมีนัยสำคัญ จึงนำไปสู่สมมติฐานที่ 2 ว่า การสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน จะมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การศึกษาการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของคนรุ่นเจนวาย และเจนซีในประเทศไทย: กรณีศึกษาแอปพลิเคชันการเงิน ผู้วิจัยกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) มีวิธีการดำเนินการวิจัยดังต่อไปนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ประชาชนไทยกลุ่มเจเนอเรชันวาย (อายุ 29–44 ปี) จำนวน 15,051,170 คน และเจเนอเรชัน (อายุ 13–28 ปี) จำนวน 10,800,177 คน รวม 25,851,347 ที่อาศัยอยู่ในประเทศไทยและใช้งานแอปพลิเคชันทางการเงินอย่างน้อย 1 แอปพลิเคชัน

กลุ่มตัวอย่าง กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาวิจัยเป็นคนไทยที่อยู่ในช่วงเจนวาย และเจนซี โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane) ที่ระดับค่าความเชื่อมั่นร้อยละ 95 (ธีรวุฒิ เอกะกุล, 2543) จากผลการคำนวณพบว่าจำนวนประชากรกลุ่มตัวอย่างที่เหมาะสมในงานวิจัยครั้งนี้ คือ 400 คนโดยแบ่งเป็น เจนวาย จำนวน 200 คน และเจนซี จำนวน 200 คนโดยผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลจริงได้ทั้งสิ้น 406 คน แบ่งเป็น เจนวาย จำนวน 204 คน และเจนซี จำนวน 202 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามออนไลน์ (Google Forms) โดยแบ่งออกเป็น 5 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปเป็นลักษณะทางประชากรศาสตร์ เช่น เพศ อายุ อาชีพ รายได้ ส่วนที่ 2 การตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน เป็นแบบสอบถามจำลองสถานการณ์ 9 รูปแบบ เพื่อวัดระดับการกระตุ้นพฤติกรรมการออม ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายโดย วัดทัศนคติ พฤติกรรมความพึงพอใจทันที และการยอมรับเทคโนโลยี โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Likert scale) ส่วนที่ 4 พฤติกรรมการออมปัจจุบันโดยวัดวินัย ความสม่ำเสมอ และเป้าหมายการออม ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะโดยเป็นคำถามปลายเปิดเกี่ยวกับฟีเจอร์ที่ต้องการในแอปพลิเคชัน ทั้งนี้ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามมาหาคุณภาพของเครื่องมือโดยให้ผู้เชี่ยวชาญด้านการเงินและเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความครอบคลุมและภาษาที่ใช้ โดยคัดเลือกเฉพาะข้อคำถามที่มีค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ตั้งแต่ .5 ขึ้นไป ทั้งนี้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่มีลักษณะใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน นำผลที่ได้มาหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) โดยข้อคำถามในแต่ละส่วนมีค่าความเชื่อมั่นผ่านเกณฑ์มาตรฐานที่มากกว่าหรือเท่ากับ .7 ขึ้นไป (เกียรติสุดา ศรีสุข, 2552)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิผ่านช่องทางออนไลน์ (google forms) โดยกระจายแบบสอบถามไปยังกลุ่มเป้าหมายในช่วงเดือนสิงหาคม – ตุลาคม พ.ศ. 2568 เนื่องจากประชากรกลุ่มเจนซี ในการศึกษานี้ครอบคลุมผู้ที่มีอายุระหว่าง 13–28 ปี ซึ่งมีผู้เยาว์ (อายุต่ำกว่า 18 ปีบริบูรณ์) รวมอยู่ด้วย ดังนั้นการตอบแบบสอบถามนี้จะต้องได้รับความยินยอมโดยสมัครใจและการขอความยินยอมจากผู้ปกครอง สำหรับกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่ำกว่า 18 ปี และไม่เก็บข้อมูลที่สามารถระบุตัวตนของผู้ตอบได้ เช่น ชื่อ เลขประจำตัวประชาชน หรือข้อมูลบัญชีการเงิน ข้อมูลทั้งหมดถูกเก็บในรูปแบบที่ไม่สามารถระบุตัวตนได้ (anonymized) และนำเสนอในภาพรวมเท่านั้น

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ตามรายละเอียดดังนี้

4.1 สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ใช้ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายข้อมูลทั่วไปและระดับความคิดเห็น

4.2 สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) ทดสอบความแตกต่างของตัวแปรด้วย การทดสอบทีแบบอิสระ

(independent t-test) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่าง เจนวาย และ เจนซี และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one-way ANOVA) เปรียบเทียบค่าเฉลี่ยระหว่างกลุ่มที่มีเพศ ระดับการศึกษา อาชีพ และระดับรายได้แตกต่างกัน

4.3 การวิเคราะห์ความสัมพันธ์และผลกระทบ ใช้สถิติสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน กับพฤติกรรมการออม และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อวิเคราะห์อิทธิพลของปัจจัยหลายตัว (ทัศนคติ การยอมรับเทคโนโลยี พฤติกรรมความพึงพอใจทันที ที่สามารถร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการออมได้

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) สำหรับคำถามปลายเปิด

ผลการวิจัย

ผู้ศึกษาใช้การวิเคราะห์ข้อมูล 2 วิธีคือ สถิติเชิงพรรณนา และสถิติเชิงอนุมานโดย การวิเคราะห์ความแตกต่างระหว่างตัวแปร ผลการศึกษาสามารถสรุปได้ดังนี้

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่น เจนวาย และเจนซี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลการทดสอบยอมรับสมมติฐาน รายละเอียด ดังนี้

ด้านเพศ พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 7 จาก 12 พฤติกรรม โดยเพศชายมีพฤติกรรมการออมดีกว่าเพศหญิงในหลายด้าน โดยเฉพาะการออมอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน การวางแผนระยะยาว การตรวจสอบยอดเงินก่อนซื้อของ การใช้เครื่องมือช่วยออม ความพอใจกับการออม การหลีกเลี่ยงการใช้จ่ายไม่จำเป็น และการมีวินัยในการออม ผลนี้อาจสะท้อนความแตกต่างในการจัดการอารมณ์และการควบคุมแรงกระตุ้นระหว่างเพศ

ด้านช่วงวัย (generation) พบความแตกต่างใน 3 พฤติกรรมหลัก คือเจนซี มีการตั้งเป้าหมายการออมที่ชัดเจนกว่า ($\overline{X}$ = 4.21) และใช้เครื่องมือหรือแอปช่วยในการออมมากกว่า ($\overline{X}$ = 3.90) สะท้อนความคุ้นเคยกับเทคโนโลยีของคนรุ่นใหม่ แต่เจนวาย กลับออมเงินอย่างสม่ำเสมอมากกว่า ซึ่ง($\overline{X}$ = 3.95) อาจเนื่องจากมีรายได้และความมั่นคงในอาชีพมากกว่า

ด้านระดับการศึกษา พบความแตกต่างใน 7 พฤติกรรม โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีพฤติกรรมการออมดีกว่าในเกือบทุกด้าน โดยเฉพาะการออมสม่ำเสมอ การมีเงินออมฉุกเฉิน และความพอใจกับการออม น่าสนใจว่ากลุ่มการศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรีกลับมีค่าเฉลี่ยสูงในการตรวจสอบยอดเงินก่อนซื้อของและการใช้เครื่องมือช่วยออม อาจเนื่องจากต้องระมัดระวังการใช้จ่ายมากกว่า

ด้านอาชีพ พบความแตกต่างมากที่สุดคือ 11 จาก 12 พฤติกรรม (ยกเว้นการตั้งเป้าหมาย) โดยข้าราชการ/รัฐวิสาหกิจมีพฤติกรรมการออมดีที่สุดในเกือบทุกด้าน เนื่องจากมีรายได้สม่ำเสมอและความมั่นคงในอาชีพ ขณะที่นักเรียน/นักศึกษาและฟรีแลนซ์มีพฤติกรรมการออมต่ำกว่ากลุ่มอื่น สะท้อนปัญหารายได้ไม่แน่นอน พนักงานบริษัทเอกชนมีพฤติกรรมการออมในระดับปานกลาง อาจเนื่องจากมีรายได้ดีแต่ค่าใช้จ่ายสูง

ด้านรายได้ พบความแตกต่างใน 10 พฤติกรรม โดยความสัมพันธ์เป็นแบบเส้นตรง คือยิ่งรายได้สูงยิ่งมีพฤติกรรมการออมดี โดยเฉพาะกลุ่มรายได้มากกว่า 100,000 บาทมีค่าเฉลี่ยสูงสุดในเกือบทุกพฤติกรรมระหว่าง 4.25-5.00 กลุ่มไม่มีรายได้มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในทุกด้านโดยค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.18-3.91 น่าสังเกตว่ากลุ่มรายได้ 50,001-100,000 บาทกลับมีความพอใจกับการออมและวินัยในการออมต่ำกว่ากลุ่มรายได้ 30,001-50,000 บาท อาจเนื่องจากพฤติกรรมที่เมื่อรายได้เพิ่มขึ้น คนมักจะเพิ่มการใช้จ่ายตามไปด้วยหรือ lifestyle inflation

สมมติฐานที่ 2 การรับรู้และการตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี โดย ผลการทดสอบยอมรับสมมติฐาน ซึ่งพบความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .396 และ นัยสำคัญทางสถิติ < .001 แสดงว่ายิ่งมีการตอบสนองต่อการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน มาก ยิ่งมีพฤติกรรมการออมที่ดี เมื่อพิจารณารายประเภท พบว่าการสะกิดด้วยการเปรียบเทียบทางสังคม (social comparison nudge) มีความสัมพันธ์สูงสุด โดยค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ (r) เท่ากับ .316 รองลงมาคือ การสะกิดด้วยการแสดงความคืบหน้าเป็นภาพ (visual progress nudge) ซึ่งทั้งสองอยู่ในระดับปานกลาง ส่วนการสะกิดด้วยการให้ข้อมูลป้อนกลับ (feedback nudge) การสะกิดด้วยความท้าทาย (challenge nudge) การสะกิดด้วยรางวัลและแรงจูงใจ (reward/Incentive nudge) การสะกิดด้วยการตั้งค่าเริ่มต้น (default setting nudge) การสะกิดด้วยการออมแบบก้าวหน้า (progressive saving nudge) การสะกิดด้วยการตั้งเป้าหมาย (goal setting nudge) และการสะกิดด้วยการให้คำมั่นล่วงหน้า (pre-commitment nudge) มีความสัมพันธ์ในระดับต่ำ ที่น่าสนใจคือการสะกิดด้วยการเปรียบเทียบทางสังคม (social comparison nudge) จะได้รับการตอบสนองต่ำสุด แต่กลับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมสูงสุด อาจหมายความว่าคนที่ตอบสนองต่อการเปรียบเทียบทางสังคมมีแนวโน้มออมเงินได้ดี แม้จะไม่ใช่วิธีที่ทุกคนชอบ

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมเงินของคนรุ่นเจนวาย และเจนซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยผลการทดสอบยอมรับสมมติฐานบางส่วน จากการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ พบว่าโมเดลมีความเหมาะสม โดยค่าสถิติ(F) เท่ากับ 68.442 และ ค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ <.001 สามารถอธิบายพฤติกรรมการออมได้ร้อยละ 34.1 ค่าสัมประสิทธิ์กำลังสองของการถดถอย (R^2) เท่ากับ .34 โดยการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลสูงสุด โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (ค่าเบต้า) เท่ากับ 0.345 และ ค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า .05 แสดงว่าการยอมรับและใช้เทคโนโลยีทางการเงินเป็นปัจจัยสำคัญที่สุดในการส่งเสริมพฤติกรรมการออมของเจนวาย และเจนซี ผลนี้สอดคล้องกับลักษณะของคนยุคดิจิทัล ที่คุ้นเคยกับเทคโนโลยี

ทัศนคติต่อการออม มีอิทธิพลเชิงบวก โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (ค่าเบต้า) เท่ากับ .240 และค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า .05 ยืนยันว่าการมีทัศนคติที่ดีเป็นพื้นฐานสำคัญของพฤติกรรมการออม แต่ทัศนคติเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ ต้องมีเครื่องมือและเทคโนโลยีช่วยด้วย

พฤติกรรมความพึงพอใจทันที มีอิทธิพลเชิงลบอย่างมีนัยสำคัญ โดยค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน (ค่าเบต้า) เท่ากับ –.091 และค่าความมีนัยสำคัญทางสถิติ น้อยกว่า .05 แม้ว่าค่าเบต้าจะมีขนาดเล็กกว่าตัวแปรอื่น ๆ แต่ก็ยังคงมีนัยสำคัญทางสถิติ และแสดงให้เห็นถึงอิทธิพลเชิงลบที่มีต่อพฤติกรรมการออม ซึ่งการที่ค่าสัมประสิทธิ์เป็นลบมีความหมายว่า เมื่อบุคคลมีพฤติกรรมความพึงพอใจทันที หรือความต้องการความพึงพอใจทันทีสูงขึ้น พฤติกรรมการออมของบุคคลนั้นจะลดลง นั่นคือ บุคคลที่มีแนวโน้มที่จะต้องการใช้จ่ายเงินทันทีเพื่อตอบสนองความต้องการในปัจจุบัน มักจะมีความยากลำบากในการยับยั้งชั่งใจและเลื่อนความพึงพอใจไปในอนาคต ส่งผลให้มีเงินออมน้อยลง พฤติกรรมนี้สะท้อนถึงการขาดการควบคุมตนเอง (self-control) และการมองไม่เห็นคุณค่าของผลประโยชน์ในระยะยาว

ผลการศึกษานี้แสดงให้เห็นว่าการส่งเสริมพฤติกรรมการออมในยุคดิจิทัลควรมุ่งเน้นการพัฒนาเทคโนโลยีทางการเงินที่ใช้งานง่าย ปลอดภัย และตอบสนองความต้องการของผู้ใช้ ควบคู่ไปกับการสร้างทัศนคติเชิงบวกต่อการออม โดยใช้การสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน โดยเฉพาะการให้รางวัล การแสดงความก้าวหน้า และการให้ข้อมูลป้อนกลับเป็นเครื่องมือหลักในการกระตุ้นพฤติกรรมการออม

ตาราง 1 สรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	สถิติที่ใช้	ผลการทดสอบ	Sig.	หมายเหตุ
สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันส่งผลให้พฤติกรรมการออมแตกต่างกัน				
1.1 เพศ	one-way ANOVA	ยอมรับสมมติฐาน	<.001-.024	พบความแตกต่าง 7 จาก 12 พฤติกรรม
1.2 Generation	independent t-test	ยอมรับสมมติฐานบางส่วน	.009-.044	พบความแตกต่าง 3 จาก 12 พฤติกรรม
1.3 ระดับการศึกษา	one-way ANOVA	ยอมรับสมมติฐาน	.004-.018	พบความแตกต่าง 7 จาก 12 พฤติกรรม
1.4 อาชีพ	one-way ANOVA	ยอมรับสมมติฐาน	<.001-.036	พบความแตกต่าง 11 จาก 12 พฤติกรรม
1.5 รายได้	one-way ANOVA	ยอมรับสมมติฐาน	<.001-.046	พบความแตกต่าง 10 จาก 12 พฤติกรรม
สมมติฐานที่ 2 การสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออม				
การสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมการออม	Pearson correlation	ยอมรับสมมติฐาน	<.001	r = .396 (ระดับปานกลาง)
สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม				
ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่ายมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออม	multiple regression	ยอมรับสมมติฐานบางส่วน	<.001	= .341 (34.1%)
3.1 ทัศนคติต่อการออม		มีอิทธิพล	<.05	β = .240
3.2 ความพึงพอใจทันที		มีอิทธิพลเชิงลบ	<.05	β = -.091
3.3 การยอมรับเทคโนโลยี		มีอิทธิพล	<.05	β = .345

จากคำตอบปลายเปิดของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการใช้แอปพลิเคชันทางการเงินและความต้องการฟีเจอร์เพื่อส่งเสริมการออม พบว่า ผู้ใช้ต้องการฟีเจอร์ที่สร้างแรงจูงใจ (incentive system) เช่น ระบบสะสมแต้มการเล่นเกมเพื่อรับรางวัล หรือสิทธิพิเศษเมื่อบรรลุเป้าหมายการออม ซึ่งสะท้อนแนวคิดเกมมิฟิเคชัน และแรงจูงใจเชิงพฤติกรรม (behavioral motivation) ต้องการระบบวิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลการออม (data visualization) เพื่อให้เห็นความก้าวหน้าของการออมอย่างชัดเจน ต้องการระบบช่วยจำและเตือนอัตโนมัติ (reminder nudges) เพื่อกระตุ้น

ให้เกิดการออมอย่างต่อเนื่อง และต้องการระบบป้องกันการถอนเงินก่อนเวลา เช่น “การล็อคบัญชีไม่ให้ถอนจนกว่าจะครบเป้าหมาย” ซึ่งเป็นลักษณะของ อุปกรณ์สร้างความมุ่งมั่น (Commitment Device)

การอภิปรายผล

การวิจัยนี้ ผู้วิจัยสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการออม

ความแตกต่างตามเพศ ผลการศึกษาพบว่าเพศมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 7 จาก 12 พฤติกรรม โดยกลุ่มเพศชายมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการออมสูงกว่าในหลายด้าน ได้แก่ การออมอย่างสม่ำเสมอทุกเดือน การวางแผนระยะยาว และการมีวินัยในการออม รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกพล สมวรรณ และอภิเทพ แซ่โค้ว (2560) ที่พบความแตกต่างในทิศทางเดียวกันในกลุ่มพนักงานบริษัทเอกชน และอาจเกี่ยวข้องกับกระบวนการขัดเกลาทางสังคมที่แตกต่างกันระหว่างเพศในด้านการจัดการการเงิน ซึ่งชี้ให้เห็นว่ารูปแบบพฤติกรรมทางการเงินระหว่างเพศมักสะท้อนการเรียนรู้ทางสังคมมากกว่าความแตกต่างโดยธรรมชาติ ความแตกต่างที่พบอาจสัมพันธ์กับตัวแปรร่วม เช่น ระดับรายได้หรืออาชีพที่กระจายตัวไม่เท่ากันระหว่างเพศในกลุ่มตัวอย่าง ทั้งนี้ แม้เพศหญิงจะมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการออมต่ำกว่าในหลายด้าน แต่กลับมีการใช้เครื่องมือแอปพลิเคชันช่วยออมสูงกว่าอย่างมีนัยสำคัญ สะท้อนกลยุทธ์การชดเชย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Barber & Odean (2001) ที่พบว่าเพศหญิงมีแนวโน้มใช้กลไกช่วยตัดสินใจมากกว่าเพศชาย

ความแตกต่างตามช่วงวัย ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและพฤติกรรมการออมใน 7 พฤติกรรม โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในด้านการออมอย่างสม่ำเสมอ การมีเงินสำรองฉุกเฉิน และความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการออมของตนเอง รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของเอกฉัตร สิริสรรคานันต์ (2547) ที่ชี้ว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้ทางการเงินและความสามารถในการวางแผนการออมในระยะยาว

ความแตกต่างตามระดับการศึกษา ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างระดับการศึกษาและพฤติกรรมการออมใน 7 พฤติกรรม โดยกลุ่มที่มีการศึกษาสูงกว่าปริญญาตรีมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในด้านการออมอย่างสม่ำเสมอ การมีเงินสำรองฉุกเฉิน และความพึงพอใจต่อพฤติกรรมการออมของตนเอง รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับแนวคิดของเอกฉัตร สิริสรรคานันต์ (2547) ที่ชี้ว่าระดับการศึกษามีความสัมพันธ์กับความรู้ทางการเงินและความสามารถในการวางแผนการออม

ความแตกต่างตามอาชีพ ผลการศึกษาพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติใน 11 จาก 12 พฤติกรรม ซึ่งถือเป็นตัวแปรที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมมากที่สุดในบรรดาตัวแปรประชากรศาสตร์ทั้งหมด โดยกลุ่มข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจมีค่าเฉลี่ยสูงกว่าในด้านการออมอย่างสม่ำเสมอ การติดตามยอดเงินออม และการวางแผนระยะยาว ในขณะที่กลุ่มฟรีแลนซ์มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดในด้านการออมอย่างสม่ำเสมอ รูปแบบดังกล่าวสอดคล้องกับ life cycle theory และแนวคิดของธนาคารแห่งประเทศไทย (2563) ที่ชี้ว่าความสม่ำเสมอของรายได้มีความสัมพันธ์สูงกับความสามารถในการออมระยะยาว ข้อที่ควรระวังในการตีความผลดังกล่าว คือ ความสัมพันธ์ระหว่างอาชีพกับพฤติกรรมการออมในการศึกษานี้อาจสะท้อนโครงสร้างของกลุ่มตัวอย่างมากกว่าความเป็นจริงในประชากรทั่วไป เนื่องจากกลุ่มตัวอย่างมีสัดส่วนข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจสูงถึงร้อยละ 53.45 ซึ่งอาจทำให้ความแตกต่างระหว่างกลุ่มอาชีพเด่นชัดเกินจริง ทั้งนี้ ผลที่น่าสนใจอีกประการหนึ่งคือพฤติกรรมการตั้งเป้าหมายการออมเป็นพฤติกรรมเดียวที่ไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญตามกลุ่มอาชีพ ซึ่งอาจบ่งชี้ว่าการตั้งเป้าหมายเป็นทักษะที่

สัมพันธ์กับแรงจูงใจส่วนบุคคลมากกว่าสภาพแวดล้อมทางอาชีพหรือโครงสร้างรายได้

ความแตกต่างตามรายได้ ผลการศึกษาพบความสัมพันธ์ระหว่างระดับรายได้กับพฤติกรรมการออมใน 10 จาก 12 พฤติกรรม โดยรูปแบบโดยรวมสอดคล้องกับทฤษฎีรายได้สัมบูรณ์ของ Keynes และ life cycle theory คือกลุ่มรายได้สูงมีค่าเฉลี่ยพฤติกรรมการออมสูงกว่า อย่างไรก็ตาม ข้อค้นพบที่น่าสนใจและทางวิชาการคือกลุ่มรายได้ 50,001–100,000 บาทมีความพอใจกับการออม และวินัยในการออม ต่ำกว่ากลุ่มรายได้ 30,001–50,000 บาท ซึ่งเป็นการหักล้างความสัมพันธ์เชิงเส้นตรงที่คาดไว้บางส่วน รูปแบบที่ไม่เป็นเชิงเส้นนี้สามารถอธิบายเพิ่มเติมได้ด้วยปรากฏการณ์ที่เรียกว่า "lifestyle inflation" (Ariely, 2008) ซึ่งอธิบายว่าเมื่อรายได้เพิ่มขึ้น การใช้จ่ายมักเพิ่มขึ้นในอัตราที่ใกล้เคียงหรือเกินกว่ารายได้ที่เพิ่มขึ้น ทำให้รู้สึกว่าออมได้ไม่มากเท่าที่คาดหวัง

การสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน กับพฤติกรรมการออม

ผลการศึกษาพบว่าการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน โดยรวมมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลางกับพฤติกรรมการออมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ สอดคล้องกับทฤษฎีการสะกด ของ Thaler & Sunstein (2008) ที่ชี้ว่าการปรับเปลี่ยนสถาปัตยกรรมทางเลือกมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมที่พึงประสงค์ และสอดรับกับงานวิจัยของ Wijland et al. (2016) ที่พบว่าการใช้เกมมิฟิเคชัน และตัวเลือกเริ่มต้น มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นพฤติกรรมการออมผ่านแอปพลิเคชันธนาคาร ข้อค้นพบที่น่าสนใจประการหนึ่ง คือความไม่สอดคล้องกันระหว่างระดับการตอบสนองและระดับความสัมพันธ์ ของพฤติกรรมการสะกิดแต่ละประเภท กล่าวคือ การสะกิดด้วยการเปรียบเทียบทางสังคมได้รับการตอบสนองต่ำที่สุดในบรรดาพฤติกรรมการสะกิด ทั้ง 9 ประเภท แต่กลับมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมสูงที่สุด ซึ่งอาจสะท้อนว่าผู้ที่มีพฤติกรรมการออมที่ดีอยู่แล้วมีแนวโน้มตอบสนองต่อบรรทัดฐานทางสังคมได้ดีกว่า ในทางกลับกัน การสะกิดด้วยรางวัลและแรงจูงใจ แม้จะได้รับการตอบสนองสูงที่สุด แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมต่ำกว่าที่คาดไว้ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการพึ่งพาแรงจูงใจภายนอก มีแนวโน้มลดทอนแรงจูงใจภายในในระยะยาว ตามแนวคิดของ Deci & Ryan (1985) สำหรับการสะกิดด้วยการแสดงความคืบหน้าเป็นภาพ และการสะกิดด้วยการให้ข้อมูลป้อนกลับ นั้น พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมในระดับปานกลาง สอดรับกับ Wijland et al. (2016) ที่พบว่าการแสดงผลข้อมูลการออมช่วยกระตุ้นการมีส่วนร่วมของผู้ใช้งาน

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการออมและการใช้จ่าย

การยอมรับเทคโนโลยี ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าการยอมรับเทคโนโลยีมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐานสูงสุดในโมเดล นั้นบ่งชี้ว่าตัวแปรนี้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการออมสูงที่สุด เมื่อควบคุมตัวแปรที่เหลือในโมเดลแล้ว รูปแบบนี้สอดคล้องกับ TAM ของ Davis (1989) ที่ระบุว่าการรับรู้ถึงประโยชน์และความง่ายในการใช้งานมีความสัมพันธ์กับการใช้งานจริง และสอดรับกับ TRA ของ Ajzen & Fishbein (1980) ที่อธิบายว่าทัศนคติที่ดีต่อเทคโนโลยีสัมพันธ์กับความตั้งใจใช้งาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย (2562) Aboelmaged & Gebba (2013) และ Alsamydai (2014) ที่ต่างยืนยันบทบาทของการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทการเงินดิจิทัล

ทัศนคติต่อการออม มีอิทธิพลเชิงบวกต่อพฤติกรรมการออม สอดคล้องกับทฤษฎี TRA และ TPB ที่อธิบายว่าทัศนคติเป็นปัจจัยกำหนดความตั้งใจในการแสดงพฤติกรรม และสอดคล้องกับแนวคิดของจิรภัทร รวีภัทรกุล (2565) ที่ระบุว่าพฤติกรรมการออมเกิดขึ้นเมื่อมีเจตคติที่ดีต่อการออม อย่างไรก็ตาม ที่น่าสนใจคือ แม้กลุ่มตัวอย่างจะมีทัศนคติเชิงบวกต่อการออมในระดับสูงมาก แต่ยังคงมีพฤติกรรมการใช้จ่ายแบบทันที อยู่ในระดับปานกลางถึงมาก สะท้อนถึงช่องว่างระหว่างความตั้งใจและการกระทำที่ชัดเจน สอดคล้องกับผลสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย (2565) ที่พบว่ามีคนจำนวนมากที่เชื่อว่าการออมสำคัญ แต่กลับไม่สามารถออมตามเป้าหมายได้ ปรากฏการณ์นี้อธิบายได้จากทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม ที่ระบุว่ามนุษย์มักมี อคติชอบปัจจุบันทำให้เลือกความพึงพอใจใน

ปัจจุบันมากกว่าผลประโยชน์ระยะยาว

พฤติกรรมความพึงพอใจทันที มีอิทธิพลเชิงลบต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนวาย และเจนซี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรม โดยเฉพาะแนวคิดเรื่อง อคติชอบปัจจุบัน และการด้อยค่ารางวัลตามระยะเวลา อย่างไรก็ตาม ขนาดของอิทธิพลนั้นค่อนข้างเล็ก เมื่อเทียบกับทัศนคติการออมและการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งอาจไม่สอดคล้องกับการเน้นย้ำความสำคัญของ การควบคุมตนเอง (self-control) ในบางทฤษฎี แต่กลับสอดคล้องกับทฤษฎีการผลักดัน ที่เสนอว่า การออกแบบสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมสามารถช่วยเอาชนะข้อจำกัดทางจิตวิทยาของมนุษย์ได้

ผลการวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนาแอปพลิเคชันการเงินและการสะกิดพฤติกรรมทางการเงิน ที่มีประสิทธิภาพไม่ควรเน้นเพียงแค่การพยายามเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมความพึงพอใจทันที ของผู้ใช้โดยตรง แต่ควรมุ่งเน้นไปที่การสร้างระบบที่ช่วยชดเชยและรองรับทางจิตวิทยา ผ่านการให้ความรู้ทางการเงินที่เข้าถึงง่าย การออกแบบเทคโนโลยีที่ใช้งานสะดวก และการใช้กลไกการผลักดันที่ช่วยสนับสนุนการตัดสินใจที่ดีขึ้น การผสมผสานแนวทางเหล่านี้จะช่วยส่งเสริมพฤติกรรมการออมที่ยั่งยืนในกลุ่มคนรุ่นใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยไม่จำเป็นต้องต่อสู้กับธรรมชาติพื้นฐานของมนุษย์ที่มักชอบความพึงพอใจทันที

จากการวิเคราะห์คำตอบปลายเปิด พบว่าผู้ใช้ต้องการฟีเจอร์ที่สร้างแรงจูงใจผ่านระบบรางวัลและเกมมิฟิเคชัน ต้องการระบบวิเคราะห์และแสดงผลข้อมูลการออม และต้องการระบบช่วยจำและเตือนอัตโนมัติ ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับทฤษฎีการผลักดัน และสะท้อนแนวคิด ตัวเลือกเริ่มต้น กาเตือนความจำ และการสะท้อนกลับของ Steele (2024) และ Wijland et al. (2016) ที่ระบุว่ากลไกเหล่านี้มีประสิทธิผลในการกระตุ้นการมีส่วนร่วมทางการเงิน

นอกจากนี้ ความต้องการ "การล็อคบัญชีไม่ให้ถอนจนกว่าจะครบเป้าหมาย" สะท้อนถึงการตระหนักรู้ในปัญหาการขาดวินัยของตนเองและต้องการอุปกรณ์สร้างความมุ่งมั่น ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีเศรษฐศาสตร์พฤติกรรมที่ว่ามนุษย์ต้องการเครื่องมือช่วยควบคุมตนเองเมื่อเผชิญกับสิ่งล่อใจ

องค์ความรู้ใหม่

ลำดับชั้นประสิทธิภาพของกลไกการสะกิดทางดิจิทัล พบว่าในกลุ่มประชากรเจนวาย และเจนซี ของไทย กลไกการสะกิดที่มีประสิทธิผล คือ การให้รางวัลและแรงจูงใจ ตามด้วยการแสดงความก้าวหน้าเป็นภาพ และการให้ข้อมูลป้อนกลับ ซึ่งสะท้อนว่าการออกแบบสถาปัตยกรรมทางเลือกในแอปพลิเคชันทางการเงินต้องให้ความสำคัญกับการสร้างแรงจูงใจเชิงบวก มากกว่าการใช้แรงกดดันทางสังคม และการยอมรับเทคโนโลยี มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการออมสูง เมื่อเปรียบเทียบกับปัจจัยด้านทัศนคติและการยับยั้งชั่งใจ เพราะความง่ายในการใช้งานและความเชื่อมั่นในระบบสารสนเทศจึงเป็นตัวกำหนดปัจจัยวินัยทางการเงินอย่างนึง

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

สถาบันการเงินและธนาคารพาณิชย์ สามารถนำข้อมูลไปพัฒนาฟีเจอร์ที่เน้นระบบสะสมแต้ม หรือดอกเบี้ยพิเศษเมื่อออมสำเร็จ พร้อมระบบแจ้งเตือนความถี่รายสัปดาห์ และใช้กราฟ/อินโฟกราฟิกแสดงผลความก้าวหน้าและในส่วนของบริษัทเทคโนโลยีการเงิน และผู้พัฒนาแอปพลิเคชันการเงิน สามารถผลการวิจัยไปปรับใช้ในการเพิ่มฟังก์ชั่น เช่น การเพิ่มระบบ "ล็อกบัญชีเพื่อการออม" และระบบกระเป๋าเงินแยกส่วน รวมถึงใช้เกมมิฟิเคชัน เช่น

ท้าประลองออมเงิน 30 วัน เพื่อสร้างแรงจูงใจ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรขยายขอบเขตกลุ่มเป้าหมายมากขึ้นโดยควรศึกษาในกลุ่มเจนอัลฟา ที่กำลังเข้าสู่วัยเริ่มใช้จ่ายและเปรียบเทียบความแตกต่างข้ามวัฒนธรรมเนื่องจากเทคโนโลยีในปัจจุบันสามารถเข้าถึงได้ง่ายมากขึ้น

2.2 ควรปรับปรุงการเก็บข้อมูลโดยใช้การเก็บข้อมูลแบบผสมผสานทั้งออนไลน์และออฟไลน์ เพื่อลดอคติในการสุ่มตัวอย่างลง

2.3 ควรศึกษาพฤติกรรมการสะกิด ทั้งในเชิงบวกและเชิงลบเนื่องจากงานวิจัยเป็นข้อมูลเชิงบวกมากเกินไป จึงควรวิจัยเพิ่มเติมเกี่ยวกับผลเชิงลบ เช่น หากแจ้งเตือนเมื่อใช้จ่ายเกินตัว หรือการเตือนเมื่อไม่บรรลุเป้าหมาย (negative nudges) ผู้ใช้งานจะจัดการอย่างไร เพื่อนำไปสร้างแรงจูงใจและปรับใช้ได้งาน

เอกสารอ้างอิง

กนกพล สมวรรณ และอภิเทพ แซ่โค้ว. (2560). พฤติกรรมการออมของพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารบัณฑิตศึกษา : มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา, 17(1),1*–9. http://journalgrad.ssru.ac.th/index.php/issue14/article/view/1152.

เกียรติสุดา ศรีสุข. (2552). *ระเบียบวิธีวิจัย* (พิมพ์ครั้งที่ 3). ครองช่างพริ้นติ้ง.

จิรภัทร รวีภัทรกุล. (2565). *การตั้งเป้าหมายการออมเงิน*. คณะจิตวิทยา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. สืบค้น 15 มกราคม 2568 จาก https://www.psy.chula.ac.th/th/feature-articles/saving-goal/.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2563). *รายงานผลการสำรวจทักษะทางการเงิน ระดับทักษะทางการเงินและองค์ประกอบตามมิติช่วงวัย*. ธนาคารแห่งประเทศไทย. สืบค้น 15 มกราคม 2568 จาก https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/fl-survey-report.html.

ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). *รายงาน "The Way We Pay 2022"*. สืบค้น 15 มกราคม 2568 จาก https://www.bot.or.th/content/dam/bot/documents/th/research-and-publications/reports/payment-report/bi-monthly-report/Bi-monthly_report_Vol18-2022_December.pdf

ธีรวุฒิ เอกะกุล. (2542). *ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์*. สถาบันราชภัฏอุบลราชธานี.

ไพลิน สันติวานิชกุล และวรดี จงอัศญากุล. (2565). การใช้บริการชำระเงินผ่านแอปพลิเคชันบนโทรศัพท์เคลื่อนที่ของผู้บริโภค Generation X Generation Y และ Generation Z. *Journal of Modern Learning Development*, *7*(8), 1–15. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jomld/article/view/256732/174330.

วรางคณา จิตราภัณฑ์. (2566). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการออมของกลุ่มเจนเนอเรชั่นวาย*. วารสาร มจร. หริภุญชัยปริทรรศน์, *7*(4), 83-94. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JMHR/article/view/a3.

ศิริลักษณ์ โรจนกิจอำนวย. (2562). *การยอมรับการใช้โมบายแบงก์กิ้งของธนาคารพาณิชย์ไทยอย่างต่อเนื่อง*. วารสารวิชาการบริหารธุรกิจ สมาคมสถาบันอุดมศึกษาเอกชนแห่งประเทศไทย พระราชูปถัมภ์ สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ สยามบรมราชกุมารี, *8*(2), 10–21. https://share.google/DURCZdV9PKvSfM6Es.

เอกฉัตร สิริสรรคานันต์. (2547). *หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค*. มหาวิทยาลัยทักษิณ.

Aboelmaged, M., & Gebba, T. R. (2013). Mobile banking adoption: An examination of technology acceptance model and theory of planned behavior. *International Journal of Business Research and Development, 2*(1), 35–50. https://api.semanticscholar.org/CorpusID:3901204.

Ajzen, I., & Fishbein, M. (1980). *Understanding attitudes and predicting social behavior*. Prentice–Hall.

Alsamydai, M. J. (2014). Adaptation of the technology acceptance model (TAM) to the use of mobile banking services. *International Review of Management and Business Research*, *3*(4), 2039–2051.

Ariely, D. (2008). *Predictably irrational: The hidden forces that shape our decisions*. HarperCollins.

Barber, B. M., & Odean, T. (2001). Boys will be boys: Gender, overconfidence, and common stock investment. *The Quarterly Journal of Economics*, *116*(1), 261–292. https://doi.org/10.1162/003355301556400.

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

Deci, E. L., & Ryan, R. M. (1985). *Intrinsic motivation and self–determination in human behavior*. Plenum Press.

Modigliani, F., & Brumberg, R. (1954). Utility analysis and the consumption function: An interpretation of cross–section data. In K. K. Kurihara (Ed.), *Post–Keynesian economics* (pp. 388–436). Rutgers University Press.

Riyani, Y., Mardiah, K., Andriana, S., Suherma, L., Widodo, A., & Endri, E. (2025). Analysis of financial literacy levels in generations Baby Boomers, X, Y, and Z small traders. *Ianna Journal of Interdisciplinary Studies, 7*(2), 483–494. https://doi.org/10.5281/zenodo.15479599.

Steele, A. (2024). Understanding Nudge Theory: A comprehensive guide. *The Decision Lab*. Retrieved January 15, 2025, from https://thedecisionlab.com/reference–guide/psychology/nudge–theory.

Thaler, R. H., & Benartzi, S. (2004). Save More Tomorrow™ : Using behavioral economics to increase *employee saving. Journal of Political Economy, 112*(S1), S164–S187. https://doi.org/10.1086/380085.

Thaler, R. H., & Sunstein, C. R. (2008). *Nudge: Improving decisions about health, wealth, and happiness*. Yale University Press.

Wijland, R., Hansen, P., & Gardezi, F. (2016). Mobile nudging: Youth engagement with banking apps. *Journal of Financial Services Marketing*, *21*(1), 51–63. https://doi.org/10.1057/fsm.2016.1.

workpointTODAY. (2568). *123 ล้านบัญชีคนไทย มีเงินฝากต่ำกว่า 50,000 บาท*. การเงิน. สืบค้น 15 มกราคม 2568 จาก https://www.workpointtoday.com/money–757777–2.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน

A study of approaches for reducing Non-Performing Loans (NPLs) of the Government Savings Bank

ชาลินี หนูทอง[1*], วรรณรพี บานชื่นวิจิตร[2]
Chalinee Nuthong[1*], Wanrapee Banchuenvijit[2]

[1]หลักสูตรบัณฑิตวิทยาลัย กลุ่มวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[2]คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย
[1]Master of Business Administration Program in Finance, Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce
[2]Faculty of Business Administration, University of the Thai Chamber of Commerce
Corresponding author's e-mail: Chalinee.Nuthong@gmail.com[1], wanrapee_ban@utcc.ac.th[2]

Received: March 29, 2026 Revised: April 15, 2026 Accepted: April 22, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาแนวทางการลดหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน เกิดจากความสามารถในการชำระหนี้ของผู้ใช้บริการสินเชื่อธนาคารออมสินลดลง ซึ่งส่งผลให้ธนาคารมีการตั้งสำรองค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญเพิ่มขึ้น วัตถุประสงค์ในการศึกษา 1) เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาต่อการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน 2) เพื่อศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน ผลการศึกษาพบว่าปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้เกิดจาก 1) ปัจจัยภายนอก คือ ราคาสินค้าและค่าครองชีพสูงขึ้น และภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ 2) ปัจจัยภายใน คือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินไป 3) ปัจจัยด้านตัวผู้กู้ คือ ภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง และมีภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้น/ภาระหนี้นอกระบบ ผู้ศึกษาได้กำหนดแนวทางการแก้ไขปัญหา 3 แนวทาง และได้เลือกแนวทางการแก้ไขปัญหา คือ แนวทางที่ 3 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้เสียใหม่ กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์สินเชื่อและการปล่อยกู้ ให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้มากขึ้น โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอนและการแข่งขันที่กระตุ้นให้เกิดการกู้ยืมสูง เหมาะสมสำหรับการป้องกันหนี้เสียใหม่เน้นการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กรเพื่อเสริมความรัดกุมและลดความเสี่ยงของสินเชื่อ

คำสำคัญ: การตั้งสำรอง, การวิเคราะห์สินเชื่อ, ความสามารถในการชำระหนี้, หนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs)

Abstract

This study of approaches for reducing non–performing loans (NPLs) at Government Savings Bank is prompted by the declining debt repayment capacity of borrowers, which has forced the bank to increase its provisions for doubtful accounts. The objectives were to 1) identify the causes of NPLs at the Government Savings Banks; and 2) propose effective approaches for reducing these NPLs. The findings indicate that debt repayment problems stemmed from three key factors: 1) external factors, such as rising commodity prices, higher living costs, and economic downturns; 2) internal factors, particularly high lending interest rates; and 3) borrower–related factors, including increased household expenses, reduced income, and rising debt burdens, such as informal debt. Among the three proposed approaches, the study selected the defensive (WT) strategy. This approach emphasizes reviewing and restructuring the credit analysis process to prevent new NPLs by implementing stricter and more rigorous criteria for credit assessment and loan approval that better align with borrowers' actual repayment capacity. This strategy is highly appropriate for preventing new bad debts, focusing on enhancing internal organizational processes to increase prudence, and mitigate credit risk, especially during periods of economic uncertainty and high – competition lending environments.

Keywords: credit analysis, provisions for doubtful accounts, repayment capacity, Non–Performing Loans (NPLs)

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ธนาคารออมสินมีสถานะรัฐวิสาหกิจสังกัดกระทรวงการคลัง ถือกำเนิดโดยพระราชประสงค์ของพระบาทสมเด็จพระมงกุฎเกล้าเจ้าอยู่หัวรัชกาลที่ 6 ที่ทรงตระหนักถึงความสำคัญของการเก็บรักษาทรัพย์ให้ปลอดภัยจากโจรผู้ร้าย เป็นสถาบันการเงินที่อยู่เคียงข้างคนไทยมาอย่างยาวนาน ภายใต้การกำกับดูแลของกระทรวงการคลังที่พร้อมดูแลการออมของประเทศ พัฒนาความสุขทางการเงินอย่างยั่งยืน ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้ก้าวไปข้างหน้าอย่างมั่นคง ปัจจุบันธนาคารออมสินเดินหน้าขยายบทบาทการเป็นธนาคารเพื่อสังคม (social bank) ด้วยการนำแนวคิด Creating Shared Value (CSV) มาเป็นแนวทางในการขับเคลื่อนองค์กร ตามแผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน พ.ศ. 2568–2572 (ธนาคารออมสิน, 2568)

ในปัจจุบันสถานการณ์เศรษฐกิจไทยยังคงฟื้นตัวอย่างค่อยเป็นค่อยไปจากผลกระทบของการแพร่ระบาดของ COVID–19 และความไม่แน่นอนของเศรษฐกิจโลก ทั้งด้านเงินเฟ้อ ดอกเบี้ยที่ยังอยู่ในระดับสูง และรายได้ครัวเรือนที่ยังไม่ฟื้นตัวเต็มที่ และภาระค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูง ส่งผลต่อความสามารถในการชำระหนี้ของประชาชน และนำไปสู่การเพิ่มขึ้นของหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (Non–Performing Loans: NPLs) โดยเฉพาะในกลุ่มสินเชื่อรายย่อย ธนาคารออมสิน เป็นสถาบันการเงินเฉพาะกิจของรัฐที่มุ่งมั่นพัฒนาการให้บริการด้านการเงิน ภายใต้ภารกิจ “ธนาคารเพื่อสังคม (social bank)” และมีบทบาทสำคัญในการให้บริการสินเชื่อแก่ประชาชนรายย่อย รวมถึงกลุ่มผู้มีรายได้น้อย และวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ซึ่งกลุ่มลูกค้าเหล่านี้จะมีความเสี่ยงในการผิดนัดชำระหนี้สูงกว่าลูกค้าในระบบธนาคารพาณิชย์ทั่วไป ส่งผลให้ธนาคารออมสินประสบปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ในสัดส่วนที่เพิ่มมากขึ้น

NPLs ถือเป็นตัวชี้วัดคุณภาพของสินทรัพย์ และยังมีผลกระทบต่อความสามารถในการปล่อยสินเชื่อในอนาคต หากไม่มีการบริหารจัดการที่ดี อาจส่งผลให้ธนาคารมีภาระค่าใช้จ่ายในการกันสำรองหนี้สูญสูงขึ้น อีกทั้งยัง

ลดโอกาสในการทำกำไรและอาจส่งผลต่อความเชื่อมั่นของผู้ฝากเงินและผู้มีส่วนได้เสียอื่น ๆ

ตาราง 1 แสดงคุณภาพเงินให้สินเชื่อของธนาคารออมสิน ปี 2563 – 2567

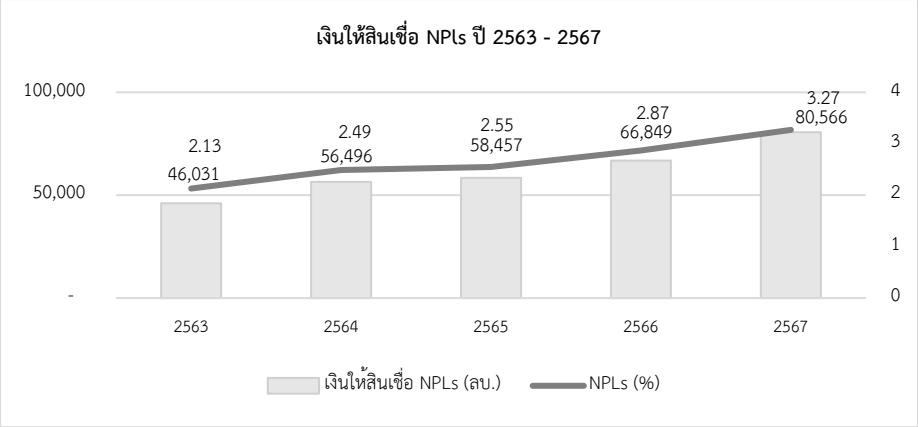
สินเชื่อด้อยคุณภาพ	2563	2564	2565	2566	2567
สินเชื่อด้อยคุณภาพก่อนหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (gross NPLs)	46,031	56,496	58,457	66,849	80,566
เพิ่ม (ลด) จากปีก่อน	(11,003)	10,465	1,961	8,392	13,717
สัดส่วนต่อเงินให้สินเชื่อทั้งสิ้น (ร้อยละ)	2.13	2.49	2.55	2.87	3.27
สินเชื่อด้อยคุณภาพหลังหักค่าเผื่อหนี้สงสัยจะสูญ (net NPLs)	13,956	21,288	23,064	27,504	34,821
สัดส่วนต่อเงินให้สินเชื่อทั้งสิ้น (ร้อยละ)	0.67	0.96	1.03	1.21	1.45

ที่มา: รายงานประจำปี พ.ศ. 2563 – 2567 (ธนาคารออมสิน, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567)

ตาราง 2 แสดงหนี้สูญ หนี้สงสัยจะสูญ และขาดทุนจากการด้อยค่าตราสารหนี้ และขาดทุนจากการปรับโครงสร้างหนี้ของธนาคารออมสิน

รายการ	2563	2564	2565	2566	2567
หนี้สูญ	5,906	3,054	8,126	7,556	2,768
หนี้สงสัยจะสูญ	8,592	14,561	8,613	13,099	21,231
ค่าเสียหายจากการนำเงินชดเชยชำระหนี้ NPLs	100	–	–	–	5,854
ขาดทุนจากการด้อยค่าตราสารหนี้ และขาดทุนจากการปรับโครงสร้างหนี้	–	–	–	–	214
รวมหนี้สูญ หนี้สงสัยจะสูญ และขาดทุนจากการด้อย ค่าตราสารหนี้ และขาดทุนจากการปรับโครงสร้างหนี้	14,598	17,615	16,739	20,655	30,067

ที่มา: รายงานประจำปี พ.ศ. 2563 – 2567 (ธนาคารออมสิน, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567)



ภาพที่ 1 แผนภูมิปริมาณหนี้ NPLs ของเงินให้สินเชื่อธนาคารออมสิน
ที่มา: รายงานประจำปี พ.ศ. 2563 – 2567 (ธนาคารออมสิน, 2563, 2564, 2565, 2566, 2567)

จากข้อมูลดังกล่าวธนาคารมีหนี้สูญ หนี้สงสัยจะสูญ และขาดทุนจากการด้อยค่าตราสารหนี้ และขาดทุนจากการปรับโครงสร้างหนี้ มีแนวโน้มที่เพิ่มขึ้น ส่วนใหญ่เกิดจากการที่ธนาคารตั้งเงินสำรองทั่วไป (general provision) เพื่อรองรับความเสี่ยงด้านสินเชื่อ สำหรับลูกหนี้ที่คาดว่าจะเลื่อนชั้นเป็น NPLs ซึ่งสอดคล้องกับภาพที่ 1 เงินให้สินเชื่อ (NPLs) ที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง จึงส่งผลให้มีการกันสำรองที่เพิ่มขึ้นด้วย

ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญในการศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) โดยมุ่งวิเคราะห์หาสาเหตุของการเกิดหนี้ NPLs ไม่ว่าจะเป็นมูลเหตุที่เกิดจากปัจจัยภายนอก เช่น ภาวะเศรษฐกิจ นโยบายของรัฐบาล มูลเหตุที่เกิดจากปัจจัยภายใน เช่น การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย และมูลเหตุที่เกิดจากตัวผู้กู้ เช่น การที่ลูกหนี้นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม เป็นต้น และการนำแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ ที่ยั่งยืนสำหรับธนาคารออมสิน ไม่ใช่การบีบบังคับชำระหนี้ แต่คือการใช้กลไกทางวิชาการมาช่วยในการทำความเข้าใจลูกหนี้ และเลือกใช้เครื่องมือที่เหมาะสมกับบริบทของธนาคารเพื่อสังคม ตลอดจนเสนอแนวทางการพัฒนาและปรับปรุงกระบวนการบริหารจัดการหนี้เสียให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ผลการวิจัยครั้งนี้คาดว่าจะสามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลเชิงนโยบายหรือแนวทางปฏิบัติสำหรับธนาคารออมสิน และยังเป็นองค์ความรู้ที่มีประโยชน์ต่อสถาบันการเงินอื่น ๆ ที่เผชิญปัญหาในลักษณะเดียวกัน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสาเหตุของปัญหาต่อการเกิดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน
2. เพื่อศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน

การทบทวนวรรณกรรม

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์การให้สินเชื่อ 5 C’s

แนวคิดเกี่ยวกับการวิเคราะห์การให้สินเชื่อเป็นวิธีการที่ธนาคารและสถาบันการเงินอื่น ใช้เป็นเกณฑ์หลักในการวิเคราะห์ว่าจะสามารถปล่อยสินเชื่อให้แก่ลูกค้าที่เข้ามาขอสินเชื่อกับทางธนาคาร หรือสถาบันการเงินได้หรือไม่ โดยมีธนาคารแห่งประเทศไทยเป็นผู้ควบคุมดูแลกำหนดกฎเกณฑ์ต่าง ๆ อย่างเข้มงวด ซึ่งหลักเกณฑ์ ดังกล่าวคือหลักการวิเคราะห์ 5 C’s ประกอบด้วย (ทิพวัลย์ มีพันธ์, 2563)

1. Character (คุณลักษณะและความน่าเชื่อถือของผู้ขอสินเชื่อ) วินัยการใช้และการชำระสินเชื่อในอดีต ซึ่งจะบอกถึงความสามารถในการใช้หนี้ และการบริการจัดการหนี้

2. Capacity ความสามารถในการชำระหนี้ คือ ความสามารถในการจ่ายชำระหนี้คืนได้ ตามระยะเวลาที่กำหนดไว้ รวมถึงความมั่นคงของรายได้ที่จะนำมาชำระหนี้ในอนาคต

3. Capital เงินทุน โดยปกติทั่วไปแล้วผู้กู้จะต้องมีเงินทุนส่วนหนึ่งมาลงทุนด้วย หรือผลกำไรรวมสะสมจากการทำธุรกิจนำมาลงทุนตรงส่วนนี้จะสะท้อนให้เห็นว่าผู้ขอกู้ได้พยายามทุ่มเทในการประกอบธุรกิจอย่างสุดความสามารถ

4. Collateral หลักประกัน คือ ผู้ค้ำประกันหรือหลักประกันที่ผู้ขอสินเชื่อนำมาจำนำ หรือ จำนองเพื่อให้สถานบันการเงินมีความมั่นใจและลดความเสี่ยงหากผู้ขอสินเชื่อไม่ชำระหนี้ตามกำหนด ซึ่งสามารถให้ผู้ค้ำประกันชำระหนี้แทน หรือนำหลักประกันมาขายทอดตลาดได้ตามที่กฎหมายกำหนดถ้าไม่มีหลักประกันก็สามารถขอสินเชื่อได้

5. Condition สภาวการณ์ คือสภาวการณ์ทั่วไปซึ่งพิจารณาถึงสภาวะแวดล้อมทางเศรษฐกิจของผู้ขอสินเชื่อ เช่น เศรษฐกิจ เงินเฟ้อ ความมั่นคงในรายได้ และการงาน ปัญหาสงคราม สิ่งแวดล้อมที่มีผลกระทบต่อความเป็นไปได้ของโครงการลงทุนหรือรายได้ของผู้ขอสินเชื่อ ซึ่งจะมีผลต่อความสามารถในการชำระหนี้

แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุของการค้างชำระหนี้

แนวคิดเกี่ยวกับมูลเหตุการค้างชำระหนี้ โดยชนินทร์ พิทยาวิวิธ (2534) กล่าวว่า การค้างชำระหนี้ของลูกหนี้เป็นเรื่องที่หลีกเลี่ยงได้ยากในการดำเนินงานของธนาคาร ถึงแม้ว่าจะมีการตรวจสอบคุณสมบัติของผู้กู้แล้วแต่ก็ยังคงมีปัจจัยอื่นๆที่ทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามระบุในสัญญา ธนาคารก็มีระบบตรวจสอบติดตามหนี้ภายหลังจากที่ให้กู้แล้ว ซึ่งต้องหามาตรการและวิธีการเพื่อมาควบคุมหนี้ค้างชำระให้อยู่ในระดับที่ไม่เกินเป้าหมายที่กำหนด ซึ่งสาเหตุของการค้างชำระหนี้สามารถสรุปได้ดังนี้

1. มูลเหตุที่เกิดจากปัจจัยภายนอก คือปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้ หากมีการเปลี่ยนแปลงก็จะส่งผลต่อลูกหนี้ ได้แก่

1) ภาวะเศรษฐกิจ เป็นปัญหาหลัก ๆ ของการประกอบธุรกิจ ถ้าสภาวะเศรษฐกิจดีจะส่งผลให้การประกอบธุรกิจมีการขยายตัวและเจริญรุ่งเรือง แต่หากสภาวะเศรษฐกิจตกต่ำหรือซบเซาจะส่งผลให้เกิดการชะลอตัวทางธุรกิจและอาจเกิดการจ้างงานที่ลดลงรายได้ก็จะลดลงตาม

2) นโยบายของรัฐบาล การดำเนินธุรกิจต้องดำเนินตามกฎหมายซึ่งบางครั้งรัฐบาลอาจเห็นว่าจำเป็นต่อการครองชีพของประชาชนจึงนำมาตรการควบคุมราคาเข้ามาใช้ เช่น น้ำตาล เป็นต้น การทำเช่นนี้จะส่งผลดีต่อผู้บริโภค แต่ถ้ามีปัจจัยอื่นเปลี่ยนแปลงรัฐบาลก็จะต้องมีการปรับให้เหมาะสม

3) ค่านิยมและเทคโนโลยี การเปลี่ยนแปลงของทั้ง 2 อาจเป็นปัญหาเล็กน้อยแต่อาจส่งผลต่อบางธุรกิจได้ เช่น ธุรกิจแฟชั่นที่หากเมื่อผู้บริโภคมีค่านิยมที่เปลี่ยนแปลงไป หรือด้านเทคโนโลยี เช่น เครื่องใช้ไฟฟ้าที่มีการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาทั้งด้านคุณภาพและราคา

4) ภัยธรรมชาติหรือเหตุการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่ทันคาดคิด เช่น น้ำท่วม ไฟไหม้ สึนามิ แผ่นดินไหว ผลผลิตกิจการได้รับความเสียหายจากภัยธรรมชาติ

2. มูลเหตุที่เกิดจากปัจจัยภายใน ส่วนใหญ่เป็นปัจจัยที่เกิดขึ้นภายในธนาคารของผู้ให้สินเชื่อ และสามารถควบคุมการเปลี่ยนแปลงได้ ได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของอัตราดอกเบี้ย การประเมินราคาหลักทรัพย์ที่ไม่เหมาะสม ระบบติดตามและควบคุมคุณภาพหนี้ไม่มีประสิทธิภาพ และการอนุมัติสินเชื่อของธนาคารที่ไม่มีการกลั่นกรองที่ดี เช่น พนักงานขาดประสบการณ์ เน้นการทำงานที่ได้ปริมาณเยอะแต่ขาดคุณภาพ

3. มูลเหตุที่เกิดจากตัวลูกหนี้ ได้แก่ การที่ลูกหนี้นำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ของการกู้ยืม การย้ายถิ่นที่อยู่

เปลี่ยนที่ทำงาน ถูกเลิกจ้างงาน ลูกหนี้ถึงแก่กรรมหรือเจ็บป่วย ทุพพลภาพ ฐานะทางครอบครัวที่เปลี่ยนแปลงไป วินัยการใช้จ่ายที่ฟุ่มเฟือย หนี้สินหลายทาง ลูกหนี้ทำการค้าเกินตัว ภาระเงินงวดเกินความสามารถในการชำระหนี้ การเปลี่ยนแปลงผู้บริหารทำให้ธุรกิจเกิดการชะงักตัว และลูกหนี้เกิดเจตนาบิดพลิ้วไม่ยอมชำระหนี้ หรือนำเงินไปชำระหนี้ทางอื่นก่อนชำระหนี้ให้แก่ธนาคาร

ทฤษฎีแผนผังก้างปลา (fishbone diagram)

แผนผังสาเหตุและผล (cause and effect diagram) เป็นแผนผังที่แสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างปัญหา กับสาเหตุทั้งหมดที่เป็นไปได้ที่อาจก่อให้เกิดปัญหานั้น (possible cause) เราอาจคุ้นเคยกับแผนผังสาเหตุและผลในชื่อของ “ผังก้างปลา (fish bone diagram)” เนื่องจากหน้าตาแผนภูมิมีลักษณะคล้ายปลาที่เหลือแต่ก้าง หรือแผนผังอิชิกาว่า (Ishikawa diagram) ซึ่งได้รับการพัฒนาครั้งแรกเมื่อปี ค.ศ. 1943 โดย ศาสตราจารย์คาโอรุ อิชิกาว่า แห่งมหาวิทยาลัยโตเกียว (ประชาสรรณ์ แสนภักดี, ม.ป.ป.)

การใช้แผนที่ก้างปลาในการวิเคราะห์ต้องมีการจัดระเบียบและพิจารณาสาเหตุต่าง ๆ อย่างเป็นระบบ โดยมีขั้นตอน ดังนี้

1. กำหนดปัญหาหลัก (หัวปลา) เริ่มต้นด้วยการระบุปัญหาที่ต้องการวิเคราะห์อย่างชัดเจน ปัญหานี้จะเป็นหัวปลาที่อยู่ด้านขวาของแผนที่

2. ระบุหมวดหมู่หลัก (กระดูกหลัก) ต่อมาให้ระบุสาเหตุหลักที่เป็นหมวดหมู่ใหญ่ เช่น วัตถุดิบ กระบวนการทำงาน เครื่องจักร มนุษย์ หรือสภาพแวดล้อม

3. ระบุสาเหตุย่อย (ก้างปลาเล็ก) จากหมวดหมู่หลักให้ระบุสาเหตุย่อย ๆ ที่อาจเป็นปัจจัยส่งผลให้เกิดปัญหา เช่น ถ้าหมวดหมู่หลักเป็น “เครื่องจักร” สาเหตุย่อยอาจเป็น “การบำรุงรักษาไม่เพียงพอ” หรือ “การเสื่อมสภาพของเครื่องจักร”

4. วิเคราะห์และตรวจสอบ หลังจากได้แผนที่ก้างปลาแล้ว ให้ตรวจสอบสาเหตุที่ระบุว่ามีความเป็นไปได้มากน้อยเพียงใด จากนั้นทำการวิเคราะห์ว่าแต่ละสาเหตุมีผลกระทบต่อปัญหาหลักอย่างไร และหากแก้ไขสาเหตุใดจะช่วยลดปัญหาได้บ้าง

5. กำหนดแนวทางแก้ไข เมื่อระบุสาเหตุได้แล้ว ให้กำหนดแนวทางในการแก้ไขปัญหา โดยอาจเลือกสาเหตุที่สามารถแก้ไขได้ทันที หรือสาเหตุที่มีผลกระทบมากที่สุดเป็นลำดับแรก

ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT

SWOT analysis คือ กลยุทธ์วิเคราะห์ทางการตลาดว่าด้วยการประเมินค่าธุรกิจจากองค์ประกอบหลัก 4 อย่าง ได้แก่ (Mandala Team, 2567)

1. Strengths คือ จุดแข็งที่ช่วยให้ธุรกิจเดินหน้าเหนือกว่าคู่แข่งมักเป็นสิ่งที่ธุรกิจของเรามีทำได้ดี และเสริมให้ธุรกิจโดดเด่นในเชิงบวก เช่น ฐานลูกค้าที่เหนียวแน่น ชื่อเสียงแบรนด์ที่มียาวนาน สินค้าหรือบริการที่มีเอกลักษณ์ทีมงานมากประสบการณ์ และช่องทางของแบรนด์ที่มี

2. Weaknesses คือ จุดอ่อนของธุรกิจ /จัดเป็นลักษณะด้อยที่ทำให้ธุรกิจเติบโตและเดินหน้าได้จำกัด เช่น ขาดทรัพยากรทางการเงิน อัตราการลาออกของพนักงานสูง การนำเสนอตัวตนแบรนด์ในช่องทางออนไลน์ที่ไม่มีประสิทธิภาพ และระดับความพึงพอใจของลูกค้าต่ำ

3. Opportunities คือ โอกาสทางธุรกิจ จัดเป็นเหตุการณ์หรือเงื่อนไขเชิงบวกที่ผู้ประกอบการและนักการตลาดสามารถยกระดับเป้าหมายของธุรกิจได้ เรียกง่าย ๆ ก็คือ เป็นช่วงเวลาตักตวงผลประโยชน์เข้าองค์กร เช่น ความต้องการซื้อสินค้าและบริการที่เพิ่มขึ้น ส่วนแบ่งการตลาดที่ค่อนข้างเฉพาะกลุ่มมากขึ้น นวัตกรรมใหม่ที่เข้ามาช่วยแบ่งภาระการทำงาน การร่วมเป็นพันธมิตรกับแบรนด์อื่น เป็นต้น

4. Threats คือ อุปสรรคทางธุรกิจ จัดเป็นเหตุการณ์หรือเงื่อนไขเชิงลบที่ส่งผลกระทบต่อองค์กร โดยผู้ประกอบการและนักการตลาดจำเป็นต้องพึงระวัง เช่น ความต้องการซื้อสินค้าหรือบริการของแบรนด์ลดลง เกิดคู่แข่งทางธุรกิจหน้าใหม่เพิ่มขึ้น นวัตกรรมใหม่ที่ทำการดำเนินธุรกิจติดขัด กิจกรรมการตลาดที่ส่งผลเชิงลบ เป็นต้น

ทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS matrix

TOWS matrix เป็นอีกหนึ่งเครื่องมือสำหรับการสร้างกลยุทธ์ใหม่จากสภาพแวดล้อม และสถานการณ์ปัจจุบันขององค์กรที่มีการต่อยอดมาจาก SWOT analysis เป็นการจับคู่ระหว่างปัจจัยภายนอกกับปัจจัยภายในที่ได้มาจากการวิเคราะห์ SWOT ด้วยการจับคู่ระหว่างจุดแข็ง (Strengths) และจุดอ่อน (Weaknesses) สัมพันธ์กับโอกาส (Opportunities) และอุปสรรค (Threats) เพื่อแก้ไขและนำไปสู่การหากลยุทธ์ที่เหมาะสม ดังนี้ (พิบูล ทีปะปาล, 2551)

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO) Strength กับ Opportunity เป็นการใช้จุดแข็งร่วมกับโอกาส กลยุทธ์ส่วนนี้มีความสำคัญอย่างมากต่อการเติบโตของธุรกิจ เนื่องจากเป็นกลยุทธ์ที่เน้นสร้างผลลัพธ์ ที่ให้ประโยชน์สูงสุด ผ่านการวิเคราะห์จุดแข็งของธุรกิจร่วมกับโอกาสที่เกิดขึ้น

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) Weakness กับ Opportunity เป็นการใช้ประโยชน์จากโอกาสเพื่อลดจุดอ่อนลงทุกธุรกิจล้วนมีจุดอ่อน ซึ่งอาจจะเป็นเรื่องกระบวนการดำเนินงาน หรือการที่ธุรกิจยังไม่เป็นที่รู้จักในตลาด

3. กลยุทธ์เชิงรับ (ST) Strength กับ Threat เป็นการใช้จุดแข็งที่มีอยู่มาป้องกันหรือ หลีกเลี่ยงอุปสรรคที่อาจจะเกิดขึ้นไม่ว่าจะเป็นเรื่องทรัพยากรบุคคลหรือเครื่องมือในองค์กรก็ตาม

4. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (WT) Weakness กับ Threat การลดจุดอ่อนและหลีกเลี่ยงอุปสรรคกลยุทธ์นี้จะเป็นกลยุทธ์ที่เน้นป้องกันเพราะมีแต่เรื่องที่ไม่ดีกับไม่ดี (ทิพวัลย์ มีพันธ์, 2563)

งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ศุภชัย รัตนพันธ์ และรวิดา วิริยกิจจา (2567) ได้ศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนบริหารหนี้เขตชลบุรี ผลจากการศึกษาพบว่า สาเหตุที่ทำให้เกิดหนี้ค้างชำระเกิดจาก 1) ปัจจัยที่เกิดจากพฤติกรรมลูกหนี้ เช่น มีรายจ่ายที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ 2) ปัจจัยที่เกิดจากธนาคาร เช่น อัตราดอกเบี้ยสูงเกินไป 3) ปัจจัยภายนอกอื่น เช่น สภาวะเศรษฐกิจไม่ดีส่งผลต่อรายได้ นโยบายการช่วยเหลือรัฐบาลมีการเปลี่ยนแปลงบ่อย แนวทางการแก้ไขปัญหาและได้เลือกแนวทางในการแก้ไขปัญหาเพื่อเพิ่มช่องทางการติดต่อที่ง่าย สะดวก รวดเร็วเข้าถึงกลุ่มลูกค้าโดยการเปิดให้บริการคลินิกแก้ไขหนี้เคลื่อนที่ ซึ่งสามารถเข้าถึงกลุ่มลูกค้าได้ทันท่วงทีพร้อมแก้ปัญหา และรายงานผลต่อผู้บังคับบัญชาทราบความต้องการของลูกค้าได้ทันที และเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้แก่ธนาคารที่ให้ความสำคัญในเรื่อง การแก้ไขปัญหาให้ความช่วยเหลือแก่ประชาชนอย่างเข้าถึง และเป็นไปตามวัตถุประสงค์คือ ป้องกันการเลื่อนชั้นหนี้ ลดปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ และได้ปริมาณสินเชื่อที่มีคุณภาพเพิ่มมากขึ้น

ทิพวัลย์ มีพันธ์ (2563) ได้ศึกษาสาเหตุและแนวทางการลดปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของลูกหนี้สินเชื่อธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินเขตลำปาง พบว่าสาเหตุสำคัญที่ทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ตามกำหนดจนก่อให้เกิดปัญหาหนี้ค้างชำระส่งผลให้ปริมาณ NPLs เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่องมาจากปัจจัยภายนอก ได้แก่ สภาวะเศรษฐกิจ นโยบายรัฐบาล ภัยธรรมชาติ และโรคระบาด COVID-19 ตามลำดับความสำคัญ แนวทางในการลดปริมาณหนี้ NPLs คือการจัดประชาสัมพันธ์เชิงรุกผ่านช่องทางต่าง ๆ ได้แก่ สื่อออนไลน์ แอปพลิเคชัน MyMo การโทรสอบถาม ทำหนังสือเชิญชวน และการลงพื้นที่เพื่อให้คำแนะนำ ช่วยเหลือ และแก้ไขปัญหาให้กับลูกหนี้ได้อย่างเหมาะสม เช่น การปรับปรุงโครงสร้างหนี้การเจรจาไกล่เกลี่ยหนี้ก่อนฟ้อง การเข้าร่วมมาตรการช่วยเหลือต่าง ๆ ของธนาคาร การจัดกิจกรรมส่งเสริมการเรียนรู้ให้ลูกหนี้มีความรู้ ความเข้าใจการวางแผนการเงิน เพื่อป้องกันการเกิดปัญหาหนี้ค้างชำระและลดปริมาณหนี้ NPLs ของธนาคาร

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษาในครั้งนี้เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบผสมผสาน ระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) โดยเก็บข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (questionnaire) และวิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ (qualitative research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview)

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

1.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ลูกหนี้ NPLs (ลูกหนี้ค้างชำระเกิน 90 วัน) ของสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสิน จำนวน 823,181 บัญชี (ข้อมูล ณ 31 ธันวาคม 2567) และจากการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ และพนักงานศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ จำนวน 3 คน

1.2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้วิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกหนี้ NPLs (ลูกหนี้ค้างชำระเกิน 90 วัน) ของสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสิน การกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างตามแนวทางของ Yamane (1973) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน 5% จากการคำนวณเพื่อหากลุ่มตัวอย่างในการศึกษา 400 คน ใช้แบบสอบถามจำนวน 400 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบสอบถาม โดยการเก็บเฉพาะเจาะจงลูกหนี้ NPLs (ลูกหนี้ค้างชำระเกิน 90 วัน) ของสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสิน ตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ชุด โดยใช้แบบสอบถามที่สร้างขึ้นโดยอาศัยการศึกษา แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง มาเป็นแนวทางในการสร้างแบบสอบถาม (Google Forms) ซึ่งแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นของลูกหนี้เกี่ยวกับแนวทางการลดหนี้ NPLs ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะในการแก้ไขลดหนี้ค้างชำระ

