



วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)





วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

Journal of Management Science Nakhon Pathom Rajabhat University

ปีที่ 12 ฉบับที่ 1 (มกราคม-มิถุนายน 2568)

ISSN 2392-5817 (Print) ; ISSN 2985-2935 (Online)

วัตถุประสงค์

1. เพื่อเผยแพร่ผลงานทางวิชาการของอาจารย์ นักวิชาการ นักการศึกษา และผู้สนใจ ทั้งภายในและภายนอกมหาวิทยาลัย ครอบคลุมศาสตร์ด้านบริหารธุรกิจ ประกอบด้วย สาขาการจัดการทั่วไป การตลาด การเงินการธนาคาร การบัญชี การบริหารทรัพยากรมนุษย์ โลจิสติกส์ ธุรกิจระหว่างประเทศ คอมพิวเตอร์ธุรกิจ ธุรกิจศึกษา เศรษฐศาสตร์ นิเทศศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ หรือสาขาที่มีความเกี่ยวข้อง

2. เพื่อส่งเสริม เผยแพร่การศึกษา ค้นคว้าวิจัยที่มีประโยชน์ มีคุณค่าต่อการพัฒนาองค์ความรู้วิชาการ ในสาขาวิชาต่าง ๆ

กำหนดออกตีพิมพ์เผยแพร่

ปีละ 2 ครั้ง

ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-มิถุนายน

ฉบับที่ 2 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม

เจ้าของ

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

สำนักงานกองบรรณาธิการ

“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม” คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

เว็บไซต์ <https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/index>

E-mail address: wisitson@webmail.npru.ac.th



การส่งต้นฉบับ

ผู้สนใจสามารถส่งต้นฉบับเพื่อรับการพิจารณาตีพิมพ์ใน วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ได้ตามที่อยู่กองบรรณาธิการ โดยปฏิบัติดังนี้

1. ส่งต้นฉบับบทความวิจัย บทความวิชาการ บทความปริทัศน์ และบทความอื่น ๆ ส่งได้ทางอีเมล และผ่านทางระบบ thaijo

2. แบบเสนอต้นฉบับ ซึ่ง download ได้ที่ link แบบเสนอต้นฉบับ

3. ควรตรวจสอบต้นฉบับให้ถูกต้องตามคำแนะนำสำหรับผู้เขียน (manuscript) และรูปแบบการอ้างอิงที่กำหนดไว้

- บทความที่ตีพิมพ์ในวารสารนี้ทุกเรื่องต้องผ่านการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) ที่มีความเชี่ยวชาญในสาขาที่เกี่ยวข้อง บทความละ 3 ท่าน แบบ double blinded review

- ทศนะและข้อคิดเห็นของบทความที่ปรากฏในวารสารฉบับนี้เป็นของผู้เขียนแต่ละท่าน ไม่ถือว่าเป็นทศนะและความรับผิดชอบของกองบรรณาธิการ

- กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ไม่สงวนสิทธิ์ในการคัดลอก แต่ให้อ้างอิงและแสดงที่มา

พิมพ์ที่ AK COPY

สนามจันทร์ 20 ถนนยิงเป้า ตำบลพระปฐมเจดีย์ อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม 73000 โทร 064 805 9518



ได้รับการรับรองคุณภาพวารสาร จากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย

(Thai Journal Citation Index-TCI)

สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ กลุ่มที่ 2 (Approved by TCI during 2025-2029)

ผู้ทรงคุณวุฒิประจำกองบรรณาธิการ

ศาสตราจารย์ ดร.อุทัย ตันละมัย
ศาสตราจารย์ ดร.สุชาติ โสภประยูร
ศาสตราจารย์เกียรติคุณ เสนาะ ติเยวาร์
ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ
ศาสตราจารย์ พิเศษ ดร.ยุวัฒน์ วุฒิเมธี
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
รองศาสตราจารย์ ดร.ครรชิต มาลัยวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร. ธนวดี บุญลือ
รองศาสตราจารย์ ดร.วัลลภ รัฐนัตรานนท์
รองศาสตราจารย์ ดร.เทพวาทิน หอมสนธิ
รองศาสตราจารย์ ดร.กมล บุชบา
รองศาสตราจารย์ ดร.กิติมา ปรีดีติติก
รองศาสตราจารย์ วรณีย์ โสภประยูร
รองศาสตราจารย์ ดร.นพพร จันทรนาชู
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิภา ลามศิริ

ที่ปรึกษาประจำกองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ สมเดช นิลพันธุ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิรัตน์ ปิ่นแก้ว

บรรณาธิการบริหาร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพพล มณีรัตน์

บรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย

รองบรรณาธิการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ
ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ
อาจารย์ขวัญยุพา ศรีสว่าง

ฝ่ายจัดการและธุรการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ทิวาพร ทราบเมืองปัก
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ วินัย บุญคง
อาจารย์ ธรรมรัตน์ ธารีรักษ์
นางสาว อุทัยวรรณ รุ่งทองนิรันดร์
นางสาว ลักขณา อินทาปัจ
นางสาว สุวรรณ วิชัยคำจร
นางสาว ปิยะวรรณ ชินตานนท์

กองบรรณาธิการจากหน่วยงานภายนอก

รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒนพงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กรัณศุภมาส เอ่งฉ้วน
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรรรค์ชัย กิตยानันท์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา บุตรโพธิ์
ดร.กฤษดา เขียววัฒนสุข
ดร.จรรยา ชำนาญไพร
ดร.ชัยพร ธนถาวรลาภ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
คณะการจัดการและท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
สังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ
วไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
นักวิชาการอิสระ
นักวิชาการอิสระ

กองบรรณาธิการ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ
อาจารย์ วีรกิจ อุฑารสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. จันจิราภรณ์ ปานยินดี
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กิตติกร สุนทรานุรักษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง

**รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายนอก พิจารณาทบทวนประจำ
“วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”**

ศาสตราจารย์ ดร.ปิยะฉัตร จารุธีรศานต์
ศาสตราจารย์ ดร.นรินทร์ สังข์รักษา
รองศาสตราจารย์ ดร.สุรเสกข์ พงษ์หาญยุทธ
รองศาสตราจารย์ ดร.แก้วตา ผู้พัฒน์พงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.พรชนก ทองลาด
รองศาสตราจารย์ ดร.ศิษฐ์วัช มั่นเศรษฐวิทย์
รองศาสตราจารย์ ดร.ฤกษ์ชัย พุประทีปศิริ

รองศาสตราจารย์ ดร.พิทักษ์ ศิริวงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.มานพ ชูนิล

รองศาสตราจารย์ ดร.สุนันทา เลานันท์

รองศาสตราจารย์ ดร.พยอม ธรรมบุตร
รองศาสตราจารย์ ดร.อภิรักษ์ จันทะนี

รองศาสตราจารย์ ดร.ชนทัต บุญรัตนกิตติภูมิ

รองศาสตราจารย์ อัจฉรา ชีวะตระกูลกิจ
รองศาสตราจารย์ ขวลิย์ ณ ถลาง
รองศาสตราจารย์ ธโสธร ตูทองคำ
รองศาสตราจารย์ วรณี เชาวินสุชุม

รองศาสตราจารย์ ดร.สมบัติ อารังสินถาวร
รองศาสตราจารย์ ดร.เพชรรัตน์ วิริยะสีบพงศ์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุวัฒน์ นิเมสังคนันท์
รองศาสตราจารย์ ดร.สุภาณี อินทร์จันทน์
รองศาสตราจารย์ ดร.ณัฐนิชา ณ นคร
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. สุมาลี รามันญ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ประยงค์ มีใจซื่อ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สิริฉันท์ สติรกุล เดชพาหพงษ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จิตาภา ธิริศิริกุล
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ จรุง บุญสนอง
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ชลลดา พิงรำพรรณ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ญาณัญญา ศิริภัทรธาดา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิพรรณ พิเชฐศิริประภา
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมศักดิ์ อมรศิริพงศ์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทร์ พลอยแหวน

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏลำปาง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา
คณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัย
เทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะศิลปศาสตร์ประยุกต์ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอม
เกล้าพระนครเหนือ
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จ
เจ้าพระยา
วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราช
วิทยาลัย
คณะกรรมการบริหารและจัดการ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้า
เจ้าคุณทหารลาดกระบัง
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
วิทยาการจัดการ กรุงเทพมหานคร มหาวิทยาลัยพะเยา
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์
ในพระบรมราชูปถัมภ์
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง
คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยศรีปทุม
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏราชนครินทร์
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล
คณะสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อนุวัฒน์ ชลไพศาล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. วิษณุ วงศ์สินศิริกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. พรพรรณ ดอนจจอหอ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดชาพันธ์ รัฐศาสนศาสตร์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ชัยฤทธิ์ ทองรอด

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นฤมล ชูชินปราการ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สรศักดิ์ กิตติยานันท์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วงศ์ธีรา สุวรรณิน

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พิชญะ อุทัยรัตน์

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ฉัตรรัตน์ ไทรตะไคยยะ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.สมชาย เลิศภิรมย์สุข

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วาสนา บุตรโพธิ์

ดร.สุทธิรัตน์ พลอยบุตร

ดร.ธนากร มาเสถียร

ดร.เรืองเดช แรงเพียร

ดร.ภัทรพล ชุ่มมี

ดร.สุภาพร เพ่งพิศ

ดร.ณัฐภูมิ สรีเพชร

ดร.ภคมน โภคะธีรกุล

ดร.วิสุตา เทศเมือง

ดร.วรินทร์ กังวานทิพย์

ดร.กฤษฎา เขียววัฒนสุข

ดร.คชาวุฒิ สังฆาต

ดร.พัทธ์พสุตม์ สาธุนวัฒน์

ดร.จิรนนท์ เขมพันธ์

ดร.ละเอียต ศิลาน้อย

ดร.จรรยา ชำนาญไพร

ดร.บุญเลิศ พริ้งเจริญ

Associate Professor Dr. Thongphanh Chanthavone

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัย
ธุรกิจบัณฑิต

ผู้อำนวยการสำนักส่งเสริมวิชาการและงานทะเบียน

มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิศวกรรมศาสตร์และเทคโนโลยีอุตสาหกรรม

มหาวิทยาลัยศิลปากร

คณะบริหารธุรกิจมหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์

คณะกรรมการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัย เวสเทิร์น

วิทยาลัยโลจิสติกส์และซัพพลายเชน มหาวิทยาลัยราชภัฏ
สวนสุนันทา

คณะบัญชี มหาวิทยาลัยธนบุรี

คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์

บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัย ราชภัฏ

วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์

วิทยาลัยนวัตกรรมการจัดการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี

ราชชมงคลรัตนโกสินทร์

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคล

รัตนโกสินทร์

เทคโนโลยีดิจิทัลทางธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏ

พระนครศรีอยุธยา

คณะเทคโนโลยีการเกษตรภาคพัฒนาการเกษตรและการ

จัดการทรัพยากร สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณ

ทหารลาดกระบัง

คณะกรรมการท่องเที่ยวและการโรงแรม มหาวิทยาลัย

มหาสารคาม

นักวิชาการอิสระ

นักวิชาการอิสระ

Faculty of Economics and Tourism,

Souphanouvong University Lao PDR

นิเทศศาสตร์

ศาสตราจารย์ ดร.ยุบล เบ็ญจรงค์กิจ

รองศาสตราจารย์ ดร.อุษา ปีกินส์

รองศาสตราจารย์ ดร.ธนวดี บุญลือ

รองศาสตราจารย์ ดร.ธิดาพัฒน์ เอี่ยมมนิรันดร์

รองศาสตราจารย์ ดร.กฤษณ์ ทองเลิศ

รองศาสตราจารย์ ดร.บุบผา เมฆศรีทองคำ

รองศาสตราจารย์ จันทนา ทองประยูร

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.นิษฐา หุ่นเกษม

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.โสภภาพร กล้าสกุล

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อรุณรัตน์ ชินวรรณ

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จำเริญ คังคะศรี

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.อัจฉรา ปันทรานวงศ์

ดร.โมนัยพล รณเวช

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

คณะนิเทศศาสตร์นวัตกรรมการสื่อสาร สถาบันบัณฑิต
พัฒนบริหารศาสตร์

บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยสยาม

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยรังสิต

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ

คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏรำไพพรรณี

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

คณะวารสารศาสตร์ และสื่อสารมวลชน

มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

รายนามคณะผู้ทรงคุณวุฒิภายใน พิจารณาบทความประจำ

1. รองศาสตราจารย์ ดร.จันทนา วัฒนกาญจนะ
2. รองศาสตราจารย์ ดร. เกศินี ประทุมสุวรรณ
3. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ธงชัย พงศ์สิทธิกาญจนา
4. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เยาวภา บัวเวช
5. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กฤติยา รุจิโชค
6. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ณัฏชา ศิริธนาธร
7. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.กนกพัชร กอประเสริฐ
8. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. กิตติกร สุนทรานุรักษ์
9. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.หรรษา คล้ายจันทร์พงษ์
10. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.เดช ธรรมศิริ
11. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร. ดารินทร์ โพธิ์ตั้งธรรม
12. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.มาริษา สุจิตวนิช

13. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.จันจิราภรณ์ ปานยินดี
14. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ดวงใจ คงคาหลวง
15. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.พงษ์สันต์ ต้นหยง
16. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ณัฐชามณูห์ ศรีจำเริญรัตน์
17. ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.ภัทรภร ปุยสุวรรณ
18. อาจารย์ ดร.ศานติ ดิฐสถาพรเจริญ
19. อาจารย์ ดร.ธีรเดช ทิวถนอม
20. อาจารย์ ดร.ชนพงษ์ อาภรณ์พิศาล
21. อาจารย์ ดร.พนิการ์ วัฒนกุล
22. อาจารย์ ดร.ปาริชาติ ขำเรือง
23. อาจารย์ ดร.พงศ์สุมิตา เฉลิมกลิ่น

สารจากฉบับดี

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ก่อตั้งขึ้นในปีพุทธศักราช 2527 โดยมีพันธกิจหลักในการผลิตบัณฑิตในสาขาวิชาการบริหารธุรกิจ การบัญชี และนิเทศศาสตร์ ต่อมาในปีพุทธศักราช 2547 คณะฯ ได้ขยายขอบเขตการจัดการศึกษาไปสู่ระดับบัณฑิตศึกษา ด้วยการเปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาการจัดการทั่วไป ตามนโยบายการผลิตบัณฑิตระดับสูงที่มุ่งเน้นการพัฒนาศักยภาพนักศึกษา ให้มีความรู้ความสามารถเชิงลึกด้านการวิจัย เพื่อสร้างองค์ความรู้ใหม่และนำผลงานไปเผยแพร่สู่สาธารณะ ผ่านช่องทางต่างๆ จึงเป็นที่มาของการจัดทำ วารสารฉบับนี้ขึ้น

ทั้งนี้วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม จัดพิมพ์ขึ้นโดยมีวัตถุประสงค์เพื่อเป็นสื่อกลางในการเผยแพร่ผลงานวิจัย และผลงานทางวิชาการในหลักสูตรการบริหารธุรกิจ การบัญชี นิเทศศาสตร์ หรือหลักสูตรที่เกี่ยวข้อง ให้แก่คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลทั่วไปที่สนใจ ให้มีแหล่งตีพิมพ์ผลงานที่มีคุณภาพ โดยไม่เก็บค่าใช้จ่าย ทางคณะวิทยาการจัดการ มีความมุ่งมั่นอย่างยิ่งที่จะผลิตบัณฑิตที่มีความเชี่ยวชาญ มีศักยภาพในการเขียนผลงานวิชาการตีพิมพ์ ออกสู่สังคมภายนอกเพื่อตอบสนองความต้องการของประเทศ และสร้างประโยชน์ต่อแวดวงวิชาการ

กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการตระหนักถึงความสำคัญของคุณภาพของบทความที่ตีพิมพ์อย่างเคร่งครัด ด้วยเหตุนี้ บทความทุกฉบับที่ส่งเข้ามาจะต้องผ่านกระบวนการตรวจสอบทางวิชาการจากผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Reviewers) ที่มาจากหลากหลายสถาบัน ในสาขาที่เกี่ยวข้องไม่น้อยกว่า 3 ท่าน ตามมาตรฐานที่กำหนดไว้ วารสารวิทยาการจัดการกำหนดการจัดพิมพ์ปีละ 2 ฉบับ คือ ฉบับประจำเดือนมกราคม-มิถุนายน และฉบับประจำเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม เป็นที่น่ายินดีอย่างยิ่งที่วารสารได้รับการประเมินจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index - TCI) ในรอบล่าสุดให้อยู่ในวารสารกลุ่มที่ 2 ของสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ (กำหนด ปี พ.ศ. 2568-2572) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงคุณภาพและมาตรฐานทางวิชาการของวารสาร ในโอกาสนี้ในฐานะคณบดี ผมขอขอบคุณคณาจารย์จากคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นักศึกษาระดับปริญญาตรีและบัณฑิตศึกษา รวมถึงนักวิจัยภายนอกที่ให้ความสนใจและส่งบทความเข้ามาร่วมตีพิมพ์ ความร่วมมือนี้เป็นกำลังใจสำคัญที่ผลักดันให้กองบรรณาธิการมุ่งมั่นพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น

ในโอกาสนี้ต้องขอขอบคุณสำหรับความร่วมมือจากอาจารย์ในคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นักศึกษาทั้งในระดับปริญญาตรี และระดับบัณฑิตวิทยาลัย รวมถึงนักวิจัยจากภายนอก ที่ให้ความสนใจส่งบทความเข้ามาตีพิมพ์ สิ่งนี้เป็นแรงใจ ที่ทำให้กองบรรณาธิการเกิดความมุ่งมั่น เพื่อพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพยิ่งขึ้น โอกาสนี้จึงขอเชิญชวน คณาจารย์ นักวิชาการ นักศึกษา และบุคคลที่สนใจ ในสาขาดังกล่าว ส่งผลงานเพื่อตีพิมพ์ในวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เพื่อพัฒนางานวิชาการ และผู้อ่านสามารถนำผลงานที่ลงตีพิมพ์ในวารสารไปใช้ให้เกิดประโยชน์ในด้านต่างๆ ต่อไป

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ นพดล มณีรัตน์
คณบดีคณะวิทยาการจัดการ
มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

บทบรรณาธิการ

“วิจัยคือแสงเทียนของปัญญาชน ที่แม่ลมแรงเพียงใด
ก็ควรพยายามจุดให้สว่าง เพื่อไม่ให้ความไม่รู้เป็นเงามืดครอบคลุมสังคม”

ครึ่งปีแรกของพุทธศักราช 2568 เป็นช่วงเวลาประเทศไทยและทั่วโลกต้องเผชิญกับเหตุการณ์สำคัญหลายประการ ทั้งในมิติของเศรษฐกิจ สังคม และการเปลี่ยนแปลงของภูมิรัฐศาสตร์ ที่ส่งผลกระทบในหลายระดับ การเลือกตั้งท้องถิ่นในหลายจังหวัด ปัญหาภัยความมั่นคงของชาติทั้งจากภายในและภายนอก ตลอดจนกระแสความตื่นตัวด้านปัญญาประดิษฐ์ (AI) และเทคโนโลยีดิจิทัลในระดับโลก เหตุการณ์เหล่านี้มิได้เป็นเพียงข่าวสารในหน้าหนังสือพิมพ์ แต่คือบทเรียนสำคัญของผู้ที่อยู่ในแวดวงวิชาการ ซึ่งมีหน้าที่หลักในการสร้างองค์ความรู้ใหม่ เพื่ออธิบาย คาดการณ์ และเสนอแนะนวัตกรรมในการแก้ไขปัญหาที่ซับซ้อนในสังคมไทย

วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ก้าวเข้าสู่ขวบปีที่ 12 ยังคงยึดมั่นในบทบาทของตนในการเป็น “เวทีวิชาการของนักวิจัยรุ่นใหม่และรุ่นใหญ่” เพื่อร่วมกันสร้างองค์ความรู้ที่ตอบโจทย์บริบทของประเทศ โดยเฉพาะในช่วงหัวเลี้ยวหัวต่อเช่นนี้ การวิจัยไม่เพียงเป็นกลไกในการค้นหาความจริงทางวิชาการ แต่ยังเป็นเครื่องมือสำคัญในการสนับสนุนการตัดสินใจเชิงนโยบาย การสร้างนวัตกรรมในภาคธุรกิจ และการยกระดับคุณภาพชีวิตของประชาชน

การตีพิมพ์ผลงานวิจัยในวารสารวิชาการถือเป็นขั้นตอนสำคัญที่เสริมสร้างความโปร่งใสขององค์ความรู้ ช่วยให้เกิดการแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การตรวจสอบ และการต่อยอดทางวิชาการ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคที่ข้อมูลล้นหลามในโลกดิจิทัลอย่างรวดเร็ว “ผลงานที่ไม่มีการเผยแพร่ ก็เปรียบเสมือนคำตอบที่ไม่มีใครได้ยิน” นักวิจัยทุกท่านจึงมีหน้าที่ไม่เพียงแต่ทำวิจัยอย่างรอบด้าน แต่ต้องนำเสนอผลงานนั้นสู่สาธารณะในรูปแบบที่น่าเชื่อถือ ถูกต้อง และมีคุณภาพ ในฉบับนี้ วารสารฯ ได้คัดสรรบทความที่ครอบคลุมหลากหลายสาขาวิชาภายใต้ร่มของ “วิทยาการจัดการ” ทั้งการตลาด การจัดการทรัพยากรมนุษย์ การบัญชี การบริหารธุรกิจ รัฐประศาสนศาสตร์ และนวัตกรรมทางสังคม โดยบทความเหล่านี้ไม่เพียงแต่แสดงถึงความมุ่งมั่นของนักวิจัยในระดับปริญญาตรี โท เอก และคณาจารย์เท่านั้น หากยังสะท้อนถึงการทำงานแบบสหวิทยาการ และความพยายามในการเชื่อมโยงองค์ความรู้เข้ากับการปฏิบัติจริงในภาคสนาม

ในวาระต้นปีนี้ หลายสถาบันในประเทศ ได้เริ่มใช้ระบบ AI ช่วยวิเคราะห์ข้อมูลวิจัยมากขึ้น ซึ่งเป็นโอกาสในการเพิ่มประสิทธิภาพงานวิชาการ แต่ขณะเดียวกันก็สะท้อนความจำเป็นที่เราจะต้องยึดมั่นใน “จริยธรรมในการวิจัย” ให้มั่นคงยิ่งขึ้น การเขียนและเผยแพร่บทความวิจัยจึงต้องตระหนักถึงความถูกต้อง ความโปร่งใส และความเป็นเจ้าของทางปัญญาอย่างจริงจัง วารสารฯ ขอขอบคุณคณะผู้ทรงคุณวุฒิทุกท่านที่เสียสละเวลาและใช้วิจารณญาณอย่างเป็นกลางในการกลั่นกรองผลงาน ตลอดจนขอแสดงความชื่นชมผู้เขียนทุกท่านที่ส่งบทความมาร่วมเผยแพร่ในเวทีวิชาการแห่งนี้ เราเชื่อมั่นว่าการร่วมแรงร่วมใจกันของทุกภาคส่วนจะช่วยให้วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม เป็นอีกหนึ่งพลังสำคัญในการขับเคลื่อนสังคมแห่งการเรียนรู้ของไทยต่อไป

“งานวิจัยที่ดีไม่ได้จบอยู่ในเล่มวิทยานิพนธ์ หากแต่มีชีวิตชีวาเมื่อได้ถูกเผยแพร่และนำไปใช้”

ขอให้นักวิจัยทุกท่านมุ่งมั่นต่อไป ไม่ว่าการเดินทางของงานวิจัยจะยาวไกลเพียงใด เพราะทุกการตีพิมพ์คืออีกหนึ่งก้าวเล็ก ๆ ที่สำคัญต่อโลกแห่งปัญญา

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร.วิศิษฐ์ ฤทธิบุญไชย
บรรณาธิการ

สารบัญ

บทความที่	หน้า
1 ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี (สรרךชัย กิตียนันท์) Article history: Received 18 October 2024 Revised 13 March 2025 Accepted 14 March 2025 SIMILARITY INDEX = 18.03 %.....	1
2 เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าและพนักงานเมื่อนำมา ปรับใช้ในธุรกิจดูแลรถยนต์ (พิชญ์สินี สุนทรธรรม์ และปริญญช อภิบุญโยภาส) Article history: Accepted 14 March 2025 Revised 17 April 2025 Accepted 19 April 2025 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	10
3 ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ (วุฒิ วัชรโถมประเสริฐ) Article history: Received 19 August 2024 Revised 10 April 2025 Accepted 15 April 2025 SIMILARITY INDEX = 13.87 %.....	23
4 ประสิทธิภาพการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้ง (ภูวนัย เพ็ชรโปร และพรราวพิชชา เถลิงพล) Article history: Received 10 March 2025 Revised 7 April 2025 Accepted 9 April 2025 SIMILARITY INDEX = 0.73 %.....	38
5 การจัดการหนี้ และการวางแผนการออมของวัยทำงาน (วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์) Article history: Received 14 March 2025 Revised 7 April 2025 Accepted 8 April 2025 SIMILARITY INDEX = 3.97 %.....	51
6 อิทธิพลที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานของบริษัทเอกชน ในเขตกรุงเทพมหานคร (ประสงค์ อุทัย พัทธนันท์ ตั้งวรรณวิทย์ ชนม์ธิดา ยศปัน วัฒนา เอกภมิตศิลป์ สิทธิศักดิ์ ทองสุข และ ประครองขวัญ สังจะโป๊ะ) Article history: Received 20 September 2024 Revised 6 April 2025 Accepted 8 April 2025 SIMILARITY INDEX = 12.96 %.....	67

สารบัญ

บทความที่		หน้า
7	การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่ากรณีคลังสินค้า ABC (ตรีสุคนธ์ สิริปัญญานา และ ธนยศ กุลชล) Article history: Received 13 November 2023 Revised 29 June 2024 Accepted 20 June 2025 SIMILARITY INDEX = 1.13 %.....	80
8	อิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต (พิชญะ อุทัยรัตน์ ธัญญามาส อุบริพุทธิ และจิรศักดิ์ จิยะจันทร์) Article history: Received 8 February 2025 Revised 19 April 2025 Accepted 21 April 2025 SIMILARITY INDEX = 0.84 %.....	91
9	การส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร (ณรงค์ ไปวันเสาร์ และพรสวรรค์ จันทน์สมวรกุล) Article history: Received 15 February 2025 Revised 20 April 2025 Accepted 22 April 2025 SIMILARITY INDEX = 6.10 %.....	105
10	นโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (กฤษณะ ปุราณิธิ ญัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ สถิตย์ นิยมญาติ และ กมลพร กัลยาณมิตร) Article history: Received 15 February 2025 Revised 23 April 2025 Accepted 25 April 2025 SIMILARITY INDEX = 5.73 %.....	119
11	วิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี (อาจุฑา เนติธนากุล วรรณวิศา มะโฬหาร ธนวัฒน์ กัญญาราช วัฒนา เรืองแก้ว และ พงษ์พัฒน์ มัลลิกะมาลย์) Article history: Received 14 March 2025 Revised 1 May 2025 Accepted 5 May 2025 SIMILARITY INDEX = 14.18 %.....	134

สารบัญ

บทความที่		หน้า
12	การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาโดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล กรณีศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี (ชาติ จิตร์ผ่อง และสลิตตา สาริบุตร) Article history: Received 26 February 2025 Revised 28 April 2025 Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 5.44 %.....	148
13	ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงเทพฯ ประเทศไทย (Lu WANG และวรศักดิ์ ทองศิริ) Article history: Received 27 March 2025 Revised 28 April 2025 Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	168
14	ผลกระทบของการฝึกอบรมและพัฒนา และพฤติกรรมกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท Beijing Anti Technology Co., Ltd. (Yuxin GAO และวรศักดิ์ ทองศิริ) Article history: Received 27 March 2025 Revised 28 April 2025 Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 0.00 %.....	184
15	นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า (สมิตรา รัศมี และ กฤษดา เขียววัฒนสุข) Article history: Received 12 March 2025 Revised 30 April 2025 Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 4.49 %.....	199
16	รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล (ขจรศักดิ์ กันใช้ ชนาภรณ์ ปัญญาการผล และภัทรกร ปุยสุวรรณ) Article history: Received 5 August 2024 Revised 3 May 2025 Accepted 5 May 2025 SIMILARITY INDEX = 16.71 %.....	212

สารบัญ

บทความที่		หน้า
17	นโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร (ธนดี หงษ์รัตนอุทัย ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ สติธัย นิยมญาติและกมลพร กัลยาณมิตร) Article history: Received 14 April 2025 Revised 19 May 2025 Accepted 21 May 2025 SIMILARITY INDEX = 5.68 %.....	233
18	การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร (ประสิทธิ์ ห่อทอง สติธัย นิยมญาติ ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ และกมลพร กัลยาณมิตร) Article history: Received 14 April 2025 Revised 17 May 2025 Accepted 19 May 2025 SIMILARITY INDEX = 19.82 %.....	249
19	การพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ (กฤตกานต์ จิรดาพิพัฒน์ และ ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ) Article history: Received 20 April 2025 Revised 19 May 2025 Accepted 23 May 2025 SIMILARITY INDEX = 12.33 %.....	266

จริยธรรมการตีพิมพ์

(<https://www.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU/PublicationEthics>)

บทบาทและหน้าที่ของผู้นิพนธ์

1. บทความที่เสนอตีพิมพ์ต้องไม่เคยตีพิมพ์เผยแพร่ที่ไหนมาก่อน และต้องไม่อยู่ระหว่างการเสนอ เพื่อพิจารณาตีพิมพ์ในวารสารฉบับอื่น
2. ไม่ละเมิดหรือคัดลอกผลงานของผู้อื่น หากนำผลงานของผู้อื่นมาใช้ จะต้องมีการจัดทำอ้างอิงตามรูปแบบที่วารสารกำหนด โดยระบุรายการอ้างอิงท้ายบทความ
3. ผู้นิพนธ์ต้องรายงานข้อมูลการวิจัยที่เกิดขึ้นจริง ไม่บิดเบือนข้อมูล และไม่ให้ข้อมูลที่เป็นเท็จ
4. ผู้นิพนธ์ที่มีรายชื่อปรากฏในบทความ ต้องมีส่วนในการทำการวิจัยจริง นอกจากนี้ควรระบุแหล่งทุนที่สนับสนุนในการทำผลงานทางวิชาการ ในกิตติกรรมประกาศ
- 5 บทความที่ส่งตีพิมพ์จะต้องเป็นไปตามรูปแบบที่กำหนด โดยจัดทำรูปแบบบทความตามคำแนะนำในการเตรียมบทความของวารสาร
6. ผู้นิพนธ์ต้องแก้ไขความถูกต้องของบทความตามข้อเสนอแนะของผู้ทรงคุณวุฒิ (Peer Review) และทางกองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐมกำหนด
7. ผู้นิพนธ์ที่มีการเผยแพร่ข้อมูลของหน่วยงานอื่น จะต้องได้รับอนุญาตจากหน่วยงานนั้นๆ
8. งานวิจัยใดที่เกี่ยวข้องกับการวิจัยในมนุษย์ ควรมีหนังสือรับรองจากคณะกรรมการจริยธรรมการวิจัยในมนุษย์