2.2 การสัมภาษณ์เชิงลึกแบบเจาะจง โดยการสัมภาษณ์ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ และพนักงานศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ จำนวน 3 คน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลนี้ ผู้วิจัยใช้วิธีการเก็บข้อมูลโดยการสร้างแบบสอบถาม (Google Forms) ดำเนินการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างลูกหนี้ NPLs (ลูกหนี้ค้างชำระเกิน 90 วัน) ของสินเชื่อทั้งหมดของธนาคารออมสิน จำนวน 400 ชุด และข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผู้ช่วยผู้จัดการศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้ และพนักงานศูนย์ควบคุมและบริหารหนี้

การหาคุณภาพของเครื่องมือ ซึ่งผู้วิจัยได้ทำการการทดสอบคุณภาพเครื่องมือวิจัยแบบสอบถาม ได้แก่ 1) ทดสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (validity) โดยอาศัยผู้เชี่ยวชาญเพื่อตรวจความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาและภาษาที่ใช้ในแบบสอบถาม มีการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) 2) ทดสอบความเชื่อมั่น (reliability) ของแบบสอบถาม มีการคำนวณหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่าของ ครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม โดยนำข้อมูลที่รวบรวมได้มาทำการประมวลผลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้ค่าร้อยละ ค่าความถี่ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เมื่อได้ผลการรวบรวมแล้วก็นำมาจัดหมวดหมู่ให้เป็นระบบเพื่อตรวจสอบข้อมูลความถูกต้องครบถ้วนของข้อมูลและนำผลที่ได้จากแบบสอบถามนำเสนอในรูปแบบตาราง การบรรยายสถิติเชิงพรรณนา

4.2 การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ เป็นการรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก นำมาสรุปข้อมูลและวิเคราะห์การบรรยายเชิงพรรณนา สำหรับการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยใช้แนวคิดและทฤษฎี ได้แก่ ทฤษฎีการวิเคราะห์ SWOT ทฤษฎีการวิเคราะห์ TOWS matrix

และทฤษฎีการวิเคราะห์แผนผังก้างปลา

ผลการวิจัย

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่ากลุ่มตัวอย่าง 400 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 31 – 40 ปี สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาปริญญาตรีสมาชิกในครอบครัวจำนวน 3 – 4 คน โดยการประกอบอาชีพเป็นพนักงานบริษัท/ผู้มีรายได้ประจำ มีรายได้ต่อเดือน 20,001 – 30,000 บาท มีค่าใช้จ่ายต่อเดือน 10,001–20,000 บาท วงเงินกู้ที่ท่านได้รับอนุมัติ 100,001 – 500,000 บาท จำนวนเงินที่ต้องชำระหนี้ต่อเดือน 10,001 – 20,000 บาท

2. ปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ ประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ

2.1 ปัจจัยภายนอก ผลจากการตอบแบบสอบถามผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ อันดับ 1 ได้แก่ ราคาสินค้าและค่าครองชีพสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.74 , S.D. = .63) อันดับ 2 ได้แก่ ภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ซึ่งมีผลกระทบระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.14 , S.D. = .60)

2.2 ปัจจัยภายใน ผลจากการตอบแบบสอบถามผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ อันดับแรก ได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินไป ซึ่งมีผลกระทบระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.07, S.D. = .63)

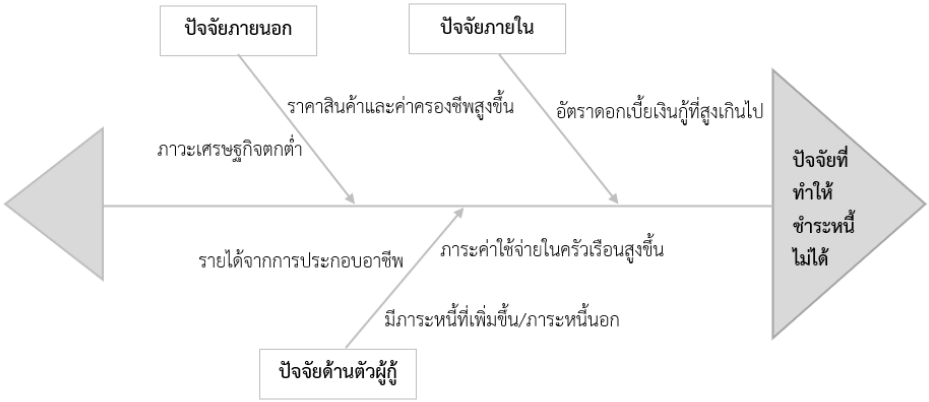
2.3 ปัจจัยด้านตัวผู้กู้ ผลจากการตอบแบบสอบถามผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่มีความคิดเห็นว่าปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ อันดับ 1 ได้แก่ ภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนสูงขึ้น ซึ่งมีผลกระทบระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.81, S.D. = .52) อันดับ 2 ได้แก่ รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง ซึ่งมีผลกระทบระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.11, S.D. = .62) และอันดับ 3 ได้แก่ มีภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้น/ภาระหนี้นอกระบบ ซึ่งมีผลกระทบระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.04, S.D. = .65)

3. ความคิดเห็นของลูกหนี้เกี่ยวกับแนวทางการลดหนี้ NPLs อันดับ 1 ได้แก่ การปรับโครงสร้างหนี้ (ลดดอกเบี้ย / ขยายระยะเวลาชำระหนี้ / พักชำระหนี้เงินต้นและดอกเบี้ย) อันดับ 2 ได้แก่ ควรเพิ่มมาตรการในการช่วยเหลือลูกค้าและสอดคล้องกับศักยภาพในการชำระหนี้ของลูกค้า

4. ข้อเสนอแนะในการลดปัญหาหนี้ค้างชำระ ได้แก่ 1) มีโปรโมชั่นสำหรับลูกหนี้จ่ายดี 2) มีมาตรการเร่งด่วนสำหรับลูกหนี้ ที่ชำระได้แค่ดอกเบี้ย 3) ควรถามวัตถุประสงค์กับลูกหนี้ให้ชัดเจนมากกว่านี้ 4) ลดจำนวนเงินค่างวด 5) ลดดอกเบี้ย

ผลจากการสัมภาษณ์เชิงลึกถึงแนวทางการลดหนี้ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน สาเหตุที่ทำให้ลูกหนี้เงินให้สินเชื่อเป็น NPLs เกิดจากภาวะเศรษฐกิจที่กระทบกับรายได้หลักของลูกค้า การก่อหนี้เกินกว่ารายได้ที่แท้จริง ค่าครองชีพที่สูงขึ้น พฤติกรรมส่วนบุคคลของลูกหนี้ การนำเงินไปใช้ผิดวัตถุประสงค์ และไม่กล้าเข้ามาคุย/เจรจากับธนาคารในฐานะเจ้าหนี้/ไม่มีความรู้ด้านการแก้ไขหนี้กับธนาคาร มาตรการหรือแนวทางในการให้ความช่วยเหลือลูกหนี้ของธนาคารในปัจจุบันมีความเหมาะสมหรือไม่อย่างไร มีความเหมาะสม เนื่องจากมีการออกแบบมาอย่างครอบคลุมตั้งแต่ต้นจนจบกระบวนการ มีความยืดหยุ่นในการปรับโครงสร้างหนี้ให้สอดคล้องกับรายได้ของลูกหนี้จริง และดำเนินการภายใต้กรอบนโยบายที่เข้มแข็งของธนาคารแห่งประเทศไทย ธนาคารมีแนวทางมาตรการ หรือวิธีดำเนินการอย่างไร จึงจะสามารถช่วยให้ลูกหนี้ไม่เป็นหนี้ค้างชำระ (NPLs) การป้องกัน NPLs ที่มีประสิทธิภาพที่สุดคือการที่ธนาคารเริ่มให้ความช่วยเหลือและปรับโครงสร้างหนี้อย่างรวดเร็วและยืดหยุ่น ก่อนที่หนี้จะกลายเป็นหนี้เสีย โดยพิจารณาจากความสามารถในการชำระหนี้ที่แท้จริงของลูกหนี้ และลูกหนี้เองก็ต้องให้ความร่วมมือในการเปิดเผยข้อมูลและปรับพฤติกรรมทางการเงินด้วย ข้อเสนอแนะอื่น ๆ ปรับเกณฑ์ของภาครัฐให้ยืดหยุ่นขึ้น เพื่อเพิ่มโอกาสฟื้นฟูลูกหนี้ และในขณะเดียวกัน ธนาคารควรกำหนดกรอบช่วยเหลือที่ชัดเจนและเข้มงวด เพื่อไม่ให้ลูกหนี้เกิดการพึ่งพิงมาตรการช่วยเหลือมากเกินไป

จากผลการตอบแบบสอบถามของกลุ่มประชากร สามารถนำมาวิเคราะห์เพื่อแสดงถึงสาเหตุหลัก และสาเหตุย่อย ที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้ของลูกหนี้ธนาคารออมสิน ได้แก่ 3 สาเหตุหลัก และ 6 สาเหตุรอง โดยสามารถทำเป็นแผนผังก้างปลาได้ดังภาพที่ 2



ภาพที่ 2 แผนผังก้างปลาแสดงสาเหตุหลักและสาเหตุย่อยของปัจจัยที่ทำให้ชำระหนี้ไม่ได้

การวิเคราะห์ SWOT analysis

1. จุดแข็ง (Strengths) เป็นธนาคารที่มีความมั่นคงและเป็นเจ้าของโดยรัฐ มุ่งเน้นช่วยเหลือประชาชนฐานรากและมีฐานลูกค้าที่กว้างและครอบคลุมกลุ่มเป้าหมายที่หลากหลาย ฯลฯ

2. จุดอ่อน (Weaknesses) ความท้าทายในการบริหารจัดการหนี้จำนวนมาก การมีลูกหนี้รายย่อยจำนวนมากและการวิเคราะห์สินเชื่อและการปล่อยกู้ไม่สอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้ ฯลฯ

3. โอกาส (Opportunities) การที่รัฐบาลให้ความสำคัญกับการแก้ไขหนี้ครัวเรือนและหนี้เสีย ทำให้ธนาคารมีโอกาสได้รับสนับสนุนด้านนโยบายและมาตรการเพิ่มเติม ความต้องการปรับปรุงโครงสร้างหนี้ของลูกหนี้ และการใช้เทคโนโลยีดิจิทัล ฯลฯ

การวิเคราะห์ TOWS matrix

1. กลยุทธ์เชิงรุก (SO) การยกระดับช่องทางการให้บริการดิจิทัลและเครือข่ายสาขาในการปรับโครงสร้างหนี้โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยพัฒนาเพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกหนี้

2. กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) การใช้การวิเคราะห์ข้อมูล (data analytics) และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล (digital transformation) เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและติดตามหนี้ การพัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกหนี้ (data analytics) เพื่อจัดกลุ่มความเสี่ยงและกำหนดมาตรการแก้ไขหนี้

3. กลยุทธ์เชิงป้องกัน (ST) ยังคงบทบาทธนาคารเพื่อสังคมด้วยการออกมาตรการเชิงรุกเพื่อประคับประคองลูกหนี้ในช่วงเศรษฐกิจผันผวน ใช้ความเข้าใจกลุ่มลูกหนี้เป้าหมายออกมาตรการพักชำระหนี้

4. กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้เสียใหม่ กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์สินเชื่อและการปล่อยกู้ ให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้มากขึ้น

จากการวิเคราะห์แผนผังก้างปลา SWOT และ TOWS จะเห็นได้ว่าสาเหตุที่ทำให้ลูกหนี้ชำระหนี้ไม่ได้มีความสอดคล้องกับทฤษฎี 5 C's ซึ่งประกอบด้วย 3 ปัจจัย คือ 1) ปัจจัยภายนอก 2) ปัจจัยภายใน และ 3) ปัจจัยด้านตัวผู้กู้ โดยผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นว่า ปัจจัยภายนอก ได้แก่ ราคาสินค้าและค่าครองชีพสูงขึ้น และภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัจจัยภายในได้แก่ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินไป และปัจจัยด้านตัวผู้กู้ ได้แก่ ภาระค่าใช้จ่ายใน

ครัวเรือนสูงขึ้น รายได้จากการประกอบอาชีพลดลง และมีภาระหนี้ที่เพิ่มขึ้น/ภาระหนี้นอกระบบ ซึ่งในส่วนของปัจจัยภายนอก และปัจจัยด้านตัวผู้กู้นั้น ธนาคารไม่สามารถเข้าไปดำเนินการแก้ไขได้เนื่องจากเป็นสาเหตุที่เกิดจากระบบเศรษฐกิจของประเทศที่เกินความรับผิดชอบธนาคาร จะดำเนินการได้แค่ในส่วนของการให้ความช่วยเหลือในด้านของการลดภาระค่าใช้จ่ายและปรับลดอัตราดอกเบี้ยเพื่อเป็นการบรรเทาตามสภาวะเศรษฐกิจ และรายได้ที่ถูกปรับลดลงเท่านั้น ในส่วนของปัจจัยภายใน ซึ่งเกี่ยวกับอัตราดอกเบี้ยที่สูงเกินไป จะอยู่ในอำนาจของส่วนกลางที่จะพิจารณาในการจัดโปรโมชั่นและผลิตภัณฑ์เงินกู้ จึงนำเสนอแนวทางที่มุ่งเน้นไปในการเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการและติดตามหนี้ พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกหนี้พิจารณาความสามารถในการชำระเงินของลูกค้าให้เหมาะสมกับสภาวะเศรษฐกิจในปัจจุบัน ซึ่งสามารถสร้างแนวทางเลือกสำหรับแก้ไขปัญหา ได้ดังนี้

แนวทางที่ 1 กลยุทธ์เชิงรุก (SO) การยกระดับการบริหารจัดการหนี้ด้วยเทคโนโลยีดิจิทัล และเครือข่ายในการปรับโครงสร้างหนี้ โดยใช้เทคโนโลยีที่ทันสมัยพัฒนาระบบ (เช่น MyMo) ให้เป็น "ศูนย์บริการปรับโครงสร้างหนี้ออนไลน์" เพื่ออำนวยความสะดวกให้ลูกหนี้ส่วนใหญ่ที่ต้องการปรับปรุงโครงสร้างหนี้สามารถลงทะเบียนและติดตามมาตรการได้ง่ายผ่านช่องทางออนไลน์ ควบคู่ไปกับการใช้สาขา เป็นศูนย์ให้คำปรึกษาเชิงลึก

แนวทางที่ 2 กลยุทธ์เชิงแก้ไข (WO) การใช้การวิเคราะห์ข้อมูล และการเปลี่ยนผ่านสู่ดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการบริหารจัดการและติดตามหนี้ พัฒนาระบบการวิเคราะห์ข้อมูลลูกหนี้ เพื่อจัดกลุ่มความเสี่ยงและกำหนดมาตรการแก้ไขหนี้เฉพาะกลุ่ม tailor-made) รวมถึงใช้ระบบดิจิทัลในการติดตามหนี้และสื่อสารกับลูกหนี้จำนวนมากเพื่อลดภาระงานบุคคล

แนวทางที่ 3 กลยุทธ์เชิงรับ (WT) ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้เสียใหม่ กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์สินเชื่อและการปล่อยกู้ ให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้มากขึ้น โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน และการแข่งขันที่กระตุ้นให้เกิดการกู้ยืมสูง

โดยผู้วิจัยได้กำหนดรูปแบบการประเมินตามหลักเกณฑ์ที่กำหนด สามารถสรุปแนวทางเลือกตามการประเมินกลยุทธ์ตามแนวคิด Richard Rumelt

ตาราง 3 สรุปผลการประเมินทางเลือกทั้ง 3 ทางเลือก

เกณฑ์	แนวทางที่ 1	แนวทางที่ 2	แนวทางที่ 3
1. ความเป็นไปได้ทางเทคนิค	1.00	1.00	1.25
2. ความคุ้มค่าทางเศรษฐกิจ	1.20	1.20	1.50
3. ความสอดคล้องกับนโยบายองค์กร	1.00	1.00	1.00
4. ประสิทธิภาพและผลกระทบ	0.75	0.75	0.60
5. ระยะเวลาในการดำเนินการ	0.30	0.30	0.40
รวมคะแนน	4.25	4.25	4.75

จากทั้ง 3 แนวทางเลือก ผู้วิจัยได้นำมาวิเคราะห์ข้อดี ข้อเสีย งบประมาณ และระยะเวลาในการดำเนินการและความเป็นไปได้ของแต่ละแนวทาง ผู้วิจัยเลือก แนวทางที่ 3 ทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้เสียใหม่ กำหนดเกณฑ์การวิเคราะห์สินเชื่อและการปล่อยกู้ ให้มีความรัดกุมและสอดคล้องกับความสามารถในการชำระหนี้ของผู้กู้มากขึ้น โดยเฉพาะในภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน และการแข่งขันที่กระตุ้นให้เกิดการกู้ยืมสูง เหมาะสมสำหรับการป้องกันหนี้เสียใหม่เน้นการปรับปรุงกระบวนการภายในองค์กรเพื่อเสริมความรัดกุมและลดความเสี่ยงของสินเชื่อเป็นทางเลือกที่คุ้มค่าและเป็นไปได้ง่ายในระยะสั้น

การอภิปรายผล

ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า ปัญหาหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ของธนาคารออมสินมีสาเหตุจากหลายปัจจัยที่เชื่อมโยงกัน ทั้งปัจจัยภายนอก ปัจจัยภายในองค์กร และปัจจัยด้านตัวผู้กู้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการวิเคราะห์สินเชื่อตามหลัก 5 C's ที่ให้ความสำคัญกับความสามารถในการชำระหนี้ (Capacity) และสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ (Condition) เป็นสำคัญ ปัจจัยด้านราคาสินค้าและค่าครองชีพที่สูงขึ้น รวมถึงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ส่งผลโดยตรงต่อรายได้และภาระค่าใช้จ่ายของลูกหนี้ ทำให้ความสามารถในการชำระหนี้ลดลง ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของชนินทร์ พิทยาวิวิธ (2534) ที่ระบุว่าปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถควบคุมได้และมีผลต่อการค้างชำระหนี้ของลูกหนี้โดยตรง ขณะเดียวกันปัจจัยภายใน เช่น อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินไป ยังเป็นแรงกดดันสำคัญต่อภาระการผ่อนชำระของลูกหนี้ นอกจากนี้ ปัจจัยด้านตัวผู้กู้ โดยเฉพาะภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น รายได้ที่ลดลง และภาระหนี้หลายทาง สะท้อนถึงข้อจำกัดด้านวินัยและความมั่นคงทางการเงินของลูกหนี้ ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาในงานวิจัยที่เกี่ยวข้องหลายฉบับที่พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลเป็นสาเหตุสำคัญของการเกิด NPLs แนวทางการแก้ไขปัญหาที่เลือกใช้ คือ การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อให้มีความรัดกุมมากขึ้น สอดคล้องกับหลักการป้องกันหนี้เสียเชิงรุก โดยมุ่งเน้นการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ตามความเป็นจริงในสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงในการเกิดหนี้เสียรายใหม่ ขณะเดียวกัน การนำเทคโนโลยีดิจิทัลและการวิเคราะห์ข้อมูลมาใช้เป็นมาตรการเสริม จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการติดตามดูแลลูกหนี้และการให้ความช่วยเหลือได้อย่างตรงจุดและยั่งยืนมากยิ่งขึ้น

องค์ความรู้ใหม่

จากการศึกษาเรื่อง "การศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของธนาคารออมสิน" สามารถสรุปองค์ความรู้ใหม่ได้ดังนี้

1. การจำแนกสาเหตุของ NPLs อย่างเป็นระบบ งานวิจัยได้ระบุปัจจัยที่ทำให้ลูกหนี้ไม่สามารถชำระหนี้ได้ โดยแบ่งเป็น 3 ด้านหลักที่ส่งผลกระทบในระดับที่แตกต่างกัน ได้แก่ปัจจัยภายนอก สาเหตุที่สำคัญที่สุดคือ ราคาสินค้าและค่าครองชีพที่สูงขึ้น ตามด้วยภาวะเศรษฐกิจตกต่ำ ปัจจัยภายใน สาเหตุหลักคือ อัตราดอกเบี้ยเงินกู้ที่สูงเกินไป และมาตรการช่วยเหลือที่ไม่เหมาะสมในบางกรณี และปัจจัยด้านตัวผู้กู้ สาเหตุที่มีผลกระทบมากที่สุดคือ ภาระค่าใช้จ่ายในครัวเรือนที่เพิ่มขึ้น รองลงมาคือรายได้ลดลง และการมีหนี้นอกระบบ

2. การเสนอ "กลยุทธ์เชิงรับ (WT strategy)" เป็นแนวทางหลัก ในงานวิจัยได้นำเสนอคือการเลือกใช้ แนวทางที่ 3 การทบทวนและปรับปรุงกระบวนการวิเคราะห์สินเชื่อเพื่อป้องกันหนี้เสียใหม่แทนการมุ่งเน้นเพียงการแก้ปัญหาที่ปลายเหตุ

2.1 การปรับเกณฑ์การวิเคราะห์ โดยเน้นความรัดกุมและสอดคล้องกับ "ความสามารถในการชำระหนี้ที่แท้จริง" ของผู้กู้ โดยเฉพาะในสภาวะเศรษฐกิจที่ไม่แน่นอน

2.2 การป้องกันเชิงรุก โดยงานวิจัยชี้ให้เห็นว่าการป้องกันการเกิด NPLs ใหม่มีประสิทธิภาพและคุ้มค่ากว่าการตามแก้ไขหนี้เสียที่เกิดขึ้นแล้ว

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 การปรับปรุงกระบวนการกลั่นกรองสินเชื่อ (Credit analysis) โดยการใช้หลัก 5 C's อย่างเคร่งครัด

พนักงานวิเคราะห์สินเชื่อควรให้ความสำคัญกับการประเมินความสามารถในการชำระหนี้ และสภาวการณ์ทางเศรษฐกิจ และกำหนดเกณฑ์การปล่อยกู้ให้รัดกุมและสะท้อนความสามารถในการชำระหนี้ที่แท้จริง

1.2 การบริหารจัดการและติดตามหนี้เชิงรุก ธนาคารควรเริ่มให้ความช่วยเหลือหรือปรับโครงสร้างหนี้อย่างรวดเร็ว ตั้งแต่ลูกหนี้เริ่มส่งสัญญาณว่าผ่อนไม่ไหว โดยไม่ต้องรอให้กลายเป็น NPLs

1.3 การสร้างแรงจูงใจและปรับเปลี่ยนพฤติกรรมลูกหนี้ ควรมีมาตรการจูงใจหรือสิทธิประโยชน์สำหรับลูกหนี้ที่มีวินัยในการชำระดี เพื่อรักษาคุณภาพหนี้

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การศึกษาครั้งนี้มุ่งเน้นภาพรวมของเงินสินเชื่อทั้งหมดที่เป็น NPLs งานวิจัยครั้งต่อไปอาจมุ่งเน้นศึกษาไปที่สินเชื่อประเภทใดประเภทหนึ่งโดยเฉพาะ เช่น "สินเชื่อเพื่อที่อยู่อาศัย" หรือ "สินเชื่อโครงการนโยบายรัฐ" เนื่องจากลูกหนี้แต่ละประเภทมีพฤติกรรมและความเสี่ยงที่ไม่เหมือนกัน

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบปัจจัยการเกิด NPLs ระหว่างพื้นที่ที่มีบริบททางเศรษฐกิจต่างกัน เช่น ลูกหนี้ในเขตกรุงเทพฯ/ปริมณฑล เทียบกับลูกหนี้ในเขตเกษตรกรรม เพื่อดูว่ามาตรการลดหนี้ควรมีความแตกต่างกันอย่างไร

2.3 เนื่องจากงานวิจัยพบว่าหนี้นอกระบบเป็นสาเหตุสำคัญ ควรมีการวิจัยเชิงลึกถึงกลไกที่หนี้นอกระบบเข้ามากระทบต่อความสามารถในการชำระหนี้ในระบบ เพื่อหาแนวทาง "ตัดวงจร" หนี้ได้อย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

ชนินทร์ พิทยาวิวิธ. (2534). *ตลาดการเงินในประเทศไทย*. อมรินทร์ พริ้นติ้ง กรุ๊พ.

ทิพวัลย์ มีพันธ์. (2563). *การศึกษาหาสาเหตุและแนวทางการลดปริมาณหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ของลูกหนี้สินเชื่อธนาคารประชาชน ธนาคารออมสินเขตลำปาง*. การศึกษาค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. https://scholar.utcc.ac.th/entities/publication/d6c19eed-d0c5-4ba6-9c77-f1d58c56273c

ธนาคารออมสิน. (2563). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2563*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/media/2021/05/GSB-annual-report-2020-TH.pdf.

ธนาคารออมสิน. (2564). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2564*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/about/anrp/.

ธนาคารออมสิน. (2565). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2565*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/about/anrp/.

ธนาคารออมสิน. (2566). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2566*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/about/anrp/.

ธนาคารออมสิน. (2567). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2567*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/about/anrp/.

ธนาคารออมสิน. (2568). *แผนวิสาหกิจธนาคารออมสิน 2568-2572* . สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://www.gsb.or.th/media/2025/04/05-เล่มแผนวิสาหกิจ-2568-2572-ฉบับปรับปรุง.pdf.

ประชาสรรณ์ แสนภักดี. (ม.ป.ป.). *ผังก้างปลา กับ แผนภูมิความคิด*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก http://www.prachasan.com/mindmapknowledge/fishbonemm.htm.

พิบูล ทีปะปาล. (2551). *การจัดการเชิงกลยุทธ์*. อมรการพิมพ์.

ศุภชัย รัตนพันธ์ และรวิดา วิริยกิจจา. (2567). การศึกษาแนวทางการลดหนี้ที่ไม่ก่อให้เกิดรายได้ (NPLs) ธนาคารอาคารสงเคราะห์ ส่วนบริหารหนี้เขตชลบุรี. *วารสารวิชาการและวิจัย มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ*, *14*(1), 147–161 https://so04.tci-thaijo.org/index.php/neuarj/article/view/269956.

Mandala Team. (2567). *SWOT Analysis แนวคิดการวิเคราะห์ของนักธุรกิจ*. สืบค้น 12 กรกฎาคม 2568 จาก https://blog.mandalasystem.com/th/swot-analysis.

Yamane, T. (1973). *Statistics: An Introductory Analysis* (3rd ed). Harper & Row.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

Customer satisfaction after the milestone revolutions: Why a mature field requires a new theoretical breakthrough

Taisith Kruasom [1], Saipeth Akkho [2], Rattanaporn Saelee [3*]

[1,2] Faculty of Management Science, Ubon Ratchathani University
[3] Faculty of Business Administration and Management, Ubon Ratchathani Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: rattanaporn.s@ubru.ac.th [3]

Received: January 10, 2026 Revised: February 18, 2026 Accepted: February 24, 2026

Abstract

Customer satisfaction has long been regarded as a cornerstone construct in marketing and service research. Over several decades, the field has evolved through multiple milestone revolutions, moving from cognitive evaluation models to multidimensional and experiential frameworks, relational perspectives, and increasingly advanced analytical techniques. Despite these developments, satisfaction research now faces a paradox of maturity, where methodological sophistication continues to expand, while theoretical innovation has become increasingly limited. Adopting a conceptual and problematization- oriented approach, this article reinterprets customer satisfaction research through the lens of milestone revolution. It argues that the cumulative success of past theoretical breakthroughs has unintentionally produced a condition of paradigm closure, in which satisfaction is treated as a stabilized managerial metric rather than an evolving theoretical problem. By critically examining dominant frameworks alongside emerging digital and post- crisis service contexts, this study identifies structural limitations that constrain the explanatory power of contemporary satisfaction theory. In response, the article outlines directions for a new theoretical breakthrough grounded in five core principles: 1) satisfaction as socio- institutional judgment; 2) configurational causality; 3) dynamic evaluative trajectories; 4) contextual intelligence; and 5) a tripartite conceptualization of satisfaction, dissatisfaction, and delight. Rather than proposing a single dominant model, the study advances a renewed research program that emphasizes conceptual governance, contextual sensitivity, and theoretical renewal. This repositioning restores customer satisfaction as a theoretically consequential lens for understanding customer experience, organizational legitimacy, and market governance in increasingly complex service systems.

Keywords: customer satisfaction, theoretical paradigm, milestone revolutions, socio- institutional judgment, configurational dynamics

Introduction

Customer satisfaction has long occupied a central position in business and management scholarship and is widely regarded as a fundamental indicator of customer evaluation, service performance, and organizational success. Across disciplines, it has been routinely employed as a proxy for perceived quality, value, and relationship strength, making it one of the most frequently used constructs in marketing and service research (Brown & Zahn, 2010; Oliver, 2010). Despite this prominence, customer satisfaction is not a theoretically simple concept. It has been variously conceptualized as a cognitive judgment, an effective response, an attitudinal state, and a behavioral precursor—often simultaneously (Martínez-Tur et al., 2000). While this conceptual plurality has facilitated broad empirical application, it has also generated persistent ambiguity regarding what satisfaction fundamentally represents.

Over time, satisfaction research has gradually shifted from theoretical exploration toward methodological stabilization. The widespread adoption of standardized measurement scales, benchmarking systems, and managerial dashboards has transformed satisfaction into a routine performance indicator rather than a contested theoretical construct (Yuksel & Yuksel, 2001). Although the field has expanded substantially in volume and technical sophistication, its foundational assumptions have remained largely unchanged. Satisfaction is frequently treated as self- evident, universal, and context- invariant, even as customer experience is increasingly shaped by digitalization, institutional complexity, and socio-cultural variation (Hult et al., 2022). Large-scale reviews indicate that satisfaction research has reached a stage of maturity characterized by theoretical repetition and incremental methodological refinement rather than conceptual innovation (Nunkoo et al., 2025). Moreover, satisfaction continues to be framed primarily as an individual psychological response, despite evidence that social norms, cultural expectations, and institutional conditions significantly shape how satisfaction is expressed and interpreted (Martínez-Tur et al., 2000). The managerial dominance of satisfaction metrics has further reinforced this conceptual closure, rendering satisfaction technically reliable but theoretically under-examined (Yuksel & Yuksel, 2001).

This condition is particularly problematic in contemporary digital, hybrid, and globally interconnected service environments. Satisfaction today reflects not only personal experience but also perceptions of system reliability, fairness, and institutional legitimacy (Hult et al., 2022). Yet prevailing theoretical frameworks remain largely rooted in earlier transactional and cognitively oriented assumptions. Consequently, customer satisfaction research now faces a paradox of maturity: empirical success has generated methodological confidence while simultaneously reducing theoretical curiosity and limiting conceptual renewal (Nunkoo et al., 2025). In response, this article argues that customer satisfaction should no longer be treated as a settled construct. Instead, it should be re- examined as an evolving theoretical problem shaped by cultural, institutional, and technological transformations. Adopting a conceptual orientation, the article reconstructs customer satisfaction research through a milestone revolution perspective and critically examines how successive theoretical developments have

advanced, stabilized, and constrained the field, to reposition customer satisfaction from a routine metric to a theoretically consequential lens for understanding contemporary customer experience.

Milestone Revolutions in Customer Satisfaction Research

The evolution of customer satisfaction research has not proceeded through linear accumulation alone, but through a sequence of milestone revolutions that reoriented its theoretical assumptions and methodological practices. These milestones progressively expanded satisfaction from a narrow evaluative judgment into a complex, multidimensional construct, while simultaneously reshaping what counted as legitimate explanation within the field.

Early milestone developments emphasized analytical structure and dimensional clarity. Multidimensional frameworks enabled researchers to decompose satisfaction into interpretable latent components, thereby shifting inquiry from descriptive assessment toward structured explanation and empirical validation (D'Ambra & Ciavolino, 2014). This transition strengthened theoretical precision, yet it also anchored satisfaction increasingly within measurement–centered logic, privileging model fit and variance explanation over conceptual interrogation.

A subsequent milestone emerged with the integration of cognitive and affective antecedents. By recognizing that customer evaluation reflects both rational appraisal and emotional experience, satisfaction research moved beyond purely cognitive paradigms and introduced psychological realism into its explanatory foundations (Palací et al., 2019). However, this expansion also produced conceptual layering, as satisfaction came to be treated simultaneously as judgment, emotion, attitude, and behavioral precursor without a clearly specified hierarchy among these roles.

As the literature expanded further, satisfaction research entered a phase of diversification and fragmentation. Bibliometric and thematic analyses reveal that satisfaction studies are dispersed across disciplines, sectors, and analytical traditions, generating intellectual richness alongside conceptual dispersion (Ahlawat et al., 2023; Kokins & Straujuma, 2020). In parallel, service quality models institutionalized satisfaction as a managerial and organizational performance indicator. By embedding satisfaction within quality management systems and strategic dashboards, these frameworks reinforced practical relevance while shifting scholarly attention away from foundational conceptual questioning toward performance optimization.

More recently, the rise of big data and digital analytics, together with growing interest in customer delight, constituted further milestones. Algorithmic approaches enhanced predictive accuracy and measurement sensitivity (Pérez–Pérez et al., 2023), while delight frameworks highlighted emotional intensity, surprise, and nonlinear experiential responses beyond satisfaction alone (Stange et al., 2025). Collectively, these milestone revolutions transformed customer satisfaction research into a sophisticated and methodologically advanced field. Yet each milestone expanded analytical capability without fully integrating prior insights. Satisfaction became richer in measurement and broader in scope, but increasingly diffuse in theoretical identity—thereby laying the groundwork for its current condition of theoretical closure.

Current Theoretical Frameworks and Their Limitations

The milestone revolutions outlined above established the dominant theoretical frameworks that continue to structure customer satisfaction research. Although these frameworks remain empirically productive, their underlying assumptions increasingly constrain explanatory power in contemporary service and digital environments. What once functioned as theoretical strengths have gradually become sources of rigidity.

A central limitation lies in the continued reliance on cognitive–affective integration. While this dual perspective enriched early satisfaction theory, it typically treats cognition and emotion as parallel contributors rather than as structurally ordered processes (Hartono & Raharjo, 2015). As a result, satisfaction remains ontologically ambiguous—simultaneously defined as judgment and feeling—without a clear account of how evaluative meaning is actually constructed from experience.

Prevailing frameworks further emphasize product and service attributes as primary drivers of satisfaction. Attribute-based models explain variance effectively in stable contexts, yet they implicitly assume that attributes possess intrinsic evaluative meaning. Such models devote limited attention to how customers interpret attributes through contextual, relational, and institutional lenses (Antonides & Hovestadt, 2021). Consequently, satisfaction becomes anchored in observable features rather than theorized as an interpretive and meaning-laden judgment.

These limitations intensify in digitally mediated and continuously delivered services. Emotional reactions, usability frustration, and interface experience strongly shape satisfaction formation, yet traditional models struggle to integrate these experiential dynamics coherently (Ding & Chai, 2015). Relationship-oriented approaches attempt to address continuity through repeated encounters, but many remain grounded in static, cross-sectional assumptions that fail to capture satisfaction as an evolving evaluative trajectory (Briggs et al., 2016). Satisfaction is thus operationalized as an outcome rather than theorized as a dynamic process.

Organizational perspectives introduce further complexity by showing that satisfaction reflects internal systems, service climate, and governance arrangements (Martínez-Tur et al., 2011; Schneider et al., 2005). However, these insights are typically treated as contextual modifiers rather than as core components of satisfaction theory. A related limitation concerns behavioral outcomes: dissatisfaction does not consistently lead to defection, nor does satisfaction guarantee retention, as switching behavior is shaped by inertia, alternatives, and perceived risk (Mittal, 2016). Collectively, these limitations indicate that dominant frameworks are not incorrect, but incomplete. Designed for environments characterized by stability, discrete transactions, and clear organizational boundaries, they increasingly struggle to explain satisfaction in fluid, digitally mediated, and institutionally complex service systems. Their theoretical strength has therefore become their constraint.

Emerging Trends and Theoretical Gaps

Recent socio-economic disruptions and technological transformations have further exposed the limitations of existing satisfaction theory. These developments do not merely extend prior models but reveal structural gaps that prevailing frameworks cannot resolve. In particular, the growing prevalence of crisis, uncertainty, and systemic disruption has altered the basis on which customers form evaluative judgments.

A major driver of this shift is the increasing role of crisis response in shaping customer evaluation. Organizational actions during disruption influence perceptions of reliability, responsibility, and trust more strongly than traditional service attributes (Hallencreutz et al., 2024). Evidence from the COVID-19 pandemic illustrates this transformation clearly. In hospitality, tourism, and food services, satisfaction became closely linked to safety, hygiene, digital adaptation, risk perception, and reduced service contact, indicating a fundamental redefinition of evaluative criteria (Ababneh et al., 2022; Gheibdoust et al., 2023; Xu et al., 2022; Zibarzani et al., 2022). Post-crisis demand further reflects anticipatory evaluation, as customers increasingly emphasize transparency, adaptability, institutional communication, and future preparedness rather than immediate experiential outcomes (Al-Kumaim et al., 2025; Haque, 2025).

Collectively, these developments expose three interrelated theoretical gaps. First, dominant frameworks remain oriented toward stable environments and transactional logic, limiting their capacity to explain satisfaction as an institutional judgment. Second, satisfaction has become volatile and continuously re-evaluated, yet most models remain cross-sectional and static. Third, evaluative effects are asymmetric: negative signals related to safety, trust, or system failure exert disproportionately strong influence, while nonlinear logic remains weakly theorized. Taken together, these trends indicate that satisfaction research is entering a new empirical reality without an adequate theoretical core. Rather than calling for incremental adjustment, they demand theoretical reorientation. Customer satisfaction can no longer be understood solely as a reaction to service quality but must be conceptualized as an evolving judgment of institutional reliability, systemic care, and future security.

Directions for the Next Theoretical Breakthrough

The emerging trends and theoretical gaps identified in the preceding sections indicate that customer satisfaction research can no longer progress through incremental model extension alone. What is required is a theoretical breakthrough that redefines how satisfaction is conceptualized, structured, and explained in contemporary service and digital environments.

A first direction concerns the reconceptualization of satisfaction and dissatisfaction as analytically distinct rather than bipolar opposites. Evidence from unipolar models demonstrates that satisfaction and dissatisfaction can coexist and independently influence continuance and discontinuance behavior (Yu & Davis, 2024). This challenges the long-standing bipolar assumption embedded in dominant satisfaction scales and causal models.

Building on this insight, approach–avoidance frameworks reveal that customer behavior is shaped by simultaneous attraction and repulsion forces rather than a single evaluative continuum (Yu & Davis, 2025). Satisfaction theory must therefore incorporate dual motivational processes capable of explaining evaluative ambivalence and asymmetric behavioral responses.

A second breakthrough direction lies in buyer–user role differentiation. In many consumption contexts, the decision-maker and the actual user are not the same individual. Buyer–user synergy models show that these roles generate distinct evaluative criteria, expectations, and behavioral consequences (Datta & Kapoor, 2016). Treating satisfaction as role-neutral obscures these dynamics and limits theoretical precision.

Conceptual progress further requires clearer differentiation among satisfaction, dissatisfaction, and delight. Prior research demonstrates that delight is not simply extreme satisfaction, but a qualitatively distinct emotional state characterized by surprise, intensity, and nonlinear effects on loyalty (Finn, 2012). Similarly, dissatisfaction and outrage involve cognitive and emotional mechanisms that differ from low satisfaction (Liu & Keh, 2015). Measurement advances reinforce this distinction, showing that delight operates through emotional amplification rather than rational performance comparison (Torres et al., 2020).

All mentioned above, these insights indicate that the next theoretical breakthrough in customer satisfaction research requires a reorientation of around five interrelated principles. First, satisfaction and dissatisfaction should be conceptualized as independent dimensions rather than opposite ends of a single continuum, allowing for a more precise explanation of mixed or ambivalent evaluations. Second, customer evaluation needs to be understood as role-sensitive, recognizing that judgments vary according to situational roles and relational positions rather than assuming role-neutral assessment. Third, delight should be treated as a distinct experiential construct with its own antecedents and consequences, not merely as an extreme form of satisfaction. Fourth, customer responses are better explained through nonlinear and threshold-based behavioral logic, where incremental changes do not always produce proportional effects. Finally, satisfaction should be framed as a dynamic motivational balance that evolves, instead of a static post-consumption judgment. Taken together, this framework does not seek to replace traditional satisfaction theory; instead, it moves beyond its inherited boundaries by reorganizing established constructs within a fundamentally different evaluative logic, thereby opening new directions for theorizing and empirical inquiry.

Research Contributions

This study makes three interrelated contributions to customer satisfaction research. First, it advances theory by reconceptualizing customer satisfaction as part of a broader experiential-motivational architecture rather than as a terminal psychological outcome. By demonstrating that cognitive and emotional processes operate as interacting systems, the study positions satisfaction as a complex antecedent that shapes, but does not mechanically determine, downstream outcomes such as loyalty. This reframing helps explain persistent empirical inconsistencies observed in multidimensional loyalty research, where emotional, cognitive, and behavioral components often diverge.

Second, the article extends conceptual boundaries by repositioning satisfaction as a socio-institutional judgment. Beyond functional appraisal, satisfaction is shown to incorporate perceived meaning, identity alignment, and normative evaluation embedded within service systems. This contribution moves satisfaction theory closer to legitimacy, trust, and institutional evaluation perspectives, thereby broadening its explanatory relevance beyond transactional service encounters.

Third, the study contributes methodologically at the level of theorizing by challenging linear, static, and context-neutral assumptions that dominate satisfaction modeling. By articulating satisfaction as a dynamic and

configurational construct, the article opens conceptual space for new forms of empirical inquiry that treat satisfaction as an evolving system of interdependent signals rather than a single latent variable.

Research Implications

Theoretical Implications

The findings imply that customer satisfaction should no longer be treated as a direct predictor of loyalty or performance outcomes. Instead, satisfaction functions as a mediating and structuring condition within a broader motivational system, shaping how emotions, cognitions, and behaviors align or misalign over time. This perspective encourages future theory to move beyond bipolar satisfaction–dissatisfaction logic toward multidimensional and role-sensitive evaluation models that better reflect lived service experiences.

Methodological Implications

The proposed reorientation necessitates analytical approaches capable of capturing dynamic, nonlinear, and explainable relationships. Traditional linear models are ill-suited to represent threshold effects, feedback loops, and configurational causality inherent in satisfaction processes. Methods such as explainable AI, hybrid network modeling, and adaptive optimization provide promising pathways for operationalizing satisfaction as an evolving system. Additionally, the findings underscore the importance of cultural reflexivity in measurement design, as satisfaction constructs may not retain conceptual equivalence across institutional and cultural contexts.

Managerial and Policy Implications

For managers, satisfaction metrics should be interpreted as diagnostic signals rather than confirmatory indicators of success. Satisfaction reflects not only service performance but also emotional resonance, experiential coherence, and institutional trust. Internally, this places greater emphasis on employee experience and service climate as upstream conditions shaping customer evaluation. At the policy level, satisfaction can serve as a governance- relevant indicator, informing regulatory oversight, platform accountability, and service equity, particularly when supported by transparent and explainable analytical models.

New Knowledge

This article contributes a new body of knowledge by reconceptualizing customer satisfaction as a socio-institutional and motivational judgment rather than a purely psychological or transactional outcome. Through a milestone revolution perspective, it demonstrates how satisfaction research has advanced through successive theoretical breakthroughs that simultaneously enabled methodological sophistication while constraining conceptual renewal. This perspective provides a novel analytical lens for diagnosing theoretical maturity and paradigm closure in established research fields.

The study further advances satisfaction theory by proposing a tripartite and role-sensitive evaluative framework that treats satisfaction, dissatisfaction, and delight as analytically independent yet interacting constructs. By integrating buyer–user role differentiation and nonlinear motivational logic, the framework challenges the bipolar

and role– neutral assumptions embedded in dominant models, offering a more precise explanation of evaluative ambivalence, asymmetric behavior, and divergent loyalty outcomes.

This body of knowledge establishes customer satisfaction as a dynamic, configurational, and institutionally embedded construct, transforming it from a stabilized managerial metric into a theoretically revitalized lens for interpreting customer experience, organizational legitimacy, and market governance in complex service systems.

Conclusion

This article has reconceptualized customer satisfaction research through a milestone revolution perspective, demonstrating that the field has advanced through substantial theoretical and methodological developments while simultaneously approaching a condition of conceptual closure. Although customer satisfaction has become one of the most extensively operationalized constructs in business research, its very familiarity has obscured unresolved theoretical tensions and limited further conceptual advancement.

By tracing the evolution of satisfaction theory, identifying structural limitations within dominant frameworks, and engaging with emerging empirical realities, this study argues that customer satisfaction can no longer be understood as a stable psychological outcome alone. Rather, satisfaction should be recognized as a dynamic, multidimensional, and socio– institutional judgment shaped by emotional experience, role differentiation, contextual meaning, and systemic trust. These dimensions are integrated in Figure. 1 which conceptualizes satisfaction as a configurational outcome emerging from the interaction of experiential and institutional forces.

The central contribution of this article lies in its call for theoretical renewal rather than theoretical replacement. Satisfaction theory must move beyond linear causality, bipolar logic, and context–neutral assumptions toward a configurational, dynamic, and context– intelligent orientation. More importantly, this article positions customer satisfaction as a construct of broader societal relevance—a signal through which individuals evaluate the legitimacy, reliability, and ethical alignment of the systems in which they participate.

Customer satisfaction research is therefore not approaching its end, but its next beginning.

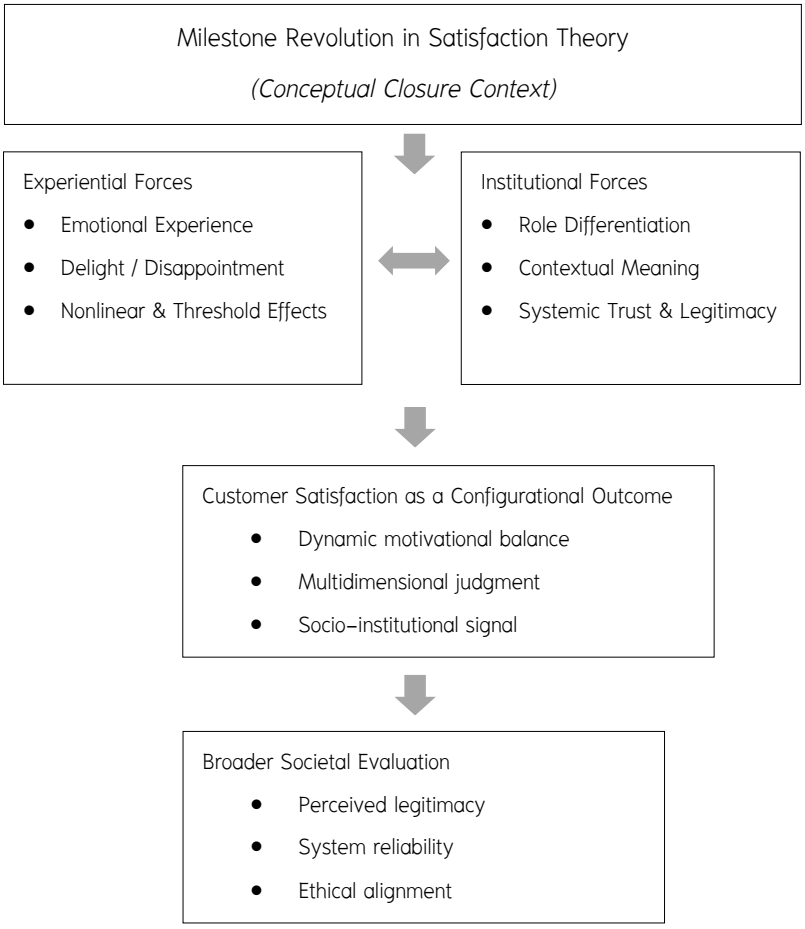


Figure. 1 Customer Satisfaction as a Configurational Socio–Institutional Judgment

References

Ababneh, K. I., Ponnaiyan, S., ElMelegy, A. R., & Prybutok, V. (2022). Determinants of customer satisfaction and behavioral intentions in fast–food restaurants among undergraduate students during the COVID–19 pandemic. *Quality Management Journal, 29*(2), 104–124. https://doi.org/10.1080/10686967.2022.2034491.

Ahlawat, R., Ghai, M., & Garg, S. K. (2023). Bibliometric review of scholarly work on service quality and customer satisfaction in hotels. *Multidisciplinary Reviews, 6*(3), 2023030. https://doi.org/10.31893/multirev.2023030.

Al–Kumaim, N. H. S., Samer, M., Hassan, S. H., Shabbir, M. S., Mohammed, F., & Al–Shami, S. (2025). New demands by hotel customers post COVID–19 era. *Foresight, 27*(1), 1–28. https://doi.org/10.1108/FS–05–2023–0082.

Antonides, G., & Hovestadt, L. (2021). Product attributes, evaluability, and consumer satisfaction. *Sustainability, 13*(22), 12393. https://doi.org/10.3390/su132212393.

Briggs, E., Landry, T. D., & Daugherty, P. J. (2016). A framework of satisfaction for continually delivered business services. *Journal of Business and Industrial Marketing, 31*(1), 112–122. https://doi.org/10.1108/JBIM-06-2014-0125.

Brown, S. P., & Zahn, W. (2010). *Customer satisfaction/dissatisfaction.* In Wiley International Encyclopedia of Marketing, 1–4.

D'Ambra, L., & Ciavolino, E. (2014). Recent developments in multidimensional analysis for customer satisfaction. In F. Crescenzi & S. Mignani (Eds.), *Studies in Theoretical and Applied Statistics* (pp. 359–369). Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-05552-7_31.

Datta, S., & Kapoor, R. (2016). A conceptual framework for customer satisfaction in light of buyer user synergy. *International Journal of Applied Business and Economic Research, 14*(6), 4213–4221. https://serialsjournals.com/abstract/25171_49.pdf?utm_source=copilot.com.

Ding, Y., & Chai, K. H. (2015). Emotions and continued usage of mobile applications. *Industrial Management and Data Systems, 115*(5), 833–852. https://doi.org/10.1108/IMDS-11-2014-0338.

Finn, A. (2012). Customer delight: Distinct construct or zone of nonlinear response to customer satisfaction? *Journal of Service Research, 15*(1), 99–110. https://doi.org/10.1177/1094670511425698.

Gheibdoust, H., Gilaninia, S., & Taleghani, M. (2023). Evaluating the influence of service quality factors in the digital hospitality industry during the COVID-19 pandemic. *International Journal of Networking and Virtual Organisations, 28*(1), 18–35. http://www.inderscience.com/link.php?id=130949.

Hallencreutz, J., Parmler, J., & Westin, L. (2024). Important drivers for customer satisfaction – A Swedish crisis reflection. *International Journal of Lean Six Sigma, 15*(6), 1187–1198. https://doi.org/10.1108/IJLSS-12-2023-0224.

Haque, M. R. (2025). From disruption to recovery: A multi-country analysis of tourism and hospitality firms' performance post-COVID-19. *Tourism Recreation Research, 50*(5), 1062–1073. https://doi.org/10.1080/02508281.2024.2372969.

Hartono, M., & Raharjo, H. (2015). Exploring the mediating role of affective and cognitive satisfaction on the effect of service quality on loyalty. *Total Quality Management and Business Excellence, 26*(9–10), 971–985. https://doi.org/10.1080/14783363.2015.1068595.

Hult, G. T. M., Morgeson III, F. V., Sharma, U., & Fornell, C. (2022). Customer satisfaction and international business: A multidisciplinary review and avenues for research. *Journal of International Business Studies, 53*(8), 1695–1733. https://doi.org/10.1057/s41267-022-00546-2.

Kokins, G., & Straujuma, A. (2020). Systematic literature overview: Gaps, inconsistencies, contradictions and future research directions within customer experience management. In *Proceedings of the 24th World Multi-Conference on Systemics, Cybernetics and Informatics (WMSCI 2020)* (pp. 65–70). International Institute of Informatics and Systemics (IIIS). https://www.iiis.org/CDs2020/CD2020Summer/papers/SA527XT.pdf.

Liu, M. W., & Keh, H. T. (2015). Consumer delight and outrage: Scale development and validation. *Journal of Service Theory and Practice, 25*(6), 680–699. https://doi.org/10.1108/JSTP-08-2014-0178.

Martínez-Tur, V., Peiró, J. M., Ramos, J., & Tordera, N. (2000). Contributions of social psychology to the study of customer satisfaction. *Revista de Psicologia Social, 15*(2), 117–136.

Martínez-Tur, V., Tordera, N., Peiró, J. M., & Potocnik, K. (2011). Linking service climate and disconfirmation of expectations as predictors of customer satisfaction: A cross-level study. *Journal of Applied Social Psychology, 41*(5), 1189–1213. https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2011.00753.x.

Mittal, B. (2016). Retrospective: Why do customers switch? The dynamics of satisfaction versus loyalty. *Journal of Services Marketing, 30*(6), 569–575. https://doi.org/10.1108/JSM-07-2016-0277.

Nunkoo, R., Sharma, A., So, K. K. F., Hu, H., & Alrasheedi, A. F. (2025). Two decades of research on customer satisfaction: Future research agenda and questions. *International Journal of Contemporary Hospitality Management, 37*(5), 1465–1496. https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2024-0436.

Oliver, R. L. (2010). Customer satisfaction. In J. Sheth & N. Malhotra (Eds.), *Wiley international encyclopedia of marketing*. Wiley. https://doi.org/10.1002/9781444316568.wiem03008.

Palací, F., Salcedo, A., & Topa, G. (2019). Cognitive and affective antecedents of consumers' satisfaction: A systematic review of two research approaches. *Sustainability, 11*(2), 431. https://doi.org/10.3390/su11020431.

Pérez-Pérez, C., Álvarez-Foronda, R., & Rodríguez-Sánchez, J.-L. (2023). The impact of big data on customer satisfaction through marketing: A bibliometric analysis. In J. R. Saura (Ed.), *Big Data Marketing Strategies for Superior Customer Experience*, 1–22. Information Resources Management Association (IRMA). https://doi.org/10.4018/978-1-6684-6454-0.ch001.

Shyju, P. J., Singh, K., Kokkranikal, J., Bharadwaj, R., Rai, S., & Antony, J. (2023). Service quality and customer satisfaction in hospitality, leisure, sport and tourism: An assessment of research in Web of Science. *Journal of Quality Assurance in Hospitality & Tourism, 24*(1), 24–50.

Schneider, B., Ehrhart, M. G., Mayer, D. M., Saltz, J. L., & Niles-Jolly, K. (2005). Understanding organization–customer links in service settings. *Academy of Management Journal, 48*(6), 1017–1032. https://doi.org/10.5465/amj.2005.19573107.

Stange, R., Scheffler, P., & Henseler, J. (2025). A systematic review of theoretical, methodological, contextual, and content-related foundations of customer delight research. *Total Quality Management and Business Excellence, 36*(5–6), 503–526. https://doi.org/10.1080/14783363.2025.2469294.

Torres, E. N., Zhang, T., & Ronzoni, G. (2020). Measuring delightful customer experiences: The validation and testing of a customer delight scale along with its antecedents and effects. *International Journal of Hospitality Management, 87*, 102380. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2019.102380.

Xu, J., Wang, X., Zhang, J., Huang, S. S., & Lu, X. (2022). Explaining customer satisfaction via hotel reviews: A comparison between pre- and post-COVID-19 reviews. *Journal of Hospitality and Tourism Management, 53*, 208–213. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.11.003.

Yu, Y., & Davis, F. (2024). User satisfaction and dissatisfaction: Bipolar versus unipolar conceptualizations. *Journal of Computer Information Systems, 64*(4), 486–500. https://doi.org/10.1080/08874417.2023.2226627.

Yu, Y., & Davis, F. (2025). An Approach–Avoidance Model of User Satisfaction and Dissatisfaction. *Journal of Computer Information Systems*, 1–18. https://doi.org/10.1080/08874417.2025.2519199.

Yuksel, A., & Yuksel, F. (2001). Measurement and management issues in customer satisfaction research: Review, critique and research agenda: Part one. *Journal of Travel and Tourism Marketing, 10*(4), 47–80. https://doi.org/10.1300/J073v10n04_03.

Zibarzani, M., Abumalloh, R. A., Nilashi, M., Samad, S., Alghamdi, O. A., Nayer, F. K., Ismail, M. Y., Mohd, S., & Mohammed Akib, N. A. (2022). Customer satisfaction with restaurants service quality during COVID–19 outbreak:A two–stage methodology.*Technology in Society, 70*, 101977. https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101977.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

Guidelines for improving Chinese reading comprehension for primary students: A case study of Tangyuan Primary Schools

Ma Qian [1*], Natchanun Sermsri [2]
[1,2] Master of Education Program in Educational Administration, Faculty of Education,
Dhonburi Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: 2648527355@qq.com [1], natchanun.s@dru.ac.th [2]

Received: February 10, 2026 Revised: March 19, 2026 Accepted: March 22, 2026

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the problems, needs, and influencing factors related to Chinese reading comprehension for primary students at Tangyuan Primary Schools, and 2) to develop guidelines for improving Chinese reading comprehension for primary students at Tangyuan Primary Schools. The sample were divided into 2 groups: 1) 310 primaries schools' students, selected via simple random sampling with thesample size determined by the Krejcie & Morgan formula; and 2) a census of 42 Chinese language teachers. A mixed-methods approach was employed, utilizing focus group discussion and a questionnaire, which demonstrated reliability coefficients ranging from 0.86 to 0.87. The qualitative data were examined through both inductive and deductive content analysis, while the quantitative data were analyzed using descriptive statistics, including frequencies, means, and standard deviations. The results revealed that: 1) both primary school students and teachers at Tangyuan Primary School reported high levels of problems and needs related to the improvement of Chinese reading comprehension; and 2) the developed guidelines for enhancing students' Chinese reading proficiency encompass six dimensions: 1) supplying graded reading materials, 2) applying thinking visualization tools, 3) training in deep reading strategies, 4) establishing home-school collaboration support mechanisms, 5) optimizing classroom reading interactions, and 6) cultivating good reading habits. These guidelines effectively address key challenges and specific needs to support improvements in students' Chinese reading comprehension.

Keywords: Chinese reading comprehension, primary students, guidelines

Background and significance

Reading comprehension is the core of primary school students' literacy, which directly affects their language learning, cognitive development and academic performance. The 2022 Chinese Language Curriculum Standards and UNESCO reports both emphasize the importance of reading ability for basic education and lifelong development (Öztemur et al., 2024). However, the current situation of primary school students' reading comprehension is worrying: surveys in Tangyuan Primary School and the Affiliated Primary School of Southwest Jiaotong University show problems such as low reading interest, insufficient reading volume, lack of scientific methods and inadequate home–school guidance (Man et al., 2021). As primary school, especially Grade 3 and above, is a critical period for reading development, improving reading comprehension is of great significance to students' academic performance and holistic development (Gustanti & Ayu, 2021).

Against this background, this study takes Grade 4–6 students in Tangyuan Primary School as the research object, analyzes the current difficulties and influencing factors of their Chinese reading comprehension, and puts forward targeted improvement strategies. This research is expected to improve the quality of reading teaching in the school and promote students' all–round development, and also provide a reference for Chinese teaching reform in similar primary schools.

Objectives

1. To study the problems and needs in Chinese reading comprehension and their influencing factors for primary students at Tangyuan Primary Schools.

2. To develop guidelines for improving Chinese reading comprehension for primary students at Tangyuan Primary Schools.

Literature reviews

This section synthesizes relevant theories, empirical studies, and guideline development frameworks connected to primary school Chinese reading comprehension. It aims to clarify existing research gaps and establish a theoretical foundation for developing context–specific improvement guidelines for Tangyuan Primary Schools.

1. Core Concepts and Theories of Reading Comprehension

Reading comprehension is a multidimensional cognitive process integrating linguistic knowledge, cognitive abilities, and prior experience, which aligns with the core competencies outlined in the Compulsory Education Chinese Curriculum Standards (2022 Edition) (Peng & Kievit, 2020). It comprises three cognitive levels—literal, inferential, and evaluative comprehension—and four key dimensions, together forming an integrated skill development system (Lin et al., 2021). Five factors shape reading comprehension: language proficiency, cognitive ability, reading motivation, reading habits, and environmental support. Internal drivers like motivation and external conditions such as school and family support collectively influence students' comprehension outcomes (Erya & Pustika, 2021).

Effective reading instruction depends on five components: graded reading materials, thinking visualization

tools, deep reading strategies, home–school cooperation, and teacher professional development (Bilikozen & Akyel, et al., 2014). These are especially important for upper–primary students (Grades 4–6), who gradually shift from literal understanding to inferential comprehension while forming stable reading habits (Khasawneh & Al–Rub, 2020; Abidjanova, 2024). For schools in urban–rural fringe areas like Tangyuan Primary Schools, large gaps in initial reading levels and limited extracurricular knowledge further highlight the need for targeted teaching design (Beahm & Cook, 2021).

2. Development Guidelines for Reading Comprehension: Theoretical and Practical Foundations

Reading comprehension improvement guidelines are practical, school–based intervention tools that turn abstract goals into operable strategies. They draw on educational diagnosis, evidence–based teaching, and school–based intervention theories (Lim, 2025; Luo, 2022). Their core parts include student needs analysis, evidence–based theoretical support, context–specific planning, and resource integration, helping ensure they suit local educational conditions (Mulyawati et al., 2022). These guidelines usually cover six modules: graded reading materials, thinking visualization tools, deep reading strategy training, improved classroom interaction, reading habit development, and home–school collaboration (Wu & Zhao, 2024).

International research offers useful references for guideline design. Chinese studies focus on core competency development, grade–level differences, and local cultural adaptation (Liu et al., 2023; Zhao, 2022). Thai studies pay attention to bilingual challenges, cultural inheritance, and educational equity (Phichiensathien, 2021; Wongsothorn & Yordchim, 2020). American frameworks emphasize critical thinking, interdisciplinary learning, and personalized instruction (Al Roomy, 2022; Raj & Renumol, 2022). These studies consistently show that effective guidelines must combine general skill development with context–specific adjustments.

3. Research Gaps and Rationale for the Current Study

Despite progress in existing research, several important gaps remain. Most studies explore general teaching strategies or broad guideline frameworks, but few designs targeted tools for the specific difficulties faced by individual schools (Beahm & Cook, 2021; Stavridis & Papadopoulou, 2022). As a school in the urban–rural fringe, Tangyuan Primary Schools faces several realistic problems: uneven student reading foundations, low use of electronic resources, insufficient teacher training in deep reading guidance, and weak home–school collaboration. Current guidelines do not fully respond to these context–specific challenges.

In addition, few studies directly connect needs assessment with guideline development for urban–rural fringe schools. This study responds to these gaps by integrating the three–level and four–dimension models of reading comprehension with the real situation of Tangyuan Primary Schools. It develops practical guidelines through a framework of “empirical positioning, scientific support, program design, and resource guarantee.” By combining international theories and local needs, this research enriches context–specific reading instruction literature and provides usable references for similar schools.

Conceptual framework

This study focuses on improving the Chinese reading comprehension abilities of students in Grades 4–6 at Tangyuan Primary Schools. Drawing on the five-dimensional influencing factors of reading comprehension proposed by Erya & Pustika (2021) and the instructional support elements for reading teaching by Bilikozen & Akyel (2014), it constructs a research framework of "five-dimensional problems – six key implementation modules".

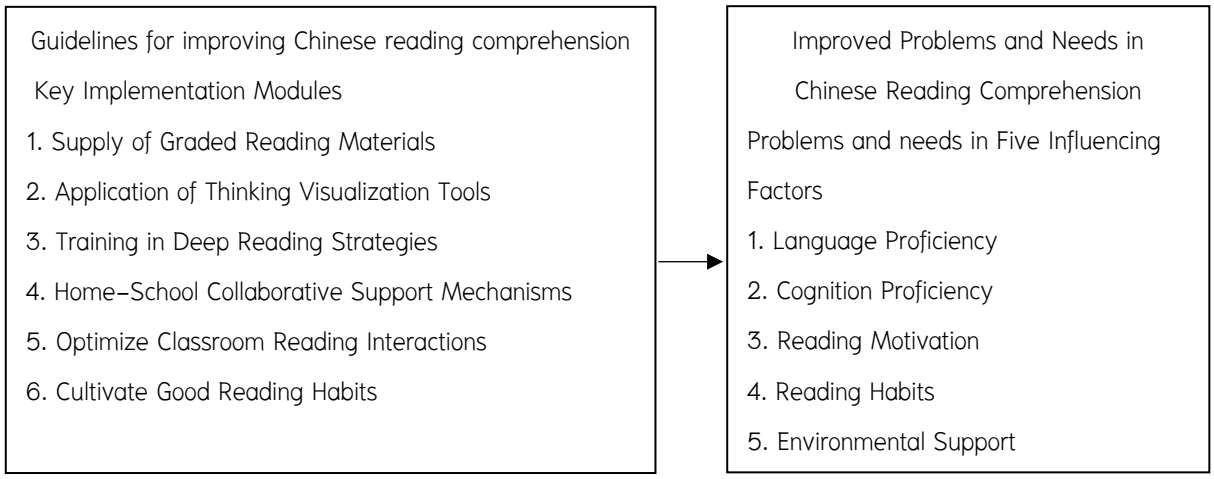


Figure.1 Conceptual framework

Methods

This study adopted a mixed-methods research design, integrating quantitative questionnaire surveys and qualitative focus group discussions. It aims to clarify the current status of students' Chinese reading comprehension problems and teachers' teaching needs, collect expert insights to optimize improvement guidelines, and ensure empirical rigor and practical applicability.

1. Populations and samples

The research was conducted at Tangyuan Primary School in Pidu District, Chengdu, Sichuan Province. For student participants, 310 students in Grades 4–6 were selected by simple random sampling based on the Krejcie & Morgan formula (Krejcie & Morgan, 1970), from a total of 1,587 students in these grades. A census was adopted for teacher participants, with all 42 Chinese teachers participating to avoid sampling bias.

2. Research tools

Two self-designed questionnaires (for students and teachers) and a semi-structured interview outline (for focus group discussions) were used, all verified for validity and reliability. The student questionnaire covers general information, reading comprehension problems and improvement needs, focusing on five dimensions: language proficiency, cognitive proficiency, reading motivation, reading habits and environmental support. The teacher questionnaire includes general information, teaching challenges and student improvement needs, with a focus on teachers' practical difficulties in reading teaching. The semi-structured interview outline centers on the scientificity of the guideline framework, applicability of reading improvement strategies and rationality of resource

integration, and was revised following expert pre-review. For validity, the Item Objective Congruence (IOC) index showed all items scored .66–1.00, indicating good content validity. For reliability, the Cronbach's alpha coefficient was .87 for the student questionnaire, and .86 for the teacher questionnaire, reflecting high internal consistency.

3. Data collection

Prior to data collection, ethical approval was obtained from the school principal and relevant teachers. Online questionnaires were distributed to 310 students and 42 teachers, with on-site explanation of the survey purpose and requirements; all questionnaires were recovered, achieving a 100% effective return rate. Two rounds of focus group discussions were conducted, each lasting 90 minutes. Experts' opinions were recorded via audio and note-taking, and interview data were sorted out within 24 hours after each discussion to ensure information accuracy.

4. Data analysis

Data were analyzed using a statistical software package. Descriptive statistics—frequency, percentage, mean ($\overline{X}$, μ), and standard deviation (S.D., σ) were employed to summarize response patterns and variations.

Results

1. Problems and Needs of Primary Students' Chinese Reading Comprehension

The student sample (n = 310) was representative of Grades 4 to 6 at Tangyuan Primary School, with a relatively balanced gender distribution and covering the critical upper primary stage for reading comprehension development. The teacher sample (n = 42) comprised frontline Chinese language educators with diverse professional backgrounds, which ensured the collection of contextually relevant practical perspectives on students' Chinese reading comprehension problems and needs.

Table 1 Problems and Needs of Students in Chinese Reading Comprehension

Items	$\overline{X}$	S.D.	Level of Problems	$\overline{X}$	S.D.	Level of Needs
Language proficiency	3.70	.78	High	3.73	.72	High
Cognitive proficiency	3.77	.80	High	3.77	.77	High
Reading motivation	3.72	.79	High	3.62	.70	High
Reading Habits	3.68	.74	High	3.74	.79	High
Environmental support	3.71	.75	High	3.69	.82	High
Overview	3.72	.77	High	3.71	.76	High

Table 1 shows that both the overall problem level ($\overline{X}$ = 3.72, S.D. = .77) and improvement need intensity ($\overline{X}$ = 3.71, S.D. = .76) of students' Chinese reading comprehension are rated as "High." Specifically, cognitive ability is the most prominent dimension for both problems ($\overline{X}$ = 3.77, S.D. = .80) and needs ($\overline{X}$ = 3.77, S.D. = .77), while reading habits ($\overline{X}$ = 3.68, S.D. = 0.74) and reading motivation ($\overline{X}$ = 3.62, S.D. = .70) are relatively less prominent (though still rated "High"). All five dimensions maintain a "High" rating, indicating

universal challenges and improvement demands among students.

Table 2 Problems and Needs of Teachers in Teaching Chinese Reading Comprehension

Items	μ	σ	Level of Problems	μ	σ	Level of Needs
Language proficiency	3.62	1.16	High	3.78	1.09	High
Cognitive proficiency	3.88	1.03	High	3.62	.89	High
Reading motivation	3.73	1.05	High	3.66	1.06	High
Reading habits	3.47	1.14	Moderate	3.50	1.12	Moderate
Environmental support	3.77	1.07	High	3.83	1.03	High
Overview	3.69	1.09	High	3.68	1.04	High

Table 2 indicates that the overall problem level (μ = 3.69, σ = 1.09) and improvement need intensity (μ = 3.68, σ = 1.04) in Chinese reading comprehension teaching are both rated "High." Cognitive ability is the most pressing teaching problem (μ = 3.88, σ = 1.03), while environmental support is the highest-priority need (μ = 3.83, σ = 1.03). Reading habits are the only dimension rated "Moderate" for both problems (μ = 3.47, σ = 1.14) and needs (μ = 3.50, σ = 1.12), reflecting a mismatch between teachers' pressing instructional challenges and their support priorities.

2. Guidelines for Improving Chinese Reading Comprehension for Primary Students at Tangyuan Primary School

Consistent with survey data, focus group discussions identified systemic deficiencies in the five dimensions of language proficiency, cognitive proficiency, reading motivation, reading habits and environmental support for primary students' Chinese reading comprehension. Core recommendations include targeted improvement of prominent cognitive proficiency issues, balanced advancement of all dimensional development, and the establishment of a comprehensive home-school collaborative cultivation system for reading comprehension.

Table 3 Results of Focus Group Discussions on the Chinese Reading Comprehension Improvement Guideline for Upper Primary Students

Guideline	Chinese reading comprehension teaching	suitability		Meaning
		μ	σ	
1. Supply of Leveled Reading Materials (1) Grade & ability-based grading (2) Theme integration of interest and curriculum standards	– The school library supplements extracurricular books labeled "blue (Grade 4), green (Grade 5), yellow (Grade 6)," updates 30% of book titles each semester, and ensures leveled materials account for ≥ 60% of the collection. The genre ratio adheres to a 5: 3: 2 distribution (narrative: expository: argumentative). – A "Leveled Reading Materials Package" is provided	4.75	.46	Highest

Table 3 (continued)

Guideline	Chinese reading comprehension teaching	suitability		Meaning
		μ	σ	
(3) "Core text + expansion package"	for each grade, including "Core Test Point Guide Cards" and "Fun Task Sheets," which teachers can use directly in classroom teaching (no additional lesson preparation required). – A "book borrowing and registration system" is established to track students' reading preferences, with priority given to replenishing high–borrowing genres.			
2. Application of Thinking Visualization Tools (1) Genre–matched tools (2) Grade–based progression (3) Three–stage teaching	– The school distributes a "Genre–Specific Visualization Tool Application Manual" (including text examples and printable templates) and allocates 10 minutes per class for hands–on practice with visualization tools (e.g., event flowcharts for narratives, argument tree diagrams for argumentative texts). – Family task: Students use visualization tools to organize weekend activities reading content; parents take photos and upload them to the class WeChat group, and teachers comment on typical cases (e.g., excellent mind maps) weekly. – A "visualization tool proficiency portfolio" is created to record students' progress from "relying on templates" to "independent creation." "Tool Application Experts" are selected at the end of the semester.	4.63	.50	Highest
3. Training in Deep Reading Strategies (1) Grade–based critical thinking activities (2) Interdisciplinary activities "Text–tool case library" establishment	– Tiered critical thinking activities are implemented: "story continuation + character dubbing" for Grade 4, "textual evidence verification" for Grade 5, and "cross–text comparison workshops" for Grade 6. – Interdisciplinary tasks are integrated into the teaching plan: For example, when reading Bats and Radar, students combine science experiments, mathematical data statistics, and Chinese text interpretation, and submit "interdisciplinary reading reflection reports."	4.75	.46	Highest

Table 3 (continued)

Guideline	Chinese reading comprehension teaching	suitability		Meaning
		μ	σ	
	– Teachers use the "Deep Reading Strategy Case Repository" (including activity templates and solutions to common problems) and participate in 2 specialized strategy teaching trainings per semester.			
4. Home–School Collaborative Support Mechanisms (1) "Minimalist reading corner" + visual check–in sheet (2) "Weekly reading communication form" design 2 parent workshops per semester	– Two parent reading guidance training sessions are held per semester, with the distribution of a "Family Reading Environment Checklist" and a "Parent–Child Reading Interaction Script Handbook" (including 3 basic questioning templates). – A class reading communication WeChat group is established: Every Monday, teachers post a "Weekly Reading Strategy Guide" (with example videos), and parents upload photos/ videos of their children's reading practice daily. – Four "Parent–Child Reading Sharing Sessions" are held per semester, along with a "Family Reading Challenge Activity." Outstanding cases (e.g., parent–child reading notes, family reading corners) are showcased school–wide.	4.38	.52	High
5. Optimizing Classroom Reading Interactions (1) Heterogeneous grouping (2) Layered tasks Dynamic classroom pacing	– One group discussion/gamified activity is conducted per class: 4–person heterogeneous grouping is adopted (with clear roles: group leader, recorder, presenter, supplementer), and a "Group Peer Evaluation Form" (including 2 core indicators: "full participation" and "views aligned with text") is used for evaluation. – A "Classroom Pacing Adjustment Toolkit" is distributed, containing a "pace control chart," a "quick test question bank," and a "fun case library." Teachers dynamically adjust the pace through "gesture–based feedback" (OK/question mark). – "Classroom Interaction Stars" are selected monthly to recognize students who actively participate in	4.63	.50	Highest

Table 3 (continued)

Guideline	Chinese reading comprehension teaching	suitability		Meaning
		μ	σ	
	discussions and proactively assist peers, boosting enthusiasm for classroom engagement.			
6. Cultivating Good Reading Habits (1) Designated daily reading time (2) Grade-based note-taking training Incentive mechanism	– A 20–30 minute "quiet reading time" is set before after-school services daily. Teachers patrol and provide guidance, and students use a "reading progress passport" to record progress (stamped by teachers and signed by parents). – "Leveled Note-Taking Templates" and "Note-Taking Self-Assessment Checklists" are distributed: Grade 4 uses "fill-in-the-blank notes," while Grades 5–6 use "open-ended notes." Excellent notes are displayed biweekly. – Students develop "personalized reading habit development plans" (including daily reading duration and note-taking tasks), supervise each other within groups, and "Reading Habit Exemplars" are selected monthly and included in comprehensive quality evaluations.	4.88	.35	Highest

Table 3 presents the expert validation outcomes of the guidelines, for which experts voiced unanimous approval regarding its theoretical soundness, practical feasibility and school-specific applicability. Quantitative assessment verified the performance of all six designed modules, which achieved high suitability scores (μ= 4.38–4.88) and low standard deviations (σ = .35– .52) on a 5-point rating scale. Five modules were rated as Highest in suitability ($\mu \geq 4.51$), with the cultivation of good reading habits scoring the highest (μ=4.88, σ = .35); only the module of home-school collaborative support mechanisms was rated as High (μ=4.38, σ = .52). Overall, it is deemed an actionable guide to enhance Chinese reading comprehension among Grades 4–6 students at Tangyuan Primary School.

Discussion

1. Chinese Reading Comprehension Problems and Influencing Factors of Students at Tangyuan Primary Schools (RQ1)

The quantitative results revealed systemic challenges in Grades 4–6 students' Chinese reading comprehension at Tangyuan Primary Schools, with an overall "High" problem level that matched the intensity of

improvement needs. This aligns with Li's (2022) findings on primary school reading issues, which are particularly acute at this urban–rural fringe school. Cognitive ability emerged as the most critical dimension for both students and teachers reflecting upper–primary students' core challenge of transitioning from literal to inferential comprehension (Khasawneh & Al–Rub, 2020). Environmental support showed the largest variance in student needs likely due to uneven family educational resources in urban–rural fringe areas (Erya & Pustika, 2021). Teachers rated reading habits as "Moderate" consistent with Beahm & Cook (2021) observation that such students struggle to form stable reading habits due to limited extracurricular accumulation. The five dimensions interact to shape reading outcomes (Peng & Kievit, 2020), with Tangyuan's urban–rural fringe location exacerbating imbalances, underscoring the need for targeted interventions.

2. Development and Rationale of Chinese Reading Comprehension Improvement Guidelines (RQ2)

The six–module guideline was validated with IOC values of .63–.75 and applicability scores of 4.38–4.88, demonstrating strong scientificity and operability. It follows a "problem diagnosis–strategy design–resource integration" loop (Lim, 2025) to address five reading comprehension challenges. Module alignment with findings includes: leveled materials for uneven student foundations (Bilikozen & Akyel, 2014); thinking tools and deep strategies for cognitive gaps (Lin et al., 2021); home–school collaboration for environmental support needs (Erya & Pustika, 2021); and classroom/habit modules for long–term improvement. Distinctly context–adaptive, the guideline addresses Tangyuan Primary's urban–rural fringe realities to fill gaps in existing frameworks (Stavridis & Papadopoulou, 2022). It aligns with China's 2022 Curriculum Standards (Zhao, 2022) while integrating international insights on critical thinking (Al Roomy, 2022) and cultural adaptation (Phichiensathien, 2021), forming a balanced, practical tool for similar schools.

New Knowledge

This study develops a context–adaptive and replicable Chinese reading comprehension enhancement framework for Grades 4–6 students in urban–rural fringe primary schools. The framework targets the systemic deficiencies across five dimensions (language proficiency, cognitive proficiency, reading motivation, reading habits, and environmental support) identified through empirical research, and integrates six synergistic implementation modules: leveled reading materials supply, thinking visualization tools application, deep reading strategy training, home–school collaborative support mechanisms, classroom interaction optimization, and good reading habit cultivation. It incorporates context–specific tactics to address the school's practical characteristics. Meanwhile, universal implementation logic of "five–dimensional diagnosis, six–module design, expert validation" is extracted from the framework, providing a scalable template for Chinese reading teaching in similar urban–rural fringe primary schools. Different from existing studies that mostly focus on general Chinese reading teaching strategies or broad guideline frameworks with weak contextual adaptability, this research is grounded in the actual reading teaching characteristics of urban–rural fringe primary schools, and links empirical needs assessment with targeted guideline development. This design avoids one–dimensional and ineffective intervention strategies, and further

forms a synergistic, practical and school-based reading comprehension improvement framework.

Suggestions

1. Suggestions for applying research results

1.1 To promote the practical application of the developed primary school Chinese reading comprehension improvement guidelines, schools should optimize graded reading resource supply, popularize thinking visualization tools, integrate deep reading strategies into classroom teaching with hierarchical tasks and interactive grouping.

1.2 Establish a home- school collaborative mechanism through regular communication and parent guidance.

1.3 A three-level guarantee system involving school leadership, teaching and research groups, and teachers should be built, with special funds allocated and dynamic strategy adjustment, to ensure the sustainable and effective implementation of the guidelines, while families should cooperate to create a favorable reading environment and complete extended practice tasks.

2. Suggestions for future research

In view of the limitations of this study, such as cross-sectional research design and limited sample scope, future research should further expand the research perspective, deepen the research content, and improve the academic and practical value of the research on primary school Chinese reading comprehension education.

References

Al Roomy, M. A. (2022). Investigating the effects of critical reading skills on students' reading comprehension. *Arab World English Journal, 13*(1), 366-381. https://dx.doi.org/10.24093/awej/vol13no1.24.

Beahm, L. A., & Cook, B. G. (2021). Merging practice-based evidence and evidence-based practices to close the research-to-practice gap. In B. G. Cook, M. Tankersley, & T. J. Landrum (Eds.), *The next big thing in learning and behavioral disabilities*, (Vol. 31, pp. 47–60). Emerald Publishing. https://doi.org/10.1108/S0735-004X20210000031004.

Bilikozen, N., & Akyel, A. (2014). EFL reading comprehension, individual differences and text difficulty. Reading Matrix: An International Online Journal, *14*(2), 263-296. https://readingmatrix.com/files/11-99u16751.pdf.

Erya, W. I., & Pustika, R. (2021). Students' perception towards the use of Webtoon to improve reading comprehension skill. *Journal of English Language Teaching and Learning, 2*(1), 51-56.

Gustanti, Y., & Ayu, M. (2021). The correlation between cognitive reading strategies and students' English proficiency test score. *Journal of English Language Teaching and Learning, 2*(2), 95-100.

Khasawneh, M. A. S., & Al-Rub, M. O. A. (2020). Development of reading comprehension skills among the students of learning disabilities. *Universal Journal of Educational Research, 8*(11), 5335-5341. https://www.hrpub.org/journals/article_info.php?aid=9920.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement,* 30, 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308.

Lim, W. M. (2025). What is qualitative research? An overview and guidelines. *Australasian Marketing Journal,* 33(2), 199–229. https://doi.org/10.1177/14413582241264619.

Lin, J., Li, Q., Sun, H. H., Huang, Z., & Zheng, G. (2021). Chinese secondary school students' reading engagement profiles: Associations with reading comprehension. *Reading and Writing,* 34(9), 2257–2287. https://doi.org/10.1007/s11145-021-10139-4.

Liu, B., Wang, K., Wang, W., Wang, L., & Li, F. (2023). The difficulty and challenge in Chinese children's character reading: An analysis based on Chinese curriculum standards and Chinese character reading research. *Journal of Chinese Writing Systems, 7*(3), 202–211. https://doi.org/10.1177/25138502231197733.

Luo, W. (2022). The cultural trend of school-based curriculum development in primary schools of ethnic areas. In *Proceedings of the 2nd International Conference on Education: Current Issues and Digital Technologies (ICECIDT 2022*) (pp. 64–80). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/978-2-494069-41-7_9.

Man, N., Wang, K., & Liu, L. (2021). Using computer cognitive atlas to improve students' divergent thinking ability. *Journal of Organizational and End User Computing, 33*(6), 1–16. https://doi.org/10.4018/JOEUC.20211101.oa25.

Mulyawati, Y., Zulela, M. S., & Edwita, E. (2022). Differentiation learning to improve students' potential in elementary school. *Pedagonal: Jurnal Ilmiah Pendidikan, 6*(1), 68–78. https://doi.org/10.33751/pedagonal.v6i1.5345.

Öztemur, H., Karabağ, A., Öcel, M., & Zengin, O. (2024). Exploring the horizons of education: Insights from UNESCO's 2030 agenda. *International Journal of Eurasian Education and Culture, 9*(25), 167–179. https://doi.org/10.35826/ijoeecc.1823.

Peng, P., & Kievit, R. A. (2020). The development of academic achievement and cognitive abilities: A bidirectional perspective. *Child Development Perspectives, 14*(1), 15–20. https://doi.org/10.1111/cdep.12352.

Phichiensathien, P. (2021). Interactive reading to second language reading ability. In *Proceedings of the 6th UPI International Conference on TVET 2020 (TVET 2020)* (pp. 303–308). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/assehr.k.210203.138.

Raj, N. S., & Renumol, V. G. (2022). A systematic literature review on adaptive content recommenders in personalized learning environments from 2015 to 2020. *Journal of Computers in Education, 9*(1), 113–148. https://doi.org/10.1007/s40692-021-00199-4.

Stavridis, P., & Papadopoulou, V. (2022). The contribution of teaching practice to preservice teachers' training: Empirical research of the Department of Primary Education of Western Macedonia University students' evaluation. *Educational Process*: *International journal, 11*(4), 92–111. https://doi.org/10.22521/edupij.2022.114.5.

Wongsothorn, A., & Yordchim, S. (2020). Reading enhancement activities of students in the rural areas in Thailand. *THAITESOL Journal, 33*(1), 1–19. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/thaitesoljournal/article/view/243462.

Wu, G., & Zhao, J. (2024). Tasks for rural school curriculum. In *Curriculum development and implementation in rural China: Theories and methods* (pp. 1–25). Springer Nature Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-97-2235-8_1.

Zhao, D. (2022). Research on the status-quo of language teacher's PCK for reading instruction. In *Proceedings of the 2021 International Conference on Education, Language and Art (ICELA 2021)* (pp. 299–305). Atlantis Press. https://doi.org/10.2991/assehr.k.220131.054.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

General administration in the digital era of school administrators in Nong Han 2 school group under Udon Thani Primary Education Service Area Office 3

ธนาชัย เพียรไทสงค์ [1*], อมรทิพย์ เจริญผล [2], ชารี มณีศรี [3]
Thanachai Piantaisong [1*], Amorntip Charoenphol [2], Charee Maneesri [3]
[1,2,3] หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี
[1,2,3]Master of Education Program in Educational Administration, Ratchathani University, Udonthani Campus
Corresponding author's e-mail:moesc.1041680555@gmail.com [1], amornthipc@gmail.com [2], Chalee@rtu.ac.th [3]

Received: February 22, 2026 Revised: March 09, 2026 Accepted: April 08, 2026

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับและแนวทางการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ครูกลุ่มหนองหาน 2 จำนวน 127 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความเที่ยงตรง ระหว่าง .67–1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.96 เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามออนไลน์ผ่าน Google Forms ได้รับตอบกลับ 127 คน คิดเป็นร้อยละ 100 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ งานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล รองลงมา คือ งานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล และ งานโสต/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล 2) แนวทางพัฒนาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัล ด้านงานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล คือ ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาระบบติดตามและจัดการสิ่งแวดล้อมแบบดิจิทัล ควรพัฒนาระบบเฝ้าระวังคุณภาพอากาศ น้ำ และดิน ในบริเวณโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง ควรใช้เทคโนโลยีสมาร์ตในการดูแลรักษาต้นไม้และภูมิทัศน์ เช่น ระบบรดน้ำอัตโนมัติ ควรใช้แอปพลิเคชันติดตามการเจริญเติบโตของพืชในโรงเรียน ควรสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักเรียน ครู และชุมชนในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และควรพัฒนาระบบออนไลน์เพื่อส่งเสริมการจัดการขยะแบบยั่งยืนในโรงเรียน

คำสำคัญ: การบริหารงานทั่วไป, ยุคดิจิทัล, ผู้บริหารสถานศึกษา

Abstract

Thie objectives of this research were to investigate the level and approaches of general administration in the digital age era among school administrators in the Nong Han 2 School group. The sample consisted of 127 teachers from the Nong Han 2 School group. The research instrument was a questionnaire with content validity index ranging from 0.67 to 1.00 and a reliability coefficient of 0.96. Data collection was conducted via online questionnaire using Google Forms, yielding 127 responses which represented a 100% response rate. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. Research findings revealed that: 1) the overall level of general administration in the digital era among school administrators was a high level, and when considering each aspect individually, all aspects were at a high level. The aspect with the highest mean was religious and community activities in the digital era, followed in descending order by information network systems and audio–visual/public relations. Conversely, environment and landscape received the lowest mean score. 2) Guidelines for developing general administration regarding digital environment and landscape management dictate that school administrators should implement digital environmental monitoring systems for continuous tracking of air, water, and soil quality, deploy t smart technologies for landscape maintenance, such as automatic irrigation and plant growth tracking applications, establish online platforms to foster the participation of students, teachers, and the community in environmental conservation, and develop digital systems to promote sustainable waste management within the schools.

Keywords: general administration, digital era, school administrators

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2550 ได้วางรากฐานสำคัญด้านการศึกษาโดยมาตรา 49 รับรองสิทธิการศึกษาขั้นพื้นฐานไม่น้อยกว่า 12 ปี ที่รัฐต้องจัดให้อย่างทั่วถึงและมีคุณภาพโดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย นอกจากนี้ยังให้การสนับสนุนผู้ด้อยโอกาส ผู้พิการ และผู้ยากไร้ให้เข้าถึงการศึกษาอย่าง เท่าเทียมรวมถึงส่งเสริมการศึกษาทางเลือกการเรียนรู้ด้วยตนเองและการเรียนรู้ตลอดชีวิต มาตรา 80(3) กำหนดให้พัฒนาคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ โดยจัดทำแผนการศึกษาแห่งชาติและกฎหมายที่เกี่ยวข้องมุ่งเน้นการพัฒนาครูและบุคลากรทางการศึกษาให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงของโลก พร้อมทั้งปลูกฝังจิตสำนึกความเป็นไทยส่งเสริมให้ผู้เรียนมีระเบียบวินัย คำนึงถึงประโยชน์ส่วนรวม และยึดมั่นในระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ทั้งนี้เพื่อให้การจัดการศึกษาสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคม ตอบสนองความต้องการของประเทศ การศึกษาจึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ สร้างความเท่าเทียมในสังคม และเสริมสร้างความมั่นคงของประเทศกฎหมายดังกล่าวสะท้อนเจตนารมณ์ของรัฐในการจัดการศึกษาที่มีคุณภาพสำหรับประชาชนทุกคน โดยไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลังการศึกษาที่มีคุณภาพและทั่วถึงจะช่วยลดความเหลื่อมล้ำในสังคม และพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืนรัฐจึงต้องจัดสรรงบประมาณและทรัพยากรอย่างเพียงพอเพื่อสนับสนุนการจัดการศึกษาตามเจตนารมณ์ของรัฐธรรมนูญ (ฉัตรชัย ตันตรานนท์, 2562)

การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานีเขต 3 ประสบปัญหาสำคัญหลายประการ โดยเริ่มจากปัญหาด้านบุคลากรที่ยังขาดทักษะ และมีการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีใหม่ ๆ เป็นไปอย่างล่าช้า นอกจากนี้ยังพบปัญหาด้านโครงสร้างพื้นฐานและอุปกรณ์ที่ระบบอินเทอร์เน็ตไม่เสถียรและมีความเร็วไม่เพียงพอ อุปกรณ์เทคโนโลยีไม่ทันสมัยและไม่เพียงพอต่อการใช้งาน รวมถึงขาดงบประมาณในการจัดหาและบำรุงรักษาอุปกรณ์ ขณะที่ด้านการบริหารจัดการยังขาดแผนการพัฒนาด้านดิจิทัลที่ชัดเจนและต่อเนื่อง การสื่อสารและประสานงานระหว่างหน่วยงานยังไม่มีประสิทธิภาพ และมีขั้นตอนการทำงานที่ซ้ำซ้อนไม่ยืดหยุ่น ซึ่งปัญหาทั้งหมดนี้ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารงานทั่วไปของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ในยุคดิจิทัล จำเป็นต้องได้รับการแก้ไขอย่างเป็นระบบและต่อเนื่อง เพื่อให้การบริหารจัดการมีประสิทธิภาพและทันต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3, 2567)

จากสภาพปัญหาและความสำคัญข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เพื่อนำผลการวิจัยเกี่ยวกับงานบริหารงานทั่วไป ไปใช้ในการจัดการศึกษา และงานสนับสนุนอื่น ๆ ทำให้ครูและบุคลากรทางการศึกษาสามารถทุ่มเทให้กับงานสอนและงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้องได้อย่างเต็มที่มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล ต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารการศึกษา

1. การบริหารการศึกษาเป็นกระบวนการดำเนินงานอย่างเป็นระบบที่มีความซับซ้อนและต้องอาศัยความร่วมมือระหว่างผู้บริหาร บุคลากรทางการศึกษา และชุมชน เพื่อขับเคลื่อนกิจกรรมของสถานศึกษาให้บรรลุเป้าหมายตามแผนและยุทธศาสตร์ที่กำหนด กระบวนการดังกล่าวครอบคลุมการวางแผน การจัดองค์กร การอำนวยการ และการควบคุม ตลอดจนการใช้เทคนิคการจูงใจและการบริหารทรัพยากรมนุษย์ เพื่อผสานความร่วมมือของบุคคลให้มุ่งสู่เป้าหมายร่วมกันอย่างมีประสิทธิภาพ (ปาริฉัตร โชติขันธ์ และสุชาติ บางวิเศษ, 2560)

2. ความสำคัญของการบริหารการศึกษา มีความสำคัญต่อการศึกษา เป็นกลไกสำคัญในการพัฒนากำลังคนให้มีทักษะและสมรรถนะสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ดังนั้น การบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพจึงมีบทบาทสำคัญในการทำให้ระบบการศึกษาสามารถตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและตลาดแรงงานได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การบริหารการศึกษาที่เข้มแข็งยังช่วยสร้างระบบการดำเนินงานที่โปร่งใสและตรวจสอบได้ (accountability) โดยสถานศึกษาที่ประสบความสำเร็จ นอกจากมีการจัดการเรียนการสอนที่มี

คุณภาพแล้ว ยังต้องมีระบบการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานโดยรวม (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา, 2560)

หลักการ และแนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานทั่วไป

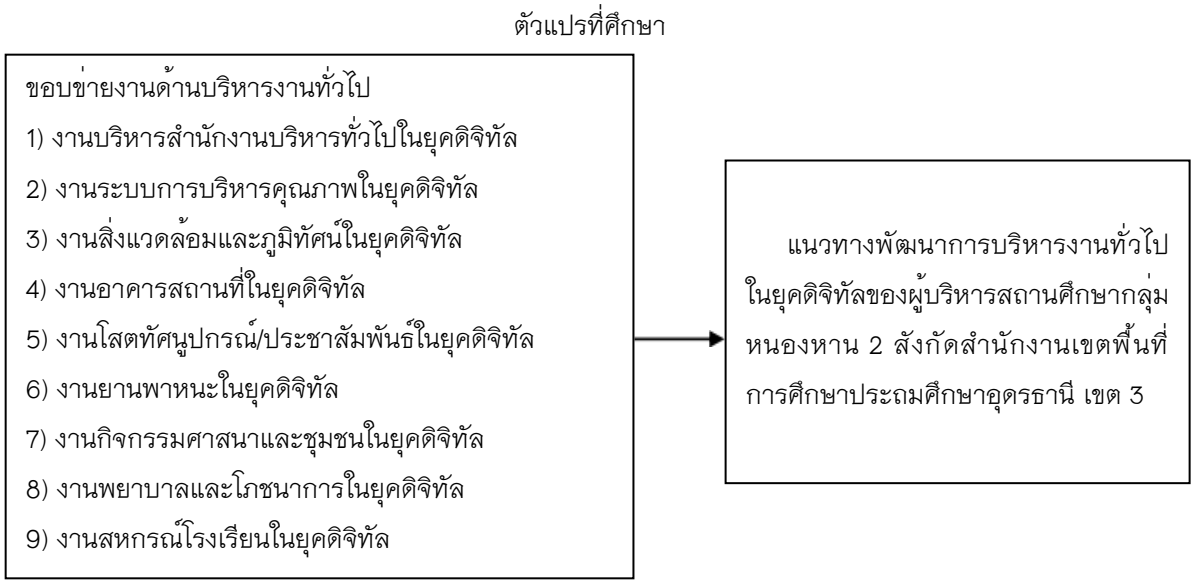
1. การบริหารงานทั่วไปเป็นส่วนสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการดำเนินงานขององค์กรให้เป็นไปอย่างราบรื่น โดยทำหน้าที่รองรับภารกิจต่าง ๆ ของหน่วยงาน เช่น งานธุรการ งานพัสดุ งานอาคารสถานที่ และงานสารสนเทศ แม้ว่างานเหล่านี้จะไม่ได้เกี่ยวข้องกับการจัดการเรียนการสอนหรือภารกิจหลักโดยตรง แต่ถือเป็นพื้นฐานที่ช่วยให้การดำเนินงานขององค์กรมีความเป็นระบบ เกิดความคล่องตัว และสามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทั้งนี้ การบริหารงานทั่วไปจำเป็นต้องมีการปรับตัวให้เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยี สังคม และสภาพแวดล้อมในปัจจุบัน โดยอาศัยความร่วมมือจากบุคลากรทุกฝ่ายเพื่อให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างมีประสิทธิผล (Bernard, 1986; อนุเดช บ้านสระและพิมลพรรณ เพชรสมบัติ, 2564)

2. การบริหารงานทั่วไปยังมีส่วนช่วยให้องค์กรสามารถดำเนินงานได้อย่างเป็นระบบ ลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น ลดต้นทุน และเพิ่มประสิทธิภาพในการบริหารจัดการ โดยเฉพาะในยุคดิจิทัลที่สถานศึกษาต้องนำเทคโนโลยีมาใช้เพื่อพัฒนาระบบการทำงานให้รวดเร็วและมีความถูกต้องมากขึ้น อีกทั้งในสถานการณ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงหรือเกิดความไม่แน่นอน การบริหารงานทั่วไปยังช่วยให้องค์กรสามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม มีความยืดหยุ่น และรักษาความต่อเนื่องในการดำเนินงาน (Bernard, 1986; อนุเดช บ้านสระและพิมลพรรณ เพชรสมบัติ, 2564)

สรุปได้ว่า การบริหารการศึกษาเป็นกระบวนการสำคัญที่ช่วยขับเคลื่อนสถานศึกษาให้สามารถพัฒนาผู้เรียนได้อย่างมีคุณภาพ โดยต้องอาศัยการวางแผน การบริหารจัดการที่เป็นระบบ และความร่วมมือจากผู้บริหาร ครู บุคลากร และชุมชน เพื่อให้การดำเนินงานของสถานศึกษาบรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ การบริหารงานทั่วไปจึงถือเป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสนับสนุนภารกิจของสถานศึกษา แม้จะเป็นงานเบื้องหลัง เช่น งานธุรการ งานพัสดุ งานอาคารสถานที่ และงานสารสนเทศ แต่มีส่วนช่วยให้การบริหารโรงเรียนเกิดความคล่องตัว ลดภาระของครูและบุคลากร ทำให้ครูสามารถมุ่งเน้นการจัดการเรียนการสอนได้อย่างเต็มที่ รวมทั้งช่วยส่งเสริมให้สถานศึกษามีระบบการทำงานที่มีประสิทธิภาพ สามารถปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง และพัฒนาองค์กรให้ก้าวทันบริบทของศตวรรษที่ 21 ได้อย่างเหมาะสม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา หลักการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการศึกษาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัล ผู้วิจัยนำขอบข่ายงานบริหารทั่วไปของ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 (2566) มี 11 ภารกิจ มากำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย สามารถแสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร การวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครูในกลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 จากสถานศึกษาจำนวน 19 แห่ง รวมทั้งสิ้น 186 คน จำแนกตามวิทยฐานะ ได้แก่ ครูไม่มีวิทยฐานะ ครูชำนาญการ และครูชำนาญการพิเศษ

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยได้กำหนดขนาดโดยใช้ตารางของ Krejcie & Morgan (1970) ได้จำนวน 127 คน จำแนกเป็นครูไม่มีวิทยฐานะ จำนวน 70 คน ครูชำนาญการ จำนวน 13 คน และครูชำนาญการพิเศษ จำนวน 44 คน ได้มาโดยการสุ่มแบบแบ่งชั้น (stratified random sampling) และวิธีการสุ่มอย่างง่าย (simple random sampling) ด้วยการจับสลากเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาเอกสาร แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา โดยมีลักษณะเป็นแบบสอบถามปลายปิดและปลายเปิด แบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) จำนวน 3 ข้อ ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับระดับกา บริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัล ลักษณะเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ ตามแนวคิดของ (บุญชม ศรีสะอาด, 2554) จำนวน 35 ข้อ ครอบคลุม 11 ด้าน ได้แก่ 1) งานบริหารสำนักงานบริหารทั่วไป 2) งานระบบการบริหารคุณภาพ 3) งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ 4) งานอาคารสถานที่ 5) งานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ 6) งานยานพาหนะ 7) งานกิจกรรมศาสนาและชุมชน 8) งานพยาบาลและโภชนาการ 9) งานสหกรณ์โรงเรียน 10) งานระบบเครือข่ายสารสนเทศ และ 11) งานรักษา ความปลอดภัย/เวรยาม และตอนที่ 3 เป็นคำถามปลายเปิดเพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามเสนอแนะแนวทางพัฒนาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัล การสร้างและหาคุณภาพเครื่องมือ ในการสร้างเครื่องมือ ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยเริ่มจากการศึกษาทฤษฎี หลักการ และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาเป็นกรอบแนวคิดในการพัฒนาแบบสอบถาม จากนั้นได้นำแบบสอบถามของธัญญาลักษณ์ ฉิมเพชร และชุติมา พรหมผุย

(2564) มาปรับปรุงให้เหมาะสมกับบริบทของการวิจัยครั้งนี้ เมื่อพัฒนาแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ได้นำเสนอผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของเนื้อหา ความครอบคลุม และความเหมาะสมของภาษา พร้อมทั้งหาค่าดัชนีความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ (IOC) ซึ่งมีค่าอยู่ระหว่าง .67–1.00 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาในระดับที่ยอมรับได้ หลังจากนั้น ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (tryout) กับกลุ่มตัวอย่างที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริง จำนวน 30 คน และนำผลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) ซึ่งมีค่าเท่ากับ .96 แสดงว่าเครื่องมือมีความเชื่อมั่นในระดับสูง จากนั้นจึงนำแบบสอบถามมาปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะ และจัดทำเป็นฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลอย่างเป็นระบบ โดยเริ่มจากการขอหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชธานี จากนั้นส่งหนังสือขอความร่วมมือไปยังสถานศึกษาในกลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการตอบแบบสอบถาม โดยการเก็บข้อมูลดำเนินการผ่านระบบออนไลน์ผ่าน Google Form ผู้วิจัยได้รับแบบสอบถามกลับคืนครบจำนวน 127 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด และได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้อง ความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูล ก่อนนำไปวิเคราะห์ทางสถิติในขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ดำเนินการโดยใช้สถิติที่เหมาะสมกับลักษณะของข้อมูล โดยข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามซึ่งเป็นแบบตรวจสอบรายการ วิเคราะห์โดยใช้ค่าความถี่และค่าร้อยละ ส่วนข้อมูลเกี่ยวกับระดับการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัล ซึ่งเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ ได้วิเคราะห์โดยหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้กำหนดเกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ยตามแนวคิดของ (Best & Kahn, 1998) โดยแบ่งระดับออกเป็น 5 ระดับ ได้แก่ ค่าเฉลี่ยระหว่าง 4.51–5.00 หมายถึง อยู่ในระดับมากที่สุด ค่าเฉลี่ยระหว่าง 3.51–4.50 หมายถึง อยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ยระหว่าง 2.51–3.50 หมายถึง อยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.51–2.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อย และค่าเฉลี่ยระหว่าง 1.00–1.50 หมายถึง อยู่ในระดับน้อยที่สุด สำหรับข้อมูลจากคำถามปลายเปิด ผู้วิจัยได้ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis) โดยจัดหมวดหมู่ข้อมูล หาค่าความถี่และร้อยละ แล้วนำเสนอในรูปแบบตารางเพื่อให้เห็นภาพรวมของข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาอย่างชัดเจน

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ตาราง 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 โดยภาพรวม

ด้านที่	การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2	$\overline{X}$	S.D.	ระดับบริหารงาน
1	งานบริหารสำนักงานบริหารทั่วไปในยุคดิจิทัล	4.12	.62	มาก
2	งานระบบการบริหารคุณภาพในยุคดิจิทัล	4.30	.69	มาก
3	งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล	4.10	.60	มาก
4	งานอาคารสถานที่ในยุคดิจิทัล	4.32	.75	มาก
5	งานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล	4.25	.69	มาก
6	งานยานพาหนะในยุคดิจิทัล	4.34	.72	มาก
7	งานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล	4.42	.74	มาก
8	งานพยาบาลและโภชนาการในยุคดิจิทัล	4.28	.68	มาก
9	ร้านสหกรณ์โรงเรียน	4.28	.70	มาก
10	งานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล	4.35	.72	มาก
11	งานรักษาความปลอดภัย/เวรยามในยุคดิจิทัล	4.30	.65	มาก
	ภาพรวม	4.28	.69	มาก

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.28, S.D = .69) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก ข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ งานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.42, S.D = .74) รองลงมา คือ งานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .72) และ งานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.34, S.D = .72) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล ($\overline{X}$ = 4.10, S.D = .60)

แนวทางพัฒนาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ดังนี้

1. ด้านงานบริหารสำนักงานบริหารทั่วไปในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลสำหรับจัดเก็บและประมวลผลข้อมูลบุคลากร รวมทั้งปรับปรุงฐานข้อมูลนักเรียนให้เป็นปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง ส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์และแอปพลิเคชันเพื่อการประสานงานภายในองค์กร เพื่อลดขั้นตอนการทำงานและเพิ่มความรวดเร็วในการปฏิบัติงาน ตลอดจนจัดทำระบบบริการออนไลน์ที่เปิดโอกาสให้ผู้ปกครองและนักเรียนสามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้บริการต่าง ๆ ของโรงเรียนผ่านช่องทางดิจิทัลได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว

2. ด้านงานระบบการบริหารคุณภาพในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบติดตามและประเมินผลคุณภาพการศึกษาแบบออนไลน์ พร้อมทั้งระบบวิเคราะห์และรายงานผลอย่างต่อเนื่องและแม่นยำ นำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ในการจัดทำและบริหารจัดการเอกสารมาตรฐานคุณภาพ รวมถึงพัฒนาระบบจัดเก็บเอกสารที่เข้าถึงได้สะดวกและปลอดภัย ตลอดจนจัดทำระบบรายงานผลและแดชบอร์ดแสดงข้อมูลการดำเนินงานแบบเรียลไทม์ เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจและการปรับปรุงงานด้านคุณภาพได้อย่างทันท่วงที

3. ด้านงานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบติดตามและบริหารจัดการสิ่งแวดล้อมของโรงเรียนในรูปแบบดิจิทัล พร้อมทั้งระบบเฝ้าระวังคุณภาพอากาศ น้ำ และดินอย่างต่อเนื่อง นำเทคโนโลยีสมาร์ตมาใช้ในการดูแลรักษาพื้นที่สีเขียวและภูมิทัศน์ เช่น ระบบรดน้ำอัตโนมัติ และแอปพลิเคชันติดตามการเจริญเติบโตของพืช รวมทั้งจัดทำแพลตฟอร์มออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของครู นักเรียน และชุมชนในกิจกรรมอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และพัฒนาระบบสนับสนุนการจัดการขยะอย่างยั่งยืนภายในโรงเรียน

4. ด้านงานอาคารสถานที่ในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบบริหารจัดการ การบำรุงรักษา และการซ่อมแซมอาคารสถานที่ในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้สามารถติดตามสถานะและกำหนดการซ่อมบำรุงได้อย่างเป็นระบบและทันเวลา รวมถึงการนำเทคโนโลยีสมาร์ทมาใช้ในการบริหารจัดการระบบสาธารณูปโภค เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและประหยัดพลังงาน ตลอดจนจัดทำระบบจองและบริหารจัดการการใช้ห้องเรียนและพื้นที่ต่าง ๆ ผ่านแพลตฟอร์มออนไลน์ เพื่อให้การใช้พื้นที่ของโรงเรียนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและโปร่งใส

5. ด้านงานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ของสถานศึกษาให้มีความทันสมัยและเข้าถึงผู้รับสารได้อย่างรวดเร็ว โดยนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาใช้ เช่น เว็บไซต์ของโรงเรียน สื่อสังคมออนไลน์ และแอปพลิเคชันต่าง ๆ เพื่อเผยแพร่ข่าวสาร กิจกรรม และผลงานของโรงเรียนให้ผู้ปกครอง นักเรียน และชุมชนได้รับข้อมูลอย่างทั่วถึง รวมถึงการพัฒนาระบบเสียงตามสายและระบบสื่อสารภายในโรงเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ตลอดจนส่งเสริมการผลิตสื่อดิจิทัล เช่น วิดีโอหรือสื่อออนไลน์ เพื่อช่วยนำเสนอภาพลักษณ์และกิจกรรมของโรงเรียนในรูปแบบที่น่าสนใจและเหมาะสมกับยุคปัจจุบัน

6. ด้านงานยานพาหนะในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบบริหารจัดการยานพาหนะของโรงเรียนให้มีความเป็นระบบมากขึ้น โดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในการตรวจสอบข้อมูลการใช้งาน การบำรุงรักษา และการจัดตารางการเดินทาง

7. ด้านงานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรส่งเสริมการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการบริหารจัดการกิจกรรมด้านศาสนา ประเพณี และความร่วมมือกับชุมชน เพื่อให้ผู้ปกครองและประชาชนสามารถเข้ามามีส่วนร่วมได้มากขึ้น เช่น การประชาสัมพันธ์กิจกรรมผ่านช่องทางออนไลน์ การประสานงานผ่านระบบดิจิทัล และการเผยแพร่ความรู้เกี่ยวกับศาสนาและคุณธรรมผ่านสื่อออนไลน์ ทั้งนี้เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างโรงเรียนกับชุมชน และส่งเสริมการเรียนรู้ด้านคุณธรรม จริยธรรมอย่างต่อเนื่อง

8. ด้านงานพยาบาลและโภชนาการในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบดูแลสุขภาพนักเรียนโดยใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยจัดเก็บและบริหารข้อมูลสุขภาพให้เป็นระบบ เพื่อให้ครูและผู้เกี่ยวข้องสามารถเข้าถึงข้อมูลที่จำเป็นได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการอาหารกลางวัน การควบคุมคุณภาพอาหาร และการติดตามพฤติกรรมด้านสุขภาพของนักเรียน นอกจากนี้ควรเปิดช่องทางให้ผู้ปกครองสามารถรับทราบข้อมูลสุขภาพของบุตรหลานได้อย่างสะดวก เพื่อร่วมกันดูแลนักเรียนได้อย่างเหมาะสม

9. ด้านงานสหกรณ์โรงเรียนในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบบริหารงานสหกรณ์โรงเรียนให้มีความทันสมัย โดยใช้เทคโนโลยีช่วยจัดการข้อมูลสมาชิก ระบบบัญชี และการดำเนินงานต่าง ๆ ให้มีความถูกต้องและตรวจสอบได้ รวมถึงนำระบบออนไลน์มาใช้ในการประชาสัมพันธ์และจำหน่ายสินค้า เพื่อเพิ่มความสะดวกแก่ผู้ใช้บริการ อีกทั้งควรส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการดำเนินงานสหกรณ์ผ่านสื่อดิจิทัล เพื่อให้นักเรียนและสมาชิกมีความเข้าใจและสามารถมีส่วนร่วมในการบริหารงานสหกรณ์ได้มากขึ้น

10. ด้านงานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรส่งเสริมและพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศของโรงเรียนให้มีความพร้อมและเหมาะสมต่อการใช้งานในด้านการจัดการเรียนการสอนและการบริหารงานภายในสถานศึกษา โดยจัดให้มีระบบอินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ ครอบคลุมพื้นที่การใช้งาน และสามารถ

รองรับการใช้งานของครู บุคลากร และนักเรียนได้อย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ควรมีการดูแลรักษาระบบสารสนเทศให้สามารถใช้งานได้อย่างต่อเนื่อง เช่น การจัดเก็บและสำรองข้อมูลอย่างเป็นระบบ การกำหนดสิทธิ์การเข้าถึงข้อมูล และการส่งเสริมความรู้เกี่ยวกับการใช้งานเทคโนโลยีอย่างปลอดภัย เพื่อป้องกันปัญหาที่อาจเกิดจากการใช้งานระบบสารสนเทศ และช่วยให้การบริหารจัดการของโรงเรียนดำเนินไปอย่างสะดวก รวดเร็ว และมีประสิทธิภาพ

11. ด้านงานรักษาความปลอดภัย/เวรยามในยุคดิจิทัล ผู้บริหารควรพัฒนาระบบรักษาความปลอดภัยของโรงเรียนโดยประยุกต์ใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม เช่น ระบบกล้องวงจรปิด ระบบควบคุมการเข้า–ออก และระบบตรวจสอบพื้นที่ เพื่อช่วยป้องกันและลดความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น นอกจากนี้ควรมีระบบสื่อสารและประสานงานที่รวดเร็วระหว่างผู้รับผิดชอบ เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อสถานการณ์ฉุกเฉินได้อย่างเหมาะสม และสร้างความมั่นใจด้านความปลอดภัยให้แก่นักเรียน ครู และบุคลากรภายในโรงเรียน

การอภิปรายผล

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 สามารถนำผลการวิจัยมาอภิปรายได้ดังนี้

1. การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมากเช่นเดียวกัน โดยด้านที่มีการดำเนินงานอยู่ในระดับสูง ได้แก่ งานกิจกรรมศาสนาและชุมชน งานระบบเครือข่ายสารสนเทศ และงานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ ส่วนด้านที่มีผลการดำเนินงานต่ำสุด คือ งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ ผลการวิจัยในลักษณะดังกล่าวอาจเนื่องมาจาก ผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับงานที่เกี่ยวข้องกับการสื่อสาร การสร้างความสัมพันธ์ และการมีส่วนร่วมของผู้ปกครอง ชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีดิจิทัลเข้ามามีบทบาทสำคัญต่อการบริหารสถานศึกษา ช่วยให้การติดต่อสื่อสาร การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสาร และการประสานงานสามารถดำเนินการได้รวดเร็วและมีประสิทธิภาพมากขึ้น สอดคล้องกับแนวทางการบริหารสถานศึกษาในยุคดิจิทัลที่มุ่งนำเทคโนโลยีมาใช้เป็นเครื่องมือสนับสนุนการทำงานและสร้างเครือข่ายความร่วมมือระหว่างสถานศึกษากับชุมชน ผลการวิจัยครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท คำธาราและวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2567) รวมถึงยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) ที่พบว่า การบริหารงานทั่วไปของสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการพัฒนาระบบสารสนเทศ การใช้เทคโนโลยี และการสร้างเครือข่ายเพื่อสนับสนุนการบริหารงาน นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เบ็ญจม์ คำเมือง และศิริกาญจน์ ไกรบำรุง (2558) อนุเดช บ้านสระและพิมลพรรณ เพชรสมบัต (2564) ที่กล่าวถึงความสำคัญของงานประชาสัมพันธ์ในการเป็นช่องทางสื่อสารระหว่างสถานศึกษากับชุมชน รวมทั้งช่วยสร้างความเข้าใจและความร่วมมือในการดำเนินงานของโรงเรียน อย่างไรก็ตาม ผลการวิจัยพบว่างานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์มีระดับการดำเนินงานต่ำสุด อาจเป็นเพราะงานด้านนี้ต้องอาศัยทั้งงบประมาณ บุคลากร และการวางแผนอย่างต่อเนื่อง รวมถึงต้องมีการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ให้เหมาะสมกับบริบทของแต่ละสถานศึกษา ซึ่งบางแห่งอาจยังมีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและความพร้อมของบุคลากร สอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย ตันตรานนท์ (2562) ที่พบว่า การบริหารงานทั่วไปบางด้านยังมีข้อจำกัดจากปัจจัยสนับสนุนในการดำเนินงาน ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนางานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัลควรเริ่มจากการจัดระบบการทำงานที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียน เช่น การจัดเก็บข้อมูลพื้นที่ การวางแผนดูแลรักษา และการสร้างความร่วมมือจากครู

บุคลากร นักเรียน และชุมชน โดยใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือช่วยในการบริหารจัดการ เพื่อให้งานด้านสิ่งแวดล้อมได้รับการพัฒนาไปพร้อมกับงานด้านอื่น ๆ และทำให้การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลมีความสมบูรณ์มากยิ่งขึ้น

2. แนวทางพัฒนาการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 สามารถอภิปรายผลเป็นรายด้านได้ดังนี้

2.1 งานบริหารสำนักงานบริหารทั่วไปในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบฐานข้อมูลดิจิทัลและการใช้เทคโนโลยีสื่อสารออนไลน์เป็นแนวทางสำคัญ เนื่องจากช่วยให้การจัดเก็บข้อมูล การติดต่อประสานงาน และการดำเนินงานภายในสถานศึกษามีความรวดเร็วและเป็นระบบมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของชมพูนุท คำธารา และวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2567) และฉัตรชัย ตันตรานนท์ (2562) ที่พบว่า เทคโนโลยีและทรัพยากรสนับสนุนมีส่วนสำคัญต่อการพัฒนางานบริหารทั่วไป ผู้วิจัยเห็นว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ควรเน้นการจัดการข้อมูลให้เกิดประโยชน์ต่อการวางแผนและการตัดสินใจของผู้บริหาร

2.2 งานระบบการบริหารคุณภาพในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การใช้ระบบติดตามและประเมินผลแบบออนไลน์เป็นแนวทางสำคัญ เพราะช่วยให้ผู้บริหารสามารถตรวจสอบความก้าวหน้าของงานและนำข้อมูลไปปรับปรุงการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับแนวคิดวงจร PDCA และงานวิจัยของชมพูนุท คำธารา และวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2567) รวมถึงยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) ที่เน้นการใช้ข้อมูลสารสนเทศเพื่อพัฒนาคุณภาพสถานศึกษา

2.3 งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัลมีแนวทางการพัฒนาหลายด้าน โดยเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การพัฒนาระบบติดตามและจัดการสิ่งแวดล้อมภายในสถานศึกษา รองลงมาคือการติดตามคุณภาพสิ่งแวดล้อม เช่น อากาศ น้ำ และสภาพดินในบริเวณโรงเรียนอย่างต่อเนื่อง การใช้เทคโนโลยีสนับสนุนการดูแลภูมิทัศน์และพื้นที่สีเขียว เช่น การรดน้ำอัตโนมัติ การใช้เครื่องมือหรือแอปพลิเคชันช่วยติดตามการเจริญเติบโตของพืช การสร้างช่องทางออนไลน์เพื่อส่งเสริมการมีส่วนร่วมของนักเรียน ครู และชุมชนในการอนุรักษ์สิ่งแวดล้อม และการพัฒนาระบบการจัดการขยะภายในโรงเรียนให้มีความเป็นระบบและยั่งยืน เหตุผลที่ระบบติดตามและจัดการสิ่งแวดล้อมถูกให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นระบบพื้นฐานที่ช่วยรวบรวมข้อมูลด้านสิ่งแวดล้อมทั้งหมดในโรงเรียน ทำให้ผู้บริหารสามารถเห็นภาพรวมของสถานการณ์ วิเคราะห์ปัญหา และนำข้อมูลไปใช้ในการวางแผนและตัดสินใจได้อย่างเหมาะสม ขณะเดียวกันยังช่วยให้การดำเนินงานด้านสิ่งแวดล้อมในส่วนอื่น ๆ มีความต่อเนื่องและเป็นระบบมากขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของชมพูนุท คำธารา (2566) ที่พบว่า การดำเนินงานบริหารทั่วไปด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมอยู่ในระดับความสำคัญสูงและควรได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาช่วยสนับสนุนการบริหารจัดการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของฉัตรชัย ตันตรานนท์ (2562) ที่เสนอว่า การพัฒนางานบริหารทั่วไปควรคำนึงถึงความพร้อมของทรัพยากรและการสนับสนุนด้านงบประมาณ เพื่อให้การดำเนินงานเป็นไปอย่างต่อเนื่องและมีประสิทธิภาพ

2.4 งานอาคารสถานที่ในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า งานอาคารสถานที่ในยุคดิจิทัลมีแนวทางการพัฒนาหลายด้าน โดยสามารถเรียงลำดับความสำคัญจากมากไปหาน้อย ได้แก่ การพัฒนาระบบดูแลและซ่อมบำรุงอาคารสถานที่ให้มีความเป็นระบบและสามารถติดตามการดำเนินงานได้อย่างต่อเนื่อง รองลงมาคือการติดตามสภาพอาคารและการวางแผนการซ่อมบำรุงให้เหมาะสมกับสภาพการใช้งานและเกิดความทันเวลา การนำเทคโนโลยีเข้ามาสนับสนุนการบริหารจัดการอาคารสถานที่ การพัฒนาระบบการจัดการพลังงานและสาธารณูปโภคให้เกิดประสิทธิภาพ การจัดระบบการใช้ห้องเรียนและพื้นที่ต่าง ๆ ให้เป็นระเบียบผ่านการบันทึกข้อมูล และการพัฒนาการบริหารจัดการพื้นที่ให้เกิดความคุ้มค่าและสามารถตรวจสอบได้ ทั้งนี้ เหตุผลที่การดูแลและซ่อมบำรุงอาคาร

สถานที่มีความสำคัญเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นภารกิจพื้นฐานที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับความปลอดภัยและความพร้อมในการใช้งานของอาคาร หากสถานศึกษามีการจัดเก็บข้อมูลและติดตามการซ่อมบำรุงอย่างเป็นระบบ จะช่วยให้ผู้บริหารสามารถรับรู้สภาพปัญหาได้อย่างต่อเนื่อง วางแผนการดำเนินงานได้อย่างเหมาะสม ลดความล่าช้าในการซ่อมแซม และช่วยให้การใช้ทรัพยากรและงบประมาณเกิดประสิทธิภาพมากขึ้นในระยะยาว สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) การบริหารงานอาคารสถานที่ควรกำหนดขอบเขตงานให้ชัดเจน มีการแต่งตั้งผู้รับผิดชอบ และมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงานอย่างสม่ำเสมอ เพื่อให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการ รวมทั้งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท คำธารา (2566) ที่พบว่า การบริหารงานด้านอาคารสถานที่และสิ่งแวดล้อมมีความสำคัญในระดับสูง และควรได้รับการพัฒนาให้มีความทันสมัยมากขึ้น โดยเฉพาะการนำเทคโนโลยีมาใช้สนับสนุนการบริหารจัดการเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน

2.5 งานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อดิจิทัลหลายช่องทางเป็นแนวทางสำคัญ เนื่องจากช่วยให้การเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารและการติดต่อกับผู้ปกครอง ชุมชน และผู้เกี่ยวข้องเป็นไปอย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) และฉัตรชัย ตันตรานนท์ (2562) ที่พบว่า เทคโนโลยีช่วยเพิ่มประสิทธิภาพด้านการสื่อสารของสถานศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าการพัฒนาระบบประชาสัมพันธ์ที่เหมาะสมจะช่วยสร้างความเข้าใจและความเชื่อมั่นต่อโรงเรียน

2.6 งานยานพาหนะในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การบริหารจัดการยานพาหนะของโรงเรียนในยุคดิจิทัลควรให้ความสำคัญกับการจัดทำข้อมูลยานพาหนะอย่างเป็นระบบ โดยโรงเรียนมีการใช้ยานพาหนะเพื่อสนับสนุนการดำเนินงานหลายด้าน เช่น การรับ–ส่งนักเรียน การเดินทางไปราชการ การเข้าร่วมกิจกรรมของนักเรียน การขนส่งอุปกรณ์การเรียน และการสนับสนุนภารกิจต่าง ๆ ของสถานศึกษา ทั้งนี้ยานพาหนะที่ใช้ในโรงเรียน เช่น รถโดยสารรับ–ส่งนักเรียน รถตู้ รถยนต์ส่วนกลาง หรือรถสำหรับงานบริการอื่น ๆ จำเป็นต้องมีข้อมูลที่ถูกต้อง เช่น จำนวนรถ ประเภทของรถ ผู้รับผิดชอบ ตารางการใช้งาน ประวัติการซ่อมบำรุง และข้อมูลการเดินทาง การนำระบบดิจิทัลมาใช้ในการบริหารจัดการยานพาหนะ ช่วยให้โรงเรียนสามารถตรวจสอบการใช้งาน วางแผนการเดินทาง ลดความซ้ำซ้อนในการใช้รถ ควบคุมค่าใช้จ่าย และเพิ่มความปลอดภัยให้กับผู้ใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) ที่เน้นการใช้ข้อมูลและเทคโนโลยีดิจิทัลเพื่อสนับสนุนการบริหารจัดการองค์กร ผู้วิจัยเห็นว่า การจัดทำฐานข้อมูลยานพาหนะจึงไม่ใช่เพียงการเก็บข้อมูลรถเท่านั้น แต่เป็นเครื่องมือที่ช่วยให้ผู้บริหารสามารถวางแผน ตัดสินใจ และบริหารทรัพยากรของโรงเรียนให้เกิดประโยชน์สูงสุดในระยะยาว

2.7 งานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดกิจกรรมและประสานงานกับชุมชนช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วมมากขึ้น สอดคล้องกับแนวคิดการบริหารแบบมีส่วนร่วม และงานวิจัยของ ชมพูนุท คำธาราและวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2567) รวมถึงแนวความคิดของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) ที่ให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีเพื่อสร้างความร่วมมือระหว่างโรงเรียนกับชุมชน ผู้วิจัยเห็นว่าเทคโนโลยีดิจิทัลเป็นช่องทางสำคัญในการเชื่อมความสัมพันธ์ของสถานศึกษากับสังคม

2.8 งานพยาบาลและโภชนาการในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบจัดเก็บข้อมูลสุขภาพนักเรียนแบบดิจิทัลเป็นแนวทางสำคัญ เพราะช่วยให้ครูและผู้เกี่ยวข้องสามารถติดตามข้อมูลสุขภาพและดูแลนักเรียนได้อย่างรวดเร็ว สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) และอนุเดช บ้านสระและพิมลพรรณ เพชรสมบัต (2564) ที่เน้นการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการดูแลนักเรียน ผู้วิจัยเห็นว่า ระบบข้อมูลสุขภาพที่เป็นระบบจะช่วยส่งเสริมความปลอดภัยและคุณภาพชีวิตของนักเรียน

2.9 งานสหกรณ์โรงเรียนในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนางานสหกรณ์โรงเรียนในยุคดิจิทัลควรเน้นการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการข้อมูลสมาชิกและระบบบัญชี เช่น การจัดทำฐานข้อมูลสมาชิก การบันทึก

การฝาก–ถอนเงิน การสรุปรายรับ–รายจ่าย และการจัดทำรายงานผลการดำเนินงานในรูปแบบดิจิทัล เพื่อให้การดำเนินงานมีความถูกต้อง โปร่งใส และตรวจสอบได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) และฉัตรชัย ตันตรานนท์ (2562) ที่ให้ความสำคัญกับการใช้ข้อมูลสารสนเทศในการบริหารจัดการ ผู้วิจัยเห็นว่า การนำเทคโนโลยีมาใช้ในงานสหกรณ์ไม่เพียงช่วยลดความผิดพลาดด้านเอกสารและการจัดทำบัญชีเท่านั้น แต่ยังเป็นโอกาสให้นักเรียนได้เรียนรู้ทักษะด้านการเงิน การวางแผน และการบริหารจัดการจากการปฏิบัติจริง

2.10 งานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานด้านระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ตเป็นแนวทางสำคัญ เนื่องจากเป็นพื้นฐานที่รองรับการเรียนการสอนและการบริหารงานในรูปแบบดิจิทัล สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชมพูนุท คำธาราและวรกาญจน์ สุขสดเขียว (2567) และเบ็ญจม์ คำเมืองและศิริกาญจน์ ไกรบำรุง (2558) ที่กล่าวถึงความสำคัญของระบบสารสนเทศต่อการบริหารสถานศึกษา ผู้วิจัยเห็นว่าโรงเรียนควรให้ความสำคัญกับระบบที่ใช้งานได้จริง เช่น อินเทอร์เน็ตที่เพียงพอ การดูแลข้อมูล และการใช้งานอย่างปลอดภัย

2.11 งานรักษาความปลอดภัย/เวรยามในยุคดิจิทัล ผลการวิจัยพบว่า การพัฒนาระบบกล้องวงจรปิดและเทคโนโลยีช่วยรักษาความปลอดภัยเป็นแนวทางสำคัญ เนื่องจากช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการเฝ้าระวังและสร้างความมั่นใจให้กับนักเรียน ครู และผู้ปกครอง สอดคล้องกับงานวิจัยของยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล (2566) ที่เน้นการติดตามและประเมินผลอย่างเป็นระบบ ผู้วิจัยเห็นว่า การพัฒนาระบบความปลอดภัยควรเริ่มจากเทคโนโลยีพื้นฐานที่เหมาะสมกับบริบทของโรงเรียนและสามารถใช้งานได้จริง

องค์ความรู้ใหม่

การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 จากผลการวิจัยข้างต้น สามารถสังเคราะห์เป็นองค์ความรู้ใหม่ในรูปแบบ "DIGITAL–11 Model" ซึ่งเป็นกรอบแนวคิดการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย 3 ระดับที่เชื่อมโยงกันอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. โครงสร้างพื้นฐานดิจิทัล (digital infrastructure) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องพัฒนาระบบเครือข่ายสารสนเทศ ระบบรักษาความปลอดภัย และระบบอาคารสถานที่ให้พร้อมรองรับการทำงานในยุคดิจิทัลอย่างครบวงจร เพื่อเป็นรากฐานสำคัญที่จะขับเคลื่อนการบริหารในทุกมิติที่ตามมา

2. กระบวนการบริหารดิจิทัล (digital management process) ผู้บริหารต้องบูรณาการเทคโนโลยีดิจิทัลเข้าสู่งานบริหารสำนักงาน งานคุณภาพ งานโสตทัศนูปกรณ์และประชาสัมพันธ์ งานยานพาหนะ งานพยาบาลและโภชนาการ รวมถึงงานสหกรณ์โรงเรียน โดยมุ่งเน้นให้กระบวนการทำงานมีความรวดเร็ว โปร่งใส และลดขั้นตอนที่ไม่จำเป็น

3. การเชื่อมโยงชุมชนดิจิทัล (digital community engagement) ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยที่พบว่างานกิจกรรมศาสนาและชุมชนมีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าบริบทชุมชนและวัฒนธรรมท้องถิ่นเป็นจุดแข็งที่ควรนำเทคโนโลยีมาเสริมศักยภาพ โดยสร้างแพลตฟอร์มดิจิทัลที่เปิดให้ผู้ปกครองและชุมชนเข้ามามีส่วนร่วมในกิจกรรมของโรงเรียนได้อย่างสะดวกและต่อเนื่อง

สรุปได้ว่า การบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลจะประสบความสำเร็จได้ต้องอาศัย "หลักการ 3 เชื่อม" คือ เชื่อมระบบ โดยบูรณาการเทคโนโลยีทั้ง 11 ด้านเข้าด้วยกันอย่างไม่แยกส่วน เชื่อมคน โดยสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างผู้บริหาร ครู นักเรียน ผู้ปกครอง และชุมชนผ่านแพลตฟอร์มดิจิทัล และ เชื่อมข้อมูล โดยจัดการข้อมูลแบบ

เรียลไทม์เพื่อสนับสนุนการตัดสินใจของผู้บริหารได้อย่างแม่นยำและทันสถานการณ์ ทั้งสามระดับนี้ต้องดำเนินการควบคู่กันจึงจะนำไปสู่การบริหารสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 งานบริหารสำนักงานบริหารทั่วไปในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรยังขาดทักษะในการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ และการจัดเก็บเอกสารยังไม่เป็นระบบ ทำให้เกิดความล่าช้าในการสืบค้นข้อมูล ดังนั้นจึงควรจัดอบรมเชิงปฏิบัติการการใช้ระบบเอกสารอิเล็กทรอนิกส์ เพื่อเพิ่มทักษะ ลดข้อผิดพลาด และทำให้การทำงานมีความรวดเร็วมากขึ้น ควบคู่กับการพัฒนาระบบสารบรรณดิจิทัลและกำหนดมาตรฐานการจัดเก็บเอกสารที่ชัดเจน

1.2 งานระบบการบริหารคุณภาพในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า บุคลากรมีความเข้าใจและการปฏิบัติตามนโยบายคุณภาพยังไม่สม่ำเสมอ จึงควรมีการสื่อสารนโยบายอย่างต่อเนื่องผ่านการประชุมและสื่อดิจิทัล พร้อมยกตัวอย่างการปฏิบัติที่ชัดเจน รวมถึงกำหนดผู้รับผิดชอบติดตามและประเมินผล เพื่อให้การดำเนินงานมีความต่อเนื่องและเป็นรูปธรรมมากขึ้น

1.3 งานสิ่งแวดล้อมและภูมิทัศน์ในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การติดตามข้อมูลสิ่งแวดล้อมยังไม่ทันต่อสถานการณ์ การใช้เทคโนโลยีในการตรวจวัดคุณภาพอากาศและน้ำจะช่วยให้ได้ข้อมูลแบบเรียลไทม์ ช่วยให้สามารถเฝ้าระวังและแก้ไขปัญหาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น แม้มีต้นทุน แต่สามารถเริ่มใช้ในจุดสำคัญและขยายผลได้ตามความเหมาะสม

1.4 งานอาคารสถานที่ในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การควบคุมการเข้า–ออก ยังไม่เป็นระบบเดียวกัน จึงควรนำระบบบัตรอิเล็กทรอนิกส์มาใช้เพื่อเพิ่มความปลอดภัย ตรวจสอบการใช้งานพื้นที่ และลดภาระงานเจ้าหน้าที่ โดยเริ่มจากพื้นที่สำคัญ เช่น อาคารเรียนและห้องพิเศษ

1.5 งานโสตทัศนูปกรณ์/ประชาสัมพันธ์ในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การผลิตสื่อยังมีข้อจำกัดด้านบุคลากรและความหลากหลายของเนื้อหา จึงควรจัดตั้งทีมผลิตสื่อจากครูและนักเรียน พร้อมจัดหาอุปกรณ์ที่เหมาะสม เพื่อพัฒนาสื่อให้มีความทันสมัย เช่น คลิปสั้นและอินโฟกราฟิก

1.6 งานยานพาหนะในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การจัดการยานพาหนะยังขาดระบบข้อมูลกลาง จึงควรพัฒนาฐานข้อมูลและระบบจองออนไลน์ เพื่อให้สามารถบริหารการใช้งานได้เป็นระบบ ลดความซ้ำซ้อน และช่วยให้วางแผนการใช้รถได้อย่างเหมาะสม

1.7 งานกิจกรรมศาสนาและชุมชนในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การสื่อสารกับชุมชนยังไม่ทั่วถึง จึงควรพัฒนาช่องทางการสื่อสารผ่านเว็บไซต์ แอปพลิเคชัน และโซเชียลมีเดีย รวมถึงใช้การประชุมออนไลน์เพื่อเพิ่มการมีส่วนร่วมของชุมชน

1.8 งานพยาบาลและโภชนาการในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การติดตามสุขภาพนักเรียนยังใช้ระบบเดิมที่ไม่ทันสมัย จึงควรนำเทคโนโลยี เช่น สมาร์ตวอทช์ หรือระบบติดตามสุขภาพมาใช้ เพื่อช่วยเฝ้าระวังสุขภาพแบบเรียลไทม์และเพิ่มความรวดเร็วในการดูแลนักเรียน

1.9 ร้านสหกรณ์โรงเรียนในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การทำธุรกรรมยังมีความล่าช้าและเสี่ยงต่อความผิดพลาด จึงควรนำระบบ e-Payment มาใช้ โดยเริ่มทดลองในขอบเขตเล็กก่อน เพื่อประเมินความพร้อมและลดค่าใช้จ่ายของโรงเรียน พร้อมใช้ระบบที่มีอยู่แล้วเพื่อลดภาระการพัฒนา

1.10 งานระบบเครือข่ายสารสนเทศในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า ระบบยังมีความเสี่ยงด้านความปลอดภัยของข้อมูล จึงควรมีการประเมินความเสี่ยงอย่างสม่ำเสมอ ปรับปรุงระบบรักษาความปลอดภัย และอบรมบุคลากรให้ใช้งานระบบอย่างปลอดภัย เพื่อป้องกันการเข้าถึงข้อมูลโดยไม่ได้รับอนุญาต

1.11 งานรักษาความปลอดภัย/เวรยามในยุคดิจิทัล จากผลการวิจัยพบว่า การรักษาความปลอดภัยยังพึ่งพากำลังคนเป็นหลัก จึงควรนำเทคโนโลยี เช่น กล้องวงจรปิดและระบบแจ้งเตือนมาใช้ร่วมกับการวางแผนงบประมาณระยะยาว โดยเริ่มจากจุดเสี่ยงสำคัญก่อนและขยายผลตามความจำเป็น

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาการพัฒนารูปแบบการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เพื่อให้ได้รูปแบบการบริหารที่มีความเหมาะสมกับบริบทของพื้นที่ สามารถนำไปใช้ได้จริง และช่วยยกระดับประสิทธิภาพการบริหารงานทั่วไปให้มีความทันสมัยและเป็นระบบมากยิ่งขึ้น

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการบริหารงานทั่วไปในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มหนองหาน 2 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เนื่องจากการบริหารงานในยุคดิจิทัลมีความซับซ้อนและเกี่ยวข้องกับหลายปัจจัย ทั้งด้านบุคลากร เทคโนโลยี และการบริหารจัดการ ซึ่งจากผลการวิจัยพบว่ายังมีความแตกต่างของระดับการนำเทคโนโลยีไปใช้ในแต่ละโรงเรียน ดังนั้นการศึกษาปัจจัยดังกล่าวจะช่วยให้ทราบองค์ประกอบสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จ และสามารถนำไปพัฒนาแนวทางการบริหารให้มีประสิทธิภาพและสอดคล้องกับสภาพจริงได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

ฉัตรชัย ตันตรานนท์. (2562). *การศึกษาแนวทางการพัฒนางานบริหารทั่วไปโรงเรียนวชิรวิทย์เชียงใหม่ อำเภอเมือง จังหวัดเชียงใหม่*. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเชียงใหม่.

ชมพูนุท คำธารา และวรกาญจน์ สุขสดเขียว. (2567). แนวทางการพัฒนาการดำเนินงานบริหารทั่วไปของโรงเรียนท่ามะกาวิทยาคม. *วารสารการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร*, *15*(2), 50–64. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/EdAd/article/view/271709.

ธัญญาลักษณ์ ฉิมเพชร และชุติมา พรหมผุย. (2564). การบริหารงานงานบริหารทั่วไปของโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตอำเภอเมืองจังหวัดเพชรบุรี สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 10. *การประชุมวิชาการระดับชาติวิทยาลัยนครราชสีมา*. สืบค้น 10 มีนาคม 2569 จาก http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2564Vol14No1_29.pdf.

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9 ฉบับปรับปรุงใหม่). สุวีริยสาส์น.

เบ็ญจม์ คำเมือง และศิริกาญจน์ ไกรบำรุง. (2558). การบริหารงานทั่วไปในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาลพบุรี เขต 2. *วารสารวิทยาลัยนครราชสีมา ฉบับพิเศษ "ก้าวสู่ทศวรรษที่ 2 ของวิทยาลัยนครราชสีมา"*, 163–170. http://journal.nmc.ac.th/th/admin/Journal/2558Vol2558Noพิเศษ_20.pdf.

ปาริฉัตร โชติขันธ์ และสุชาติ บางวิเศษ. (2560). กลยุทธ์การบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาร้อยเอ็ด เขต 2. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ*, *5*(18), 78–87. https://jeal.snru.ac.th/ArticleView?ArticleID=503.

ยุทธนา ล้ำเลิศ และวีรภัทร ภัทรกุล. (2566). แนวทางการพัฒนาการบริหารงานทั่วไปแบบมีส่วนร่วมของสถานศึกษาสังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาพระนครศรีอยุธยา เขต 1. *วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น*, *9*(2), 231–244. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/jsa-journal/article/view/259431.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3. (2566). *แผนปฏิบัติการ พ.ศ. 2567*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. https://www.udonthani3.go.th/api/f/6e08716c-f07d-443b-ae70-5b1c53f39466.pdf.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3. (2567). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568*. สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. https://www.udonthani3.go.th/api/f/94c6140c-eca1-46f4-8ebd-57c8577c132f.pdf

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560 – 2579*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. https://www.onec.go.th/index.php/book/BookView/1540.

อนุเดช บ้านสระ และพิมลพรรณ เพชรสมบัติ. (2564). แนวทางการบริหารงานทั่วไปของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาปทุมธานี เขต 2. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี, 13*(2), 185–202. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/ptujournal/article/view/252305.

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1998). *Research in education* (8th ed). Allyn & Bacon.

Barnard, C. I. (1968). *The function of the executive*. Harvard University Press.

Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, *30*(3), 607–610. https://doi.org/10.1177/001316447003000308.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

Participative management affecting the performance effectiveness of village health volunteers (VHVs) in preventing and resolving drug problems within Waritchaphum District, Sakon Nakhon Province

จักรพันธ์ ปานประเสริฐ [1*], ชาติชัย อุดมกิจมงคล [2], สามารถ อัยกร [3]
Jakkaparn Parnprasert [1*], Chardchai Udomkijmongkol [2], Samart Aiyakorn [3]
[1] หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[2,3] สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
[1] Master of Public Administration Program, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
[2,3] Department of Public Administration, Faculty of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: jakapun.pan1@gmail.com [1], chardchai_u@hotmail.com [2], saamm_5@hotmail.com [3]

Received: April 24, 2026 Revised: May 15, 2025 Accepted: May 10, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ระดับบริหารแบบมีส่วนร่วม และระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร 2) อิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ 3) แนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จำนวน 282 คน และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยได้ค่า IOC ระหว่าง .80–1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .883 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารแบบมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดร่วมกับอาสาสมัคร

สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 2) การบริหารแบบมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท และด้านการมีส่วนร่วมในขั้นสร้างความร่วมมือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ ได้ร้อยละ 40.60 3) แนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ ได้แก่ ควรเน้นทั้งด้านความรู้ ทักษะ การมีส่วนร่วม และการสนับสนุนจากภาคีเครือข่าย เพื่อให้ อสม. สามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การบริหารแบบมีส่วนร่วม, ประสิทธิผลการปฏิบัติงาน, การป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด

Abstract

The purposes of the research were to: 1) examine the level of participative management and performance effectiveness in preventing are resolving drug problems among village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District, Sakon Nakhon Province; 2) analyze the influence of participative management on the performance effectiveness on these VHVs in Waritchaphum District; and 3) establish guidelines for developing the performance effectiveness of VHVs in preventing and resolving drug problems within Waritchaphum District. The sample consisted of 282 village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District, selected via stratified random sampling The research instrument used for data collection was a questionnaire, which demonstrated IOC value was between .80–1.00 and a reliability coefficient of .883. Data were analyzed by frequency, percentage, mean, standard deviation, and Multiple Regression, Analysis. The finding revealed that: 1) the overall level of participative management in preventing and resolving drug problems among village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District, was at a moderate level. The overall performance effectiveness of the village health volunteers (VHVs) preventing and resolving drug problems among village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District, was at a high level. 2) Participative management – specifically in the dimensions of role–taking and cooperation–building – exerted a statistically significant influence on the performance effectiveness of village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District at the .01 level, jointly predicting 40.60 percent of the variance in their performance effectiveness. 3) Guidelines for developing the performance effectiveness of village health volunteers (VHVs) within Waritchaphum District indicated that emphasis should be placed on enhancing knowledge, skills, active participation, and support from network partners to enable village health volunteers to perform their duties effectively.

Keywords: participative management, performance effectiveness, drug prevention and resolution

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ปัญหายาเสพติดนับเป็นปัญหาที่สำคัญของประเทศไทยและทั่วโลกมายาวนาน และทวีความรุนแรง มากขึ้นทุกวัน ส่งผลกระทบในหลายด้าน ทั้งด้านสุขภาพทางกายและจิตของผู้เสพ ผลกระทบต่อสังคมและ คนรอบข้าง นอกจากนี้ยังส่งผลไปในด้านการพัฒนาสังคม เศรษฐกิจ ตลอดจนความมั่นคงของประเทศ ตามยุทธศาสตร์ชาติ (พ.ศ. 2561–2580) แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (ยุทธศาสตร์ที่ 5 การเสริมสร้างความมั่นคงของชาติ) และแผนปฏิบัติการด้านการป้องกันและปราบปรามยาเสพติด พ.ศ. 2563–2565 ด้านมาตรการบำบัดรักษายาเสพติด กำหนดให้กระทรวงสาธารณสุข พัฒนาทักษะ อาสาสมัคร สาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เพื่อสนับสนุนการดำเนินงานของชุดปฏิบัติการประจำตำบลในการติดตาม ดูแลผู้ป่วยยาเสพติดที่ผ่านการบำบัดรักษาในระบบสมัครใจบำบัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน ซึ่งได้ดำเนินการขับเคลื่อนการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหา ผู้ใช้ผู้เสพ ผู้ติดยาเสพติด พัฒนาระบบและกลไกการดำเนินงานป้องกันและแก้ไขปัญหาผู้เสพผู้ติดยาเสพติด อันเป็นการบรรเทาความเดือดร้อนของประชาชน ตั้งแต่ต้นทาง กลางทาง และปลายทาง เพื่อให้เกิดผลสัมฤทธิ์อย่างชัดเจน เพื่อเป็นการสนับสนุนบทบาท อสม.บัดดี้ในชุดปฏิบัติการยาเสพติดประจำตำบล และพัฒนาศักยภาพ อสม. รวมทั้งเครือข่ายในการติดตามดูแลผู้ป่วยยาเสพติด ที่ผ่านการบำบัดรักษา ในระบบสมัครใจบำบัด โดยการมีส่วนร่วมของชุมชน (กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ, 2564)

อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านถือเป็นเครือข่ายที่มีคุณภาพและมีคุณค่าในการรณรงค์ให้ประชาชนเข้าใจในนโยบายต่าง ๆ ของรัฐบาลโดยรัฐบาลอาศัยเครือข่ายของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการประชาสัมพันธ์งานต่าง ๆ เช่น การปฏิรูปประเทศ การประกันสังคม การต่อยอดภารกิจเชิงรุกในชุมชนให้บรรลุเป้าหมาย คือ การมีสุขภาพดีและความสุขอันยั่งยืนของคนไทยต่อไป เพราะการส่งเสริมให้ประชาชนมีสุขภาพดีเป็นหัวใจสำคัญในการพัฒนาประเทศ ซึ่งความเจ็บป่วยที่เกิดขึ้นจากพฤติกรรมนั้น หากมีการให้ความรู้และคำแนะนำที่ถูกหลักสาธารณสุขแล้วจะสามารถป้องกันไม่ให้เจ็บป่วยได้ขณะเดียวกัน งานระบบอาสาสมัครที่มีการกำหนดเป้าหมายที่ชัดเจนจะทำงานใกล้ชิดกับ ประชาชนมากที่สุด ซึ่งรัฐบาลเห็นความสำคัญของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านจึงกำหนดยุทธศาสตร์และแผนงานเสริมสร้างรายได้พัฒนาคุณภาพชีวิตและความมั่นคงด้านสังคม โครงการอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านเชิงรุกเพื่อส่งเสริมบทบาทของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านให้ปฏิบัติการเชิงรุก (ปริญญา กาศจนานนท์ และคณะ, 2561)

การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็นหลักสากลที่ได้รับการยอมรับว่ามีความสำคัญและจำเป็นในสังคมประชาธิปไตย กฎหมายรัฐธรรมนูญซึ่งเป็นกติกาสูงสุดของประเทศสะท้อนเจตนารมณ์ในการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างชัดเจนรวมถึงการปฏิรูปการบริหารงานภาครัฐภายใต้แนวคิดการบริหารภาครัฐแบบมีส่วนร่วม (participatory governance) และแนวคิดธรรมาภิบาล (good governance) ในการดำเนินการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของหน่วยงานราชการก็เช่นกันจำเป็นต้องอาศัยการมีส่วนร่วมของประชาชนเพราะมาตรการสำคัญในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดเป็นสิ่งแรกที่ควรให้ความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง คือ บทบาทของสถาบันทางสังคมไทยในระดับรากหญ้า ซึ่งประกอบด้วยสถาบันครอบครัว สถาบันชุมชน สถาบันโรงเรียน และสถาบันศาสนา เพื่อเป็นการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดให้เกิดประสิทธิผลอย่างยั่งยืน จำเป็นต้องอาศัยความร่วมมือทุกภาคส่วนในสังคมไทยและต้องมีองค์ความรู้ทางวิชาการสนับสนุนการดำเนินงาน (อรทัย ก๊กผล, 2552)

อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร แบ่งการปกครองออกเป็น 5 ตำบล 71 หมู่บ้าน มีหลายหมู่บ้านที่เป็นหมู่บ้านแพร่ระบาดของยาเสพติด เป็นหมู่บ้านที่มีความเสี่ยงในการเกี่ยวข้องกับปัญหายาเสพติด ดังนั้น แม้ภาครัฐจะเข้ามาช่วยในการป้องกันปัญหายาเสพติดอยู่บ้างแล้ว แต่การจะแก้ไขปัญหาได้อย่างยั่งยืนต้องที่ต้องอาศัย ความร่วมมือจาก

บุคคลในชุมชนทุกระดับเพื่อร่วมกันดำเนินงาน ทั้งด้านการป้องกัน การบำบัดรักษา การฟื้นฟูสมรรถภาพ และการป้องกันการเสพติดซ้ำ ดังนั้นบุคคลที่สำคัญที่สุดคือ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ซึ่งเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิด มีสัมพันธภาพที่ดีและมีความปรารถนาที่จะ ช่วยเหลือผู้เสพผู้ติดยาและสารเสพติดให้สามารถดูแลช่วยเหลือตนเอง และมีคุณภาพชีวิตที่ดีและเป็นกำลังสำคัญของประเทศชาติได้ในอนาคต ทั้งนี้อำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เป็นพื้นที่มีปัญหาเกี่ยวกับยาเสพติดไม่ต่างกันกับพื้นที่อื่น ๆ และยังเป็นพื้นที่เฝ้าระวังการนำเข้ายาเสพติดจากจังหวัดที่มีอาณาเขตพื้นที่ชายแดนติดกับสาธารณรัฐประชาธิปไตยประชาชนลาว เช่น จังหวัดบึงกาฬ จังหวัดนครพนม อำเภอวาริชภูมิมีความเสี่ยงต่อการเป็นเส้นทางผ่านที่จะลำเลียงยาเสพติดเข้าสู่อำเภอและจังหวัดรอบใน เพื่อจำหน่ายหรือกระจายไปยังพื้นที่ต่าง ๆ เพราะมีเส้นทางที่สามารถผ่าน จากอำเภอที่เป็นพื้นที่เฝ้าระวังการลักลอบการนำเข้ายาเสพติด จึงง่ายต่อการแพร่ระบาด เข้ามาในอำเภอวาริชภูมิได้ ด้วยเหตุนี้ผู้วิจัยเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) อยู่ในระดับใด การบริหารแบบมีส่วนร่วมส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) หรือไม่อย่างไร และแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ควรเป็นอย่างไร ซึ่งจะเป็นประโยชน์ในการกำหนดนโยบายด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในพื้นที่ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วม และระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

3. เพื่อศึกษาแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

การทบทวนวรรณกรรม

บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด

บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ประกอบด้วย (กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน, 2558)

1. การช่วยเหลือชุมชนให้พ้นภัยยาเสพติด ได้แก่ 1) การดูแลเชิงป้องกัน เป็นการดูแลไม่ให้เด็กเยาวชน เข้าไปยุ่งเกี่ยวกับ ยาและสารเสพติดโดยเป็นผู้สนับสนุน เป็นผู้นำ และเป็นผู้สร้างแนวคิดในการเฝ้าระวัง เช่น–ให้ร่วมมือในตั้งจุดการตรวจ จุดสกัด จุดคัดกรอง ในพื้นที่ 2) ร่วมรณรงค์ให้ทุกคนในครอบครัวทำกิจกรรมร่วมกันอย่างน้อย สัปดาห์ ละ 1 ครั้ง เช่น การรับประทานอาหาร ทำกิจกรรมทางศาสนา เพื่อสานสายใยรักในครอบครัว

2. การดูแลช่วยเหลือด้านการบำบัดรักษายาเสพติด ได้แก่ 1) การค้นหา คัดกรองผู้ใช้ยาและสารเสพติดในชุมชน อสม. ถือว่าเป็นผู้ที่มีศักยภาพ ที่จะเป็นผู้ค้นหาคัดกรองผู้ใช้ยาและสารเสพติด ในพื้นที่ของตนเองได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงต้องเรียนรู้ถึงความสำคัญ วิธีการค้นหา และ คัดกรองผู้ใช้ยาและสารเสพติด เพื่อช่วยเหลือ คนใน

พื้นที่ได้อย่างรวดเร็ว ถูกต้อง สมภาคภูมิ 2) การดูแลช่วยเหลือด้านการบำบัดรักษา หากจะนำผู้ใช้ยาและสารเสพติดเข้ารับการบำบัดรักษาจำเป็นต้องมีระบบการคัดกรองอาจคัดกรองง่ายๆโดยใช้เทคนิค การคัดกรองข้างต้น และจากการสังเกตพฤติกรรม การสัมภาษณ์การซักประวัติส่วนตัว ครอบครัว เพื่อน การตรวจทางห้องปฏิบัติการ (สถานีตำรวจ/องค์การบริหารส่วน ตำบลมีชุดตรวจคัดกรอง) เป็นต้น

3. การรับส่งต่อผู้ใช้ยาและสารเสพติด เป็นกระบวนการหนึ่งที่จะช่วยเหลือผู้ ใช้ยาและสารเสพติด ให้ได้เข้ารับการบำบัดรักษาในสถานพยาบาลที่เหมาะสม เมื่ออสม. ค้นหาผู้ใช้ยาและสารเสพติดได้แล้วให้คำแนะนำจูงใจให้เข้ารับการบัดรักษา และส่งผู้ใช้ยาและสารเสพติดไปตรวจคัดกรองจำแนกประเภทกลุ่มผู้ใช้ยาและสารเสพติดที่ รพ.สต. เพื่อให้ได้รับการบำบัดรักษาอย่างเหมาะสม บางรายสามารถรักษาที่ รพ.สต. หรือ รพช.รพท.รพศ. ได้กรณีที่ผู้ใช้ยาและสารเสพติดมีภาวะแทรกซ้อนทางกายและ ทางจิต จะส่งต่อไปรับการบำบัดรักษาที่สถานบำบัดรักษายาเสพติดในโรงพยาบาลเฉพาะทางสังกัดกรมการแพทย์และโรงพยาบาลในสังกัดกรมสุขภาพจิต

4. การติดตามดูแลอย่างต่อเนื่อง อสม. มีบทบาทสำคัญและเป็นผู้มีศักยภาพในการติดตาม เนื่องจากเป็นผู้ที่อยู่ใกล้ชิด มีสัมพันธภาพที่ดีและมีความปรารถนาช่วยเหลือผู้ใช้ยาและสารเสพติดใน พื้นที่

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารแบบมีส่วนร่วม

International Association for Public Participation (2007) หรือเรียกว่า IAP2 คือ สมาคมนานาชาติด้านการมีส่วนร่วมของประชาชน ได้กล่าวถึงตัวแบบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนโดยนำเสนอการแบ่งระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนออกเป็น 5 ขั้น ซึ่งเป็นตามหลักการเดียวกับของ Arnstein คือ ยิ่งสูงขึ้นยิ่งสะท้อนอำนาจและอิทธิพลของประชาชนในการบริหารหรือตัดสินใจมากขึ้นด้วย จำแนกได้ดังนี้

1. การมีส่วนร่วมในระดับเสริมอำนาจให้ประชาชน เป็นขั้นที่ให้บทบาทกับประชาชนสูงที่สุดเพราะให้ประชาชนเป็นผู้ตัดสินใจด้วยตนเอง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะดำเนินการตามผลการตัดสินใจนั้น รูปแบบการมีส่วนร่วมในขั้นนี้ที่เรารู้จักกันดี คือ การลงประชามติ หรือสภาเมือง การมีส่วนร่วมในรูปแบบนี้สะท้อนความยินยอมพร้อมใจขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการยอมรับอำนาจการตัดสินใจของประชาชนหรือชุมชน

2. การมีส่วนร่วมในระดับสร้างความร่วมมือ เป็นการให้บทบาทของประชาชน ในระดับสูงโดยประชาชนและองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะทำงานร่วมกันในกระบวนการของการตัดสินใจ ฉะนั้นความคิดเห็นของประชาชนจะสะท้อนออกมาในการตัดสินใจค่อนข้างสูง รูปแบบการมีส่วนร่วมในขั้นนี้ เช่น คณะกรรมการร่วมภาครัฐและเอกชน และคณะที่ปรึกษาฝ่ายประชาชน ผลการตัดสินใจที่ออกมาเป็นผลการตัดสินใจร่วมกัน เชื่อว่าจะนำไปสู่การเสริมสร้างความสมานฉันท์ในสังคมเพราะประชาชนหรือตัวแทนของประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วมในองค์กรตัดสินใจด้วยไม่ใช่เพียงให้ความคิดเห็นต่อองค์กร

3. การมีส่วนร่วมในระดับเข้ามามีบทบาท เป็นลักษณะการเปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมทำงานตลอดกระบวนการตัดสินใจ มีการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและข้อมูลระหว่างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นกับประชาชนอย่างจริงจังและมีจุดมุ่งหมายชัดเจน ข้อมูลความคิดเห็นของประชาชนจะสะท้อนออกมาในทางเลือกต่าง ๆ

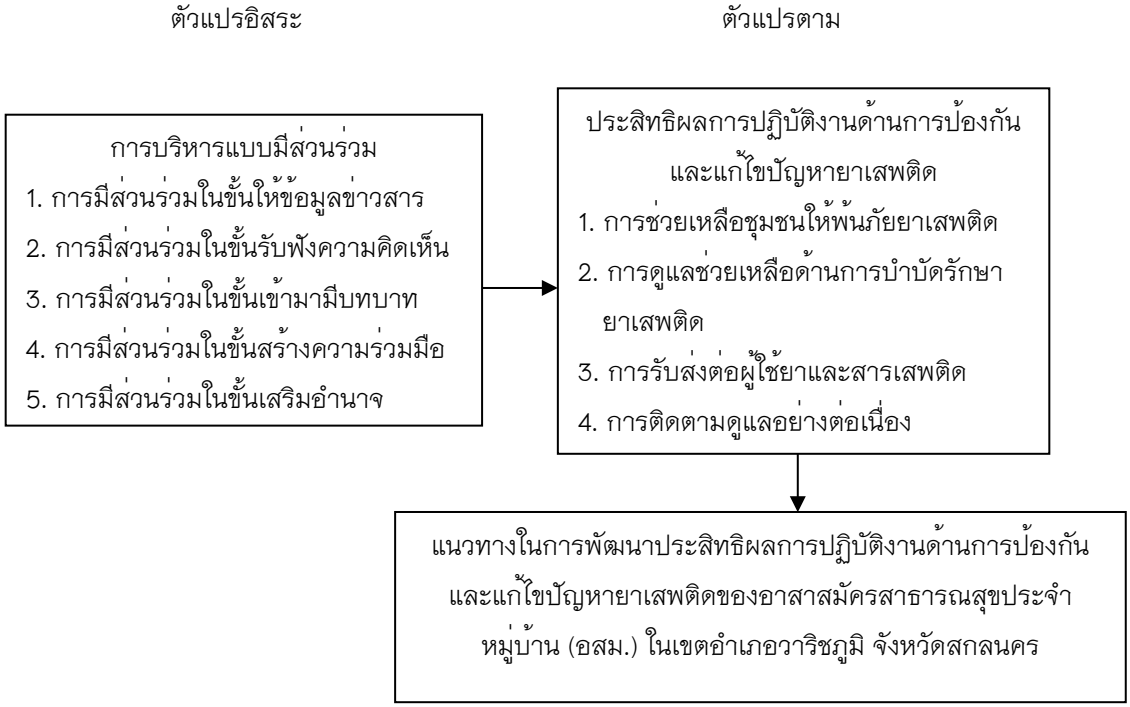
4. การมีส่วนร่วมในระดับรับฟังความคิดเห็น เป็นลักษณะการให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการให้ข้อมูลข้อเท็จจริง ความรู้สึก และความคิดเห็นประกอบการตัดสินใจ ดังนั้น ประชาชนมีบทบาทในฐานะเป็นผู้ให้ข้อมูลการตัดสินใจเป็นบทบาทของหน่วยงานภาครัฐ เทคนิคการมีส่วนร่วมในลักษณะนี้ เช่น การสำรวจความคิดเห็น การประชุมสาธารณะ ปัจจุบันนี้กฎหมายส่วนใหญ่ มักกำหนดให้หน่วยงานภาครัฐจัดการมีส่วนร่วมของประชาชนอย่างน้อยในระดับการรับฟังความคิดเห็น

5. การมีส่วนร่วมในระดับให้ข้อมูลข่าวสาร เป็นการมีส่วนร่วมของประชาชนในระดับต่ำที่สุดบทบาทของประชาชนน้อยมากเพียงแต่รับทราบว่าเกิดอะไรที่ไหน ปัจจุบันการที่ภาครัฐตัดสินใจในเรื่องที่กระทบประชาชน และแจ้งให้

ประชาชนทราบสะท้อนความล้าสมัยในการบริหารงาน ในขณะเดียวกันจำเป็นต้องตระหนักว่า ไม่ว่าจะเปิดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในขั้นใด การให้ข้อมูลข่าวสารแก่ประชาชนเป็นเรื่องที่สำคัญอย่างมาก แต่ต้องไม่ใช่การให้ข้อมูลลักษณะประชาสัมพันธ์โดยให้มองแต่ด้านดีเท่านั้น หัวใจสำคัญคือการให้ข้อเท็จจริง และตัดสินใจแสดงความคิดเห็นอย่างมีคุณภาพ

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ผู้วิจัยได้นำ 1) ตัวแบบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชน ของสมาคมนานาชาติด้านการมีส่วนร่วม (International Association for Public Participation, 2007) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเกี่ยวกับการบริหารแบบมีส่วนร่วม 2) บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) (กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน, 2558) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยเกี่ยวกับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) รายละเอียดดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้เป็นการศึกษาวิจัยเชิงปริมาณ (quantitative research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 1,065 คน (สำนักงานสาธารณสุขอำเภอวาริชภูมิ, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 282 คน ได้มาโดยการเทียบตารางสำเร็จรูปคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie & Morgan (อ้างถึงในสรชัย พิศาลบุตร, 2555) และจะทำการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิ (stratified random sampling)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ ตรวจรายการ (checklist)

ตอนที่ 2 การบริหารแบบมีส่วนร่วม แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 3 ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) แบบสอบถามมีลักษณะเป็นแบบประมาณค่า (rating scale) 5 ระดับ

ตอนที่ 4 แนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นแบบสอบถามปลายเปิด (open-ended form)

การสร้างและหาประสิทธิภาพของเครื่องมือ เริ่มจากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อกำหนดรูปแบบและข้อคำถามของแบบสอบถาม จากนั้นนำเสนอต่ออาจารย์ที่ปรึกษาเพื่อตรวจแก้ไขเนื้อหาและความถูกต้อง แล้วตรวจสอบคุณภาพของเครื่องมือโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 5 คน เพื่อหาค่า IOC โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า .50 ขึ้นไป ต่อมานำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มที่ไม่ใช่ตัวอย่างจำนวน 30 คน เพื่อหาค่าอำนาจจำแนกด้วยค่าสหสัมพันธ์รายข้อกับคะแนนรวม โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า .361 ขึ้นไป และหาค่าความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟ่า ซึ่งต้องมีค่า .70 ขึ้นไป ทั้งนี้ แบบสอบถามมีค่า IOC ระหว่าง .80–1.00 ค่าอำนาจจำแนกระหว่าง .363–.896 และค่าความเชื่อมั่นภาพรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .883

เพื่อเสริมความน่าเชื่อถือของข้อมูลเชิงคุณภาพ ผู้วิจัยได้สัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 10 คน ซึ่งประกอบด้วย 1) ตัวแทนภาครัฐที่ปฏิบัติงานด้านการป้องกันปัญหายาเสพติดและงานความมั่นคง 2) ตัวแทนภาครัฐที่ปฏิบัติงานด้านการแก้ไขและรักษาผู้ติดยาเสพติด 3) ตัวแทนภาคประชาชน/อาสาสมัคร โดยใช้แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (in-depth interview) เพื่อประเมินความคิดเห็นเกี่ยวกับแนวทางการบริหารแบบมีส่วนร่วมและปัจจัยที่มีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) การสัมภาษณ์มุ่งเน้นประเด็นแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ข้อมูลที่ได้จากผู้ทรงคุณวุฒิจะถูกบันทึกและถอดรหัสเพื่อวิเคราะห์หา ประเด็นสำคัญและนำไปประกอบการตีความผลการวิจัยเชิงปริมาณ

3. เก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยนำหนังสือขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลวิจัยจากบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร ถึงนายอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร เพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากประชาชนที่มีภูมิลำเนาอยู่ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร จำนวน 282 คน

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลด้วยตนเองและการลงพื้นที่จริง เพื่อนำแบบสอบถามไปแจกแก่กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 282 คน ในอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

3.4 ตรวจสอบความถูกต้อง ความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม เพื่อนำแบบสอบถามไปประมวลผล และวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 การวิเคราะห์คุณลักษณะส่วนบุคคล ตามแบบสอบถาม ตอนที่ 1 คุณลักษณะส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การแจกแจงความถี่ (frequencies) และค่าร้อยละ (percentage)

4.2 การวิเคราะห์ระดับ 1) การบริหารแบบมีส่วนร่วม 2) ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ใช้สถิติได้แก่ ค่าเฉลี่ย (mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation)

4.3 การศึกษาอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ผู้วิจัยทำการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

4.4 การศึกษาแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ทำการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

1. ผลการวิเคราะห์ระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วม ดังตาราง 1

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับการบริหารแบบมีส่วนร่วม

ด้านที่	การบริหารแบบมีส่วนร่วม	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1	การมีส่วนร่วมในขั้นให้ข้อมูลข่าวสาร	3.48	.96	ปานกลาง
2	การมีส่วนร่วมในขั้นรับฟังความคิดเห็น	3.36	.82	ปานกลาง
3	การมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท	3.53	.47	มาก
4	การมีส่วนร่วมในขั้นสร้างความร่วมมือ	3.07	.75	ปานกลาง
5	การมีส่วนร่วมในขั้นเสริมอำนาจ	3.06	.76	ปานกลาง
	ภาพรวม	3.30	.46	ปานกลาง

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดร่วมกับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\overline{X}$ = 3.30) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูง คือ การมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท ($\overline{X}$ = 3.53) รองลงมาคือ การมีส่วนร่วมในขั้นให้ข้อมูลข่าวสาร ($\overline{X}$ = 3.48) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การมีส่วนร่วมในขั้นเสริมอำนาจ ($\overline{X}$ = 3.06)

2. ผลการวิเคราะห์ระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ดังตาราง 2

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ด้านที่	ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด	$\overline{X}$	S.D.	ความหมาย
1	การช่วยเหลือชุมชนให้พ้นภัยยาเสพติด	3.48	.70	ปานกลาง
2	การดูแลช่วยเหลือด้านการบำบัดรักษายาเสพติด	3.86	.66	มาก
3	การรับส่งต่อผู้ใช้ยาและสารเสพติด	3.92	.61	มาก
4	การติดตามดูแลอย่างต่อเนื่อง	3.86	.60	มาก
	ภาพรวม	3.71	.50	มาก

จากตาราง 2 พบว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 3.71) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด คือ การรับส่งต่อผู้ใช้ยาและสารเสพติด ($\overline{X}$ = 3.92) รองลงมาได้แก่ การติดตามดูแลอย่างต่อเนื่อง ($\overline{X}$ = 3.86) ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำที่สุด คือ การช่วยเหลือชุมชนให้พ้นภัยยาเสพติด ($\overline{X}$ = 3.48)

3. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณอิทธิพลของการบริหารภาครัฐแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

ตัวแปรพยากรณ์	B	Std.error	(β)	T	P-value
(Constant)	1.111	.209		5.304	.000
การมีส่วนร่วมในขั้นให้ข้อมูลข่าวสาร (P_1)	.039	.027	.076	1.488	.138
การมีส่วนร่วมในขั้นรับฟังความคิดเห็น (P_2)	.040	.033	.065	1.207	.229
การมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท (P_3)	.595	.051	.552	11.682	.000**
การมีส่วนร่วมในขั้นสร้างความร่วมมือ (P_4)	.135	.034	.203	3.931	.000**
การมีส่วนร่วมในขั้นเสริมอำนาจ (P_5)	.030	.036	.045	.820	.413
$R = .638$, $R^2 = .406$, Adj. $R^2 = .396$, $F = 37.803$, Sig. = .000**					

จากตาราง 3 พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท (β = .552) และด้านการมีส่วนร่วมในขั้นสร้างความร่วมมือ (β = .203) มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 40.60 (R^2 = .406)

4. ผลการศึกษาแนวทางในการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร พบว่า การช่วยเหลือชุมชนให้พ้นภัยยาเสพติด มีค่าเฉลี่ยที่ต่ำกว่าด้านอื่น ๆ จึงนำไปสู่การศึกษาข้อมูลเชิงคุณภาพ จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ สรุปได้ว่า หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดและทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้น รวมถึงพัฒนาทักษะการสื่อสารกับกลุ่มเสี่ยงและครอบครัว ควบคู่กับการพัฒนาระบบติดตามและรายงานข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อให้อสม. ประเมินสถานการณ์ได้รวดเร็วและแม่นยำ อีกทั้งควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมรณรงค์และเวทีประชาคม เพื่อสร้างพลังในการเฝ้าระวังและป้องกันยาเสพติด พร้อมสนับสนุนอสม.ทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และการยกย่องเชิดชูเกียรติ เพื่อเสริมกำลังใจในการทำงาน รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง และปลูกฝังจิตสำนึกด้านคุณธรรมและความเสียสละ เพื่อให้อสม.เป็นแบบอย่างที่ดีและมีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนให้ปลอดภัยจากยาเสพติดอย่างยั่งยืน

การอภิปรายผล

1. ผลการวิจัย พบว่า ประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการรับส่งต่อผู้ใช้ยาและสารเสพติด มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก รองลงมาได้แก่ ด้านการติดตามดูแลอย่างต่อเนื่อง มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ด้านการดูแลช่วยเหลือด้านการบำบัดรักษายาเสพติด มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการช่วยเหลือชุมชนให้พ้นภัยยาเสพติด มีประสิทธิผลการปฏิบัติงานอยู่ในระดับปานกลาง เหตุที่ประสิทธิผลในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร อยู่ในระดับมาก เนื่องจาก อสม.เป็นบุคคลใกล้ชิดชุมชน ได้รับการคัดเลือกจากคนในพื้นที่ จึงมีความเข้าใจสภาพสังคม เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ทำให้เข้าถึงประชาชนได้โดยไม่สร้างความตึงเครียด อีกทั้งได้รับการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องเกี่ยวกับยาเสพติด การสังเกตกลุ่มเสี่ยง การให้คำปรึกษา และการประสานงานกับหน่วยงานรัฐ จึงมีทักษะที่เหมาะสมในการปฏิบัติงาน อสม.ดำเนินงานเชิงรุก เช่น การเยี่ยมบ้าน เฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยง และจัดกิจกรรมรณรงค์ รวมถึงช่วยเหลือผู้ที่เคยเกี่ยวข้องกับยาเสพติดให้กลับคืนสู่สังคม โดยบูรณาการร่วมกับ รพ.สต. โรงเรียน ผู้นำท้องถิ่น และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้แก้ปัญหาได้รวดเร็วและตรงจุด นอกจากนี้ การลงพื้นที่อย่างต่อเนื่องทำให้มีข้อมูลเชิงลึก สามารถป้องกันและแจ้งเตือนได้อย่างเหมาะสม อสม.ได้รับความไว้วางใจจากชุมชน เนื่องจากเป็นคนในพื้นที่ และมีจิตอาสา มุ่งหวังให้ชุมชนปลอดภัย ส่งผลให้การป้องกันปัญหายาเสพติดมีประสิทธิภาพ ผลการวิจัยในครั้งนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของวัชรี วัฒนาสุทธิวงศ์ และคณะ (2565) ได้ทำการศึกษาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ผลวิจัยพบว่าประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ อสม. โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของพิทักษ์พงษ์ กุลวิมล และคณะ (2561) ได้ศึกษา เกี่ยวกับการประเมินผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการดำเนินงาน หมู่บ้านจัดการสุขภาพ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว พบว่า ผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการดำเนินงาน หมู่บ้านจัดการสุขภาพ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว โดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง และสอดคล้องกับงานวิจัยของเมธี สุทธศิลป์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการควบคุมป้องกันโรคติดต่อตามแนวชายแดนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา พบว่า การจัดการควบคุมโรคติดต่อตามแนวชายแดนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน

อยู่ในในระดับสูง

2. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเพื่อศึกษาอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร พบว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในขั้นเข้ามามีบทบาท และการมีส่วนร่วมในขั้นสร้างความร่วมมือ มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ ได้ร้อยละ 40.60 ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้เป็นเพราะว่า การบริหารแบบมีส่วนร่วม โดยการให้อสม.มีบทบาทและสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ส่งผลต่อประสิทธิผลในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในอำเภอวาริชภูมิอย่างมาก ช่วยลดช่องว่างระหว่างรัฐกับชุมชน และทำให้แผนงานสอดคล้องกับบริบทพื้นที่ เมื่ออสม.ได้ร่วมวางแผน แสดงความคิดเห็น และตัดสินใจ จะเกิดความภาคภูมิใจและความรับผิดชอบ ส่งผลให้ปฏิบัติงานอย่างเต็มที่ นอกจากนี้ การทำงานร่วมกันระหว่างรัฐ อสม. ผู้นำชุมชน และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ทำให้เกิดความร่วมมือที่ต่อเนื่อง มีการแบ่งงานและสนับสนุนกันอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้งานป้องกันยาเสพติดมีความครอบคลุมและไม่สะดุด ขณะเดียวกัน ประชาชนมีความเชื่อมั่นและพร้อมให้ความร่วมมือมากขึ้น ทำให้มาตรการต่าง ๆ เกิดผลอย่างเป็นรูปธรรม และนำไปสู่พลังขับเคลื่อนร่วมที่ยั่งยืน

นอกจากนั้น จากการสัมภาษณ์ผู้เชี่ยวชาญ แสดงให้เห็นว่าการบริหารแบบมีส่วนร่วม เป็นปัจจัยสำคัญต่อความสำเร็จของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เป็นอย่างมาก โดยผู้เชี่ยวชาญ เสนอว่า ควรเสริมสร้างความรู้เกี่ยวกับยาเสพติดและทักษะการให้คำปรึกษาเบื้องต้น พัฒนาทักษะการสื่อสารกับกลุ่มเสี่ยงและครอบครัว ควบคู่กับการพัฒนาระบบติดตามและรายงานข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อให้อสม. ประเมินสถานการณ์ได้รวดเร็วและแม่นยำ อีกทั้งควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมรณรงค์และเวทีประชาคม เพื่อสร้างพลังในการเฝ้าระวังและป้องกันยาเสพติด พร้อมสนับสนุนอสม. ทั้งด้านงบประมาณ อุปกรณ์ และการยกย่องเชิดชูเกียรติ รวมถึงการสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานในพื้นที่อย่างต่อเนื่อง เพื่อให้อสม. มีบทบาทสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนให้ปลอดภัยจากยาเสพติดอย่างยั่งยืน

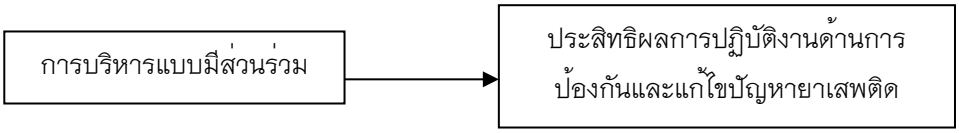
ผลการวิจัยในครั้งนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของเมธี สุทธศิลป์ และคณะ (2560) ได้ศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการควบคุมป้องกันโรคติดต่อตามแนวชายแดนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการควบคุมป้องกัน โรคติดต่อตามแนวชายแดนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 คือ ทัศนคติต่อการปฏิบัติงานควบคุมป้องกันโรคติดต่อตามแนวชายแดน การรับรู้บทบาทหน้าที่ของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการควบคุมป้องกันโรคติดต่อตามแนวชายแดน และการรับรู้นโยบายการควบคุมป้องกันโรคติดต่อตามแนวชายแดน ซึ่งปัจจัยเหล่านี้สามารถทำนายการมีส่วนร่วมในการจัดการควบคุมป้องกันโรคติดต่อตาม แนวชายแดนได้ร้อยละ 43.8 สอดคล้องกับงานวิจัยของซูไมยะห์ ลาเต๊ะ และคณะ (ม.ป.ป.) ได้ทำการศึกษา การจัดการปัญหายาเสพติดในชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนบาราเฮาะ ตำบลบาราเฮาะ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี ผลการวิจัยพบว่าการที่กลุ่มประชาชนให้กระบวนการมีส่วนร่วมของสมาชิกในชุมชนที่กระทำการออกมาในลักษณะของการทำงานร่วมกัน ที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการร่วม ความสนใจร่วม มีความต้องการที่จะบรรลุถึงเป้าหมาย รับรู้ถึงปัญหาและความต้องการไปพร้อมกัน รวมถึงการให้ข้อมูลข่าวสารหรือช่วยดูแลสอดส่องลูกหลานในชุมชนที่ติดสารเสพติด ทำให้การจัดการปัญหายาเสพติดในชุมชนประสบความสำเร็จ สอดคล้องกับงานวิจัยของวันชนะ ดวงจันทร์ทิพย์ (2566) ได้ทำการศึกษาบทบาทของผู้นำชุมชนและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อสัมฤทธิ์ผลตามมาตรการการ

ป้องกันปัญหายาเสพติดในพื้นที่อำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการดำเนินการ มีอิทธิพลต่อสัมฤทธิ์ผลตามมาตรการการป้องกันปัญหายาเสพติดในพื้นที่อำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยสามารถร่วมกันทำนายระดับสัมฤทธิ์ผลตามมาตรการการป้องกันปัญหายาเสพติดในพื้นที่อำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร ได้ร้อยละ 38.50 และสอดคล้องกับงานวิจัยของสราวุธ นาแฉล้ม (2566) ได้ทำการศึกษาแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ในเขตตำบลหมูม่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี ผลการศึกษาพบว่า ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหา ยาเสพติด ได้แก่ ปัจจัยคุณลักษณะส่วนบุคคลของกลุ่มตัวอย่างที่มีอายุ 20–59 ปี มีส่วนร่วมในการป้องกันและแก้ไข ปัญหายาเสพติด และปัจจัยการดำเนินงานป้องกัน ยาเสพติด คือ ด้านมาตรการป้องกันมีการดำเนินงานระดับปานกลางถึงสูง ด้านมาตรการรักษามีการดำเนินงานระดับปานกลางถึงสูง และด้านมาตรการเฝ้าระวัง มีการดำเนินงานระดับปานกลางถึงสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

ส่วนการบริหารแบบมีส่วนร่วม ด้านการมีส่วนร่วมในขั้นให้ข้อมูลข่าวสาร ด้านการมีส่วนร่วมในขั้นรับฟังความคิดเห็น และด้านการมีส่วนร่วมในขั้นเสริมอำนาจ ไม่มีอิทธิพลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ที่ผลการวิจัยเป็นเช่นนี้ อาจเป็นเพราะว่า ข้อมูลจากภาครัฐมักเป็นเชิงกว้าง ไม่เจาะจงกับปัญหาในหมู่บ้าน และช่องทางสื่อสารมักเป็นทางเดียว เช่น เอกสารหรือไลน์กลุ่ม ทำให้อสม.บางรายที่มีข้อจำกัดด้านการศึกษาและเทคโนโลยีไม่เข้าถึงได้เต็มที่ แม้จะมีเวทีแสดงความคิดเห็น แต่ข้อเสนอไม่ถูกนำไปใช้จริง ทำให้อสม.ขาดแรงจูงใจและรู้สึกเสียงไม่มีคุณค่า กระบวนการรับฟังความคิดเห็นจึงมักเป็นไปตามระเบียบ มากกว่าการเปิดพื้นที่อย่างแท้จริง ส่วนการเสริมอำนาจก็มักไม่เกิดขึ้นในทางปฏิบัติ (อสม.)ยังถูกจำกัดบทบาทเป็นผู้ช่วย ไม่มีอำนาจตัดสินใจหรืองบประมาณในการดำเนินงานเชิงรุก อีกทั้งการพัฒนาศักยภาพยังจำกัด ทำให้อสม.ขาดทักษะสำคัญ เช่น การเจรจา การใช้เทคโนโลยี และการจัดการโครงการ ระบบราชการก็ยังเน้นการควบคุมจากส่วนกลางมากกว่าการเปิดโอกาสให้ชุมชนมีบทบาทจริง จึงทำให้การมีส่วนร่วมทั้งสามด้านไม่สามารถแปรเป็นพลังขับเคลื่อนงานได้

องค์ความรู้ใหม่

การบริหารแบบมีส่วนร่วมที่มุ่งเน้นการเข้ามามีบทบาท และการสร้างความร่วมมือ เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสำเร็จของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติด ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ในขณะเดียวกัน การบริหารแบบมีส่วนร่วมในด้านการให้ข้อมูลข่าวสาร การรับฟังความคิดเห็น และการเสริมอำนาจไม่พบว่ามีผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานของ อสม.



ภาพที่ 2 รูปแบบอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.)

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอวาริชภูมิ และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดร่วมกับอสม. โดยในขั้นเสริมอำนาจ ควรพัฒนาศักยภาพประชาชนผ่านการอบรมเชิงปฏิบัติการ เพื่อให้สามารถเสนอความคิดเห็นและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจเกี่ยวกับมาตรการและการดำเนินงานของภาครัฐ ขณะเดียวกัน ในขั้นสร้างความร่วมมือ ควรส่งเสริมการจัดตั้งเครือข่ายประชาชนเป็นแกนนำในชุมชน เพื่อทำหน้าที่ประสานงานและขับเคลื่อนกิจกรรมแก้ไขปัญหายาเสพติดอย่างเป็นระบบ

1.2 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรส่งเสริมประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอสม. โดยพัฒนาทักษะการสื่อสารเชิงจิตวิทยา เพื่อให้สามารถให้คำปรึกษาแก่กลุ่มเสี่ยงและครอบครัวได้อย่างเหมาะสม ควบคู่กับการบูรณาการกิจกรรมกับกลุ่มเป้าหมาย เช่น เด็กและเยาวชน ผ่านกิจกรรมสร้างสรรค์อย่างการออกกำลังกายหรือดนตรีต้านยาเสพติด นอกจากนี้ ควรพัฒนาเครือข่ายความร่วมมือกับฝ่ายปกครองและตำรวจในพื้นที่ เพื่อร่วมกันดำเนินมาตรการเฝ้าระวัง เช่น จุดตรวจและจุดคัดกรองในชุมชน ทำให้อสม.เป็นส่วนหนึ่งของระบบป้องกันที่มีประสิทธิภาพ

1.3 องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร และหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ควรใช้รูปแบบการพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันยาเสพติดของอสม. โดยเน้นการบริหารแบบมีส่วนร่วม เปิดโอกาสให้อสม. มีบทบาทในการวางแผน เสนอแนวทาง และเฝ้าระวังกลุ่มเสี่ยงในชุมชน ควบคู่กับการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานต่าง ๆ ผ่านกิจกรรมรณรงค์ ค่ายเยาวชน และจุดคัดกรอง รวมถึงการติดตามผลร่วมกันในพื้นที่ ขณะเดียวกันควรส่งเสริมและพัฒนาศักยภาพอสม.อย่างเป็นระบบ โดยจัดอบรมเพิ่มพูนความรู้ด้านการป้องกันบำบัด และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง เพื่อเสริมทักษะการสื่อสาร การให้คำปรึกษา และการเข้าถึงกลุ่มเสี่ยง พร้อมสนับสนุนวัสดุอุปกรณ์ งบประมาณ และค่าตอบแทนที่เหมาะสม ตลอดจนส่งเสริมบทบาทในการเฝ้าระวัง แจ้งเบาะแส และสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับ รพ.สต. โรงเรียน ตำรวจ และภาคส่วนต่าง ๆ อย่างต่อเนื่อง รวมถึงการยกย่องเชิดชูเกียรติ เพื่อเสริมสร้างขวัญกำลังใจและความยั่งยืนในการปฏิบัติงาน

1.4 แนวทางพัฒนาประสิทธิผลการปฏิบัติงานของอสม. ในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดโดยควรเน้นการเสริมสร้างความรู้ด้านยาเสพติด ทักษะการให้คำปรึกษา และการสื่อสารกับกลุ่มเสี่ยง ควบคู่กับการพัฒนาระบบติดตามข้อมูลที่ทันสมัย เพื่อให้ประเมินสถานการณ์ได้แม่นยำ นอกจากนี้ ควรส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนผ่านกิจกรรมรณรงค์และเวทีประชาคม พร้อมสนับสนุนงบประมาณ อุปกรณ์ และการยกย่องเชิดชูเกียรติ เพื่อเสริมขวัญกำลังใจ รวมถึงสร้างเครือข่ายความร่วมมือกับหน่วยงานภาครัฐและท้องถิ่นอย่างต่อเนื่อง และปลูกฝังคุณธรรมจริยธรรม เพื่อให้ อสม. เป็นกำลังสำคัญในการขับเคลื่อนชุมชนให้ปลอดภัยจากยาเสพติดอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรทำการศึกษาวิจัยเรื่องดังกล่าว โดยทำการเปรียบเทียบกับอำเภออื่น ๆ ของจังหวัดสกลนคร เพื่อที่จะได้ทราบอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในอำเภออื่น ๆ ของจังหวัดสกลนคร

2.2 ควรศึกษาปัจจัยภายในของอสม. เช่น แรงจูงใจในการทำงาน ระดับความรู้และประสบการณ์ ภาระงานและทัศนคติต่อภารกิจ ที่และปัจจัยภายนอก เช่น การสนับสนุนจากชุมชน ผู้นำท้องถิ่น หรือวัฒนธรรมของพื้นที่ ที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านอสม. ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

2.3 ควรมีการศึกษาเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับอิทธิพลของการบริหารแบบมีส่วนร่วมที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการปฏิบัติงานด้านการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในเขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร

เอกสารอ้างอิง

กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ. (2564). *คู่มือปฏิบัติงาน อสม.บัดดี้ ในการติดตามดูแลผู้ป่วยยาเสพติดที่ผ่านการบำบัดรักษาในระบบสมัครใจบำบัดโดยการมีส่วนร่วมของชุมชน.* กระทรวงสาธารณสุข.

กองสนับสนุนสุขภาพภาคประชาชน. (2558). *แนวทางการปฏิบัติงานด้านยาเสพติด สำหรับอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.).* กรมสนับสนุนบริการสุขภาพ กระทรวงสาธารณสุข.

ซูไมยะห์ ลาเต๊ะ, สุวรรณี เวาะมิ, สูไวบะห์ มะยาซิง, อับดุลคอลิก อัรรอฮีมีย์, สวัสดิ์ ไหลภาภรณ์. (ม.ป.ป.). *การจัดการปัญหายาเสพติดในชุมชน กรณีศึกษา: ชุมชนบาราเฮาะ ตำบลบาราเฮาะ อำเภอเมือง จังหวัดปัตตานี.* สืบค้น 24 เมษายน 2569 จาก https://www2.huso.tsu.ac.th/ncom/csd/csdful_pdf/f326.pdf.

ปริญญา กาศจนานนท์, ปรัชญา ชุ่มนาเสียว, รวิภา ธรรมโชติ และปะการัง ชืนจิตต์. (2561). *การปฏิบัติงานสาธารณสุขมูลฐานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน ตำบลท่าไม้ อำเภอกระทุ่มแบน จังหวัดสมุทรสาคร.* มหาวิทยาลัยรามคำแหง. สืบค้น 24 เมษายน 2569 จาก https://islocal.ru.ac.th/images/is_pdf/is_61/6114880008.pdf.

พิทักษ์พงษ์ กุลวิมล, อารยา ประเสริฐชัย และวรางคณา จันทร์คง. (2561). การประเมินผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้านในการดำเนินงานหมู่บ้านจัดการสุขภาพ อำเภอตาพระยา จังหวัดสระแก้ว. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยอีสเทิร์นเอเชีย ฉบับสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์, 8*(2), 265-273. https://heritage.eau.ac.th/soc_journal/PDF/HeritageJournal/Heritage-12-02-61-Social-new.pdf.

เมธี สุทธศิลป์, เนตรนภา สาสังข์ และทัศพร ชูศักดิ์. (2560). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดการควบคุมป้องกันโรคติดต่อ ตามแนวชายแดนของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน อำเภอภูซาง จังหวัดพะเยา. *วารสารพยาบาลทหารบก, 18*(1), 83-93. https://he01.tci-thaijo.org/index.php/JRTAN/article/view/85265.

วัชรี วัฒนาสุทธิวงศ์, รัฐพล เย็นใจมา และพงศ์พัฒน์ จิตตานุรักษ์. (2565). ประสิทธิผลการปฏิบัติงานของอาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) ในอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี. *วารสาร มจร สังคมศาสตร์ปริทรรศน์, 11*(4), R267-R278. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jssr/article/view/255112.

วันชนะ ดวงจันทร์ทิพย์. (2566). *บทบาทของผู้นำชุมชนและการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ส่งผลต่อสัมฤทธิ์ผลตามมาตรการการป้องกันปัญหายาเสพติดในพื้นที่อำเภอบ้านม่วง จังหวัดสกลนคร.* วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

สรชัย พิศาลบุตร. (2555). *การวิจัยทางธุรกิจ* (พิมพ์ครั้งที่ 6). วิทยพัฒน์.

สราวุธ นาแฉล้ม. (2566). *แนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของประชาชนในการป้องกันและแก้ไขปัญหายาเสพติดในเขตตำบลหมูม่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี.* โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพ ตำบลหมูม่น อำเภอเมือง จังหวัดอุดรธานี. https://backoffice.udpho.org/openaccess/control/download.php?id=Njg=.

สำนักงานสาธารณสุขอำเภอวาริชภูมิ. (2566). *อาสาสมัครสาธารณสุขประจำหมู่บ้าน (อสม.) เขตอำเภอวาริชภูมิ จังหวัดสกลนคร ประจำปี พ.ศ. 2566.* สำนักงานสาธารณสุขอำเภอวาริชภูมิ.

อรทัย ก๊กผล. (2552). *คู่คิด คู่มือ การมีส่วนร่วมของประชาชนสำหรับนักบริหารท้องถิ่น.* สถาบันพระปกเกล้า.

International Association for Public Participation. (2007). *IAP2 spectrum of public participation.* IAP2. https://engagementinstitute.org.au/resources/iap2-public-participation-spectrum/?utm_source=copilot.com.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร

Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University

Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU

e-mail: jmssnru@gmail.com

ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ กรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน: กรณีศึกษาบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

Relationships between readiness for change, organizational commitment, growth mindset and innovative work behavior: A case study of personnel in the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education

สรสิช พิศุทธิ์กฤดาการ [1*], รังสิมา หอมเศรษฐี [2]

Sorasich Phisutkritdakan [1*], Rangsima Homsettee [2]

[1,2] หลักสูตรวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

[1,2] Master of Science Program in Psychology, Faculty of Education, Ramkhamhaeng University

Corresponding author's e-mail: 6512672011@rumail.ru.ac.th [1], rungsima@rumail.ru.ac.th [2]

Received: March 26, 2026 Revised: April 15, 2026 Accepted: April 29, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต 2) ศึกษาเปรียบเทียบพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลได้แก่ เพศ เจเนอเรชัน ระดับการศึกษา และอายุงาน 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน และ 4) ศึกษาการทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน โดยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโตเป็นตัวทำนาย กลุ่มตัวอย่างที่ใช้เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร จำนวน 214 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม 5 ตอน การวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วยสถิติเชิงพรรณนา สถิติเชิงอนุมาน และการวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน ผลการวิจัยครั้งนี้ พบว่า

1) พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน มีความแตกต่างกันตามเจเนอเรชั่น และตามอายุงาน ส่วนเพศและระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานไม่แตกต่างกัน 2) ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และกรอบความคิดแบบเติบโต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ในระดับสูง ขณะที่ความผูกพันต่อองค์การ มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 3) ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ได้ร้อยละ 74.3 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยกรอบความคิดแบบเติบโตสามารถทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ได้มากที่สุด รองลงมาคือ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และความผูกพันต่อองค์การ ซึ่งมีค่าสัมประสิทธิ์ถดถอยมาตรฐาน เท่ากับ .520, .360 และ .188 ตามลำดับ

คำสำคัญ: พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน, ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง, ความผูกพันต่อองค์การ, กรอบความคิดแบบเติบโต

ABSTRACT

The objectives of this research were to: 1) examine the levels of innovative work behavior, readiness for change, organizational engagement, and growth mindset; 2) compare innovative work behavior based on personal factors, namely gender, generation, educational level, and years of service; 3) analyze the relationships between readiness for change, organizational commitment, and growth mindset with innovative work behavior; and 4) investigate the prediction power of readiness for change, organizational commitment, and growth mindset in forecasting innovative working behavior. The sample consisted of 214 personnel working in the headquarters of the Office of the Permanent Secretary, Ministry of Education, Bangkok. The research instrument was a five-part questionnaire. Data were analyzed using descriptive statistics, inferential statistics, and Pearson's correlation coefficient analysis. The findings revealed that: 1) innovative work behavior differed significantly in accordance with generation and years of service. The differences in gender and educational level yielded no statistically significant variations in innovative work behavior. 2) Readiness for change and growth mindset were positively and strongly correlated with innovative work behavior. Conversely, organizational commitment was negatively and weakly correlated with innovative work behavior, with both relationships being statistically significant at the .01 level. 3) Readiness for change, organizational commitment, and growth mindset jointly predicted 74.3 percent of the variance in the innovative work behavior of the personnel, at the statistically significant level of .01. Growth mindset was the strongest predictor of innovative work behavior followed in descending order by readiness for change and organizational commitment, with the standardized regression coefficient of .520, .360, and .188, respectively.

Keyword: innovative work behavior, readiness for change, organizational commitment, growth mindset

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในยุคไร้ปกติใหม่ (never normal) ที่การเปลี่ยนแปลงด้านดิจิทัลเกิดขึ้นอย่างฉับพลันและต่อเนื่องประกอบกับเทคโนโลยี ที่พลิกผันอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้หน่วยงานภาครัฐโดยเฉพาะสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ในฐานะ

กลไกหลัก ด้านนโยบายการศึกษา กำลังเผชิญกับความท้าทายเมื่อบุคลากรส่วนใหญ่ยังขาดคุณลักษณะทางจิตวิทยาและทักษะที่จำเป็นในการรองรับนวัตกรรมที่เปลี่ยนแปลงไป สภาพปัญหาเชิงประจักษ์พบว่า กระบวนการทำงานยังคงยึดติดกับรูปแบบเดิม ขาดความคล่องตัว และมีช่องว่างสำคัญในการนำแนวคิดสร้างสรรค์ไปสู่การปฏิบัติจริง ส่งผลให้การดำเนินงานเกิดความล่าช้า ไม่เท่าทันต่อสถานการณ์ และเสี่ยงต่อการที่หน่วยงานจะไม่สามารถ ขับเคลื่อนนวัตกรรมมาใช้ได้จริง จนอาจทำให้ระบบการบริหารจัดการภาครัฐถดถอยกลับไปสู่ความล้าหลังแบบเดิม ดังนั้น ผู้วิจัยจึงจำเป็นต้องดำเนินวิจัยครั้งนี้เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและเสริมสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ นวัตกรรมในการทำงาน (Innovative Work Behavior: IWB) ของบุคลากร ตั้งแต่การสร้างความคิด การหาแนวร่วม สนับสนุนความคิด และการทำความคิดให้เป็นจริง (Janssen, 2004) เพื่อยกระดับขีดความสามารถในการบริหารจัดการและพัฒนากระบวนงานให้สอดรับกับการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วอย่างยั่งยืน

การสร้างพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอย่างเป็นรูปธรรมจำเป็นต้องอาศัยปัจจัยสนับสนุนเชิงจิตวิทยาและสภาพแวดล้อมที่สำคัญ เริ่มจาก ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (readiness for change) เพื่อลดแรงต้านและเพิ่มความเชื่อมั่นในการปรับตัว (Holt et al., 2007) ควบคู่กับ ความผูกพันต่อองค์การ (organizational engagement) ซึ่งเป็นแรงจูงใจภายในที่ส่งเสริมความรู้สึกเป็นเจ้าของและความกล้าในการริเริ่ม (Saks, 2006) โดยมี กรอบความคิดแบบเติบโต (growth mindset) เป็นรากฐานในการเผชิญอุปสรรคและเรียนรู้จากความผิดพลาด (Dweck, 2006) แม้ว่าที่ผ่านมาจะมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานมาอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม งานวิจัยส่วนใหญ่ มักเป็นการศึกษาปัจจัยต่าง ๆ แบบแยกส่วน (isolated factors) และส่วนใหญ่ยังคงอิงอยู่กับบริบทขององค์กรในต่างประเทศหรือภาคธุรกิจเป็นหลัก ซึ่งอาจไม่สามารถอธิบายพลวัตของพฤติกรรมนวัตกรรมในบริบทของ ส่วนราชการไทยที่มีโครงสร้างการบริหารแบบลำดับชั้นได้อย่างชัดเจน

ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นถึงช่องว่างทางการวิจัยดังกล่าว และได้ บูรณาการปัจจัยทั้งในระดับบุคคลและระดับองค์กรเข้าด้วยกันเพื่อศึกษาในบริบทของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ เพื่อให้สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี และนโยบายกระทรวงศึกษาธิการ ที่มุ่งยกระดับคุณภาพการศึกษาด้วยนวัตกรรม ผู้วิจัยจึงมุ่งศึกษาความสัมพันธ์เชิงประจักษ์ของปัจจัยเหล่านี้เพื่อกำหนดแนวทางบริหารทรัพยากรบุคคลเชิงกลยุทธ์สำหรับสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการในการหล่อหลอมวัฒนธรรมการทำงานแบบนวัตกรรมที่รองรับการเปลี่ยนแปลงของภาครัฐในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

2. เพื่อศึกษาเปรียบเทียบระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

4. เพื่อศึกษาการทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต อย่างน้อย 1 ตัวแปร เป็นตัวทำนาย

การทบทวนวรรณกรรม

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน (innovative work behavior)

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน (innovative work behavior) เป็นกระบวนการที่บุคลากรมีความตั้งใจในการริเริ่ม สร้างสรรค์ นำเสนอ และประยุกต์ใช้แนวคิด ผลิตภัณฑ์ หรือกระบวนการทำงานที่แปลกใหม่และเป็นประโยชน์ต่อเป้าหมายขององค์การ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันและเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว โดยองค์ประกอบของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานประกอบด้วยขั้นตอนที่ต่อเนื่องกันอย่างเป็นระบบ เริ่มจากการสร้างความคิด (idea generation) การหาแนวร่วมสนับสนุนความคิด (idea promotion) และการทำความคิดให้เป็นจริง (idea realization) (Janssen, 2004)

ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (readiness for change)

ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (readiness for change) คือสภาวะทางจิตใจและการรับรู้ของบุคลากรที่สะท้อนถึงความเชื่อและความตั้งใจในการยอมรับความจำเป็นของการเปลี่ยนแปลง (Holt et al., 2007) ซึ่งสอดคล้องกับขั้นตอนการละลายพฤติกรรมที่ช่วยลดแรงต้านและขับเคลื่อนองค์การไปสู่สถานะใหม่ โดยมีองค์ประกอบสำคัญ 4 มิติหลัก ได้แก่ 1) ความเหมาะสมของการเปลี่ยนแปลง (appropriateness) 2) การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (management support) 3) ความเชื่อมั่นในความสามารถของบุคคล (change efficacy) และ 4) ผลประโยชน์ส่วนบุคคล (personally beneficial) ทั้งนี้ ความสำเร็จในการสร้างความพร้อมยังขึ้นอยู่กับการสื่อสารเพื่อชี้ให้เห็นช่องว่างระหว่างสถานะปัจจุบันกับเป้าหมาย (discrepancy) และการสร้างความคาดหวังเชิงบวกเพื่อความยั่งยืนขององค์การ (Weiner, 2009)

ความผูกพันต่อองค์การ (organization engagement)

ความผูกพันต่อองค์การ (organizational engagement) เป็นสภาวะทางจิตวิทยาเชิงบวกที่บุคลากรมีความมุ่งมั่นและทุ่มเททั้งทางร่างกาย ความคิด และอารมณ์ เพื่อปฏิบัติหน้าที่ให้บรรลุเป้าหมายขององค์การ (Schaufeli & Bakker, 2004) โดยแนวคิดของบริษัท Gallup ได้ขยายความเข้าใจในเชิงปฏิบัติการผ่านองค์ประกอบ 12 ประการ (Q12) ที่วัดระดับความกระตือรือร้นและความผูกมัดทางจิตใจของบุคลากร ซึ่งจัดความต้องการออกเป็น (hierarchy of engagement) 4 มิติ ได้แก่ ความต้องการพื้นฐาน (basic needs) การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร (management support) การทำงานร่วมกัน (teamwork) และความก้าวหน้าในงาน (growth) การตอบสนองต่อความต้องการเหล่านี้อย่างเป็นระบบไม่เพียงแต่ช่วยส่งเสริมความรู้สึกว่างานมีคุณค่าและความปลอดภัยทางจิตใจตามเงื่อนไขทางจิตวิทยาพื้นฐาน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญที่ส่งผลเชิงบวกต่อผลิตภาพ การรักษาบุคลากร และความสำเร็จในผลการดำเนินงานขององค์การอย่างยั่งยืน (วิฑูรย์ โชตนะพันธ์, 2563)

กรอบความคิดแบบเติบโต (growth mindset)

กรอบความคิดแบบเติบโต (growth mindset) คือความเชื่อว่าสติปัญญาและความสามารถเป็นสิ่งที่พัฒนาได้ผ่านความพยายามและการเรียนรู้ ซึ่งส่งผลต่อพฤติกรรมและแรงจูงใจในการดำเนินชีวิต โดย Dweck (2006) ได้จำแนกมิติความแตกต่างระหว่างกรอบความคิดแบบเติบโตและแบบยึดติด (fixed mindset) ไว้ใน 5 ด้านหลัก ได้แก่ 1) ด้านความท้าทาย (challenges) บุคคลจะกล้าเปิดรับสิ่งใหม่เพื่อพัฒนาตนเอง 2) ด้านอุปสรรค (obstacles) มีความพยายามยืนหยัดและไม่ย่อท้อต่อความล้มเหลว 3) ด้านความพยายาม (effort) มองว่าเป็นหนทางสำคัญสู่ความเชี่ยวชาญ 4) ด้านคำวิจารณ์ (criticism) พร้อมเรียนรู้และนำคำติชมมาปรับปรุงแก้ไข และ 5) ด้านความสำเร็จของผู้อื่น (success of others) ที่มองว่าเป็น

แรงบันดาลใจและบทเรียนในการก้าวไปสู่ความสำเร็จในระดับที่สูงขึ้น การมีกรอบความคิดเช่นนี้จึงเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ช่วยยกระดับศักยภาพของบุคลากรและสร้างความสำเร็จให้กับองค์การอย่างยั่งยืน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

ในการวิจัยเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ กรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน : กรณีศึกษาบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ได้ทำการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี ตลอดจนงานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตัวแปรอิสระ คือ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ตามแนวคิดของ Holt et al. (2007) ความผูกพันต่อองค์การ ตามแนวคิดของบริษัท Gallup กรอบความคิดแบบเติบโต ตามแนวคิดของ Dweck (2006) และตัวแปรตาม คือ พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ตามแนวคิดของ Janssen (2004) โดยกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1

ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นบุคลากรที่ปฏิบัติงานอยู่ใน 15 หน่วยงาน ส่วนกลาง ของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ กรุงเทพมหานคร โดยมีจำนวนบุคลากรรวมกันทั้งหมด 460 คน (กลุ่มอัตรากำลัง กองบริหารทรัพยากรบุคคล สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ณ เดือนมกราคม พ.ศ. 2567) และสุ่มกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มกลุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามอัตราส่วนอย่างง่าย จำนวน 214 คน คำนวณขนาดของกลุ่ม โดยใช้สูตร Yamane (1967) เพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อน ผู้วิจัยได้ทำการเก็บกลุ่มตัวอย่างเพิ่มอีกจำนวนร้อยละ 20 จากขนาดของกลุ่มตัวอย่าง รวมทั้งสิ้นกลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 260 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ผู้วิจัยใช้แบบสอบถาม โดยมีรายละเอียดดังนี้ ส่วนที่ 1 เกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล มีลักษณะข้อคำถามแบบเลือกตอบ ส่วนที่ 2 เกี่ยวกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ส่วนที่ 3 เกี่ยวกับความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ส่วนที่ 4 เกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์การ ส่วนที่ 5 เกี่ยวกับกรอบความคิดแบบเติบโต โดยส่วนที่ 2 – 5 มีลักษณะข้อคำถามแบบประมาณค่า 5 ระดับ โดยผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน พิจารณาเพื่อหาค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ ซึ่งผลการตรวจสอบแบบสอบถามหลังแก้ไขปรับปรุงข้อคำถามแล้วมีค่าดัชนีความสอดคล้องอยู่ที่ 1.00 จากนั้นทำการทดลองใช้ (tryout) กับบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย จำนวน 30 คน แล้วมาวิเคราะห์หาค่าอำนาจจำแนก (discrimination power) ด้วยการคำนวณหาค่าสหสัมพันธ์ระหว่างคะแนนรายข้อกับคะแนนรวม (correlation item–total correlation) ซึ่งผลการตรวจสอบมีค่าอำนาจจำแนกรายข้อ ตั้งแต่ .201 – .828 และวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นของแบบสอบถามทั้งฉบับโดยการคำนวณหาค่าความสอดคล้องภายใน (internal consistency) ด้วยวิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของ Cronbach (Cronbach's alpha coefficient) โดยผลการตรวจสอบมีค่าความเชื่อมั่นอยู่ที่ .201 – .828

3. เก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยเริ่มจากการขอหนังสืออนุมัติศึกษาวิจัยจากภาควิชาจิตวิทยา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง เพื่อประสานงานขออนุญาตและชี้แจงวัตถุประสงค์ต่อสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ จากนั้นดำเนินการจัดเก็บข้อมูลผ่านระบบออนไลน์กับกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน พร้อมทั้งชี้แจงจริยธรรมการวิจัยเกี่ยวกับการรักษาความลับและสิทธิ์ของผู้ตอบแบบสอบถาม และในขั้นตอนสุดท้ายได้ดำเนินการติดตาม ตรวจสอบความถูกต้อง และคัดเลือกเฉพาะแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์เพื่อนำไปวิเคราะห์ผลด้วยวิธีการทางสถิติต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมคอมพิวเตอร์สำเร็จรูปทางสถิติ โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 สำหรับสถิติที่ใช้ประกอบด้วย 1) สถิติเชิงพรรณนา (descriptive statistics) ได้แก่ การหาค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะทางประชากรศาสตร์และระดับของตัวแปรที่ศึกษา 2) สถิติเชิงอนุมาน (inferential statistics) เพื่อทดสอบความแตกต่างของตัวแปรตามปัจจัยส่วนบุคคลด้วยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one–way ANOVA) 3) การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน และ 4) การวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) เพื่อทดสอบอำนาจการทำนาย โดยมีการ

ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเรื่องความเป็นอิสระของค่าความคลาดเคลื่อนด้วยค่าสถิติ Durbin–Watson ให้อยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ (1.5 – 2.5) เพื่อยืนยันความถูกต้องของแบบจำลอง

ผลการวิจัย

ผลการวิจัยสามารถสรุปได้ดังนี้

1. ผลการศึกษาข้อมูลทั่วไป จำนวน 214 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 123 คน คิดเป็นร้อยละ 57.5 มีเจนเนอเรชัน Z จำนวน 75 คน คิดเป็นร้อยละ 35 มีระดับการศึกษาปริญญาตรี จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 59.8 และมีอายุงาน 1 – 5 ปี จำนวน 87 คน คิดเป็นร้อยละ 40.7

2. การวิเคราะห์ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ กรอบความคิดแบบเติบโต และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน โดยหาค่าเฉลี่ย และค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ได้ผลดังนี้

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ของกลุ่มตัวอย่าง

ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ความเหมาะสมในการเปลี่ยนแปลง	4.34	.51	สูง
การสนับสนุนจากผู้บริหารในองค์การ	2.66	.58	ปานกลาง
ความสามารถของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลง	4.51	.43	สูงมาก
การได้รับผลกระทบของแต่ละบุคคล	4.29	.65	สูง
ภาพรวม	3.95	.37	สูง

จากตาราง 1 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงโดยรวม อยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายมิติของความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ทั้ง 4 มิติ พบว่ามิติความสามารถของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลง มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นมิติความเหมาะสมในการเปลี่ยนแปลง มิติการได้รับผลกระทบของแต่ละบุคคล ตามลำดับ และมิติการสนับสนุนจากผู้บริหารในองค์การ มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ตาราง 2 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ความผูกพันต่อองค์การ ของกลุ่มตัวอย่าง

ความผูกพันต่อองค์การ	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
การตอบสนองขั้นพื้นฐาน	3.29	.40	ปานกลาง
การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	2.57	.87	ปานกลาง
การทำงานร่วมกัน	4.38	.50	สูง
ความก้าวหน้าในงาน	3.79	.41	สูง
ภาพรวม	3.50	.34	ปานกลาง

จากตาราง 2 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความผูกพันต่อองค์การโดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อพิจารณารายมิติของความผูกพันต่อองค์การ ทั้ง 4 มิติ พบว่ามิติการทำงานร่วมกัน มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นมิติความก้าวหน้าในงาน มิติการตอบสนองขั้นพื้นฐาน ตามลำดับ และมิติการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ตาราง 3 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน กรอบความคิดแบบเติบโต ของกลุ่มตัวอย่าง

กรอบความคิดแบบเติบโต	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
ความท้าทาย	4.38	.48	สูง
อุปสรรค	4.18	.39	สูง
ความพยายาม	4.51	.44	สูงมาก
คำวิจารณ์	4.25	.55	สูง
ความสำเร็จของผู้อื่น	4.20	.61	สูง
ภาพรวม	4.30	.44	สูง

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีกรอบความคิดแบบเติบโตโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายมิติของกรอบความคิดแบบเติบโต ทั้ง 5 มิติ พบว่ามิติความพยายาม มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นมิติความท้าทาย มิติคำวิจารณ์ มิติความสำเร็จของผู้อื่น ตามลำดับ และมิติอุปสรรค มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

ตาราง 4 ค่าเฉลี่ยและค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง

พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน	$\overline{X}$	S.D.	การแปลผล
การสร้างความคิด	3.95	.52	สูง
การหาแนวร่วมสนับสนุนความคิด	4.25	.53	สูง
การทำความคิดให้เป็นจริง	3.94	.37	สูง
ภาพรวม	4.04	.42	สูง