บทบาทและหน้าที่ของบรรณาธิการ

1. บรรณาธิการมีหน้าที่ในการพิจารณาแบบ กลั่นกรอง คัดสรรบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารอย่างเข้มข้น โดยมุ่งหวังให้เกิดคุณภาพและเกิดประโยชน์กับผู้อ่าน และจัดทำวารสารให้เป็นไปตามนโยบายและทิศทางที่กำหนด
2. บรรณาธิการจะไม่เปิดเผยข้อมูลใดๆ ในระหว่างช่วงเวลาการประเมินบทความและการตีพิมพ์วารสารฉบับนั้นๆ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ไม่ว่าจะเป็นข้อมูลของผู้เขียนหรือผู้ทรงคุณวุฒิ รวมถึงไม่ปิดกั้นหรือแทรกแซงข้อมูลที่ใช้แลกเปลี่ยนระหว่างผู้ทรงคุณวุฒิและผู้นิพนธ์บทความ
3. บรรณาธิการต้องไม่แก้ไขหรือเปลี่ยนแปลงเนื้อหาบทความและผลการประเมินของผู้ทรงคุณวุฒิ
4. บรรณาธิการต้อง ไม่นำบทความหรือวารสารไปใช้ประโยชน์ในด้านธุรกิจหรือนำไปเป็นผลงานทางวิชาการ และผลงานวิจัยของตนเอง
5. บรรณาธิการต้องคัดเลือกบทความมาตีพิมพ์ หลังจากผ่านกระบวนการประเมินบทความแล้ว โดยพิจารณาจากความสำคัญ องค์กรความรู้ใหม่ ความชัดเจน และความสอดคล้อง สัมพันธ์ ของเนื้อหา กับนโยบายของวารสารเป็นสำคัญ
6. บรรณาธิการต้องปฏิบัติตามกระบวนการและขั้นตอนต่างๆ ของวารสารอย่างเคร่งครัด และตรวจสอบการคัดลอกบทความอย่างจริงจัง โดยใช้โปรแกรมที่น่าเชื่อถือ รวมถึง หยุดการประเมินบทความ หากพบว่าบทความที่ส่งมาตีพิมพ์คัดลอกผลงานของผู้อื่น และปฏิเสธการรับบทความนั้นๆ
7. บรรณาธิการจะไม่ตีพิมพ์บทความที่เคยตีพิมพ์เผยแพร่จากที่อื่นมาแล้วทั้งในรูปแบบของวารสาร หรือบทความหลังการนำเสนอในที่ประชุมวิชาการ (Proceeding)
8. บรรณาธิการจะไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนใดๆ กับผู้นิพนธ์ ผู้ทรงคุณวุฒิ ทีมผู้บริหาร และกองบรรณาธิการ

9. หากมีหลักฐานที่ชัดเจนว่ามีการคัดลอกผลงานของผู้อื่น บรรณาธิการจะติดต่อผู้เขียนหลักเพื่อขอคำชี้แจง และหากไม่มีข้อชี้แจงตามหลักทางวิชาการ บรรณาธิการจะปฏิเสธการตีพิมพ์บทความนั้น

10. บรรณาธิการต้องรักษามาตรฐานของวารสาร รวมถึงพัฒนาวารสารให้มีคุณภาพ สะท้อนองค์ความรู้ใหม่ๆ และมีความทันสมัยเสมอ

บทบาทและหน้าที่ของผู้ประเมินบทความ

1. ผู้ประเมินบทความจะต้องรักษาระยะเวลาประเมินตามกรอบเวลาประเมินที่กำหนด ในการประเมินบทความต้อง ไม่มีอคติ ให้ข้อคิดเห็นตรงไปตรงมา สร้างสรรค์ นำไปสู่การปรับปรุงบทความที่ได้มาตรฐานทางวิชาการ

2. ผู้ประเมินบทความจะต้องไม่มีผลประโยชน์ทับซ้อนกับผู้นิพนธ์ เช่น เป็นผู้นิพนธ์ร่วม ผู้ร่วมโครงการ ผู้ร่วมงาน หรือผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้อง เป็นอาจารย์ที่ปรึกษา ที่จะทำให้ผู้ประเมินไม่สามารถประเมินและให้ข้อเสนอแนะได้อย่างอิสระได้

3. ผู้ประเมินบทความ จะต้องมีความรู้ ความสามารถ และความเชี่ยวชาญ โดยพิจารณาจากเนื้อหาของบทความ โดยประเมินบทความที่ตนมีความเชี่ยวชาญ พิจารณาคุณภาพของบทความ ไม่ใช่ความคิดเห็นส่วนตัวที่ไม่มีข้อมูลมารองรับในการให้ข้อเสนอแนะหรือตัดสินบทความ

4. ผู้ประเมินบทความ ควรให้ข้อเสนอแนะ และระบุตัวอย่างผลงานวิจัยที่สำคัญๆ และสอดคล้องกับบทความที่ประเมินแต่ผู้นิพนธ์บทความไม่ได้อ้างถึง

5. หากผู้ประเมินบทความพบว่า บทความมีความเหมือน หรือซ้ำซ้อนกับผลงานของผู้อื่นโดยมีหลักฐานชัดเจน ผู้ประเมินสามารถปฏิเสธการตีพิมพ์และแจ้งแก่บรรณาธิการ เพื่อปฏิเสธการประเมินบทความนั้น

6. ผู้ประเมินต้องไม่เปิดเผยข้อมูลของบทความที่ส่งมาตีพิมพ์ แก่บุคคลอื่นที่ไม่เกี่ยวข้อง ในช่วงระยะเวลาของการประเมินบทความ

Publication Ethics

Duties of Authors

1. An article must not be published in any journal before or not under consideration for publication elsewhere.

2. Authors should ensure that their manuscript is original works, and cited publications must be listed in the references in accordance with the journal format.

3. Authors should avoid untrue statements or withhold information.

4. The listed authors should accurately participate in the article and all funding source must be disclosed in the acknowledgments.

5. The published article must comply with the format determined by the journal.

6. Authors must respond to all the suggestions of the reviewers and the Editor-in-Chief.

7. Authors must obtain written permission to disseminate information from the source.

8. Studies on human and animals require the approval from the ethic committee.

Duties of Editors

1. The editor is responsible for considering and deciding which of the submitted articles should be published to the journal and may be beneficial to the readers. The editors would be guided by the policies of the journal.
2. The editor must protect the confidentiality of authors and reviewers throughout the review process and all material or communications between authors and reviewers should not be interfered.
3. The editor must not edit or change the content of the article nor the review from the reviewers.
4. The editor must not use published or unpublished materials for personal interest or personal advantage.
5. The editor must select the articles for publication based on their significance and contribution to the body of knowledge, clarity and consistency of the content, and in accordance with the editorial board policies.
6. The editor must follow the procedures of the journal and thoroughly check copyright infringement and plagiarism. In case of violation, the editor must report and reject such article.
7. The editor must not accept published article or proceeding elsewhere.
8. The editor should not have a conflict of interest or personal stake with the author, the reviewers, and the editorial board.
9. The editor shall contact the corresponding author for clarification in case of copyright infringement and plagiarism. If there is no technical explanation, the article will be rejected.
10. The editor must maintain and develop the standards and quality, also reflect new knowledge for the journal.

Duties of Reviewers

1. Reviewers should give comments and opinions in improving the quality of a submitted article without personal bias and in a timely manner.
2. Reviewers must not have a conflict of interest or personal stake with the author – as a co-author, collaborators, or advisor which make the reviewers unable to give comments or suggestions independently.
3. Reviewers should be conducted objectively in the context of their expertise. Personal opinions without backing evidence or biases should not be used when reviewing an article.
4. Reviewers should give suggestions and research papers which significant to an article, but authors have not referred to.
5. Reviewers should inform the editor if they suspect that an article under review contains duplicated works of other published articles or any suspected plagiarism.
6. Reviewers must treat any received articles for review as confidential documents and must not share with anyone during the review process.

ส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน
อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

Marketing mix that affects repeat purchasing behavior of community products
Mueang District, Kanchanaburi Province

สรชัย กิตยานันท์^{1*}
(Sanchai Kitiyanan^{1*})

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี กาญจนบุรี
Kanchanaburi Rajabhat University, Kanchanaburi, Thailand

*Corresponding author: Sanchai1969@yahoo.co.th

Article history:

Received 18 October 2024

Revised 13 March 2025

Accepted 14 March 2025

SIMILARITY INDEX = 18.03 %

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้ มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี 2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของส่วนประสมทางการตลาดบริการที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน ตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ กลุ่มผู้บริโภคกลุ่มในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี จำนวน 400 คน โดยการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenience Sampling) เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย เป็นแบบสอบถามแบบมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ มีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา เท่ากับ 0.67 - 1.00 และความเชื่อมั่นของส่วนประสมทางการตลาด อยู่ระหว่าง 0.89 - 0.91 และค่าความเชื่อมั่นของพฤติกรรมการซื้อซ้ำ คือ 0.85 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล คือ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบแบบ t-test และการวิเคราะห์ความแปรปรวนทางเดียว การวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถดถอยเชิงพหุคูณ ด้วยวิธี Enter กำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ 0.05 ผลการวิจัย พบว่า

1. การศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการ ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ตามลำดับ

2. ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำ ของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.03 และ 0.01 ส่วนด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน สมการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุมีอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 71 โดยสามารถเขียนสมการได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.10 + 0.25X_1 + 0.44X_2 + 0.01X_3 + 0.12X_4 + 0.04X_5 + 0.09X_6 + 0.07X_7$$

คำสำคัญ: ส่วนประสมทางการตลาด พฤติกรรมซื้อซ้ำ สินค้าชุมชน

ABSTRACT

This research aims. 1. To study the level of marketing mix that affects repeat purchasing behavior of community products in Mueang District, Kanchanaburi Province. 2. To study the influence of marketing mix on repeat purchase behavior of community products, Mueang District, Kanchanaburi Province. The sample used in this research is a group of consumers in Mueang District, Kanchanaburi Province, 400 people, conveniences sampling method, a tool used in research. It is a 5-level rating scale questionnaire with content validity equal to 0.67 - 1.00. And the confidence of the marketing mix is between 0.89 - 0.91. The confidence value of repeat purchasing behavior is 0.85. This research was analyzed by using frequency percentage mean standard deviation T-Test One Way ANOVA and multiple regression with Enter method and analysis at statistical significance of 0.05.

The results of this research were:

1. Marketing mix level study that affects repeat purchasing behavior of consumers Community products, Mueang District, Kanchanaburi Province Overall, it was at a high level. When considering each aspect, it was found that it was at a high level in every aspect. Arrange the averages from highest to lowest as follows. The service process aspect is followed by the product aspect. Marketing promotion In terms of price, creation and presentation of characteristics Physical, distribution channels and personnel, respectively.

2. Marketing mix the product aspect and price aspect affect the repeat purchasing behavior of consumers of community products in Mueang District, Kanchanaburi Province. Statistically significant at the 0.03 and 0.01 levels. as for distribution channels marketing promotion, personnel, creating and presenting physical characteristics and service process there is no effect on repeat purchasing behavior of consumers of community products in Mueang District, Kanchanaburi Province. The multiple regression analysis equation has a predictive power of 71 percent. The equation can be written as follows.

$$\hat{Y} = 0.10 + 0.25X_1 + 0.44^{**}X_2 + 0.01X_3 + 0.12X_4 + 0.04X_5 + 0.09X_6 + 0.07X_7$$

Keywords: The marketing mix, repeat buying behavior, Community products

1. บทนำ

การปฏิบัติงานพัฒนาประเทศตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติในช่วงเวลาที่ผ่านมาท่ามกลางกระแสแห่งการเปลี่ยนแปลงนั้น ได้พบว่า ประเทศไทยประสบความสำเร็จในการพัฒนาเศรษฐกิจที่ขยายตัวอย่างรวดเร็ว เฉลี่ยประมาณร้อยละ 7 ต่อปีในช่วงแผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 1-7 (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560: 38) แต่การเติบโตดังกล่าววางอยู่บนพื้นฐานของความไม่สมดุลของการพัฒนา เกิดปัญหาการเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ ภาคเกษตรกรรมถูกกำหนดให้เป็นภาคการผลิตและสังคมที่เกื้อหนุนการเติบโตของภาคการผลิตอื่น และคนกลุ่มอื่นในสังคม เกษตรกรและชุมชนไทยในปัจจุบันจึงตกอยู่ในสภาพที่ต้องพึ่งพาคนอื่นและภาคส่วนอื่นแบบพึ่งตนเองไม่ได้ (สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน, 2550: 22) ชุมชนหมู่บ้านที่เดิมเคยมีสภาพความเป็นอยู่แบบง่าย ๆ มีความใกล้ชิดและพึ่งพาธรรมชาติสูง ความสัมพันธ์ในครอบครัวและชุมชนที่มีอยู่อย่างเหนียวแน่น เศรษฐกิจของครอบครัวและชุมชนเป็นเศรษฐกิจแบบพอเพียง (self-sufficient economy) ปัจจุบันได้กลายเป็นชุมชนที่มีสภาพการดำเนินชีวิตคล้ายเมือง อิทธิพลของสื่อและการบริโภคแบบลอกเลียนแบบแพร่กระจายเข้าไปในชนบท เศรษฐกิจชุมชนพึ่งตนเองกลายเป็นเศรษฐกิจเพื่อการค้า สิ่งสำคัญที่เกิดขึ้นพร้อมกับกระแสการเปลี่ยนแปลงอีกประการหนึ่งก็คือ การตั้งทรัพยากรธรรมชาติจากชนบทเพื่อนำมาใช้ประโยชน์ของชุมชนเมืองมีมากขึ้น คนในชนบทมีความคิดที่จะพึ่งพาสังคมเมืองมากขึ้น ความรู้สึกที่เป็นอิสระและต้องพึ่งพาตัวเองมีน้อยลง

ธุรกิจชุมชนเป็นส่วนหนึ่งของหน่วยงานที่ดำเนินงานภายใต้โครงการหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ หรือเรียกว่า โอท็อป (OTOP) เป็นโครงการกระตุ้นธุรกิจในพื้นที่ เพื่อสนับสนุนผลิตภัณฑ์ ที่ผลิตและจำหน่ายสินค้าในแต่ละตำบล โดยโครงการฯ จะกระตุ้นให้ชุมชนหมู่บ้านเพื่อพัฒนาคุณภาพผลิตภัณฑ์ของท้องถิ่นและการตลาดเพื่อที่จะเลือกผลิตภัณฑ์ที่โดดเด่นมาหนึ่งชิ้นจากแต่ละตำบล เพื่อมาเป็น "ผลิตภัณฑ์โอท็อป" และจัดหาเวทีในประเทศและระหว่างประเทศเพื่อนำเสนอสินค้าเหล่านี้ ผลิตภัณฑ์ฯ ครอบคลุมผลิตภัณฑ์ท้องถิ่นอย่างกว้างขวาง ซึ่งรวมไปถึงงานตัดเย็บผ้าฝ้ายและผ้าไหม เครื่องประดับแฟชั่น ของใช้ในครัวเรือนและอาหาร หลังจากรัฐประหารในประเทศไทย พ.ศ. 2549 โครงการโอท็อปได้ถูกยกเลิกไป ก่อนจะได้รับการฟื้นฟูอีกครั้ง แต่เปลี่ยนชื่อใหม่ (กรมการพัฒนาชุมชน, 2555)

จากปัญหาและความจำเป็นดังกล่าวข้างต้น เพื่อหาแนวทางที่เหมาะสมเป็นทางเลือกในการพัฒนาประสิทธิภาพของกลุ่มให้สามารถดำเนินงานบรรลุเป้าประสงค์ และยังสามารถที่จะนำผลของการศึกษาไปปรับใช้กับกลุ่มอื่นหรือกลุ่มที่มีลักษณะใกล้เคียงกันในการจัดการองค์การได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับส่วนประสมการตลาดที่ส่งผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. เพื่อศึกษาส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของสินค้าชุมชน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับส่วนประสมทางการตลาดบริการ

ศิริวรรณ เสรีรัตน์ (2552: 69 อ้างถึงใน ปรียารัตน์ ภาภูมิเอื้อเฟื้อ, 2560: 10 - 11) เพื่อตอบสนองต่อความพึงพอใจของลูกค้ากลุ่มเป้าหมาย ซึ่งองค์ประกอบทั้ง 7 ดังต่อไปนี้

1. ผลិតภัณฑ์ หมายถึง สิ่งที่น่าเสนอกับผู้บริโภคเพื่อตอบสนองความพึงพอใจให้บริโภค โดยผลิตภัณฑ์ต้องมีคุณภาพ
2. ราคา เป็นสิ่งที่กำหนดมูลค่าในรูปของเงินตราซึ่งผู้บริโภคจะใช้ราคาเป็นส่วนหนึ่งในการประเมินคุณค่าและคุณภาพของผลิตภัณฑ์
3. ช่องทางจัดจำหน่าย หมายถึง ช่องทาง และกิจกรรมในการเคลื่อนย้ายสินค้าและบริการไปยังตลาดเป้าหมาย
4. การส่งเสริมการตลาด หมายถึง เป็นการสื่อสาร ในด้านข้อมูลระหว่างหน่วยงานกับลูกค้าเพื่อสร้างทัศนคติและพฤติกรรม
5. บุคลากร หมายถึง พนักงาน ผู้ให้บริการ ในการดำเนินงาน
6. การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ หมายถึง เป็นการพัฒนารูปแบบการให้บริการโดยการสร้างคุณภาพรวมเพื่อสร้างมูลค่าให้แก่ลูกค้า
7. กระบวนการบริการ หมายถึง รูปแบบในการให้บริการแก่ลูกค้า ซึ่งมีหลากหลายรูปแบบเป็นการส่งมอบการให้บริการกับ ลูกค้าเพื่อให้เกิดความประทับใจ

แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อ

Kotler (1997 อ้างถึงใน ปรียารัตน์ ภาภูมิเอื้อเฟื้อ, 2560 : 20 - 23) กล่าวว่า กระบวนการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคนั้นจะต้องผ่านกระบวนการ 5 ขั้นตอน กระบวนการตัดสินใจของผู้บริโภค สามารถแบ่งได้เป็นลำดับขั้นต่าง ๆ ซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. การรับรู้ถึงความต้องการหรือปัญหา (Need recognition)
2. การแสวงหาข้อมูล (Information search)
3. การประเมินทางเลือก (Evaluation of alternatives)
4. การตัดสินใจซื้อ (Purchase decision)
5. พฤติกรรมภายหลังการซื้อ (Post-purchase behavior)

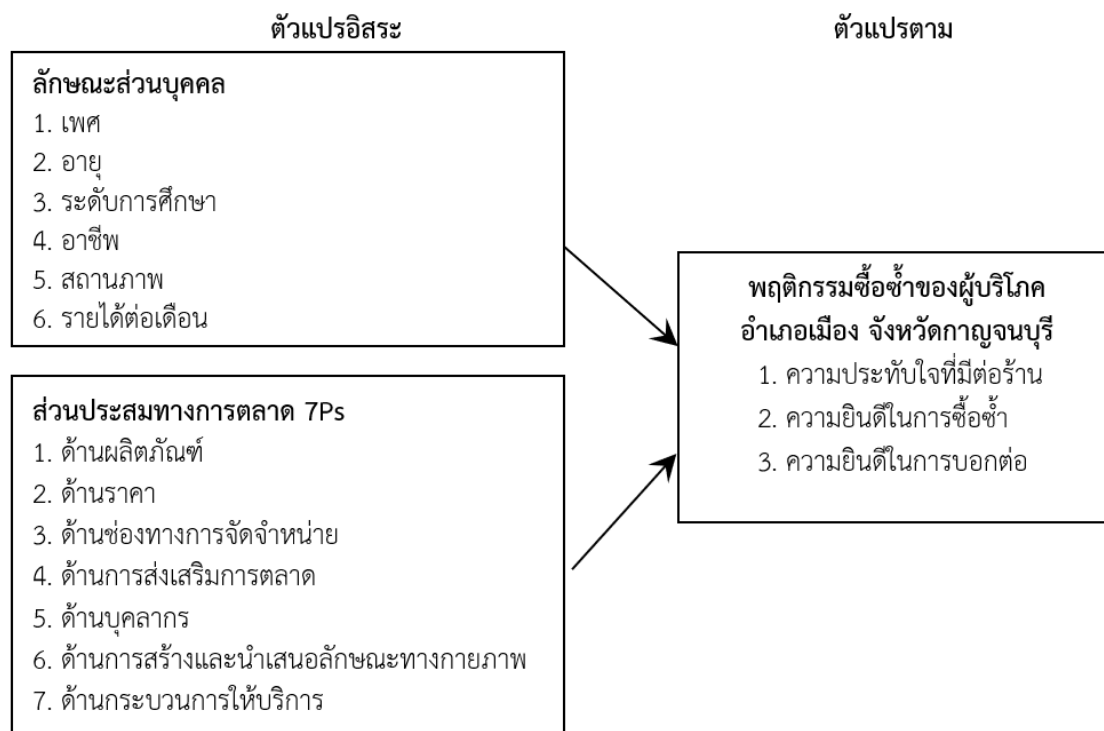
แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการซื้อซ้ำ

เกศสิรี ปันธุระ (2556) อธิบายว่า ความตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภค ประกอบไปด้วย 4 องค์ประกอบ ดังนี้

1. การเต็มใจซื้อซ้ำ (Willingness to Buy: WTB) หมายถึง ความเต็มใจที่จะซื้ออีกเมื่อมีโอกาส
2. ความเป็นไปได้ในการซื้อซ้ำ (Trend to Repurchase: TREN) หมายถึง แนวโน้มการซื้อสินค้าต่อเนื่อง ซื้อซ้ำตราสินค้าเดิมที่เคยซื้อและการเจาะจง การพยายามค้นหาสินค้า
3. การซื้อซ้ำปริมาณมากขึ้น (Repurchase More Quantity) หมายถึง การแสดงพฤติกรรมที่จะซื้อซ้ำปริมาณเพิ่มขึ้นกับผู้ขายสินค้า
4. การซื้อซ้ำสินค้าประเภทเดิม (Repurchase the Same Type of Product: TYPE) หมายถึง การแสดงพฤติกรรมที่จะซื้อซ้ำสินค้าเดิมจากผู้ขาย

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรที่ใช้ในการศึกษาวิจัย

ในครั้งนี้ คือ กลุ่มลูกค้า ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ใช้สูตรการหาขนาดกลุ่มตัวอย่างแบบไม่ทราบประชากรของ โคชาน (Cochran, 1953 อ้างถึงใน พิชญาณี กิติกุล, 2550, หน้า 106) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างไม่น้อยกว่า 385 ตัวอย่าง ที่ค่าความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ (e) 5 เปอร์เซ็นต์ การคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างโดยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบสะดวก (Convenient Sampling) โดยเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริโภคที่ซื้อสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ให้ได้จำนวนตัวอย่างครบตามที่กำหนด เพื่อเก็บข้อมูลต่อไป

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ทำการรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม (questionnaires) เป็นเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งได้ศึกษารวบรวมแนวคิดและทฤษฎี ต่าง ๆ จากเอกสาร ตำรา และผลงานวิจัยที่เกี่ยวข้องนำมาประยุกต์ใช้ และกำหนดลักษณะคำถามเป็นแบบปลายปิด ตามประเด็นในกรอบแนวคิดที่ศึกษาที่ตั้งไว้ เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง ผู้ศึกษาเป็นผู้สร้างแบบสอบถามและทำการทดสอบความเที่ยงตรงตามเนื้อหา (Index of Item-Objective Congruence: IOC) รวมทั้งทดสอบความเชื่อถือได้ก่อนนำไปใช้จริง การทดสอบความเชื่อมั่นนำแบบสอบถามที่แก้ไขแล้วไปทดสอบกับกลุ่มผู้บริโภคใน

เขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ที่มีคุณสมบัติใกล้เคียงกับกลุ่มตัวอย่างที่จะทำการศึกษา จำนวน 30 ตัวอย่าง พบว่า ได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาครอนบาค เท่ากับ 0.85

3.3 สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

1. สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) ประกอบไปด้วยการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานส่วนบุคคลตามเพศ อายุ ระดับการศึกษาและรายได้ โดยใช้ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

2. สถิติสรุปอ้างอิง (Inferential statistics) การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคโดยวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ถ้อยเชิงพหุคูณ (multiple regression) ด้วยวิธี Enter ใช้ทดสอบตัวแปรเชิงปริมาณกับเชิงปริมาณ ได้แก่ ตัวแปรอิสระ 1 ตัว และตัวแปรตาม

4. ผลการวิจัย

4.1 ผลการวิเคราะห์ ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 240 คน คิดเป็นร้อยละ 60.00 ตามอายุ พบว่าส่วนใหญ่อยู่ในช่วงอายุระหว่าง 40-49 ปี จำนวน 145 คน คิดเป็นร้อยละ 36.25 ระดับการศึกษา พบว่า ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปริญญาตรี จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55.00 สถานภาพพบว่า ส่วนใหญ่มีสถานภาพสมรส/อยู่ด้วยกัน จำนวน 185 คน คิดเป็นร้อยละ 46.20 อาชีพ พบว่า ส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ/ค้าขาย จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.75 รายได้เฉลี่ยต่อเดือน พบว่า ส่วนใหญ่ มีรายได้อยู่ที่ 10,001-20,000 บาท จำนวน 151 คน คิดเป็นร้อยละ 37.75

4.2 ผลการวิเคราะห์ ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ทางการตลาดต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม

ตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์ระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด

ส่วนประสมทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ด้านผลิตภัณฑ์	4.11	0.78	มาก
2. ด้านราคา	4.14	0.75	มาก
3. ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.04	0.79	มาก
4. ด้านการส่งเสริมการตลาด	4.09	0.76	มาก
5. ด้านบุคลากร	4.02	0.81	มาก
6. ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ	4.07	0.78	มาก
7. ด้านกระบวนการให้บริการ	4.08	0.78	มาก
รวม	4.08	0.78	มาก

จากตาราง แสดงระดับส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวม พบว่าอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.08$) เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่าอยู่ในระดับมากที่สุด ด้านเรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา ($\bar{X} = 4.14$) มีระดับค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.11$) ด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 4.09$) ด้านกระบวนการให้บริการ ($\bar{X} = 4.08$) ด้าน

การสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ ($\bar{X} = 4.07$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.04$) และด้านบุคลากร ($\bar{X} = 4.02$) ตามลำดับ

ตารางที่ 2 ผลการวิเคราะห์ระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำสินค้าชุมชน

ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) พฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน

พฤติกรรมซื้อซ้ำ	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
1. ความประทับใจที่มีต่อร้าน	3.96	0.90	มาก
2. ท่านยินดีจะมาซื้อซ้ำสินค้าชุมชนเป็นประจำ	3.90	0.95	มาก
3. ท่านยินดีที่จะบอกต่อในการซื้อสินค้าชุมชน	3.81	0.98	มาก
รวม	3.89	0.88	มาก

จากตาราง แสดงระดับความคิดเห็นต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาแยกเป็นรายข้อ พบว่า อยู่ในระดับมาก ทุกข้อ เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ความประทับใจที่มีต่อร้าน ($\bar{X} = 3.96$) รองลงมาคือ ท่านยินดีจะมาซื้อซ้ำสินค้าชุมชนเป็นประจำ ($\bar{X} = 3.90$) และท่านยินดีที่จะบอกต่อในการซื้อสินค้าชุมชน ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์หาค่าพหุคูณของส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี

ตัวแปร	B	SE	Beta	t	sig
(Constant)	0.10	0.15		0.57	0.53
ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1)	0.25	0.08	0.23	1.99	0.03*
ด้านราคา (X_2)	0.44	0.08	0.35	5.65	0.01**
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย (X_3)	0.01	0.11	0.02	0.11	0.24
ด้านการส่งเสริมการตลาด (X_4)	0.12	0.10	0.07	1.30	0.15
ด้านบุคลากร (X_5)	0.04	0.09	0.05	0.36	0.71
ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะ (X_6)	0.09	0.10	0.07	0.83	0.40
ด้านกระบวนการให้บริการ (X_7)	0.07	0.12	0.03	0.45	0.62

$R^2 = 0.71$

จากตาราง พบว่า ส่วนประสมทางการตลาด 7Ps ที่มีผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ได้แก่ ด้านผลิตภัณฑ์ (X_1) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 และด้านราคา (X_2) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยสมการมีอำนาจในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 71 โดยสามารถเขียนสมการวิเคราะห์ถดถอยเชิงพหุได้ดังนี้

$$\hat{Y} = 0.10 + 0.25X_1 + 0.44X_2 + 0.01X_3 + 0.12X_4 + 0.04X_5 + 0.09X_6 + 0.07X_7$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

1. การศึกษาระดับส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี อภิปรายผลได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ ผลการศึกษาพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด ของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาแต่ละด้าน พบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน เรียงค่าเฉลี่ยจากมากไปน้อยได้ดังนี้ ด้านราคา มีระดับค่ามากที่สุด รองลงมาคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านกระบวนการให้บริการ ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านบุคลากร ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ปฏิกรทิพย์เลอเลิศ (2558) ได้ศึกษาวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า อิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ สินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิมในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีจำนวนทั้งสิ้น 2 ปัจจัย โดยเรียงลำดับค่า สัมประสิทธิ์ของสมการถดถอยจากมากไปน้อย คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์และความเหมาะสมของราคา และปัจจัยด้านบุคคลและกระบวนการ ตามลำดับ และนภัทร ไตรเจตน์ (2559) ได้ทำการวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโชห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี พบว่า ส่วนประสมการตลาด 7Ps ผลิตภัณฑ์ ราคา กระบวนการ การส่งเสริมการตลาด บุคลากร สถานที่ และกายภาพ ภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยที่ด้านผลิตภัณฑ์มีความต้องการให้สินค้าภายในร้านมีความทันสมัย กำลังเป็นที่นิยมใน ปัจจุบัน มีสินค้าให้บริการที่หลากหลาย ด้านราคาต้องการให้ราคาของสินค้าอยู่ในช่วงที่ยอมรับได้ และราคาของสินค้ากับคุณภาพหรือปริมาณที่ได้รับมีความเหมาะสม

2. การวิเคราะห์ส่วนประสมทางการตลาด ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ โดยมีรายละเอียดดังนี้ ผลการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.03 และ 0.01 ในด้านส่วนประสมทางการตลาด ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านการสร้างและนำเสนอ ลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการไม่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน สอดคล้องกับงานวิจัยของ เจกิตานี ศรีสุวรรณ และ ญัฐพร อิฐสุวรรณ กัง (2563) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ของนักท่องเที่ยวตลาดน้ำบางคล้า อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า มากที่สุดคือ ปัจจัย ด้านผลิตภัณฑ์ โดยพบว่า นักท่องเที่ยวให้ความสำคัญปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุด คือ ชื่อเสียงของผู้ผลิต ให้ความสำคัญปัจจัยด้านราคามากที่สุดคือ ราคาผลิตภัณฑ์ใกล้เคียงกับผลิตภัณฑ์ ชนิดเดียวกัน

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยไปเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาพบว่า ผู้บริโภคมีความคิดเห็นเกี่ยวกับระดับความสำคัญของส่วนประสมทางการตลาด โดยภาพรวมและรายด้านอยู่ในระดับมาก โดยให้ความสำคัญกับ ด้านผลิตภัณฑ์ และด้านราคา ดังนั้นผู้ประกอบการสินค้าชุมชนจึงควรเน้นกระบวนการในสร้างผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ เช่น ออกแบบผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ เป็นต้น เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าผู้บริโภคให้เกิดความพึงพอใจ สามารถสร้างความภักดีที่มีต่อร้านสำหรับลูกค้าประจำให้เกิดการซื้อซ้ำ และสามารถขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มสูงขึ้น

2. จากการศึกษาพบว่า ส่วนประสมทางการตลาด ด้านผลิตภัณฑ์และด้านราคา มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อซ้ำของผู้บริโภคนสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี ดังนั้น ผู้ประกอบการจึงควรเน้นกลยุทธ์

ทางการตลาดในด้านดังกล่าวเพื่อเป็นการจูงใจให้ผู้บริโภคตัดสินใจใช้บริการมากยิ่งขึ้น โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ในธุรกิจสินค้าชุมชน การสร้างความแปลกใหม่และพัฒนาคุณภาพของผลิตภัณฑ์ จะสามารถสร้างความประทับใจให้แก่ผู้บริโภค และต้องการมาซื้อซ้ำ ตลอดจนการกำหนดราคาที่เหมาะสม การให้บริการต่าง ๆ ต้องเกิดความ สะดวกและรวดเร็ว เพื่อสร้างความพึงพอใจให้แก่ผู้ใช้บริการ และขยายฐานลูกค้าใหม่ให้เพิ่มขึ้นต่อไป

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษากลยุทธ์ทางการตลาดด้านอื่น นอกเหนือจากส่วนประสมทางการตลาด ที่ส่งผลต่อ พฤติกรรมซื้อซ้ำของผู้บริโภคสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี
2. ควรศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ในการตัดสินใจเลือกใช้บริการในธุรกิจสินค้าชุมชนอื่น ๆ เพื่อนำมาเปรียบเทียบและนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงพัฒนา กลยุทธ์ส่วนประสมทางการตลาดให้เหมาะสม กับความต้องการใช้บริการธุรกิจสินค้าชุมชนของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น
3. ควรขยายไปศึกษาส่วนประสมทางการตลาด ในการซื้อซ้ำธุรกิจสินค้าชุมชนของผู้บริโภคในเขต จังหวัดอื่น นอกเหนือจากธุรกิจสินค้าชุมชน อำเภอเมือง จังหวัดกาญจนบุรี โดยนำมาเปรียบเทียบกับการศึกษา ส่วนประสมทางการตลาด ในการซื้อซ้ำธุรกิจสินค้าชุมชน เพื่อนำผลการวิจัยที่ได้มาปรับปรุงพัฒนากลยุทธ์ส่วน ประสมทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคให้มากยิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- กรมการพัฒนาชุมชน. (2555). **หลักการพัฒนาชุมชน**. กรุงเทพมหานคร : กระทรวงมหาดไทย.
- เกศสิริ ปันธุระ. (2556). การรับรู้คุณค่าและการตั้งใจซื้อซ้ำของผู้บริโภคต่อสินค้าโอท็อป. **วารสารพัฒนาบริหาร ศาสตร์**. 53(3), 201-230.
- เจกิตาน์ ศรีสรพลและ ณิชพร อิฐสุวรรณ กัง. (2563). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้า OTOP ของนักท่องเที่ยว ตลาดน้ำบางคล้า อ.บางคล้า จ.ฉะเชิงเทรา. **วารสารวิชาการศรีปทุม ชลบุรี**. 16(4), 161-172.
- นภัทร ไตรเจตน์. (2559). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าจากร้านค้าปลีกแบบดั้งเดิม (ร้านโช ห่วย) กรณีศึกษา ในตลาดไท ปทุมธานี. **ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยกรุงเทพ**.
- ปฏิกิร ทิพย์เลอเลิศ. (2558). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคจากร้านค้าปลีกแบบ ดั้งเดิม ในจังหวัดกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต คณะพาณิชยศาสตร์ และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์**.
- ปรียารัตน์ ผาภูมิเอื้อเฟื้อ. (2560). ส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้ามือสองของ ผู้บริโภคในพื้นที่เขตเทศบาลนครนครปฐม อำเภอเมืองนครปฐม จังหวัดนครปฐม. **วิทยานิพนธ์ บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี**.
- พิชญานี กิติกุล. (2550). **วิธีวิจัยทางธุรกิจ**. กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่สิบสอง พ.ศ. 2560 – 2564**. กรุงเทพฯ : สำนักนายกรัฐมนตรี.
- สำนักส่งเสริมวิสาหกิจชุมชน. (2550). **ยุทธศาสตร์วิสาหกิจชุมชน**. กรุงเทพมหานคร: กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย.

เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ (AI) ที่ส่งผลกระทบต่อลูกค้าและพนักงานเมื่อนำมาปรับใช้ ในธุรกิจดูแลรถยนต์

The Impact of AI Application on Customers and Employees in Auto-Detailing Business

พิชญ์สินี สุนทรสรณ์^{1*} และ ปรียานุช อภิบุญโยภาส²
(Phitsinee Soonthornson^{1*} and Preeyanuch Apibunyopas²)

¹⁻² คณะบริหารธุรกิจ, ภาควิชาบริหารธุรกิจ (ภาควิชาภาษาอังกฤษ) มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ กรุงเทพมหานคร

¹⁻² Kasetsart International Master of Business Administration, Kasetsart University, Bangkok, Thailand

* Corresponding author: phitsinee.so@ku.th

Article history:

Accepted 14 March 2025

Revised 17 April 2025

Accepted 19 April 2025

SIMILARITY INDEX = 0.00 %

บทคัดย่อ

งานวิจัยนี้มีจุดหมายเพื่อสำรวจว่าระดับการยอมรับเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI สามารถเพิ่มความพึงพอใจของลูกค้า และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงาน ในธุรกิจดูแลรถยนต์ได้หรือไม่ อย่างไร โดยใช้ธุรกิจดูแลรถยนต์ที่ตั้งอยู่ในกรุงเทพมหานคร ชื่อ Wisdom Car Detailing เป็นกรณีศึกษา ซึ่งข้อมูลถูกเก็บรวบรวมผ่านวิธีการวิจัยแบบผสมผสาน โดยครอบคลุมทั้งการสำรวจเชิงปริมาณจากลูกค้าและเชิงคุณภาพจากพนักงานในองค์กร

ผลการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่า เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI สามารถช่วยปรับปรุงคุณภาพการบริการ และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานได้ โดย 85% ของลูกค้าที่มาใช้บริการ มีระดับความพึงพอใจที่สูงขึ้น หลังจากได้นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาร่วมใช้ในธุรกิจ ดังนั้น สามารถสรุปได้ว่า เมื่อระดับการยอมรับเทคโนโลยีสูงขึ้น ระดับความพึงพอใจในการบริการ ระดับความพึงพอใจในงาน และประสิทธิภาพการทำงานของพนักงานก็เพิ่มขึ้นเช่นกัน นอกจากนี้ การสัมภาษณ์เชิงลึกกับพนักงาน ยังแสดงให้เห็นว่า การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะในด้านนวัตกรรมอย่างต่อเนื่อง นับเป็นปัจจัยสำคัญในการปรับปรุงคุณภาพของการบริการและองค์กรเช่นกัน

คำสำคัญ: ธุรกิจดูแลรถยนต์ เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ ความพึงพอใจของลูกค้า ประสิทธิภาพของพนักงาน

ABSTRACT

The objective of this research is to explore the impact of technology acceptance on both customer satisfaction and employee efficiency in the auto-detailing business, using Wisdom Car Detailing, a car detailing service located in Bangkok, as a case study. By using a mixed-method approach, quantitative data were collected through structured questionnaires and analyzed using multiple regression analysis, and qualitative data were collected from interviews with their employees.

Technology acceptance has a strong positive correlation with customer satisfaction and employee efficiency. Post-AI integration, 85% of customers have agreed that their experiences have improved, and further studies have suggested that success in training employees and organizational innovativeness can enhance service quality and overall organizational performance.

Keywords: Auto-detailing, Artificial Intelligence (AI), Customer satisfaction, Employee efficiency

1. Introduction

The auto detailing industry has undergone tremendous changes by incorporating emerging trends in AI technologies, which have revolutionized service delivery, customer engagement, and operational management (Reznikov, 2024). An increasing concern with Enterprises is the ability to deliver Experiences with respect to changing consumer expectations where there is a pressing requirement to adopt audacious and integrated AI-enabled solutions to ensure satisfaction and speed with operations. The first true industrial revolution is in effect today and cannot be treated as a passing trend but rather a coalescing of individual efforts of traditional systems to come back in track so as to encompass the swift moving wave of modern technology and consumer needs (Ding, 2023).

As new vehicles are being purchased (The Department of Land Transport, 2024), the need for detailing services is increasing. The auto detailing industry is among the most competitive global industries; yet, many businesses continue using traditional methods, which affect their performance regarding meeting customer expectations for quality, convenience, and efficiency (Gellas, 2022). Specific reluctance to adopt AI technologies is likely to hinder employee productivity, as they may continue to "do their jobs" manually and miss out on improved tools that automate repetitive tasks (Ofosu-Boateng & Acquaye, 2020).

We took a case study of Wisdom Car Detailing, a car detailing service in Bangkok, to find out how AI changed their way of delivering service and customer experience. As the company adopted AI technologies, it encountered challenges related to manual scheduling, inventory management, and customer interactions after the integration (Tula, 2024). These traditional mechanisms resulted in errors, missed appointments, and an inability to keep pace with surging customer expectations for quality and convenience. Therefore, Wisdom Car Detailing has started using examples of AI solutions. For example, automated scheduling, inventory management systems, CRM software, and AI-driven marketing are the current AI solutions being explored by Wisdom Car Detailing to solve these problems.

Like many non-AI sectors, the auto-detailing industry has its own problems. Due to manual processes and a lack of data-driven strategies, the operational efficiency of such industries suffers immensely. Manual appointment scheduling leads to double bookings and longer wait times, while inefficient inventory management results in over-ordering or stock shortages that hinder service delivery (Huang & Rust, 2020; Getchell et al., 2022). The absence of data analytics limits personalized services, pushing businesses toward generic offerings that fail to meet customer needs, whereas AI can enable customized products and enhance customer loyalty (Iaia et al., 2023). In addition, outdated communication practices lead to customer dissatisfaction, while AI-powered platforms can enhance customer engagement (Austin et al., 2021). Lastly, labor-intensive documentation processes increase the risk of information loss, but AI can streamline documentation and data management, which is crucial for fast-paced environments (Lichtenthaler, 2020).

Objectives of research

1. To assess the impact of AI technology acceptance on the service satisfaction of customers.
2. To explore the Impact of Employee Efficiency in relation to Technology Acceptance (TAM/UTAUT) to reflect on how much employees' acceptance of AI technologies affects their efficiency in task completion.

Benefits of research

1. Higher satisfaction rates with AI-tailored services because businesses curate offerings based on customer preferences.
2. This process automation means that employees can spend more time on higher-level activities that are more strategic to the business, increasing productivity.
3. Studying the customer and employee aspects of technology acceptance (TAM/UTAUT) to identify the connection will provide guidelines to enhance adoption.

Scope of study

1. Scope of the Sample Group Used in the Research Study

The respondents of this research study will comprise the employees and customers of Wisdom Car Detailing. This research aims to gain valuable insight into AI's impact on the auto detailing industry, as a specific sector.

2. Scope of Variables Used in the Research Study

The study uses several variables based on the Technology Acceptance Model (TAM) and Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT) to investigate the impact of AI applications on customers and employees in the auto detailing business. These factors were carefully selected for their relevance to the aims of this study, as well as the robust support in academic literature for their role in technology acceptance.

2. Literature Review and Theoretical Framework

2.1 Technology Acceptance Model (TAM) by Davis (1989)

The Technology Acceptance Model (TAM) is now a well-established theory of user acceptance of technology. The model groups two major factors affecting an individual's intention to technology adoption: perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU). The higher perceived usefulness was found to be positively associated with intention to adopt a technology (Davis, 1989). If the systems are easy to operate, people are more likely to accept them based on social norms; thus, the higher the perceived ease of use, the higher the perceived usefulness (Yudiantara & Widagda, 2022). It is the joint effects of a person's tendency toward perceived usefulness and perceived ease of use that determine technology acceptance (Jatimoyo et al., 2021).

2.2 The Unified Theory of Acceptance and Use of Technology (UTAUT)

This is the one developed by Venkatesh et al. (2003) which is a global framework subsuming constructs from several earlier models like TAM. The UTAUT identifies 4 key constructs that shape user acceptance, namely Performance Expectancy, Effort Expectancy, Social Influence, and Facilitating Conditions. According to research, TAM and UTAUT are key to technology acceptance. PU and PEOU; UTAUT as PE, EE, SI and FC. Employees will more likely accept AI when they themselves think it will lead to better performance or ease a lot of their work (Wang, 2023). In addition, as shown by Yang et al. The success of this implementation is highly dependent on both social influence and support mechanisms (i.e. training) (Ejjami, 2024)

2.3 Concept of Artificial Intelligence (AI) and Customer Satisfaction

AI for auto detailing can be especially beneficial for enhancing customer experience through personalization and quick responses, both of which are essential in loyalty building. Thus, trust consists of the perceived reliability of AI technologies and their transparent processes, which are crucial for customer satisfaction and loyalty. AI technologies provide a value-adding service when adopted in the right manner, leading to improved retention and satisfaction (Tulcanaza-Prieto et al., 2023)

2.4 Concept of Artificial Intelligence (AI) and Employee Efficiency

Using Artificial Intelligence (AI) on the job has revolutionized employee productivity, achieving greater efficiency by letting workers automate repetitive tasks and focus on harmonizing more with the organization. Research indicates that employees' engagement perception matters significantly when it comes to operational performance — specifically the perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEOU) of artificial intelligence technology (Gao, 2023). Despite the higher efficiency, and job satisfaction reported by employees over time, they highlight the crucial need for continuous employee training to optimally adjust to new technologies (Karsoliya, 2024).

Conceptual framework of research

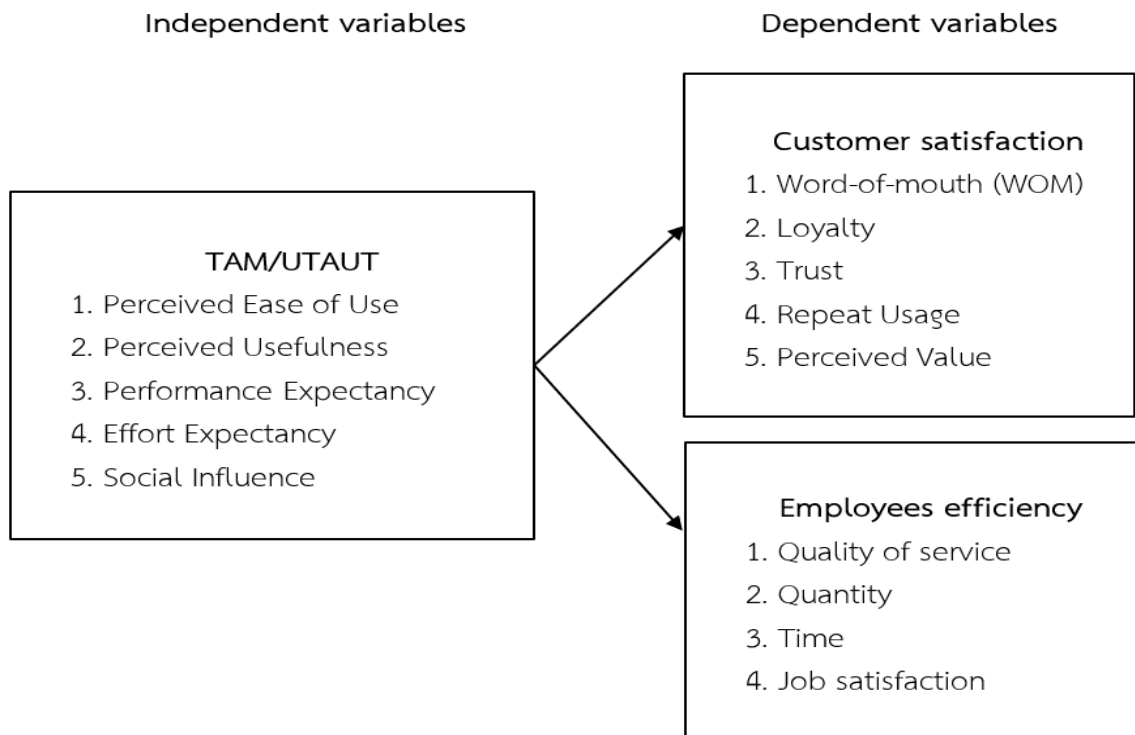


Figure 1: Research framework

Hypotheses of this research

Hypothesis 1: There is a significant relationship between technology acceptance and customer satisfaction.

Hypothesis 2: There is a significant relationship between technology acceptance and employee efficiency.

3. Methodology

This research uses a mixed-method design: both quantitative and qualitative methods were employed to provide a more holistic view of which AI applications are relevant to customer satisfaction and employee efficiency at Wisdom Car Detailing.

Data collection

3.1. Quantitative Method

The quantitative part of this study will gather information from customers of Wisdom Car Detailing through a structured questionnaire. The instrument will specifically measure their levels of satisfaction and perceptions of the AI technologies that are embedded in the auto detailing services. The questionnaire would be made of 1.) Screening questions: Age whichever in this research the researcher picked individuals who are above 18 years old with purposive sampling, Frequency of using auto detailing services, Previous experience with AI

technologies. If they responded “Yes” they went on to fill in further information in the questionnaire. 2.) Technology Acceptance: TAM/UTAUT 3.) Customer Satisfaction: Questions will gauge overall satisfaction with the service received.

Sample size of customers

Cochran's formula is applied for sample size calculation, using a 95% confidence level ($Z = 1.96$). It finds the largest sample size using an assumed proportion ($p = 0.5$) and focused margin of error ($e = 0.05$) with 95% confidence level. This margin of error strikes a balance between precision and feasibility in survey research, impacting the sample size determination and the reliability of estimates. This results in a sample size of approximately $n=384$ (Cochran, 1977; Krejcie & Morgan, 1970; Sheldrick et al., 2020).

Validity Test and Reliability Test (Cronbach's alpha)

In this preliminary validation of research instruments, three experts assessed the degree of match of each item against the objectives of the study, using the Index of Item Objective Congruence (IOC) (all items had $IOC > 0.67$).

In addition, Cronbach's Alpha analysis was performed to examine the reliability of the constructions measured by the questionnaire with a sample of 30 customers. Cronbach's alpha scores for these constructs ranged from 0.742 to 0.949, reflecting strong inter-item consistency among the survey items measuring the same construct; a score above 0.70 is considered acceptable.

3.2. Qualitative Method

This study applies a qualitative method of conducting semi-structured interviews with 14 employees at Wisdom Car Detailing to obtain detailed insights into their experiences and perceptions on AI integration (Creswell & Poth, 2018). These interviews were carried out both preceding and following the introduction of the different AI technologies at Wisdom Car Detailing, allowing for observation of any alterations in job satisfaction or operational efficiency resulting from the AI implementation. This aids in getting a more thoughtful understanding of employees by using things such as voice recorders and field notes as data collection methods.

Data Analysis

1. Quantitative Data Analysis (Customers Survey)

Using multiple regression analysis for identifying relationships between the technology acceptance and customer satisfaction at Wisdom Car Detailing (Field, 2018), the study will focus on data collected from package software's filled questionnaires. The study conducts detailed exploratory data analysis on customer perceptions and satisfaction levels with AI technologies, and it provides statistical evidence supporting the research hypotheses.

2. Qualitative Data Analysis (Employees interview)

In-depth interviews were held with 14 employees of Wisdom Car Detailing to gain qualitative insights into their attitudes and experiences towards the adoption of AI technologies (Creswell

& Poth, 2018). Semi-structured interviews were conducted and thematically analyzed to identify key themes with respect to employee efficiency, job satisfaction and impact of AI on workflow (Braun & Clarke, 2006). Interviews for the employee segment will be before and after the integration of AI technologies at Wisdom Car Detailing. This makes it possible to compare their change in job satisfaction and efficiency before and after the introduction of AI.

4. Results

4.1 Screening questions of customers

413 customers, whom 100% completed the questionnaire also used AI previously and 210 used Wisdom Car Detailing services frequently, 36% stated that they always used. Currently, the original customers are 37.5 percent of ages 35-44 It is worth noting that they are all over 18, which according to the rules in Thailand (The Department of Land Transport, 2024) only enables those over 18 to hold a driving license.

4.2 Technology Acceptance

As presented by the data on Technology Acceptance (TAM/UTAUT) factors, 90% of respondents view AI technologies as easy to use, agreeing (46%) or strongly agreeing (44%) on perceived ease of use. In terms of perceived usefulness, 100% of the respondents had a favorable attitude, with 55% stated as agree to use the system, and 45% stated as strongly agree. Other factors receiving high agreement rates were performance expectancy and effort expectancy, suggesting high levels of acceptance of AI technologies on the part of users.

Table 1: Table of Customer Satisfaction Results

Satisfaction factors	Answers	Percentage
Word-of-mouth (WOM)	Always	51%
Loyalty	Extremely likely	49%
Trust	Extremely Trust	51%
Repeat Usage	Always	53%
Perceived Value	Excellent	51%

Since 96% of the customer satisfaction is very clear that most of the people always/frequently share their experience which means high customer satisfaction and customer acquisition from reference. In other words, that means that the rate of customer retention is very high and out of the customers who tried the services 95% of them were satisfied with the services and as a result 97% of them plan to come back for services again. Second, service trust is also very high — 98% of customers reporting high levels of trust — a prerequisite for building long term relationships going forward. Finally, 99% of them never miss a visit — they come for services — strong evidence that AI integration is effective to boost customer satisfaction.

4.3 Descriptive Statistics

413 respondents reported a mean Satisfaction Score of 4.4893 (SD = 0.36626) indicating high to broad customer satisfaction. Likewise, the means for perceived ease of use ($\bar{x}$ = 4.3172, SD = 0.60048) and perceived usefulness ($\bar{x}$ = 4.4492, SD = 0.41784) confirmed the positive view of the customers on AI technologies.

Table 2: Regression Analysis

	B	SE.	Beta	t	sig	Tolerance	VIF
(Constant)	1.58	0.15		10.44	0.00		
ZPEOU	0.10	0.03	0.16	3.12	0.00	0.40	2.51
ZPU	0.13	0.04	0.15	3.43	0.00	0.60	1.66
ZPE	0.08	0.04	0.09	2.22	0.03	0.63	1.58
ZEE	0.22	0.04	0.30	5.44	0.00	0.37	2.73
ZSI	0.13	0.03	0.19	4.04	0.00	0.49	2.04

The regression model analysis showed a significant effect of AI on customer satisfaction, $F(5,407) = 99.881$, $p < 0.001$, and—through social influence, perceived usefulness, performance expectancy, perceived ease of use, and effort expectancy—accounted for 55.1% of the variance. The ANOVA result demonstrates a good model fit ($F(1,412) = 99.881$, $p < 0.001$), indicating a strong association between the constructs addressed in this study. It was found that technology acceptance (performance expectancy (PE), effort expectancy (EE), perceived usefulness (PU), social influence (SI)) causes customer satisfaction ($\beta = 0.299$, $p < 0.001$) and effort efficiency scale is the strongest effect. Also, 71% of viewers who responded positively believed services improved with satisfaction, especially when it came to mutual requests; yet they felt that AI could serve Wisdom Car Detailing much better.

These results support Hypothesis 1, that technology acceptance and customer satisfaction are linked. So, AI has the potential to be a great tool to increase customer satisfaction.

Table 3: Table of Employees interview results: Samples of employees

Keywords	Number	Percentage
Efficiency	12	85%
Job Satisfaction	11	78%
Quality of services	12	85%
Quantity of works	10	71%
Time (Faster)	12	85%

Before AI integration, Wisdom Car Detailing had well-established customer relationships but lacked technological advantages. With AI incorporated, efficiencies were achieved through automation, which improved consumer experiences and offered enhanced data insights. But there are concerns, including employee resistance to new technologies, over-reliance on AI and a decrease in the human touch for customers.

Internal employees were interviewed shortly after the AI tools were implemented due to time constraint, and results showed a drastic increase in both job satisfaction and perceived efficiency. Automated scheduling helped employees focus on delivering quality services and making sure the inventory was available consistently. However, they also highlighted the crucial need for continued education and support in utilizing these AI tools, emphasizing technology acceptance as a means of revolutionizing employee experiences in the auto detailing industry. It shows a positive correlation, meaning that the more employees accept and use AI technologies, the higher their productivity and job satisfaction.

The result confirms Hypothesis 2 that technology acceptance is significantly related to employee efficiency. This highlights the need for cultivating a technology acceptance culture to improve employee performance in auto detailing businesses.

5. Conclusion and Recommendations

Employee efficiency and customer satisfaction is significantly increased with digital technologies, especially artificial intelligence (AI) integration at Wisdom Car Detailing. TAM and UTAUT results Staff acceptance of AI is a key to improving operational efficiency (Venkatesh et al., 2022). In addition, the study emphasizes training and enablement of the employees from the organization to use the benefits of AI applications, as pointed out by Davenport & Ronanki (2018), the automation helps the employees to focus on the complicated activities.

5.1 Recommendations to leverage the benefits from this research

5.1.1 Employees in AI technologies are upskilled by offering training sessions. This backs up George & Mallery's (2003) findings that training to enhance performance must maintain consistency and reliability.

5.1.2 Create a feedback department where employees will share their experiences and pain points of working on AI tools and AI will address their concerns. As Martinez and Rishan (2023) state, "Encouraging open communication leads to higher collaboration and problem-solving skills, leading to effective integration of AI into the workplace." Doing so empowers employees to think critically about how to get the most out of AI tools, while also providing an ongoing opportunity to iterate.

5.1.3 Make Customers Part of Your AI Integration Journey Active customer participation generates mutual value, demonstrates intent to service, builds trust, and creates

brand loyalty (Kumar & Reinartz, 2016). This method ensures the benefits of AI are conveyed clearly, improving overall customer engagement.

5.1.4 Monitor and update AI algorithms periodically. Ongoing monitoring of AI is a necessity, as Davenport and Ronanki (2018) point out, to ensure that it remains effective. Doing so gains customer trust as well as satisfaction while also trying to better the quality of the service provided.

5.1.5 Establish an organizational culture focused on innovation and adaptability to optimize AI integration and deployment. Implement flexible working arrangements that allow employees to test new ideas and technologies outside of traditional workflows.

5.1.6 Develop strategies you will use to overcome employee resistance by educating them on the advantages of AI and involving them in the implementation strategy. Recognize and reward those who adopt AI tools, signaling which behaviors are positive and encouraging others to follow suit.

5.2 Recommendations for future research

5.2.1 The longitudinal studies offer vital understanding in terms of the long-term effects of integrating AI over time on employee performance and customer satisfaction.

5.2.2 Investigating other cultural elements such as culture of openness and change towards the transition to AI can help better understand the influence of culture on the successful integration of AI technologies in the workplace.

5.2.3 Include a more diverse sample from auto-detailing businesses in multiple geographical locations to enhance the generalizability of the findings.

References

- Austin, A. A., Carpenter, T. D., Christ, M. H., & Nielson, C. (2021). The Data Analytics Journey: Interactions Among Auditors, Managers, Regulation, and Technology. **Contemporary Accounting Research**, 38(3), 1888-1924. <https://doi.org/10.1111/1911-3846.12680>
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). **Thematic analysis in psychology**. (2), 77-101.
- Cochran, W.G. (1977). **Sampling Techniques**. (3rd ed). John Wiley & Sons, New York.
- Creswell, J.W. and Poth, C.N. (2018). **Qualitative Inquiry and Research Design Choosing among Five Approaches**. 4th Edition, Retrieved from SAGE Publications, Inc., Thousand Oaks.
- Davenport, T. H., & Ronanki, R. (2018). Artificial Intelligence for the Real World. "Prediction, Prevention, and Productivism." **Harvard Business Review**, 96(1), 108-116.
- 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>

- Ding, W. (2023). Application research of chatgpt in enterprise digital transformation. *Advances in Economics, Management and Political Sciences*, **58**(1), 168-172. <https://doi.org/10.54254/2754-1169/58/20230886>
- Ejjami, R. (2024). Impact of ai on vocational training and employability: innovation, challenges, and perspectives. *International Journal for Multidisciplinary Research*, **6**(4). <https://doi.org/10.36948/ijfmr.2024.v06i04.24967>
- Field, A.P. (2018). **Statistics with IBM SPSS Statistics Fifth Edition**, Sage, Newbury Park.
- Gao, L., & Liu, Z. (2023). Unraveling the Multifaceted Nexus of Artificial Intelligence Sports and User Willingness: A Focus on Technology Readiness, Perceived Usefulness, and Green Consciousness. *Sustainability*, **15**(18), 13961. <https://doi.org/10.3390/su151813961>
- Gellas, G. (2022). **Detailing Car Wash Methods Examined: Traditional Washing**. [Online]. Retrieved December 29, 2024 from: <https://www.detailedimage.com/>
- George, D., & Mallery, P. (2003). **SPSS for Windows Step by Step A Simple Guide and Reference. 11.0 Update** (4th ed.). Boston Allyn & Bacon.
- Getchell, K. M., Carradini, S., Cardon, P. W., Fleischmann, C., Ma, H., Aritz, J., & Stapp, J. (2022). Artificial Intelligence in Business Communication: The Changing Landscape of Research and Teaching. *Business and Professional Communication Quarterly*, **85**(1), 7-33. <https://doi.org/10.1177/23294906221074311>
- Huang, M. and Rust, R. T. (2020). A strategic framework for artificial intelligence in marketing. *Journal of the Academy of Marketing Science*, **49**(1), 30-50. <https://doi.org/10.1007/s11747-020-00749-9>
- laia, L., Nespoli, C., Vicentini, F., Pironti, M., & Genovino, C. (2023). Supporting the implementation of ai in business communication: the role of knowledge management. *Journal of Knowledge Management*, **28**(1), 85-95. <https://doi.org/10.1108/jkm-12-2022-0944>
- Jatimoyo, D., Rohman, F., & Djazuli, A. (2021). The effect of perceived ease of use on continuance intention through perceived usefulness and trust. *International Journal of Research in Business and Social Science (2147-4478)*, **10**(4), 430-437. <https://doi.org/10.20525/ijrbs.v10i4.1223>
- Karsoliya, P. (2024). A novel conceptualization of ai literacy and empowering employee experience at digital workplace using generative ai and augmented analytics: a survey. *Journal of Electrical System (JES)*, **20**(2), 2582-2603. <https://doi.org/10.52783/jes.2031>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, **30**(3), 607-610.
- Kumar, V., & Reinartz, W. (2016). Creating enduring customer value. *Journal of Marketing*, **80**(6), 36-68.

- Lichtenthaler, U. (2020). Five maturity levels of managing ai: from isolated ignorance to integrated intelligence. **Journal of Innovation Management**, 8(1). 39-50. https://doi.org/10.24840/2183-0606_008.001_0005
- Martinez, A., & Rishan, S. (2023). **Enhancing workplace collaboration through technology: A study on employee feedback mechanisms**. (3), 45-60.
- Ofosu-Boateng, I. and Acquaye, P. (2020). Effects of service quality and customer satisfaction on customers' loyalty in the hospitality industry of ghana. **European Journal of Business Management and Research**, 5(5). 1-9. <https://doi.org/10.24018/ejbmr.2020.5.5.538>
- Reznikov, R. (2024). Leveraging generative AI: strategic adoption patterns for enterprises. **Modeling the Development of the Economic Systems**, (1), 201-207. <https://doi.org/10.31891/mdes/2024-11-29>
- Sheldrick, R., Marakovitz, S., Garfinkel, D., Carter, A., & Perrin, E. (2020). Comparative accuracy of developmental screening questionnaires. **Jama Pediatrics**, 174(4), 366. <https://doi.org/10.1001/jamapediatrics.2019.6000>
- The Department of Land Transport. (2024). **Thai Driving License**. [Online]. Retrieved December 29, 2024 from: <https://www.dlt.go.th/th>
- Tula, S. (2024). ai-enabled customer experience enhancement in business. **Computer Science & IT Research Journal**, 5(2), 365-389. <https://doi.org/10.51594/csitrj.v5i2.789>
- Tulcanaza-Prieto, A., Cortez-Ordoñez, A., & Lee, C. (2023). Influence of customer perception factors on ai-enabled customer experience in the ecuadorian banking environment. **Sustainability**, 15(16), 12441. <https://doi.org/10.3390/su151612441>
- Venkatesh, V., Morris, M., Davis, G. B., & Davis, F. D. (2003). User acceptance of information technology: toward a unified view. **MIS Quarterly**, 27(3), 425. <https://doi.org/10.2307/30036540>
- Venkatesh, V., Thong, J. Y. L., & Xu, X. (2022). **Unified theory of acceptance and use of technology: A synthesis and the road ahead**. (2), 1-37.
- Wang, Q. (2023). The impact of ai on organizational employees: a literature review. **Journal of Education Humanities and Social Sciences**, 19, 45-53. <https://doi.org/10.54097/ehss.v19i.10955>
- Yudiantara, P. & Widagda, N. (2022). Role of trust in mediating the effect of perceived usefulness and perceived ease of use on decisions to use the linkAja digital wallet. **International Journal of Health Sciences**, 6310-6327. <https://doi.org/10.53730/ijhs.v6ns4.11176>

ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ Factors Affecting the Acceptance of New Technology by Operational Employees

วุฒิ วัชรอดมประเสริฐ^{1*}
(Vutti Watcharodomprasert^{1*})

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร
Faculty of Business Administration, Thonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author: vutti999@trums.thonburi-u.ac.th

Article history:

Received 19 August 2024

Revised 10 April 2025

Accepted 15 April 2025

SIMILARITY INDEX = 13.87 %

บทคัดย่อ

งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง อิทธิพลทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานกับตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ โดยศึกษาพนักงานปฏิบัติการในองค์กรขนาดกลาง และขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยประชากรที่ใช้ในการวิจัย คือ ประชากรในวัยแรงงานที่อาศัยในเขตกรุงเทพมหานครทั้งหมดจากประชากรทั้งหมด 3,524,378 คน ไม่รวมกลุ่ม Generation Alpha และ Baby Boomer จากการคำนวณสูตรที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 ได้กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 ราย กลุ่มตัวอย่างจะถูกสุ่มเลือกจากแผนกที่มีการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์ แล้วทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยการใช้เทคนิคสถิติ สถิติเชิงพรรณนา ใช้ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการแจกแจงความถี่ การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ และการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ ผลการวิจัยพบว่า

1) ตัวแปรต้นทั้งหมดปัจจัยมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ และ 2) พบว่าปัจจัยความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีกับปัจจัยระดับความ พึงพอใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ ส่วนปัจจัยอื่น ๆ แม้จะมีความสัมพันธ์แต่กลับไม่ได้มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งอาจเกิดจากปัจจัยภายในองค์กร เช่น การที่พนักงานไม่ได้รับแรงจูงใจหรือการไม่ได้รับการสนับสนุนที่ตรงกับความต้องการอย่างเพียงพอ หรือการขาดการสื่อสารที่ชัดเจนในการเปลี่ยนแปลง ส่วนคำถามปลายเปิดพบว่า กลุ่มตัวอย่างคิดว่ามีปัจจัยอื่น ๆ อีก เช่น ปัจจัยวัฒนธรรมองค์กร ปัจจัยความพร้อมด้านเทคโนโลยี ปัจจัยประสบการณ์ก่อนหน้า ปัจจัยการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ปัจจัยแรงจูงใจทางการเงิน ปัจจัยความเชื่อมั่นในผู้บริหาร ปัจจัยผลกระทบต่อการปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว จะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

คำสำคัญ: การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี พนักงานปฏิบัติการ

ABSTRACT

This study aimed to: 1) analyze the relationship between technological knowledge and skills, managerial support, organizational readiness for change, social influence, job satisfaction, and acceptance of new technology among operational employees; and 2) investigate the factors influencing the acceptance of new technology among operational employees. The study focused on employees working in medium- and large-sized organizations located in Bangkok. The research population comprised the working-age population residing in Bangkok, totaling 3,524,378 people, excluding Generation Alpha and Baby Boomers. Using a confidence level of 95%, a sample size of 385 participants was determined. The sample was randomly selected from departments adopting new technologies through simple random sampling conducted via online and offline channels. Data analysis was performed using statistical software with the following techniques:

Descriptive statistics, including mean, standard deviation, and frequency distribution. Correlation analysis to examine the relationship between factors influencing the acceptance of new technology among operational employees. Multiple regression analysis to identify factors significantly impacting the acceptance of new technology among operational employees.

1) The results indicated that all six independent variables were related to the acceptance of new technology among operational employees. 2) However, technological knowledge and skills, along with job satisfaction, were found to have a significant influence on the acceptance of new technology. Other factors, although correlated, did not exhibit a significant influence, possibly due to internal organizational factors such as a lack of motivation, insufficient support tailored to employees' needs, or unclear communication during change initiatives. Open-ended questions revealed additional factors perceived by the participants, including organizational culture, technological readiness, prior experience, involvement in decision-making, financial incentives, trust in leadership, and the impact on security and privacy, which could influence the acceptance of new technology among operational employees

Keywords: New Technology Acceptance, Technological Knowledge and Skills, Operational Employees

1. บทนำ

ในช่วงไม่กี่ทศวรรษที่ผ่านมา การพัฒนาเทคโนโลยีได้ก้าวกระโดดอย่างรวดเร็ว ส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่สำคัญต่อวิธีการดำเนินงานขององค์กรทั่วโลก เทคโนโลยีสมัยใหม่ ไม่ว่าจะเป็นระบบอัตโนมัติ ปัญญาประดิษฐ์ หรือการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่ ได้เปลี่ยนแปลงวิธีการทำงานแบบดั้งเดิมไปอย่างสิ้นเชิง องค์กรที่สามารถปรับตัวและนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพจะมีโอกาสเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน เพิ่มผลผลิต และเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันได้อย่างมีนัยสำคัญ ดังตัวอย่างของเทคโนโลยีใหม่ เช่น ระบบอัตโนมัติ (Automation) เป็นหนึ่งในเทคโนโลยีที่ได้รับความนิยมมากที่สุดในปัจจุบัน เนื่องจากสามารถลดภาระงานที่ซ้ำซ้อนและลดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์ในหลาย ๆ กระบวนการ นอกเหนือจากระบบอัตโนมัติแล้ว ในขณะเดียวกันระบบ ปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence - AI) ก็มีบทบาทสำคัญในการเปลี่ยนแปลงกระบวนการทำงานขององค์กรสมัยใหม่อย่างมาก AI ได้กลายเป็นเครื่องมือที่ขาดไม่ได้ในการวิเคราะห์ข้อมูลที่มีจำนวนมหาศาลและมีความซับซ้อน ซึ่งช่วยให้ผู้บริหารสามารถตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้นด้วยข้อมูลที่มีความแม่นยำและทันสมัย AI ช่วยในการคาดการณ์แนวโน้มของตลาด วิเคราะห์พฤติกรรมของลูกค้า และตรวจสอบประสิทธิภาพการดำเนินงานขององค์กรแบบเรียลไทม์ การใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลช่วยให้องค์กรสามารถระบุปัญหาและโอกาสใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็ว โดยที่ระบบ AI สามารถตรวจจับแนวโน้มและรูปแบบที่อาจไม่สามารถมองเห็นได้ด้วยการวิเคราะห์แบบดั้งเดิม

การนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ในองค์กรไม่เพียงแต่ต้องพิจารณาการลงทุนในระบบเทคโนโลยีเท่านั้น แต่ยังต้องพิจารณาการเตรียมความพร้อมของพนักงานในการปรับตัวและยอมรับการเปลี่ยนแปลงด้วย การนำเทคโนโลยีมาใช้ให้ประสบความสำเร็จจำเป็นต้องมีการสร้างความเข้าใจและการสนับสนุนจากพนักงานทุกระดับ โดยเฉพาะพนักงานในระดับปฏิบัติการ ซึ่งมีบทบาทสำคัญในการดำเนินงานประจำวันขององค์กร พนักงานในระดับปฏิบัติการมักเป็นผู้ที่ต้องใช้เทคโนโลยีในทุก ๆ วัน การที่พวกเขามีทักษะและความสามารถในการปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ จะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานและลดข้อผิดพลาดที่อาจเกิดขึ้นได้ การสร้างความพร้อมให้กับพนักงานเหล่านี้จึงเป็นสิ่งสำคัญ องค์กรควรมีการจัดฝึกอบรมและสนับสนุนด้านทรัพยากรที่เพียงพอเพื่อให้พนักงานสามารถปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ได้อย่างรวดเร็วและมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ องค์กรควรสร้างสภาพแวดล้อมที่สนับสนุนการเรียนรู้และการเติบโต โดยให้โอกาสพนักงานในการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง การสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างต่อการเรียนรู้และนวัตกรรมจะช่วยให้องค์กรสามารถนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประโยชน์สูงสุด อย่างไรก็ตาม การยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ไม่ได้เกิดขึ้นเองตามธรรมชาติ การเปลี่ยนแปลงที่เกิดจากการนำเทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้นั้นมักมาพร้อมกับความท้าทายและความกังวลที่พนักงานต้องเผชิญ พนักงานบางคนอาจรู้สึกไม่มั่นใจหรือวิตกกังวลเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากขาดความรู้หรือทักษะที่จำเป็นในการใช้งาน การขาดการฝึกอบรมที่เพียงพอสามารถนำไปสู่ความรู้สึกไม่มั่นใจและการต่อต้านการเปลี่ยนแปลง องค์กรที่ประสบความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้มักจะ เป็นองค์กรที่สามารถสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้และการปรับตัวที่ดีให้กับพนักงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ การสร้างวัฒนธรรมที่ส่งเสริมการเรียนรู้ตลอดชีวิตและการปรับตัวอย่างรวดเร็วถือเป็นปัจจัยสำคัญที่ทำให้องค์กรสามารถรับมือกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีได้อย่างราบรื่น ในองค์กรที่ประสบความสำเร็จเหล่านี้ พนักงานจะได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารให้เรียนรู้และพัฒนาทักษะใหม่ ๆ อย่างต่อเนื่อง องค์กรเหล่านี้ มักจะมีการฝึกอบรมที่มีคุณภาพ การจัดเวิร์กช็อป และโปรแกรมพัฒนาทักษะที่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของพนักงานและการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีได้ พนักงานที่ได้รับการฝึกอบรมและการสนับสนุนอย่างเหมาะสมจะมีความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ และสามารถปรับตัวได้อย่างรวดเร็ว การลงทุนในการ

พัฒนาทักษะของพนักงานไม่ได้เป็นเพียงการเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพวกเขาเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับองค์กรในระยะยาวด้วย พนักงานที่มีความรู้และทักษะที่ทันสมัยจะสามารถนำเสนอแนวทางใหม่ ๆ ในการปรับปรุงกระบวนการทำงานและการนำเทคโนโลยีใหม่ ๆ มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ จะเกิดความพึงพอใจในการปฏิบัติงานและผลงาน ซึ่งจะส่งผลดีต่อความสามารถในการแข่งขันขององค์กรและการเติบโตในตลาด

ดังนั้น การศึกษาและทำความเข้าใจปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงาน ปฏิบัติการเป็นสิ่งสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถพัฒนาแนวทางที่เหมาะสมเพื่อสนับสนุนการปรับตัวและการเรียนรู้ของพนักงาน การสร้างวัฒนธรรมการเรียนรู้ที่แข็งแกร่งจึงเป็นสิ่งจำเป็นในยุคที่เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วและต่อเนื่อง การวิจัยในด้านนี้ไม่เพียงแต่ช่วยในการพัฒนาองค์ความรู้ใหม่ ๆ เกี่ยวกับการจัดการ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในองค์กร แต่ยังสามารถนำไปใช้ประโยชน์ในหลากหลายบริบทและอุตสาหกรรมได้อีกด้วย ความเข้าใจเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงความต้องการ และข้อกังวลของพนักงาน ทำให้สามารถออกแบบการฝึกอบรมและการสนับสนุนที่เหมาะสม ซึ่งจะส่งเสริมให้พนักงานมีความมั่นใจและพร้อมรับการเปลี่ยนแปลง การศึกษาในเรื่องนี้ยังช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนกลยุทธ์ในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้งานได้อย่างมีประสิทธิภาพ และลดความเสี่ยงที่อาจเกิดจากความล้มเหลวในการนำเทคโนโลยีมาใช้ ในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วในปัจจุบัน องค์กรที่ต้องการเพิ่มขีดความสามารถและคงความสามารถในการแข่งขันในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ การวิจัยนี้จึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง เพราะช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบกลยุทธ์ที่เหมาะสมเพื่อเสริมสร้างความพร้อมของพนักงานในการเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ทำให้องค์กรสามารถเติบโตและปรับตัวได้อย่างต่อเนื่องในยุคดิจิทัล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง อิทธิพลทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานกับตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ
- 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ โดยศึกษาพนักงานปฏิบัติการในองค์กรขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี (Knowledge and Skills in Technology)

ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยพื้นฐานที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากพนักงานที่มีความเข้าใจและทักษะเพียงพอจะสามารถใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพและลดความกังวลในการเรียนรู้ (Davis, 1989) หากพนักงานขาดความรู้พื้นฐาน อาจส่งผลให้เกิดความรู้สึกไม่มั่นคงและต่อต้านการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีได้ง่าย

2.2. การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Management Support)

การสนับสนุนจากผู้บริหารเป็นสิ่งสำคัญในการขับเคลื่อนการเปลี่ยนแปลง ผู้บริหารที่มีบทบาทเชิงรุกในการสื่อสาร ให้ทรัพยากร และแสดงความมุ่งมั่นต่อการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ จะช่วยสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการยอมรับและลดการต่อต้านจากพนักงาน (Rogers, 2003) การสนับสนุนนี้รวมถึงการให้กำลังใจและการแก้ไขปัญหาที่เกิดขึ้น

2.3. ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง (Organizational Readiness for Change)

ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลงสะท้อนถึงความสามารถและเจตจำนงขององค์กรในการปรับตัวให้เข้ากับสิ่งใหม่ๆ (Weiner, 2009) องค์กรที่มีโครงสร้างที่ยืดหยุ่น มีวัฒนธรรมที่เปิดกว้างต่อการเรียนรู้ และมีทรัพยากรเพียงพอ มักจะประสบความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ได้ดีกว่า เนื่องจากพนักงานจะรู้สึกว่างค์กรมีความมั่นคงและพร้อมที่จะสนับสนุนพวกเขาในการปรับตัว

2.4. อิทธิพลทางสังคม (Social Influence)

อิทธิพลทางสังคมหมายถึงผลกระทบที่เกิดจากการรับรู้ความคิดเห็นหรือพฤติกรรมของผู้อื่น เช่น เพื่อนร่วมงานหรือผู้บังคับบัญชา ที่มีผลต่อการตัดสินใจของแต่ละบุคคล (Venkatesh et al., 2003) หากเพื่อนร่วมงานหรือกลุ่มอ้างอิงให้การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ พนักงานก็มีแนวโน้มที่จะยอมรับตามไปด้วย เพื่อให้สอดคล้องกับบรรทัดฐานทางสังคม

2.5. ระดับความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction)

พนักงานที่มีความพึงพอใจในงานสูงมักจะเปิดใจและมีความกระตือรือร้นในการเรียนรู้สิ่งใหม่ๆ รวมถึงการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ (Riemenschneider & VanFleet, 1997) ความพึงพอใจในงานที่สูงขึ้นอาจนำไปสู่ความผูกพันกับองค์กรและแรงจูงใจในการสนับสนุนเป้าหมายขององค์กร ซึ่งรวมถึงการนำเทคโนโลยีมาใช้ปรับปรุงประสิทธิภาพการทำงาน

2.6. การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ (Training and Skill Development)

การฝึกอบรมและการพัฒนาทักษะเป็นกลไกสำคัญในการเพิ่มความรู้และขีดความสามารถของพนักงานในการใช้เทคโนโลยีใหม่ (Compeau & Higgins, 1995) การฝึกอบรมที่เหมาะสมจะช่วยลดความวิตกกังวล สร้างความมั่นใจ และทำให้พนักงานรู้สึกพร้อมที่จะเรียนรู้และนำเทคโนโลยีใหม่ไปประยุกต์ใช้ในการทำงานจริง ซึ่งจะส่งผลโดยตรงต่อการยอมรับเทคโนโลยี

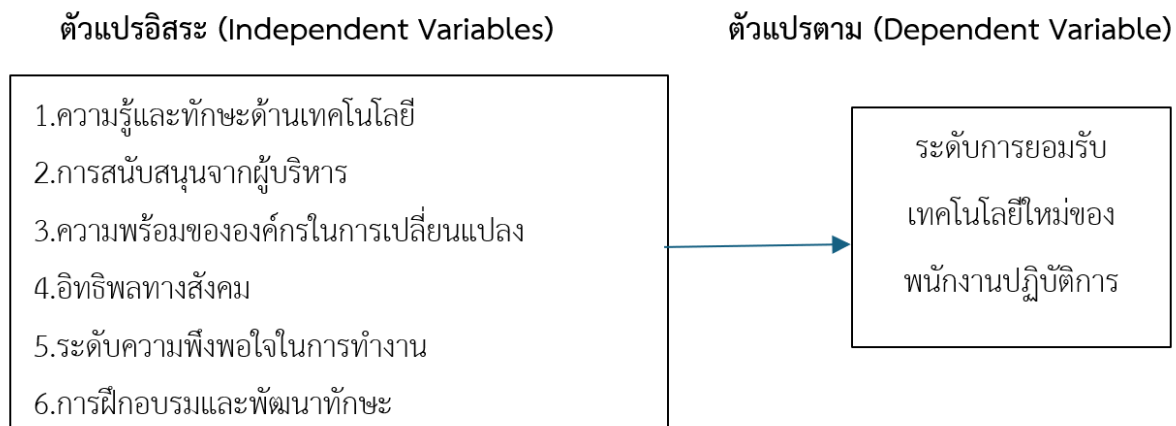
2.7. การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ (Acceptance of New Technology by Operational Employees)

การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการหมายถึงเจตคติ พฤติกรรม และความเต็มใจของพนักงานในการนำเทคโนโลยีหรือระบบใหม่ๆ มาใช้ในการปฏิบัติงาน (Davis, 1989) นี่คือการปรับตัวตามหลักในการศึกษาของคุณ ซึ่งสะท้อนถึงผลลัพธ์ของการนำเทคโนโลยีมาใช้ในองค์กร การยอมรับที่สูงขึ้นจะนำไปสู่การใช้งานเทคโนโลยีอย่างเต็มศักยภาพ เพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน ลดความผิดพลาด และส่งเสริมการแข่งขันขององค์กร (Venkatesh et al., 2003) การประเมินการยอมรับมักพิจารณาจากปัจจัยต่างๆ เช่น ความตั้งใจในการใช้งาน การใช้งานจริง ความพึงพอใจในการใช้งาน และทัศนคติที่มีต่อเทคโนโลยี

สรุปได้ว่า การยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการเป็นผลลัพธ์ของการผสมผสานปัจจัยหลายด้านอย่างสอดคล้องกัน ทั้งความรู้และทักษะที่ช่วยลดความกังวลต่อการเรียนรู้ การสนับสนุนจากผู้บริหารที่สร้างแรงจูงใจและบรรยากาศที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง ความพร้อมขององค์กรในด้านวัฒนธรรมและโครงสร้างที่ยืดหยุ่น รวมถึงการจัดฝึกอบรมที่เหมาะสมซึ่งช่วยเพิ่มความมั่นใจให้พนักงาน ขณะเดียวกัน อิทธิพลจากเพื่อนร่วมงานและความพึงพอใจในการทำงานยังมีบทบาทในการกระตุ้นให้พนักงานเปิดรับเทคโนโลยีใหม่มากยิ่งขึ้น เมื่อปัจจัยเหล่านี้เสริมแรงกันอย่างเหมาะสม จะส่งผลให้เกิดการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีอย่างเต็มประสิทธิภาพในองค์กร

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

ขั้นตอนการศึกษาแนวคิด ทฤษฎีต่าง ๆ และทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) เพื่อให้ผู้วิจัยได้รับความรู้พื้นฐานในการวิจัย และพัฒนากรอบแนวคิดการวิจัย

1) โมเดลการยอมรับเทคโนโลยี (Technology Acceptance Model: TAM) เป็นหนึ่งในแบบจำลองที่สำคัญและมีอิทธิพลในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในองค์กร โดยแบบจำลองนี้ถูกพัฒนาโดย Davis, (1989) เพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการทำความเข้าใจว่าเหตุใดผู้ใช้จึงยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีใหม่ในสภาพแวดล้อมที่ทำงาน

TAM หรือ Technology Acceptance Model ไม่ได้จำกัดการใช้งานเพียงในองค์กรเท่านั้น แต่ยังถูกนำไปใช้ในหลายบริบท เช่น การศึกษา การแพทย์ การเงิน และอุตสาหกรรมอื่น ๆ ด้วยการปรับใช้ TAM ให้เข้ากับบริบทเฉพาะ นักวิจัยสามารถเข้าใจและทำนายพฤติกรรมการยอมรับเทคโนโลยีของผู้ใช้ในแต่ละสาขาได้อย่างแม่นยำมากขึ้น TAM ถูกใช้ในการศึกษาหลายด้าน เช่น การยอมรับระบบสารสนเทศใหม่ การใช้ซอฟต์แวร์ใหม่ และการปรับใช้เทคโนโลยีในภาคธุรกิจ การใช้ TAM ช่วยให้นักวิจัยเข้าใจปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทต่าง ๆ ได้ชัดเจนยิ่งขึ้น สำหรับองค์กร TAM สามารถช่วยให้เข้าใจว่าทำไมพนักงานถึงไม่ยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ข้อมูลเหล่านี้สามารถนำไปปรับปรุง กลยุทธ์การสื่อสารและการฝึกอบรม เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น

2) ทฤษฎีรวมว่าด้วยการยอมรับและการใช้เทคโนโลยี (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology: UTAUT) เป็นหนึ่งในโมเดลที่มีความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยี ใหม่ ๆ โดยถูกพัฒนาขึ้นจากแบบจำลอง Technology Acceptance Model (TAM) เดิม โดย Venkatesh et al. (2003) ซึ่งโมเดลนี้พยายามรวมแนวคิดต่าง ๆ จากแบบจำลองการยอมรับเทคโนโลยีหลายแบบเข้าด้วยกัน เพื่อสร้างมุมมองที่เป็นเอกภาพและครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การใช้ UTAUT สามารถช่วยให้องค์กรวางแผนการเปลี่ยนแปลงและปรับใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น โดยการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี สามารถช่วยให้องค์กรเข้าใจถึงอุปสรรคและปัญหาที่อาจเกิดขึ้น ทำให้สามารถเตรียมการฝึกอบรม การสนับสนุนและการสื่อสารที่เหมาะสมเพื่อเพิ่มโอกาสในการประสบ

ความสำเร็จในการนำเทคโนโลยีมาใช้ UTAUT เป็นเครื่องมือที่มีประโยชน์สำหรับนักวิจัยและนักปฏิบัติในการเข้าใจและจัดการกับความซับซ้อนของการยอมรับเทคโนโลยีในโลกที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

3) ทฤษฎีการกระจายนวัตกรรม (Diffusion of Innovations Theory) เป็นทฤษฎีที่พัฒนาโดย Rogers, (2003) ซึ่งได้กลายเป็นกรอบทฤษฎีที่สำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับวิธีการที่เทคโนโลยีหรือแนวคิดใหม่ ๆ ถูกยอมรับและแพร่กระจายในสังคมและองค์กร ทฤษฎีนี้ช่วยให้นักวิจัยและผู้ปฏิบัติการสามารถเข้าใจถึงกระบวนการและปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมได้ดียิ่งขึ้น ทฤษฎีนี้ถูกนำไปใช้ในการศึกษาหลากหลายด้าน เช่น การยอมรับเทคโนโลยีในองค์กร การแพร่กระจายของนวัตกรรมทางการแพทย์ และการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมในสังคม การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ช่วยให้นักวิจัยสามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับนวัตกรรมและสามารถวางกลยุทธ์ในการเผยแพร่และส่งเสริมการยอมรับได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4) ทฤษฎีการสนับสนุนองค์กร (Organizational Support Theory) เป็นทฤษฎีที่มุ่งเน้นไปที่การสนับสนุนที่พนักงานได้รับจากองค์กร ซึ่งถูกพัฒนาโดย Eisenberger et al. (1986) ทฤษฎีนี้มีความสำคัญในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับและการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ในองค์กร เนื่องจากการสนับสนุนจากองค์กรมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมความมั่นใจและความพร้อมของพนักงานในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลง โดยองค์ประกอบหลัก 4 ปัจจัยดังนี้ การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived Organizational Support) การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Managerial Support) การฝึกอบรม (Training) และทรัพยากรที่จำเป็น (Necessary Resources) ทฤษฎีนี้ได้รับการนำไปใช้ในการศึกษาหลายด้าน เช่น การยอมรับเทคโนโลยีในองค์กร การพัฒนาอาชีพ และความผูกพันของพนักงานต่อองค์กร การประยุกต์ใช้ทฤษฎีนี้ช่วยให้นักวิจัยสามารถเข้าใจถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความพึงพอใจและประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน และสามารถวางกลยุทธ์ในการเพิ่มการสนับสนุนจากองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5) โมเดลการจัดการการเปลี่ยนแปลง ADKAR Model ซึ่งพัฒนาโดย Hiatt, (2006) โมเดลนี้ถูกออกแบบมาเพื่อช่วยให้องค์กรสามารถวางแผนและดำเนินการเปลี่ยนแปลงได้อย่างเป็นระบบและยั่งยืน โดยองค์ประกอบของ ADKAR Model ประกอบด้วยห้าขั้นตอนหลักที่เน้นการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมและทัศนคติของบุคคลในองค์กร ดังนี้ Awareness (การรับรู้) Desire (ความปรารถนา) Knowledge (ความรู้) Ability (ความสามารถ) และ Reinforcement (การเสริมสร้าง)

6) งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เช่น Hooda et al. (2022) ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความเชื่อมั่นต่อพฤติกรรมการใช้งานในบริบทของ e-government ซึ่งเป็นการสำรวจว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในบริบทการใช้ระบบราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) และงานวิจัยของ Scherer et al. (2022) ใช้โมเดล Technology Acceptance Model (TAM) ในการศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในบริบทการศึกษา โดย TAM เป็นโมเดลที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในการศึกษาเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี ซึ่งประกอบด้วยปัจจัยหลักสองประการคือ ความง่ายในการใช้ (Perceived Ease of Use) และประโยชน์ที่ได้รับ (Perceived Usefulness) จากการใช้เทคโนโลยี และงานวิจัยของ สุรวี ศุนาลัย (2565) ศึกษาการยอมรับเทคโนโลยีในการชำระเงินผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร โดยงานวิจัยนี้ใช้โมเดล Technology Acceptance Model (TAM) ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ พบว่าหนึ่งในปัจจัยที่มีผลอย่างมีนัยสำคัญคือ "ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี" ของผู้บริโภค ความรู้และทักษะเหล่านี้ช่วยให้ผู้บริโภครู้สึกมั่นใจในการใช้งานเทคโนโลยีใหม่อย่างมีประสิทธิภาพ และงานวิจัยของ Kampa (2023) มุ่งเน้นศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี m-learning ในการศึกษาขั้นสูงในประเทศอินเดีย โดยใช้กรอบแนวคิด Technology Readiness and Acceptance Model (TRAM) ซึ่งเป็นการรวมกรอบแนวคิดสองกรอบ คือ Technology Readiness Index (TRI) และ Technology

Acceptance Model (TAM) เพื่ออธิบายว่าปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ Kampa ชี้ให้เห็นว่า ความพร้อมด้านเทคโนโลยีและความพึงพอใจในการใช้งานเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี m-learning โดยเฉพาะในบริบทของการศึกษาที่ต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี

2. ขั้นตอนการกำหนดกรอบแนวคิดการวิจัยและขอบเขตการวิจัยและครอบคลุมตามหลักการวิจัยที่ถูกต้อง ขอบเขตการวิจัย ดังนี้

1) ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง มุ่งเน้นศึกษาพนักงานปฏิบัติการในองค์กรขนาดกลางและขนาดใหญ่ที่ตั้งอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยการสุ่มตัวอย่างอย่างง่าย ผ่านช่องทางออนไลน์และออฟไลน์

2) ขอบเขตด้านระเบียบวิธีวิจัย ใช้แบบสอบถามที่ได้รับการตรวจสอบความเชื่อถือและความเที่ยงตรง (reliability and validity) ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และใช้สถิติการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การถดถอยพหุคูณ (Multiple regression) เพื่อประเมินผลกระทบของปัจจัยต่าง ๆ ที่มีต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่

3. ขั้นตอนการสร้างเครื่องมือการวิจัย ผู้วิจัยได้สร้างเครื่องมือแบบสอบถามจากการสังเคราะห์ และพัฒนา ข้อคำถามจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และทำการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือโดยผู้วิจัยได้ทำการทดสอบค่าความเที่ยง (Validity) ของแบบสอบถาม โดยการเรียนเชิญผู้เชี่ยวชาญสามท่านทำการตรวจสอบ ค่า IOC โดยหาวิเคราะห์ค่า IOC พบว่าข้อคำถามทุกข้อในแบบสอบถาม มีค่า ICO มากกว่าหรือเท่ากับ 0.5 และหาค่าความเชื่อมั่น (Reliability) โดยการทดสอบวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ด้วยการนำแบบสอบถามที่ได้ดำเนินการปรับปรุงแก้ไขตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 30 คน ซึ่งไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย โดยคัดเลือกข้อคำถามที่มีค่า α ตั้งแต่ 0.80 ขึ้นไป ถือว่าข้อคำถามมีความเชื่อมั่น ซึ่งได้ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) ของแบบสอบถามชุดนี้คือ 0.957 ซึ่งแสดงถึงความเชื่อมั่นในระดับสูง ก่อนนำแบบสอบถามไปใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจริง

4. ขั้นตอนการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูล โดยผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลด้วยแบบสอบถาม (Questionnaire) จำนวน 385 ชุด และถูกต้องก่อนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ โดยใช้เทคนิคสถิติ

1) สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เช่น ค่าเฉลี่ย (Mean), ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation), และการแจกแจงความถี่ (Frequency Distribution)

2) การวิเคราะห์ทดสอบความสัมพันธ์ (Correlation) ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

3) การวิเคราะห์สมการถดถอย (Multiple regression) ของปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

5. ขั้นตอนการสรุปผล และอภิปรายผลการวิจัย เป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยสรุปและอธิบายเนื้อหาสาระสำคัญให้มี ความครอบคลุมถึงวัตถุประสงค์ของการศึกษาทั้ง 2 ข้อ ที่ผู้วิจัยได้กำหนดไว้ ตามหลักการวิจัยทางสังคมศาสตร์

4. ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 วิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง อิทธิพลทางสังคม ความพึงพอใจในการทำงาน ความพึงพอใจในการทำงานกับตัวแปรการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

ตารางที่ 1 ความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

	ความรู้	การสนับสนุน	ความพร้อม	อิทธิพล	พึงพอใจ	ฝึกรอบรม	การยอมรับ
ความรู้	1						
การสนับสนุน	.566**	1					
ความพร้อม	.550**	.881**	1				
อิทธิพล	.575**	.755**	.775**	1			
พึงพอใจ	.604**	.631**	.618**	.709**	1		
ฝึกรอบรม	.546**	.781**	.782**	.787**	.673**	1	
การยอมรับ	.562**	.564**	.540**	.599**	.832**	.590**	1

**มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

*มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

จากตารางที่ 1 แสดงผลการทดสอบความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการพบว่า ทุกปัจจัยมีค่า Sig. น้อยกว่า .01 นั่นคือ ปฏิเสธสมมติฐานหลัก H0 และยอมรับสมมติฐานรอง H1 แสดงว่าตัวแปรต้นแต่ละปัจจัยมีความสัมพันธ์กันกับตัวแปรตามอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 โดยมีผลแต่ละปัจจัยดังนี้

1. ปัจจัยความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .562^{**}$)
2. ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้บริหาร มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .564^{**}$)
3. ปัจจัยความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .540^{**}$)
4. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .599^{**}$)
5. ปัจจัยระดับความพึงพอใจในการทำงาน มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับสูง ($r = .832^{**}$)
6. ปัจจัยการฝึกรอบรมและพัฒนาทักษะ มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01 และมีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง ($r = .590^{**}$) และยิ่งพบเพิ่มเติมอีกว่า ปัจจัยตัวแปรต้นทุกตัวยังมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญที่ 0.01