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับสูง และเมื่อพิจารณารายมิติของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ทั้ง 3 มิติ พบว่ามิติการหาแนวร่วมสนับสนุนความคิด มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาเป็นมิติการสร้างความคิด และมิติการทำความคิดให้เป็นจริง มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด

3. การวิเคราะห์เปรียบเทียบระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ที่มีปัจจัยส่วนบุคคลแตกต่างกัน โดยการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเจเนอเรชัน (F = 43.146** และ P-value = .000) และช่วงอายุงาน (F = 23.608** และ P-value = .000) แตกต่างกัน ในภาพรวมจะมีระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่มีเพศ (F = .681 และ P-value = .507) และระดับการศึกษา (F = .824** และ P-value = .482) แตกต่างกัน ในภาพรวม จะมีระดับของพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ไม่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

4. ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยใช้การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson's product moment correlation coefficient) ได้ผลดังนี้

ตาราง 5 ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง

ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน	การแปลผล
ความเหมาะสมในการเปลี่ยนแปลง	.808**	สูง
การสนับสนุนจากผู้บริหารในองค์การ	.090	ต่ำ
ความสามารถของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลง	.498**	ปานกลาง
การได้รับผลกระทบของแต่ละบุคคล	.714**	ค่อนข้างสูง
ภาพรวม	.763**	ค่อนข้างสูง

**p < .01

จากตาราง 5 พบว่า ในภาพรวมของความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติของความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง พบว่า มิติความเหมาะสมในการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ทางบวกมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มิติการได้รับผลกระทบของแต่ละบุคคล มีความสัมพันธ์ทางบวกรองลงมา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง มิติความสามารถของบุคคลต่อการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ส่วนมิติการสนับสนุนจากผู้บริหารในองค์การ ไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 6 ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันต่อองค์การ กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง

ความผูกพันต่อองค์การ	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน	การแปลผล
1. การตอบสนองขั้นพื้นฐาน	-.323**	ค่อนข้างต่ำ
2. การสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร	-.625**	ค่อนข้างสูง
3. การทำงานร่วมกัน	.463**	ปานกลาง
4. ความก้าวหน้าในงาน	.308**	ค่อนข้างต่ำ
ภาพรวม	-.237**	ค่อนข้างต่ำ

**p < .01

จากตาราง 6 พบว่า ในภาพรวมของความผูกพันต่อองค์การมีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติของความผูกพันต่อองค์การ พบว่า มิติการทำงานร่วมกัน มีความสัมพันธ์ทางบวกมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง

มิติความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์ทางบวกน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ มิติการสนับสนุนจากฝ่ายบริหาร มีความสัมพันธ์ทางลบมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และมิติการตอบสนองขั้นพื้นฐาน มีความสัมพันธ์ทางลบน้อยที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

ตาราง 7 ความสัมพันธ์ระหว่างกรอบความคิดแบบเติบโต กับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง

กรอบความคิดแบบเติบโต	พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน	การแปลผล
1. ความท้าทาย	.797**	ค่อนข้างสูง
2. อุปสรรค	.479**	ปานกลาง
3. ความพยายาม	.571**	ปานกลาง
4. คำวิจารณ์	.774**	ค่อนข้างสูง
5. ความสำเร็จของผู้อื่น	.831**	สูง
ภาพรวม	816**	สูง

**p < .01

จากตาราง 7 พบว่า ในภาพรวมของกรอบความคิดแบบเติบโต มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง เมื่อพิจารณาเป็นรายมิติของกรอบความคิดแบบเติบโต พบว่า มิติความสำเร็จของผู้อื่น มีความสัมพันธ์ทางบวกมากที่สุด โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับสูง มิติความท้าทาย และมิติคำวิจารณ์ มีความสัมพันธ์ทางบวกรองลงมา โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับค่อนข้างสูง และมิติความพยายาม และมิติอุปสรรค มีความสัมพันธ์ทางบวก โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

5. ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ โดยการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณ (multiple regression analysis) ได้ผลดังนี้

ตาราง 8 การหาอำนาจของความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต ในการร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่าง

ตัวแปรทำนาย	*B*	SE	β	t	P-value
ค่าคงที่	1.108	.222		4.992**	.000
ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง	.401	.062	.360	6.470**	.000
ความผูกพันต่อองค์การ	-.227	.043	-.188	-5.323**	.000
กรอบความคิดแบบเติบโต	.496	.053	.520	9.312**	.000
$R = .862$, $R^2 = .743$, Adj. $R^2 = .740$, SE = .21151, Durbin-Watson = 1.937, F = 202.874**, P-value = .000					

**p < .01

จากตาราง 8 พบว่า ตัวแปรอิสระ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต ไม่มีความสัมพันธ์กันภายในตัวเอง เนื่องจากค่าความคลาดเคลื่อนเป็นอิสระต่อกัน มีค่าเข้าใกล้ 2 และอยู่ระหว่าง 1.5 – 2.5 และจากผลการวิเคราะห์การถดถอยเชิงพหุคูณในภาพรวม พบว่า ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ความผูกพันต่อองค์การ และกรอบความคิดแบบเติบโต สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานของกลุ่มตัวอย่างได้ โดยมีอำนาจในการร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ได้ร้อยละ 74.3 และเมื่อพิจารณาเป็นแยกเป็นรายตัวแปรอิสระ พบว่า กรอบความคิดแบบเติบโต สามารถทำนายได้มากที่สุด โดยส่งผลเชิงบวก รองลงมาคือ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง สามารถทำนายได้โดยส่งผลเชิงบวก และความผูกพันต่อองค์การ สามารถทำนายได้น้อยที่สุด โดยส่งผลเชิงลบ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 จึงเป็นการยอมรับสมมติฐานที่ตั้งไว้ และสามารถสร้างเป็นสมการในการทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของกลุ่มตัวอย่างในรูปคะแนนดิบ โดย Y_{IWB} หมายถึง พฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน Y_{RC} หมายถึง ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง Y_{OE} หมายถึง ความผูกพันต่อองค์การ Y_{GM} หมายถึง กรอบความคิดแบบเติบโต ได้ดังนี้

$$Y_{IWB} = 1.108 + .401Y^{**}_{RC} - .188Y^{**}_{OE} + .496Y^{**}_{GM}$$

การอภิปรายผล

1. ผลการศึกษาพบว่าบุคลากรมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง กรอบความคิดแบบเติบโต และพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์ นวัตกรรมในการทำงาน ในระดับสูง โดยมีจุดแข็งสำคัญที่ความเชื่อมั่นในความสามารถส่วนบุคคล ความมุ่งมั่นทุ่มเทและการหาแนวร่วมสนับสนุนความคิดซึ่งเป็นต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวกที่เข้มแข็ง อย่างไรก็ตาม ความผูกพันต่อองค์การ อยู่ในระดับปานกลาง โดยมิติการสนับสนุนจากผู้บริหารหรือฝ่ายบริหาร ในทุกตัวแปรมีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด สะท้อนถึงช่องว่างระหว่างนโยบายกับการปฏิบัติงานจริง นอกจากนี้ มิติด้านการทำความคิดให้เป็นจริงมีระดับต่ำ ชี้ให้เห็นว่าอุปสรรคสำคัญของการขับเคลื่อนนวัตกรรมไม่ได้อยู่ที่การขาดแคลนแนวคิด แต่เกิดจากข้อจำกัดเชิงโครงสร้างและกลยุทธ์สนับสนุนที่ไม่เอื้อต่อการนำไอเดียไปสู่การปฏิบัติงานจริงอย่างเป็นรูปธรรม

2. ผลการศึกษาพบว่า เจเนอเรชันและอายุงาน เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ โดยกลุ่มเจเนอเรชันซี ที่มีอายุงานน้อย (1–5 ปี) โดดเด่นด้านการริเริ่มแนวคิดและความคล่องตัวทว่ากลับมีความผูกพันต่อองค์การต่ำ เนื่องจากระยะเวลาปฏิบัติงานยังไม่เพียงพอต่อการสร้างสายสัมพันธ์เชิงลึก (Ng & Feldman, 2010) ในขณะที่เพศและระดับการศึกษาไม่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสนับสนุนแนวคิดของ Amabile (1996) ที่ว่านวัตกรรมขับเคลื่อนด้วยแรงจูงใจภายในและความเชี่ยวชาญ เฉพาะบุคคลมากกว่าคุณลักษณะทางประชากรพื้นฐาน

3. ผลการศึกษาความสัมพันธ์ พบว่า

3.1 ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Sengupta et al.(2023) ที่ระบุว่าความพร้อมเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนนวัตกรรมผ่านวัฒนธรรมองค์กรแบบเปิด โดยมิติที่มีความสัมพันธ์สูงสุดคือด้านความเหมาะสม เนื่องจากบุคลากรที่ตระหนักถึงความจำเป็นในการเปลี่ยนแปลงจะมีความมุ่งมั่นในการริเริ่มสิ่งใหม่สูงขึ้นตามทฤษฎีของ Weiner (2009) รองลงมาคือ ด้านผลกระทบส่วนบุคคล ที่สะท้อนว่าโอกาสความก้าวหน้าในอาชีพเป็นแรงจูงใจสำคัญสอดคล้องกับข้อค้นพบของ Lee & Kim (2024) และ ด้านความสามารถของบุคคล

ที่ช่วยให้บุคลากรกล้าเสนอแนวคิดภายใต้โครงสร้างระบบราชการ อย่างไรก็ตาม ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหารกลับไม่พบความสัมพันธ์กับพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมอย่างมีนัยสำคัญ ชี้ให้เห็นว่าในบริบทภาครัฐ การสนับสนุนเชิงนโยบายเพียงอย่างเดียวไม่เพียงพอ แต่ต้องอาศัยการสร้างความเข้าใจถึงความเหมาะสมและความเชื่อมั่นในศักยภาพของตัวบุคลากรควบคู่กันไปเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในระดับพฤติกรรมอย่างแท้จริง

3.2 ความผูกพันต่อองค์การมีความสัมพันธ์เชิงลบกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานในภาพรวม ซึ่งขัดแย้งกับทฤษฎีของ Saks (2006) แต่สอดคล้องกับบริบทระบบราชการที่มีโครงสร้างลำดับชั้นเข้มงวด โดยบุคลากรที่มีความผูกพันสูงอาจเน้นการปฏิบัติตามระเบียบเพื่อรักษาความมั่นคงมากกว่าการริเริ่มสิ่งใหม่ที่เสี่ยงต่อความแน่นอน สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Lee & Kim (2024) เมื่อพิจารณารายมิติพบว่า ด้านการทำงานร่วมกันมีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับปานกลาง โดยแรงสนับสนุนจากทีม เป็นปัจจัยสำคัญที่เปลี่ยนแนวคิดสู่การปฏิบัติจริง และด้านความก้าวหน้าในงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกระดับต่ำซึ่งเป็นแรงจูงใจในการพัฒนาทักษะตามแนวคิดของ Amabile (1996) ในทางตรงข้าม ด้านการสนับสนุนจากผู้บริหาร กลับมีความสัมพันธ์เชิงลบระดับปานกลาง สะท้อนว่าการกำกับควบคุมที่มากเกินไปในระบบราชการอาจจำกัดเสรีภาพทางความคิด สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Fernandez & Moldogaziev (2013) เช่นเดียวกับ ด้านการตอบสนองขั้นพื้นฐาน ที่มีความสัมพันธ์เชิงลบระดับต่ำ เนื่องจากบุคลากรที่มุ่งเน้นความมั่นคงและแรงจูงใจภายนอกมักขาดแรงขับเคลื่อนภายในในการสร้างสรรค์นวัตกรรมตามทฤษฎีของ Amabile (1996) ข้อมูลนี้ชี้ให้เห็นว่าการส่งเสริมพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานในภาครัฐจำเป็นต้องปรับวัฒนธรรมองค์กรให้เอื้อต่อการลองผิดลองถูกและลดการควบคุมเชิงดิ่งเพื่อกระตุ้นศักยภาพเชิงนวัตกรรมอย่างแท้จริง

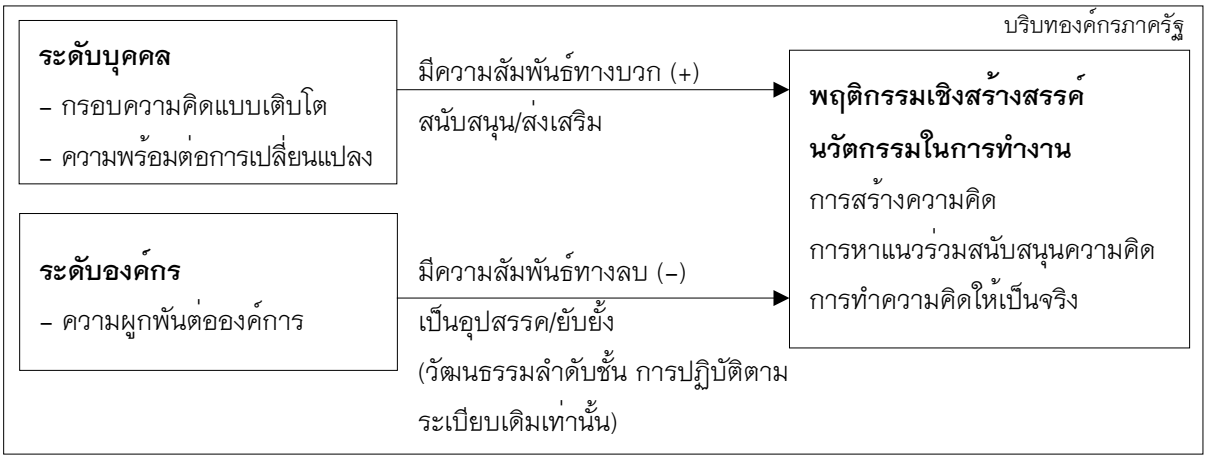
3.3 กรอบความคิดแบบเติบโต มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน อย่างมีนัยสำคัญ สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Liu & Tong (2022) รวมถึง Yu et al. (2024) ที่ระบุว่าทัศนคติที่มุ่งเน้นการพัฒนาตนเองเป็นรากฐานสำคัญของการออกแบบงานเชิงนวัตกรรมและการบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนในภาครัฐ เมื่อพิจารณารายมิติพบว่า ด้านความสำเร็จของผู้อื่น ความท้าทาย และคำวิจารณ์มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุด เนื่องจากบุคลากรที่มองความสำเร็จของผู้อื่นเป็นแรงบันดาลใจและเปิดรับคำวิจารณ์เชิงสร้างสรรค์จะมีแนวโน้มในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและริเริ่มแนวคิดใหม่เพื่อก้าวข้ามขีดจำกัด สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Xu et al. (2024) ขณะที่ด้านความพยายามและอุปสรรค มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง สะท้อนว่าความมุ่งมั่นทุ่มเทและการมองอุปสรรคเป็นโอกาสในการเรียนรู้เป็นปัจจัยสนับสนุนให้บุคลากรไม่ยอมแพ้และพยายามเฟ้นหาวิธีการทำงานที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ข้อมูลเชิงประจักษ์นี้ยืนยันว่าการปลูกฝังกรอบความคิดแบบเติบโตเป็นกลยุทธ์สำคัญที่จะช่วยเปลี่ยนทัศนคติของบุคลากรภาครัฐให้พร้อมรับต่อการเปลี่ยนแปลงและขับเคลื่อนนวัตกรรมในองค์การได้อย่างยั่งยืน

4. กรอบความคิดแบบเติบโต ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง และความผูกพันต่อองค์การ สามารถร่วมกันทำนายพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ของบุคลากรสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดย กรอบความคิดแบบเติบโต เป็นตัวแปรที่มีอำนาจการทำนายสูงสุดและส่งผลเชิงบวก เนื่องจากเป็นรากฐานทางความคิดที่กระตุ้นให้บุคลากรกล้าเผชิญความล้มเหลวเพื่อการเรียนรู้ตามแนวคิดของ Dweck (2006) และข้อค้นพบของ Liu & Tong (2022) รองลงมาคือ ความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ที่ส่งผลเชิงบวกในการเปิดรับแนวคิดใหม่สอดคล้องกับแนวคิดของ Holt et al. (2007) ในทางตรงกันข้าม ความผูกพันต่อองค์การ กลับมีอำนาจการทำนายต่ำสุดและส่งผลเชิงลบ ซึ่งสะท้อนบริบทเฉพาะของระบบราชการไทยที่โครงสร้างลำดับชั้นและการกำกับควบคุมที่เข้มงวดอาจทำให้บุคลากรที่มีความผูกพันสูงเลือกแสดงความภักดีผ่านการปฏิบัติตามระเบียบมากกว่าการริเริ่มสิ่งใหม่ที่เสี่ยงต่อความมั่นคง สอดคล้องกับข้อค้นพบของ Janssen (2004) และ Fernandez & Moldogaziev

(2013) ข้อมูลเชิงประจักษ์นี้ชี้ให้เห็นว่าปัจจัยด้านวัฒนธรรมและสภาพแวดล้อมในการทำงานของไทยมีบทบาทสำคัญในการกำหนดทิศทางความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและพฤติกรรมนวัตกรรมของบุคลากร

องค์ความรู้ใหม่

ผลการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่าพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงานในบริบทสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ ไม่ได้เกิดขึ้นจากปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งแต่เกิดจากการบูรณาการต้นทุนทางจิตวิทยาเชิงบวก คือกรอบความคิดแบบเติบโตที่เข้มแข็งและการมีความพร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง ซึ่งสามารถชนะข้อจำกัด เชิงโครงสร้างได้ในระดับการริเริ่มแนวคิด แต่ข้อค้นพบสำคัญของงานวิจัยค้นพบ ว่าบุคลากรรุ่นใหม่ (เจนซี) มีศักยภาพสูงในการสร้างนวัตกรรมแต่มีพันธะผูกพันต่ำ ขณะที่ระบบราชการแบบลำดับชั้นที่เข้มงวดและมีการสนับสนุนจากผู้บริหารที่เน้นการควบคุมจะจำกัดอิสระทางความคิด ซึ่งไปยับยั้งการนำไอเดียไปปฏิบัติจริงส่งผลให้บุคลากรที่มีความผูกพันต่อองค์การที่สูง จึงเน้นการรักษาจารีตและการปฏิบัติตามระเบียบเพื่อความมั่นคงมากกว่าการริเริ่มความเปลี่ยนแปลงและอาจกลายเป็นอุปสรรคต่อการสร้างพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน ดังนั้นองค์ความรู้ใหม่คือ การสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางจิตวิทยาที่ผสานระหว่างประสบการณ์ของคนรุ่นเก่าและพลังความคิดของคนรุ่นใหม่ได้อย่างเป็นระบบจึงจะเป็นสูตรสำเร็จในการขับเคลื่อนนวัตกรรมภาครัฐไทยอย่างยั่งยืน



ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 ผลการวิจัยพบว่า แม้ระบบราชการจะมีระดับความผูกพันต่อองค์การอยู่บ้าง แต่กลับไม่ส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมอย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากวัฒนธรรมองค์กรแบบลำดับชั้น และการกำกับดูแลที่เคร่งครัด องค์การจึงควรเร่งปรับเปลี่ยนบทบาทผู้บริหาร สู่การเป็นผู้นำเชิงนวัตกรรมที่เน้นการสนับสนุนทรัพยากรและอำนวยความสะดวกแทนการสั่งการ

1.2 ควรสร้างพื้นที่ปลอดภัยทางจิตวิทยา และสนับสนุนงบประมาณเฉพาะ เพื่อให้บุคลากรกล้าทดลองแนวคิดใหม่ โดยปราศจากความกลัวต่อความผิดพลาด

1.3 ควรสร้างวัฒนธรรมการมีส่วนร่วมที่มีการสื่อสารสองทาง การวิพากษ์เชิงสร้างสรรค์ และการถอดบทเรียนจากความสำเร็จของผู้อื่น เพื่อปรับทัศนคติให้มองอุปสรรคเป็นโอกาส และกระตุ้นแรงจูงใจภายในในการริเริ่มสร้างสรรค์สิ่งใหม่

1.4 เพื่อลดช่องว่างระหว่างนโยบายและการปฏิบัติงานองค์การ ต้องบริหารจัดการความหลากหลายผ่านระบบพี่เลี้ยงที่เชื่อมโยงประสบการณ์ของบุคลากรอาวุโสเข้ากับความคิดสร้างสรรค์ของคนรุ่นใหม่ควบคู่ไปกับการออกแบบเส้นทางความก้าวหน้าและระบบรางวัลที่ยึดตามผลงานนวัตกรรมมากกว่าลำดับอาวุโส

1.5 ควรมีการจัดสวัสดิการแบบยืดหยุ่นที่ตอบโจทย์ความต้องการแต่ละช่วงวัย เพื่อรักษาบุคลากร กลุ่มศักยภาพสูงและกระตุ้นพฤติกรรมเชิงนวัตกรรมให้เกิดขึ้นทั่วทั้งองค์การอย่างยั่งยืน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 สำหรับการศึกษาในระยะต่อไป ควรมีการขยายขอบเขตประชากรไปยังบุคลากรในส่วนภูมิภาคของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ

2.2 ควรทำการศึกษาเปรียบเทียบกับหน่วยงานรัฐวิสาหกิจและภาคเอกชนเพื่อให้เห็นความแตกต่างของบริบทเชิงองค์กรที่มีผลต่อพฤติกรรมเชิงสร้างสรรค์นวัตกรรมในการทำงาน

2.3 ในด้านระเบียบวิธีวิจัยควรบูรณาการระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ อาทิ การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสังเกตการณ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกที่สะท้อนปรากฏการณ์จริงควบคู่ไปกับการเก็บข้อมูลซ้ำอย่างต่อเนื่องเพื่อเพิ่มความเที่ยงตรงของผลการวิจัย

2.4 ควรเพิ่มการศึกษาตัวแปรอิสระอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง อาทิ ภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลง บรรยากาศองค์การ และความมีอิสระในการทำงาน เพื่อให้ครอบคลุมปัจจัยเชิงสาเหตุที่หลากหลาย และสามารถนำข้อค้นพบไปประยุกต์ใช้ในการส่งเสริมพฤติกรรมนวัตกรรมภายใต้บริบทและสภาวการณ์ที่แตกต่างกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

เอกสารอ้างอิง

วิฑูรย์ โชตนะพันธ์. (2563). *ความสัมพันธ์ระหว่างความผูกพันของพนักงาน พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรและผลการปฏิบัติงานส่วนบุคคล กรณีศึกษาการประปานครหลวง*. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการธุรกิจสากล มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2020/TU_2020_6202010051_13087_13278.pdf.

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. Routledge. https://doi.org/10.4324/9780429501234.

Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success*. Random House.

Fernandez, S., & Moldogaziev, T. (2013). Employee empowerment, employee attitudes, and performance: Testing a causal model. *Public Administration Review, 73*(3), 490–506. https://doi.org/10.1111/puar.12049.

Holt, D. T., Armenakis, A. A., Feild, H. S., & Harris, S. G. (2007). Readiness for organizational change: The systematic development of a scale. *The Journal of Applied Behavioral Science, 43*(2), 232–255. https://doi.org/10.1177/0021886306295295.

Janssen, O. (2004). How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. *Journal of Organizational Behavior, 25*(2), 201–215. https://doi.org/10.1002/job.238.

Lee, G., & Kim, C. (2024). Antecedents of innovative behavior in public organizations: The role of public service motivation, organizational commitment, and perceived innovative culture. *Frontiers in Psychology, 15*, Article 1378217. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1378217.

Liu, Q., & Tong, Y. (2022). Employee growth mindset and innovative behavior: The roles of employee strengths use and strengths- based leadership. *Frontiers in Psychology, 13*, Article 814154. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.814154.

Ng, T. W. H., & Feldman, D. C. (2010). The relationships of age with job attitudes: A meta-analysis. *Personnel Psychology, 63*(3), 677–718. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2010.01184.x.

Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology, 21*(7), 600–619. https://doi.org/10.1108/02683940610690169.

Schaufeli, W. B., & Bakker, A. B. (2004). Job demands, job resources, and their relationship with burnout and engagement: A multi- sample study. *Journal of Organizational Behavior, 25*(3), 293- 315. https://doi.org/10.1002/job.248.

Sengupta, S., Bajaj, B., Singh, A., Sharma, S., Patel, P., & Prikshat, V. (2023). Innovative work behavior driving Indian startups go global: The role of authentic leadership and readiness for change. *Journal of Organizational Change Management, 36*(1), 162–179. https://doi.org/10.1108/JOCM-05-2022-0156.

Weiner, B. J. (2009). A theory of organizational readiness for change. *Implementation Science, 4*, Article 67. https://doi.org/10.1186/1748-5908-4-67.

Xu, Y., Liao, C., Huang, L., Li, Z., Xiao, H., & Pan, Y. (2024). The positive side of stress: Investigating the impact of challenge stressors on innovative behavior in higher education. *Acta Psychologica, 246*, 104255. https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2024.104255.

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

Yu, T., He, L., Ying, H., Liu, J., Wu, Y., Wang, Y., & Pan, X. (2024). Growth mindset and job crafting: A trait activation perspective with the moderating role of job autonomy. *Behavioral Sciences, 14*(12), 1221. https://doi.org/10.3390/bs14121221.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

Factors influencing artificial intelligence usage behavior for English communication with foreign customers among Thai massage therapists in Bangkok

ธีรเดช ชื่นประภานุสรณ์ [1*], องค์อร สงวนญาติ [2], ประกฤติ พูลพัฒน์ [3]
Teeradet Chuenpraphanusorn [1*], Ongorn Snguayat [2], Prakit Bhulapatna [3]
[1,2,3] มหาวิทยาลัยสวนดุสิต
[1,2,3] Suan Dusit University
Corresponding author's e-mail: teera_det@hotmail.co.th [1], ongornss@gmail.com [2], prakit.pew@gmail.com [3]

Received: April 24, 2026 Revised: April 30, 2026 Accepted: May 15, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้เป็นแบบผสานวิธีโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับการรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวลและพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ AI จำแนกตามเพศ อายุและระดับความรู้ภาษาอังกฤษ 3) ศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ AI และ 4) ศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและความรู้ด้านการใช้ AI กลุ่มตัวอย่างเชิงปริมาณ คือ พนักงานนวดแผนไทย จำนวน 424 คน ได้มาจากการสุ่มแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือเป็นแบบสอบถามที่มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .96 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพรรณนา การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียวและการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ส่วนเชิงคุณภาพใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกกับผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน ผลการวิจัยพบว่า 1) การรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวล และพฤติกรรมการใช้ AI อยู่ในระดับมาก 2) พนักงานนวดแผนไทยที่มีเพศ อายุและระดับความรู้ภาษาอังกฤษแตกต่างกันมีพฤติกรรมการใช้ AI แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 3) การรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวลร่วมกันพยากรณ์พฤติกรรมการใช้ AI ได้ร้อยละ 40.8 โดยการรับรู้และทัศนคติเป็นตัวพยากรณ์ที่มีอิทธิพลเชิงบวก ขณะที่ความวิตกกังวลมีอิทธิพลเชิงลบและ 4) ผู้ตอบแบบสอบถามทุกคนต้องการพัฒนาทักษะการฟังพูดและคำศัพท์เฉพาะทางการนวด รวมทั้งต้องการให้สถานประกอบการจัดอบรมการใช้ AI โดยผลการวิจัยเชิงคุณภาพยืนยันว่า AI

ควรทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเพื่อเสริมศักยภาพมากกว่าทดแทนมนุษย์ในบริบทการให้บริการนวดบำบัด ทั้งนี้ผู้วิจัยเสนอแนะให้พัฒนาโปรแกรมภาษาอังกฤษเฉพาะทางในรูปแบบการเรียนรู้ผสมผสานและพัฒนา AI ที่มีคลังคำศัพท์การนวดแผนไทยโดยเฉพาะ เพื่อยกระดับมาตรฐานการบริการในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวเชิงสุขภาพของประเทศไทย

คำสำคัญ: ปัญญาประดิษฐ์, การสื่อสารภาษาอังกฤษ, พนักงานนวดแผนไทย, การยอมรับเทคโนโลยี, ความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยี

Abstract

This objectives of this mixed – methods research aimed to: 1) examine the levels of perception, attitude, anxiety, and behavior regarding the use of artificial intelligence (AI) for English communication with foreign customers among Thai massage therapists in Bangkok; 2) compare AI usage behavior based on gender, age, and English proficiency levels; 3) investigate the influence of perception, attitude, and anxiety on AI usage behavior; and 4) explore these therapists' needs for English language skill development and AI-related knowledge. The quantitative sample consisted of 424 Thai massage therapists selected through multi-stage sampling, and data were collected via a questionnaire with a reliability coefficient of .96 Data were analyzed using descriptive statistics, One-way ANOVA, and multiple regression analysis. For the qualitative phase, in-depth interviews were conducted with 10 key informants. The findings revealed that: 1) the perception, attitude, anxiety, and AI usage behavior among the therapists were all at a high level. 2) Therapists with variations in gender, age, and English proficiency levels exhibited statistically significant differences in their AI usage behavior at the .05 level. 3) Perception, attitude, and anxiety together explained 40.8% of the variance in AI usage behavior with perception emerging as the strongest positive predictor, followed by attitude, whereas anxiety exerted a statistically significant negative influence. 4) regarding training need, all key informants expressed a strong desire to develop their listening, speaking, and massage-specific vocabulary skills, and unanimously agreeing that establishments should provide structured AI training. The qualitative findings further confirmed that AI should serve as an augmentation tool to enhance capabilities rather than a replacement for human therapists within the context of massage therapy service. The researcher recommends developing English for Specific Purposes programs through blended learning and creating domain-specific AI applications embedded with a curated Thai massage terminology corpus to enhance service standards in Thailand's wellness tourism industry.

Keywords: artificial intelligence, English communication, Thai massage therapists, technology acceptance, technology anxiety

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

อุตสาหกรรมการท่องเที่ยวเป็นภาคเศรษฐกิจสำคัญที่ขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจของประเทศไทย จากรายงานของ United Nations World Tourism Organization (UNWTO) (2024) ระบุว่าประเทศไทยเป็นจุดหมายปลายทางยอดนิยมในภูมิภาคเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ โดยเฉพาะในปี ค.ศ. 2023 มีนักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้ามามากกว่า

28 ล้านคนสร้างรายจากนักท่องเที่ยวชาวต่างชาติได้กว่า 1.2 ล้านล้านบาท (กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา, 2566) ในบรรดาปัจจัยที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวนั้นบริการนวดแผนไทยถือเป็นเอกลักษณ์ทางวัฒนธรรมที่โดดเด่นและเป็นที่กล่าวขานถึงมาก ซึ่งสอดคล้องกับ Global Wellness Institute (2024) ที่ระบุว่าประเทศไทยเป็นผู้นำตลาดสปาในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้

อย่างไรก็ตาม ความท้าทายสำคัญของพนักงานนวดแผนไทยคือการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติ จากการสำรวจเบื้องต้นผู้วิจัยพบว่าพนักงานส่วนใหญ่มีทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษในระดับพื้นฐานถึงปานกลาง ซึ่งไม่เพียงพอต่อการสื่อสารที่มีประสิทธิภาพและอาจส่งผลต่อคุณภาพการบริการ ความพึงพอใจของลูกค้า รวมถึงความปลอดภัยจากความเข้าใจผิดเกี่ยวกับการอธิบายถึงอาการหรือความต้องการของลูกค้าได้ สำหรับในยุคดิจิทัลนั้น Ducar and Schocket (2018) กล่าวว่า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence: AI) ได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในการแปลภาษาและการสื่อสารข้ามวัฒนธรรม เช่น Google Translate, ChatGPT, LINE แปลภาษา และ Papago ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายเนื่องจากสะดวก รวดเร็วและใช้งานฟรีผ่านโทรศัพท์มือถือ ตามรายงานของ Google (2026) พบว่า Google Translate นั้นมีผู้ใช้งานแอปพลิเคชัน AI แปลภาษาทั่วโลกมากกว่า 1 พันล้านคน

ทั้งนี้การยอมรับและใช้เทคโนโลยีใหม่ได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย ตามแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) ของ Davis (1989) คือ การรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ขณะที่ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ของ Ajzen (1991) ชี้ว่าทัศนคติ การรับรู้ บรรทัดฐานเชิงอัตนัยและการควบคุมพฤติกรรมเป็นตัวทำนายพฤติกรรมที่สำคัญ นอกจากนี้ Beaudry and Pinsonneault (2010) พบว่าความวิตกกังวล (anxiety) ต่อการใช้ IT มีอิทธิพลเชิงลบต่อการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งในบริบทการใช้ AI เพื่อการสื่อสารอาจเกิดจากความกลัวการแปลผิดความหมาย ความไม่มั่นใจหรือความรู้สึกอายเมื่อใช้เครื่องมือช่วยต่อหน้าลูกค้า เป็นต้น

จากการทบทวนวรรณกรรมพบว่า งานวิจัยปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการใช้ AI แปลภาษาในกลุ่มผู้ประกอบอาชีพบริการในประเทศไทยโดยเฉพาะพนักงานนวดแผนไทยยังมีจำกัด ทั้งที่กลุ่มนี้มีความจำเป็นต้องสื่อสารภาษาอังกฤษเป็นประจำและมีลักษณะเฉพาะแตกต่างจากกลุ่มอื่น ทั้งระดับการศึกษา ช่วงอายุและความคุ้นเคยกับเทคโนโลยี

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร โดยพิจารณาทั้งปัจจัยส่วนบุคคล (เพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษ) และปัจจัยด้านจิตวิทยา (การรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวล) เพื่อพัฒนาแนวทางส่งเสริมการใช้ AI ยกระดับคุณภาพบริการนวดแผนไทยสู่มาตรฐานสากลและสนับสนุนการเติบโตอย่างยั่งยืนของอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับการรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวลและพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เพื่อเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทย จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษ

3. เพื่อศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทย

4. เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและความต้องการเพิ่มเติมความรู้ด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานนวดแผนไทย

การทบทวนวรรณกรรม

ปัญญาประดิษฐ์ (AI)

ปัญญาประดิษฐ์ (AI) คือ สาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์ที่มุ่งพัฒนาระบบให้มีความสามารถเรียนรู้ ให้เหตุผล และตัดสินใจคล้ายมนุษย์ โดย Russell and Norvig (2021) นิยามว่า AI คือการศึกษาตัวแทนอัจฉริยะที่รับรู้สภาพแวดล้อมและดำเนินการเพื่อบรรลุเป้าหมาย ทั้งนี้คำว่า Artificial Intelligence ปรากฏครั้งแรกในข้อเสนอโครงการปี 1955 ในการประชุม Dartmouth ปี ค.ศ. 1956 (McCarthy et al., 1955) ทั้งนี้ในบริบทการแปลภาษาพบว่าเทคโนโลยี AI พัฒนาจากระบบอิงกฎ (RBMT) ในทศวรรษ 1970–1980 สู่ระบบเชิงสถิติ (SMT) ในทศวรรษ 1990–2000 และระบบประสาทเทียม (NMT) ในปัจจุบันนวัตกรรม Transformer ของ Vaswani et al. (2017) เป็นรากฐานของโมเดลภาษาขนาดใหญ่ เช่น GPT และ BERT ทั้งนี้ AI สำหรับการแปลภาษามีหลายประเภท ได้แก่ การแปลข้อความ การแปลเสียงพูด (ASR) การแปลภาพ (OCR) และ AI สนทนาเช่น ChatGPT ซึ่งมีศักยภาพสนับสนุนการเรียนรู้ภาษาดีกว่าเครื่องมือแบบดั้งเดิม ประโยชน์หลักคือ ความสะดวก เข้าถึงได้ตลอด 24 ชั่วโมง ต้นทุนต่ำและรวดเร็ว แต่ยังมีข้อจำกัดในการแปลสำนวน คำแสลงและเนื้อหาเฉพาะทางผู้ใช้จึงควรพัฒนาทักษะการประเมินผลอย่างมีวิจารณญาณ

แบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM)

Davis (1989) ได้พัฒนาแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) โดยมีรากฐานจากทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) ซึ่งตัวแปรหลักคือการรับรู้ประโยชน์และการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน ที่ส่งผลต่อทัศนคติ ความตั้งใจและพฤติกรรมการใช้จริงตามลำดับ ต่อมา Venkatesh and Davis (2000) ได้ขยายแบบจำลองเป็น TAM2 โดยเพิ่มอิทธิพลทางสังคมและกระบวนการรับรู้เชิงเครื่องมือและ Venkatesh and Bala (2008) ได้เสนอ TAM3 ซึ่งบูรณาการปัจจัยกำหนดของการรับรู้ความง่ายในการใช้งาน (Perceived Ease of Use: PEOU) เข้ากับ TAM2 โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของ PEOU ได้ร้อยละ 43–52 และความแปรปรวนของการรับรู้ประโยชน์ได้ร้อยละ 52–67

ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB)

Ajzen (1991) ได้พัฒนาทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (Theory of Planned Behavior: TPB) ขึ้นจากการขยายทฤษฎีการกระทำที่มีเหตุผล (Theory of Reasoned Action: TRA) โดยเพิ่มตัวแปรการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม (Perceived Behavioral Control: PBC) เข้ามาเป็นองค์ประกอบที่สาม ทฤษฎีนี้อธิบายว่าพฤติกรรมของมนุษย์ถูกกำหนดจากความตั้งใจซึ่งได้รับอิทธิพลจากองค์ประกอบสามประการ ได้แก่ ทัศนคติต่อพฤติกรรม บรรทัดฐานเชิงอัตวิสัย และการรับรู้การควบคุมพฤติกรรม ทั้งนี้ PBC มีบทบาทพิเศษในแบบจำลอง กล่าวคือนอกจากจะส่งอิทธิพลต่อพฤติกรรมผ่านความตั้งใจแล้วยังสามารถส่งอิทธิพลทางตรงต่อพฤติกรรมได้อีกด้วยโดยเฉพาะในสถานการณ์ที่การควบคุมพฤติกรรมที่รับรู้สะท้อนการควบคุมที่แท้จริงได้อย่างแม่นยำ อย่างไรก็ตาม TPB ยังมีข้อจำกัดบางประการที่ได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ในวงวิชาการ ได้แก่ ความสามารถในการอธิบายพฤติกรรมอัตโนมัติหรือพฤติกรรมที่เกิดจากนิสัยได้อย่างจำกัด การมีอยู่ของช่องว่างระหว่างความตั้งใจกับพฤติกรรมจริง (intention–behavior gap) รวมถึงความท้าทายในการกำหนดนิยามและการวัดตัวแปรแต่ละองค์ประกอบให้มีความชัดเจนและสอดคล้องกัน

การรับรู้ (perception)

การรับรู้เป็นกระบวนการที่บุคคลเลือก จัดระเบียบและตีความข้อมูลจากสิ่งเร้า ประกอบด้วยขั้นตอนการเปิดรับ ความใส่ใจและการตีความ ในบริบทของเทคโนโลยี Rogers (2003) เสนอคุณลักษณะของนวัตกรรม 5 ประการที่มีอิทธิพลต่ออัตราการยอมรับนวัตกรรม ได้แก่ ความได้เปรียบเชิงเปรียบเทียบ (relative advantage) ความเข้ากันได้ (compatibility) ความซับซ้อน (complexity) ความสามารถในการทดลองใช้ (trialability) และความสามารถในการสังเกตผล (observability)สำหรับ AI แปลภาษา การรับรู้ครอบคลุมหลายมิติ ได้แก่ การรับรู้ความสามารถ ความง่ายในการใช้งาน ความน่าเชื่อถือ ประโยชน์และความเสี่ยง ทั้งนี้ Vieira et al. (2021) ชี้ว่าผู้ใช้ทั่วไปมักขาดความเข้าใจเกี่ยวกับข้อจำกัดและความเสี่ยงของการแปลด้วย AI โดยเฉพาะในบริบทที่มีความเสี่ยงสูง เช่น ด้านการแพทย์และกฎหมาย ซึ่งข้อผิดพลาดจากการแปลอาจส่งผลกระทบที่รุนแรงได้ นอกจากนี้การรับรู้เกี่ยวกับ AI ยังได้รับอิทธิพลจากประสบการณ์ส่วนบุคคล ความรู้ด้านเทคโนโลยีและบริบททางวัฒนธรรมสังคมอีกด้วย ผู้ใช้จึงควรพัฒนาทักษะการประเมินผลลัพธ์การแปลอย่างมีวิจารณญาณควบคู่กับการใช้เครื่องมือดังกล่าว

ทัศนคติ (attitude)

Eagly & Chaiken (1993) นิยามทัศนคติเป็นแนวโน้มทางจิตวิทยาในการประเมินสิ่งใดสิ่งหนึ่ง ตามแบบจำลอง ABC ทัศนคติประกอบด้วยองค์ประกอบด้านความรู้ความเข้าใจ ด้านความรู้สึกและด้านพฤติกรรม Lee (2020) พบว่าการใช้เครื่องมือแปลภาษาอัตโนมัติ (Machine Translation: MT) ในการเขียนภาษาอังกฤษช่วยลดข้อผิดพลาดด้านคำศัพท์ ไวยากรณ์และนักศึกษามีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้เครื่องมือ แต่ประโยชน์ดังกล่าวจะเกิดขึ้นได้อย่างมีประสิทธิภาพก็ต่อเมื่อผู้สอนตระหนักถึงข้อจำกัดของเครื่องมือและให้คำแนะนำที่เหมาะสมแก่ผู้เรียนด้วย

ความวิตกกังวล (anxiety)

Wang & Wang (2019) ได้พัฒนามาตรวัด AI Anxiety Scale (AIAS) 4 มิติ ได้แก่ ความวิตกกังวลในการเรียนรู้ ความวิตกกังวลต่อการถูกแทนที่ในงาน ความวิตกกังวลจากความไม่เข้าใจระบบเทคโนโลยีสังคมและความวิตกกังวลต่อโครงสร้าง AI แบบมนุษย์

พฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

Burton–Jones & Straub (2006) เสนอว่าพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยีมี 3 มิติ คือ ความถี่ ระยะเวลาและความเข้มข้น จาก Unified Theory of Acceptance and Use of Technology พบว่า พฤติกรรมได้รับอิทธิพลจากความตั้งใจและเงื่อนไขความสะดวกโดยมีตัวแปรกำกับคือเพศ อายุ ประสบการณ์และความสมัครใจ

ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (English for Specific Purposes: ESP)

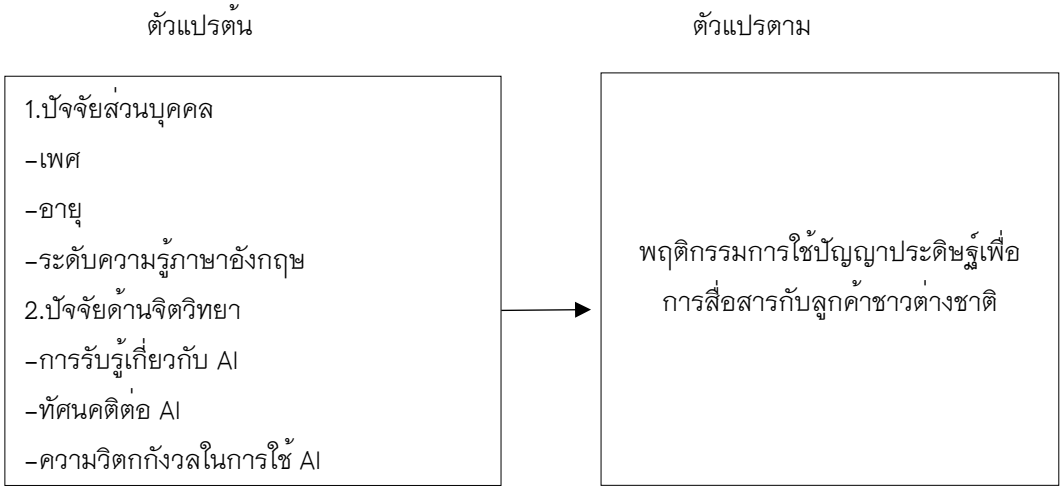
Hutchinson & Waters (1987) อธิบาย ESP ว่าเป็นแนวทางการสอนภาษาที่มุ่งตอบสนองความต้องการของผู้เรียน โดยมีการวิเคราะห์ความต้องการ (needs analysis) การกำหนดขอบเขตภาษาและรูปแบบการเรียนรู้เป็นองค์ประกอบสำคัญในการออกแบบหลักสูตร ต่อมา Dudley–Evans & St John (1998) ได้นิยาม ESP ผ่านสองมุมมอง ได้แก่ลักษณะสมบูรณ์ (absolute characteristics) และลักษณะที่เป็นไปได้ (variable characteristics) โดยลักษณะสมบูรณ์ประกอบด้วยการที่ ESP ถูกออกแบบเพื่อตอบสนองความต้องการเฉพาะของผู้เรียน ใช้วิธีการและกิจกรรมของสาขาวิชาที่ให้บริการและเน้นภาษาในด้านไวยากรณ์ คำศัพท์ ทะเบียนภาษา ทักษะ วาทกรรมและประเภทข้อความที่เหมาะสม ส่วนลักษณะที่เป็นไปได้ เช่น อาจเชื่อมโยงกับสาขาวิชาเฉพาะ อาจใช้วิธีการสอนที่แตกต่างจาก General English และมักออกแบบสำหรับผู้เรียนผู้ใหญ่ ทั้งนี้ ESP แบ่งออกเป็นสาขาย่อยหลักสองสาขา ได้แก่ English for Academic Purposes (EAP) และ English for Occupational Purposes (EOP) โดยในการจำแนกของ Hutchinson and Waters (1987) ตามแผนภูมิ "Tree of ELT" ทั้ง EAP และ EOP แตกกิ่งมาจากสามสาขาหลักของ ESP ได้แก่ English for

Science and Technology, English for Business and Economics และ English for Social Studies ทั้งนี้ ESP มุ่งเน้นภาษาที่เหมาะสมกับกิจกรรมในสาขานั้น ๆ ครอบคลุมทั้งไวยากรณ์ คำศัพท์ ทะเบียนภาษาและทักษะการเรียนรู้ทุกด้านตามบริบทและความต้องการเฉพาะของผู้เรียนแต่ละกลุ่ม

กล่าวโดยสรุปได้ว่างานวิจัยนี้มีการทบทวนแนวคิดเกี่ยวกับการใช้ AI เพื่อการแปลภาษา โดยกล่าวถึงพัฒนาการของเทคโนโลยีจากระบบอิงกฎ (RBMT) สู่ระบบสถิติ (SMT) และระบบประสาทเทียม (NMT) ที่ใช้นวัตกรรมทรานส์ฟอร์เมอร์ เป็นรากฐานของโมเดลภาษาขนาดใหญ่อย่าง ChatGPT ซึ่งมีจุดเด่นด้านความสะดวกและรวดเร็ว แต่ยังมีข้อจำกัดในการแปลสำนวนและเนื้อหาเฉพาะทาง ส่วนด้านทฤษฎี ได้นำเสนอแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) และทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) เพื่ออธิบายการยอมรับและการใช้งาน พร้อมทั้งแนวคิดด้านการรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวลต่อ AI และพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี ซึ่งส่วนสุดท้ายเชื่อมโยงสู่ภาษาอังกฤษเพื่อวัตถุประสงค์เฉพาะ (ESP) โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการบริการ ซึ่ง AI สามารถช่วยสนับสนุนการเรียนรู้ได้ แม้จะมีข้อจำกัดด้านบริบททางวัฒนธรรมและคำศัพท์เฉพาะทาง

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการทบทวนแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยได้พัฒนากรอบแนวคิดการวิจัยโดยบูรณาการแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยี (TAM) ของ Davis (1989) ทฤษฎีพฤติกรรมตามแผน (TPB) ของ Ajzen (1991) และแนวคิดเกี่ยวกับความวิตกกังวลในการใช้เทคโนโลยี Beaudry and Pinsonneault (2010) กำหนดกรอบแนบคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยแบบผสานวิธีระหว่างการวิจัยเชิงปริมาณและการวิจัยเชิงคุณภาพโดยมีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัยดังนี้

การวิจัยเชิงปริมาณ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ พนักงานนวดแผนไทยที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบในเขตกรุงเทพมหานครซึ่งไม่สามารถระบุจำนวนประชากรที่แน่นอนได้ เนื่องจากไม่มีฐานข้อมูลการลงทะเบียนพนักงานนวดแผนไทย ผู้วิจัยจึงใช้สูตรการ

คำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Cochran (1977) $n = Z^2pq / e^2$ ได้จำนวนกลุ่มตัวอย่าง 385 คน และเพื่อป้องกันความคลาดเคลื่อนจากแบบสอบถามที่ไม่สมบูรณ์จึงเก็บข้อมูลเพิ่มอีกร้อยละ 10 รวมเป็น 424 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 7 ตอน คือ 1) ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถามชนิดเลือกตอบจำนวน 3 ข้อ ประกอบด้วย เพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษ 2) การรับรู้เกี่ยวกับ AI จำนวน 10 ข้อ 3) ทัศนคติต่อ AI จำนวน 8 ข้อ 4) ความวิตกกังวลในการใช้ AI จำนวน 6 ข้อ 5) พฤติกรรมการใช้ AI จำนวน 8 ข้อ 6) ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและความรู้ด้าน AI จำนวน 10 ข้อ 7) ข้อเสนอแนะและความคิดเห็นเพิ่มเติม การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือคือ ดำเนินการโดย การตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (content validity) โดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน เพื่อคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item–Objective Congruence: IOC) จากสูตร IOC = $\sum R/N$ (Turner & Carlson, 2003) ผลการตรวจพบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง .67–1.00 จึงสามารถนำมาใช้ ในการเก็บรวบรวมข้อมูลได้ ในการตรวจสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม (reliability) ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ ความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาแล้วไปทดลองใช้ (tryout) กับพนักงานนวดแผนไทยที่มีลักษณะคล้ายคลึงกับกลุ่มตัวอย่างจริงจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่นด้วยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) พบว่ามีค่าความเชื่อมั่นโดยรวมของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .96

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลกับกลุ่มตัวอย่าง คำนึงถึงจริยธรรมการวิจัยและความสมัครใจของผู้เข้าร่วมการวิจัย ดังนี้ 1) ขอหนังสือแนะนำตัวจากสถาบันเพื่อขอความร่วมมือในการเก็บข้อมูลจากสถานประกอบ 2) ติดต่อประสานงานกับเจ้าของหรือผู้จัดการสถานประกอบการเพื่อขออนุญาตและชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย 3) ขอความยินยอมจากผู้ตอบแบบสอบถามและแจกแบบสอบถามให้กรอกด้วยตนเอง 4) ตรวจสอบความสมบูรณ์และความครบถ้วนของแบบสอบถามก่อนนำไปวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ดังนี้ 1) สถิติพรรณนา (descriptive statistics) คือ ค่าความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) เพื่ออธิบายลักษณะข้อมูลด้านเพศ อายุและระดับความรู้ภาษาอังกฤษ รวมทั้งความต้องการพัฒนาทักษะและความรู้ด้าน AI ส่วนค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (standard deviation) ใช้สำหรับอธิบายระดับของตัวแปรต่าง ๆ ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับ AI ทัศนคติต่อ AI ความวิตกกังวลในการใช้ AI และพฤติกรรมการใช้ AI 2) สถิติอนุมาน (inferential statistics) คือ การวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว (one–way ANOVA) ใช้สำหรับเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ AI ระหว่างพนักงานนวดแผนไทยที่มีเพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษแตกต่างกัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) ใช้สำหรับศึกษาอิทธิพลของการรับรู้เกี่ยวกับ AI ทัศนคติต่อ AI และความวิตกกังวลในการใช้ AI ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ โดยใช้วิธี Enter และกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

การวิจัยเชิงคุณภาพ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ผู้วิจัยคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลสำคัญโดยใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจง ตามคำแนะนำของสมาคมนวดแผนไทย จำนวน 10 คน เพื่อให้ได้ผู้ให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนของประชากร ตามแนวคิดของ Patton (2015) ที่เน้นการคัดเลือกผู้ให้ข้อมูลที่มีความรู้และประสบการณ์ที่เข้มข้นเกี่ยวกับปรากฏการณ์ที่ศึกษา โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกดังนี้

1) เป็นพนักงานนวดแผนไทยที่ให้บริการในเขตกรุงเทพมหานครอย่างน้อย 1 ปี 2) มีประสบการณ์นวดชาวต่างชาติอย่างน้อยสัปดาห์ละ 3 ครั้ง 3) สามารถสื่อสารภาษาไทยได้ดีและมีความเข้าใจในการใช้สมาร์ทโฟนเบื้องต้น 4) สมัครใจเข้าร่วมการสัมภาษณ์และยินยอมให้บันทึกเสียงการสนทนา โดยดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญจำนวน 10 คน โดยกระจายจากทั้ง 5 กลุ่มสถานที่ ได้แก่ เขตวัฒนา เขตคลองเตย เขตปทุมวัน เขตบางรักและเขตพระนคร เขตละ 2 คน รวม 10 คน การเลือกเขตเหล่านี้สอดคล้องกับข้อมูลจากการท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย (2566) ที่ระบุว่าเป็นพื้นที่ที่นักท่องเที่ยวต่างชาตินิยมมาใช้บริการนวดแผนไทยเป็นจำนวนมาก

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง (semi-structured Interview) ซึ่งผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากกรอบแนวคิดการวิจัย ทฤษฎีที่เกี่ยวข้องโดยมีลักษณะเป็นคำถามปลายเปิดที่ยืดหยุ่น ช่วยให้ผู้ให้ข้อมูลสามารถแสดงความคิดเห็นประสบการณ์และมุมมองได้อย่างอิสระประกอบด้วย 3 ส่วนคือ 1) ข้อมูลพื้นฐานและประสบการณ์การทำงาน (ประวัติการทำงานนวดต่างชาติ สถานการณ์การสื่อสารภาษาอังกฤษที่พบบ่อยและความท้าทายในการใช้) 2) พฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ 3) ความต้องการในการพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษและข้อเสนอแนะ สำหรับการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยนำเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน เพื่อพิจารณาความเหมาะสมของคำถาม ความครอบคลุมของเนื้อหา ความชัดเจนของภาษาและความสอดคล้องกับวัตถุประสงค์การวิจัย จากนั้นปรับปรุงแก้ไขตามข้อเสนอแนะและทดลองใช้ (pilot interview) กับพนักงานนวดจำนวน 4 คน (เก็บร้อยละ 20 ของกลุ่มตัวอย่าง) ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจริงเพื่อทดสอบความเข้าใจและปรับแก้คำถามให้เหมาะสม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Lincoln & Guba (1985) เกี่ยวกับการสร้างความน่าเชื่อถือ (credibility) และความสามารถในการถ่ายโอน (transferability) ของข้อมูลเชิงคุณภาพ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บข้อมูลรวบรวมข้อมูล มีขั้นตอนดังนี้ 1) ประสานงานกับร้านนวดตามสถานที่ที่ได้กำหนดไว้เพื่อขอความอนุเคราะห์สัมภาษณ์ 2) นัดหมาย ชี้แจงวัตถุประสงค์การวิจัย ระยะเวลาในการสัมภาษณ์ 30-40 นาที และขออนุญาตบันทึกเสียง การสนทนาโดยเน้นย้ำถึงความลับของข้อมูล 3) ดำเนินการสัมภาษณ์รายบุคคลในสถานที่และเวลาที่ผู้ให้ข้อมูลสะดวก 4) เริ่มต้นการสัมภาษณ์และบันทึกเสียงการสนทนาทั้งหมดด้วยเครื่องบันทึกเสียงดิจิทัลและสมาร์ตโฟน 2 เครื่องเพื่อป้องกันการสูญหายของข้อมูล พร้อมทั้งจดบันทึกประเด็นสำคัญ ภาษากายและบริบทของการสนทนาในสมุดภาคสนาม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูล ใช้วิธีการวิเคราะห์เนื้อหาโดยมีขั้นตอนดังนี้ 1) การถอดเทปและจัดระเบียบข้อมูล 2) การทำความคุ้นเคยกับข้อมูล โดยอ่านข้อมูลที่ถอดเทปแล้วซ้ำหลายครั้งเพื่อทำความเข้าใจเชิงลึกและจับประเด็นเบื้องต้น พร้อมทั้งจดบันทึกความคิดที่เกิดขึ้นระหว่างการอ่าน 3) กำหนดรหัสให้กับข้อมูลที่มีความหมายสำคัญ 4) การจัดกลุ่มรหัสเป็นประเด็นและการกำหนดความเชื่อมโยงข้อมูลพร้อมทั้งสร้างแผนผังแนวคิด 5) การทบทวนและปรับแต่งประเด็น 6) การนิยามและตั้งชื่อประเด็น 7) การนำเสนอผลการวิเคราะห์และเขียนรายงานผลการวิเคราะห์โดยนำเสนอแต่ละประเด็นพร้อมคำอธิบายที่ชัดเจนพร้อมยกตัวอย่างคำพูดจากผู้ให้ข้อมูลที่เป็นตัวแทนดีของประเด็นนั้นๆ และเชื่อมโยงกับทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ผลการวิจัย

ผลการศึกษาระดับการรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวล และพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า

ลักษณะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง 197 คน (46.46%) อายุ 36–45 ปี 165 คน (38.92%) มัธยมศึกษาตอนต้น 201 คน (47.41%) ประสบการณ์การทำงานนวดแผนไทย 7–10 ปี 181 คน (42.69%) ระดับความสามารถภาษาอังกฤษ 187 (44.10%) ความถี่ในการบริการลูกค้าชาวต่างชาติทุกวัน 231 คน (54.48%) แอปพลิเคชัน AI ที่รู้จักหรือเคยใช้มากที่สุด คือ LINE แปลภาษา 401 คน (94.58%)

เมื่อวิเคราะห์ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานนวดแผนไทยที่ปฏิบัติงานในสถานประกอบในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีความคิดเห็นในภาพรวมอยู่ระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.89 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .61 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงตามลำดับ พบว่า

1) ลำดับที่ 1 การรับรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.92 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .52 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่ารับรู้ว่า AI ช่วยแก้ปัญหาการสื่อสารเมื่อไม่เข้าใจภาษาอังกฤษได้ มีค่าเฉลี่ยเป็นอันดับหนึ่งรองลงมาคือ รับรู้ว่า AI ช่วยให้การสื่อสารกับลูกค้าต่างชาติง่ายขึ้น อันดับสามคือรับรู้ว่า AI ช่วยแปลภาษาได้อย่างรวดเร็ว ส่วนลำดับสุดท้ายคือเข้าใจวิธีการใช้งาน AI เพื่อช่วยสื่อสารภาษาอังกฤษ

2) ลำดับที่ 2 ทัศนคติต่อปัญญาประดิษฐ์ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 4.12 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .49 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่า รู้สึกว่า AI ช่วยลดปัญหาในการสื่อสารข้ามภาษา มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือคิดว่า AI เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับผู้ที่ไม่เก่งภาษาอังกฤษ อันดับสามคือคิดว่า AI ช่วยให้ท่านให้บริการลูกค้าได้ดีขึ้น ส่วนลำดับสุดท้ายคือเชื่อมั่นในความถูกต้องของการแปลภาษา

3) ลำดับที่ 3 ความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.84 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .72 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่ารู้สึกเครียดเมื่อต้องใช้เทคโนโลยีใหม่ ๆ เช่น AI ซึ่งมีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือรู้สึกไม่สบายใจเมื่อต้องพึ่งพา AI ในการทำงาน อันดับที่สามคือรู้สึกกังวลว่าลูกค้าจะมองว่าท่านไม่เก่งภาษาอังกฤษเมื่อใช้ AI ส่วนลำดับสุดท้าย คือรู้สึกอายที่ต้องใช้ AI ช่วยสื่อสารต่อหน้าลูกค้า

4) ลำดับที่ 4 พฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ในภาพรวมมีความคิดเห็นอยู่ในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.68 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน .71 เมื่อพิจารณาเป็นรายประเด็น พบว่าใช้ AI ในการฟังและแปลสิ่งที่ลูกค้าพูด มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับหนึ่ง รองลงมาคือ ใช้ AI เพื่อเรียนรู้คำศัพท์ภาษาอังกฤษเกี่ยวกับการนวด อันดับสามคือ ใช้ AI ใน การแปลข้อความที่ลูกค้าส่งมา ส่วนอันดับสุดท้าย คือใช้ AI ในการพิมพ์ข้อความตอบกลับลูกค้าเป็นภาษาอังกฤษ รายละเอียดแสดงในตาราง 1

ตาราง 1 ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ

	ความคิดเห็นเกี่ยวกับการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ	$\overline{X}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น	อันดับที่
1.	การรับรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ (Perception)	3.92	.52	มาก	2
2.	ทัศนคติต่อปัญญาประดิษฐ์ (Attitude)	4.12	.49	มาก	1
3.	ความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Anxiety)	3.84	.72	มาก	3
4.	พฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (Behavior)	3.68	.71	มาก	4
	ภาพรวม	3.89	0.61	มาก	

จากตาราง 1 พบว่าทัศนคติต่อปัญญาประดิษฐ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด 4.12 รองลงมาคือการรับรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ค่าเฉลี่ย 3.92 อันดับสามคือความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ค่าเฉลี่ย 3.84 และอันดับสุดท้ายคือ พฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ค่าเฉลี่ย 3.68

นอกจากนี้แล้วผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่า 1) กลุ่มตัวอย่างมีประสบการณ์ในการนวดแผนไทยตั้งแต่ 2 –30 ปี สะท้อนให้เห็นถึงความครอบคลุมของทุกระดับความเชี่ยวชาญ ตั้งแต่ผู้เพิ่งเปลี่ยนสายวิชาชีพไปจนถึงผู้เชี่ยวชาญระดับครูผู้สอน ในด้านประเภทสถานประกอบการ ครอบคลุมบริบทที่หลากหลายอย่างครบถ้วน ได้แก่ สปาระดับลักชูรีในโรงแรมห้าดาว สปาแนวร่วมสมัย สปาเชิงอัตลักษณ์ธรรมชาติ ศูนย์สุขภาพที่เน้นการท่องเที่ยว เชิงการแพทย์ ร้านนวดเครือข่ายแฟรนไชส์ ร้านนวดของผู้ประกอบการรายย่อย คลินิกแพทย์แผนไทย สถานประกอบการในศูนย์การค้าและพนักงานนวดอิสระ 2) ประสบการณ์และระดับความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษ ผลการสัมภาษณ์ชี้ให้เห็นถึงความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญระหว่างระดับความมั่นใจในการสื่อสารภาษาอังกฤษทั่วไปกับระดับความมั่นใจในการใช้ศัพท์เฉพาะทาง โดยผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่รายงานว่ารู้สึกสบายใจในการต้อนรับ การแนะนำโปรแกรมและการสนทนาเบื้องต้น แต่ระดับความกังวลจะเพิ่มสูงขึ้นอย่างเห็นได้ชัดเมื่อต้องเผชิญกับสถานการณ์ที่ต้องใช้คำศัพท์เฉพาะทาง เช่น การอธิบายกลไกการบาดเจ็บ การซักประวัติโรคประจำตัวและการถ่ายทอดคุณค่าของภูมิปัญญาการนวดไทยแก่ลูกค้าต่างชาติ 3) สถานการณ์ที่ต้องใช้ภาษาอังกฤษและความท้าทายจัดกลุ่มได้เป็น 4 ประเภทหลัก ได้แก่ การต้อนรับและแนะนำโปรแกรม การซักประวัติสุขภาพ การอธิบายขั้นตอนและเทคนิคการนวด ระหว่างให้บริการและการรับข้อร้องเรียนหลังการให้บริการ สำหรับสถานการณ์ที่เป็นความท้าทายสูงสุด คือ การซักประวัติสุขภาพและการสื่อสารเรื่องข้อห้ามทางการแพทย์ถือเป็นสถานการณ์ที่มีความเสี่ยงสูงที่สุด โดยเฉพาะในบริบทของการท่องเที่ยวเชิงการแพทย์ที่ลูกค้ามักมีประวัติสุขภาพซับซ้อนและใช้คำศัพท์ทางการแพทย์เฉพาะทาง

ผลการเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทยจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษ นำเสนอดังตาราง 2–4

ตาราง 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI จำแนกตามเพศ

เพศ	$\overline{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ	ระดับนัยสำคัญ	หมายเหตุ
ชาย	3.68	0.67	F = 10.141	p = .000	ชายต่างกับไม่ระบุ
หญิง	3.82	0.64			หญิงต่างกับไม่ระบุ
ไม่ระบุ	3.44	0.82			

จากตาราง 2 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI จากการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีเพศต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 10.141, p = .000) ผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีเชฟเฟ พบว่า ในภาพรวมกลุ่มตัวอย่างเพศชายและหญิง มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์แตกต่างกับกลุ่มที่ไม่ระบุเพศอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 3 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI จำแนกตามอายุ

อายุ	$\overline{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ	ระดับนัยสำคัญ	หมายเหตุ
ต่ำกว่า 25 ปี	4.18	0.77	F = 5.162	p = .000	อายุต่ำกว่า 25 ปี ต่างกับ
25–35 ปี	3.82	0.62			36–45 / 46–55 และ
36–45 ปี	3.69	0.65			มากกว่า 55 ปี
46–55 ปี	3.47	0.79			อายุ 25–35 ปี และ 36–45 ปี
มากกว่า 55 ปี	3.49	1.04			ต่างกับ 46–55 ปี

จากตาราง 3 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีอายุต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 5.162, p = .000) เมื่อนำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธีเชฟเฟ พบว่า ในภาพรวมผู้ที่อายุต่ำกว่า 25 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI ในภาพรวมแตกต่างกับอายุ 36–45 ปี 46–55 ปี และมากกว่า 55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ผู้ที่อายุ 25–35 ปี และ 36–45 ปี มีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI ในภาพรวมแตกต่างกับอายุ 46–55 ปี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตาราง 4 การเปรียบเทียบความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI จำแนกตามระดับความรู้ภาษาอังกฤษ

ระดับความรู้ภาษาอังกฤษ	$\overline{X}$	S.D.	สถิติทดสอบ	ระดับนัยสำคัญ	หมายเหตุ
ไม่มีความรู้เลย	3.52	.76	F = 10.022	p = .000	ไม่มีความรู้เลย ต่างกับ
พื้นฐาน	3.77	.64			พื้นฐาน และปานกลาง
ปานกลาง	3.93	.67			

จากตาราง 4 พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่มีระดับความรู้ภาษาอังกฤษต่างกันมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI ในภาพรวมแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (F = 10.022, p = .000) ผู้วิจัยนำมาเปรียบเทียบค่าเฉลี่ยเป็นรายคู่โดยวิธี LSD พบว่า ในภาพรวมผู้ที่ไม่มีระดับความรู้ภาษาอังกฤษมีความคิดเห็นเกี่ยวกับพฤติกรรมการใช้ AI แตกต่างกับกลุ่มระดับความรู้ภาษาอังกฤษพื้นฐานและปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

นอกจากนี้ ผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า การรับรู้และความเข้าใจเกี่ยวกับ AI มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญตามอายุ ประสบการณ์และบริบทของสถานประกอบการ โดยจำแนกได้ 3 ระดับ ตั้งแต่กลุ่มที่มีความเข้าใจสูงและใช้งาน AI หลากหลายรูปแบบ ไปจนถึงกลุ่มที่รู้จัก AI เพียงในรูปแบบ Google Translate เป็นหลัก ทั้งนี้ AI ที่รู้จักและใช้งานจริงมากที่สุดคือ Google Translate รองลงมาคือ ChatGPT ซึ่งแพร่หลายในกลุ่มนักบำบัดรุ่นใหม่ ผู้ให้ข้อมูลทุกรายแสดงทัศนคติเชิงบวกต่อการนำ AI มาใช้ในวิชาชีพ และเห็นว่าข้อจำกัดหลักของ AI ในปัจจุบัน คือการขาดความเชี่ยวชาญเฉพาะทางด้านคำศัพท์การนวดและการแพทย์แผนไทย อย่างไรก็ตามแม้มีทัศนคติเชิงบวกแต่ผู้ให้ข้อมูลยังแสดงความกังวลต่อข้อจำกัดของ AI ใน 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ ความไม่แม่นยำในการแปลคำศัพท์เฉพาะทางการนวดแผนไทย ความไม่เป็นธรรมชาติของภาษาที่ AI สร้างขึ้น ความเสี่ยงด้านความเป็นส่วนตัวของข้อมูลสุขภาพในบริบทการท่องเที่ยวทางการแพทย์และความกังวลว่าการพึ่งพา AI มากเกินไปอาจขัดขวางการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษที่แท้จริงของบุคลากร

ผลการศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวลที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าชาวต่างชาติของพนักงานนวดแผนไทย พบว่า อิทธิพลของการรับรู้ ทัศนคติและความวิตกกังวลในการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ พบว่า มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยการรับรู้ และทัศนคติมีความสัมพันธ์เชิงบวกและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง มีค่า r เท่ากับ .420 และ .370 ตามลำดับ ขณะที่ความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ มีความสัมพันธ์เชิงลบและมีระดับความสัมพันธ์ปานกลาง มีค่า r เท่ากับ .422

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ ทัศนคติต่อปัญญาประดิษฐ์ และความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ ด้วยการวิเคราะห์ การถดถอยพหุคูณ (multiple regression analysis) โดยใช้วิธี Enter พบว่า ตัวแบบที่ 1 พฤติกรรมการใช้ AI = การรับรู้เกี่ยวกับ AI + ทัศนคติต่อ AI + ความวิตกกังวลในการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) การวิเคราะห์เพื่อพิจารณาการเกิด Collinearity พิจารณาจากค่า VIF สูงสุดที่ได้มีค่า 1.087 ซึ่งไม่เกิน 4 หรือค่า Tolerance ที่มีค่าน้อยที่สุด .920 ซึ่งเข้าใกล้ 1 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่มีโอกาสเกิด Multi Collinearity ขณะที่ค่า Eigen Value ที่มีค่ามากที่สุด 3.951 ซึ่งไม่เกิน 10 แสดงว่าตัวแปรอิสระไม่มีความสัมพันธ์กัน หรือไม่เกิด Multi Collinearity