สรุปภาพรวม ปัจจัยทั้ง 6 ที่ศึกษา ได้แก่ ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี การสนับสนุนจากผู้บริหาร ความพร้อมขององค์กร อิทธิพลทางสังคม ระดับความพึงพอใจในการทำงาน และการฝึกรอบรมและพัฒนาทักษะ ต่างมีความสัมพันธ์เชิงบวกต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการในระดับที่

แตกต่างกัน โดยเฉพาะปัจจัย ระดับความพึงพอใจในการทำงาน ที่มีความสัมพันธ์ในระดับสูงที่สุด ขณะที่ปัจจัยอื่น ๆ มีความสัมพันธ์ในระดับปานกลาง และปัจจัยเหล่านี้ยังมีความสัมพันธ์ระหว่างกันอย่างมีนัยสำคัญอีกด้วย

ตารางที่ 2 แสดงผลการวิเคราะห์สมการถดถอยของปัจจัยตัวแปรอิสระต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ

	B	SE	Beta	t	sig
ค่าคงที่	0.65	0.13		4.94	0.00
1.ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี	0.09	0.04	0.09	2.28*	0.02
2.การสนับสนุนจากผู้บริหาร	0.06	0.06	0.07	1.03	0.31
3.ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง	-0.03	0.05	-0.03	-0.48	0.64
4.อิทธิพลทางสังคม	-0.05	0.05	-0.05	-0.93	0.36
5.ระดับความพึงพอใจในการทำงาน	0.77	0.04	0.77	17.61**	0.00
6.การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ	0.03	0.05	0.04	0.73	0.47

R=.837* R Square=.700 Adj.R Square=.695 Std.Error of the Estimate=.3908 Sig.=0.000

ปัจจัยต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ มีสองปัจจัย คือ ปัจจัยความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี (X1) ปัจจัยระดับความพึงพอใจในการทำงาน (X5) โดยมีค่า R=.837 แสดงว่ามีความสัมพันธ์ระดับสูง และค่า R Square=.700 เท่ากับสามารถอธิบายได้ประมาณ 70% และมีค่าความคลาดเคลื่อนโดยเฉลี่ยในการพยากรณ์เท่ากับ 0.3908 ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ซึ่งจากตารางที่ 2 จะได้สมการดังนี้

$$Y = 0.65 + 0.09X_1 + 0.06X_2 - 0.03X_3 - 0.05X_4 + 0.77X_5 + 0.03X_6$$

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

การวิจัยเรื่อง ปัจจัยที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานปฏิบัติการ ผู้วิจัยขออภิปรายผลการวิจัยโดยอิงวัตถุประสงค์และสมมติฐานการวิจัยโดยแบ่งเป็นส่วน ๆ ตามตัวแปรที่ทำการวิจัย โดยการอภิปรายความสัมพันธ์ ตัวแปรต้นทั้งหกกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และการที่ปัจจัยดังกล่าวมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ตัวแปรต้นที่ศึกษาในที่นี้ประกอบด้วย ปัจจัยความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี (Knowledge and Technology Skill), การสนับสนุนจากผู้บริหาร (Managerial Support), ความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง (Organizational Readiness for Change), อิทธิพลทางสังคม (Social Influence), ระดับความพึงพอใจในการทำงาน (Job Satisfaction), และการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ (Training and Development) ซึ่งการศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ (Correlation) เพื่อสำรวจความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรต้นกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และการวิเคราะห์ผลกระทบหรือปัจจัยที่มีอิทธิพล โดยใช้สถิติ Multiple Regression

1. ปัจจัยความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี

ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีมีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากพนักงานที่มีความเข้าใจและความสามารถในการใช้งานเทคโนโลยี จะมีความมั่นใจและพร้อมที่จะปรับตัวเมื่อมีการนำ

เทคโนโลยีใหม่เข้ามาใช้ และปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่อย่างชัดเจน การมีความรู้ที่ดีทำให้พนักงานสามารถปรับตัวและใช้เทคโนโลยีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ การวิจัยพบว่าความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีเป็นปัจจัยที่มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในที่ทำงานเป็นเพราะการมีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีช่วยให้พนักงานมีความมั่นใจในการปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงที่เกี่ยวข้องกับการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ ความรู้ที่ดีในด้านเทคโนโลยีทำให้พนักงานสามารถมองเห็นประโยชน์ของเทคโนโลยีใหม่ได้ชัดเจน เช่น การเพิ่มประสิทธิภาพการทำงาน การลดข้อผิดพลาด และการเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันในตลาด ผลงานวิจัยข้างต้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ Hooda et al. (2022) ซึ่งมีการศึกษาเกี่ยวกับผลกระทบของความเชื่อมั่นต่อพฤติกรรมการใช้งานในบริบทของ e-government ซึ่งเป็นการสำรวจว่าปัจจัยใดที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในบริบทการใช้ระบบราชการอิเล็กทรอนิกส์ (e-government) ผลการวิจัยพบว่า ความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีและความรู้ในเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่อย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ เมื่อผู้ใช้งานมีความเชื่อมั่นในเทคโนโลยีว่าเป็นประโยชน์และไม่มีความเสี่ยงต่อความปลอดภัยหรือความเป็นส่วนตัว รวมถึงมีความรู้และทักษะเพียงพอที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ พวกเขาจะมีแนวโน้มที่จะยอมรับและนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันมากขึ้น และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ Scherer (2022) และคณะพบว่าความรู้และทักษะในการใช้เทคโนโลยีของผู้ใช้มีผลอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในบริบทการศึกษา โดยผู้ที่มีความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยีสูงมักจะมี ความมั่นใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่และมองว่าเทคโนโลยีเหล่านั้นสามารถนำมาใช้ให้เกิดประโยชน์ในการเรียนการสอนได้มากขึ้น ซึ่งผลการวิจัยนี้สอดคล้องอย่างมากกับผลการวิจัยของผู้วิจัยที่พบว่า "ความรู้และทักษะด้านเทคโนโลยี" มีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงาน ในบริบทของการทำงาน

2. ปัจจัยการสนับสนุนจากผู้บริหาร

การสนับสนุนจากผู้บริหารมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ เนื่องจากการสนับสนุนเป็นสิ่งสำคัญที่ทำให้พนักงานรู้สึกถึงความสำคัญและได้รับการสนับสนุนในการใช้เทคโนโลยี อย่างไรก็ตาม ผลการวิเคราะห์ที่ไม่ว่า การสนับสนุนมีอิทธิพลต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งการสนับสนุนจากผู้บริหาร แบ่งวิเคราะห์เป็นประเด็นต่าง ๆ ดังนี้ ความสำคัญของการสนับสนุนจากผู้บริหาร การสนับสนุนจากผู้บริหารถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในองค์กร ผู้บริหารที่ให้การสนับสนุนและแสดงความมุ่งมั่นในการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้สามารถสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการเปลี่ยนแปลง พนักงานที่รู้สึกว่าได้รับการสนับสนุนจากผู้บริหารมักจะรู้สึกมีความสำคัญและมั่นใจในการปรับตัวกับเทคโนโลยีใหม่ ความสัมพันธ์ระหว่างการสนับสนุนจากผู้บริหารกับการยอมรับเทคโนโลยี แม้การสนับสนุนจากผู้บริหารจะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ผลการวิเคราะห์ในบางกรณีอาจไม่พบความสัมพันธ์ที่ชัดเจนนี้อาจเกิดจากหลายปัจจัยที่ส่งผลให้การสนับสนุนจากผู้บริหารไม่แสดงอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยี โดยสาเหตุที่การสนับสนุนจากผู้บริหารไม่แสดงอิทธิพล อาจเกิดจากการสนับสนุนที่ได้รับจากผู้บริหารอาจไม่ตรงกับความต้องการหรือความคาดหวังของพนักงาน การสื่อสารการสนับสนุนไม่ชัดเจน หรือการขาดการติดตามและการประเมินผล เป็นต้น

3. ปัจจัยความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง

องค์กรที่มีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่การวิเคราะห์ไม่พบว่าองค์กรที่พร้อมในการเปลี่ยนแปลงมีอิทธิพลต่อการยอมรับอย่างมีนัยสำคัญ โดยความพร้อมขององค์กรในการเปลี่ยนแปลง เป็นปัจจัยสำคัญที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ การที่องค์กรมีความพร้อมในการเปลี่ยนแปลงหมายถึงการที่องค์กรมีการเตรียมความพร้อมทั้งในด้านของกลยุทธ์ การจัดการ และวัฒนธรรมองค์กร ซึ่งทำให้สามารถนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ความพร้อมนี้รวมถึงการวางแผน การ

จัดการทรัพยากร และการสร้างความเข้าใจร่วมกันในองค์กรเกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงที่จะเกิดขึ้น ซึ่งเมื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมขององค์กรกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ จะพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างความพร้อมขององค์กรกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ผลการวิเคราะห์อาจไม่แสดงอิทธิพลที่มีนัยสำคัญ อาจเกิดจากหลายปัจจัยที่ทำให้ความพร้อมขององค์กรไม่สามารถแสดงอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ได้ เช่น การขาดการวางแผนที่ชัดเจน การขาดความร่วมมือจากพนักงาน เป็นต้น

4. ปัจจัยอิทธิพลทางสังคม

อิทธิพลทางสังคมจากเพื่อนร่วมงานหรือกลุ่มสังคมมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ไม่พบว่าอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญในการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ ซึ่งอิทธิพลทางสังคมมีความสำคัญในการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ โดยอิทธิพลทางสังคมหมายถึงการที่พฤติกรรมหรือความคิดเห็นของเพื่อนร่วมงานหรือกลุ่มสังคมภายในองค์กรมีผลต่อการตัดสินใจของบุคคลในการยอมรับหรือปฏิเสธเทคโนโลยีใหม่ ในหลายกรณี อิทธิพลทางสังคมสามารถเป็นแรงจูงใจที่สำคัญในการสนับสนุนการยอมรับเทคโนโลยีใหม่หรือทำให้เกิดการต่อต้าน การรับรู้ว่าเทคโนโลยีใหม่เป็นที่ยอมรับหรือได้รับการสนับสนุนจากกลุ่มสังคมสามารถส่งผลต่อทัศนคติและการตัดสินใจของพนักงานในการใช้เทคโนโลยีดังกล่าว ซึ่งความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ จากผลการวิจัยพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างอิทธิพลทางสังคมกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ในทางตรงกันข้าม ผลการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณไม่ได้แสดงให้เห็นว่าอิทธิพลทางสังคมมีอิทธิพลที่มีนัยสำคัญต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ อาจบ่งบอกถึงความซับซ้อนของบทบาทที่อิทธิพลทางสังคมมีในการตัดสินใจของพนักงานเกี่ยวกับเทคโนโลยีใหม่ เช่น การขาดแรงจูงใจหรือแรงกดดันจากเพื่อนร่วมงาน หรือความรู้สึกว่าการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ไม่จำเป็นต้องได้รับการยอมรับจากสังคม และความหลากหลายของความคิดเห็นในองค์กร เป็นต้น

5. ระดับความพึงพอใจในการทำงาน

ความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ และปัจจัยนี้มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ระดับความพึงพอใจในการทำงาน หมายถึงระดับความรู้สึกพอใจของพนักงานที่มีต่อสถานที่ทำงานและลักษณะของงานที่ทำ รวมถึงความรู้สึกที่มีต่อองค์กรและการจัดการที่ได้รับ การศึกษาพบว่าความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์ที่ชัดเจนกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ซึ่งบ่งชี้ว่าเมื่อพนักงานรู้สึกพอใจกับงานและองค์กร พวกเขาจะเปิดรับและสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง รวมถึงการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างความพึงพอใจในการทำงานและการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ จากการศึกษาพบว่าเมื่อพนักงานมีความพึงพอใจในการทำงานสูง พวกเขามีแนวโน้มที่จะยอมรับเทคโนโลยีใหม่อย่างเต็มที่ การมีความพึงพอใจในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความเชื่อมั่นและทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การเปลี่ยนแปลงในองค์กรมักจะได้รับการมองเห็นเป็นโอกาสในการพัฒนาตนเองและการทำงานมากกว่าที่จะเป็นภาระหรือปัญหา โดยสาเหตุที่ความพึงพอใจในการทำงานมีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ มีดังนี้ทัศนคติที่ดีต่อองค์กร การมองเห็นโอกาสในการพัฒนา การสนับสนุนและการยอมรับ และการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ เป็นต้น ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ Kampa (2023) โดยผลการวิจัยของ Kampa ชี้ให้เห็นว่า ความพร้อมด้านเทคโนโลยีและความพึงพอใจในการใช้งานเทคโนโลยีเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยี m-learning โดยเฉพาะในบริบทของการศึกษาที่ต้องการโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสมและสภาพแวดล้อมที่เอื้ออำนวยต่อการเรียนรู้ผ่านเทคโนโลยี เมื่อเทียบกับผลการวิจัยของผู้วิจัยที่พบว่า "ความพึงพอใจในการทำงาน" มีอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงาน จะเห็นได้ว่าทั้งสองงานวิจัยมีความสอดคล้องกันในประเด็นสำคัญนี้

6. การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ

การฝึกอบรมและพัฒนาทักษะมีความสัมพันธ์กับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่าการฝึกอบรมมีอิทธิพลต่อการยอมรับ โดยความสำคัญของการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะ คือมีบทบาทสำคัญในการเตรียมความพร้อมของพนักงานในการใช้งานเทคโนโลยีใหม่ การฝึกอบรมที่สามารถเพิ่มความมั่นใจและความรู้ความเข้าใจในการใช้เทคโนโลยีใหม่ ซึ่งมักจะส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ การศึกษาพบว่ามีความสัมพันธ์ระหว่างการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะกับการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ แต่ผลการวิเคราะห์ไม่พบว่าการฝึกอบรมมีอิทธิพลที่ชัดเจนต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ หากวิเคราะห์สาเหตุที่การฝึกอบรมไม่แสดงอิทธิพลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ อาจเกิดขึ้นจากฝึกอบรมไม่ตรงตามความต้องการ คุณภาพของการฝึกอบรมไม่ได้คุณภาพ ขาดการติดตามผลและการสนับสนุนหลังการฝึกอบรม หรือความแตกต่างในระดับทักษะพื้นฐานของแต่ละบุคคล เป็นต้น

7. จากคำถามปลายเปิดสอบถามเกี่ยวกับ ปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ฯ นอกเหนือจากปัจจัยที่กล่าวถึงในแบบสอบถาม พบว่ามีปัจจัยอื่น ๆ ดังนี้

7.1) วัฒนธรรมองค์กร (Organizational Culture) วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งเสริมการเรียนรู้และนวัตกรรม มีบทบาทสำคัญในการช่วยให้พนักงานยอมรับเทคโนโลยีใหม่อย่างราบรื่นและมีประสิทธิภาพ ในองค์กรที่มีวัฒนธรรมที่ยืดหยุ่นและเปิดกว้างต่อการเปลี่ยนแปลง พนักงานมักจะรู้สึกมั่นใจและพร้อมที่จะปรับตัวกับการเปลี่ยนแปลงเหล่านี้ วัฒนธรรมที่สนับสนุนการเรียนรู้จะช่วยเพิ่มความมั่นใจให้กับพนักงาน โดยการจัดการฝึกอบรมอย่างต่อเนื่องและการสนับสนุนการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ซึ่งจะช่วยให้พนักงานมองเห็นถึงประโยชน์และความสามารถในการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีใหม่ในงานของตน

7.2) ความพร้อมด้านเทคโนโลยี (Technological Readiness) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ องค์กรที่มีโครงสร้างพื้นฐานทางเทคโนโลยีที่พร้อมมักจะสร้างบรรยากาศที่เอื้อต่อการนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ โครงสร้างพื้นฐานที่พร้อมหมายถึงการมีระบบไอทีที่ทันสมัยและเหมาะสมกับการใช้งาน อุปกรณ์ที่มีคุณภาพสูง และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตที่มีความเสถียรและความเร็วสูง เพื่อให้พนักงานสามารถเข้าถึงข้อมูลและใช้งานระบบต่าง ๆ ได้อย่างราบรื่นและไม่มีอุปสรรค

7.3) ประสบการณ์ก่อนหน้า (Previous Experience) ของพนักงานในการใช้เทคโนโลยีใหม่เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ ในองค์กร พนักงานที่เคยมีประสบการณ์ที่ดีกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ในอดีตมักจะมี ความมั่นใจและเปิดกว้างต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ ๆ เพราะพวกเขาารู้สึกว่าตนเองมีความสามารถในการปรับตัวและใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างมีประสิทธิภาพ ประสบการณ์ที่ดีในอดีตช่วยเสริมสร้างความมั่นใจและลดความวิตกกังวลที่อาจเกิดขึ้นเมื่อต้องเผชิญกับการเปลี่ยนแปลง พนักงานที่มีประสบการณ์ในการจัดการกับเทคโนโลยีใหม่ ๆ มักจะมองเห็นประโยชน์และโอกาสในการปรับปรุงกระบวนการทำงาน ซึ่งทำให้พวกเขามีทัศนคติที่ดีต่อการเปลี่ยนแปลง

7.4) การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ (Involvement in Decision Making) ของพนักงานในการเลือกและนำเทคโนโลยีใหม่มาใช้ในองค์กรมีบทบาทสำคัญในการสร้างความรู้สึกเป็นเจ้าของและความรับผิดชอบต่อความสำเร็จของการนำเทคโนโลยีมาใช้ การมีส่วนร่วมทำให้พนักงานรู้สึกว่าคุณค่าความคิดเห็นและความต้องการของพวกเขา มีความสำคัญและได้รับการพิจารณาอย่างจริงจัง ซึ่งจะส่งผลให้พวกเขามีทัศนคติที่ดีต่อการนำเทคโนโลยีมาใช้ การที่พนักงานมีส่วนร่วมในการตัดสินใจช่วยลดความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง เพราะพวกเขารู้สึกว่าตนเองเป็นส่วนหนึ่งของกระบวนการ ไม่ใช่เพียงผู้รับคำสั่ง

7.5) แรงจูงใจทางการเงิน (Financial Incentives) เป็นเครื่องมือที่มีประสิทธิภาพในการกระตุ้นและส่งเสริมให้พนักงานยอมรับและใช้งานเทคโนโลยีใหม่ในองค์กรได้อย่างมีประสิทธิภาพ การให้รางวัลหรือสิ่งจูงใจ

ทางการเงิน เช่น โบนัส ค่าคอมมิชชั่น หรือการปรับเพิ่มเงินเดือน เป็นวิธีที่ชัดเจนและมีผลต่อการกระตุ้นพนักงาน ให้ความกระตือรือร้นในการเรียนรู้และใช้งานเทคโนโลยีใหม่ ๆ แรงจูงใจทางการเงินไม่เพียงแต่ช่วยให้พนักงาน รู้สึกมีคุณค่าและได้รับการยอมรับในความพยายามของตน แต่ยังส่งผลให้พนักงานมีความมั่นใจและพร้อมที่จะ ทุ่มเวลาและความพยายามในการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ มากขึ้น

7.6) ความเชื่อมั่นในผู้บริหาร (Trust in Leadership) เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการยอมรับและใช้งาน เทคโนโลยีใหม่ของพนักงานในองค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ การที่พนักงานมีความเชื่อมั่นในผู้บริหารว่าได้ทำการ เลือกใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสมและมีประโยชน์ต่อองค์กร สร้างความรู้สึกปลอดภัยและมั่นใจว่าการเปลี่ยนแปลงนั้น จะไม่เป็นอุปสรรคต่อการทำงาน ความเชื่อมั่นนี้ยังช่วยลดความกังวลและความต้านทานต่อการเปลี่ยนแปลง เนื่องจากพนักงานเชื่อว่าผู้บริหารมีวิสัยทัศน์และความสามารถในการนำองค์กรไปในทิศทางที่ถูกต้อง

7.7) ผลกระทบต่อความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัว (Impact on Security and Privacy) เป็นปัจจัย สำคัญที่สามารถมีอิทธิพลอย่างมากต่อการยอมรับเทคโนโลยีใหม่ของพนักงานในองค์กร เมื่อพนักงานรู้สึกว่าการ ใช้เทคโนโลยีใหม่อาจทำให้ความปลอดภัยและความเป็นส่วนตัวของพวกเขาได้รับผลกระทบ พวกเขาอาจเกิด ความกังวลและมีแนวโน้มที่จะปฏิเสธหรือไม่เต็มใจที่จะใช้งานเทคโนโลยีนั้น ความกังวลเหล่านี้อาจเกี่ยวข้องกับการ เข้าถึงข้อมูลส่วนบุคคล การเก็บรวบรวมข้อมูลที่ไม่จำเป็น หรือการเฝ้าติดตามการทำงานของพนักงาน ซึ่งอาจ ทำให้พนักงานรู้สึกว่าการละเมิดความเป็นส่วนตัว

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยในเชิงนโยบาย

1. ส่งเสริมการจัดอบรมพนักงานเกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีใหม่ โดยเน้นทักษะที่จำเป็นและการ พัฒนาความเชี่ยวชาญ
2. สนับสนุนการพัฒนาหลักสูตรภายในองค์กรที่เน้นทักษะด้านเทคโนโลยี โดยออกแบบให้ เหมาะสมกับลักษณะงานและความต้องการของพนักงาน
3. ปรับปรุงสภาพแวดล้อมการทำงานให้พนักงานมีความพึงพอใจและรู้สึกมีส่วนร่วมในการ เปลี่ยนแปลง เช่น การให้รางวัลแก่พนักงานที่ปรับตัวและใช้งานเทคโนโลยีใหม่ได้ดี
4. เสริมสร้างนโยบายความก้าวหน้าในสายอาชีพที่เชื่อมโยงกับการใช้เทคโนโลยี เช่น การเพิ่ม โอกาสเลื่อนตำแหน่งหรือผลตอบแทน

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. ข้อเสนอแนะด้านตัวอย่างและกลุ่มประชากร โดยขยายขอบเขตกลุ่มประชากร แนะนำให้ขยายกลุ่ม ตัวอย่างไปยังภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร เพื่อให้ผลการวิจัยสามารถนำไปใช้ได้ทั่วประเทศ
2. ข้อเสนอแนะด้านเครื่องมือการวิจัย ใช้เครื่องมือวิจัยหลายประเภทมากขึ้น นอกจากแบบสอบถาม อาจใช้การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการวิจัยเชิงคุณภาพอื่น ๆ เพื่อเสริมข้อมูล
3. ข้อเสนอแนะด้านการวิเคราะห์ข้อมูล ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ขั้นสูง ใช้เทคนิคการวิเคราะห์ทางสถิติขั้น สูง เช่น Structural Equation Modeling (SEM) เพื่อให้ได้ผลการวิเคราะห์ที่มีความละเอียดและแม่นยำมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- สุรวี คุนาลัย. (2565). ปัจจัยที่มีผลต่อการยอมรับเทคโนโลยีในการชำระเงินผ่านโมบายล์แอปพลิเคชันของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. **วารสารการวิจัยเทคโนโลยีสารสนเทศ, 14**(2), 1-15
- Compeau, D. R., & Higgins, C. A. (1995). Computer self-efficacy: Development of a measure and initial test. **MIS Quarterly, 19**(2), 189–211.
- Davis, F. D. (1989). Perceived usefulness, perceived ease of use, and user acceptance of information technology. **MIS Quarterly, 13**(3), 319–340.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. **Journal of Applied Psychology, 71**(3), 500–507.
- Hiatt, J. M. (2006). **ADKAR: A model for change in business, government, and our community**. Prosci Research.
- Hooda, A., Gupta, P., Jeyaraj, A., Giannakis, M., & Dwivedi, Y. (2022). The effects of trust on behavioral intention and use behavior within e-government contexts. **International Journal of Information Management, 67**, 102553.
- Kampa, R. (2023). Combining technology readiness and acceptance model for investigating the acceptance of m-learning in higher education in India. **Asian Association of Open Universities Journal, 18**(2), 105–120.
- Riemenschneider, C. K., & VanFleet, D. D. (1997). The information technology adoption decision: A human resources perspective. **Journal of Management Information Systems, 14**(1), 221–245.
- Rogers, E. M. (2003). **Diffusion of innovations** (5th ed.). Free Press.
- Scherer, R., Siddiq, F., & Tondeur, J. (2022). The technology acceptance model (TAM): A meta-analytic structural equation modeling approach to explaining teachers' adoption of digital technology in education. **Computers & Education, 172**, 104296.
- 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.
- Weiner, B. J. (2009). A theory of organizational readiness for change. **Implementation Science, 4**(1), 67.

ประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง Effectiveness of Administration and Personnel Development of the Election Commission

ภูวนัย เพ็ชรไพร^{1*} และ พราวพิชา เถลิงพล²
(Phuwanai Phetprai^{1*} and Prawpicha Talerngpol²)

¹⁻²หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น กรุงเทพมหานคร

¹⁻²Master of Public Administration Program, Western University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author: phuwanai.ph@western.ac.th

Article history:

Received 10 March 2025

Revised 7 April 2025

Accepted 9 April 2025

SIMILARITY INDEX = 0.73 %

บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาสภาพปัจจุบันในการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง (2) ศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และ (3) เสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมของประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพด้วยวิธีการสัมภาษณ์เชิงลึกจากพนักงานเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ประกอบด้วย ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ ข้าราชการ และการชำนาญการพิเศษ โดยรวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน แล้วพรรณนาหาข้อสรุปอย่างเป็นระบบมีเหตุผลอ้างอิง ทฤษฎีดำเนินการจัดระเบียบข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า (1) การบริหารจัดการองค์การและการนำเครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาองค์การยังไม่ได้ให้ความสำคัญเท่าที่ควร จึงทำให้การบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ไม่สามารถรองรับภารกิจ หน้าที่และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้ (2) ปัญหาความไม่เพียงพอของบุคลากรในทุกหน่วยงาน จากขาดการบรรจุบุคลากรมาเป็นเวลานาน โดยไม่มีการสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น ทำให้บุคลากรขาดโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน โดยเฉพาะขาดการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ เป็นบทสะท้อนปัญหาและสภาพแวดล้อมการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง และ (3) ข้อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมดังนี้ (3.1) วางแผนอัตรากำลังและการสรรหาบุคลากรตามลักษณะที่กำหนดไว้ในทุกระดับ (3.2) เตรียมความพร้อมบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง ให้ความรู้ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นในการปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ และ (3.3) การเสริมสร้างธรรมาภิบาลในการกำกับดูแลบุคลากรอย่างโปร่งใส ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม ตามระเบียบแบบแผนที่สำนักงานกำหนด

คำสำคัญ: ประสิทธิภาพ การบริหารและพัฒนาบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

ABSTRACT

This research aims to (1) study the current situation in personnel management and development of the Election Commission Office, (2) study the problems and environment affecting the effectiveness of personnel management and development of the Election Commission Office, and (3) propose appropriate guidelines for the effectiveness of personnel management and development of the Election Commission Office. This research is a qualitative research using in-depth interviews with only 20 employees working at the central office who hold academic positions, including operational, expert, and highly expert positions. The research systematically describes and concludes with reasons referring to the theory of data organization.

The research results show that (1) organizational management and the use of modern management tools for organizational development have not been given the proper importance. Therefore, personnel management and development of the Election Commission Office cannot support the missions, duties, and changing contexts. (2) the problem of insufficient personnel in all units due to the long-term lack of personnel recruitment without examinations for promotion, resulting in personnel lacking opportunities for career growth, especially the lack of training to develop personnel to become experts. This reflects the problems and environment of personnel management and development of the Election Commission Office, and (3) the following appropriate guidelines: (3.1) plan manpower and recruit personnel according to the specified characteristics at all levels; (3.2) prepare personnel with high skills or competencies to have the knowledge, skills, and competencies necessary to perform professionally. and (3.3) Strengthening good governance in supervising personnel transparently, as well as strengthening morality and ethics according to the regulations set by the office.

Keywords: Effectiveness, Human Resource Management and Development, Election Commission.

1. บทนำ

ในปัจจุบันเป็นยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว เนื่องมาจากสถานการณ์ที่เกิดขึ้นโดยไม่คาดคิด จากภาวะวิกฤติทางด้านเศรษฐกิจ สังคม การเมือง และเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้น จากบริบทของสังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในให้ประเทศสามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงท่ามกลางความเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นในทุกด้าน จากทั้งในและนอกประเทศ จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อพลิกโฉมประเทศไทยสู่ “สังคมก้าวหน้า เศรษฐกิจสร้างมูลค่าอย่างยั่งยืน” เพื่อให้มีความต่อเนื่องและแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 13 (พ.ศ.2566-2570) ในการขับเคลื่อนและวางแผนการพัฒนาประเทศ ให้เกิดประสิทธิผลในการขับเคลื่อนพลวัตการพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ ไปสู่เป้าหมายตามยุทธศาสตร์ชาติ ได้อย่างเป็นรูปธรรม (สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2561) เพื่อนำมาประมวลผลและกำหนดกรอบทิศทางพัฒนาประเทศที่ควรมุ่งไปในอนาคตให้มีความสอดคล้องกับเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) ตลอดจนสามารถนำพาประเทศให้เติบโตต่อไปท่ามกลางความผันแปรที่เกิดขึ้น เพื่อให้ประเทศไทยสามารถสร้างสรรคโอกาสจากความท้าทายภายนอกและสามารถเสริมสร้างความเข้มแข็งจากภายในประเทศให้สามารถเติบโตต่อไปได้อย่างมั่นคงมากำหนดเป็นทิศทางพัฒนาประเทศได้อย่างเหมาะสม (มนิรัตน์ ชัยยะ และ เพ็ญศรี นิธิณรงค์, 2566)

การบริหารและพัฒนาบุคลากร โดยองค์กรทุกองค์ประกอบที่สำคัญสองส่วน คือ “งาน” และ “คน” นั้นหมายความว่าองค์กรทุกประเภทต้องมียุทธศาสตร์ประกอบด้านงาน ซึ่งได้แก่ภารกิจที่ต้องทำตามวัตถุประสงค์และการจัดระบบงานเพื่อให้สามารถทำภารกิจได้ตามเป้าหมายอย่างมีประสิทธิภาพและเกิดประสิทธิผลการที่จะประกอบภารกิจได้ตามเป้าหมายแต่จะเป็นหลักการใดก็ตาม ก็เห็นว่าหลักการทั้งหลายล้วนมีจุดมุ่งหมายที่จะรักษา “ความสมดุล” ซึ่งจากปัญหาการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวทำมีผลกระทบโดยตรงกับทุกองค์ประกอบหลักเสียไม่ได้ โดยเฉพาะหน่วยงานภาครัฐยังคงยึดหลักการบริหารแบบ “ระบบราชการ” มีการปลูกฝังความเป็นลำดับขั้น มีกระบวนการที่ซับซ้อน มีขั้นตอนซ้ำซ้อนเกินความจำเป็นซึ่งไม่มีความคล่องตัวและไม่เหมาะสมในสถานการณ์ปัจจุบันที่มีการบริหารจัดการองค์กรในยุคดิจิทัล (ภิมภวิมล ปรมัตถ์วรโชติ, (2565) จากปัจจัยและสถานการณ์ต่างๆ ที่มีความผันแปรและมีแนวโน้มจะทวีความรุนแรงมากขึ้นในอนาคต และปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินงาน และเพื่อให้สัมฤทธิ์ผลได้ตามเป้าหมายตาม แผนยุทธศาสตร์สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) โดยมีเป้าประสงค์ในการพัฒนาองค์กรให้มีสมรรถนะสูงและสามารถสนับสนุนการดำเนินงานและทิศทางขององค์กรด้วย Digital จากสถานะสิ่งแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนไปอยู่ตลอดเวลาจึงต้องเปลี่ยนกระบวนการคิดในการทบทวนยุทธศาสตร์และวิสัยทัศน์ที่ต้องตระหนักถึงการปรับปรุงและพัฒนาประสิทธิภาพและหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่จะช่วยให้สามารถขับเคลื่อนภารกิจขององค์กรให้บรรลุสำเร็จได้ตามเป้าหมาย นั่นก็คือ “ทรัพยากรบุคคลขององค์กร” (โสมวลี ชยาภุต, 2564)

จากสภาพปัญหาภายในองค์กรที่เกิดจากสถานการณ์ปัจจุบันทั้งโดยกฎหมายและโครงสร้างการบริหารองค์กร ความไม่เพียงพอของอัตรากำลัง คุณภาพของบุคลากร งบประมาณ และเครื่องมืออุปกรณ์ ส่งผลให้เกิดวิกฤตการณ์ด้านความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์สุจริต และความเที่ยงธรรมที่ขาดหายไป กลายเป็นสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงอีกประการหนึ่ง และมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความแข็งแกร่งและการส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในช่วงที่ผ่านมา นับเป็นความท้าทายในการสร้างภาพลักษณ์ โดยเฉพาะสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเนื่องจากช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาการที่คณะกรรมการการเลือกตั้งและสำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้งให้ความสำคัญกับเรื่องการเลือกตั้งและการสืบสวนสอบสวน

การทุจริตในการเลือกตั้ง ส่งผลให้การบริหารจัดการองค์การและการนำเครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่มาใช้ ในการพัฒนาองค์การยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญเท่าที่ควร จึงทำให้การบริหารจัดการองค์การของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งไม่สามารถรองรับภารกิจหน้าที่และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้ เช่น ไม่มีการปรับ โครงสร้างองค์การ (หน่วยงาน) ให้สามารถรองรับภารกิจใหม่ๆ (ธิตต์ ตรีศิริโชติ, 2564)

ผู้บริหารและบุคลากรในองค์การขาดการมองภาพรวมทั้งหมดให้เกิดการขับเคลื่อนองค์การไปใน ทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งทำงานหรือรับผิดชอบงานเฉพาะในส่วนของตน ไม่มีการบูรณาการ และช่วยเหลือซึ่งกัน และกันระหว่างหน่วยงาน งานธุรการและการบริหารงานบุคคล ไม่ได้มุ่งสู่เป้าหมายและประสิทธิผลของ องค์การ โดยเฉพาะระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูลยังแยกส่วนกันอยู่ตามสำนักงานต่างๆ

จากสภาพปัญหาดังกล่าวมีผลสืบเนื่องมาจากช่วงเวลาที่ผ่านมา มีการแบ่งงานให้คณะกรรมการการ เลือกตั้งแต่ละท่านรับผิดชอบในแต่ละด้าน ส่งผลให้ระบบข้อมูลที่จะนำมาสนับสนุนการเลือกตั้งไม่มีการบูรณา การ ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารงานเลือกตั้งและงานอื่นๆ รวมทั้ง เพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ ของคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยเฉพาะผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นสถานการณ์ที่น่า เป็นห่วงอีกประการหนึ่ง และมีความสำคัญยิ่งเนื่องจากเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความแข็งแกร่งและการส่งผลต่อ ความสำเร็จขององค์การ (นราธิป อธิธนาธร, 2565) คือ 1) ปัญหาการบริหารจัดการองค์การ สถานการณ์ ปัจจุบันทั้งโดยกฎหมายและโครงสร้างการบริหาร คณะกรรมการการเลือกตั้งมีสถานะเป็นเพียงบอร์ด จึงไม่มี อำนาจทางการบริหารซึ่งเป็นอำนาจหน้าที่ของเลขาธิการคณะกรรมการการเลือกตั้งต่างจากในอดีต แต่ด้วย ความเคยชินของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งจึงยังไม่กล้าตัดสินใจในหลายๆ เรื่อง จึงต้องรอท่าทีจาก คณะกรรมการการเลือกตั้งว่าจะทำอย่างไรหรือจะมีนโยบายในเรื่องนั้น ๆ อย่างไร แทนที่จะใช้อำนาจตามที่ กฎหมายให้อำนาจไว้ สถานการณ์ดังกล่าวส่งผลให้คณะกรรมการการเลือกตั้งต้องเข้าไปเกี่ยวข้องในงานบริหาร ในบางเรื่องด้วย ซึ่งทำให้การบริหารงานในบางเรื่องต้องล่าช้าออกไปกว่าจะมีการตัดสินใจดำเนินการ ดังนั้นใน อนาคตอาจต้องปรับให้สำนักงานคณะกรรมการ การเลือกตั้ง มีความเข้มแข็ง กล้าตัดสินใจ ภายใต้การกำกับ ดูแลของคณะกรรมการการเลือกตั้งให้เป็นไปตามทิศทาง และเป้าหมายที่กำหนด และ 2) ปัญหาการบริหาร จัดการบุคลากรและพัฒนาบุคลากรในองค์การ พบว่ามีปัญหาในแทบทุกเรื่อง เช่น ปัญหาความไม่เพียงพอของ บุคลากรในทุกหน่วยงานเนื่องจากขาดการบรรจุบุคลากรมาเป็นเวลานานทั้งๆ ที่มีกรอบอัตรากำลังไม่มีการ สอบเพื่อเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น บุคลากรขาดโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงานส่งผลต่อการขาดขวัญ กำลังใจของบุคลากรและประสิทธิภาพขององค์การ ขาดการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญ นอกจากนั้นในช่วงที่ผ่านมาถ้าแบ่งเจ้าหน้าที่ออกเป็นส่วนกลางและต่างจังหวัดพบว่า มีระบบอุปถัมภ์ทำให้ส่วน ต่างจังหวัดรู้สึกด้อยค่า (กลุ่มคนรุ่นใหม่มีผู้อุปถัมภ์มากกว่ากลุ่มผู้อาวุโส)

ปัญหาบุคลากรที่กำลังจะเกิดขึ้นในเวลาไม่ช้านี้ คือ การเกษียณอายุของผู้มีประสบการณ์โดยในอีก 3 ปีข้างหน้าจะเป็นวิกฤติที่มีผู้เกษียณอายุมาก ปัญหาที่มีผลสืบเนื่องมาจากผู้จะเกษียณอายุที่อยู่ในจังหวัดจะมี เครือข่าย (connection) ในพื้นที่ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพเมื่อคนเหล่านี้เกษียณอายุไปจะมีภัยคุกคาม ในการทำงาน โดยคนใหม่ที่ไปแทนจะยังไม่มีความสามารถในการประสานงาน โดยเฉพาะการขาดวัฒนธรรมใน การทำงานที่ติดรากับหน่วยงานอื่น นอกจากประเด็นนี้ยังส่งผลต่อปัญหาในเรื่องค่านิยมของคนในองค์การ ซึ่ง ปัจจุบันลดน้อยลงอย่างมาก เช่น บุคลากรยังคิดถึงค่าตอบแทน และผลประโยชน์ของตนมากกว่าผลประโยชน์ ขององค์การและสังคม ดังนั้นจึงเป็นบทสะท้อนค่านิยม และวัฒนธรรมองค์การว่าเป็นเจ้าหน้าที่ของสำนักงาน คณะกรรมการการเลือกตั้งทำเพื่ออะไร สิ่งที่จะต้องทำคือ จะต้องทำอย่างไรเพื่อให้คนเหล่านี้มีความหวังและ ความผูกพันกับองค์การโดยเฉพาะจากสถานการณ์เรื่องการให้ความรู้แก่ประชาชนในเรื่องประชาธิปไตยและ การเลือกตั้ง ซึ่งเป็นภารกิจหลักอีกภารกิจหนึ่งเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงของรัฐธรรมนูญทำให้รูปแบบวิธีการ

ในการเลือกตั้งเกิดปัญหาในการเตรียมการและการปฏิบัติงานทั้งในช่วงก่อนการเลือกตั้ง (การเตรียมการเลือกตั้ง) จนถึงการประกาศผลการเลือกตั้ง และหลังการเลือกตั้ง ส่งผลให้สังคมและประชาชนขาดความเชื่อมั่นในการทำงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง พร้อมทั้งกระแสสื่อออนไลน์จากโซเชียลมีเดีย (social media) ที่มีบทบาทสำคัญในการสร้างกระแสการหาเสียงและการโจมตีการทำงานยิ่งส่งผลกระทบในแง่ลบต่อภาพลักษณ์และความน่าเชื่อถือประกอบกับสภาพปัญหาภายในองค์กรที่เกิดจากสถานการณ์ปัจจุบัน ทั้งโดยกฎหมายและโครงสร้างการบริหารองค์กร ส่งผลให้เกิดวิกฤตการณ์ด้านความเชื่อมั่น ความซื่อสัตย์สุจริต และความเที่ยงธรรมที่ขาดหายไป กลายเป็นสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงอีกประการหนึ่ง และมีความสำคัญอย่างยิ่งเนื่องจากเป็นเรื่องที่ส่งผลต่อความแข็งแกร่งและการส่งผลต่อความสำเร็จขององค์กรในช่วงที่ผ่านมา นับเป็นความท้าทายในการสร้างภาพลักษณ์ รวมทั้งการที่จะต้องถูกตรวจสอบโดยองค์กรต่างๆ และประมวลจริยธรรมในฐานะองค์กรอิสระ โดยเฉพาะในปัจจุบันยังมีจุดอ่อนเป็นอย่างมากเนื่องจากกลุ่มเป้าหมายไม่ชัดเจน จึงต้องมีการปรับกลุ่มเป้าหมายให้ชัดเจน และเมื่ออบรมให้ความรู้แล้วกลุ่มเป้าหมายจะสามารถนำความรู้ไปกระจายต่อได้ด้วย เพราะสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งไม่สามารถดำเนินการอบรมประชาชนได้เองอย่างครบถ้วน จึงต้องอาศัยกลุ่มเครือข่ายที่เป็นเป้าหมาย เช่น อบรมครูเพื่อไปอบรมนักเรียน ต่อหรือกำหนดให้เป็นวิชาบังคับ เป็นต้น

ดังนั้นจากสภาพปัญหาดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาวิจัยเรื่อง “ประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง” ซึ่งถือว่ามีความสำคัญในการบริหารจัดการบ้านเมืองและการปกครองประเทศตามระบอบประชาธิปไตยอันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุขที่สอดคล้องกับบริบทของประเทศไทยที่เอื้ออำนวยต่อการพัฒนาประเทศให้เจริญก้าวหน้าได้อย่างยั่งยืนตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ ในการพัฒนาปรับปรุงกลไก ป้องกัน และแก้ไขปัญหาทั้งที่มีอยู่ในปัจจุบันและอาจจะเกิดขึ้นใหม่ในการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพอย่างเป็นรูปธรรมให้ชัดเจนเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุดต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
2. เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมของประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากร

ภิรมย์วิมล ปรมัตถ์วรโชติ (2565) กล่าวว่า การดำเนินการที่กำหนดทิศทางของการกระทำแนวทางการจัดสรรทรัพยากรที่จะทำให้เกิดผลสอดคล้องกับภารกิจและเป้าหมายขององค์กร

วรพจน์ ปิยะพรศิริ (2563) กล่าวว่า การบริหารและพัฒนาบุคลากรเพื่อการบรรลุเป้าหมายที่ต้องการจากวางแผนดำเนินธุรกิจของตนให้บรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

สรุปได้ว่าประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรอย่างมีระบบและมีระเบียบ เพื่อลดความซับซ้อนในการทำงานและต้องอาศัยปัจจัยต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพต่อไป

2.2. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับความพึงพอใจ

ธิดาภูมิ หมั่นหมี่ (2565) กล่าวว่า เป็นปัจจัยที่ทำให้คนเกิดความพึงพอใจในการทำงาน ได้แก่ ความสำเร็จในงานที่ทำ การได้รับการยกย่องนับถือของลักษณะของงานที่ทำการเจริญเติบโตก้าวหน้า

ชุติพันธ์ แสนหวี (2564) กล่าวว่า ความสุขจากการทำงาน ซึ่งปัจจัยที่จะก่อให้เกิดความสุขได้ คือ ความพึงพอใจ ในการทำงาน เงินเดือน โอกาสความก้าวหน้าในอนาคต

สรุปได้ว่าความพึงพอใจส่งผลต่องานและทำให้งานประสบความสำเร็จ เพศ อายุ เวลาในการทำงาน

2.3. แนวคิด ทฤษฎี เกี่ยวกับสภาพแวดล้อมในการทำงาน

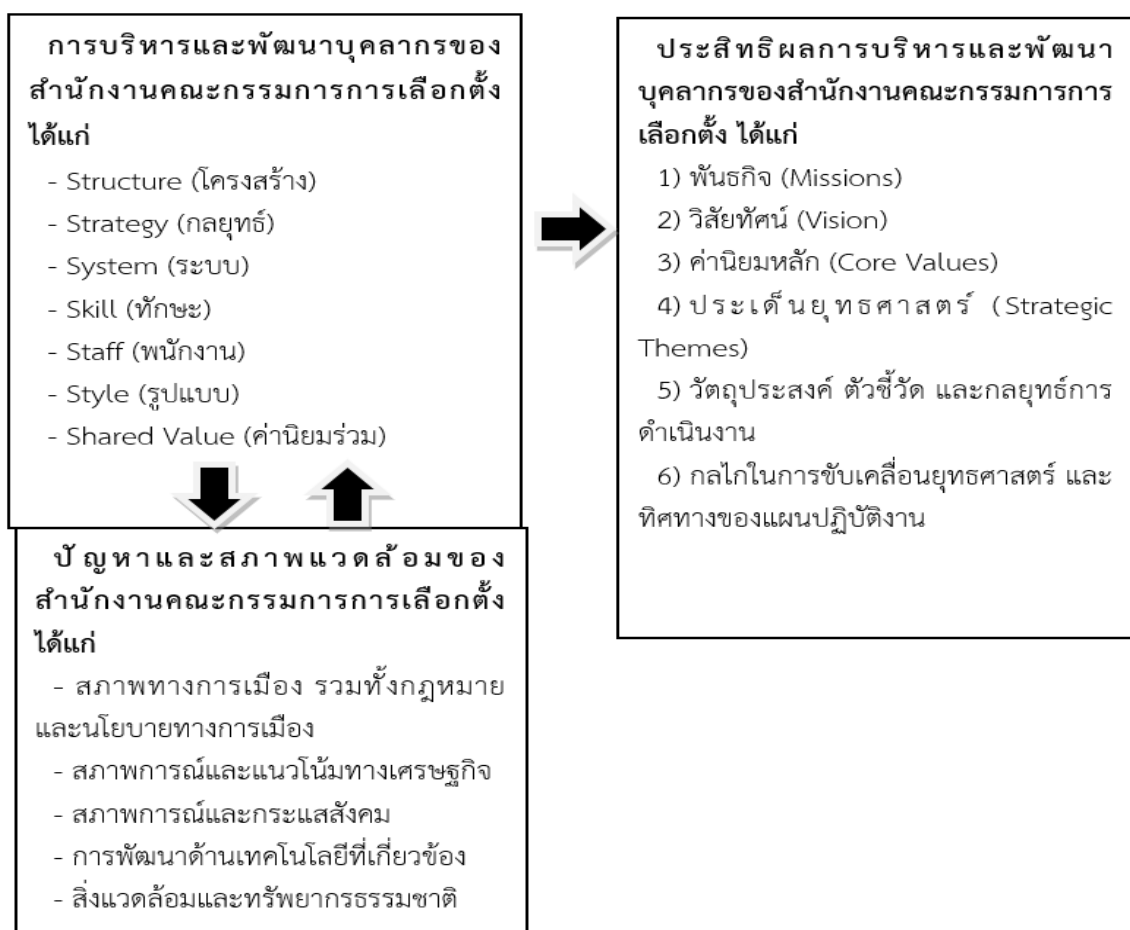
กนกรัตน์ พงษ์โพธิ์กุล (2566) กล่าวว่า เป็นปัจจัยที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น สถานที่ทำงาน อุปกรณ์การทำงาน ซึ่งองค์กรควรจัดสภาพแวดล้อมให้เกิดความรู้สึก น่าทำงาน

สิริภาพรณ ลี้ภัยเจริญ (2565) กล่าวว่า เป็นปัจจัยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่รับรู้จากความรู้สึก ซึ่งส่วนมากปัจจัยเหล่านี้จะถูกกลืนเลยที่ส่งผลต่อสภาพจิตใจและความรู้สึก

สรุปได้ว่าเป็นปัจจัยที่ไม่สามารถมองเห็นได้ แต่รับรู้จากความรู้สึกที่สามารถมองเห็นและจับต้องได้ เช่น สถานที่ทำงาน อุปกรณ์การทำงานให้เกิดความรู้สึก น่าทำงาน เป็นต้น

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเชิงคุณภาพ(Qualitative Research) จากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) และวิเคราะห์ข้อมูลจากเอกสาร (Documentary Research) ได้แก่

1) ข้อมูลปฐมภูมิ จากการสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างหรือการสัมภาษณ์แบบชี้นำ (Guided Interview) และ

2) ข้อมูลทุติยภูมิ จากการทบทวนวรรณกรรมพร้อมทั้งเอกสารวิจัยที่เกี่ยวข้อง กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัย ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบเจาะจงพนักงานเฉพาะผู้ที่ปฏิบัติงานในส่วนกลางที่ดำรงตำแหน่งประเภทวิชาการ ประกอบด้วย ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ ข้าราชการ และชำนาญการพิเศษ ที่สังกัดอยู่ใน 27 สำนักงาน โดยรวมทั้งสิ้นจำนวน 20 คน (สุภางค์ จันทวานิช, 2567)

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย มี 1 ชนิด ได้แก่แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้างที่มีการปรับเปลี่ยนถ้อยคำของข้อคำถามให้มีความสอดคล้องกับผู้ให้สัมภาษณ์แต่ละคนในแต่ละสถานการณ์ได้ตอบข้อคำถามอันทำให้ได้มาซึ่งข้อมูลที่มีความหลากหลายในมิติต่างๆ ในเรื่องที่เกี่ยวข้องกับงานวิจัย พร้อมทั้งมีขั้นตอนการสร้างเครื่องมือในการวิจัยดังนี้

1) พัฒนาเครื่องมือการวิจัยจากวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องเพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล และ

2) นำแบบสัมภาษณ์ที่สร้างเสร็จแล้ว เสนอผู้ทรงคุณวุฒิมาขอเสนอแนะมาปรับปรุงแก้ไข เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยดำเนินการตามขั้นตอนสำคัญดังต่อไปนี้

1) การเก็บรวบรวมจากเอกสารทางวิชาการและข้อมูลวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งข้อมูลจากแหล่งต่างๆ ที่เกี่ยวข้อง เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการออกแบบหรือสร้างแบบสัมภาษณ์เชิงลึก และ

2) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก การนัดหมายการสัมภาษณ์ ทั้งตัวบุคคล เวลา สถานที่ นำมาใช้เป็นส่วนประกอบในกระบวนการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูลโดยการพรรณนาข้อมูลตามปรากฏการณ์ร่วมด้วย เพื่อแสวงหาหรือให้ได้มาซึ่งข้อค้นพบจากกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อนำไปสู่การหาข้อสรุปการตีความและการตรวจสอบความถูกต้องแม่นยำของผลการวิจัยโดยยึดหลักตรรกะในการจัดระเบียบข้อมูล เชื่อมโยงข้อมูลให้เกิดความสอดคล้องกันของ เนื้อหาโดยอาศัยกรอบแนวคิดการวิจัยเป็นแนวทางในการวิเคราะห์และพรรณนา ให้ได้ข้อสรุปเพื่อตอบคำถามของการศึกษาต่อไป (บุญชม ศรีสะอาด, 2560)

4. ผลการวิจัย

ผลจากการศึกษาวิจัยเรื่องประสิทธิภาพการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยนำเสนอได้ดังนี้

วัตถุประสงค์ที่ 1 เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันในการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง

จากการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากผู้แทนผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลประกอบด้วย ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ ข้าราชการ และชำนาญการพิเศษ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาแนวทางการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

1.1) Structure (โครงสร้าง) สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีโครงสร้างการทำงานหรือโครงสร้างการจัดองค์การในระดับต่างๆ เหมาะสมดีหรือไม่ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่า มีโครงสร้างองค์การมีสายบังคับบัญชาสั้น ไม่เหมือนระบบราชการทั่วไป มีรูปแบบการบริหารงานแนวราบ (flat organization) ทำให้การบริหารงานมีความคล่องตัว สามารถตอบสนองต่อคณะกรรมการการเลือกตั้งได้อย่างรวดเร็ว

1.2) Strategy (กลยุทธ์) สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งมีการกำหนดกลยุทธ์หรือยุทธศาสตร์ที่ได้กำหนดทิศทางการปฏิบัติงานไว้หรือไม่ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าโดยอาศัยหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง (philosophy of sufficient economy - POSE) ประกอบกับหลักยุทธศาสตร์น่านน้ำสีคราม (blue ocean strategy scheme - BOSS) ตามแนวทาง “เลิก (Eliminate) ลด (Reduce) เสริม (Raise) สร้าง (Create)” ในการกำหนดกลยุทธ์ในการจัดการการทำลายที่ได้จากการวิเคราะห์และสังเคราะห์สถานการณ์ที่เกี่ยวข้องของหน่วยงาน

1.3) System (ระบบ) ระบบการทำงานเป็นอย่างไร มีจุดอ่อนหรือจุดแข็งอะไรบ้าง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าบุคลากรมีความรู้ประสบการณ์และความเชี่ยวชาญ สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้เป็นอย่างดี

1.4) Skill (ทักษะ) บุคลากรมีความเชี่ยวชาญ หรือชำนาญมากน้อยเพียงใด มีทักษะในการปฏิบัติงานเป็นที่ยอมรับหรือไม่ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าบุคลากรระดับปฏิบัติการมีความพร้อมและให้ความร่วมมือและทุ่มเทในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี พร้อมทั้งมีความรู้ความเชี่ยวชาญในสาขาวิชาการต่างๆ มีความรู้ความเชี่ยวชาญและประสบการณ์ด้านกฎหมาย มีความซื่อสัตย์สุจริตเป็นที่ประจักษ์

1.5) Staff (พนักงาน) บุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีความพร้อมมากน้อยเพียงใด และมีจำนวนเพียงพอหรือไม่ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่ามีความพร้อมเพื่อความร่วมมือ ในการดำเนินงานและช่วยเหลือการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่ครอบคลุมทั่วประเทศ

1.6) Style (รูปแบบ) รูปแบบการบริหารเป็นที่ยอมรับและมีประสิทธิภาพหรือไม่ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่ามีการกระจายอำนาจในการบริหารงานจากส่วนกลางสู่ส่วนภูมิภาค มีสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัด ตั้งอยู่ในทุกจังหวัด และมีเครือข่ายศูนย์ศึกษาประชาธิปไตยประจำตำบล (ศส.ปชต.) ในทุกตำบล ทำงานใกล้ชิดกับประชาชนในพื้นที่สามารถปฏิบัติงานในพื้นที่ทั่วประเทศ

1.7) Shared Value (ค่านิยมร่วม) บุคลากรและองค์กรมีค่านิยมร่วมหรือไม่ อะไรบ้างที่ทำให้องค์กรเข้มแข็งหรืออ่อนแอ ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่า หน้าที่และอำนาจหลักในการจัดการและการควบคุมการกำกับดูแลการเลือกตั้งอย่างมืออาชีพ โดยสามารถระดมความร่วมมือจากหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และเครือข่ายภาคประชาชนได้โดยตรงรวมทั้งให้ความรู้กับประชาชนด้านประชาธิปไตยและพลเมืองศึกษา

วัตถุประสงค์ที่ 2 เพื่อศึกษาปัญหาและสภาพแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง จากการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากผู้แทนผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูล ประกอบด้วย ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ ข้าราชการ และข้าราชการพิเศษ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาแนวทางการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

2.1) P-Politics เป็นการวิเคราะห์สภาพทางการเมือง รวมทั้งกฎหมายและนโยบายทางการเมืองที่มีผลกระทบกับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่ากำหนดวิสัยทัศน์ของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ที่ผ่านมามีนักเขียนวิสัยทัศน์เป็นเชิงพันธกิจ กล่าวคือ การเขียนวิสัยทัศน์ที่มุ่งการดำเนินการ แต่ไม่ถือว่าสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งวาดฝันจะเป็นอะไร ทำให้ไม่ชัดเจนเกี่ยวกับ “จุดหมายปลายทาง (End)” ในระยะยาว พร้อมทั้งมีโครงสร้างองค์กรและระบบงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในส่วนกลางและส่วนภูมิภาคยังไม่พร้อมในการรองรับภารกิจตามกฎหมายใหม่ และไม่รองรับลักษณะงานระเบียบ และวิถีปฏิบัติในการเป็นผู้ควบคุมกำกับ (regulator) ยังไม่สอดคล้องกับการเป็นผู้ปฏิบัติการ (operator)

2.2) E-Economic เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และแนวโน้มทางเศรษฐกิจที่มีผลต่อสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าการจัดทำงบประมาณ ยังไม่มีระบบวิเคราะห์งบประมาณ และการวิเคราะห์โครงการ รวมทั้งระบบติดตามประเมินผลยังไม่เป็นรูปธรรมที่ชัดเจนและการติดตามการใช้งบประมาณยังไม่มีประสิทธิภาพของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งโดยมีงบประมาณเหลือจ่ายที่ไม่ต้องคืนคลัง ที่สามารถนำไปบริหารจัดการและพัฒนาในหลายด้าน แต่ยังขาดความครอบคลุมการใช้จ่ายเงิน ให้เกิดผลสัมฤทธิ์ในบางด้านตามพันธกิจโดยเฉพาะผลการใช้จ่ายงบประมาณประจำปีตามแผนปฏิบัติการสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย เนื่องจากมีงบประมาณเหลือจำนวนมากกว่าวงเงินที่ได้รับอนุมัติ เป็นต้น

2.3) S-Society เป็นการวิเคราะห์สภาพการณ์และกระแสสังคมที่มีต่อสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าการปลูกฝังปรัชญาการเลือกตั้งให้แก่บุคลากรของยังมีไม่มากพอ (เน้นกระบวนการเลือกตั้ง) โดยเฉพาะการประชาสัมพันธ์และกระบวนการสื่อสารของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นเชิงรับ ไม่ใช่เชิงรุก ไม่ใช่มีอาชีพ การประชาสัมพันธ์กระบวนการเลือกตั้ง ในห้วงเวลาของการเลือกตั้งไม่มีความชัดเจนเพียงพอ ประชาชนและผู้เกี่ยวข้อง ที่มีส่วนได้ส่วนเสียกับการเลือกตั้งสับสนและตีความแตกต่างกัน การตรวจสอบของสังคมมีความเข้มข้น รุนแรง และรวดเร็วและหลากหลายช่องทาง โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางสังคมออนไลน์ ในการวิพากษ์วิจารณ์ บทบาท หน้าที่ ความรับผิดชอบและการดำเนินงาน

2.4) T-Technology เป็นการวิเคราะห์แนวโน้มของการพัฒนาด้านเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่ากระบวนการในการนำเครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่ มาใช้ในการปฏิบัติงานและการพัฒนาองค์การยังมีน้อย ระบบเทคโนโลยีสารสนเทศไม่มีคุณภาพอย่างเพียงพอ โดยเฉพาะ big data ยังไม่ได้นำมาใช้ในสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง จึงไม่สามารถใช้เป็นเครื่องมือประกอบการตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพพร้อมทั้งความไม่ชัดเจนของจุดหมายที่ตรงกัน ในบรรดาบุคลากรในการปลูกฝังความมุ่งหมายร่วมกัน ให้อยู่ในสายเลือด หรือ DNA ของบุคลากรยังมีน้อย ขาดวัฒนธรรมองค์การร่วมกัน โดยเฉพาะทักษะทางดิจิทัลของบุคลากร ยังไม่เท่าทันและตามทันการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีในปัจจุบัน ส่งผลให้บุคลากร มีทัศนคติและความเชื่อเกี่ยวกับ “องค์กรอิสระ” แตกต่างกัน บ้างก็เข้าใจว่า ต้องมีความเป็นอิสระ (independent) จากอำนาจรัฐ ในพันธกิจและการใช้จ่ายงบประมาณ หรือ “อิสระ” คือ มีเสรีภาพ (freedom) ที่องค์กรทำได้เองตามต้องการ หรือ “อิสระ ทางการบริหาร” (autonomy) ในการตัดสินใจเชิงบริหารตามอำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบ และ

2.5) E-Environment เป็นการวิเคราะห์สิ่งแวดล้อมและทรัพยากรธรรมชาติที่มีผลต่อสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ในประเด็นนี้ผลการสัมภาษณ์พบว่าผู้บริหารมีความไม่เข้าใจอย่างแท้จริง เช่น เข้าใจว่าการควบคุมภายในเป็นเรื่องเฉพาะการงบประมาณ การเงินและพัสดุเท่านั้น แต่ความจริงต้องมีระบบการควบคุมภายในในทุกขั้นตอนของการปฏิบัติงาน พร้อมทั้งการแต่งตั้งคณะกรรมการไต่สวนควรแต่งตั้งจากพนักงานของคณะกรรมการการเลือกตั้งเป็นหลัก เนื่องจากบุคคลภายนอกที่ได้รับการแต่งตั้งที่ผ่านมาไม่มีเวลาร่วมคณะในการไต่สวน ทำให้เกิดความล่าช้าและเสียหายแก่สำนักงาน โดยเฉพาะการบริหารทรัพยากรมนุษย์ยังเป็นระบบอุปถัมภ์ ไม่มีประสิทธิภาพทั้งการวางแผนทรัพยากรมนุษย์ สวัสดิการหลังเกษียณอายุ การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในองค์การ ขาดแผนพัฒนาบุคลากรรายบุคคล รวมทั้งยังไม่มีระบบการหมุนเวียนตำแหน่ง (rotation) ที่ชัดเจนของระบบการเชิดชูคนดีคนเก่ง ไม่มีการเปิดสอบพนักงานใหม่มานานกว่า 5 ปี โครงสร้างและอัตรากำลัง การกำหนดระดับชั้นและเครื่องราชอิสริยาภรณ์ที่ไม่เหมาะสมกับระดับตำแหน่ง เป็นต้น

วัตถุประสงค์ที่ 3 เพื่อเสนอแนะแนวทางที่เหมาะสมของประสิทธิภาพการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง จากการสัมภาษณ์ส่วนบุคคลจากผู้แทนผู้ให้สัมภาษณ์ข้อมูลประกอบด้วย ระดับตำแหน่งปฏิบัติการ ข้าราชการ และข้าราชการพิเศษ ซึ่งสามารถแยกพิจารณาแนวทางการวิเคราะห์ในแต่ละประเด็นได้ดังนี้

3.1) พันธกิจ (Missions) พันธกิจ แสดงถึงจุดประสงค์ (purpose) เพื่อให้การกำหนดพันธกิจมีความกระชับสื่อสารเข้าใจง่ายจึงกำหนดเป็นข้อความพันธกิจ “สร้างความเข้มแข็งของกระบวนการเลือกตั้ง เพื่อให้ได้คนดีมาปกครองบ้านเมือง”

3.2) วิสัยทัศน์ (Vision) จากการแลกเปลี่ยนความคิดเห็นซึ่งกันและกัน ยอมรับและเห็นความเหมาะสมในกระบวนการเลือกตั้ง

3.3) ค่านิยมหลัก (Core Values) เป็นการสร้างวัฒนธรรมองค์การ ค่านิยมหลัก ที่ส่งเสริมและสนับสนุนความสำเร็จตามวิสัยทัศน์ “OECT” ได้แก่ 1) Openness = เปิดกว้าง เปิดเผยโปร่งใส เปิดรับโอกาส 2) Efficiency = มีประสิทธิภาพ 3) Communication = สื่อสารดี และ 4) Technology = ก้าวหน้าทันเทคโนโลยี 3.4) ประเด็นยุทธศาสตร์ (Strategic Themes) การดำเนินการตามพันธกิจในสถานการณ์ปัจจุบัน ให้ก้าวหน้าและพัฒนาไปสู่สถานการณ์ที่ต้องการในอนาคต และ