ทั้งนี้ตัวการพยากรณ์อิทธิพลของการรับรู้เกี่ยวกับ AI ทัศนคติและความวิตกกังวลในการใช้ AI ที่มีต่อพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ มีดังนี้ ตัวแปรที่สามารถทำนายปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ คือ การรับรู้เกี่ยวกับปัญญาประดิษฐ์ เป็นปัจจัยที่ใช้ทำนายได้เป็นปัจจัยแรก ปัจจัยต่อมา คือทัศนคติต่อ AI เป็นปัจจัยที่ใช้ทำนายได้เป็นปัจจัยที่สอง ความวิตกกังวลในการใช้ AI เป็นปัจจัยที่ใช้ทำนายได้เป็นปัจจัยสุดท้าย ซึ่งสามารถทำนายพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ ได้ร้อยละ 40.8 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนายเท่ากับ .550

ผู้วิจัยได้นำค่าสัมประสิทธิ์ของตัวทำนายมาเขียนเป็นสมการทำนาย ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษในภาพรวมโดยใช้คะแนนดิบ ดังนี้ Behavior = 1.816 + .530(Perception) + .312 (Attitude) – .390(Anxiety) หรือเขียนได้ว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ = 1.816 + .530(การรับรู้เกี่ยวกับ AI) + .312(ทัศนคติต่อ AI) – .390(ความวิตกกังวลในการใช้ AI) ผลการศึกษา คือ

ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางบวกกับพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ การรับรู้เกี่ยวกับ AI โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .530 อิทธิพลของทัศนคติต่อ AI โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .312 ส่วนปัจจัยที่มีความสัมพันธ์ทางลบกับพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ได้แก่ ความวิตกกังวลในการใช้ AI โดยมีค่าสัมประสิทธิ์เท่ากับ .390 ซึ่งหมายความว่า การรับรู้เกี่ยวกับ AI ทัศนคติต่อ AI และความวิตกกังวลในการใช้ AI เป็นปัจจัยที่เป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ ซึ่งจากค่าสัมประสิทธิ์ดังกล่าวสามารถอธิบายได้ดังนี้

1) หากไม่พิจารณาการรับรู้เกี่ยวกับ AI ทัศนคติและความวิตกกังวลในการใช้ AI ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ จะพบว่า พฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงานนวดแผนไทยมีค่าอยู่ที่ระดับ 1.816 หน่วย 2) หากพนักงานนวดแผนไทยมีการรับรู้เกี่ยวกับ AI เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพิ่มขึ้น .530 หน่วย 3) หากพนักงานนวดแผนไทยมีทัศนคติต่อ AI เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการใช้ AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ เพิ่มขึ้น .312 หน่วย 4) หากพนักงานนวดแผนไทยมีความวิตกกังวลในการใช้ AI เพิ่มขึ้น 1 หน่วย จะมีผลทำให้พฤติกรรมการใช้AI เพื่อการสื่อสารภาษาอังกฤษ ลดลง .390 หน่วย

นอกจากนี้แล้วผลการวิจัยเชิงคุณภาพพบว่า ทัศนคติโดยรวมต่อการใช้ AI ช่วยสื่อสารภาษาอังกฤษ ผู้ให้ข้อมูลทุกคนแสดงทัศนคติเชิงบวกต่อการนำ AI มาใช้ในการสื่อสารภาษาอังกฤษกับลูกค้าต่างชาติ โดยสามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ระดับ คือ กลุ่มที่เห็นด้วยอย่างมาก กลุ่มที่เห็นด้วยแบบมีเงื่อนไข และกลุ่มที่เห็นด้วยในเชิงกลยุทธ์ธุรกิจ สำหรับประเด็นร่วมที่โดดเด่นที่สุดคือผู้ให้ข้อมูลทุกรายเห็นพ้องกันว่า AI ควรทำหน้าที่เป็น "เครื่องมือเสริมศักยภาพ" มากกว่า "เครื่องมือทดแทน" โดยเฉพาะในด้านที่ต้องการความเป็นมนุษย์และความอบอุ่นในการสื่อสาร

เพื่อศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและความต้องการเพิ่มเติมความรู้ด้านการใช้ปัญญาประดิษฐ์ของพนักงานนวดแผนไทย ด้านทักษะภาษาอังกฤษ กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 424 คน (100%) ต้องการพัฒนาทักษะการฟังเพื่อสนทนากับลูกค้า คำศัพท์เฉพาะทางด้านการนวดและสปา รวมถึงประโยคสำหรับรับมือข้อร้องเรียน โดยเห็นว่าวิธีที่ดีที่สุดในการพัฒนาคือการใช้แอปพลิเคชัน AI ช่วยเรียนรู้ 271 คน (63.92%) และเชื่อว่า AI ช่วยพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษได้ในระดับมาก 286 คน (67.45%)

ด้านความรู้การใช้ AI กลุ่มตัวอย่างทั้งหมด 424 คน (100%) ต้องการใช้ AI ฝึกออกเสียงภาษาอังกฤษและตอบคำถามลูกค้าอัตโนมัติ ระบุอุปสรรคหลักคือไม่มีเวลาและไม่มีผู้สอน และเห็นว่าสถานประกอบการควรจัดอบรมการใช้ AI โดย 343 คน (80.90%) ต้องการเรียนรู้แอปพลิเคชัน LINE แปลภาษา และ 231 คน (54.48%) ต้องการอบรมแบบกลุ่ม (ตอบได้มากกว่า 1 ข้อ)

ผลการวิจัยเชิงคุณภาพ พบว่าทักษะที่ต้องการพัฒนามากที่สุดคือการพูดอย่างคล่องแคล่วและน่าเชื่อถือในระดับวิชาชีพ รองลงมาคือการฟังสำเนียงที่หลากหลายและคำศัพท์เฉพาะทางตามบริบทงาน ด้านรูปแบบการเรียนรู้ผู้ให้ข้อมูลส่วนใหญ่ต้องการคลิปสั้นหรือบทเรียนไม่เกิน 10–15 นาที เนื่องจากข้อจำกัดด้านเวลา และเกือบทุกรายระบุว่าแอปและคอนเทนต์ภาษาอังกฤษทั่วไปในตลาดไม่ตอบโจทย์บริบทวิชาชีพ สะท้อนช่องว่างระหว่างทรัพยากรการเรียนภาษาที่มีอยู่กับความต้องการที่แท้จริงของกลุ่มวิชาชีพนี้

การอภิปรายผล

การศึกษาระดับการรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวล และพฤติกรรมการใช้ปัญญาประดิษฐ์ (AI) พบว่า การรับรู้ ทัศนคติ ความวิตกกังวล และพฤติกรรมการใช้ AI อยู่ในระดับ “มาก” โดยเฉพาะทัศนคติที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด สะท้อนให้เห็นว่าพนักงานนวดแผนไทยมีความพร้อมทางด้านจิตวิทยาในการยอมรับเทคโนโลยี ผลดังกล่าวสามารถอธิบายได้ด้วยแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีของ Davis (1989) ที่ระบุว่าการรับรู้ประโยชน์เป็นแรงผลักดันสำคัญให้เกิดการใช้งานจริงและสอดคล้องกับ Venkatesh and Bala (2008) ที่ชี้ว่าปัจจัยด้านการรับรู้และทัศนคติเป็นตัวกำหนดพฤติกรรมการใช้เทคโนโลยี

ในขณะเดียวกัน การที่ “ความวิตกกังวล” อยู่ในระดับสูงควบคู่กัน ไม่ได้สะท้อนข้อจำกัดเชิงลบเพียงอย่างเดียว แต่สามารถตีความในเชิงบวกได้ว่า ผู้ใช้มี “ความตระหนักรู้” (awareness) ต่อความเสี่ยงของเทคโนโลยี เช่น ความถูกต้องของการแปลหรือภาพลักษณ์ต่อผู้ใช้บริการ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Beaudry and Pinsonneault (2010) ที่อธิบายว่าอารมณ์เชิงลบสามารถกระตุ้นให้ผู้ใช้ระมัดระวังและใช้เทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณมากขึ้น

ดังนั้น การมีทั้งทัศนคติที่ดีและความวิตกกังวลในระดับสูง อาจสะท้อน “การยอมรับเทคโนโลยีอย่างมีสติ” (mindful adoption) ซึ่งเป็นลักษณะที่เอื้อต่อการใช้งานอย่างมีประสิทธิภาพในระยะยาว

การเปรียบเทียบพฤติกรรมการใช้ AI จำแนกตามเพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษ พบว่า เพศ อายุ และระดับความรู้ภาษาอังกฤษที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อพฤติกรรมการใช้ AI อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ .05 ความแตกต่างนี้สะท้อนว่า AI เป็นเครื่องมือที่ “ตอบสนองต่อความหลากหลายของผู้ใช้” (user diversity) ได้ดี กล่าวคือ ผู้ที่

มีพื้นฐานต่างกันสามารถใช้ AI ในรูปแบบที่เหมาะสมกับตนเอง เช่น ผู้ที่มีทักษะภาษาอังกฤษต่ำอาจใช้ AI เป็นเครื่องมือช่วยแปล ขณะที่ผู้ที่มีทักษะสูงอาจใช้เพื่อพัฒนาทักษะเพิ่มเติม ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Morris & Venkatesh (2000) ที่พบว่าปัจจัยด้านประชากรศาสตร์มีบทบาทต่อการยอมรับเทคโนโลยี

ดังนั้น ความแตกต่างที่พบจึงไม่ใช่ข้อจำกัด แต่เป็นหลักฐานที่สนับสนุนว่า AI มีความยืดหยุ่น (flexibility) และสามารถปรับใช้ได้กับกลุ่มผู้ใช้ที่หลากหลาย ซึ่งเป็นคุณลักษณะสำคัญของเทคโนโลยีในยุคดิจิทัล

การศึกษาอิทธิพลของการรับรู้ ทัศนคติ และความวิตกกังวลต่อพฤติกรรมการใช้ AI พบว่า ตัวแปรทั้งสามสามารถร่วมกันอธิบายพฤติกรรมการใช้ AI ได้ร้อยละ 40.8 (R^2 = 0.408) โดยการรับรู้เป็นตัวแปรที่มีอิทธิพลสูงสุด และความวิตกกังวลมีอิทธิพลเชิงลบ ค่า R^2 ที่ ค่อนข้างสูงสามารถตีความได้ว่า โมเดลที่พัฒนาขึ้นมี “ความสอดคล้องภายในสูง” (high internal consistency) และตัวแปรที่เลือกใช้สามารถอธิบายพฤติกรรมได้อย่างครอบคลุม โดยเฉพาะในบริบทเฉพาะกลุ่ม (context-specific) เช่น พนักงานนวดแผนไทยที่มีลักษณะงานคล้ายคลึงกัน ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Ajzen (1991) ที่ระบุว่าทัศนคติเป็นตัวทำนายพฤติกรรม และสอดคล้องกับ Venkatesh and Bala (2008) ที่เสนอว่าปัจจัยด้านการรับรู้และจิตวิทยามีบทบาทสำคัญต่อการใช้เทคโนโลยี

นอกจากนี้ ความสัมพันธ์ที่สูงระหว่างตัวแปรยังสะท้อนว่า “โครงสร้างแนวคิด” ที่ใช้ (TAM และ TPB) มีความเหมาะสมกับบริบทการศึกษานี้ ซึ่งสอดคล้องกับ Hair et al. (2017) ที่ระบุว่าในกรณีที่ตัวแปรมีความเกี่ยวข้อง เชิงแนวคิดสูง อาจให้ค่าความสามารถในการอธิบาย (explanatory power) สูงตามไปด้วย

ดังนั้น ผลการวิเคราะห์จึงสามารถมองได้ว่าเป็นหลักฐานสนับสนุนความเหมาะสมของโมเดลเชิงทฤษฎีในการอธิบายพฤติกรรมการใช้ AI ในบริบทวิชาชีพบริการ

การศึกษาความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและการใช้ AI พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดมี ความต้องการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษ โดยเฉพาะด้านการฟัง การพูด และคำศัพท์เฉพาะทาง และมีความต้องการให้มีการอบรมการใช้ AI การที่ผู้ตอบแบบสอบถามทั้งหมดแสดงความต้องการพัฒนา สะท้อนถึง “แรงจูงใจภายในสูง” (high intrinsic motivation) ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญของการเรียนรู้ตลอดชีวิต (lifelong learning) และเป็นสัญญาณที่ดีต่อการพัฒนาศักยภาพแรงงานในอุตสาหกรรมบริการ ผลดังกล่าวสอดคล้องกับ Alhaisoni and Alhaysony (2017) พบว่านักศึกษา EFL มีทัศนคติเชิงบวกต่อการใช้ Google Translate เพื่อสนับสนุนการเรียนรู้ภาษาในด้านคำศัพท์ การเขียนและการอ่าน

นอกจากนี้ ความต้องการให้มีการอบรม AI ยังสะท้อนถึงความพร้อมในการพัฒนาซึ่งสามารถนำไปสู่ การออกแบบหลักสูตรเฉพาะทาง เช่น English for Specific Purposes (ESP) ร่วมกับการใช้ AI ซึ่งเป็นแนวทางที่มีศักยภาพสูงในการยกระดับทักษะภาษาในบริบทอาชีพ ดังนั้น ผลการวิจัยในส่วนนี้จึงไม่เพียงสะท้อนความต้องการของผู้ใช้ แต่ยังเป็นโอกาสเชิงนโยบายในการพัฒนาอุตสาหกรรมการบริการของประเทศไทย

องค์ความรู้ใหม่

จากผลการวิจัยเบื้องต้นสามารถสรุปเป็นองค์ความรู้ใหม่ได้ 5 ประเด็นดังนี้ 1) AI ช่วยแปลภาษามีบทบาทในฐานะเป็นเครื่องมือช่วยแปลมากกว่าการเข้ามาทำหน้าที่แทนมนุษย์เนื่องจาก AI ยังไม่สามารถเข้าถึงวัฒนธรรมและความละเอียดอ่อนในการใช้คำหรือการสร้างภาษาเหมือนมนุษย์ได้โดยเฉพาะด้านการนวดแผนไทยที่มีศัพท์เฉพาะด้าน 2) พนักงานนวดมีความคิดเห็นตรงกันว่า AI แปลภาษามีความสำคัญและมีประโยชน์มากแต่ทั้งนี้กลับกลัวการใช้ AI กลัวความผิดพลาด ทั้งที่มีทัศนคติที่ดีต่อ AI แต่กลับมีความวิตกกังวลในระดับสูงข้อค้นพบนี้กลับสะท้อนให้เห็นว่าพนักงานนวดแผนไทยมีการยอมรับเทคโนโลยีอย่างมีวิจารณญาณและไม่ประมาทโดยต้องเตรียมตัวให้พร้อมก่อนการใช้งานจริง (ซึ่งบุคคลกลุ่มนี้สามารถพัฒนาได้รวดเร็ว) 3) วิธีพัฒนาทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของพนักงาน

นวดแผนไทยควรใช้วิธีการอบรมในสถานประกอบการก่อนเป็นกลุ่มเล็กๆแล้วค่อยขยายฐานไปสู่การพัฒนาแอปพลิเคชันฝึกทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษด้านการนวดโดยตรง ทั้งนี้อาจหมายรวมถึงคลังคำศัพท์เฉพาะการนวดแผนไทยด้วย 4) พนักงานนวดแผนไทยต้องการสื่อสารภาษาอังกฤษได้ด้วยตนเองมากกว่าการพึ่งพา AI ตลอดไปเพราะการสื่อสารด้วยตนเองนั้นสามารถสร้างมิตรภาพและความสัมพันธ์ของตนเองกับลูกค้าชาวต่างชาติได้ดีกว่า 5) พนักงานนวดแผนไทยทุกคนมีความพร้อมในการพัฒนาทักษะภาษาอังกฤษและยินดีที่จะอบรมเพื่อเพิ่มทักษะการสื่อสารภาษาอังกฤษของตนเองทั้งทางตรงและผ่านเทคโนโลยี

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ระดับนโยบายและสถาบัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรร่วมกันพัฒนาคลังข้อมูลคำศัพท์เฉพาะทางด้านการนวดแผนไทย พร้อมทั้งเพิ่มโมดูลการใช้เทคโนโลยีช่วยการสื่อสารสากลในหลักสูตรอบรมมาตรฐานฝีมือแรงงานไทยทุก ๆ หลักสูตร

1.2 ระดับสถานประกอบการควรมีการจัดอบรมแบบกลุ่มเล็กในสถานประกอบการควบคู่ไปกับการอบรมผ่านคลิปวิดีโอสั้นประมาณ 5–10 นาทีเพื่อสอนการใช้ AI ในบริบทการบริการจริง (อยู่ที่ไหนก็เรียนได้หรือว่างเมื่อไรก็เรียนได้)

1.3 ควรจัดทำแนวปฏิบัติด้านความปลอดภัยของข้อมูลเพื่อคุ้มครองความเป็นส่วนตัวของลูกค้า

1.4ระดับปฏิบัติการ พนักงานนวดควรใช้ AI ในฐานะครูฝึกส่วนตัวเพื่อเตรียมความพร้อมก่อนปฏิบัติงาน เช่น การฝึกฟังสำเนียงและเรียนรู้ประโยคสำหรับรับมือกับสถานการณ์ต่าง ๆ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยในอนาคตควรศึกษาเชิงทดลองเปรียบเทียบประสิทธิภาพและความแม่นยำในการแปลคำศัพท์เฉพาะทางด้านการแพทย์แผนไทยระหว่าง AI ทั่วไปกับ AI ที่ได้รับการฝึกฝนเฉพาะทาง เพื่อหาเครื่องมือที่เหมาะสมและปลอดภัยที่สุดสำหรับงานบริการ

2.2 ควรศึกษาในมุมมองของลูกค้าต่างชาติเกี่ยวกับความรู้สึกและ ความพึงพอใจเมื่อพนักงานใช้ AI ช่วยสื่อสาร เพื่อสะท้อนภาพลักษณ์ความเป็นมืออาชีพและลดความวิตกกังวลของพนักงาน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงการท่องเที่ยวและกีฬา. (2566). *สถิตินักท่องเที่ยวต่างชาติเดินทางเข้าประเทศไทย ม.ค.–ธ.ค. 2566 (เบื้องต้น).* https://www.mots.go.th/news/category/706.

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย. (2566). *รายงานประจำปี 2566*. https://www.tat.or.th/document-publications/annual-report.

Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, *50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T.

Alhaisoni, E., & Alhaysony, M. (2017). An investigation of Saudi EFL university students' attitudes towards the use of Google Translate. *International Journal of English Language Education*, *5*(1), 72–82. https://doi.org/10.5296/ijele.v5i1.10696.

Beaudry, A., & Pinsonneault, A. (2010). The other side of acceptance: Studying the direct and indirect effects of emotions on information technology use. *MIS Quarterly*, *34*(4), 689–710. https://doi.org/10.2307/25750701.

Burton-Jones, A., & Straub, D. W. (2006). Reconceptualizing system usage: An approach and empirical test. *Information Systems Research*, *17*(3), 228–246. https://doi.org/10.1287/isre.1060.0096.

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

Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. *MIS Quarterly*, *13*(3), 319–340. https://doi.org/10.2307/249008.

Ducar, C., & Schocket, D. H. (2018). Machine translation and the L2 classroom: Pedagogical solutions for making it work. *Foreign Language Annals*, *51*(4), 779–795. https://doi.org/10.1111/flan.12366.

Dudley-Evans, T., & St John, M. J. (1998). *Developments in English for specific purposes: A multi-disciplinary approach*. Cambridge University Press.

Eagly, A. H., & Chaiken, S. (1993). *The psychology of attitudes*. Harcourt Brace Jovanovich.

Global Wellness Institute. (2024). *Wellness economy in Thailand: Sector spotlight on spa and wellness tourism*. https://globalwellnessinstitute.org/geography-of-wellness/wellness-in-thailand/.

Google. (2026). *Google Translate turns 20: 1 billion users, 250 languages, and new AI features.* Retrieved March 2, 2026, from https://blog.google/products/translate/google-translate-20th-anniversary.

Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2017). *A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)* (2nd ed). Sage Publications.

Hutchinson, T., & Waters, A. (1987). *English for specific purposes: A learning-centred approach*. Cambridge University Press.

Lee, S. M. (2020). The impact of using machine translation on EFL students' writing. *Computer Assisted Language Learning*, *33*(3), 157–175. https://doi.org/10.1080/09588221.2018.1553186.

Lincoln, Y. S., & Guba, E. G. (1985). *Naturalistic inquiry*. Sage Publications.

McCarthy, J., Minsky, M. L., Rochester, N., & Shannon, C. E. (1955). *A proposal for the Dartmouth summer research project on artificial intelligence* [Unpublished proposal]. Dartmouth College.

Morris, M. G., & Venkatesh, V. (2000). Age differences in technology adoption decisions: Implications for a changing work force. *Personnel Psychology*, *53*(2), 375–403. https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2000.tb00206.x.

Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods: Integrating theory and practice* (4th ed). Sage Publications.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed). Free Press.

Russell, S. J., & Norvig, P. (2021). *Artificial intelligence: A modern approach* (4th ed.). Pearson.

Turner, R. C., & Carlson, L. (2003). Indexes of item-objective congruence for multidimensional items. *International Journal of Testing*, *3*(2), 163–171. https://doi.org/10.1207/S15327574IJT0302_5.

United Nations World Tourism Organization (UNWTO). (2024). International tourism to reach pre–pandemic levels in 2024. *World Tourism Barometer, 22*(1), 1–6. https://www.tourismticker.com/wp–content/uploads/2024/01/UNWTO_Barom24_01_January_Excerpt.pdf?utm_source=copilot.com.

Vaswani, A., Shazeer, N., Parmar, N., Uszkoreit, J., Jones, L., Gomez, A. N., Kaiser, Ł., & Polosukhin, I. (2017). Attention is all you need. *Advances in Neural Information Processing Systems*, *30*, 5998–6008. https://arxiv.org/abs/1706.03762.

Venkatesh, V., & Davis, F. D. (2000). A theoretical extension of the technology acceptance model: Four longitudinal field studies. *Management Science*, *46*(2), 186–204. https://doi.org/10.1287/mnsc.46.2.186.11926.

Venkatesh, V., & Bala, H. (2008). Technology acceptance model 3 and a research agenda on interventions. *Decision Sciences*, *39*(2), 273–315. https://doi.org/10.1111/j.1540–5915.2008.00192.x.

Vieira, L. N., O'Hagan, M., & O'Sullivan, C. (2021). Understanding the societal impacts of machine translation: A critical review of the literature on medical and legal use cases. *Information, Communication & Society*, *24*(11), 1515–1532. https://doi.org/10.1080/1369118X.2020.1776370.

Wang, Y. Y., & Wang, Y. S. (2019). Development and validation of an artificial intelligence anxiety scale. *Interactive Learning Environments*, *30*(4), 619–634. https://doi.org/10.1080/10494820.2019.1674887.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบ่มเพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

Incubation to enhance area-based development capacity through the social engineering process at Phetchabun Rajabhat University for improving well-being and quality of life among older persons

แก้วตา ผิวพรรณ[1]*
Kaewta Piwanpan[1]*

[1]คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์
[1] Faculty of Management Science, Phetchabun Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: kaewta.phi@pcru.ac.th[1]

Received: January 15, 2025 Revised: January 24, 2025 Accepted: February 10, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยเรื่องการบ่มเพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษาให้มีคุณลักษณะ 4 ประการตามพระบรมราโชบายด้านการศึกษา ส่งเสริมการพัฒนาวิศวกรสังคมให้มีทักษะการเป็นนักพัฒนาเพื่อชุมชน สนับสนุนการใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือวิศวกรสังคมในการจัดการความรู้ และพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่เพื่อยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ การวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยและพัฒนา (R&D) โดยประยุกต์วิธีการแบบผสมผสาน กลุ่มตัวอย่างประกอบด้วย นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ และผู้สูงอายุในพื้นที่เป้าหมาย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้ แบบสอบถามคุณภาพชีวิต และการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีพัฒนาการด้านทัศนคติ ทักษะการทำงาน และจิตสำนึกสาธารณะอยู่ในระดับมาก สามารถทำหน้าที่เป็นวิศวกรสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ ขณะที่ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก ทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคม นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นจากการใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมทั้งห้าประการมีความเหมาะสม ใช้ทรัพยากรท้องถิ่น และสามารถขยายผลได้ งานวิจัยสะท้อนให้เห็นว่ากระบวนการวิศวกรสังคมเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงการพัฒนานักศึกษา ชุมชน และผู้สูงอายุ เพื่อนำไปสู่การพัฒนาเชิงพื้นที่อย่างยั่งยืน

คำสำคัญ: วิศวกรสังคม, การพัฒนาเชิงพื้นที่, คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

Abstract

The research on incubation to enhance area-based development capacity through the social engineering process of student potential Phetchabun Rajabhat University aimed to: develop and enhance student potential to possess the four desirable attributes in accordance with the Royal Educational Philosophy; promote social engineers with competencies as community developers; support the utilization of community data and social engineering tools for knowledge management, and the development of area-based innovations; and improve the well-being and quality of life of older persons. This research utilized a research and development (R&D) methodology applying a mixed-methods approach. The sample included Phetchabun Rajabhat University students and older persons in the target areas. The tools consisted of a learning behavior assessment form, a quality-of-life questionnaires, and in-depth interviews. The findings revealed that students demonstrated significant development in attitudes, skills, and public consciousness, enabling them to effectively function as social engineers. Older persons reported a high overall level of quality of life across physical, psychological, and social dimensions. Innovations developed using the five social engineering tools were appropriate, low-cost, based on local resources, and scalable. The study confirms that the social engineering process serves as a vital mechanism connecting student development, community participation, and older persons' well-being towards sustainable area-based development.

Keywords: social engineering, area-based development, quality of life of older persons

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

สังคมโลกในศตวรรษที่ 21 กำลังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางประชากรศาสตร์ครั้งสำคัญ โดยองค์การสหประชาชาติรายงานว่าในปี ค.ศ. 2023 มีประชากรอายุ 65 ปีขึ้นไปมากกว่า 761 ล้านคน และคาดว่าจะเพิ่มขึ้นเกิน 1.6 พันล้านคนภายในปี ค.ศ. 2050 (United Nations Department of Economic and Social Affairs, 2024) แนวโน้มดังกล่าวส่งผลกระทบต่อโครงสร้างเศรษฐกิจและสังคมในวงกว้าง และเรียกร้องให้ประชาคมโลกเร่งปรับตัวเพื่อไม่ให้กลุ่มเปราะบางถูกทิ้งไว้ข้างหลัง (United Nations Development Programme, 2022) องค์การอนามัยโลกจึงได้ประกาศทศวรรษแห่งการสูงวัยอย่างมีสุขภาวะเพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุยังคงเป็นพลังขับเคลื่อนสังคมและลดปัญหาการเหยียดวัย (World Health Organization, 2021a, 2021b)

ในบริบทของประเทศไทย สถาบันอุดมศึกษามีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงนี้ UNESCO (2021) ได้เสนอแนวคิดสัญญาประชาคมใหม่ทางการศึกษาที่มุ่งให้การเรียนรู้ขยายออกสู่การแก้ปัญหาจริงในชุมชน สอดคล้องกับหลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นสมรรถนะและการปฏิบัติจริง (Swanson, 2022) มหาวิทยาลัยราชภัฏจึงได้กำหนดยุทธศาสตร์การสร้าง "วิศวกรสังคม" ให้นักศึกษาเป็นผู้นำการเปลี่ยนแปลงที่ทำงานร่วมกับชุมชน (นงรัตน์ อิสโร, 2564) อย่างไรก็ตาม การนำเครื่องมือวิศวกรสังคมมาใช้จริงเพื่อดูแลผู้สูงอายุยังประสบปัญหาขาดรูปแบบที่ชัดเจน โดยเฉพาะการเชื่อมโยงองค์ความรู้ทางวิชาการกับทุนทางสังคมของชุมชนอย่างเป็นระบบ ส่งผลให้การมีส่วนร่วมของชุมชนและการใช้ประโยชน์จากภูมิปัญญาท้องถิ่นยังไม่เต็มศักยภาพ (พิสมัย ศรีเนตร และคณะ, 2567; Guest et al., 2006)

การทบทวนวรรณกรรมพบว่างานวิจัยที่มีอยู่มักศึกษาแบบแยกส่วน กล่าวคือ ณรงค์กร ชัยวงศ์ และคณะ

(2567) นำเสนอรูปแบบนวัตกรรมทางสังคมเพื่อสุขภาวะผู้สูงอายุโดยเน้นการมีส่วนร่วมของชุมชน แต่ยังขาดการเชื่อมโยงกับกลไกพลังนักศึกษา ขณะที่ สมชัย ปราบรัตน และคณะ (2567) มุ่งพัฒนาทักษะดิจิทัลสำหรับแรงงานผู้สูงอายุในระดับบุคคลมากกว่าระบบนิเวศสังคม ส่วนงานของ ชุติพงศ์ คงสันเทียะ และคณะ (2566) และ พิศมัย นามพรม และคณะ (2563) แสดงให้เห็นความเข้มแข็งของภูมิปัญญาชุมชน แต่ยังแยกส่วนจากการดูแลสุขภาวะผู้สูงอายุ ช่องว่างการวิจัยที่สำคัญจึงอยู่ที่การขาด "โซ่ข้อกลาง" ที่บูรณาการทุนทางวัฒนธรรมและพลังนักศึกษาเข้าด้วยกันเพื่อแก้ปัญหาสังคมสูงวัยอย่างเป็นระบบ

การวิจัยครั้งนี้จึงออกแบบกระบวนการโดยประยุกต์ใช้กรอบแนวคิดทศวรรษแห่งการสูงวัยอย่างมีสุขภาวะ (Keating, 2022) เป็นฐานคิด และใช้วิธีการวิจัยแบบผสมผสาน (Creswell & Plano Clark, 2018) ร่วมกับการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึก (Miles et al., 2014) เพื่อถอดบทเรียนความสำเร็จ โดยมุ่งสร้างนวัตกรรมสังคม (Mulgan, 2019) ที่อาศัยการมีส่วนร่วมของชุมชนจากภายใน (พระวินัย อานนฺโท, 2566) เพื่อความยั่งยืน ผลที่คาดว่าจะได้รับไม่เพียงแต่ผู้สูงอายุมีสุขภาวะที่ดีขึ้น แต่ยังเป็นการสร้าง "ต้นแบบ" การบูรณาการพันธกิจมหาวิทยาลัยกับการพัฒนาท้องถิ่นที่สามารถขยายผลได้ในวงกว้าง อันนำไปสู่การพัฒนาสังคมที่ยั่งยืนและลดความเหลื่อมล้ำระหว่างวัยได้อย่างเป็นรูปธรรม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ให้มีคุณลักษณะ 4 ประการตามพระบรมราโชบายด้านการศึกษา

2. เพื่อส่งเสริมและพัฒนาวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

3. เพื่อสนับสนุนการใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือตามกรอบงานวิศวกรสังคม ในการจัดการความรู้ และพัฒนานวัตกรรมพัฒนาเชิงพื้นที่ เพื่อยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

4. เพื่อพัฒนานวัตกรรม โดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมทั้งห้าประการตามกระบวนการพัฒนาสมรรถนะของวิศวกรสังคม และเสริมสร้างศักยภาพวิศวกรสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การทบทวนวรรณกรรม

การวิจัยครั้งนี้มุ่งพัฒนารูปแบบกิจกรรมวิศวกรสังคมเพื่อสร้างนวัตกรรมสังคมสำหรับผู้สูงอายุ โดยสังเคราะห์แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องออกเป็น 4 ประเด็นหลัก ดังนี้

แนวคิดนวัตกรรมสังคมกับพลวัตการเปลี่ยนแปลง

นวัตกรรมสังคม (social innovation) ถือเป็นกลไกสำคัญในการแก้ปัญหาซับซ้อนแห่งศตวรรษที่ 21 โดย Mulgan (2019) นิยามว่าเป็นกิจกรรมหรือบริการใหม่ที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมได้มีประสิทธิภาพยิ่งกว่าทางเลือกเดิม โดยมีหัวใจสำคัญอยู่ที่การสร้างความสัมพันธ์และความร่วมมือใหม่ทางสังคม สอดคล้องกับ United Nations Development Programme (2022) ที่เน้นว่าการแก้ปัญหาความเปราะบางในยุคแห่งความไม่แน่นอนต้องอาศัยนวัตกรรมที่เกิดจากฐานราก (grassroot innovation) ในบริบทไทย ณรงค์กร ชัยวงศ์ และคณะ (2567) พบว่าความสำเร็จของการสร้างสุขภาวะผู้สูงอายุระดับชุมชนเกิดจาก "กระบวนการชุมชน" ที่คนในพื้นที่ร่วมออกแบบระบบดูแลกันเอง ทว่าความท้าทายสำคัญยังคงเป็นเรื่องความยั่งยืน ซึ่งต้องผูกโยงนวัตกรรมเข้ากับระบบการเรียนรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นที่ดำรงอยู่แล้วในวิถีชีวิต

กรอบแนวคิดพฤฒพลังและการสูงวัยอย่างมีสุขภาวะ

การรับมือกับสังคมสูงวัยอย่างยั่งยืนต้องเปลี่ยนกระบวนทัศน์จาก “ภาระ” สู่ “พลัง” ตามกรอบทศวรรษแห่งการสูงวัยอย่างมีสุขภาวะ (decade of healthy ageing) ที่เน้นการสร้างขีดความสามารถ (functional ability) ให้ผู้สูงอายุทำในสิ่งที่ตนให้คุณค่าได้ (World Health Organization, 2021a) ทางด้านของ Keating (2022) ย้ำว่าสุขภาวะผู้สูงอายุสัมพันธ์อย่างแนบแน่นกับสภาพแวดล้อมทางสังคม การมีส่วนร่วม และการได้รับการยอมรับในศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ ขณะที่อคติทางวัยถือเป็นอุปสรรคสำคัญที่กีดกันผู้สูงอายุออกจากกิจกรรมทางสังคม (World Health Organization, 2021b) งานวิจัยในประเทศตอบโจทย์นี้หลากมิติ โดย สมชัย ปราบรัตน และคณะ (2567) เสริมพลังในมิติเศรษฐกิจผ่านการพัฒนาทักษะใหม่ (reskill) ให้แรงงานผู้สูงอายุในยุคดิจิทัล แต่ในมิติจิตใจและสังคม ชุติพงศ์ คงสันเทียะ และคณะ (2566) แสดงให้เห็นว่า “ทุนทางวัฒนธรรม” อย่างงานฝีมือภูมิปัญญาท้องถิ่นทรงพลังยิ่งกว่า เพราะสร้างพื้นที่ทางสังคมให้ผู้สูงอายุแสดงศักยภาพตามหลักการ Active Ageing อย่างเป็นรูปธรรม

บทบาทของวิศวกรสังคมและการจัดการทุนทางวัฒนธรรม

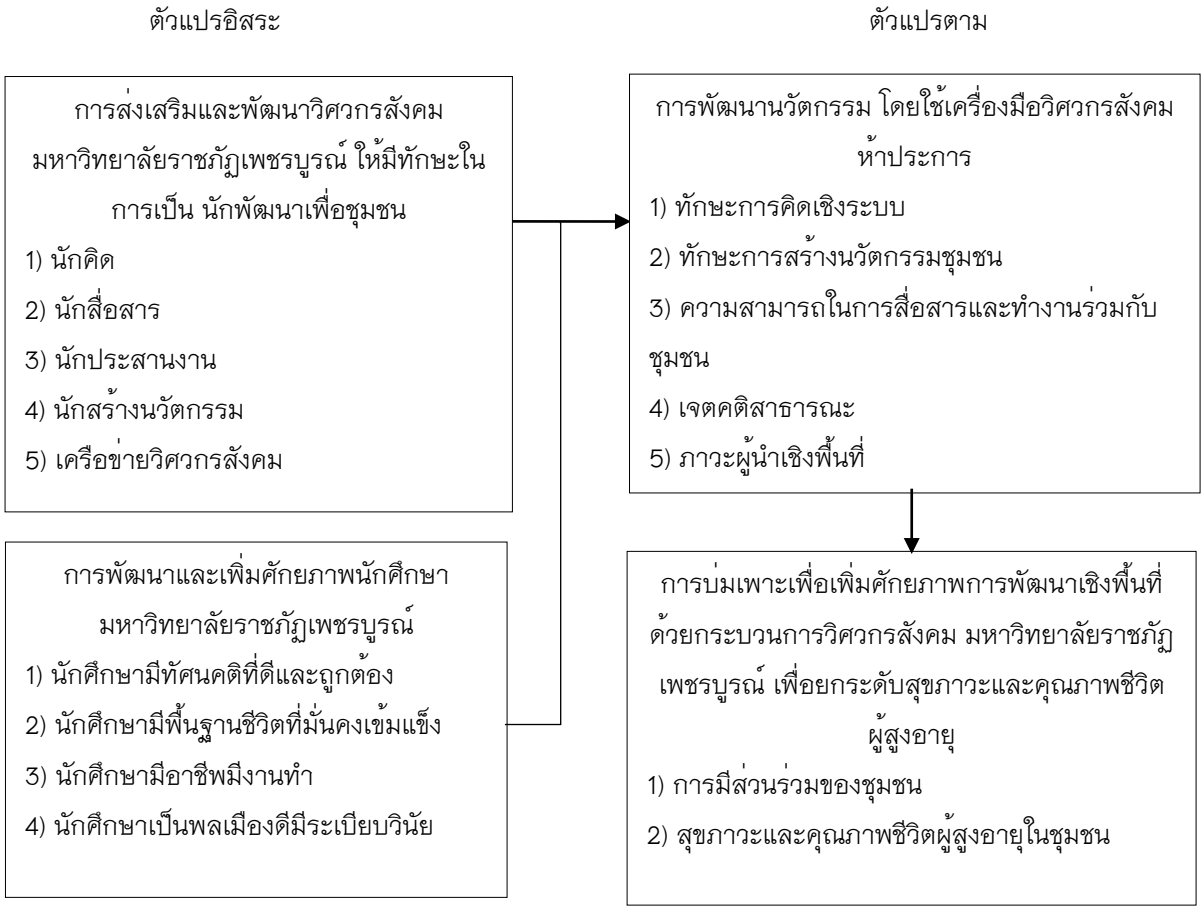
แนวคิด "วิศวกรสังคม" ในบริบทอุดมศึกษาไทยเป็นการตอบสนองต่อสัญญาประชาคมใหม่ทางการศึกษา (UNESCO, 2021) ที่ต้องการให้การศึกษาเป็นกลไกสร้างความเป็นธรรมทางสังคม โดยบ่มเพาะทักษะ soft skills ผ่านการลงมือทำจริง (learning by doing) ตามหลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ Swanson (2022) ให้นักศึกษาทำหน้าที่เป็น “โซ่ข้อกลาง” เชื่อมองค์ความรู้สากลกับภูมิปัญญาท้องถิ่น พระวินัย อานนฺโท (2566) พบว่าปัจจัยความสำเร็จของการพัฒนาชุมชนคือ "การระเบิดจากข้างใน" แต่ชุมชนมักขาดผู้นำการเปลี่ยนแปลง (change agents) ที่มีทักษะจัดการข้อมูลและนวัตกรรม ซึ่ง พิศมัย นามพรม และคณะ (2563) ก็ยืนยันว่ากลไกขับเคลื่อนจะเข้มแข็งเมื่อมีการหนุนเสริมทางวิชาการจากภายนอก การบูรณาการบทบาทวิศวกรสังคมเข้ากับการจัดการทุนทางวัฒนธรรมเพื่อผู้สูงอายุจึงเป็นช่องว่างสำคัญที่งานวิจัยนี้มุ่งเติมเต็ม เพื่อสร้างโมเดลการพัฒนาที่ยั่งยืน

แนวคิดเกี่ยวกับผู้สูงอายุ สุขภาวะ และคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

การศึกษาประเด็นผู้สูงอายุในงานวิจัยสมัยใหม่เชื่อมโยงกับแนวคิดสุขภาวะ (well-being) และคุณภาพชีวิต (quality of life) อย่างแยกไม่ออก โดยการดำรงชีวิตที่ดีครอบคลุมทั้งมิติทางจิตใจ สังคม เศรษฐกิจ และการมีส่วนร่วมในชุมชน (World Health Organization, 2021a; Bowling, 2005) สอดคล้องกับกรอบ Active Ageing ที่เน้นสร้างโอกาสให้ผู้สูงอายุมีบทบาทในสังคม มีความมั่นคงทางเศรษฐกิจ และมีความสัมพันธ์ทางสังคมที่เกื้อกูล ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อสุขภาวะและคุณค่าในตนเอง ในบริบทการพัฒนาชุมชน Phillips et al. (2010) ชี้ว่าการให้ผู้สูงอายุถ่ายทอดความรู้และภูมิปัญญาท้องถิ่นสู่คนรุ่นใหม่ไม่เพียงยกระดับคุณภาพชีวิตของตนเอง แต่ยังเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในระยะยาว การพัฒนานักศึกษาให้เป็น "วิศวกรสังคม" จึงเป็นกลไกสำคัญในการเชื่อมโยงการเรียนรู้ของนักศึกษากับการยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในระดับชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม

กรอบแนวคิดของการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยบูรณาการตัวแปรหลัก 3 ด้าน ได้แก่ 1) การบ่มเพาะวิศวกรสังคมที่มุ่งสร้างสมรรถนะ 5 ประการ คือ นักคิด นักสื่อสาร นักประสานงาน นักสร้างนวัตกรรม และการทำงานเป็นเครือข่าย 2) การพัฒนานวัตกรรมโดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการที่มีรากฐานจากแนวคิดนวัตกรรมสังคมและการเรียนรู้จากการปฏิบัติจริง และ 3) การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาให้เป็นบัณฑิตที่มีคุณธรรมและความรับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดการศึกษาตลอดช่วงชีวิต (UNESCO, 2021) การบูรณาการทั้งสามด้านนี้เป็นฐานสำคัญในการเชื่อมโยงกระบวนการวิศวกรสังคมกับการส่งเสริมสุขภาวะของผู้สูงอายุในชุมชนได้อย่างเป็นองค์รวม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน (mixed methods research) ที่บูรณาการข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน เพื่ออธิบายผลลัพธ์การพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคมได้อย่างรอบด้าน รูปแบบดังกล่าวมีความเหมาะสมต่อการศึกษาประเด็นคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุในบริบทชุมชนที่มีความซับซ้อน

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

การกำหนดประชากรและกลุ่มตัวอย่างแบ่งออกเป็น 2 ส่วน ตามลักษณะการเก็บข้อมูลแบบผสมผสาน ได้แก่ 1) การศึกษาเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่าง คือ นักศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ที่เข้าร่วมโครงการบ่มเพาะวิศวกรสังคม โดยคัดเลือกแบบเฉพาะเจาะจง จำนวน 100 คน เพื่อทำหน้าที่เป็นแกนนำในการดำเนินกิจกรรมเชิงพื้นที่และตอบแบบสอบถามประเมินผลการพัฒนาทักษะ และ 2) การศึกษาเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (key informant) คือ ผู้สูงอายุในพื้นที่เป้าหมาย คัดเลือกแบบเจาะจงจำนวน 30 คน โดยใช้การสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มเพื่อสะท้อนมุมมองและประสบการณ์จากการดำเนินกิจกรรม การออกแบบดังกล่าวช่วยให้การวิจัยสะท้อนทั้งมุมมองของผู้ปฏิบัติงานและผู้ได้รับผลกระทบจากการพัฒนาได้อย่างครอบคลุม (Creswell & Plano Clark, 2018)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือวิจัยประกอบด้วยเครื่องมือเชิงปริมาณ ได้แก่ แบบประเมินพฤติกรรมการเรียนรู้และแบบทดสอบวัดผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนของนักศึกษาวิศวกรสังคม แบบประเมินความพึงพอใจ และแบบสอบถามคุณภาพชีวิต

ผู้สูงอายุซึ่งพัฒนาตามกรอบคุณภาพชีวิตขององค์การอนามัยโลก เครื่องมือเชิงคุณภาพประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างและแนวคำถามสำหรับการอภิปรายกลุ่ม เครื่องมือทุกฉบับผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ได้ค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 และทดสอบความเชื่อมั่นด้วยค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค (α) ได้ค่าเท่ากับ 0.891 ซึ่งอยู่ในเกณฑ์ยอมรับได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลดำเนินการทั้งในรูปแบบก่อนและหลังการอบรม การลงพื้นที่ปฏิบัติงานจริง และการจัดเวทีแลกเปลี่ยนเรียนรู้ระดับพื้นที่และระดับเครือข่าย ข้อมูลเชิงปริมาณได้จากการทำแบบประเมินและแบบสอบถาม ขณะที่ข้อมูลเชิงคุณภาพได้จากการสัมภาษณ์เชิงลึก การอภิปรายกลุ่ม และการจดบันทึกภาคสนาม โดยมีอาจารย์ที่ปรึกษาและคณะผู้วิจัยทำหน้าที่กำกับคุณภาพข้อมูลตลอดกระบวนการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลเชิงปริมาณใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการทดสอบค่าทีเพื่อเปรียบเทียบผลก่อนและหลังการพัฒนา ส่วนข้อมูลเชิงคุณภาพวิเคราะห์ด้วยวิธีการวิเคราะห์เนื้อหาและการวิเคราะห์เชิงประเด็น เพื่อสังเคราะห์บทเรียน รูปแบบการดำเนินงาน และข้อเสนอเชิงพัฒนาที่สามารถนำไปใช้ต่อยอดเชิงนโยบายและเชิงปฏิบัติในบริบทพื้นที่ได้อย่างยั่งยืน (Miles et al., 2014)

ผลการวิจัย

1. ผลการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ นำเสนอผลการวิจัยให้สอดคล้องกับกรอบแนวคิดการวิจัย โดยใช้ข้อมูลทั้งเชิงปริมาณจากแบบสอบถามและแบบประเมินผลการพัฒนา และข้อมูลเชิงคุณภาพจากการสัมภาษณ์เชิงลึกและการสนทนากลุ่มกับนักศึกษาและผู้สูงอายุ สามารถสรุปสาระสำคัญได้ดังตาราง 1

ตาราง 1 ผลการพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษาตามพระบรมราโชบายด้านการศึกษา และการยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

ประเด็นการศึกษา	ตัวชี้วัด / องค์ประกอบ	ผลการวิจัยที่ค้นพบ
1. การพัฒนาศักยภาพนักศึกษาตามพระบรมราโชบาย	1.1 ทัศนคติที่ดีและถูกต้อง	ทัศนคติเชิงบวกต่อการทำงานเพื่อชุมชนระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.32) มีจิตสำนึกสาธารณะและเห็นคุณค่าผู้สูงอายุ
	1.2 พื้นฐานชีวิตมั่นคง	สมรรถนะการแก้ปัญหาและทำงานกับชุมชนระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.18) มีความอดทนและยึดมั่นคุณธรรม
	1.3 มีอาชีพ มีงานทำ	ทักษะจำเป็นด้านการสื่อสาร ทีมงาน และนวัตกรรมระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.26)
	1.4 เป็นพลเมืองดีมีระเบียบวินัย	ความรับผิดชอบและการมีส่วนร่วมสาธารณะระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.24)

ตาราง 1 (ต่อ)

ประเด็นการศึกษา	ตัวชี้วัด / องค์ประกอบ	ผลการวิจัยที่ค้นพบ
2. ผลสัมฤทธิ์เชิงประจักษ์ของนักศึกษา	2.1 พฤติกรรมการเรียนรู้	การมีส่วนร่วม ความรับผิดชอบ ทีมงานเพิ่มขึ้น ($\overline{X}$ = 4.20)
	2.2 ผลสัมฤทธิ์ทางการเรียน	คะแนนเพิ่มจาก 5.74 เป็น 8.65 (ก่อน–หลังอบรม)
	2.3 ผลการปฏิบัติงาน	ระดับสูง ($\overline{X}$= 4.70) โดยเฉพาะการสร้างการมีส่วนร่วมกับชุมชน
3. การยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ	3.1 คุณภาพชีวิตโดยรวม	ระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.30) รู้สึกชีวิตมีความหมายและพึงพอใจ
	3.2 สุขภาวะทางกาย	นวัตกรรม เช่น หมอนหลอดลมยาง ช่วยลดความเสี่ยงหกล้มและส่งเสริมสุขภาพ
	3.3 สุขภาวะทางจิตและสังคม	กิจกรรมลดความเหงา ซึมเศร้า สร้างความรู้สึกมีคุณค่า ลดช่องว่างวัย
	3.4 การพึ่งพาตนเอง	นวัตกรรมอาชีพเสริมช่วยเพิ่มรายได้และการพึ่งพาตนเอง

จากตาราง 1 กระบวนการบ่มเพาะวิศวกรสังคมสามารถบูรณาการการพัฒนานักศึกษาตามพระบรมราโชบาย ด้านการศึกษาเข้ากับการยกระดับสุขภาวะผู้สูงอายุได้อย่างเป็นรูปธรรม การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติจริงช่วยสร้างบัณฑิตที่มีคุณธรรมและสมรรถนะ ขณะที่ผู้สูงอายุได้รับประโยชน์จากนวัตกรรมและกิจกรรมที่ตอบสนองความต้องการจริง

2. ผลการส่งเสริมและพัฒนาวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผลการวิจัยด้านการส่งเสริมและพัฒนาวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ รายละเอียดดังตาราง 2

ตาราง 2 ผลการพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมและการสร้างเครือข่ายเพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ

ประเด็นการศึกษา	ตัวชี้วัด / องค์ประกอบ	ผลการวิจัยที่ค้นพบ
1. การพัฒนาทักษะวิศวกรสังคม 4 ประการ	นักคิด (thinker)	วิเคราะห์ปัญหาเชิงระบบและเสนอแนวทางได้เหมาะสม ($\overline{X}$ =4.35)
	นักสื่อสาร (communicator)	สื่อสารข้อมูลสุขภาพ รับฟังชุมชน มีความเห็นอกเห็นใจ ($\overline{X}$ = 4.42)
	นักประสานงาน (coordinator)	เชื่อมโยงผู้นำและภาคีเครือข่ายทำงานร่วมกันได้ดี ($\overline{X}$ = 4.36)
	นักสร้างนวัตกรรม (innovator)	สร้างนวัตกรรมต้นแบบตอบโจทย์จริง เช่น หมอนหลอดลมยาง ($\overline{X}$ = 4.25)

ตาราง 2 (ต่อ)

2. ภาพรวมสมรรถนะ	ผลประเมินรวม	พฤติกรรมวิศวกรสังคมโดยรวมระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.20)
3. เครือข่ายวิศวกรสังคม	กลไกและความยั่งยืน	ทำงานเพื่อนช่วยเพื่อน แลกเปลี่ยนเรียนรู้ ต่อเนื่อง ขยายผลได้ ($\overline{X}$ = 4.41)
	องค์ประกอบ	ประกอบด้วยนักศึกษา คณาจารย์ ผู้นำชุมชน ภาคีเครือข่าย ทำงานสหสาขา
4. การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ	ระดับการมีส่วนร่วม	สูงกว่าเป้าหมายมาก ($\overline{X}$ = 4.93) ผู้สูงอายุเปลี่ยนจากผู้รับเป็นผู้ร่วมสร้างสรรค์
5. คุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ	คุณภาพชีวิตโดยรวม	ระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.30) พึงพอใจและรู้สึกมั่นคง
	สุขภาวะจิตและสังคม	ลดความเหงา ซึมเศร้า รู้สึกมีคุณค่า ($\overline{X}$ = 4.88–4.89)
	สุขภาวะทางกาย	นวัตกรรมฟื้นฟูสมรรถภาพ ลดเสี่ยงหกล้ม ส่งเสริมดูแลตนเอง

จากตาราง 2 การพัฒนาทักษะวิศวกรสังคมทั้ง 4 ประการ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.20) โดยเฉพาะทักษะด้านการสื่อสารและประสานงานที่มีค่าเฉลี่ยสูงกว่าด้านอื่น การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุ ($\overline{X}$ = 4.93) และคุณภาพชีวิตโดยรวม ($\overline{X}$ = 4.30) สะท้อนว่ากิจกรรมและนวัตกรรมส่งเสริมสุขภาวะได้อย่างเป็นรูปธรรม

3. ผลการสนับสนุนการนำใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือตามกรอบงานวิศวกรสังคม

ผลการวิจัยด้านการสนับสนุนการใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือวิศวกรสังคม เพื่อการถอดบทเรียน การจัดการความรู้ และการพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่สำหรับผู้สูงอายุ รายละเอียดดังตาราง 3

ตาราง 3 ผลการสนับสนุนการใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือวิศวกรสังคมเพื่อการพัฒนาพื้นที่

ประเด็นการศึกษา	เครื่องมือ / กระบวนการสำคัญ	ผลการวิจัยที่ค้นพบ
1. ประสิทธิผลของเครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการ	เครื่องมือฟ้าประทาน	ค้นหา/วิเคราะห์ทุนทางสังคม ภูมิปัญญาสมุนไพร เครือข่ายผู้สูงอายุ
	Timeline พัฒนาการ	วิเคราะห์ประวัติชุมชนและสุขภาพผู้สูงอายุ วางแผนกิจกรรมต่อเนื่อง
	การลงพื้นที่	เรียนรู้บริบทชุมชนจริง เก็บข้อมูลปัญหาและศักยภาพผู้สูงอายุ
	การระเบิดจากข้างใน	ส่งเสริมชุมชนวิเคราะห์และออกแบบแนวทางเอง สร้างความเป็นเจ้าของ
	การสร้างนวัตกรรม	ใช้ข้อมูลชุมชนพัฒนานวัตกรรม เน้นแก้ปัญหาจริงและนำไปใช้ได้

ตาราง 3 (ต่อ)

ประเด็นการศึกษา	เครื่องมือ / กระบวนการสำคัญ	ผลการวิจัยที่ค้นพบ
2. การวิเคราะห์ข้อมูลชุมชน	สรุปปัญหาและโอกาส	ระบุปัญหาผู้สูงอายุ 5 ด้าน (กาย จิต เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความรู้) และทุนทางสังคม
3. การจัดการความรู้ (KM)	เวทีถอดบทเรียน	แปลง 'ข้อมูลดิบ' เป็น 'องค์ความรู้เชิงปฏิบัติ' พัฒนานวัตกรรมเหมาะบริบทพื้นที่
4. นวัตกรรมเชิงพื้นที่	คณะพยาบาลศาสตร์	'หมอนหลอดลมยาง' ลดแผลกดทับและเสี่ยงหกล้ม
	คณะวิทยาการจัดการ	'ยาดมและลูกประคบสมุนไพร' สร้างอาชีพเสริม
	คณะเกษตรศาสตร์	'กิจกรรมนันทนาการเติมสุขวัยเก๋า' ลดความเหงา
	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	'อุปกรณ์ฝึกทรงตัวจากวัสดุชุมชน' แก้ปัญหากล้ามเนื้ออ่อนแรง
5. ความพึงพอใจ	ภาพรวมกระบวนการ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพึงพอใจระดับ 'มากที่สุด' ($\bar{X}$ =4.70)

จากตาราง 3 การใช้ข้อมูลชุมชนควบคู่เครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการ เป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพสูงในการถอดบทเรียน จัดการความรู้ และพัฒนานวัตกรรมที่ตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุได้ตรงจุด ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีความพึงพอใจในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ = 4.70)

4. ผลการพัฒนานวัตกรรม โดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการ ตามกระบวนการพัฒนาสมรรถนะของวิศวกรสังคม

ตาราง 4 ผลการพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่และการขับเคลื่อนเครือข่ายวิศวกรสังคม

ประเด็นการศึกษา	พื้นที่ / กลุ่มดำเนินการ	นวัตกรรมหรือผลลัพธ์ที่พัฒนาได้
1. การพัฒนานวัตกรรมต้นแบบ (รายคณะ)	เครื่องมือฟ้าประทาน	ค้นหา/วิเคราะห์ทุนทางสังคม ภูมิปัญญาสมุนไพร เครือข่ายผู้สูงอายุ
	Timeline พัฒนาการ	วิเคราะห์ประวัติชุมชนและสุขภาพผู้สูงอายุ วางแผนกิจกรรมต่อเนื่อง
	การลงพื้นที่	เรียนรู้บริบทชุมชนจริง เก็บข้อมูลปัญหาและศักยภาพผู้สูงอายุ
	การระเบิดจากข้างใน	ส่งเสริมชุมชนวิเคราะห์และออกแบบแนวทางเอง สร้างความเป็นเจ้าของ
	การสร้างนวัตกรรม	ใช้ข้อมูลชุมชนพัฒนานวัตกรรม เน้นแก้ปัญหาจริงและนำไปใช้ได้
	สรุปปัญหาและโอกาส	ระบุปัญหาผู้สูงอายุ 5 ด้าน (กาย จิต เศรษฐกิจ สิ่งแวดล้อม ความรู้) และทุนทางสังคม
2. ศักยภาพการปฏิบัติงาน	เวทีถอดบทเรียน	แปลง 'ข้อมูลดิบ' เป็น 'องค์ความรู้เชิงปฏิบัติ' พัฒนานวัตกรรมเหมาะบริบทพื้นที่
	คณะพยาบาลศาสตร์	'หมอนหลอดลมยาง' ลดแผลกดทับและเสี่ยงหกล้ม
	คณะวิทยาการจัดการ	'ยาดมและลูกประคบสมุนไพร' สร้างอาชีพเสริม
3. ผลกระทบต่อผู้สูงอายุ	คณะเกษตรศาสตร์	'กิจกรรมนันทนาการเติมสุขวัยเก๋า' ลดความเหงา
	คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี	'อุปกรณ์ฝึกทรงตัวจากวัสดุชุมชน' แก้ปัญหากล้ามเนื้ออ่อนแรง
	ภาพรวมกระบวนการ	ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องพึงพอใจระดับ 'มากที่สุด' (M=4.70)
4. ความเหมาะสมและการขยายผล	เครื่องมือฟ้าประทาน	ค้นหา/วิเคราะห์ทุนทางสังคม ภูมิปัญญาสมุนไพร เครือข่ายผู้สูงอายุ
	Timeline พัฒนาการ	วิเคราะห์ประวัติชุมชนและสุขภาพผู้สูงอายุ วางแผนกิจกรรมต่อเนื่อง

จากตาราง 4 นวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นแต่ละคณะสามารถแก้ปัญหาจริงของชุมชน ใช้ทรัพยากรท้องถิ่น ต้นทุนต่ำ และมีแนวโน้มขยายผลสู่พื้นที่อื่นได้ ผลการปฏิบัติงานของนักศึกษาวิศวกรสังคม ($\bar{X}$ = 4.70) และการมีส่วนร่วมชุมชน ($\bar{X}$ = 4.93) ยืนยันประสิทธิภาพของกระบวนการ

การอภิปรายผล

ผลการวิจัยเรื่องการพัฒนารูปแบบกิจกรรมวิศวกรสังคมเพื่อเสริมสร้างนวัตกรรมสังคมสำหรับผู้สูงอายุ ได้นำไปสู่ข้อค้นพบสำคัญที่ชี้ให้เห็นว่า การบูรณาการศักยภาพของนักศึกษาร่วมกับทุนทางวัฒนธรรมในชุมชนเป็นกลไกที่มีประสิทธิภาพในการยกระดับคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ โดยสามารถอภิปรายผลในประเด็นสำคัญได้ดังนี้

1. การพัฒนาและเพิ่มศักยภาพนักศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

ผลการศึกษาพบว่ารูปแบบกิจกรรมวิศวกรสังคมที่เน้นกระบวนการ "เรียนรู้ผ่านการลงมือทำในบริบทจริง" สามารถเปลี่ยนบทบาทของนักศึกษาจากผู้รับความรู้มาเป็น “นวัตกรสังคม” (social innovator) ได้อย่างเป็นรูปธรรม ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับแนวคิดสัญญาประชาคมใหม่ทางการศึกษาของ UNESCO (2021) ที่เสนอว่าการศึกษาต้องเชื่อมโยงกับชุมชนเพื่อสร้างความเป็นธรรมทางสังคม และสอดรับกับหลักการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของ Swanson (2022) ที่ระบุว่าการเรียนรู้ที่มีประสิทธิภาพสูงสุดเกิดจากการที่ผู้เรียนได้เผชิญกับปัญหาจริงและฝึกทักษะการแก้ปัญหาที่ซับซ้อน การที่นักศึกษาสามารถทำหน้าที่เป็น “โซ่ข้อกลาง” เชื่อมโยงองค์ความรู้สมัยใหม่เข้ากับภูมิปัญญาท้องถิ่น สะท้อนให้เห็นถึงความสำเร็จของการผลิตบัณฑิตตามอัตลักษณ์วิศวกรสังคมของมหาวิทยาลัยราชภัฏ ที่มิได้มุ่งเน้นเพียงทักษะทางวิชาการ (hard skills) แต่ยังให้ความสำคัญกับทักษะทางสังคม (soft skills) และจิตสาธารณะ ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21

2. การส่งเสริมและพัฒนาวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์

การเกิดนวัตกรรมสังคมจากการประยุกต์ใช้ทุนทางวัฒนธรรม พบว่ากระบวนการที่ให้นักศึกษาและผู้สูงอายุร่วมกันถอดบทเรียนภูมิปัญญา (เช่น งานฝีมือ หรือศิลปะวัฒนธรรม) นำไปสู่การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการสุขภาพรูปแบบใหม่ ที่มิใช่เพียงสินค้าทางเศรษฐกิจ แต่เป็นเครื่องมือในการสร้างความสัมพันธ์ทางสังคม ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับแนวคิดนวัตกรรมสังคมของ Mulgan (2019) ที่ให้ความหมายว่านวัตกรรมสังคม คือ กิจกรรมใหม่ที่ตอบสนองความต้องการทางสังคมและสร้างความสัมพันธ์ใหม่ ๆ ขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้ช่วยยืนยันข้อค้นพบของชุติพงศ์ คงสันเทียะ และคณะ (2566) ที่พบว่าการจัดการองค์ความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นสามารถสร้างมูลค่าเพิ่มและคุณค่าทางจิตใจให้กับคนในชุมชนได้ แต่สิ่งที่งานวิจัยนี้ค้นพบเพิ่มเติมคือ เมื่อมีการเติมเต็มกระบวนการคิดเชิงออกแบบ (design thinking) โดยวิศวกรสังคมเข้าไป ทำให้ภูมิปัญญาดั้งเดิมถูกยกระดับเป็น “นวัตกรรมเพื่อสุขภาพ” ที่จับต้องได้ ซึ่งแตกต่างจากการอนุรักษ์แบบดั้งเดิม

3. การสนับสนุนการนำใช้ข้อมูลชุมชนและเครื่องมือตามกรอบงานวิศวกรสังคม

จากผลการวิจัยพบว่าการใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมร่วมกับการทำงานเชิงพื้นที่ช่วยให้เกิดการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุในระดับสูง และส่งผลให้คุณภาพชีวิตโดยรวมของผู้สูงอายุอยู่ในระดับมาก โดยกิจกรรมที่พัฒนาขึ้น เช่น นวัตกรรมด้านสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ และการเรียนรู้ร่วมระหว่างวัย ทำให้ผู้สูงอายุสามารถมีบทบาทในการถ่ายทอดภูมิปัญญาและร่วมออกแบบกิจกรรมของชุมชนได้จริงผลดังกล่าวสะท้อนว่าการเปลี่ยนบทบาทของผู้สูงอายุจากผู้รับการดูแลมาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชน ช่วยเสริมสร้างความรู้สึกมีคุณค่าในตนเอง ลดความเหงา และเพิ่มปฏิสัมพันธ์ทางสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดพฤฒพลัง (active ageing) ที่เน้นการสร้างโอกาสให้ผู้สูงอายุมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางสังคมและสามารถใช้ศักยภาพของตนเองได้อย่างเต็มที่ (World Health Organization, 2021a) นอกจากนี้ กระบวนการเรียนรู้ร่วมระหว่างวัยที่เกิดขึ้นจากการทำงานของนักศึกษาวิศวกรสังคมกับผู้สูงอายุ ยังช่วยลดช่องว่างระหว่างวัยและส่งเสริมการเรียนรู้ร่วมกันในชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดการเรียนรู้ระหว่างวัย (intergenerational learning) ที่ช่วยเสริมสร้างความเข้าใจและความร่วมมือระหว่างคนต่างช่วงวัย ที่เน้นการสร้างโอกาสให้ผู้สูงอายุได้แสดงศักยภาพ การที่ผู้สูงอายุได้เปลี่ยนบทบาทจาก “ผู้รับการดูแล” มา

เป็น “ผู้ถ่ายทอดความรู้” ให้กับนักศึกษา ช่วยลดอคติทางวัย (ageism) ตามที่ World Health Organization (2021b) ได้ระบุไว้ว่าเป็นอุปสรรคสำคัญของการสูงวัยอย่างมีสุขภาวะ ผลการศึกษานี้ยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ สมชัย ปราบรัตน และคณะ (2567) ที่พบว่าการเปิดโอกาสให้ผู้สูงอายุได้เรียนรู้ทักษะใหม่ (reskill) ช่วยให้พวกเขาสามารถปรับตัวเข้ากับสังคมสมัยใหม่ได้ดีขึ้น โดยในงานวิจัยนี้พบว่า การเรียนรู้แลกเปลี่ยนระหว่างวัย (intergenerational learning) เป็นกุญแจสำคัญที่ทำให้การปรับตัวของผู้สูงอายุเป็นไปอย่างมีความสุขและยั่งยืนกว่าการเรียนรู้โดยลำพัง

4. การพัฒนานวัตกรรม โดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการ

จากผลการวิจัยพบว่าการพัฒนานวัตกรรมเชิงพื้นที่โดยใช้เครื่องมือวิศวกรสังคมห้าประการ ส่งผลให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนในระดับสูง และทำให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก โดยนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้น เช่น อุปกรณ์ส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ และการเรียนรู้ร่วมระหว่างวัย สามารถตอบสนองความต้องการของผู้สูงอายุในด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมได้จริงในพื้นที่ ผลการวิจัยยังสะท้อนว่าการทำงานของนักศึกษาวิศวกรสังคมมีบทบาทสำคัญในการเชื่อมโยงมหาวิทยาลัยกับชุมชน ทำให้เกิดกระบวนการทำงานร่วมกันระหว่างนักศึกษา ผู้นำชุมชน และผู้สูงอายุ ซึ่งช่วยให้กิจกรรมและนวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ได้จริงและมีแนวโน้มดำเนินต่อเนื่องในชุมชน ดังนั้น ผลการศึกษานี้จึงสอดคล้องกับแนวคิดการพัฒนาชุมชนฐานรากที่เน้นการมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นสำคัญ โดยกระบวนการวิศวกรสังคมทำหน้าที่เป็นกลไกสนับสนุนให้ชุมชนสามารถพัฒนาแนวทางการดูแลผู้สูงอายุด้วยทรัพยากรและศักยภาพที่มีอยู่ในพื้นที่ และ พบว่าปัจจัยความสำเร็จที่สำคัญที่สุดคือ "การมีส่วนร่วมของชุมชน" ตั้งแต่กระบวนการคิด จนถึงการลงมือทำ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์กร ชัยวงศ์ และคณะ (2567) ที่ชี้ว่านวัตกรรมทางสังคมเพื่อผู้สูงอายุจะประสบความสำเร็จได้ต้องใช้ชุมชนเป็นฐาน (community–based) นอกจากนี้ยังสอดรับกับข้อเสนอแนะของ พระวินัย อานนฺโท (2566) ที่ย้ำว่าการพัฒนาที่ยั่งยืนต้องเกิดจาก "การระเบิดจากข้างใน" หรือความต้องการที่แท้จริงของคนในพื้นที่ มิใช่การยัดเยียดจากภายนอก ดังนั้น รูปแบบกิจกรรมวิศวกรสังคมที่พัฒนาขึ้นในการวิจัยนี้ จึงทำหน้าที่เป็นเพียง "ผู้อำนวยความสะดวก" (facilitator) ที่เข้าไปกระตุ้นให้ชุมชนตระหนักถึงศักยภาพของตนเอง และลุกขึ้นมาจัดการดูแลผู้สูงอายุด้วยทุนทางสังคมที่มีอยู่ ซึ่งถือเป็นการปิดช่องว่างการวิจัยในอดีตที่มักพึ่งพางบประมาณหรือเทคโนโลยีจากภายนอกเป็นหลัก

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการวิจัยครั้งนี้สะท้อนให้เห็นว่า การพัฒนากิจกรรมเชิงพื้นที่ผ่านกระบวนการวิศวกรสังคมสามารถส่งผลต่อการยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชุมชนได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยผู้สูงอายุมีระดับคุณภาพชีวิตโดยรวมอยู่ในระดับมาก และมีระดับการมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชนอยู่ในระดับสูง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้สูงอายุสามารถเปลี่ยนบทบาทจากผู้รับบริการมาเป็นผู้มีส่วนร่วมในการพัฒนาชุมชนและการถ่ายทอดภูมิปัญญาให้กับคนรุ่นใหม่ นอกจากนี้ งานวิจัยยังพบว่านวัตกรรมที่พัฒนาขึ้นในพื้นที่ เช่น อุปกรณ์ส่งเสริมสุขภาพ กิจกรรมนันทนาการ และกิจกรรมการเรียนรู้ร่วมระหว่างวัย สามารถช่วยส่งเสริมสุขภาวะทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสังคมของผู้สูงอายุได้จริง พร้อมทั้งช่วยสร้างความเข้มแข็งให้กับชุมชนผ่านการทำงานร่วมกันของนักศึกษา ผู้นำชุมชน และผู้สูงอายุ ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่ที่สำคัญจากการวิจัยนี้คือแนวทางการพัฒนากิจกรรมและนวัตกรรมเชิงพื้นที่ที่มุ่งยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุโดยใช้การมีส่วนร่วมของชุมชนเป็นฐาน ซึ่งสามารถนำไปประยุกต์ใช้เป็นต้นแบบในการพัฒนาชุมชนและการกำหนดนโยบายรองรับสังคมสูงวัยในอนาคตได้อย่างยั่งยืน

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผลักดันแนวคิดวิศวกรสังคมสู่นโยบายพัฒนาท้องถิ่น โดยใช้ข้อมูลชุมชนเป็นฐานออกแบบนวัตกรรมให้ตรงความต้องการของผู้สูงอายุ

1.2 สถาบันการศึกษาควรพัฒนาหลักสูตรเชิงปฏิบัติที่เชื่อมโยงการเรียนการสอนกับการสร้างนวัตกรรมเพื่อสังคมผ่านสถานการณ์จริง

1.3 สนับสนุนการขับเคลื่อนเครือข่ายและพัฒนาระบบคลังความรู้ เพื่อเป็นกลไกขยายผลนวัตกรรมและสร้างความเข้มแข็งให้ชุมชน

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาติดตามผลระยะยาวเพื่อประเมินความยั่งยืนของนวัตกรรม ผลกระทบต่อคุณภาพชีวิต และความมั่นคงของเครือข่ายในพื้นที่

2.2 ควรขยายขอบเขตการวิจัยสู่กลุ่มผู้สูงอายุที่หลากหลายและครอบคลุมทุกบริบท เพื่อพัฒนานวัตกรรมที่ยืดหยุ่นและนำไปปรับใช้ได้จริง

2.3 ควรวิจัยเปรียบเทียบกระบวนการวิศวกรสังคมกับแนวทางอื่น เพื่อสังเคราะห์รูปแบบการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

กิตติกรรมประกาศ

งานวิจัยเรื่อง การบ่มเพาะเพื่อเพิ่มศักยภาพการพัฒนาเชิงพื้นที่ด้วยกระบวนการวิศวกรสังคม มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ เพื่อยกระดับสุขภาวะและคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ได้รับการสนับสนุนงบประมาณการวิจัยจากมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบูรณ์ ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้บริหารมหาวิทยาลัย คณาจารย์ นักศึกษา และบุคลากรทุกฝ่ายที่มีส่วนร่วมในการดำเนินโครงการ ตลอดจนผู้นำชุมชน ผู้สูงอายุ และภาคีเครือข่ายในพื้นที่เป้าหมายที่ให้ความร่วมมือ อำนวยความสะดวก และร่วมแลกเปลี่ยนองค์ความรู้ตลอดกระบวนการวิจัย จนทำให้งานวิจัยนี้สามารถดำเนินการได้อย่างสมบูรณ์และบรรลุวัตถุประสงค์ตามที่กำหนดไว้

เอกสารอ้างอิง

ชุติพงศ์ คงสันเทียะ, ระพีพรรณ จันทรสา, กนิษฐา เรืองวรรณศักดิ์, ณัฏฐานุช เมฆรา และจุรีรัตน์ ทวยสม. (2566). การจัดการองค์ความรู้เพื่อการเผยแพร่ภูมิปัญญาท้องถิ่นอีสาน: การประดิษฐ์พวงมโหตร (พวงมาลัยอีสาน). *วารสารศิลปะและวัฒนธรรมลุ่มแม่น้ำมูล, 12*(1), 1–15. https://so07.tci-thaijo.org/index.php/acj/article/view/2154

ณรงค์กร ชัยวงศ์, ณิชาภัทร มณีพันธ์, สุกัญญา บุรวงศ์, ถาวรีย์ แสงงาม และปัณณทัต บนขุนทด. (2567). การพัฒนานวัตกรรมทางสังคมด้วยกระบวนการชุมชนเพื่อสร้างสุขภาวะผู้สูงอายุ ตำบลกลันทา อำเภอเมือง จังหวัดบุรีรัมย์. *วารสารศูนย์อนามัยที่ 9 : วารสารส่งเสริมสุขภาพและอนามัยสิ่งแวดล้อม*, 18(3), 957–973. https://he02.tci-thaijo.org/index.php/RHPC9Journal/article/view/268410.