3.5) วัตถุประสงค์ ตัวชี้วัด และกลยุทธ์การดำเนินงาน แผนยุทธศาสตร์ประสิทธิภาพการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้แก่ 1) บุคลากรมีความรู้ประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญ สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้เป็นอย่างดี 2) บุคลากรระดับปฏิบัติการมีความพร้อมและให้ความร่วมมือและทุ่มเทในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี 3) โครงสร้างองค์การมีสายบังคับบัญชาสั้น ไม่เหมือนระบบราชการทั่วไป มีรูปแบบการบริหารงานแนวราบ (flat organization) ทำให้การบริหารงานมีความคล่องตัว สามารถตอบสนองต่อคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้อย่างรวดเร็ว 4) มีเทคโนโลยีสมัยใหม่มีการพัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีโอกาสในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมในการบริหารงานได้มากขึ้น และ 5) การเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในยุคเทคโนโลยีที่เปลี่ยนอย่างฉับพลัน (disruptive technology) สามารถนำไปสู่การ “แปลงร่าง” (transform) ให้เป็น digital OECT/ smart OECT ตามลำดับ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผลการวิจัย

ประเด็นที่ 1 สภาพปัจจุบันในการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยสรุปพบว่าเนื่องจากช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาการที่คณะกรรมการการเลือกตั้งและสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ให้ความสำคัญกับเรื่องการเลือกตั้งและการสืบสวนสอบสวนการทุจริตในการเลือกตั้ง ส่งผลให้การบริหารจัดการองค์การและการนำเครื่องมือทางการบริหารสมัยใหม่มาใช้ในการพัฒนาองค์การยังไม่ได้รับการให้ความสำคัญเท่าที่ควร จึงทำให้การบริหารจัดการองค์การ ไม่สามารถรองรับภารกิจ หน้าที่และบริบทที่เปลี่ยนแปลงไปได้ เช่น ไม่มีการปรับโครงสร้างองค์การ (หน่วยงาน) ให้สามารถรองรับภารกิจใหม่ๆ พร้อมทั้งผู้บริหารและบุคลากรในองค์การขาดการมองภาพรวมทั้งหมดให้เกิดการขับเคลื่อนองค์การ ไปในทิศทางเดียวกัน โดยมุ่งทำงานหรือรับผิดชอบงานเฉพาะในส่วนของตน ไม่มีการบูรณาการ และช่วยเหลือซึ่งกันและกันระหว่างหน่วยงาน งานธุรการและการบริหารงานบุคคล ไม่ได้มุ่งสู่เป้าหมาย และประสิทธิภาพขององค์การทางด้านระบบเทคโนโลยีสารสนเทศและฐานข้อมูลยังแยกส่วนกันอยู่ตามสำนักงานต่างๆ สืบเนื่องมาจากช่วงเวลาที่ผ่านมามีการแบ่งงานให้คณะกรรมการการเลือกตั้งแต่ละท่านรับผิดชอบในแต่ละด้านส่งผลให้ระบบข้อมูลที่จะนำมา

สนับสนุนการเลือกตั้งไม่มีการบูรณาการ ไม่สามารถนำมาใช้ประโยชน์ในการบริหารงานเลือกตั้งและงานอื่นๆ รวมทั้งเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจของคณะกรรมการการเลือกตั้งและผู้บริหารสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ญาสุมินทร์ มากอำไพ (2567) ผลการวิจัยพบว่า การจัดการพัฒนาแรงจูงใจการปฏิบัติงานพบว่า มีความสัมพันธ์ระหว่างการจัดการพัฒนาแรงจูงใจการปฏิบัติราชการของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งกับปัจจัยที่มีผลต่อการจัดการพัฒนาแรงจูงใจอยู่ในระดับมาก พร้อมทั้งผลงานวิจัยของ มณีนรัตน์ ชัยยะ และ เพ็ญศรี ฉิรินยงค์ (2566) ผลการวิจัยพบว่าการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อให้มีศักยภาพสูงสำหรับองค์กรยุคเศรษฐกิจดิจิทัล จำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่จำเป็น 2 ประเภทหลัก ได้แก่ ทักษะด้านดิจิทัล เป็นทักษะที่จำเป็นสำหรับการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม เป็นทักษะที่จำเป็นในการคิดนอกกรอบและสร้างสิ่งใหม่ๆ โดยอาจใช้วิธีการต่างๆ เช่น การฝึกอบรม การศึกษา การพัฒนาตนเอง ตามลำดับ

ประเด็นที่ 2 ปัญหาและสภาพแวดล้อมที่มีต่อประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง โดยสรุปพบว่าสถานการณ์ที่น่าเป็นห่วงอีกประการหนึ่ง และมีความสำคัญยิ่งเนื่องจากเป็นเรื่องที่ส่งผลกระทบต่อความแข็งแกร่งและการส่งผลกระทบต่อความสำเร็จขององค์กร คือ ปัญหาการบริหารจัดการบุคลากรและพัฒนาบุคลากรในองค์กร พบว่ามีปัญหาในแทบทุกเรื่อง เช่น ปัญหาความไม่เพียงพอของบุคลากรในทุกหน่วยงานเนื่องจากขาดการบรรจุบุคลากรมาเป็นเวลานานทั้งๆ ที่มีกรอบอัตรากำลัง ไม่มีการสอบเพื่อเลื่อนตำแหน่งให้สูงขึ้น บุคลากรขาดโอกาสในการเจริญเติบโตในหน้าที่การงาน ส่งผลกระทบต่อขาดขวัญกำลังใจของบุคลากรและประสิทธิภาพขององค์กรขาดการฝึกอบรมพัฒนาบุคลากรให้เป็นผู้เชี่ยวชาญนอกจากนี้ ในช่วงที่ผ่านมา ถ้าแบ่งเจ้าหน้าที่ออกเป็นส่วนกลางและต่างจังหวัด พบว่าระบบอุปถัมภ์ทำให้ส่วนต่างจังหวัดรู้สึกด้อยค่า (กลุ่มคนรุ่นใหม่มีผู้อุปถัมภ์มากกว่ากลุ่มผู้อาวุโส) ปัญหาบุคลากรที่กำลังจะเกิดขึ้นในเวลาไม่ช้านี้ คือ การเกษียณอายุของผู้มีประสบการณ์โดยในอีก 3 ปีข้างหน้าจะเป็นวิกฤติที่มีผู้เกษียณอายุมากปัญหา คือ ผู้จะเกษียณอายุที่อยู่ในจังหวัดจะมีเครือข่าย (connection) ในพื้นที่ทำให้การทำงานมีประสิทธิภาพ เมื่อคนเหล่านี้เกษียณอายุไป จะมีภัยคุกคามในการทำงาน โดยคนใหม่ที่ไม่เคยจะยังไม่มีความสามารถในการประสานงาน และขาดวัฒนธรรมในการทำงานกับหน่วยงานอื่น นอกจากนี้ มีปัญหาเรื่องค่านิยมของคนในองค์กรซึ่งปัจจุบันมีน้อยลง เช่น บุคลากรยังคิดถึงค่าตอบแทน และผลประโยชน์ของตนมากกว่าผลประโยชน์ขององค์กรและสังคม โดยจะต้องทำอย่างไรเพื่อให้คนเหล่านี้มีความหวังและความผูกพันกับองค์กร โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ พงษ์สธรณ์ วรภัทร์ธะกุล (2566) ผลงานวิจัยพบว่าการบริหารทรัพยากรบุคคลมีผลมาจาก 2.1) ปัญหาความขัดแย้ง 2.2) นโยบายที่ไม่เอื้อต่อการพัฒนาบุคลากรอย่างเต็มรูปแบบ 2.3) งบประมาณด้านการพัฒนาบุคลากร 2.4) บุคลากรส่วนใหญ่มีอายุมากในการทำงาน และ 2.5) ปัญหาการต่อต้านของบุคลากรจากพฤติกรรม ในการยอมรับองค์ความรู้ใหม่ๆ ของบุคลากร พร้อมทั้งสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ สุวัฒน์ งามแสง (2568) ผลการวิจัยพบว่า ปัญหาอุปสรรคการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคดิจิทัล มีผลมาจาก 1) ปัญหาด้านบุคลากร 2) ปัญหาด้านงบประมาณ 3) ปัญหาด้านวัสดุอุปกรณ์เทคโนโลยีสารสนเทศ 4) ปัญหาด้านฐานข้อมูลทรัพยากรบุคคล 5) ปัญหาด้านการวางแผนกำลังคน และ 6) ปัญหาด้านนโยบายผู้บริหาร ตามลำดับ

ประเด็นที่ 3 แนวทางที่เหมาะสมของประสิทธิผลการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งโดยต้องปรับให้สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีความเข้มแข็ง ถ้าตัดสินใจภายใต้การกำกับดูแลของคณะกรรมการการเลือกตั้งให้เป็นไปตามทิศทาง และเป้าหมายที่กำหนด โดยเฉพาะสถานการณ์ภายนอกที่ส่งผลกระทบต่อการทำงานของคณะกรรมการการเลือกตั้งและสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่สำคัญ คือ การเปลี่ยนแปลงของสังคมและความต้องการของประชาชน นับเป็น ความท้าทาย รวมทั้งการที่จะต้องถูกตรวจสอบโดยองค์กรต่างๆ และประมวลจริยธรรม ในฐานะองค์กรอิสระ ดังนั้น จึงต้องปฏิบัติ

หน้าที่ด้วยความซื่อสัตย์ ซื่อตรง และเที่ยงธรรม โดยบุคลากรมีความรู้ประสบการณ์และมีความเชี่ยวชาญ สามารถสนับสนุนการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง ได้เป็นอย่างดี พร้อมทั้งบุคลากรระดับปฏิบัติการมีความพร้อมและให้ความร่วมมือและทุ่มเทในการปฏิบัติงานเป็นอย่างดี มีผลมาจากโครงสร้างองค์การมีสายบังคับบัญชาสั้น ไม่เหมือนระบบราชการทั่วไป มีรูปแบบการบริหารงานแนวราบ (flat organization) ทำให้การบริหารงานมีความคล่องตัว สามารถตอบสนองต่อคณะกรรมการการเลือกตั้งได้อย่างรวดเร็ว โดยเฉพาะมีการสนับสนุนจากเทคโนโลยีสมัยใหม่มีการพัฒนาและก้าวหน้าอย่างรวดเร็ว ทำให้สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง มีโอกาสในการพัฒนาและสร้างนวัตกรรมในการบริหารงาน รวมทั้งการมีธรรมาภิบาลและความซื่อสัตย์สุจริตของนักการเมือง สร้างโอกาสให้สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งพัฒนางานให้มีธรรมาภิบาลและความเป็นเลิศ ประชาชนตื่นตัวในการเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองและคาดหวังกับการปฏิบัติงานของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งที่มีประสิทธิภาพและโปร่งใสในการเปลี่ยนแปลงด้านเทคโนโลยีในยุคเทคโนโลยีที่เปลี่ยนอย่างฉับพลัน (disruptive technology) สามารถนำไปสู่การ “แปลงร่าง” (transform) ให้เป็น digital OECT/ smart OECT โดยสอดคล้องกับผลงานวิจัยของ ภูมิรินทร์ ชูณหะวงษ์วิศ (2567) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการบริหารจัดการองค์การพบว่า 1) ปัจจัยด้านภาวะผู้นำองค์การในด้านการเปลี่ยนแปลง และด้านแบบปล่อยเสรี 2) ปัจจัยด้านวัฒนธรรมองค์การในด้านความรับผิดชอบและด้านความคุ้มค่าส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร พร้อมทั้งผลงานวิจัยของพีระพงษ์ วรรณฤทธิ์กุล (2565) ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วม สร้างความสุขและความพึงพอใจในการทำงานของบุคลากร เพื่อให้บุคลากรปฏิบัติงานได้อย่างเต็มใจ มีความตั้งใจในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะส่งผลต่อการพัฒนาองค์กรไปสู่ผลสำเร็จและยั่งยืนต่อไป

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยในเชิงนโยบาย

1. ผู้บริหารควรมีการวางแผนอัตรากำลังและการสรรหา วางแผนกำลังคน การวิเคราะห์อัตรากำลัง การสรรหาและคัดเลือกบุคลากรตามลักษณะ ที่กำหนด รวมทั้งปรับปรุงการกำหนดตำแหน่งและระดับให้เหมาะสม เพื่อรองรับการปฏิบัติงานตามภารกิจ
2. ผู้บริหารควรส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพบุคลากร ดำเนินการวางแผนพัฒนาบุคลากรทุกระดับ เตรียมความพร้อมบุคลากรที่มีทักษะหรือสมรรถนะสูง ให้ความรู้ ทักษะ สมรรถนะที่จำเป็นในการ ปฏิบัติงานอย่างมืออาชีพ โดยใช้เครื่องมือที่หลากหลายตามแนวทางการพัฒนาบุคลากร
3. ในระดับองค์กรควรเน้นการเสริมสร้างธรรมาภิบาล บริหารทรัพยากรบุคคลอย่างเป็นธรรม มีกลไกการกำกับดูแลบุคลากรให้ปฏิบัติราชการอย่างโปร่งใส ตลอดจนเสริมสร้างคุณธรรม จริยธรรม เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติงานด้วยความซื่อสัตย์สุจริตปลอดการทุจริตประพฤติมิชอบ

5.3 ข้อเสนอแนะในการทำวิจัยครั้งต่อไป

1. การวิจัยครั้งต่อไป ควรศึกษาเฉพาะเจาะจงในกลุ่มตัวอย่างที่เป็นกลุ่มคนรุ่นใหม่ เพื่อพิจารณาว่าสาเหตุที่คนรุ่นใหม่ส่งผลต่อการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งจากปัจจัยและสาเหตุอะไร พร้อมทั้งศึกษาเปรียบเทียบบริบทพนักงานในส่วนกลาง และส่วนจังหวัดเพื่อเปรียบเทียบการวิจัยเชิงปริมาณตัวแปรด้านอื่นๆ ต่อไป
2. การศึกษาครั้งต่อไป ควรศึกษาการบริหารและพัฒนาบุคลากรของสำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งในด้านค่าตอบแทน ด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ด้านบทบาทของหัวหน้างาน ด้านการเรียนรู้และการพัฒนา ด้านเส้นทางรวมถึงด้านความก้าวหน้าในสายอาชีพ เพื่อเป็นแรงจูงใจในการประพฤติปฏิบัติตนเสริมสร้างความรัก ความผูกพันให้เกิดขึ้นต่อองค์กรต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กนกรัตน์ พงษ์โพธากุล. (2566). การวางแผนการสรรหาและคัดเลือกทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร : กองส่งเสริมวิชาการ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ.
- ชุดิบัณฑิต แสงหวัง. (2564). การบริหารจัดการเชิงกลยุทธ์สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้ในสหกรณ์การเกษตร. วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา. 11(4), 800-813.
- ญาสุมินทร์ มากอำไพ. (2567). การจัดการพัฒนาแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากร สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. วารสารสหวิทยาการและนวัตกรรมการจัดการ, 2(1), 13-24.
- นราธิป อธิธนาธร. (2565). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. กรุงเทพมหานคร: โอ. เอส. พริ้นติ้ง เฮ้าส์.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. กรุงเทพมหานคร: สุวีริยาสาส์น.
- พัสสธรณ์ วรภัทร์ธระกุล. (2566). ประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลในสำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเอเชียอาคเนย์. 7(2), 218-231.
- พีระพงษ์ วรภัทร์ธระกุล. (2565).การบริหารองค์การที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของบุคลากรสำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). วารสารนวัตกรรมการศึกษาและการวิจัย. 6(3), 809-822.
- ภูมิวิรินทร์ ชุนทะวงษ์วิศ. (2567). การบริหารจัดการองค์การที่ส่งผลต่อแรงจูงใจในการปฏิบัติงานของบุคลากรองค์การบริหารส่วนจังหวัดสมุทรสาคร. Journal of Roi Kaensarn Academi. 9(8), 529-540.
- ภิมภวิมล ปรมัตถ์วรโชติ. (2565). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์: สู่องค์กรแห่งการเรียนรู้. วารสารการบริหารนิติบุคคลและนวัตกรรมท้องถิ่น. 7(5), 337-351.
- ธีทัต ตรีศิริโชติ. (2564). การปรับกลยุทธ์ให้เหมาะสมกับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง. วารสารวิชาการสังคมศาสตร์เครือข่ายวิจัยประชาชื่น. 3(2), 62-72.
- ธิดาวิมล หมั่นหมี่. (2565). การบริหารทรัพยากรมนุษย์สมัยใหม่. พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- มนิรัตน์ ชัยยะ และ เพ็ญศรี ฉิรณงค์. (2566). การบริหารทรัพยากรมนุษย์ภายใต้การเปลี่ยนแปลงสู่ยุคดิจิทัล (Digital HR). วารสารนวัตกรรมการบริหารและการจัดการ. 11(1), 104-115.
- วรพจน์ ปิยะพรศิริ. (2563). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล. กรุงเทพมหานคร:สำนักพิมพ์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2561). นโยบายและแผน ระดับชาติว่าด้วยการพัฒนาดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม (พ.ศ.2561-2580). กรุงเทพมหานคร: กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม.
- โสมาลี ชยามฤต. (2564). การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์เพื่อรองรับยุคดิจิทัลขององค์การภาครัฐและเอกชน. วารสารสหวิทยาการมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์. 4(1), 39-49.
- สุวัฒน์ งามแสง. (2568). ประสิทธิภาพการบริหารทรัพยากรบุคคลในยุคดิจิทัลของสำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล. วารสารวิชาการวิทยาลัยสันตพล. 11(1), 11-21.
- สุภากร จันทวานิช. (2567). วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- สิริภาพรณ ลีภัยเจริญ. (2565). การบริหารทรัพยากรมนุษย์. (พิมพ์ครั้งที่ 2). อุบลราชธานี: หจก.วิทยาการพิมพ์ 1973.

การจัดการหนี้ และการวางแผนการออมของวัยทำงาน

Debt Management and Savings Planning among the Working-Age Population

วรินทร์ทิพย์ กำลังแพทย์*
(Warinthip Kumlangphaet)*

สาขาวิชาวัตกรรมการบริหารการเงินและการบริหารหนี้ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
Department of Financial and Debt Administration Innovation,
Bangkokthonburi University, Bangkok. Thailand
*Corresponding author: naris.joy59@gmail.com

Article history:

Received 14 March 2025

Revised 7 April 2025

Accepted 8 April 2025

SIMILARITY INDEX = 3.97 %

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีจุดมุ่งหมายเพื่อศึกษาการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงาน เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม เก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด ด้วยการเลือกแบบเจาะจง แบ่งตามเจเนอเรชันได้ กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชันละ 100 ตัวอย่าง สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว ผลการวิจัยพบว่า การจัดการหนี้ของวัยทำงาน ในภาพรวม พบว่า วัยทำงาน มีระดับการตัดสินใจจัดการหนี้ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วัยทำงานให้ระดับการตัดสินใจจัดการหนี้ด้านการลดค่าใช้จ่าย มากเป็นอันดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านการเพิ่มรายได้ การจำหน่ายทรัพย์สิน และ ด้านการปรับโครงสร้างหนี้ เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อ พบว่า การจัดการหนี้ด้านการลดค่าใช้จ่ายนั้นวัยทำงาน มุ่งลดค่าใช้จ่ายผันแปร เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าท่องเที่ยว นั้นเอง ส่วนการวางแผนการออมของวัยทำงาน โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า ด้านวางแผนออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านวางแผนออมเงินเพื่ออนาคต วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับมาก ด้านวางแผนออมเงินเพื่อการลงทุน และ ด้านวางแผนออมเงินเพื่อความสุข วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับปานกลาง

การวิเคราะห์ความแตกต่างเกี่ยวกับวัยทำงานต่อการจัดการหนี้ พบว่า แต่ละช่วงวัยทำงานมีความแตกต่างกันของการจัดการหนี้ ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบผลต่างของการจัดการหนี้ ในแต่ละช่วงวัยทำงานรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ Bonferroni พบว่า เจเนอเรชัน ซี มีการตัดสินใจด้านการจัดการหนี้แตกต่างกับ เจเนอเรชัน บี บี บูมเมอร์ เจเนอเรชัน เอ็กซ์ และ เจเนอเรชัน วาย อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

การวิเคราะห์ความแตกต่างเกี่ยวกับวัยทำงานต่อการวางแผนการออม พบว่า แต่ละช่วงวัยทำงานมีความแตกต่างกันของการวางแผนการออม ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อเปรียบเทียบผลต่างของการจัดการหนี้ ในแต่ละช่วงวัยทำงานรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ Bonferroni พบว่า การวางแผนการออมของ เจเนอเรชัน บี บี บูมเมอร์ กับเจเนอเรชัน วาย เจเนอเรชัน บี บี บูมเมอร์ กับเจเนอเรชัน ซี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ: การจัดการหนี้ การวางแผนการออมเงิน วัยทำงาน

ABSTRACT

This research aims to study debt management and savings planning among the working-age population. It is a quantitative study using a questionnaire as the research instrument. Data were collected from 400 purposively selected respondents, with 100 respondents from each generation. The statistical method used in the study was one-way analysis of variance (ANOVA). Overall, it was found that working age population at a high level of decision-making in debt management. When considering each aspect, it was found that working age population gave a level of decision-making in debt management and reducing expenses are first. followed by in terms of increasing income, Asset sales and debt restructuring. When considering each item, it was found that debt management and reducing expenses were of working age population. focus on reducing variable expenses such as food costs, travel expenses, and tourism expenses. As for savings planning for working age population Overall was at a high level. When considering each aspect, it was found that Working age population were planning to save money for use in emergencies at a highest level of planning. Second, Working age population were planning for saving money for investment at a high level, Working age were planning to save money for the future and Planning to save money for happiness population plan at a moderate level.

Analysis of differences in working age towards debt management found that each working age group had differences in debt management, which was statistically significant at the 0.05 level. When comparing the differences in debt management in each working age group by pair using the Bonferroni test, it was found that Generation C had different decisions in debt management from Generation Baby Boomers, Generation X and Generation Y at a statistical significance level of 0.05.

Analysis of differences in working age towards savings planning found that each working age group had differences in savings planning, which was statistically significant at the 0.05 level. When comparing the difference in debt management in each working age group by pair using the Bonferroni test, it was found that the savings plan of Generation Baby Boomers and Generation Y, Generation Baby Boomers and Generation C were significantly different at the 0.05 level.

Keywords: Debt management, savings planning, working age population

1. บทนำ

ในอดีตที่ประเทศไทยอยู่ในยุคทองก่อนวิกฤตเศรษฐกิจต้มยำกุ้ง ประเทศไทยตอนนั้นเผชิญกับการแก้ปัญหาความยากจนในประเทศ ในช่วงเวลานั้นรายได้ต่อหัวเฉลี่ยของคนไทยอยู่ที่ประมาณ 90,000 บาทต่อปีเท่านั้น คนที่ใช้ชีวิตอยู่ได้เส้นความยากจน (น้อยกว่า 828 บาทต่อเดือน) ในช่วงเวลานั้น ยังมีมากกว่า 10 ล้านคน หรือคิดเป็น 19% ของประชากรทั้งประเทศ เมื่อเวลาผ่านไป 30 ปี มาถึงปี 2566 หนี้ครัวเรือนไทยต่อจีดีพี อยู่ที่ระดับกว่า 90% นับเป็นอัตราส่วนที่สูงในช่วงการพัฒนาเศรษฐกิจสมัยใหม่ของไทย นอกจากนี้ หนี้ครัวเรือนไทยจำนวนมากสามารถแบ่งได้เป็น 3 มิติ (1) คนไทยจำนวนมากมีหนี้ โดยประมาณ 1 ใน 3 ของประชากรมีหนี้ในระบบ (2) คนไทยมีหนี้สูง โดยมูลค่าหนี้เฉลี่ยต่อคนอยู่ที่ 539,291 บาท และ (3) คนไทยมีหนี้หลายบัญชี โดยเฉลี่ย 3.3 บัญชี

ในปี 2566 ประเทศไทยมีหนี้ครัวเรือนอยู่กว่า กว่า 67% ส่วนใหญ่ของไทยเป็นหนี้ที่ไม่สร้างรายได้ และกว่า 1 ใน 5 ของผู้ที่เป็นหนี้กำลังมีหนี้เสีย นอกจากนี้ กลุ่มวัยเริ่มทำงาน (อายุ 20-35 ปี) ยังมีสัดส่วนหนี้ไม่สร้างรายได้สูงที่สุด และมีสัดส่วนผู้ที่มีหนี้เสียสูงที่สุดด้วย (27%) อีกทั้งเกษตรกรและกลุ่มผู้มีรายได้น้อยก็มีความเสี่ยงสูงที่อาจจะชำระหนี้ไม่ได้ และต้องตกอยู่ในวังวนของหนี้ เวลาดำเนินไปเกือบ 30 ปี เศรษฐกิจและสังคมไทยเปลี่ยนไปอย่างมาก แม้คนไทยจำนวนมากจะเป็นชนชั้นรากหญ้า แต่คุณภาพชีวิตโดยรวมของคนไทยก็ยกระดับขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งรายได้เฉลี่ยต่อหัวของคนไทยในปี 2566 นั้นอยู่ที่ประมาณ 280,000 บาทต่อปี จำนวนคนยากจน (ภายใต้เส้นความยากจนที่ 2,802 บาทต่อคนต่อเดือน) ลดลงเหลือราว 4 ล้านคน หรือคิดเป็น 5.43% ของประชากรไทย การจัดการหนี้สินอย่างมีคุณภาพเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างอนาคตทางการเงินที่มั่นคง หนึ่งในวิธีที่สามารถช่วยลดภาระหนี้ได้ดีที่สุดคือการวางแผนการเงินที่ดี สถานการณ์ข้อมูลหนี้สินภาคครัวเรือนจากฐานข้อมูลเครดิตบูโร ณ สิ้นไตรมาส 3/2566 (30 ก.ย. 2566) พบว่า ไตรมาส 3 ปีนี้ มียอดสินเชื่อคงค้างอยู่ที่ 13.55 ล้านล้านบาท เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันของปีก่อน 3.8% โดยในจำนวนนี้ มีสินเชื่อบ้าน สินเชื่อรถ และสินเชื่อส่วนบุคคล เป็นจำนวนมากที่สุด 3 อันดับแรก ดังนี้ สินเชื่อบ้าน มียอดคงค้าง 4.9 ล้านล้านบาท คิดเป็น 3.5 ล้านบัญชี สินเชื่อรถ มียอดคงค้าง 2.6 ล้านล้านบาท คิดเป็น 6.5 ล้านบัญชี และสินเชื่อส่วนบุคคล มียอดคงค้าง 2.6 ล้านล้านบาท คิดเป็น 31.7 ล้านบัญชี เมื่อแยกจำนวนหนี้ภาคครัวเรือนและหนี้เสียที่เกิดขึ้นแบ่งตามกลุ่มช่วงวัย หรือ เจเนอเรชัน แล้วพบว่า คนเจน Y (อายุ 25-43 ปี) มีหนี้ครัวเรือนมากที่สุด ขณะเดียวกัน ก็มีหนี้เสียมากที่สุดเช่นกัน เมื่อเทียบกับคนวัยอื่นๆ (บัญชา ชุมชัยเวทย์, 2567)

การลดภาระหนี้สินสามารถทำได้ง่ายขึ้นหากมีการวางแผนการเงินอย่างมีประสิทธิภาพ ด้วยการประเมินสถานการณ์ทางการเงิน สร้างงบประมาณ จัดลำดับความสำคัญในการชำระหนี้ หรือการปรับพฤติกรรมการใช้จ่าย รวมไปถึงการวางแผนการเงินระยะยาว การเตรียมเงินไว้ในยามฉุกเฉิน การนำเคล็ดลับเหล่านี้ไปใช้จะสามารถปลดหนี้ได้อย่างมั่นใจและสร้างความมั่นคงทางการเงินในอนาคตได้อีกด้วย

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจสำรวจการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงาน เพื่อสร้างแนวทางการจัดการหนี้ที่เหมาะสมในแต่ละเจเนอเรชัน และสร้างความตระหนักในการวางแผนการออมของวัยทำงาน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาการจัดการหนี้ ของวัยทำงานเมื่อจำแนกตามเจเนอเรชัน
2. เพื่อศึกษาการวางแผนการออมของวัยทำงานเมื่อจำแนกตามเจเนอเรชัน

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ในงานวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับเรื่องที่ศึกษาโดยตรง เช่น

2.1 ภาพรวมภาวะหนี้สินของวัยทำงานในเจนเนอเรชันต่างๆ

จากฐานข้อมูลเครดิตบูโร ณ สิ้นไตรมาส 3/2566 เมื่อเรียงลำดับตามมูลค่าหนี้ครัวเรือนคงค้าง และมูลค่าหนี้เสีย พบว่า

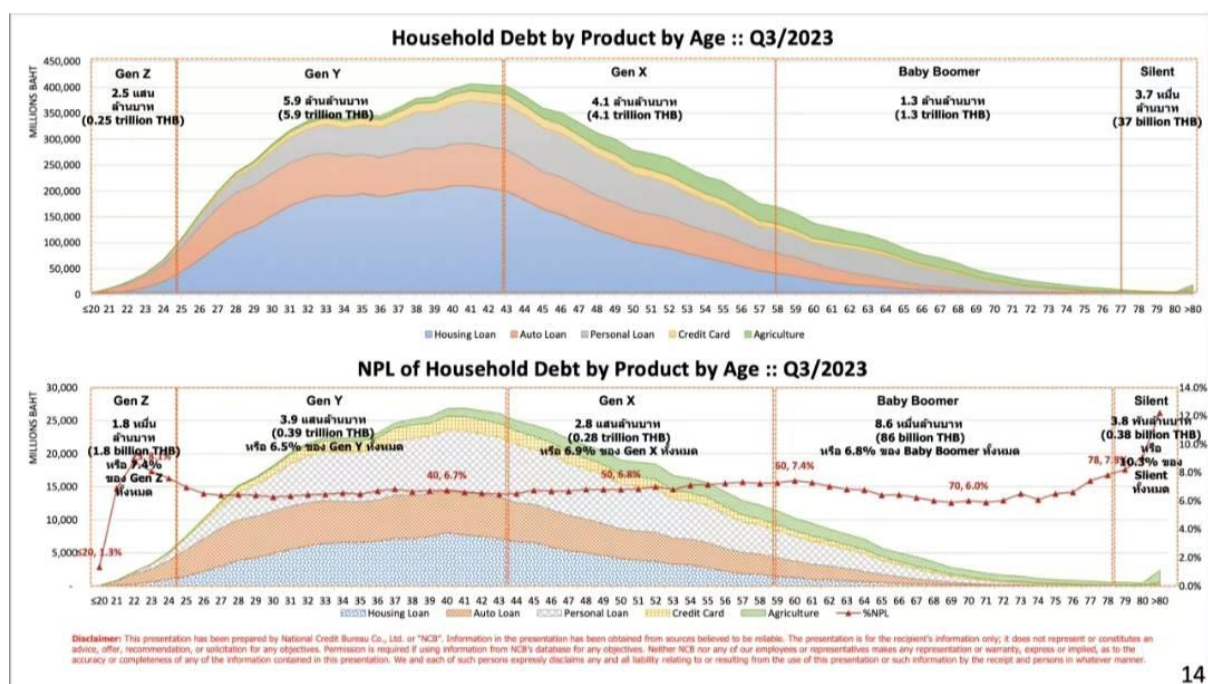
Gen Y (อายุ 25-43 ปี) มีหนี้ครัวเรือน 5.9 ล้านล้านบาท และมีหนี้เสีย 3.9 แสนล้านบาท