พระวินัย อานนฺโท. (2566). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น 5 ปี (พ.ศ. 2566–2570) ของเทศบาลตำบลสุวรรณภูมิ อำเภอสุวรรณภูมิ จังหวัดร้อยเอ็ด. *Journal of Spatial Development and Policy*, 1(6), 61–74. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/JSDP/article/view/586.

พิศมัย นามพรม, สุขใจ สมพงษ์พันธุ์, ฑิฆัมพร โคตรทัศน์, สุจิตรา สงวนศิริ, สุภาภรณ์ จารัตน์, พัสกร ประดับสุข, พชรดล ยุพกาล และสำรวย จันทร์ศิริ. (2563). *โครงการการพัฒนากลไกการขับเคลื่อนการจัดการพลังงานทางเลือกจังหวัดสุรินทร์: รายงานฉบับสมบูรณ์*. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

พิสมัย ศรีเนตร, กิ่งกาญจน์ สำนวนเย็น, ศิริพร จันทนสกุลวงศ์, อรุณี สัณฐิติวณิชย์ และกรุงไท นพรัตน์. (2567). ทุนชุมชนกับการส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุ : กระบวนการปรับประยุกต์ใช้ทุนชุมชนขององค์การบริหารส่วนตำบลหัวดอน อำเภอเขื่องใน จังหวัดอุบลราชธานี. *วารสารสังคมศาสตร์ปัญญาพัฒน์*, *6*(1), 421–434. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSSP/article/view/271354.

สมชัย ปราบรัตน, นิพัฒน์ โพธิ์วิจิตร, สรัญญา โยะหมาด, ปฏิพัฒน์ กิตติโชควัฒนา และยรรยง คชรัตน์. (2567). แรงงานผู้สูงอายุกับการเรียนรู้แนวคิดทักษะการทำงานใหม่ในยุคดิจิทัล. *วารสารสังคมศาสตร์และวัฒนธรรม*, *8*(8), 336–344. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/JSC/article/view/276387.

นงรัตน์ อิสโร. (2564). *คู่มือพัฒนานักศึกษาเพื่อการพัฒนาประเทศ*. อมรินทร์พริ้นติ้งแอนด์พับลิชชิ่ง.

Bowling, A. (2005). *Ageing Well: Quality of Life in Old Age*. Open University Press.

Creswell, J. W., & Plano Clark, V. L. (2018). *Designing and conducting mixed methods research* (3rd ed). SAGE Publications.

Guest, G., Bunce, A., & Johnson, L. (2006). How many interviews are enough? An experiment with data saturation and variability. *Field Methods, 18*(1), 59–82. https://doi.org/10.1177/1525822X05279903.

Keating, N. (2022). A research framework for the United Nations Decade of Healthy Ageing (2021–2030). *European Journal of Ageing, 19*, 775–787. https://doi.org/10.1007/s10433-021-00679-7.

Miles, M. B., Huberman, A. M., & Saldaña, J. (2014). *Qualitative data analysis: A methods sourcebook* (3rd ed.). SAGE Publications. https://www.metodos.work/wp-content/uploads/2024/01/Qualitative-Data-Analysis.pdf.

Mulgan, G. (2019). *Social innovation: How societies find the power to change.* Policy Press.

Phillips, J. E., Ajrouch, K. J., & Hillcoat-Nallétamby, S. (2010). *Key concepts in social gerontology*. SAGE Publications.

Swanson, R. A. (2022). *Foundations of human resource development* (3rd ed). Berrett-Koehler Publishers.

UNESCO. (2021). *Reimagining our futures together: A new social contract for education.* UNESCO. https://www.unesco.org/en/articles/reimagining-our-futures-together-new-social-contract-education.

United Nations Department of Economic and Social Affairs. (2024). *World population prospects 2024: Summary of results* (UN DESA/POP/2024/TR/NO. 9). United Nations. https://desapublications.un.org/file/20847/download.

United Nations Development Programme. (2022). *Human development report 2021–2022: Uncertain times, unsettled lives: Shaping our future in a transforming world.* United Nations. https://hdr.undp.org/content/human-development-report-2021-22.

World Health Organization. (2021a). *Decade of healthy ageing: Baseline report.* World Health Organization. https://www.who.int/publications/i/item/9789240023307.

World Health Organization. (2021b). *Global report on ageism.* World Health Organization. https://www.who.int/publications/i/item/9789240016866.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

Digital supplied management of school administrators in Ban Dung 1 School Group under Udon Thani Primary Education Service Area Office 3

ธนสร แสนสระดี[1], อมรทิพย์ เจริญผล[2], ชารี มณีศรี[3]
Thanasorn Saensradee[1], Amorntip Charoenphol[2], Charee Maneesri[3]

[1, 2, 3]หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี
[1, 2, 3] Master of Education Program in Educational Administration, Ratchathani University Udonthani Campus
*Corresponding author's e-mail: Thanasornssrd2836@gmail.com[1], amornthipc@gmail.com[2], Chalee@rtu.ac.th[3]

Received: January 15, 2025 Revised: January 24, 2025 Accepted: February 10, 2025

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้จำนวน 152 คน ได้มาด้วยการสุ่มแบบแบ่งชั้นภูมิ และวิธีการสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับสลาก เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม แบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรงระหว่าง .67–1.00 ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และวิเคราะห์เนื้อหา ผลการวิจัยพบว่า 1) การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการเก็บการบันทึก การเบิกจ่าย รองลงมา คือ ด้านการยืม และด้านการจำหน่ายพัสดุ ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการบำรุงรักษา การตรวจสอบ 2) แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา ด้านการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย เบิกจ่าย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรให้ความสำคัญเกี่ยวกับการจัดเก็บครุภัณฑ์ให้มีความเหมาะสมและเพียงพอ ด้านการยืม เบิกจ่าย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา ควรจัดทำคู่มือการกำหนดรูปแบบและขั้นตอนการยืมให้ชัดเจน ด้านการบำรุงรักษา และการตรวจสอบ เบิกจ่าย ได้แก่ ผู้บริหารควรแต่งตั้งครูที่มีประสบการณ์การทำงาน 5 –10 ปี เป็นผู้รับผิดชอบ และด้านการจำหน่ายพัสดุ ได้แก่ ผู้บริหารควรให้ความรู้เพิ่มเติมแก่ผู้รับผิดชอบในการปฏิบัติงาน

เกี่ยวกับการแปรสภาพพัสดุที่ชำรุดหรือเสื่อมสภาพจนไม่สามารถใช้ได้

คำสำคัญ: การบริหารงานพัสดุ, ผู้บริหาร, ยุคดิจิทัล

Abstract

The objectives of this research were to investigate the level of digital supplies management and propose guidelines for school administrators in the Bandung 1 School Group under the Udon Thani Primary Educational Service Area Office 3. The sample consisted of 152 respondents, selected through stratified random sampling and simple random sampling using the lottery method. The research instrument was a five-point rating scale questionnaire with an Index of Item-Objective Congruence (IOC) ranging from .67 to 1.00 and a reliability coefficient of .89. The data were analyzed by using frequency, percentage, mean, standard deviation, and content analysis. The results showed that 1) the digital supplies management among school administrators was overall at a high level across all aspect. Considering each aspect individually, storage, record- keeping, and disbursement achieved the highest mean score, followed by borrowing, and disposal of materials and supplies, whereas maintenance and inspection had the lowest mean score. The proposed guidelines for developing digital supplies management suggest that school administrators should: provide sufficient and appropriate storage space for durable goods; establish clear operational manuals and regulations for borrowing procedures to ensure standardized practices; assign teachers with five to ten years' experience to take responsibility for maintenance and inspection tasks; and provide specialized training for supplies disposal, specifically procedures for repurposing handling damaged or deteriorated items that are no longer usable.

Keywords: supplies management, administrators, digital era

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

ในยุคดิจิทัลที่การเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีเกิดขึ้นอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง สถานศึกษาในฐานะองค์กรสาธารณะจำเป็นต้องปรับกระบวนทัศน์การบริหารจัดการให้ทันต่อบริบทที่เปลี่ยนแปลง โดยเฉพาะอย่างยิ่งการบริหารงานพัสดุซึ่งเป็นกระบวนการสำคัญที่ส่งผลโดยตรงต่อประสิทธิภาพการใช้ทรัพยากรและคุณภาพการจัดการศึกษา แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566–2570) และนโยบายการศึกษาของกระทรวงศึกษาธิการ ได้กำหนดทิศทางการพัฒนาที่มุ่งเน้นการนำนวัตกรรมดิจิทัลมาบูรณาการกับระบบบริหารจัดการภาครัฐ เพื่อเพิ่มความโปร่งใส ลดความซับซ้อนของกระบวนการทำงาน และยกระดับมาตรฐานการให้บริการ ทั้งนี้ พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 ได้กำหนดกรอบการดำเนินงานที่ชัดเจนให้สถานศึกษาต้องปฏิบัติตาม ครอบคลุมตั้งแต่การวางแผนการจัดหาการบริหารคลังพัสดุ การบำรุงรักษาไปจนถึงการจำหน่ายพัสดุอย่างเป็นระบบ อย่างไรก็ตาม จากรายงานผลการดำเนินงานตามแผนปฏิบัติการประจำปี 2566 ของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 พบว่าสถานศึกษาในกลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 ยังประสบปัญหาการบริหารงานพัสดุในหลายมิติ ได้แก่ ภาระงานของบุคลากรที่รับผิดชอบมีความหลากหลายเกินขอบเขต ขาดโอกาสในการพัฒนาศักยภาพ กระบวนการจัดหาพัสดุมีความซับซ้อนและขาดความคล่องตัว ระบบคลัง

พัสดุขาดความถูกต้องของข้อมูล ตลอดจนการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีสารสนเทศยังไม่สอดคล้องกับข้อกำหนดของกฎหมาย สภาพปัญหาดังกล่าวสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาระบบการบริหารงานพัสดุของสถานศึกษาให้มีประสิทธิภาพและทันสมัยยิ่งขึ้น (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3, 2567)

แนวคิดการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่องทั้งในระดับนโยบายและวิชาการ โดยมุ่งเน้นการผสานกระบวนการบริหารจัดการเชิงระบบเข้ากับนวัตกรรมดิจิทัล เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ ความโปร่งใส และความรับผิดชอบในการใช้ทรัพยากรสาธารณะ ระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 หมวด 9 และหมวด 13 ได้วางกรอบแนวทางปฏิบัติที่ครอบคลุมกระบวนการสำคัญ ได้แก่ การจัดการระบบคลังพัสดุ การเบิกจ่าย การยืม การบำรุงรักษา และการจำหน่าย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิด การจัดซื้อจัดจ้างดิจิทัล (digital procurement management) ที่เน้นการนำระบบสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการพัสดุอย่างครบวงจร (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560, 2560) สอดคล้องกับงานวิจัยของอดิศักดิ์ ศรีนา และคณะ (2560) การบริหารงานพัสดุในโรงเรียน ที่ควรได้รับการพัฒนาได้แก่ ด้านการจำหน่ายพัสดุและด้านการจัดหาพัสดุ ควรมีการจัดทำคู่มือการบริหารงานพัสดุในโรงเรียน การศึกษาดูงานหน่วยงานที่มีวิธีปฏิบัติที่เป็นเลิศในการบริหารงานพัสดุ การจัดฝึกอบรมเชิงปฏิบัติการผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารงานพัสดุให้มีความรู้ความเข้าใจ และเกิดความชำนาญในการบริหารงานพัสดุ นอกจากนี้ งานวิจัยในช่วงปี พ.ศ. 2563–2567 หลายชิ้นยังชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีสมรรถนะด้านดิจิทัลและมีความเข้าใจในระบบการบริหารพัสดุตามกฎหมาย สามารถขับเคลื่อนองค์กรให้บรรลุเป้าหมายด้านคุณภาพการศึกษาได้อย่างยั่งยืน รวมทั้งยังส่งผลต่อการสร้างความเชื่อมั่นให้แก่ผู้มีส่วนได้เสียทุกภาคส่วน อันได้แก่ ชุมชน ผู้ปกครอง หน่วยงานต้นสังกัด และภาคประชาสังคม (สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ, 2564)

จากความสำคัญของปัญหาและช่องว่างทางวิชาการที่ปรากฏข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 โดยมุ่งศึกษาระดับการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลและเปรียบเทียบความคิดเห็นของบุคลากรที่มีลักษณะต่างกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เป็นระบบและครอบคลุมสำหรับการพัฒนา ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์ต่อผู้บริหารสถานศึกษาในการนำไปใช้วางแผนปรับปรุงกระบวนการบริหารงานพัสดุให้สอดคล้องกับบทบัญญัติของกฎหมายและบริบทดิจิทัล อีกทั้งยังเป็นข้อมูลพื้นฐานสำหรับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาในการกำหนดนโยบาย จัดทำแผนพัฒนาศักยภาพบุคลากร และออกแบบระบบกำกับติดตามที่มีประสิทธิภาพ อันจะนำไปสู่การยกระดับมาตรฐานการบริหารทรัพยากรของสถานศึกษาให้มีความเป็นเลิศ โปร่งใส และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อการพัฒนาคุณภาพการศึกษาในพื้นที่อย่างยั่งยืนต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

1. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุ

ความหมายของพัสดุและการพัสดุพัสดุ หมายความว่า สินค้า งานบริการ งานก่อสร้าง งานจ้างที่ปรึกษาและงานจ้างออกแบบหรือควบคุมงานก่อสร้าง การบริหารพัสดุ หมายความว่า การเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย การยืม การตรวจสอบ การบำรุงรักษา และการจำหน่ายพัสดุ ตามพจนานุกรม ฉบับราชบัณฑิตยสถาน พ.ศ. 2554 ได้ให้นิยาม “พัสดุ” หมายความว่า สิ่งของต่าง ๆ เครื่องใช้ไม้สอย ที่ดิน บ้านเรือน (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560, 2560)

ความหมายของการบริหารงานพัสดุ การบริหารงานพัสดุ คือ กระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรที่เป็นวัสดุและครุภัณฑ์ขององค์กร ตั้งแต่การวางแผน การจัดหา การควบคุม การบำรุงรักษา จนถึงการจำหน่าย โดยต้องดำเนินการอย่างมีประสิทธิภาพ โปร่งใส ประหยัด และตรวจสอบได้ เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดต่อองค์กร (รัชฎาพร มณเฑียร และจิณณวัตร ปะโคทัง, 2560; อดิศักดิ์ ศรีนา และคณะ, 2560)

2. แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารจัดการพัสดุยุคดิจิทัล

ความหมายการบริหารงานพัสดุยุคดิจิทัล การบริหารงานพัสดุยุคดิจิทัล หมายถึง การประยุกต์ใช้เทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลในการบริหารจัดการงานพัสดุตลอดทั้งกระบวนการ ตั้งแต่การวางแผน การจัดหา การควบคุม การเก็บรักษา และการจำหน่าย โดยมุ่งเน้นการเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดความซ้ำซ้อน สร้างความถูกต้องแม่นยำ รวดเร็ว โปร่งใส ตรวจสอบได้ ลดต้นทุนการดำเนินงาน และมีระบบฐานข้อมูลที่เป็นประโยชน์ต่อการตัดสินใจ (พิทยา ชาวดร และคณะ, 2568; พรไพลิน ตะเภาทอง, 2562)

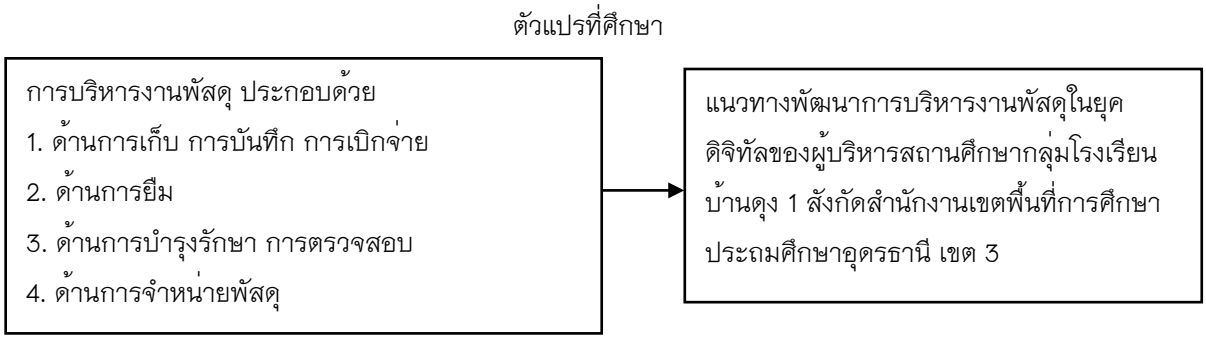
ความสำคัญของการบริหารงานพัดสดุยุคดิจิทัล การบริหารงานพัสดุถือเป็นหัวใจสำคัญในการขับเคลื่อนองค์กรสู่ความเป็นเลิศ โดยครอบคลุมตั้งแต่การผลักดันพันธกิจองค์กรให้สัมฤทธิ์ผล การสร้างคุณค่าเพิ่มให้องค์กร บูรณาการการใช้ทรัพยากรอย่างชาญฉลาด ลดทอนความสูญเปล่าในกระบวนการ พัฒนาสมรรถนะการดำเนินงานตลอดจนการสร้างเสถียรภาพทางการเงินและความยั่งยืนให้องค์กร และประสิทธิภาพและยั่งยืน งานพัสดุควรมีทักษะด้านดิจิทัล คือ 1) ด้านความสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบัน ประยุกต์ใช้กับการปฏิบัติงานเพื่อบรรลุเป้าหมายของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) ด้านความรู้เกี่ยวกับแนวทางการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่มีอยู่ในปัจจุบันอย่างถูกต้องและปลอดภัย 3) ด้านประสบการณ์มีประสบการณ์การศึกษาดูงาน อบรม หรือแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับส่วน ราชการที่มีการปรับเปลี่ยนเป็นหน่วยงานดิจิทัล เพื่อศึกษาการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีกับงานของหน่วยงานอื่น ๆ และนำมาประยุกต์ใช้ในหน่วยงานของตน และ 4) ด้านคุณลักษณะสามารถคิดวิเคราะห์ แก้ปัญหาได้และเป็นผู้เปิดรับประสบการณ์ใหม่ ๆ มีความคิดริเริ่ม สร้างสรรค์ และสามารถเรียนรู้ได้ด้วยตนเอง รวมทั้งเป็นผู้มีคุณธรรม และจริยธรรม พร้อมทั้งยอมรับและปรับตัวเพื่อรับมือกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ที่พัฒนาและ เปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (พิทยา ชาวดร และคณะ, 2568; พรไพลิน ตะเภาทอง, 2562)

สรุปแล้วการบริหารงานพัสดุเป็นหัวใจสำคัญในการจัดการทรัพยากรขององค์กร ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่กระบวนการวางแผน การจัดหา การดูแลรักษา ไปจนถึงการจำหน่ายพัสดุอันได้แก่ วัสดุ ครุภัณฑ์ และงานจ้างต่าง ๆ โดยมีวัตถุประสงค์หลักเพื่อความประหยัด โปร่งใส และเกิดประโยชน์สูงสุดตามนิยามของกระทรวงการคลังและนักวิชาการ ในปัจจุบันการบริหารงานพัสดุได้ปรับตัวเข้าสู่ยุคดิจิทัลด้วยการประยุกต์ใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีสารสนเทศเข้ามาช่วยลดความซ้ำซ้อน เพิ่มความรวดเร็ว และสร้างความแม่นยำในการจัดเก็บฐานข้อมูลเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ การเปลี่ยนแปลงนี้ไม่เพียงแต่ช่วยลดต้นทุนการดำเนินงาน แต่ยังเป็นกลไกสำคัญในการผลักดัน

พันธกิจขององค์กรให้สัมฤทธิ์ผลอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนช่วยสร้างเสถียรภาพทางการเงินและยกระดับสมรรถนะขององค์กรสู่ความเป็นเลิศท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็วในยุคปัจจุบัน

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เรื่องการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ซึ่งผู้วิจัยแนวคิดตามระเบียบกระทรวงการคลังว่าด้วยการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ 2560 (พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560, 2560) มากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัยครั้งนี้ สามารถแสดงตามภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ครูผู้สอนกลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 กลุ่มตัวอย่าง คือ ครูผู้สอนกลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 จำนวน 13 แห่ง จำนวน 242 คน กลุ่มตัวอย่างคือ ครูผู้สอนโรงเรียนบ้านดุง 1 จำนวน 152 คน กำหนดขนาดตัวอย่างโดยใช้ตารางของ Krejcie & Mogan (1970)

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการศึกษาแนวคิด เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา กลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 แบบสอบถามแบ่งออกเป็น 3 ตอน ได้แก่ ข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถามลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (checklist) และความคิดเห็นของครูเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ การเก็บ การบันทึก และการเบิกจ่าย การยืม การบำรุงรักษาและการตรวจสอบ และการจำหน่ายพัสดุ โดยใช้มาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับตามแนวคิดของบุญชม ศรีสะอาด (2554) รวมทั้งแบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้างสำหรับสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 คน เพื่อหาแนวทางการพัฒนาเพิ่มเติม เครื่องมือผ่านการตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 คน และหาค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) ได้ค่าระหว่าง .67–1.00 ก่อนนำไปทดลองใช้กับครูจำนวน 30 คนที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่าง เพื่อหาค่าความเชื่อมั่นโดยใช้สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha coefficient) ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .89 แล้วจึง

ปรับปรุงแก้ไขและจัดทำเป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อใช้เก็บรวบรวมข้อมูลต่อไป

3. การรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการรวบรวมข้อมูลโดยขอหนังสือขอความอนุเคราะห์จากสำนักบัณฑิตวิทยาลัย สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล จากนั้นส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 เพื่อขอความร่วมมือในการตอบแบบสอบถามของบุคลากรในสังกัดผู้วิจัยดำเนินการโดยใช้โปรแกรม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในสถานศึกษาแบบออนไลน์ จากนั้นตรวจสอบความถูกต้องและความสมบูรณ์ของแบบสอบถามที่ได้รับวิเคราะห์ข้อมูลในแต่ละด้าน และนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิจำนวน 3 คน ด้วยตนเอง เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพประกอบการวิจัย

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวมและตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับคืน ซึ่งมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับ โดยแบบสอบถามตอนที่ 1 ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคล วิเคราะห์ด้วยการหาค่าความถี่และร้อยละ ส่วนแบบสอบถามตอนที่ 2 สอบถามเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ทั้ง 4 ด้าน ให้ผู้ตอบเลือกตอบตามการปฏิบัติจริงใน 5 ระดับ ได้แก่ เห็นด้วยมากที่สุด (5 คะแนน) เห็นด้วยมาก (4 คะแนน) เห็นด้วยปานกลาง (3 คะแนน) เห็นด้วยน้อย (2 คะแนน) และเห็นด้วยน้อยที่สุด (1 คะแนน) จากนั้นวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปเพื่อหาค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทั้งภาพรวมและรายด้าน แล้วนำผลการวิเคราะห์มาแปลความหมายตามเกณฑ์ของเบสท์และคาห์น (Best & Kahn, 1993) และการวิจัยเชิงคุณภาพตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ข้อเสนอแนะแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 วิเคราะห์ข้อมูลด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (content analysis)

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ตาราง 1 การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 โดยภาพรวม

ด้านที่	การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัล	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการบริหารพัสดุ
1	ด้านการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย	4.35	.42	มาก
2	ด้านการยืม	4.33	.42	มาก
3	ด้านการบำรุงรักษา การตรวจสอบ	4.27	.41	มาก
4	ด้านการจำหน่ายพัสดุ	4.28	.50	มาก
	ภาพรวม	4.30	.44	มาก

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.30, S.D = .44) เมื่อพิจารณารายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มี

ค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย ($\overline{X}$ = 4.35, S.D = .42) รองลงมาคือ ด้านการยืม ($\overline{X}$ = 4.33, S.D = .42) และด้านการจำหน่ายพัสดุ ($\overline{X}$ = 4.28, S.D = .50) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการบำรุงรักษาการตรวจสอบ ($\overline{X}$ = 4.27, S.D = .41)

แนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ดังนี้

1. ด้านการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำระบบซอฟต์แวร์การบริหารพัสดุแบบดิจิทัลมาใช้บันทึกข้อมูลการจัดเก็บ ควรมีการบันทึกข้อมูลการเบิกจ่ายพัสดุอย่างเป็นระบบ พัฒนาระบบแจ้งเตือนอัตโนมัติสำหรับพัสดุที่มีจำนวนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนด เพื่อช่วยในการวางแผนการจัดซื้อล่วงหน้าและป้องกันปัญหาพัสดุขาดมือ และผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดทำระบบ คิวอาร์โค้ด สำหรับพัสดุทุกรายการ เพื่อให้การเก็บข้อมูลการตรวจสอบและการเบิกจ่ายทำได้รวดเร็วด้วยการสแกนผ่านอุปกรณ์มือถือหรือแท็บเล็ต

2. ด้านการยืม ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการจองและยืมพัสดุ ที่บุคลากรสามารถเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลา ช่วยลดขั้นตอนการยืมและทำให้กระบวนการโปร่งใสตรวจสอบได้ ผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้ระบบการยืนยันตัวตนดิจิทัล เช่น ลายเซ็นอิเล็กทรอนิกส์หรือการยืนยันผ่านแอปพลิเคชันมือถือ เพื่อลดการใช้เอกสารและเพิ่มความรวดเร็วในกระบวนการยืม และผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างระบบติดตามและแจ้งเตือนอัตโนมัติสำหรับพัสดุที่ถึงกำหนดส่งคืน ช่วยลดปัญหาการยืมเกินกำหนดและช่วยให้การบริหารทรัพยากรมีประสิทธิภาพมากขึ้นส่งคืน

3. ด้านการบำรุงรักษา และตรวจสอบ ผู้บริหารสถานศึกษาควรจัดทำระบบตารางการบำรุงรักษาตามรอบเวลาแบบดิจิทัล ที่จะส่งการแจ้งเตือนไปยังผู้รับผิดชอบเมื่อถึงกำหนดการบำรุงรักษาอุปกรณ์ ผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง สำหรับอุปกรณ์ที่สำคัญ เพื่อติดตามสถานการณ์ทำงานและเงื่อนไขที่อาจนำไปสู่ความเสียหาย ช่วยในการบำรุงรักษาเชิงป้องกัน และผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาระบบรายงานความเสียหายออนไลน์ ที่บุคลากรสามารถแจ้งปัญหาพร้อมภาพถ่ายได้ทันที เพื่อให้การซ่อมบำรุงเป็นไปอย่างรวดเร็ว

4. ด้านการจำหน่ายพัสดุ ผู้บริหารสถานศึกษาควรพัฒนาระบบประเมินสภาพพัสดุแบบดิจิทัลที่มีเกณฑ์ชัดเจน เพื่อช่วยในการตัดสินใจเกี่ยวกับการจำหน่ายพัสดุที่เสื่อมสภาพหรือไม่คุ้มค่าในการซ่อมบำรุง ผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างแพลตฟอร์มออนไลน์สำหรับการประมูลพัสดุที่ต้องการจำหน่าย เพิ่มความโปร่งใสและโอกาสในการได้ราคาที่เหมาะสม และผู้บริหารสถานศึกษาควรใช้ระบบบล็อกเชน ในการจัดทำเอกสารการจำหน่ายพัสดุเพื่อความโปร่งใสและตรวจสอบได้ในทุกขั้นตอน

การอภิปรายผล

จากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษา และสามารถอภิปรายผลได้ ดังนี้

การบริหารงานพัสดุยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3 ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย รองลงมาคือการยืม และการจำหน่ายพัสดุ ส่วนที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดคือการบำรุงรักษา การตรวจสอบที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับระบบการเก็บ การบันทึก และการเบิกจ่ายพัสดุเป็นอันดับแรก เนื่องจากเป็นกระบวนการพื้นฐานที่สำคัญที่สุดในการบริหารงานพัสดุ ซึ่งส่งผลโดยตรงต่อความถูกต้องโปร่งใสและตรวจสอบได้ตามระเบียบการบริหารงานพัสดุภาครัฐ อีกทั้งในยุคดิจิทัลมีการนำเทคโนโลยี

สารสนเทศมาใช้ในการบันทึกข้อมูลและการเบิกจ่ายพัสดุเพื่อความสะดวกรวดเร็วและถูกต้อง ขณะที่ การบำรุงรักษาและการตรวจสอบมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเนื่องมาจากข้อจำกัดบุคลากรที่มีความรู้ความเชี่ยวชาญในการบำรุงรักษาและตรวจสอบพัสดุโดยเฉพาะ รวมถึงอาจมีข้อจำกัดงบประมาณในการนำเทคโนโลยีสมัยใหม่มาใช้ในการบำรุงรักษาและตรวจสอบพัสดุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทยา ชาวดร และคณะ (2568) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่ของสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ซึ่งพบว่าการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานพัสดุ อาทิ การใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารสินทรัพย์ดิจิทัล และการรายงานผลผ่านระบบออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้องและความโปร่งใสในการดำเนินงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดาพร บุญตา (2561) ได้ศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุและสินทรัพย์ของโรงเรียน ผลการศึกษาพบว่า โดยภาพรวมการบริหารงานพัสดุมีปัญหาอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านการบำรุงรักษาพัสดุเป็นประเด็นที่มีปัญหาค่อนข้างเด่นชัด นอกจากนี้ยังได้เสนอแนวทางการพัฒนาไว้ว่า สถานศึกษาควรจัดสรรงบประมาณสำหรับการซ่อมแซมและดูแลรักษาพัสดุให้เหมาะสมและเพียงพอ เพื่อให้พัสดุสามารถใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพและต่อเนื่องตลอดอายุการใช้งาน สอดคล้องกับงานวิจัยสุภารัตน์ บาลนาคม (2564) ที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุในโรงเรียน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1 พบว่าปัจจัยทางการบริหารที่ควรได้รับการพัฒนา มีจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ 1) ปัจจัยด้านการวางแผน โรงเรียนควรจัดทำแผนการจัดหาพัสดุและแผนปฏิบัติการจัดซื้อ จัดจ้างให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ 2) ปัจจัยด้านงบประมาณ โรงเรียนควรจัดทำแผนการใช้จ่ายงบประมาณตามผลผลิตหรือโครงการที่กำหนดไว้ในแผนปฏิบัติราชการประจำปี 3) ปัจจัย ด้านการกำหนดความต้องการ ต้องมีการสำรวจความต้องการใช้พัสดุจากผู้ใช้งานจริง และดำเนินการจัดหาพัสดุให้มีอยู่อย่างเพียงพอต่อความต้องการ และ4) ปัจจัยด้านการ บริหารองค์กร ควรมีการประชุมจัดตั้งงบประมาณในแต่ละโครงการของงาน 4 ฝ่าย ร่วมกันเพื่อดำเนินการจัดซื้อจัดจ้างให้เหมาะสมในแต่ละงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของปิยะฉัตร จังหวัดสุข และอุไร สุทธิแย้ม (2564) ที่ศึกษาความคิดเห็นของครูที่มีต่อการบริหารจัดการงานพัสดุตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือข่ายเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา เครือข่ายที่ 2 พบว่า ครูมีความคิดเห็นต่อการบริหารจัดการงานพัสดุตามหลักธรรมาภิบาล โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับผลการวิจัยของ Al-Khalil et al. (2004) ได้ศึกษาการวัดประสิทธิภาพของกระบวนการพัสดุ จำเป็นต้องอาศัยขั้นตอนการวิเคราะห์ปัญหาการเสนอแนะหนทางแก้ไข และการประเมินผลกระทบ เมื่อมีการปรับปรุงกระบวนการ ซึ่งในแต่ละการประเมินจำเป็นต้องมีเกณฑ์มาตรฐานระบุไว้ด้วย การวิจัยนี้นำหลักการดังกล่าวไปประยุกต์ใช้กับ 17 โครงการที่อยู่ในระหว่างการดำเนินการซึ่งแสดงให้เห็นว่าการประเมินโครงการส่วนมาก สามารถทำได้โดยง่ายมีเพียงไม่กี่โครงการที่ยกต่อการนำไปปฏิบัติโครงการส่วนมากมี กระบวนกานการบริหารพัสดุที่มีประสิทธิภาพสูงซึ่งสามารถชี้วัดได้ด้วยค่ามาตรฐานของ ผลการประเมินที่ใกล้เคียงกับระดับสูงสุดมากกว่าค่าเฉลี่ยดังแบบประเมินที่ออกแบบขึ้นมีประสิทธิภาพเพียงพอที่จะนำไปประเมินกระบวนการบริหารพัสด เมื่อพิจารณารายด้านสรุปผลได้ดังนี้

1. ด้านการเก็บ การบันทึก การเบิกจ่าย ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการบันทึกบัญชีและการควบคุมการเบิกจ่ายพัสดุเป็นสำคัญ เนื่องจากเป็นขั้นตอนที่ต้องดำเนินการตามระเบียบพัสดุอย่างเคร่งครัดและมีการตรวจสอบจากหน่วยงานต้นสังกัดอย่างสม่ำเสมอ ทำให้ต้องมีการติดตามและควบคุมอย่างใกล้ชิด การจัดระบบการเก็บรักษาพัสดุมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเป็นเพราะข้อจำกัดสถานที่และบุคลากรที่รับผิดชอบโดยตรง รวมถึงยังขาดการนำเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้อย่างเต็มรูปแบบในการจัดระบบการเก็บรักษาพัสดุ และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทยา ชาวดร และคณะ (2568) ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่ของสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก

สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ซึ่งพบว่าการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารงานพัสดุ อาทิ การใช้ระบบจัดซื้อจัดจ้างอิเล็กทรอนิกส์ การบริหารสินทรัพย์ดิจิทัล และการรายงานผลผ่านระบบออนไลน์ จะช่วยเพิ่มความรวดเร็ว ความถูกต้อง และความโปร่งใสในการดำเนินงาน ดังนั้นจึงควรส่งเสริมให้สถานศึกษานำนวัตกรรมเหล่านี้มาใช้อย่างเป็นระบบ เนื่องจากการนำเทคโนโลยีดังกล่าวมาใช้จะช่วยลดความผิดพลาดในกระบวนการสื่อสารและการบันทึกข้อมูล

2. ด้านการยืม ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการกำหนดระบบและขั้นตอนการยืม-คืนพัสดุที่ชัดเจนผ่านระบบดิจิทัล เพื่อให้สามารถติดตามและตรวจสอบได้อย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการป้องกันการสูญหายและควบคุมการใช้ทรัพยากรให้เกิดประโยชน์สูงสุด อีกทั้งยังสอดคล้องกับนโยบายการพัฒนาระบบราชการในยุคดิจิทัล ส่วนการจัดทำระบบให้คะแนนความน่าเชื่อถือของผู้ยืมมีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเนื่องมาจากเป็นแนวคิดที่ค่อนข้างใหม่และยังไม่มีแนวปฏิบัติที่ชัดเจนจากหน่วยงานต้นสังกัด รวมถึงในบริบทของสถานศึกษาที่ผู้ยืมส่วนใหญ่เป็นบุคลากรภายในที่มีความคุ้นเคยกัน อาจทำให้การจัดระบบให้คะแนนความน่าเชื่อถือถูกมองว่าไม่จำเป็นมากนัก และสอดคล้องกับงานวิจัยของพิทยา ชาวดร และคณะ (2568) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่ของสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ซึ่งพบว่าการนำนวัตกรรมเทคโนโลยีดิจิทัลมาประยุกต์ใช้ในการบริหารสินทรัพย์ดิจิทัลและการรายงานผลผ่านระบบออนไลน์จะช่วยเพิ่มความรวดเร็วและความโปร่งใสในการดำเนินงาน

3. ด้านการบำรุงรักษา การตรวจสอบ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะว่าผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญกับการจัดสรรพื้นที่และสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมในการจัดเก็บพัสดุ เนื่องจากเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลโดยตรงต่ออายุการใช้งานและสภาพของพัสดุ รวมถึงมีการประเมินประสิทธิภาพการดูแลรักษาพัสดุของผู้รับผิดชอบและการจัดทำรายงานเปรียบเทียบ ซึ่งช่วยในการติดตามและควบคุมการบริหารงานพัสดุได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่วนการจัดทำแผนสำรองฉุกเฉิน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด อาจเนื่องมาจากการขาดความรู้ความเข้าใจในการจัดทำแผนสำรองฉุกเฉินที่มีประสิทธิภาพ ข้อจำกัดงบประมาณและทรัพยากร รวมถึงการให้ความสำคัญกับการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้ามากกว่าการวางแผนรองรับเหตุการณ์ที่อาจเกิดขึ้นในอนาคต ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชดาพร บุญตา (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุและสินทรัพย์ของโรงเรียน ซึ่งพบว่าด้านการบำรุงรักษาพัสดุเป็นหนึ่งในด้านที่มีปัญหา และเสนอแนวทางว่าควรตั้งงบประมาณซ่อมแซมบำรุงรักษาพัสดุให้เพียงพอเพื่อให้ใช้การได้ตลอดอายุการใช้งาน

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้ใหม่ที่เกิดขึ้นจากการวิจัยในครั้งนี้ มีรายละเอียดดังนี้

1. การบริหารงานพัสดุบนฐานความถูกต้องและโปร่งใส เป็นองค์ความรู้ที่สำคัญ โดยผู้บริหารสถานศึกษาให้ความสำคัญสูงสุดกับ ด้านการเก็บ การบันทึก และการเบิกจ่าย ของกระบวนการพัสดุ สิ่งนี้สะท้อนให้เห็นถึงกลยุทธ์การบริหารที่เน้นความโปร่งใส และความถูกต้องเชิงเอกสาร เพื่อลดความเสี่ยงทางกฎหมายและระเบียบวินัย โดยมีการนำระบบดิจิทัลมาช่วยให้การบันทึกบัญชีให้มีความเป็นปัจจุบัน

2. แนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อมุ่งเน้นเปลี่ยนผ่านจากระบบดั้งเดิมสู่ “ระบบบริหารจัดการคลังแบบเรียลไทม์” โดยใช้ซอฟต์แวร์ดิจิทัลเป็นแกนกลางร่วมกับคิวอาร์โค้ด เพื่อบันทึกและตรวจสอบข้อมูลผ่านอุปกรณ์เคลื่อนที่ได้ทันที พร้อมระบบ แจ้งเตือน

อัตโนมัติ

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการเก็บ การบันทึก การผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานพัสดุด้านการเก็บ การบันทึก และการเบิกจ่ายมีการดำเนินงานอยู่ในระดับมาก สะท้อนว่าสถานศึกษาส่วนใหญ่มีการจัดเก็บและควบคุมพัสดุเป็นระบบพอสมควร อย่างไรก็ตาม เพื่อให้การปฏิบัติงานมีความรวดเร็วและลดความผิดพลาด ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมให้มีการนำระบบบริหารงานพัสดุแบบดิจิทัลมาใช้ในการบันทึกข้อมูล การเบิกจ่าย และการตรวจสอบข้อมูลพัสดุ เพื่อให้สามารถค้นหาข้อมูลได้สะดวกและตรวจสอบย้อนหลังได้

1.2 ด้านการยืม ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานพัสดุด้านการยืมอยู่ในระดับมาก แต่การดำเนินงานยังสามารถพัฒนาให้มีความคล่องตัวมากขึ้นได้ ผู้บริหารสถานศึกษาควรนำระบบการยืม–คืนพัสดุผ่านช่องทางออนไลน์มาใช้ เพื่อให้ผู้ขอใช้พัสดุสามารถยื่นคำขอ ติดตามสถานะ และตรวจสอบประวัติการยืมได้ด้วยตนเอง ซึ่งจะช่วยลดขั้นตอนการทำงานของเจ้าหน้าที่ และทำให้การติดตามพัสดุเป็นไปอย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านการบำรุงรักษาและการตรวจสอบ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานพัสดุด้านการบำรุงรักษาและการตรวจสอบอยู่ในระดับมาก จึงควรรักษามาตรฐานการดำเนินงานไว้ พร้อมทั้งพัฒนาแนวทางการตรวจสอบพัสดุให้มีความต่อเนื่องมากขึ้น โดยกำหนดแผนการตรวจสอบตามระยะเวลา และจัดให้มีระบบแจ้งซ่อมหรือรายงานความเสียหายผ่านช่องทางออนไลน์ เพื่อให้สามารถดำเนินการซ่อมบำรุงได้อย่างรวดเร็ว และลดปัญหาพัสดุชำรุดที่อาจส่งผลต่อการใช้งาน

1.4 ด้านการจำหน่ายพัสดุ ผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานพัสดุด้านการจำหน่ายพัสดุอยู่ในระดับมาก ดังนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาควรกำกับติดตามการจำหน่ายพัสดุให้เป็นไปตามระเบียบของทางราชการอย่างเคร่งครัด โดยตรวจสอบความถูกต้องของการลงจ่ายพัสดุออกจากบัญชีและจัดเก็บหลักฐานการดำเนินงานให้ครบถ้วน เพื่อให้ทุกขั้นตอนสามารถตรวจสอบย้อนหลังได้ และสร้างความโปร่งใสในการบริหารงานพัสดุ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

2.2 ควรศึกษารูปแบบการบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษากลุ่มโรงเรียนบ้านดุง 1 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3

เอกสารอ้างอิง

บุญชม ศรีสะอาด. (2554). *การวิจัยเบื้องต้น* (พิมพ์ครั้งที่ 9). สุวีริยาสาส์น.

ปิยะฉัตร จังหวัดสุข และอุไร สุทธิแย้ม. (2564). ความคิดเห็นของครูที่มีต่อการบริหารจัดการงานพัสดุตามหลักธรรมาภิบาลของผู้บริหารสถานศึกษาในเครือข่ายเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา เครือข่ายที่ 2 สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาราชบุรี เขต 1. *วารสารศิลปากรศึกษาศาสตร์วิจัย, 13*(1), 389–401. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/suedureasearchjournal/article/view/249858.

พรไพลิน ตะเภาทอง. (2562). *ความต้องการในการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัลของเจ้าหน้าที่พัสดุ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี จังหวัดจันทบุรี*. งานนิพนธ์ประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยบูรพา.

พระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560. (2560, 24 กุมภาพันธ์). *ราชกิจานุเบกษา.* เล่ม 134 ตอนที่ 24 ก. หน้า 13–54.

พิทยา ชาวดร, กิจพิณิฐ อุสาโห และสุรางคณา มัณยานนท์. (2568). การบริหารงานพัสดุในยุคดิจิทัลของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่ของสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี. *วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 5*(2), 728–743. https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU/article/view/4018.

รัชดาพร บุญตา. (2561). *ปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุของโรงเรียนมัธยมศึกษาในกลุ่มโรงเรียนสหวิทยาเขตพนมสารคาม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6.* งานนิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยบูรพา.

รัชฎาพร มณเฑียร และจิณณวัตร ปะโคทัง (2560). การศึกษาสภาพปัญหาและแนวทางการพัฒนาการบริหารงานพัสดุและสินทรัพย์ของโรงเรียนสังกัดสำานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 29. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์, 19*(1), 145–151. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/jhssrru/article/view/124642/94487.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3. (2567). *ข้อมูลสารสนเทศทางการศึกษา ปีการศึกษา 2567.* สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 3.

สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ. (2564). *แผนปฏิบัติราชการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2564 ของสำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ* (ฉบับปรับปรุงตามประมาณที่ได้รับจัดสรร). สำนักนโยบายและยุทธศาสตร์ สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.

สุภารัตน์ บาลนาคม. (2564). *ปัจจัยที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานพัสดุในโรงเรียน สังกัดสำนักงาน เขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 1.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

อดิศักดิ์ ศรีนา, สายันต์ บุญใบ และระภีพรรณ ร้อยพิลา. (2560). สภาพ ปัญหาและแนวทางพัฒนาการบริหารงานพัสดุในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสกลนคร เขต 1. *วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร, 5*(19), 28–37. https://jeal.snru.ac.th/ArticleView?ArticleID=276.

Al-Khalil, M., Assaf, Al-Faraj, T., & Al-Darweesh, A. (2004). Measuring effectiveness of materials management for industrial projects. *Journal of Management in Engineering, 20*(3), 82–87. https://ascelibrary.org/doi/10.1061/(ASCE)0742-597X(2004)20:3(82).

Best, J. W., & Kahn, J. V. (1993). *Research in education* (7th ed). Allyn and Bacon.

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

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

การบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษา กลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี

Student affairs administration of schools in the Phraphutthabat Buabok Interdisciplinary Group under the Udon Thani Secondary Education Service Area Office

วศิน ภูพลผัน [1*] , อมรทิพย์ เจริญผล [2], ชารี มณีศรี [3]
Wasin Phoopolpun [1*], Amornthip Chareonphon [2], Charee Maneesri [3]

[1,2,3] หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี
[1,2,3] Master of Education Program in Educational Administration, Ratchathani University, Udonthani Campus
Corresponding author's e-mail: gam7.poo7@gmail.com [1], amornthipc@gmail.com [2] , Chalee@rtu.ac.th [3]

Received: January 21, 2026 Revised: March 19, 2026 Accepted: March 26, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับและแนวทางพัฒนาการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี และครูที่ปรึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี จำนวน 7 แห่ง รวมทั้งสิ้น 348 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่า IOC ระหว่าง .67 – 1.00 และมีความเชื่อมั่นเท่ากับ .90 วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การหา คือ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ผลการวิจัย พบว่า 1) การบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน รองลงมาคือ ด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน และด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน 2) แนวทางพัฒนาการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ได้แก่ ด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการดำเนินงาน เพื่อใช้เป็นแนวทางใน การจัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานของโรงเรียนและวางแผนงานกิจการนักเรียน ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน ควรมี

การประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่อง ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ควรส่งเสริมและให้กำลังใจนักเรียนที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้นักเรียนเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ควรมีการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคล ตรวจสอบความครบถ้วน และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ส่งเสริมครูทุกคนให้จัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับประชาธิปไตยโดยมีการสอดแทรกอย่างสม่ำเสมอทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียนโดยสัมพันธ์กับวิชาที่ตนเองรับผิดชอบ ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน รายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบอย่างสม่ำเสมอ และประชาสัมพันธ์ผลการประเมินการดำเนินงานกิจกรรมนักเรียนสู่สาธารณชนให้ได้รับทราบ

คำสำคัญ: การบริหารกิจการนักเรียน, สหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก, สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี

Abstract

The purposes of this research were to examine the level of student affairs administration and to propose development guidelines for schools in the Phraphutthabat Buabok Interdisciplinary Group under the Udon Thani Secondary Education Service Area Office. The sample consisted of 348 participants, including school administrators and homeroom teachers from seven schools under Udon Thani Secondary Education Service Area Office. The research instrument was a five point rating scale questionnaire with an Index of Item–Objective Congruence (IOC) ranging from .67 to 1.00 and a reliability coefficient of .90. Data were analyzed using frequency, percentage, mean, and standard deviation. The findings revealed that: 1) overall, student affairs administration in schools of the Phraphutthabat Buabok Interdisciplinary Group was at a high level. Considering each aspect individually, student affairs management achieved the highest mean score, followed by the implementation of the student support and care system, and the promotion of democracy in schools, whereas the evaluation of student affairs operations received the lowest mean score. 2) The proposed guidelines for developing student affairs administration suggest that school should: study operational problems and guidelines to formulate work manuals strategic student affairs plans; enhance continuous coordination with relevant external organizations; support and encourage students who exhibit exemplary behavior to foster their self–esteem and pride; systematically collect, verify, and regularly update individual student data for the student support and care system; encourage all teachers to consistently integrate democratic principles into classroom and extracurricular instruction across all subject areas; regularly report operational outcomes to school administrators, and publicize student activity evaluation results to the general public.

Keyword: student affairs administration, Phraphutthabat Buabok Interdisciplinary Group, Udon Thani Secondary Education Service Area Office

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การจัดการศึกษาในระดับการศึกษาขั้นพื้นฐานของประเทศไทยมุ่งเน้นการพัฒนาผู้เรียนให้มีความสมบูรณ์ทั้งด้านความรู้ คุณธรรม จริยธรรม และทักษะการดำเนินชีวิต ดังที่พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 และ

ที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 บัญญัติไว้ว่ากระบวนการจัดการเรียนรู้ต้องบูรณาการความรู้ควบคู่กับการปลูกฝังคุณลักษณะอันพึงประสงค์ในทุกวิชา รวมทั้งให้สถานศึกษาประเมินพัฒนาการผู้เรียนอย่างรอบด้าน ทั้งด้านความประพฤติ พฤติกรรม และการร่วมกิจกรรม เพื่อให้ผู้เรียนเติบโตเป็นสมาชิกที่มีคุณภาพของครอบครัว ชุมชน และสังคม ในบริบทดังกล่าว งานกิจการนักเรียนจึงถือเป็นภารกิจสำคัญภายใต้การบริหารงานทั่วไปของสถานศึกษา ตามกฎกระทรวงว่าด้วยการกระจายอำนาจการบริหารและการจัดการศึกษา พ.ศ. 2550 ที่กำหนดให้สถานศึกษามีอำนาจบริหารงาน 4 ด้าน โดยงานกิจการนักเรียนเป็นกลไกสำคัญที่ดูแลช่วยเหลือนักเรียนตั้งแต่เข้าสู่ระบบจนสำเร็จการศึกษา เพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณธรรม จริยธรรม ระเบียบวินัย ภาคภูมิใจในความเป็นไทย และมีทักษะการดำเนินชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข (กุสินา รอดทอง, 2561) อันสอดคล้องกับเจตนารมณ์ของหลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พ.ศ. 2551 ที่มุ่งพัฒนาและเติมเต็มศักยภาพผู้เรียนให้สมบูรณ์ทั้งร่างกาย จิตใจ อารมณ์ และสติปัญญา (อณัญญา เรืองวานิช และนันทิยา น้อยจันทร์, 2557) อย่างไรก็ตาม จากผลการออกเยี่ยมบ้านนักเรียนในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ภาคเรียนที่ 1 ปีการศึกษา 2568 ซึ่งครอบคลุมนักเรียนจำนวน 43,486 คน พบว่านักเรียนมีพฤติกรรมเสี่ยงสูงถึงร้อยละ 34.46 ไม่ได้อาศัยอยู่กับบิดามารดา ร้อยละ 25.06 มีปัญหาครอบครัวแตกแยก ร้อยละ 19.80 มีปัญหาด้านเศรษฐกิจ ร้อยละ 11.91 และต้องการความช่วยเหลือเร่งด่วนถึง 1,622 คน คิดเป็นร้อยละ 3.47 (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี, 2568) ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าสภาพปัญหาของนักเรียนในปัจจุบันมีความซับซ้อนและหลากหลาย การบริหารงานกิจการนักเรียนที่มีคุณภาพจึงเป็นความจำเป็นเร่งด่วนที่สถานศึกษาต้องให้ความสำคัญอย่างยิ่ง

แนวคิดการบริหารงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษามีพื้นฐานมาจากหลักการพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม (holistic development) ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนให้ครบถ้วนทั้งมิติร่างกาย จิตใจ อารมณ์ สังคม และสติปัญญา ให้มีวุฒิภาวะทางอารมณ์ ศีลธรรม จริยธรรม และสามารถพัฒนาตนเองสู่โลกแห่งอาชีพได้อย่างเหมาะสม (อณัญญา เรืองวานิช และนันทิยา น้อยจันทร์, 2557) นอกจากนี้ แนวคิดระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานยังเป็นกรอบปฏิบัติงานสำคัญที่ครอบคลุมการรู้จักนักเรียนเป็นรายบุคคล การคัดกรอง การส่งเสริมพัฒนา การป้องกันแก้ไข และการส่งต่อ อันเป็นกระบวนการที่เชื่อมโยงบุคลากรทุกฝ่ายในโรงเรียนเข้าด้วยกันอย่างเป็นระบบ จากการทบทวนงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ณัฏฐ์ธณานนท์ ข้ามสาม (2564) พบว่าการบริหารงานกิจการนักเรียนที่มีประสิทธิผลส่งผลโดยตรงต่อพัฒนาการด้านคุณธรรม จริยธรรม และทักษะชีวิตของนักเรียน สอดคล้องกับกัมปนาท อาทิตย์ตั้ง และคณะ (2565) ที่พบว่าสถานศึกษาควรร่วมกันวางแผนและวิเคราะห์สาเหตุปัญหาในการดำเนินการบริหารงานกิจการนักเรียน โดยส่งเสริมการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้นและแต่งตั้งคณะกรรมการที่มีความสามารถในการจัดทำคู่มือระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน

ด้วยเหตุนี้ ผู้วิจัยจึงเล็งเห็นความสำคัญของการศึกษาสภาพการบริหารงานกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี โดยมุ่งวิเคราะห์สภาพที่เป็นจริงและระดับการปฏิบัติงานในด้านต่าง ๆ ของงานกิจการนักเรียน เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สามารถนำไปใช้เป็นแนวทาง ในการพัฒนาและปรับปรุงการบริหารจัดการอย่างตรงจุด ผลการวิจัยที่ได้จะเป็นประโยชน์อย่างยิ่งต่อผู้บริหารสถานศึกษาในการวางแผนพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้มีความเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น สามารถตอบสนองต่อความต้องการจำเป็นของนักเรียนในแต่ละบริบทได้อย่างเหมาะสม อีกทั้งยังเป็นข้อมูลสนับสนุนให้ครูผู้รับผิดชอบสามารถออกแบบและดำเนินกิจกรรมพัฒนาผู้เรียนได้อย่างสอดคล้องกับสภาพปัญหาที่แท้จริง อันจะนำไปสู่การยกระดับคุณภาพชีวิต และผลลัพธ์การเรียนรู้ของนักเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตดังกล่าว ให้เป็นคนเก่ง คนดี และมีความสุขอย่างยั่งยืนต่อไป (กุสินา รอดทอง, 2561)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก
2. เพื่อศึกษาแนวทางพัฒนาการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหาร

การบริหาร หมายถึง การดำเนินการของกลุ่มบุคคลตั้งแต่สองคนขึ้นไปเพื่อพัฒนาสมาชิกในสังคมให้มีคุณภาพและมีความสุข การบริหารจะต้องใช้ความรู้ในหลักการบริหารและการวางแผนอย่างเป็นระบบ เพื่อบรรลุวัตถุประสงค์ การเป็นหัวหน้าจะต้องเป็นผู้นำและผู้ประสานงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้การดำเนินงานบรรลุตามวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ องค์กรต้องอาศัยปัจจัยการบริหารที่ดี เช่น งบประมาณ วัสดุ เทคโนโลยีและการจูงใจและการบริหารจัดการที่ดี (อำไพ นงค์เยาว์ และคณะ, 2560; กัลยาณี รัตนบุตร, 2564; กุสินา รอดทอง, 2561)

ความสำคัญของการบริหารเป็นหัวใจสำคัญ และเป็นเครื่องมือหลักในการกำหนดทิศทางขององค์กรทั้งด้านโครงสร้างและกระบวนการ การบริหารช่วยสร้างระบบระเบียบและกลไกในการทำงานท่ามกลางการเปลี่ยนแปลง ช่วยให้องค์กรมีการดำเนินงานที่ต่อเนื่อง ไม่ซ้ำซ้อน และมีขั้นตอนที่ชัดเจนในการมุ่งสู่เป้าหมายร่วมกัน ด้านการจัดการทรัพยากร เป็นการสร้างความสมดุลระหว่างทรัพยากรที่มีจำกัดกับเป้าหมายที่ต้องการ โดยเน้นการใช้เทคโนโลยี คน และงบประมาณ ให้เกิดความคุ้มค่าสูงสุด และบรรลุวัตถุประสงค์อย่างครบถ้วน และด้านทุนมนุษย์และการทำงานร่วมกัน การบริหารมีความสำคัญอย่างยิ่งในการจัดวางตัวบุคคลให้เหมาะสมกับทักษะความสามารถ ส่งเสริมวัฒนธรรมการทำงานเป็นทีม และการพึ่งพาอาศัยกัน ซึ่งเป็นรากฐานสำคัญที่ทำให้องค์กรได้รับการยอมรับและเกิดความเจริญก้าวหน้าอย่างยั่งยืนในสังคม (อำไพ นงค์เยาว์ และคณะ, 2560; กัลยาณี รัตนบุตร, 2564; กุสินา รอดทอง, 2561)

แนวคิดเกี่ยวกับการบริหารกิจการนักเรียน

การบริหารกิจการของนักเรียนเป็นกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับการบริหารจัดการนักเรียนและกิจกรรมของนักเรียน โดยมีการทำงานร่วมกันระหว่างผู้บริหาร ครู และผู้ที่เกี่ยวข้อง เป็นงานที่มุ่งเสริมสนับสนุนและพัฒนานักเรียนเพื่อเสริมสร้างทักษะนอกห้องเรียน เพื่อให้นักเรียนมีคุณธรรม จริยธรรม และเป็นสมาชิกที่ดีในสังคมต่อไป (อาทิตยา เวชกรณ์, 2559; กัลยาณี รัตนบุตร, 2564; กุสินา รอดทอง, 2561)

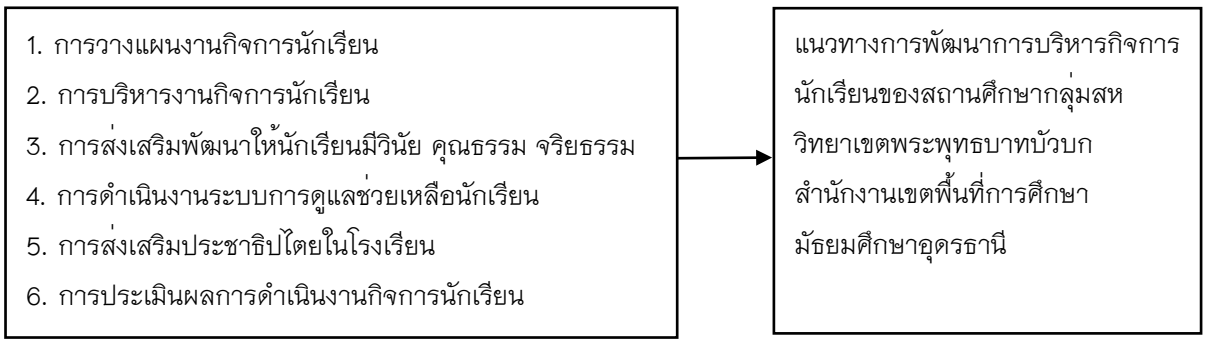
ความสำคัญของการบริหารกิจการนักเรียน การบริหารกิจการนักเรียนเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งที่สถานศึกษาควรให้ความสำคัญ เนื่องจากมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริม สนับสนุน และพัฒนา นักเรียนในด้านทักษะและความรู้ รวมถึงการพัฒนาความประพฤติที่ดี ซึ่งจะส่งผลให้นักเรียนมีประสบความสำเร็จและเป็นสมาชิกที่ดีของสังคมอยู่ร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีความสุข (ณัฏฐ์ธณานนท์ ข้ามสาม, 2564; อณัญญา เรืองวานิช และนันทิยา น้อยจันทร์, 2557)

สรุปแล้วการบริหาร เป็นกลไกสำคัญในการจัดระเบียบองค์กรและทรัพยากรเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการจัดการ "คน งาน และงบประมาณ" ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงของสังคม เมื่อนำแนวคิดการบริหารมาประยุกต์ใช้ในบริบทของสถานศึกษา ผ่านการบริหารกิจการนักเรียน จะพบว่ามีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการพัฒนาผู้เรียนแบบองค์รวม การบริหารกิจการนักเรียนไม่ใช่เพียงการควบคุมดูแลความประพฤติเท่านั้น แต่คือการสร้างสภาพแวดล้อมและกิจกรรมเสริมหลักสูตรที่ช่วยบ่มเพาะทักษะชีวิต คุณธรรม และจริยธรรม การบริหารจัดการกิจการนักเรียนที่มีประสิทธิภาพ ภายใต้โครงสร้างการบริหารที่ชัดเจนและการมีส่วน

ร่วมของบุคลากรทุกฝ่าย จึงเป็นปัจจัยเกื้อหนุนสำคัญที่จะส่งผลให้นักเรียนพัฒนาตนเองได้เต็มตามศักยภาพ สามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข และสะท้อนถึงความสำเร็จในการจัดการศึกษาของสถานศึกษาอย่างเป็นรูปธรรม ซึ่งข้อมูลเหล่านี้จะใช้เป็นกรอบแนวทางที่สำคัญในการศึกษาและวิเคราะห์ผลการวิจัยในลำดับต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

จากการศึกษา เอกสาร ตำรา งานวิจัยเกี่ยวกับแนวคิดการบริหารกิจการนักเรียน ซึ่งผู้วิจัยใช้แนวคิดของการบริหารงานด้านกิจการนักเรียนตามมาตรฐานการปฏิบัติงานโรงเรียนมัธยมศึกษา พ.ศ. 2560 (ปรับปรุง พ.ศ. 2562) โดยสำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2562) จำนวน 6 ด้าน คือ การวางแผนงานกิจการนักเรียน การบริหารงานกิจการนักเรียน การส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน และการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียนมากำหนดเป็นกรอบแนวคิดของการวิจัย ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี และครูที่ปรึกษาในสังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธาน

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ ผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี และครูที่ปรึกษาในสังกัดสานักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี จำนวน 7 แห่ง รวมทั้งสิ้น 348 คน

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามที่ผู้วิจัยได้จัดทำขึ้น มี 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจรายการ (checklist) ประกอบด้วย เพศ ตำแหน่ง และประสบการณ์ในการทำงาน ตอนที่ 2 สภาพการบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียน กลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ซึ่งครอบคลุมขอบข่ายการบริหารกิจการนักเรียน เป็นแบบประเมินค่า 5 ระดับ มีเกณฑ์ในการให้คะแนน คือ มากที่สุด มาก ปานกลาง น้อย น้อยที่สุด จำแนกเป็นรายด้าน 6 ด้านคือ 1) การวางแผนงานกิจการนักเรียน 2) การบริหารงานกิจการนักเรียน 3) การส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม 4) การดำเนินงานระบบการดูแล

ช่วยเหลือนักเรียน 5) การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน 6) การประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน ตอนที่ 3 แบบสอบถามปลายเปิดเกี่ยวกับแนวทางพัฒนาการบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก 6 ด้าน ได้แก่ 1) การวางแผนงานกิจการนักเรียน 2) การบริหารงานกิจการนักเรียน 3) การส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม 4) การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน 5) การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน 6) การประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน

ขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ มีรายละเอียดดังนี้ 1) ศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องเพื่อกำหนดขอบเขตการสร้างเครื่องมือให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์ของงานวิจัย 2) สร้างแบบสอบถามโดยร่างแบบสอบถามให้ครอบคลุมขอบเขตเนื้อหาและสอดคล้องกับคำนิยามของตัวแปรที่จะศึกษาตามกรอบแนวคิด 3) นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นเสนอต่อผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 คน เพื่อตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาแล้วนำค่าคะแนนและความเห็นของผู้เชี่ยวชาญไปหาค่าความตรงเชิงเนื้อหาโดยการหาค่าดัชนีความสอดคล้อง ได้ IOC ระหว่าง .67–1.00 4) ปรับปรุงแก้ไขแบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำไปทดลองใช้ (tryout) กับผู้บริหารและครูที่ปรึกษาโรงเรียนมัธยมศึกษาในเขตกลุ่มสหวิทยาเขตท่าบ่อ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาหนองคายที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 คน แล้วนำข้อมูลที่ได้มาวิเคราะห์หาค่าความเชื่อมั่น โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient) ของครอนบาค ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .90 จากนั้นนำไปจัดพิมพ์ เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปใช้เก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างของการวิจัยต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล จากบัณฑิตวิทยาลัย หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชธานี วิทยาเขตอุดรธานี เสนอต่อหน่วยงานต้นสังกัดของกลุ่มตัวอย่าง ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล โดยใช้แบบสอบถาม ให้ผู้บริหารทางการศึกษาและครูที่ปรึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี และกำหนดวันรับคืน โดยผู้วิจัยได้ไปอธิบายพร้อมแจกแบบสอบถาม และเก็บคืนแบบสอบถามด้วยตนเอง ผู้วิจัยได้แบบสอบถามคืน จำนวน 348 ฉบับ คิดเป็นร้อยละ 100

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลโดยรวบรวม ตรวจสอบความถูกต้องของแบบสอบถามที่ได้รับคืน แบบสอบถามมีข้อมูลครบถ้วนสมบูรณ์ทุกฉบับ แบบสอบถามตอนที่ 1 เป็นข้อมูลพื้นฐานของผู้ตอบแบบสอบถาม วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่และร้อยละ แบบสอบถามตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษา โดยการหาค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน วิเคราะห์แบบสอบถามรายข้อโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป แปลผลตามแนวคิดของBest & Kahn 2006 โดยกำหนดช่วงคะแนนเฉลี่ย ค่าเฉลี่ย 4.50 – 5.00 หมายถึง ระดับมากสุด ค่าเฉลี่ย 3.50 – 4.49 หมายถึง ระดับมากค่าเฉลี่ย 2.50 – 3.49 หมายถึง ระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย 1.50 – 2.49 หมายถึง ระดับน้อย และ ค่าเฉลี่ย 1.00 – 1.49 หมายถึง ระดับน้อยสุด ตามลำดับ

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ได้ผลการวิเคราะห์ ดังนี้

ตาราง 1 การบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี

ด้าน	การบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก	$\overline{X}$	S.D.	ระดับการบริหาร
1.	การวางแผนงานกิจการนักเรียน	4.16	.83	มาก
2.	การบริหารงานกิจการนักเรียน	4.37	.65	มาก
3.	การส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม	4.24	.73	มาก
4.	การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน	4.34	.69	มาก
5.	การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน	4.27	.71	มาก
6.	การประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน	4.08	.78	มาก
	ภาพรวม	4.24	.73	มาก

จากตาราง 1 พบว่า การบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.24, S.D. = .73) เมื่อจำแนกเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน ($\overline{X}$ = 4.37, S.D. = .65) รองลงมา คือ ด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ($\overline{X}$ = 4.34, S.D. = .69) และด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = .71) ด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน ($\overline{X}$ = 4.08, S.D. = .78)

แนวทางพัฒนาการบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี สรุปได้ดังนี้

1. ด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียน สถานศึกษาควรมีการจัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานของโรงเรียนและวางแผนงานกิจการนักเรียน มีการแจ้งระเบียบและแนวทางปฏิบัติให้ครูและนักเรียน ผู้ปกครอง เพื่อให้ทราบข้อมูลอย่างชัดเจน ให้นักเรียนมีส่วนร่วมในการวางแผนและเพื่อให้กิจกรรมมีความหลากหลาย และตอบสนองต่อความต้องการของนักเรียนโดยตรง

2. ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่อง มีการจัดทำโครงการอย่างเป็นนระบบ ทำข้อมูลต่าง ๆ ให้เป็นปัจจุบัน

3. ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ผู้บริหารสถานศึกษาควรส่งเสริมและให้กำลังใจนักเรียนที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้นักเรียนเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ส่งเสริมกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อพัฒนาวินัย คุณธรรม และจริยธรรม และยกระดับคุณภาพของนักเรียนอย่างสม่ำเสมอ

4. การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน สถานศึกษามีการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคล ตรวจสอบความครบถ้วน และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ผู้บริหารครูและบุคลากรในสถานศึกษาทุกคนและผู้เกี่ยวข้องต้องมีความตระหนักในความสำคัญของระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน มีทัศนคติที่ดีต่อนักเรียน พร้อมที่จะพัฒนานักเรียนในทุกด้าน คณะกรรมการหรือคณะทำงานทุกคณะ ต้องมีการประสานงานอย่างใกล้ชิด พร้อมให้ความร่วมมืออยู่เสมอ

5. การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ผู้บริหารสถานศึกษาส่งเสริมครูและบุคลากรในการจัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับประชาธิปไตยโดยสอดแทรกอย่างสม่ำเสมอ ทั้งในห้องเรียน นอกห้องเรียนโดยสัมพันธ์กับวิชาที่

รับผิดชอบ จัดกิจกรรมส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน เช่น กิจกรรมคณะกรรมการนักเรียน กิจกรรมวันสำคัญต่าง ๆ กิจกรรมชมรม กิจกรรมกีฬา ที่เป็นกิจกรรมที่ส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน สนับสนุนกิจกรรมการเลือกตั้งและติดตามอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้นักเรียนเล็งเห็นความสำคัญของการจัดกิจกรรม ซึ่งเป็นวิธีที่ทำให้นักเรียนได้เรียนรู้ฝึกฝนทักษะการมีส่วนร่วมในสังคม การทำงานเป็นทีม การนำเสนอความเห็น การตัดสินใจ และรู้จักที่จะเคารพความคิดเห็นของผู้อื่น ส่งเสริมนักเรียนให้เข้าใจในความเป็นประชาธิปไตย รู้จักปกครองตนเอง สามารถแสดงความคิดเห็นและยอมรับฟังความคิดเห็นของผู้อื่น และสามารถนำความเป็นประชาธิปไตยไปใช้ในชีวิตประจำวันได้อย่างเหมาะสม ส่งเสริมนักเรียนให้มีระเบียบวินัย ส่งเสริมนักเรียนให้มีความรับผิดชอบต่อตนเองและสังคม

6. การประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน ครูรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารสถานศึกษาทราบอย่างสม่ำเสมอ และประชาสัมพันธ์ผลการประเมินการดำเนินงานกิจกรรมนักเรียนสู่สาธารณชนให้ได้รับ ให้ทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการประเมินผล และวิเคราะห์จุดเด่น จุดด้อยให้ชัดเจน นำผลที่ได้ไปพัฒนาปรับปรุงให้ดียิ่งขึ้นมีการสรุปโครงการให้ชัดเจน มีหลักฐานที่สามารถตรวจสอบได้

การอภิปรายผล

การวิจัยเรื่อง การบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี สามารถอภิปรายผลได้ตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อจำแนกเป็นรายด้านพบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน รองลงมาคือด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนและด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียน ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียนตามลำดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านสรุปได้ดังนี้

1.1 การวางแผนงานกิจการนักเรียน การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก จากการใช้แบบสอบถามเพื่อการวิจัยการบริหารกิจการนักเรียนของสถานศึกษากลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท อาทิตย์ตั้ง และคณะ (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่อง แนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียน ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษานครสวรรค์ ซึ่งแนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียน ในสถานศึกษา ควรดำเนินการดังนี้ ควรร่วมกันวางแผนและวิเคราะห์สาเหตุปัญหาในการดำเนินการบริหารงานกิจการนักเรียน เพื่อหาแนวทางการแก้ไขปัญหา และนำผลการดำเนินการมาใช้เป็นแนวทางในการพัฒนางาน ควรส่งเสริมการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ควรแต่งตั้งคณะกรรมการการดำเนินงานระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน โดยพิจารณาจากผู้ที่มีความสามารถจัดทำคู่มือระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียนของสถานศึกษา ควรวิเคราะห์และประเมินผลการปฏิบัติระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน และสอดคล้องกับผลการวิจัยต่างประเทศของ Green et al. (2008) ที่ได้ศึกษาแนวทางการตรวจสอบประเมินผลการบริหารงานกิจการนักเรียน พบว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งในการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องเกี่ยวกับการประเมินผลการบริหารงานกิจการนักเรียนให้แก่บุคลากร เพื่อให้ฝ่ายงานต่าง ๆ มีส่วนร่วมในการประเมินผล โดยผู้บริหารควรวางแผนการดำเนินการประเมินผลให้เป็นไปอย่างราบรื่น และสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลกับการปฏิบัติงาน เพื่อให้การบริหารงานกิจการนักเรียนมีประสิทธิภาพสูงสุด และสอดคล้องกับ Kuk

& Banning (2009) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างองค์กรในการบริหารงานกิจการนักเรียน พบว่าการสร้างโครงสร้างองค์กรในการบริหารงานกิจการนักเรียนควรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่าการวางแผนงานกิจการนักเรียนที่ดีต้องอาศัยการปรับปรุงระเบียบและแนวทางปฏิบัติให้ทันสมัยอยู่เสมอ อันเป็นแนวทางที่สอดรับกับผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าโรงเรียนมีการปรับปรุงระเบียบและแนวทางปฏิบัติให้สอดคล้องกับยุคสมัยอยู่ในระดับมาก

1.2 การบริหารงานกิจการนักเรียน การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านงานระเบียบวินัยและความประพฤตินักเรียน ในภาพรวม อยู่ใน ระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุสินา รอดทอง (2561) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารงานกิจการนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี โดยรวมมีการบริหารงานกิจการนักเรียนอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พุฒิพงศ์ แก้วบุตร และตรัยภูมินทร์ ตรีตรีศวร (2565) ได้ทำการวิจัยเรื่องการบริหารงานกิจการนักเรียนตามมาตรฐานการปฏิบัติงานโรงเรียน มัธยมศึกษา พ.ศ.2560 (ปรับปรุง พ.ศ.2562) ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษในสหวิทยาเขตนครหาดใหญ่ พบว่า 1) ระดับการบริหารงานกิจการนักเรียนของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษในสหวิทยาเขตนครหาดใหญ่ตามความคิดเห็นของครูภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน

1.3 การส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของอาทิตยา เวชกรณ์ (2559) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์ พบว่า ด้านกิจกรรมนักเรียน ควรมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานตามความสามารถความถนัดเพื่อเอื้อต่อการทำงานการจัดกิจกรรมส่งเสริมและพัฒนาคุณธรรม จริยธรรม เพื่อมุ่งพัฒนานักเรียนอย่างจริงจัง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุสินา รอดทอง (2561) พบว่า การบริหารงานกิจการนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี ด้านส่งเสริมคุณธรรม จริยธรรม โดยรวมอยู่ในระดับมาก โรงเรียนมีการอบรมศีลธรรม จรรยามารยาท ขนบธรรมเนียมประเพณีและวัฒนธรรมอยู่เสมอ โรงเรียนมีโครงการอบรบในเรื่องของคุณธรรม จริยธรรมเป็นประจำสม่ำเสมอครูผู้สอนปฏิบัติตนดี มีศีลธรรมเป็นแบบอย่างแก่นักเรียน ผู้ปฏิบัติงานร่วมกันรับผิดชอบงาน โดยคำนึงถึงผลประโยชน์ของส่วนรวมเป็นหลัก

1.4 การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านระบบดูแลช่วยเหลือนักเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุสินา รอดทอง (2561) พบว่า ด้านระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนโดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยต่างประเทศของ Schmidt & Kaufman (2005) ที่ศึกษาการพัฒนานักเรียนโดยการบูรณาการความร่วมมือระหว่างกิจการวิชาการและกิจการนักศึกษา พบว่าการพัฒนาระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยรูปแบบความร่วมมืออย่างเป็นระบบ มีรากฐานทางทฤษฎีที่มั่นคงเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม และมีกรอบการให้บริการที่ชัดเจน โดยให้ความสำคัญกับการศึกษาธรรมชาติการเรียนรู้และความต้องการของนักเรียนเป็นรายบุคคล ซึ่งสอดรับกับผลการวิจัยในครั้งนี้ที่พบว่าโรงเรียนมีการแต่งตั้งคณะกรรมการดำเนินงานดูแลช่วยเหลือนักเรียน มีการจัดทำแผนงาน/โครงการเพื่อปฏิบัติงานดูแลช่วยเหลือนักเรียน และมีการประชุมชี้แจงครูเกี่ยวกับแนวปฏิบัติในการคัดกรองนักเรียนอย่างเป็นระบบ อีกทั้งยังสอดคล้องกับ Green et al. (2008) ที่พบว่าการบริหารงานกิจการนักเรียนที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยการสร้างความรู้ความเข้าใจที่ถูกต้องให้แก่บุคลากรทุกฝ่าย

และผู้บริหารควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลกับการปฏิบัติงานอย่างต่อเนื่อง เพื่อให้การดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนบรรลุผลได้อย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

1.5 การส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกุสินา รอดทอง (2561) พบว่า ด้านส่งเสริมประชาธิปไตย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โรงเรียนจัดให้มีการประชุมของคณะกรรมการ สภานักเรียน นักเรียนนำหลักประชาธิปไตยไปใช้ในชีวิตประจำวัน นักเรียนเคารพสิทธิของผู้อื่น นักเรียน มีความรับผิดชอบต่อตัวเองและสังคม โรงเรียนมีการวางแผนการจัดกิจกรรมประชาธิปไตยในโรงเรียนให้เป็นแหล่งเรียนรู้เกี่ยวกับกระบวนการประชาธิปไตยของนักเรียน

1.6 การประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน การบริหารจัดการของกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัมปนาท อาทิตย์ตั้ง และคณะ (2565) พบว่า การประเมินแนวทางการบริหารกิจการนักเรียนในสถานศึกษา พบว่าภาพรวมอยู่ในระดับ เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน เรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านความถูกต้อง ด้านความเหมาะสม ด้านความเป็นไปได้ และด้านความเป็นประโยชน์ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกัลยาณี รัตนบุตร (2564) ได้ทำการวิจัยเรื่อง รูปแบบการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา พบว่า องค์ประกอบที่ 6 ปัจจัยความสำเร็จของการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนผลการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบจากผู้ทรงคุณวุฒิอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อนำรูปแบบ ไปประเมินความเป็นไปได้ และความเป็นประโยชน์ พบว่า ความเป็นไปได้ในการนำไปใช้อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เป็นเพราะรูปแบบการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา มีหลักการในการพัฒนาระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนที่ชัดเจน รวมถึงการมีองค์ประกอบที่สอดคล้องกับสถานการณ์การบริหารงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา ตลอดจนผู้วิจัยได้ศึกษาข้อมูลในการบริหารคุณภาพจากสถานศึกษาที่มีแนวปฏิบัติที่ดีในการบริหารงานกิจการนักเรียนให้ประสบความสำเร็จ รวมถึงผ่านการตรวจสอบความเหมาะสมของรูปแบบการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา จากผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 12 คน ก่อนที่จะนำไปให้ผู้บริหารสถานศึกษาและครูหัวหน้างานกิจการนักเรียน ในเขตจังหวัดภาคเหนือตอนล่างเป็นผู้ประเมิน ซึ่งผลการประเมินของผู้ใช้รูปแบบการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสามารถนำสู่การปฏิบัติได้

2. แนวทางพัฒนาการบริหารแนวการบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี ของผู้บริหารและครูในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก พบว่า ด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการดำเนินงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานของโรงเรียนและวางแผนงานกิจการนักเรียน ด้านการบริหารงานกิจการ ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ เกี่ยวข้องกันอย่างต่อเนื่อง ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ควรส่งเสริมและให้กำลังใจนักเรียน ที่ปฏิบัติตนเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้นักเรียนเกิดความภาคภูมิใจในตนเอง ด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ควรมีการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคล ตรวจสอบความครบถ้วน และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ส่งเสริมครูทุกคน ให้จัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับประชาธิปไตยโดยให้สอดแทรกอย่างสม่ำเสมอทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียนโดยสัมพันธ์กับวิชาที่ตนเองรับผิดชอบ และด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน ควรมีการรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบอย่างสม่ำเสมอและประชาสัมพันธ์ผลการประเมินการดำเนินงานกิจกรรมนักเรียนสู่สาธารณชนให้ได้รับทราบ สอดคล้องกับผลการวิจัยต่างประเทศของ

Kuk & Banning (2009) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการออกแบบโครงสร้างองค์กรในการบริหารงานกิจการนักเรียน พบว่าการสร้างโครงสร้างองค์กรในการบริหารงานกิจการนักเรียนควรเป็นไปในทิศทางที่เหมาะสมสอดคล้องกับยุทธศาสตร์และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ซึ่งสนับสนุนความคิดเห็นด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียนและด้านการบริหารงานกิจการนักเรียนที่ควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง และสอดคล้องกับ Schmidt & Kaufman (2005) ที่พบว่าการพัฒนางานกิจการนักเรียนที่มีประสิทธิภาพต้องอาศัยรูปแบบความร่วมมือระหว่างฝ่ายวิชาการและฝ่ายกิจการนักเรียน มีรากฐานทางทฤษฎีที่มั่นคงเป็นแนวทางในการพัฒนาโปรแกรม และมีกระบวนการศึกษาธรรมชาติการเรียนรู้และความต้องการของนักเรียนเป็นรายบุคคล ซึ่งสนับสนุนความคิดเห็นด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียนที่ควรมีการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคลและปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบัน รวมทั้งด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีคุณธรรมจริยธรรมและด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียนที่ครูทุกคนควรมีบทบาทเป็นผู้นำในการอำนวยความสะดวกและเสริมสร้างการเรียนรู้อย่างบูรณาการ นอกจากนี้ยังสอดคล้องกับ Green et al. (2008) ที่พบว่าผู้บริหารควรสร้างความสัมพันธ์ระหว่างการประเมินผลกับการปฏิบัติงาน และให้บุคลากรทุกฝ่ายมีส่วนร่วมในการประเมินผลการบริหารงานกิจการนักเรียน ซึ่งตรงกับความคิดเห็นด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียนที่ควรมีการรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบอย่างสม่ำเสมอและประชาสัมพันธ์ผลการประเมินสู่สาธารณชนให้ได้รับทราบ

องค์ความรู้ใหม่

องค์ความรู้เกี่ยวกับการบริหารกิจการนักเรียนในโรงเรียนกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี

การศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นประเด็นสำคัญเกี่ยวกับการบริหารกิจการนักเรียนของโรงเรียนในกลุ่มสหวิทยาเขตพระพุทธบาทบัวบก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี โดยพบว่า ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด แสดงให้เห็นว่า โรงเรียนส่วนใหญ่มีการกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน มีการดำเนินงานตามระบบ และให้ความสำคัญกับการดูแลนักเรียนอย่างต่อเนื่อง จึงทำให้การดำเนินงานด้านกิจการนักเรียนเป็นไปในทิศทางเดียวกันและสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้เรียนได้ องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จึงสะท้อนให้เห็นว่า การบริหารงานที่มีระบบ มีการแบ่งหน้าที่รับผิดชอบอย่างชัดเจน และมีความร่วมมือของผู้เกี่ยวข้องทุกฝ่าย เป็นปัจจัยสำคัญที่ช่วยให้การดำเนินงานกิจการนักเรียนเกิดประสิทธิภาพ

ในขณะเดียวกัน ผลการวิจัยยังพบว่า ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน มีค่าเฉลี่ยต่ำสุดเมื่อเปรียบเทียบกับด้านอื่น ๆ สะท้อนให้เห็นว่า แม้โรงเรียนจะสามารถดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้เป็นอย่างดี แต่การติดตามและประเมินผลการดำเนินงานยังไม่เป็นระบบมากนัก ทำให้ข้อมูลที่ได้จากการประเมินยังถูกนำมาใช้ในการปรับปรุงและพัฒนางานได้ไม่เต็มที่ องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัยจึงยืนยันว่า การประเมินผลที่เป็นระบบและการนำผลการประเมินไปใช้ในการพัฒนางาน เป็นกลไกสำคัญที่จะช่วยให้การบริหารกิจการนักเรียนมีความต่อเนื่องและเกิดการพัฒนาอย่างเป็นรูปธรรม

สรุปองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า การบริหารกิจการนักเรียนให้เกิดผลอย่างมีประสิทธิภาพไม่ได้ขึ้นอยู่กับการดำเนินกิจกรรมเพียงอย่างเดียว แต่ต้องอาศัยทั้งการบริหารงานที่เป็นระบบและการประเมินผลที่นำไปใช้พัฒนางานอย่างต่อเนื่อง เมื่อทั้งสองส่วนดำเนินควบคู่กัน จะช่วยให้การบริหารกิจการนักเรียนมีคุณภาพและตอบสนองต่อการพัฒนาผู้เรียนได้ดียิ่งขึ้น

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านการวางแผนงานกิจการนักเรียน ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัญหาและแนวทางการดำเนินงานเพื่อใช้เป็นแนวทางในการจัดทำคู่มือสำหรับการปฏิบัติงานของโรงเรียนและวางแผนงานกิจการนักเรียน

1.2 ด้านการบริหารงานกิจการนักเรียน ควรมีการจัดทำข้อมูลเกี่ยวกับงานกิจการนักเรียนให้ถูกต้องเป็นปัจจุบัน และควรมีการประสานงานกับหน่วยงานต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องอย่างต่อเนื่อง

1.3 ด้านการส่งเสริมพัฒนาให้นักเรียนมีวินัย คุณธรรม จริยธรรม ควรมีการจัดกิจกรรมส่งเสริมพัฒนาความจำเป็นและต่อเนื่อง ควรมีการบันทึกเกียรติประวัติของนักเรียนไว้เป็นหลักฐานและเป็นปัจจุบัน

1.4 ด้านการดำเนินงานระบบการดูแลช่วยเหลือนักเรียน ประสานความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการส่งต่อนักเรียน และควรมีการจัดเก็บข้อมูลนักเรียนรายบุคคล ตรวจสอบความครบถ้วน และปรับปรุงข้อมูลให้เป็นปัจจุบันอยู่เสมอ

1.5 ด้านการส่งเสริมประชาธิปไตยในโรงเรียน ควรแต่งตั้งคณะกรรมการนักเรียนและกำหนดหน้าที่ในการปฏิบัติงานด้านประชาธิปไตยอย่างชัดเจน และควรส่งเสริมครูทุกคน ให้จัดการเรียนการสอนเกี่ยวกับประชาธิปไตยโดยให้สอดแทรกอย่างสม่ำเสมอทั้งในห้องเรียน และนอกห้องเรียนโดยสัมพันธ์กับวิชาที่ตนเองรับผิดชอบ

1.6 ด้านการประเมินผลการดำเนินงานกิจการนักเรียน มีการสรุปโครงการทั้งปีการศึกษาเกี่ยวกับการดำเนินงานกิจการนักเรียน และรายงานผลการดำเนินงานให้ผู้บริหารทราบอย่างสม่ำเสมอ และประชาสัมพันธ์ผลการประเมินการดำเนินงานกิจกรรมนักเรียนสู่สาธารณชนให้ได้รับทราบ

2. ข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการดำเนินงานกิจการนักเรียนและการบริหารกิจการนักเรียนสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

2.2 ควรมีการศึกษาสภาพการบริหารงานกิจการนักเรียนของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง

กัมปนาท อาทิตย์ตั้ง, สาธร ทรัพย์รวงทอง และทีปพิพัฒน์ สันตะวัน. (2565). แนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา นครสวรรค์. *วารสารครุศาสตร์ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์*, *5*(2), 100–112. https://so02.tci-thaijo.org/index.php /edunsrujo/article/view/257455.

กัลยาณี รัตนบุตร. (2564). *รูปแบบการบริหารระบบคุณภาพงานกิจการนักเรียนในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา*. วิทยานิพนธ์การศึกษาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร. https://nuir.lib.nu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/4059/3/61030174.pdf.

กุสินา รอดทอง. (2561). *การบริหารงานกิจการนักเรียนของโรงเรียนในสังกัดเทศบาลนครสุราษฎร์ธานี*. การค้นคว้าอิสระครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสุราษฎร์ธานี. https://ir.sru.ac.th/handle/123456789/628.

ณัฏฐ์ธณานนท์ ข้ามสาม. (2564). *แนวทางการบริหารกิจการนักเรียน เพื่อป้องกันปัญหาพฤติกรรมการกลั่นแกล้งของนักเรียน ในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุตรดิตถ์ เขต 2.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุตรดิตถ์. https://doi1.nrct.go.th/ListDoi/listDetail/10.14457%2FURU.the.2021.18.

พระราชบัญญัติ การศึกษาแห่งชาติ (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553. (2553, 12 กรกฎาคม). *ราชกิจจานุเบกษา.* เล่ม 127 ตอนที่ 45 ก. หน้า 1–3.

พุฒิพงศ์ แก้วบุตร และตรัยภูมินทร์ ตรีตรีศวร. (2565). การบริหารงานกิจการนักเรียนตามมาตรฐานการปฏิบัติงานโรงเรียนมัธยมศึกษา พ.ศ. 2560 (ปรับปรุง พ.ศ. 2562) ของผู้บริหารสถานศึกษาขนาดใหญ่พิเศษในสหวิทยาเขตนครหาดใหญ่. *วารสารวิชาการสถาบันพัฒนาพระวิทยากร, 5*(4), 60–74. https://so06.tci-thaijo.org/index.php/tmd/article/view/260219.

สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2562). *มาตรฐานการปฏิบัติงานโรงเรียนมัธยมศึกษา พ.ศ. 2560 (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2562).* สำนักบริหารงานการมัธยมศึกษาตอนปลาย สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอุดรธานี. (2568). *แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2568.* สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ. https://web.sesaud.go.th/กลุ่มนโยบายและแผน/แผนปฏิบัติการ/.

อณัญญา เรืองวานิช และนันทิยา น้อยจันทร์. (2557). แนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียนของโรงเรียนนนทบุรีพิทยาคม สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 3. *วารสารวิชาการเครือข่ายบัณฑิตศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏภาคเหนือ, 4*(7), 101–116. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JGNRU/article/view/30080.

อาทิตยา เวชกรณ์. (2559). *แนวทางการบริหารงานกิจการนักเรียนของสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานคณะกรรมการส่งเสริมการศึกษาเอกชนในจังหวัดนครสวรรค์.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์. https://drive.google.com/file/d/1zNwSAYgUew1J4trvISc9fNoWVcIBgPTg/view?usp=sharing.

อำไพ นงค์เยาว์, ชนม์ชกรณ์ วรอินทร์ และอนุชา กอนพ่วง. (2560). รูปแบบการบริหารสถานศึกษาเพื่อพัฒนานักเรียนให้มีทักษะการเรียนรู้ ในศตวรรษที่ 21. *วารสารการวิจัยเพื่อพัฒนาชุมชน, 10*(1), 132–143. https://www.journal.nu.ac.th/JCDR/article/view/1728.

Green, A. S., Jones, E., & Aloi, S. (2008). An exploration of high-quality student affairs learning outcomes assessment practices. *NASPA Journal, 45(*1), 133–157. https://doi.org/10.2202/1949-6605.1910.

Kuk, L., & Banning, J. H. (2009). Designing student affairs organizational structures: Perceptions of senior student affairs officers. *NASPA Journal, 46*(1), 94–117. https://doi.org/10.2202/1949-6605.5007.

Schmidt, N. L., & Kaufman, J. (2005). Learning commons: Bridging the academic and student affairs divide to enhance learning across campus. *Research Strategies, 20*(4), 242–256. https://doi.org/10.1016/j.resstr.2006.12.016.

ISSN: 2774-0390 (Online)
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
Journal of Management Science, Sakon Nakhon Rajabhat University
Homepage: https://so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
e-mail: jmssnru@gmail.com

ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2

Relationship between creative leadership and academic administration of school administrators under Uthai Thani Primary Education Service Area Office 2

เกษมโชค เชี่ยวชาญ [1*], สาธร ทรัพย์รวงทอง [2], สุพัฒนา หอมบุปผา [3]
Kasemchock Chiewchan [1*], Satorn Subruangthong [2], Suphattana Hombubpha [3]

[1,2,3] หลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์
[1,2,3] Master of Education Program in Educational Administration, Nakhon Sawan Rajabhat University
Corresponding author's e-mail: tankasemchok@gmail.com [1], satorn.s@nsru.ac.th [2], supattana.h@nsru.ac.th [3]

Received: February 09, 2026 Revised: March 04, 2026 Accepted: March 15, 2026

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ ศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ศึกษาระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา และศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารสถานศึกษาและครูในสถานศึกษา จำนวน 316 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม มีค่าความตรงเชิงเนื้อหาเท่ากับ 1.00 และมีค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับ เท่ากับ .96 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก รองลงมา คือ ด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านจินตนาการ อยู่ในระดับมาก 2) ระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถานประกอบการ และสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา อยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก 3) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านจินตนาการ ความยืดหยุ่น วิสัยทัศน์

ความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานเป็นทีม ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กับสูงสุด คือ ปัจจัยด้านการทำงานเป็นทีม และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์, การบริหารงานวิชาการ

Abstract

The objectives of this research were to study the level of school administrators' creative leadership, to examine the level of academic administration, and to analyze the relationship between creative leadership and academic administration of school administrators under the Uthai Thani Primary Education Service Area Office 2. The sample consisted of 316 participants, including school administrators and teachers. The research instrument was a questionnaire with a content validity index of 1.00 and overall reliability coefficient of .96. Data were analyzed using mean, standard deviation, and Pearson's product–moment correlation coefficient. The research findings revealed +that: 1) overall, the creative leadership of school administrators was at a high level. Considering each aspect individually, flexibility had the highest mean score, followed by teamwork, whereas imagination received the lowest mean score, with all aspects evaluated at a high level; 2) overall, academic administration was at a high level. Considering each aspect individually, promoting and supporting academic work for individuals, families, organizations, agencies, businesses, and other educational institutions had the highest mean score at the highest level, followed by research for educational quality development at a high level, whereas developing learning processes received the lowest mean score at a high level, and 3) overall creative leadership – comprising imagination, flexibility, vision, creativity, and teamwork–demonstrated a statistically significant positive correlation at a low level with academic administration at the .01 level. When considering each aspect individually, teamwork showed the highest correlation with academic administration, followed by creativity, both of which were statistically significant at the .01 level.

Keywords: creative leadership, academic administration

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

การศึกษาเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์และความเจริญก้าวหน้าของประเทศชาติ สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา (2560) ได้กำหนดแผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579 โดยมีวิสัยทัศน์มุ่งสู่ "คนไทยทุกคนได้รับการศึกษาและเรียนรู้ตลอดชีวิตอย่างมีคุณภาพ ดำรงชีวิตอย่างเป็นสุข สอดคล้องกับหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงและการเปลี่ยนแปลงของโลกศตวรรษที่ 21" พร้อมกันนี้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561–2580 ได้กำหนดเป้าหมายการพัฒนาด้านการศึกษาให้คนไทยมีสมรรถนะและทักษะที่จำเป็นในยุคแห่งการเปลี่ยนแปลง การบรรลุเป้าหมายดังกล่าวจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาที่มีภาวะผู้นำที่เข้มแข็ง มีวิสัยทัศน์ และสามารถบริหารงานวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพในบริบทที่โลกเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว ภาวะผู้นำแบบดั้งเดิมที่

เน้นการสั่งการและควบคุมอาจไม่เพียงพอต่อการรับมือกับความท้าทายในปัจจุบัน แนวคิดเรื่อง "ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์" (creative leadership) จึงได้รับความสนใจอย่างกว้างขวาง เนื่องจากเป็นภาวะผู้นำที่เน้นการคิดนอกกรอบ การสร้างนวัตกรรม การส่งเสริมการมีส่วนร่วม และการปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลง

จากการศึกษางานวิจัยที่เกี่ยวข้อง พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษามีความสัมพันธ์เชิงบวกกับตัวแปรทางการศึกษาหลายประการ จันทนา จอดนาค และสุวิทย์ สลามเต๊ะ (2566) ได้ศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชลบุรี เขต 1 พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารโดยรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับจินตนา ดีดวงพันธ์ (2565) พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามุกดาหารอย่างมีนัยสำคัญ นอกจากนี้ อนุสรณ์ สุทธหลวง และคณะ (2565) ยังพบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับประสิทธิผลของสถานศึกษาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ในด้านการบริหารงานวิชาการซึ่งถือเป็นหัวใจสำคัญของการบริหารสถานศึกษานั้น สุกัญญา แช่มช้อย (2565) ชี้ให้เห็นว่าผู้บริหารต้องสามารถวิเคราะห์สภาพการเปลี่ยนแปลง กำหนดผลลัพธ์การเรียนรู้ที่พึงประสงค์ และนำมาเป็นแนวทางในการจัดการศึกษาผ่านกลไกการบริหารวิชาการ ครอบคลุมการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา การจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล การพัฒนาสื่อและนวัตกรรม ตลอดจนการนิเทศภายใน สำหรับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการโดยตรงนั้น จันจิรา น้ำขาว (2562) และซูไฮรี มะลีเป็ง (2565) ต่างพบว่าตัวแปรทั้งสองมีความสัมพันธ์กันในทิศทางบวก สนับสนุนแนวคิดที่ว่าหากผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในระดับสูง ย่อมสามารถขับเคลื่อนการบริหารงานวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ซึ่งครอบคลุมพื้นที่อำเภอบ้านไร่ อำเภอลานสัก และอำเภอห้วยคต มีสถานศึกษาในสังกัดหลายแห่งที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ห่างไกลและมีลักษณะทางภูมิศาสตร์ที่เป็นภูเขาและป่าไม้ ส่งผลให้การพัฒนาคุณภาพการศึกษามีความท้าทายเป็นพิเศษ ผู้บริหารสถานศึกษาในพื้นที่นี้จึงต้องอาศัยภาวะผู้นำที่หลากหลายและสร้างสรรค์เพื่อรับมือกับบริบทเฉพาะ ไม่ว่าจะเป็นการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่น การประสานความร่วมมือกับชุมชนและเครือข่าย รวมถึงการพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ สอดคล้องกับที่กัญญาณัฐ ถาจัน และคณะ (2568) ยืนยันว่าผู้บริหารสถานศึกษาที่มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะสามารถสร้างแรงจูงใจในการทำงานของครูได้ดีกว่า ซึ่งย่อมส่งผลต่อคุณภาพการบริหารงานวิชาการในที่สุด อย่างไรก็ตาม แม้จะมีงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการบริหารงานวิชาการในบริบทต่าง ๆ อยู่บ้าง แต่ยังไม่พบงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองในบริบทของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 โดยเฉพาะ ผู้วิจัยจึงเห็นความสำคัญและความจำเป็นที่จะต้องศึกษาประเด็นดังกล่าว เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนความเป็นจริงของบริบทพื้นที่ อันจะเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาและการยกระดับการบริหารงานวิชาการให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น ส่งผลต่อคุณภาพการศึกษาและคุณภาพผู้เรียนในที่สุด

การศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 เนื่องจากการบรรลุเป้าหมายตามแผนการศึกษาแห่งชาติและยุทธศาสตร์ชาติจำเป็นต้องอาศัยผู้บริหารสถานศึกษาที่มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่เข้มแข็ง แต่ยังคงเผชิญกับความท้าทายในบริบทพื้นที่ห่างไกลที่มีลักษณะทางภูมิศาสตร์เป็นภูเขาและป่าไม้ การขาดการบูรณาการภูมิปัญญาท้องถิ่นและความร่วมมือกับชุมชนในการบริหารงานวิชาการ รวมถึงการที่ยังไม่มีงานวิจัยที่ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรทั้งสองในบริบทพื้นที่นี้โดยเฉพาะ เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงประจักษ์ที่สะท้อนความเป็นจริงของบริบทพื้นที่ พัฒนาผู้บริหารสถานศึกษาให้มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่สามารถสร้างแรงจูงใจแก่ครูและ

ขับเคลื่อนการบริหารงานวิชาการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ส่งเสริมการพัฒนานวัตกรรมการเรียนการสอนที่เหมาะสมกับบริบทพื้นที่ และยกระดับคุณภาพการศึกษาของผู้เรียนในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้นในที่สุด

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2
2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2

การทบทวนวรรณกรรม

ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องและได้นำเสนอหัวข้อดังต่อไปนี้

แนวคิดการบริหารสถานศึกษา

1. ความหมายของการบริหารสถานศึกษา พบว่านักวิชาการได้อธิบายแนวคิดไว้อย่างหลากหลายแต่มีสาระสำคัญสอดคล้องกันในด้านความร่วมมือ กระบวนการบริหาร และการมุ่งพัฒนาผู้เรียนเป็นสำคัญ การบริหารสถานศึกษาเป็นการร่วมมือกันของบุคคลที่เกี่ยวข้องเพื่อพัฒนาผู้เรียนให้มีความรู้ ความสามารถ และคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยอาศัยการวางแผนยุทธศาสตร์ การใช้ทรัพยากร และกระบวนการบริหารที่เหมาะสมเพื่อให้บรรลุเป้าหมายอย่างแท้จริง ขณะที่พรศิริ สังข์ทอง (2562) มองว่าเป็นกระบวนการบริหารจัดการสถานศึกษาในด้านวิชาการ งบประมาณ บุคคล และงานทั่วไป เพื่อให้การจัดการศึกษามีคุณภาพตามมาตรฐานที่กำหนด การบริหารสถานศึกษาเป็นการจัดกระบวนการทำงานที่ผู้บริหารต้องใช้ทั้งศาสตร์และศิลป์ในการวางแผนและสร้างความร่วมมือเพื่อพัฒนาสถานศึกษาและผู้เรียนให้สอดคล้องกับความต้องการของสังคม โดยสรุป การบริหารสถานศึกษาเป็นกระบวนการบริหารจัดการที่อาศัยความร่วมมือของบุคลากร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ และการดำเนินงานอย่างเป็นระบบ เพื่อพัฒนาคุณภาพผู้เรียนและสถานศึกษาให้บรรลุตามเป้าหมายและมาตรฐานทางการศึกษา

2. ความสำคัญของการบริหารการศึกษา พบว่านักวิชาการส่วนใหญ่เห็นพ้องกันว่าการบริหารสถานศึกษาเป็นกลไกสำคัญที่ทำให้การจัดการศึกษาดำเนินไปอย่างมีระบบและบรรลุเป้าหมายของหลักสูตร จิตรจรูญ ทรงวิทยา (2561) เห็นว่า การบริหารสถานศึกษามีความสำคัญต่อการจัดกระบวนการทำงานอย่างเป็นระบบเพื่อพัฒนาผู้เรียนในทุกด้านให้บรรลุจุดมุ่งหมายของหลักสูตรและสามารถดำรงชีวิตในสังคมได้อย่างมีความสุข การบริหารเป็นภารกิจหลักของผู้บริหารที่ต้องกำหนดแบบแผน วิธีการ และขั้นตอนการปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ โดยต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ในการบริหารคนที่มีความแตกต่างหลากหลาย เพื่อให้งานบรรลุเป้าหมาย นอกจากนี้พรศิริ สังข์ทอง (2562) ชี้ให้เห็นว่าการบริหารที่ดีส่งผลให้สถานศึกษาดำเนินงานอย่างมีคุณภาพและสอดคล้องกับหลักสูตรซึ่งสะท้อนถึงคุณภาพผลผลิตทางการศึกษา

3. ขอบข่ายการบริหารสถานศึกษา ประกอบด้วย การบริหารงานวิชาการ การบริหารงานการเงินและพัสดุ การบริหารงานอาคารสถานที่และอุปกรณ์ การบริหารงานบุคคล การบริหารงานทั่วไป การสร้างความสัมพันธ์กับชุมชน การปรับปรุง ส่งเสริมโอกาสทางการศึกษาการจัดระบบงาน การบริหารกิจการนักเรียน ซึ่งถือว่าการบริหาร

สถานศึกษาเป็นการนำเอาทรัพยากรที่มีอยู่มาดำเนินงานตามภารกิจของสถานศึกษาให้ประสบผลสำเร็จ และเกิดประโยชน์สูงสุดกับผู้เรียนซึ่งงานทุกงานมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อภารกิจของสถานศึกษา ช่วยให้การบริหารกิจการของสถานศึกษาดำเนินไปสู่ความสำเร็จเป็นไปตามวัตถุประสงค์และเป้าหมายที่ได้กำหนดไว้ (กระทรวงศึกษาธิการ, 2560)

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ พบว่านักวิชาการทั้งในและต่างประเทศได้อธิบายแนวคิดไว้อย่างหลากหลาย แต่มีสาระสำคัญร่วมกันในด้านการคิดสร้างสรรค์ การแก้ปัญหา และการขับเคลื่อนผู้อื่นสู่เป้าหมายอย่างมีวิสัยทัศน์ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่สะท้อนความสามารถด้านวิสัยทัศน์ จินตนาการ แรงจูงใจ ความยืดหยุ่น และการแก้ปัญหาเพื่อบรรลุเป้าหมาย ขณะที่จันจิรา น้ำขาว (2562) เน้นพฤติกรรมของผู้บริหารที่สามารถปรับตัว แก้ปัญหาอย่างสร้างสรรค์ กำหนดภาพความสำเร็จในอนาคต และจูงใจให้ผู้อื่นเกิดแนวคิดใหม่ผ่านการทำงานเป็นทีม ในมุมมองสากลเห็นว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นการกระตุ้นและส่งเสริมกระบวนการใหม่อย่างเป็นระบบ ด้วยวิธีการที่ท้าทาย ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นการตอบสนองเชิงจินตนาการและไตร่ตรองต่อสถานการณ์ท้าทาย เพื่อเปิดโอกาสและสร้างแนวทางใหม่ให้กับทุกฝ่ายที่เกี่ยวข้อง โดยสรุป ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นการผสมผสานระหว่างวิสัยทัศน์ ความคิดริเริ่ม การแก้ปัญหาอย่างเป็นระบบ และความสามารถในการจูงใจผู้อื่น เพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงและบรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ความสำคัญของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ พบว่าเป็นปัจจัยสำคัญต่อการขับเคลื่อนองค์กรและการสร้างนวัตกรรมให้เกิดขึ้นอย่างยั่งยืน สุกัญญา แช่มช้อย (2565) เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสำคัญสำหรับผู้นำหรือผู้บริหารสถานศึกษานวัตกรรมจะไม่สามารถเกิดขึ้นได้ หากผู้นำ หรือผู้บริหารสถานศึกษาไม่เปลี่ยนแปลงวิธีคิดให้เป็นการคิดเชิงนวัตกรรม และฝึกปฏิบัติอย่างต่อเนื่องจนเกิดเป็นทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม ผู้บริหารสถานศึกษาซึ่งเป็นผู้นำขององค์การในยุคดิจิทัลนี้ ต้องมีความสามารถในการนำองค์การโดยใช้เทคโนโลยีหรือนวัตกรรมเพื่อเป็นกลไกสำคัญที่จะขับเคลื่อนผลลัพธ์ของสถานศึกษา

3. ทฤษฎีเกี่ยวกับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์สามารถนำหลายทฤษฎี มาเชื่อมโยงทั้งมิติของการเปลี่ยนแปลงทางสังคม การจัดการศึกษา และทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์เชิงจิตวิทยา โดยไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2561) ชี้ว่าผู้นำทางการศึกษาจำเป็นต้องมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เพื่อเข้าใจการเปลี่ยนแปลงของสังคม และพัฒนาสถานศึกษาให้เป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ โดยเน้นทักษะสำคัญ 4 ประการ ได้แก่ การคิดวิเคราะห์ การคิดสร้างสรรค์ การคิดผลิตภาพ และการคิดอย่างมีความรับผิดชอบ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มิได้จำกัดเฉพาะผู้บริหาร แต่ครูสามารถเป็นผู้นำได้ โดยผู้บริหารมีบทบาทในการสร้างโอกาสการเรียนรู้ ส่งเสริมการทำงานเป็นทีม การแก้ปัญหาร่วมกัน การสร้างวิสัยทัศน์อนาคต การตรวจสอบความเชื่อร่วม และการใช้คำถามเพื่อกระตุ้นการคิดในด้านทฤษฎีความคิดสร้างสรรค์ ได้สังเคราะห์แนวคิดออกเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ทฤษฎีเชิงจิตวิเคราะห์ เชิงพฤติกรรมนิยม เชิงมานุษยนิยม และทฤษฎี AUTA ซึ่งล้วนสะท้อนว่าความคิดสร้างสรรค์เป็นศักยภาพที่มีอยู่ในมนุษย์ทุกคนและสามารถพัฒนาได้ผ่านการเรียนรู้และสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวย โดยสรุป ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นการผสานความสามารถด้านจินตนาการ การคิดอย่างมีวิจารณญาณ การทำงานร่วมกัน และการสร้างบรรยากาศที่สนับสนุนการริเริ่มสิ่งใหม่ เพื่อพัฒนาองค์กรและบุคลากรสู่ความก้าวหน้าอย่างยั่งยืน.

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการ

1. การบริหารงานวิชาการ พบว่าเป็นภารกิจหลักของสถานศึกษาที่มุ่งพัฒนาคุณภาพการเรียนการสอนและผู้เรียนโดยตรง ไพฑูรย์ สินลารัตน์ (2561) อธิบายว่า การบริหารงานวิชาการเป็นกระบวนการบริหารกิจกรรมต่าง ๆ ของสถานศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการสร้างและพัฒนาความรู้ ซึ่งส่งผลต่อผู้เรียนทั้งทางตรงและทางอ้อม สอดคล้องกับ

หลักสูตร สอดคล้องกับยุพา พรมแย้ม (2562) ที่ระบุว่าการบริหารงานวิชาการเกี่ยวข้องกับหลักสูตร วิธีสอน สื่อ การวัดและประเมินผล รวมถึงการประกันคุณภาพการศึกษา เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดแก่ผู้เรียน

2. ความสำคัญของการบริหารงานวิชาการ พบว่าเป็นภารกิจหลักของสถานศึกษาที่ส่งผลโดยตรงต่อคุณภาพผู้เรียนและการพัฒนาการศึกษา สัมมา รธนิธย์ (2560) เห็นว่าการบริหารงานวิชาการเป็นหน้าที่สำคัญของผู้บริหารที่ต้องนำทั้งศาสตร์และศิลป์มาใช้กำหนดแบบแผนและเทคนิคที่เหมาะสม เพื่อให้ทุกฝ่ายร่วมมือกันจัดการศึกษาอย่างมีคุณภาพและบรรลุเป้าหมายของสถานศึกษา ขณะที่กระทรวงศึกษาธิการ (2561) ระบุว่าการบริหารงานวิชาการเป็นภารกิจหลักของสถานศึกษา โดยมุ่งกระจายอำนาจให้สถานศึกษามีความคล่องตัวและสอดคล้องกับความต้องการของผู้เรียนและชุมชน อันจะนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพอย่างมีประสิทธิภาพ สอดคล้องกับนุชเรศ คำดีบุญ (2564) ที่ชี้ว่าการบริหารงานวิชาการเป็นกลไกสำคัญในการพัฒนาผู้เรียนให้มีคุณภาพและคุณลักษณะที่พึงประสงค์ โดยสรุป การบริหารงานวิชาการมีความสำคัญในฐานะภารกิจหลักของสถานศึกษาที่มุ่งยกระดับคุณภาพผู้เรียนและขับเคลื่อนการจัดการศึกษาให้บรรลุเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพ

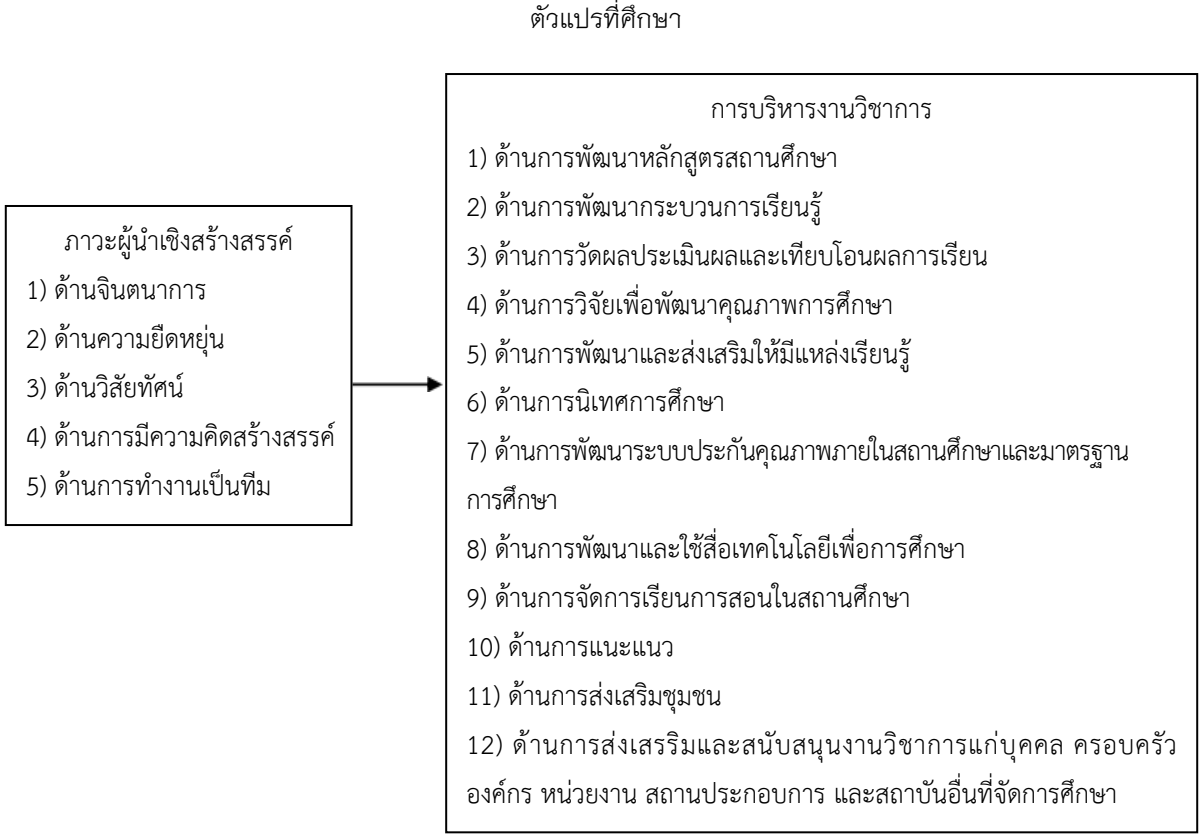
3. กระบวนการบริหารงานวิชาการ พบว่ามีลักษณะเป็นกระบวนการเชิงระบบที่เริ่มจากการวางแผนไปสู่การปฏิบัติและการประเมินผล สอดคล้องกับธริศร เทียบปาน (2562) ที่เสนอขั้นตอนเริ่มจากการศึกษาข้อมูลพื้นฐาน วิเคราะห์สภาพแวดล้อม จัดทำแผน นำแผนสู่การปฏิบัติ กำกับติดตาม ประเมินผล และสรุปรายงานผล โดยสรุป กระบวนการบริหารงานวิชาการเป็นวงจรการบริหารอย่างเป็นระบบ ตั้งแต่การวางแผน การดำเนินงาน การกำกับติดตาม และการประเมินผล เพื่อพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษาอย่างต่อเนื่อง

4. ขอบข่ายการบริหารงานวิชาการ พบว่ามีการกำหนดองค์ประกอบที่หลากหลายแต่มีสาระสำคัญสอดคล้องกันสัมมา รธนิธย์ (2560) เสนอว่า ขอบข่ายการบริหารงานวิชาการประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ การจัดการหลักสูตรและแผนการเรียนรู้ การจัดการเรียนการสอน การจัดหาสื่อและเทคโนโลยีเพื่อการเรียนรู้ การนิเทศและพัฒนาการสอน และการวัดและประเมินผล รวมถึงการประกันคุณภาพภายใน ขณะที่เกษร ศรีพิทักษ์เที่ยงแท้ (2561) แบ่งออกเป็น 6 ด้าน โดยเน้นการพัฒนาหลักสูตร กระบวนการเรียนรู้ การวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพ การนิเทศ การวัดและเทียบโอนผลการเรียน และการพัฒนาระบบประกันคุณภาพ สอดคล้องกับอมรรัตน์ ศรีพอ (2561) ที่สรุปขอบข่ายไว้ 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการเรียนการสอน การพัฒนาหลักสูตร การวัดและประเมินผล และการนิเทศการศึกษา โดยสรุป แม้นักวิชาการจะแบ่งขอบข่ายแตกต่างกัน แต่ล้วนมุ่งเน้นการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ การนิเทศ และการวัดประเมินผล เพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาอย่างเป็นระบบ.

สรุปแล้วการบริหารสถานศึกษาเป็นกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรอย่างเป็นระบบ ที่ต้องอาศัยทั้งศาสตร์และศิลป์ ในการประสานความร่วมมือของบุคลากร เพื่อขับเคลื่อนภารกิจด้านต่าง ๆ ทั้งงานวิชาการ งบประมาณ บุคลากร และการบริหารทั่วไป ให้บรรลุวัตถุประสงค์ในการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน โดยมี "ภาวะผู้นำ" เป็นกลไกสำคัญในการชี้วัดความสำเร็จหรือความล้มเหลวขององค์กร ภาวะผู้นำจึงไม่ใช่เพียงเรื่องของตำแหน่งหน้าที่ แต่เป็นกระบวนการใช้อิทธิพลและศิลปะในการครองใจคนเพื่อสร้างการเปลี่ยนแปลงในเชิงบวก โดยเฉพาะในสภาวะการณ์ปัจจุบันที่สถานศึกษาต้องเผชิญกับการแข่งขันและความเปลี่ยนแปลงที่รวดเร็ว ผู้บริหารยุคใหม่จึงจำเป็นต้องมี "ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์" ซึ่งเป็นความสามารถในการริเริ่มวิสัยทัศน์ที่ชัดเจน ส่งเสริมการคิดนอกกรอบ และสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการพัฒนานวัตกรรม เพื่อนำมาประยุกต์ใช้ในการ "บริหารงานวิชาการ" ซึ่งถือเป็นหัวใจหลักและตัวบ่งชี้คุณภาพมาตรฐานของสถานศึกษา การบริหารงานวิชาการที่เข้มแข็งผ่านกระบวนการพัฒนาหลักสูตร การนิเทศ และการวัดประเมินผลที่มีประสิทธิภาพ จะส่งผลโดยตรงต่อผลสัมฤทธิ์ของผู้เรียน ดังนั้น การผสานพลังระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการที่เปี่ยมด้วยคุณภาพ จึงเป็นกุญแจสำคัญที่จะนำพาสถานศึกษาไปสู่ความเป็นเลิศและสร้างความสำเร็จที่ยั่งยืนให้แก่ผู้เรียนและสังคมต่อไป

กรอบแนวคิดของการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษา หลักการ เอกสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 กำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัย แสดงได้ดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ มีรายละเอียดวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 123 คน และครูและบุคลากรในสถานศึกษา จำนวน 1,025 คน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 จำนวน 123 โรงเรียน รวมทั้งสิ้น 1,148 คน ซึ่งปฏิบัติหน้าที่ในปีการศึกษา 2567 กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษาและครู โดยการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้การเปิดตาราง Yamane (1973) และทำการเทียบสัดส่วน ได้ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 34 คน และครู จำนวน 282 คน รวมทั้งสิ้น 316 คน โดยใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม ประกอบด้วย 3 ตอน ได้แก่ ตอนที่ 1 ข้อมูลสถานภาพทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม มีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ จำนวน 4 ข้อ ตอนที่ 2 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา มี 5 ด้าน ได้แก่ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น ด้านวิสัยทัศน์ ด้านความคิดสร้างสรรค์ และด้านการทำงานเป็นทีม และตอนที่ 3 การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา ครอบคลุมขอบข่ายงานวิชาการ 12 ด้าน เครื่องมือมีค่าความตรงเชิงเนื้อหา (IOC) เท่ากับ 1.00 ทุกข้อ รวมจำนวน 174 ข้อ และค่าความเที่ยงโดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค และค่าความเที่ยงของแบบสอบถามทั้งฉบับเท่ากับ .96

3. การวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ 1) ความถี่ (frequency) และค่าร้อยละ (percentage) สำหรับข้อมูลสถานภาพทั่วไป 2) ค่าเฉลี่ย ($\overline{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) สำหรับวิเคราะห์ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการบริหารงานวิชาการ โดยแปลผลตามเกณฑ์ของลิเคิร์ท (Likert scale) และ 3) ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ของเพียร์สัน (Pearson product moment correlation coefficient) สำหรับวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ผู้วิจัยได้ดำเนินการตามลำดับ ดังนี้

ตาราง 1 ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2

ด้าน	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	$\overline{X}$	S.D.	ระดับภาวะผู้นำ
1	ด้านจินตนาการ	4.27	.23	มาก
2	ด้านความยืดหยุ่น	4.39	.28	มาก
3	ด้านวิสัยทัศน์	4.32	.29	มาก
4	ด้านการมีความคิดสร้างสรรค์	4.30	.26	มาก
5	ด้านการทำงานเป็นทีม	4.32	.27	มาก
	ภาพรวม	4.32	.16	มาก

จากตาราง 1 พบว่า ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับ มาก ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = .16) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านความยืดหยุ่น มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.39, S.D. = .28) รองลงมา คือ ด้านการทำงานเป็นทีม อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.32, S.D. = .27) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านจินตนาการ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.27, S.D. = .23)

ตาราง 2 ระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา อุทัยธานี เขต 2

ด้าน	การบริหารงานวิชาการ	$\overline{X}$	S.D.	แปลผล	อันดับ
1	ด้านการพัฒนาหลักสูตรสถานศึกษา	4.33	.32	มาก	11
2	ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้	4.31	.30	มาก	12
3	ด้านการวัดผลประเมินผลและเทียบโอนผลการเรียน	4.23	.10	มาก	10
4	ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา	4.49	.10	มาก	2
5	ด้านการพัฒนาและส่งเสริมให้มีแหล่งเรียนรู้	4.38	.14	มาก	6
6	ด้านการนิเทศการศึกษา	4.32	.23	มาก	9
7	ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษาและมาตรฐานการศึกษา	4.36	.21	มาก	8
8	ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีเพื่อการศึกษา	4.38	.11	มาก	7
9	ด้านการจัดการเรียนการสอนในสถานศึกษา	4.48	.13	มาก	3
10	ด้านการแนะแนว	4.42	.12	มาก	4
11	ด้านการส่งเสริมชุมชน	4.42	.16	มาก	5
12	ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถานประกอบการ และสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา	4.51	.08	มากที่สุด	1
	ภาพรวม	4.22	.08	มาก	

จากตาราง 2 พบว่า ระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.22, S.D. = .08) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านการส่งเสริมและสนับสนุนงานวิชาการแก่บุคคล ครอบครัว องค์กร หน่วยงาน สถานประกอบการ และสถาบันอื่นที่จัดการศึกษา อยู่ในระดับมากที่สุด ($\overline{X}$ = 4.51, S.D. = .08) รองลงมา คือ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.49, S.D. = .10) และด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ อยู่ในระดับมาก ($\overline{X}$ = 4.31, S.D. = .30)

ตาราง 3 ค่าความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2

ปัจจัย	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_{10}	Y_{11}	Y_{12}	X_{Total}	Y_{Total}
X_1	1.00																		
X_2	.11*	1.00																	
X_3	.25**	.68**	1.00																
X_4	.05	.31**	.20**	1.00															
X_5	.05	.03	.20**	.23**	1.00														
Y_1	.20**	.35**	.40**	.26**	.18**	1.00													
Y_2	.19**	.31**	.40**	.24**	.18**	.65**	1.00												
Y_3	.22**	.34**	.41**	.27**	.19**	.68**	.67**	1.00											
Y_4	.22**	.36**	.42**	.27**	.19**	.70**	.69**	.71**	1.00										

ตาราง 3 (ต่อ)

ปัจจัย	X_1	X_2	X_3	X_4	X_5	Y_1	Y_2	Y_3	Y_4	Y_5	Y_6	Y_7	Y_8	Y_9	Y_{10}	Y_{11}	Y_{12}	X_{Total}	Y_{Total}
Y_5	.24**	.33**	.41**	.26**	.20**	.68**	.67**	.70**	.70**	1.00									
Y_6	.21**	.31**	.39**	.25**	.18**	.64**	.63**	.66**	.67**	.67**	1.00								
Y_7	.2.00**	.32**	.41**	.25**	.18**	.66**	.65**	.68**	.69**	.68**	.63**	1.00							
Y_8	.21**	.33**	.42**	.26**	.19**	.66**	.66**	.70**	.70**	.69**	.64**	.64**	1.00						
Y_9	.23**	.35**	.43**	.27**	.20**	.69**	.68**	.71**	.72**	.71**	.66**	.66**	.68**	1.00					
Y_{10}	.20**	.31**	.40**	.25**	.18**	.65**	.64**	.68**	.69**	.67**	.62**	.63**	.65**	.66**	1.00				
Y_{11}	.23**	.34**	.42**	.28**	.20**	.69**	.68**	.72**	.73**	.71**	.66**	.67**	.70**	.70**	.68**	1.00			
Y_{12}	.21**	.33**	.41**	.26**	.19**	.67**	.66**	.69**	.70**	.69**	.64**	.65**	.66**	.68**	.65**	.69**	1.00		
X_{Tota}	.44**	.72**	.79**	.58**	.50**	.51**	.50**	.52**	.53**	.52**	.48**	.49**	.50**	.53**	.49**	.53**	.51**	1.00	.
Y_{Total}	.01	.03	.05	.32**	.46**	.91**	.91**	.92**	.93**	.92**	.89**	.90**	.91**	.93**	.90**	.94**	.91**	.29**	1.00

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

จากตาราง 3 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ได้แก่ ด้านจินตนาการ (X_1) ความยืดหยุ่น (X_2) วิสัยทัศน์ (X_3) ความคิดสร้างสรรค์ (X_4) และการทำงานเป็นทีม (X_5) ในภาพรวมมีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา (Y) ในระดับต่ำ (r_{xy} = .29) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ซึ่งสอดคล้องกับสมมติฐาน เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ด้านที่มีความสัมพันธ์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสูงที่สุด คือ ปัจจัยด้านการทำงานเป็นทีม (X_5) (r_{xy} = .46) และรองลงมาคือ ปัจจัยด้านความคิดสร้างสรรค์ (X_4) (r_{xy} = .32) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

การอภิปรายผล

จากการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 มีข้อค้นพบที่ควรนำมาอภิปรายตามวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัย ดังนี้

1. ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 เป็น ผู้ที่มีความสามารถในการบริหารจัดการสถานศึกษาโดยใช้ความคิดสร้างสรรค์เป็นแนวทางหลักในการพัฒนาองค์กร มีการส่งเสริมบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการคิดริเริ่มสิ่งใหม่ ๆ ปรับตัวได้ดีต่อการเปลี่ยนแปลง และมีการพัฒนาตนเองและบุคลากรอย่างต่อเนื่อง สอดคล้องกับผลการวิจัยของรฐาอร พิพัฒรังสรรค์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของพวงศรี เสนทอง และนิรันดร์ จุลทรัพย์ (2568) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ พบว่า ผู้บริหารสถานศึกษามีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนูรุดิน สะเอ๊ะ และกนกกร ศิริสุข (2568) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำ

เชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 2 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

2. ระดับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ ผู้บริหารสถานศึกษามีความสามารถในการบริหารจัดการงานวิชาการได้อย่างครอบคลุมและมีประสิทธิภาพ ทั้งการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การวัดและประเมินผล และการนิเทศการศึกษา รวมทั้งมีการส่งเสริมการใช้นวัตกรรมและเทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการศึกษาให้ตอบสนองความต้องการของผู้เรียนและชุมชนได้อย่างเหมาะสม สอดคล้องกับผลการวิจัยของรฐาอร พิพัฒรังสรรค์ (2566) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2 พบว่า การบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนูรุดิน สะเอ๊ะ และกนกกร ศิริสุข (2568) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 2 พบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑามาศ บุญญาทวีทรัพย์ และชนมณี ศิลานุกิจ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาโดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก

3. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 อยู่ในระดับต่ำ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ที่เป็นเช่นนี้อาจเป็นเพราะ แม้ผู้บริหารสถานศึกษาจะมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และการบริหารงานวิชาการอยู่ในระดับมากทั้งคู่ แต่การบริหารงานวิชาการยังได้รับอิทธิพลจากปัจจัยอื่น ๆ ด้วย เช่น นโยบายของหน่วยงานต้นสังกัด ทรัพยากรและงบประมาณ รวมทั้งบริบทของสถานศึกษาในพื้นที่ อย่างไรก็ตาม ความสัมพันธ์เชิงบวกที่มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ยืนยันได้ว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีส่วนสำคัญในการส่งเสริมการบริหารงานวิชาการ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยของพวงศรี เสนทอง และนิรันดร์ จุลทรัพย์ (2568) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่ พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการมีความสัมพันธ์ทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของจุฑามาศ บุญญาทวีทรัพย์ และชนมณี ศิลานุกิจ (2567) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการมีความสัมพันธ์กันทางบวกอยู่ในระดับสูงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และสอดคล้องกับผลการวิจัยของนูรุดิน สะเอ๊ะ และกนกกร ศิริสุข (2568) ได้ศึกษาเรื่อง ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 2 พบว่า ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการ มีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับสูง อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01

องค์ความรู้ใหม่

การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุทัยธานี เขต 2 ทำให้เกิดองค์ความรู้ใหม่ที่ได้จากการสังเคราะห์ผลการวิจัย ดังนี้ ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและการบริหารงานวิชาการอยู่ในระดับมาก และมีความสัมพันธ์ทางบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ แสดงให้เห็นว่า การบริหารงานวิชาการที่มีประสิทธิภาพไม่ได้เกิดจากการบริหารงานตามภารกิจเพียงอย่างเดียว แต่เกิดจากการที่ผู้บริหารสามารถนำคุณลักษณะของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มาใช้ในการบริหารงานร่วมด้วย ทั้งการมีวิสัยทัศน์ การเปิดรับความคิดเห็นที่หลากหลาย การปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง และการสร้างบรรยากาศการทำงานที่เอื้อต่อการมีส่วนร่วมของครูและบุคลากร องค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้จึงชี้ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นกลไกสำคัญที่ช่วยสนับสนุนการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารสามารถใช้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในการบริหารงานได้อย่างเหมาะสม การดำเนินงานวิชาการในด้านต่าง ๆ ก็มีแนวโน้มพัฒนาไปในทิศทางที่ดีขึ้น ทั้งด้านการพัฒนาหลักสูตร การจัดการเรียนรู้ การนิเทศภายใน และการพัฒนาคุณภาพผู้เรียน ซึ่งนำไปสู่การพัฒนาคุณภาพการศึกษาของสถานศึกษาโดยรวม ดังนั้น องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยครั้งนี้ คือ การบูรณาการภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เข้ากับการบริหารงานวิชาการ โดยมองว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ไม่ใช่เพียงคุณลักษณะของผู้บริหาร แต่เป็นปัจจัยที่ช่วยเสริมให้การบริหารงานวิชาการดำเนินไปอย่างมีประสิทธิภาพ และสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงของการจัดการศึกษาในปัจจุบันได้ องค์ความรู้ใหม่นำเสนอดังภาพที่ 2

ภาพที่ 2 องค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ด้านภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับสูง แต่ยังมีบางประเด็นที่สามารถพัฒนาให้ดียิ่งขึ้นได้ โดยเฉพาะการคิดริเริ่มแนวทางใหม่ในการบริหารและการจัดการศึกษา ดังนั้น หน่วยงานต้นสังกัดควรส่งเสริมให้ผู้บริหารได้รับการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ทั้งการอบรมการศึกษาดูงาน และการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ เพื่อเปิดมุมมองและต่อยอดแนวคิดใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้ผู้บริหารสามารถนำแนวทางที่เหมาะสมมาประยุกต์ใช้ในการพัฒนางานวิชาการของสถานศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

1.2 ด้านการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา จากผลการวิจัยพบว่า การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาอยู่ในระดับสูง แสดงให้เห็นว่าผู้บริหารให้ความสำคัญกับการพัฒนางานวิชาการอย่างต่อเนื่อง อย่างไรก็ตาม สถานศึกษาควรสนับสนุนให้มีการพัฒนาการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญมากยิ่งขึ้น โดยส่งเสริมให้ครูนำสื่อ นวัตกรรม และเทคโนโลยีมาใช้ในการจัดการเรียนการสอนให้เหมาะสมกับบริบทของผู้เรียน เพราะจะช่วยให้การเรียนรู้มีความหลากหลาย ส่งเสริมการมีส่วนร่วมของผู้เรียน และช่วยยกระดับผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนได้ดียิ่งขึ้น

1.3 ด้านความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการ จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์ทางบวกกับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา กล่าวคือ เมื่อผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มากขึ้น การบริหารงานวิชาการก็มีแนวโน้มที่จะมีประสิทธิภาพมากขึ้นตามไปด้วย ดังนั้น หน่วยงานต้นสังกัดควรให้ความสำคัญกับการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหาร ควบคู่กับการส่งเสริมการทำงานร่วมกันของครูและบุคลากรในสถานศึกษา รวมทั้งจัดกิจกรรมหรือโครงการพัฒนาที่เปิดโอกาสให้ผู้บริหารได้แลกเปลี่ยนประสบการณ์และเรียนรู้แนวคิดใหม่

2. ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาแนวทางการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ในบริบทของศตวรรษที่ 21 เพื่อให้สามารถบริหารงานวิชาการได้อย่างสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงทางสังคมและเทคโนโลยี

2.2 ควรศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ให้มีความหลากหลาย และส่งเสริมการคิดวิเคราะห์ของผู้เรียน เพื่อตอบโจทย์การจัดการศึกษาที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ

2.3 ควรศึกษารูปแบบการบริหารแบบมีส่วนร่วม ที่ส่งเสริมให้ครู บุคลากร และชุมชน มีบทบาทในการกำหนดแนวทางพัฒนาการจัดการศึกษาในสถานศึกษาอย่างยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง

กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). *หลักสูตรแกนกลางการศึกษาขั้นพื้นฐาน พุทธศักราช 2551 และมาตรฐานการเรียนรู้และตัวชี้วัดฯ (ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2560).* สำนักวิชาการและมาตรฐานการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

กระทรวงศึกษาธิการ. (2561*). คู่มือการปฏิบัติงานของข้าราชการครูและบุคลากรทางการศึกษารักษาการในตำแหน่งผู้อำนวยการสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน.* สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาขั้นพื้นฐาน กระทรวงศึกษาธิการ.

เกษร ศรีพิทักษ์เที่ยงแท้. (2561). *แนวทางการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเทศบาลในจังหวัดชัยนาท สังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.

กัญญาณัฐ ถาจัน, อดิศร ศรีเมืองบุญ และศศิรดา แพงไทย. (2568). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการทำงานของครูในโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาหนองบัวลำภู เขต 2. *วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์, 5*(1), 547–559. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/stw/article/view/2085.

จิตรจรูญ ทรงวิทยา. (2561). ทักษะการบริหารของผู้บริหารสถานศึกษา. *Journal of Roi Kaensarn Academi, 3*(1), 41–57. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/JRKSA/article/view/246212.

จันจิรา น้ำขาว. (2562). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารกับการบริหารงานวิชาการในโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 6.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยศิลปากร.

จันทนา จอดนาค และสุวิทย์ สลามเต๊ะ. (2566). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 1. *วารสารสมาคมพัฒนาวิชาชีพการบริหารการศึกษาแห่งประเทศไทย, 5*(4), 132–147. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/JAPDEAT/article/view/267374.

จินตนา ดีดวงพันธ์. (2565). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อการเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษามุกดาหาร.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร.

จุฑามาศ บุญญาทวีทรัพย์ และชนมณี ศิลานุกิจ. (2567). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษากรุงเทพมหานคร เขต 2. *วารสารนครรัฐ, 1*(1), 47–56. https://so16.tci-thaijo.org/index.php/CS_J/article/view/274.

ซูไฮรี มะลีเป็ง. (2565). *ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานราธิวาส เขต 2.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา.

ธริศร เทียบปาน. (2562). *การพัฒนารูปแบบการบริหารงานวิชาการเพื่อยกระดับคุณภาพผู้เรียนโรงเรียนการกุศลของวัดในพระพุทธศาสนาในเขตจังหวัดภาคใต้.* วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่.

นุชเรศ คำดีบุญ. (2564). การพัฒนาแนวทางการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาอุดรธานี เขต 4. วิทยานิพนธ์การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.

นูรุดิน สะเอ๊ะ และกนกกร ศิริสุข. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์กับการบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษายะลา เขต 2. *วารสารพุทธศาสตร์มจร อุบลราชธานี, 7*(1), 499–512. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/JOBU2025/article/view/3793.

พรศิริ สังข์ทอง. (2562). *ความสัมพันธ์ระหว่างค่านิยมองค์การของผู้บริหารกับการบริหารงานของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 3.* วิทยานิพนธ์ครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.

พวงศรี เสนทอง และนิรันดร์ จุลทรัพย์. (2568). ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับการบริหารงานวิชาการ สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากระบี่. *วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์, 5*(2), 813–823. https://so12.tci-thaijo.org/index.php/stw/article/view/2107.

ไพฑูรย์ สินลารัตน์. (2561). *จำเป็นต้องปฏิรังสรรค์การศึกษาไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 6). สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

ยุพา พรมแย้ม. (2562). *การบริหารงานวิชาการของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอบางบัวทอง สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.

รฐาอร พิพัฒรังสรรค์. (2566). *ความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาและการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษา ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานนทบุรี เขต 2*. การศึกษาค้นคว้าอิสระศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

สุกัญญา แช่มช้อย. (2565). *การบริหารวิชาการที่ตอบสนองการเปลี่ยนแปลงของโลกในยุคพลิกผัน*. สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา. (2560). *แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2560–2579*. สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ.

สัมมา รธนิธย์. (2560). *หลักทฤษฎีและปฏิบัติการบริหารการศึกษา* (พิมพ์ครั้งที่ 4). ข้าวฟ่าง.

อมรรัตน์ ศรีพอ. (2561). กลยุทธ์การบริหารงานวิชาการโรงเรียนมัธยมศึกษาเอกชนตามแนวคิดทักษะความริเริ่มสร้างสรรค์และทักษะการคิดเชิงนวัตกรรม. วิทยานิพนธ์ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

อนุสรณ์ สุทธหลวง, อำนาจ บุญประเสริฐ และพจนีย์ มั่งคั่ง. (2565). ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสมุทรปราการ เขต 2. *วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร*, *19*(86), 106–122. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/SNGSJ/article/view/252322.

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

ผู้ผลิตและเผยแพร่: งานวารสาร คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร
โทร. 094 652 4145, 061 7741 6565
เว็บไซต์: www. so08.tci-thaijo.org/index.php/JMSSNRU
E-mail: jmssnru@gmail.com