Gen X (อายุ 44-58 ปี) มีหนี้ครัวเรือน 4.1 ล้านล้านบาท และมีหนี้เสีย 2.8 แสนล้านบาท

Gen Z (อายุ 20-24 ปี) มีหนี้ครัวเรือน 2.5 แสนล้านบาท และมีหนี้เสีย 1.8 หมื่นล้านบาท

Baby Boomer (อายุ 58-77 ปี) มีหนี้ครัวเรือน 1.3 ล้านล้านบาท และมีหนี้เสีย 8.6 หมื่นล้านบาท

Silent (อายุ 78 ปีขึ้นไป) มีหนี้ครัวเรือน 3.7 หมื่นล้านบาท และมีหนี้เสีย 3.8 พันล้านบาท



แผนภาพที่ 1 มูลค่าหนี้ครัวเรือนคงค้าง และมูลค่าหนี้เสีย จำแนกตามอายุ
ที่มา : ไทยรัฐ การเงิน (2566)

จากฐานข้อมูลเดียวกันยังพบ ข้อมูลที่บ่งชี้ว่า

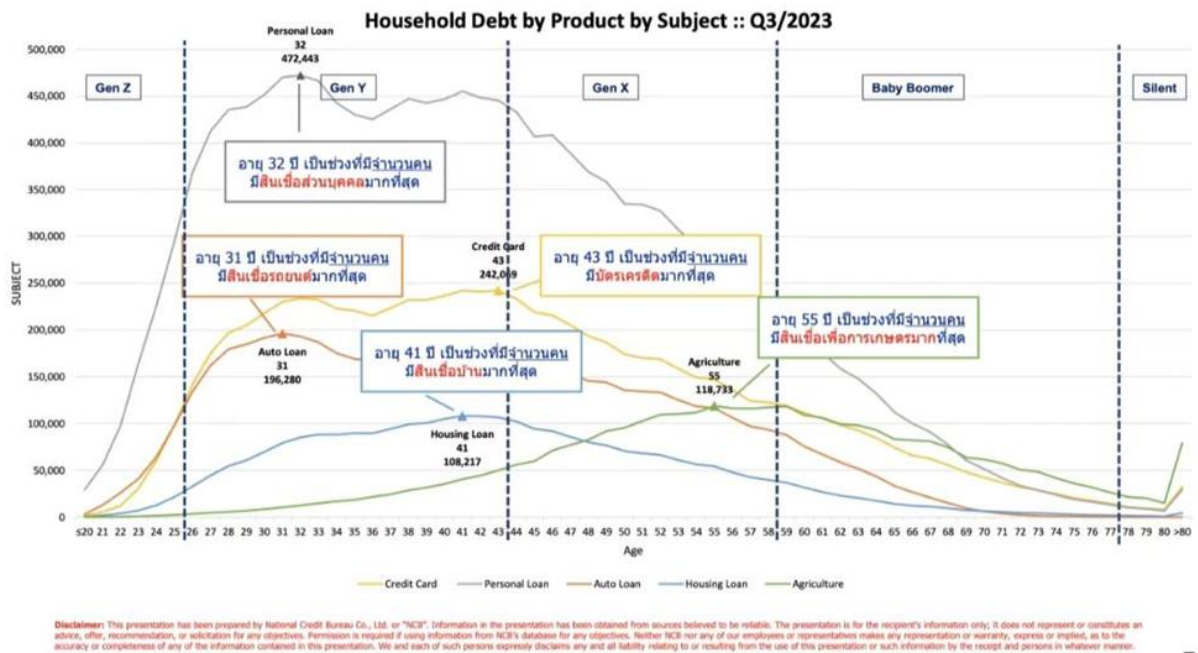
อายุ 31 ปี เป็นช่วงที่มีจำนวนคนมีสินเชื่อบริษัทมากที่สุด หรือคิดเป็นมูลหนี้เฉลี่ยต่อราย 196,280 บาท

อายุ 32 ปี เป็นช่วงที่มีจำนวนคนมีสินเชื่อบุคคลมากที่สุด หรือคิดเป็นมูลหนี้เฉลี่ยต่อราย 472,443 บาท

อายุ 41 ปี เป็นช่วงที่มีจำนวนคนมีสินเชื่อบ้านมากที่สุด หรือคิดเป็นมูลหนี้เฉลี่ยต่อราย 108,217 บาท

อายุ 43 ปี เป็นช่วงที่มีจำนวนคนมีสินเชื่อบัตรเครดิตมากที่สุด หรือคิดเป็นมูลหนี้เฉลี่ยต่อราย 242,069 บาท

อายุ 55 ปี เป็นช่วงที่มีจำนวนคนมีสินเชื่อกู้เพื่อการเกษตรมากที่สุด หรือคิดเป็นมูลหนี้เฉลี่ยต่อราย 118,733 บาท



7

แผนภาพที่ 2 มูลค่าหนี้ครัวเรือนคงค้าง และมูลค่าหนี้เสีย จำแนกตามผลิตภัณฑ์
ที่มา : ไทยรัฐ การเงิน (2566)

ส่วนหนี้สงสัยจะสูญ หรือ Special Mentioned (SM) ซึ่งหมายถึงสินเชื่อที่ค้างชำระตั้งแต่ 31-90 วัน ณ สิ้นไตรมาส 3/2566 อยู่ที่ 5 แสนล้าน เพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อน 21.4% หรือมีจำนวนบัญชีเป็น SM 1.95 ล้านบัญชี หรือเพิ่มขึ้นจากช่วงเดียวกันปีก่อน 0.8% ทั้งนี้ สินเชื่อสงสัยจะสูญ ก้อนใหญ่ อยู่ที่สินเชื่อรถ 2.13 แสนล้านบาท และสินเชื่อบ้าน 1.36 แสนล้านบาท และสินเชื่อบ้านจำนวนนี้ 68% เป็นหนี้ที่อยู่กับสถาบันการเงินของรัฐ หรือ SFIs อีกทั้งยังพบว่า SM 5 แสนล้านบาท ณ สิ้นไตรมาส 3/2566 ยังกระจุกตัวในกลุ่มลูกหนี้ GEN Y เช่นกัน

ส่วนหนี้สงสัยจะสูญ จำแนกตามผลิตภัณฑ์และอายุ พบว่า Gen Y ก่อหนี้ครัวเรือนสูง มีหนี้เสียมากที่สุด และมีหนี้สงสัยจะสูญมากที่สุด พบไตรมาส 3/2566 เอ็นพีแอล 1.05 ล้านล้านบาท 10 ล้านบัญชี เป็นหนี้เสียจากคน Gen Y แล้วกว่า 3.9 แสนล้านบาท (ไทยรัฐ การเงิน, 2566)

2.2 แนวคิดการจัดการหนี้

ศิลปพร ศรีจันทเพชร (2565) ได้กล่าวถึงความหมายของ หนี้สิน ว่าหมายถึง ภาระผูกพันที่เกิดขึ้นในปัจจุบันจากกิจกรรม หรือเหตุการณ์ทางเศรษฐกิจในอดีต ซึ่งทำให้ต้องจัดหาเงินจำนวนหนึ่ง หรือสินทรัพย์อื่นๆ หรือบริการอย่างใดอย่างหนึ่ง เพื่อที่จะมอบให้แก่บุคคลหรือกิจการที่เกี่ยวข้องในเวลาใดเวลาหนึ่งในอนาคต

ตลาดหลักทรัพย์ (ม.ป.ป.) ได้เสนอ 4 Steps หมดหนี้ มีออม ได้แก่

1. ตั้งสติ หยุดก่อหนี้เพิ่ม ถ้าในแต่ละเดือนต้องจ่ายหนี้เดือนละ 20,000 บาท ทั้งที่เงินเดือนแค่ 25,000 บาท นั่นเท่ากับว่าสิ่งแรกที่ต้องทำ คือ “ประกาศเป็นศัตรูกับหนี้ทุกประเภท” นอกจากนี้ “ควรสรุปหนี้ทั้งหมดที่มีอยู่” เพื่อให้รู้ว่าเรามีหนี้ทั้งหมดเท่าไร? แต่ละเดือนต้องชำระหนี้เท่าไร? หนี้ก้อนไหนเสียดอกเบี้ยเยอะสุด? จะได้จัดลำดับความสำคัญเพื่อวางแผนชำระหนี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ตารางที่ 1 แสดงตัวอย่างการสรุปหนี้ทั้งหมดที่มีอยู่

ลำดับ	เจ้าหนี้	ยอดหนี้	ชำระขั้นต่ำ (ต่อเดือน)	อัตราดอกเบี้ย (ต่อปี)	ระยะเวลาผ่อน (เดือน)
1	ธนาคาร A	500,000	5,000	5%	130
2	ธนาคาร B	400,000	6,000	6%	82
3	สหกรณ์ C	2,000,000	19,000	5%	139
4	บัตร D	100,000	7,000	16%	17
5	บัตร E	50,000	4,000	25%	15
รวม		3,050,000	41,000		

ที่มา: ตลาดหลักทรัพย์ (ม.ป.ป.)

2. วางแผนชำระหนี้อย่างฉลาด หยุดสร้างหนี้เพียงอย่างเดียวคงไม่พอ สิ่งสำคัญที่สุดคือ เราต้อง “รัดเข็มขัด” รู้จักใช้จ่ายให้เป็น ควบคุมค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น ริดค่าใช้จ่ายที่เป็นไขมันส่วนเกินออกให้มากที่สุด เรียกว่าในพจนานุกรมของเราต้องมีแต่คำว่า “ประหยัด” และ “มัธยัสถ์” พร้อมลบลคำว่า “ฟุ้งเฟ้อ” และ “ไม่จำเป็น” ออกไปโดยเร็ว จากนั้น ก็ได้เวลามุ่งมั่นกำจัดหนี้ก้อนเก่าอย่างตั้งใจจริง ถ้าเป็นหนี้ก้อนใหญ่ เราอาจต้องตั้งสติให้มั่นหาวิธีปลดหนี้อย่างค่อยเป็นค่อยไป เช่น ถ้าเป็นหนี้บัตรเครดิตก็อาจต้องหาทางกู้จากสถาบันการเงินในระบบเพื่อนำเงินไปปลดหนี้ก้อนนี้ก่อนเป็นอันดับแรก เพื่อลดภาระดอกเบี้ยให้น้อยลง จากนั้นค่อยมาผ่อนชำระกับสถาบันการเงิน ซึ่งคำแนะนำต่อไปนี้อาจช่วยให้พ้นจากการเป็นหนี้ได้

3.หาที่ปรึกษา อย่าเก็บปัญหาทั้งหมดไว้คนเดียว ต้องพูดคุยกับคนในครอบครัว รวมทั้งปรึกษาผู้มีประสบการณ์ ผู้เชี่ยวชาญ หรือนักกฎหมาย เพื่อหาทางรับมือกับปัญหาและเตรียมแนวทางแก้ไข เช่น คลินิกแก้หนี้ ซึ่งเป็นหน่วยงานกลางที่ดำเนินการแก้ไขปัญหานี้แทนเจ้าหนี้ที่เป็นสถาบันการเงินและผู้ประกอบการทางการเงินทุกรายของลูกค้าหนี้้อย่างครบวงจร

4. เปรียบเทียบเจ้าหนี้ ในระหว่างปรึกษาเรื่องวางแผนชำระหนี้ เราอาจมีหนทางเจรจาต่อรองกับเจ้าหนี้ เพื่อขอลดจำนวนเงินผ่อนต่อเดือน ดอกเบี้ย ค่าปรับ ค่าธรรมเนียม หรือขอข้อเสนอพิเศษอื่น ๆ โดยมี 2 กระบวนการหลักที่เรานำไปปรับใช้ได้

1) เปรียบเทียบหนี้ เพื่อให้ภาระที่ต้องจ่ายต่อเดือนลดลง เช่น ขอลดยอดหนี้ลงบางส่วน ขอยาวเวลาการชำระหนี้ 1 – 2 ปี ขอลดจำนวนเงินที่ต้องผ่อนในแต่ละงวด เป็นต้น

2) แฮร์คัต (Hair-cut) เพื่อขอตัดหนี้หรือลดหนี้ โดยแลกกับการจ่ายคืนหนี้ครั้งเดียวเป็นก้อนให้ทันที แล้วจบกันไป ทางที่ดี ก่อนที่จะตัดสินใจเจรจาประนอมหนี้หรือทำแฮร์คัต เราต้องเรียนรู้รายละเอียดและข้อควรระวังต่าง ๆ อย่างถี่ถ้วน เพื่อไม่ให้สิ่งที่คิดว่าเป็นการได้เปรียบกลับกลายมาเป็นการเอาเชือกมารัดคอเราเองในภายหลัง

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้จำแนกหนี้สินออกเป็น 3 ประเภท ได้แก่ หนี้ดี หนี้พึงระวัง และหนี้อันตราย ซึ่งสามารถอธิบายได้ดังนี้

2.1) หนี้ดี คือ หนี้ที่สร้างรายได้หรือสร้างความมั่นคงในอนาคต เช่น หนี้สร้างอนาคต เป็นหนี้ที่ทำให้เรามีโอกาสได้เรียนในระดับที่สูงขึ้น มีงานทำหรือมีโอกาสก้าวหน้าในงานมากขึ้น หนี้เพื่อการประกอบอาชีพ เป็นหนี้ที่สร้างอาชีพให้แก่เราและทำให้เรามีโอกาสมีรายได้เพิ่มขึ้น เช่น กู้เงินเพื่อซื้อคอมพิวเตอร์มาทำงาน ซื้อเครื่องมือการเกษตร หนี้เพื่อความมั่นคงระยะยาว เช่น การมีบ้านเป็นของตัวเองจะ

ทำให้เราไม่ต้องจ่ายค่าเช่าบ้านแต่มาจ่ายค่าผ่อนบ้าน ทำให้มีทรัพย์สินส่วนตัวเพิ่มขึ้น และเมื่อเวลาผ่านไปบ้านที่เราซื้อก็จะมีมูลค่าเพิ่มขึ้น

2.2) หนี้ฟุ้งระว้าง คือ หนี้ที่ไม่สร้างรายได้ในอนาคต เช่น หนี้จากการใช้จ่ายฟุ่มเฟือย เป็นหนี้ที่สร้างความสุขเพียงชั่วคราว ไม่สมเหตุสมผลและไม่ได้สร้างรายได้หรือความมั่นคงให้แก่เราในระยะยาว หนี้ที่มีมากเกินไปจนจ่ายไม่ไหว เช่น กู้เงินซื้อบ้านหรือรถที่แพงเกินไป กู้ซื้อคอนโดหลายแห่งพร้อมกัน ผ่อนไม่ไหวจนต้องขายหรือถูกยึดในที่สุด ซึ่งจะเห็นได้ว่าหนี้ดีก็อาจเป็นหนี้ฟุ้งระว้างได้

2.3) หนี้อันตราย คือ หนี้ที่เกิดจากการนำเงินไปใช้กับสิ่งที่มีความเสี่ยงสูงที่จะไม่ได้รับเงินคืน หรืออาจเป็นสินค้าผิดกฎหมาย จึงเป็นหนี้ที่ต้องละเว้นเด็ดขาด เช่น หนี้ที่เกิดจากการพนัน/เสียงโชค หนี้ที่นำไปลงทุนผิดกฎหมาย เช่น แคร็กโค้ก

2.3 แนวคิดการวางแผนการออม

ธนาคารแห่งประเทศไทย (ม.ป.ป.) ได้อธิบายว่า การออม เป็นการแบ่งรายได้ส่วนหนึ่งเก็บสะสมไว้สำหรับวัตถุประสงค์ต่าง ๆ เช่น เพื่อไว้ใช้ในอนาคต เพื่อเวลาฉุกเฉิน เพื่อใช้ในสิ่งที่อยากได้หรืออยากทำ การออมส่วนใหญ่มีอยู่ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่อการสูญเสียด้านค่า และได้รับผลตอบแทนไม่สูงนักเมื่อเทียบกับการลงทุน เช่น การฝากออมทรัพย์ การฝากประจำ การซื้อสลากออมทรัพย์ สัดส่วนที่เหมาะสมในการออมควรออมเงินประมาณ 1 ใน 4 ของรายได้แต่ละเดือน อย่างไรก็ตามอัตราส่วนนี้สามารถปรับเปลี่ยนได้ตามความเหมาะสม ขึ้นอยู่กับรายได้ปัจจุบันและแผนทางการเงินที่วางไว้ เช่น หากเรามีแผนที่จะใช้เงินก้อนใหญ่ในระยะเวลาอันใกล้ อาจจำเป็นต้องออมเงินมากกว่า 1 ใน 4 เพื่อให้เราถึงเป้าหมายทางการเงินเร็วขึ้น แต่ถ้าเรามีรายได้น้อยและหนี้สินเยอะ ก็อาจลดการออมลง เพื่อนำเงินจำนวนนี้ไปทยอยผ่อนชำระหนี้สินที่มีให้หมดก่อนแล้วค่อยออมเพิ่มขึ้น เป็นต้น

วัตถุประสงค์ในการออม อาจจะจัดสรรวัตถุประสงค์หลักได้เป็น 4 ส่วน ดังนี้

1. ออมเพื่อการฉุกเฉินเพื่อเก็บไว้ใช้ในกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุให้ต้องใช้เงินก้อนอย่างเร่งด่วน โดยควรแยกเก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์

2. ออมเพื่อวัยเกษียณ เป็นการออมระยะยาว เพื่อใช้จ่ายเมื่อพ้นวัยทำงาน และมีเพียงพอสำหรับการดูแลสุขภาพ ทำกิจกรรมเพื่อความสุข และลดภาระของลูกหลาน

3. ออมเพื่อเติมฝัน เป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของที่อยากได้ หรือบริจาคเพื่อสังคม

4. ออมเพื่อการลงทุน เป็นการออมระยะสั้นถึงปานกลาง 1-5 ปี เพื่อนำไปใช้จ่ายในสิ่งที่ต้องการ เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของที่อยากได้ หรือบริจาคเพื่อสังคม

ปัจจัยที่ควรพิจารณาในการออม เมื่อเราเริ่มออมเงินแล้ว สิ่งต่อไปที่จะต้องพิจารณาคือ เราจะเก็บเงินออมนั้นไว้อย่างไร หากจะเก็บเป็นเงินสดไว้กับตัว แม้จะนำมาใช้จ่ายได้ง่าย แต่ก็เสี่ยงต่อการสูญหายและไม่มีผลตอบแทนที่จะทำให้เงินออมงอกเงยได้ ทางเลือกของเราจึงอาจเป็นการมองหาผลิตภัณฑ์เพื่อการออมหลากหลายรูปแบบที่ออกโดยสถาบันการเงินต่าง ๆ เช่น บัญชีเงินฝากออมทรัพย์ บัญชีเงินฝากประจำ ซึ่งการเลือกผลิตภัณฑ์เพื่อการออมให้เหมาะสมกับความต้องการและวัตถุประสงค์ในการออมนั้น สามารถพิจารณาได้จากปัจจัยต่อไปนี้

1. ผลตอบแทน ผลตอบแทนจากการออม คือ ดอกเบี้ย ซึ่งมีความสำคัญมากต่อการออม เพราะยิ่งอัตราผลตอบแทนสูงเท่าไร เงินออมก็จะยิ่งงอกเงยเร็วขึ้นเท่านั้น

2. อัตราเงินเฟ้อ อัตราเงินเฟ้อเป็นอีกปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อ "ค่าของเงิน" เช่น เมื่อก่อนซื้อข้าวราดแกงจานละ 15 บาท แต่ปัจจุบันราคาเพิ่มขึ้นเป็น 30 - 50 บาท ราคาสินค้าที่เพิ่มสูงขึ้นอย่างต่อเนื่อง หรือ "เงินเฟ้อ" ทำให้เงินมีมูลค่า หรือ "อำนาจซื้อ" ลดลงเมื่อเวลาผ่านไป ดังนั้นดอกเบี้ยเงินฝากที่ได้รับนั้นจึงยังไม่ใช้ผลตอบแทนที่แท้จริง ต้องมีการหักผลกระทบจากเงินเฟ้อออกก่อน

3. ระยะเวลาในการออม เพราะการออมมีผลตอบแทน ดังนั้นยิ่งเริ่มต้นออมเร็วเท่าไร เงินก็จะยิ่งงอกเงยมากขึ้นเท่านั้น โดยเฉพาะอย่างยิ่งในกรณีที่นำเงินไปฝากแบบมีการคิดดอกเบี้ยทบต้น ดอกเบี้ยที่ได้จะถูกทบเข้ากับเงินต้นเดิม และกลายเป็นเงินต้นของงวดถัดไปเรื่อย ๆ ทำให้เงินงอกเงยได้เร็วยิ่งขึ้น

4. สภาพคล่องทางการเงินของผลิตภัณฑ์ สภาพคล่องทางการเงิน คือ ความยากง่ายในการเปลี่ยนสินทรัพย์ที่มีเป็นเงินสด สินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องสูง จะสามารถเปลี่ยนเป็นเงินสดได้อย่างรวดเร็ว เช่น เงินฝากธนาคาร ส่วนสินทรัพย์ที่มีสภาพคล่องต่ำ จะต้องใช้เวลานานในการขายหรือเปลี่ยนให้เป็นเงินสด เช่น รถ ที่ดิน หรือ สิ่งของสะสม

5. อัตราค่าธรรมเนียมและข้อกำหนดต่าง ๆ ผลิตภัณฑ์เพื่อการออมแต่ละประเภทจะมีข้อกำหนดและอัตราค่าธรรมเนียมที่แตกต่างกัน เช่น เงินฝากบางประเภทอาจมีข้อกำหนดว่าหากถอนเงินเกินจำนวนครั้งสูงสุดที่กำหนดก็จะต้องเสียค่าธรรมเนียมการเบิกถอนเพิ่ม รวมทั้งอาจมีค่าธรรมเนียมกรณีบัญชีไม่เคลื่อนไหว ดังนั้น ก่อนการตัดสินใจควรศึกษาข้อมูลรายละเอียดให้เข้าใจอย่างถ่องแท้ก่อน

6. ภาษี หัก ณ ที่จ่าย โดยทั่วไปผลตอบแทนในรูปของดอกเบี้ยเงินฝากจะถูกหักภาษี ณ ที่จ่าย 15% แต่ก็มีผลตอบแทนการออมบางประเภทที่ได้รับยกเว้นภาษี เช่น ดอกเบี้ยจากเงินฝากออมทรัพย์ส่วนที่ไม่เกิน 20,000 บาท ดอกเบี้ยจากสลากออมทรัพย์ ดอกเบี้ยจากเงินฝากประจำรายเดือน ตั้งแต่ 24 เดือนขึ้นไป (บุคคลธรรมดาสามารถใช้สิทธิฝากเงินในบัญชีประเภทนี้ได้เพียงบัญชีเดียว โดยยอดเงินฝากรวมต้องไม่เกิน 600,000 บาท และผู้ปกครองสามารถเปิดบัญชีในนามของผู้เยาว์ได้)

7. การคุ้มครองเงินฝาก หากสถาบันการเงินตามกฎหมายว่าด้วยสถาบันคุ้มครองเงินฝากถูกเพิกถอนใบอนุญาต ผู้ฝากในสถาบันการเงินดังกล่าว จะได้รับเงินฝาก (เงินต้นและดอกเบี้ย) คืนจากสถาบันคุ้มครองเงินฝากภายใต้วงเงินคุ้มครอง 1 ล้านบาท โดยจะคุ้มครองในลักษณะ 1 รายผู้ฝาก ต่อ 1 สถาบันการเงิน

กองทุนการออมแห่งชาติ (2563) ได้อธิบายว่าในแต่ละช่วงวัยย่อมมีการใช้ชีวิตที่ต่างกัน ซึ่งส่งผลให้แผนการใช้ชีวิตและการออมเงินต่างกันไปด้วย ช่วงวัย หรือ อายุที่ต่างกันของคนแต่ละช่วง เป็นปัจจัยสำคัญต่อการวางแผนการเงิน เพราะคนแต่ละวัย ย่อมมีการใช้ชีวิตที่ไม่เหมือนกัน วันนี้ เราจึงมีเคล็ดลับการออมเงินเพื่อให้เหมาะกับคนทั้ง 4 เจนเนอเรชั่น มาเป็นแนวทางให้ลองทำตามกันดังนี้

1. Baby Boomer เกิดช่วงปี พ.ศ. 2489-2507 : อายุ 50 ปีขึ้นไป เป็นเจนเนอเรชั่นยุคหลังสงครามโลกครั้งที่สองสิ้นสุดลง และโลกกำลังก้าวเข้าสู่ยุคพัฒนาอุตสาหกรรม จึงเติบโตมาพร้อมกับการแข่งขันทำงานหนัก มีความอดทนสูง และมีความประหยัด รอบคอบเป็นที่สุด ปัจจุบัน คนกลุ่มนี้เริ่มเข้าสู่วัยชราแล้ว ดังนั้นแผนการออมเงินเพื่อเกษียณอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรก จึงควรนำเงินออมส่วนใหญ่เก็บไว้ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่ำ เน้นความมั่นคง เงินต้นไม่หาย เช่น ฝากประจำ ซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) หรือ กองทุนการออมแห่งชาติ (กอช.) เพื่อมีเงินใช้ในวัยเกษียณ

2. Gen X เกิดช่วงปี พ.ศ. 2508-2522 : อายุ 40 ปีขึ้นไป กลุ่มคนวัยทำงานที่อยู่ในช่วงสร้างครอบครัว เติบโตมาในยุคที่เศรษฐกิจกำลังพัฒนาอย่างรวดเร็ว จึงมีนิสัยกล้าแสดงออก มีความเป็นตัวของตัวเองสูง และมีความคิดสร้างสรรค์ แต่ก็เป็นกลุ่มที่ใช้เงินเก่ง การวางแผนการเงินของคน Gen X จึงควรระวังเรื่องการก่อหนี้จนเกินตัว และโฟกัสเรื่องการออมเพื่ออนาคตให้มากขึ้น เพราะแม้จะเป็นช่วงที่หาเงินได้มาก แต่ก็เต็มไปด้วยภาระต่างๆ ที่มากขึ้นตามวัยเช่นกัน การออมเงินสำหรับคนกลุ่มนี้ จึงควรจัดสรรเงินออมให้

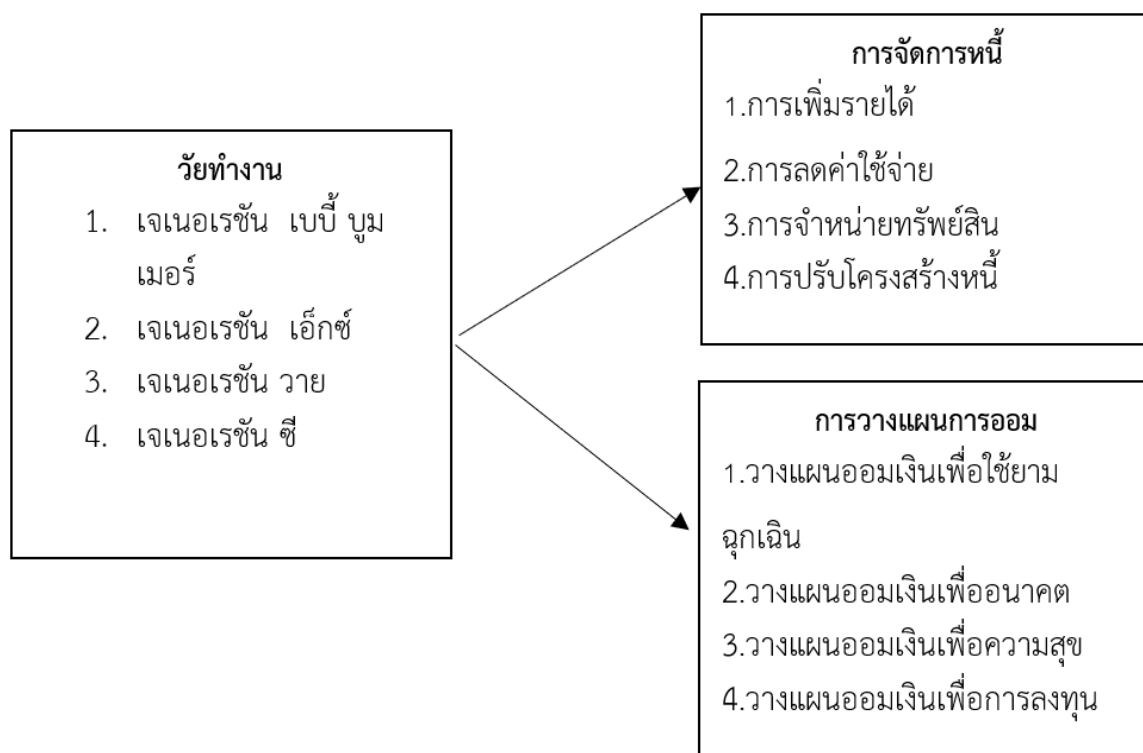
สมดุลกับการใช้ชีวิตของตัวเอง ด้วยการแบ่งเงินออมราว 50-70% เก็บไว้ในที่ปลอดภัยเพื่อเป็นเงินเกษียณอายุ ส่วนที่เหลือค่อยแบ่งมาลงทุนสร้างผลตอบแทนที่อกเงย อย่างเช่น หุ้น หรือ กองทุนรวมหุ้น

3. Gen Y เกิดช่วงปี พ.ศ. 2523-2540 : อายุ 22-40 ปี กลุ่มนี้เกิดมาในยุคที่เทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดียกำลังเฟื่องฟูอย่างมาก จึงมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่ยึดติดกับค่านิยมเดิมๆ มีนิสัยชอบใช้เงินไปกับการท่องเที่ยว ทานอาหาร ดื่มกาแฟราคาแพง ที่สำคัญคือมักไม่ค่อยอดทน รักง่ายหน่ายเร็ว ฉะนั้น คน Gen Y ซึ่งส่วนใหญ่อยู่ในวัยเริ่มต้นทำงาน จึงควรฝึกวินัยการออมเงินให้เป็นนิสัย และด้วยนิสัยของคน Gen Y ที่กล้าได้กล้าเสีย ชอบเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ จึงเหมาะที่จะลองทดลองดูในเรื่องการลงทุน โดยศึกษาหาความรู้เรื่องการออม การลงทุนให้มากขึ้น และสามารถนำเงินออมส่วนใหญ่ 70-80% ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น หุ้น กองทุนรวมหุ้น เพื่อผลตอบแทนที่อกเงย แต่ก็ควรกันเงินราว 20-30% ของเงินออม เก็บไว้ในรูปแบบที่มีความปลอดภัย เช่น เงินฝาก ตราสารหนี้ หุ้นกู้ เพื่อความมั่นคงในอนาคตด้วย

4. Gen Z เกิดช่วงปี พ.ศ. 2540 ขึ้นไป : อายุต่ำกว่า 22 ปี กลุ่มนี้คือเด็กรุ่นใหม่ที่ยังเรียนหนังสืออยู่ พวกเขาเติบโตมาพร้อมกับสิ่งอำนวยความสะดวกมากมายในยุคดิจิทัล จึงเปิดรับและเรียนรู้ทุกสิ่งทุกอย่างได้รวดเร็ว มีความเชี่ยวชาญในการหาข้อมูลต่างๆ ในโลกออนไลน์ ทำให้มีนิสัยชื่นชอบความสะดวกสบาย และความรวดเร็ว ดังนั้น หากปลูกฝังนิสัยรักการออมได้ตั้งแต่ช่วงนี้ เมื่อเติบโตขึ้นเป็นผู้ใหญ่จะสามารถวางแผนการเงินได้ดี ซึ่งสิ่งสำคัญที่สุดคือเรื่องวินัยในการออม ต้องออมอย่างสม่ำเสมอ เก็บออมไปเรื่อย ๆ และควรเลือกออมหรือลงทุนประเภทความเสี่ยงต่ำแบบง่ายๆ เช่น หยอดกระปุก ฝากเงินในธนาคาร ซื้อสลากออมทรัพย์ เป็นต้น

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้



แผนภาพที่ 3 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยการศึกษาการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงานเป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถาม ซึ่งประชากรที่ใช้ในการศึกษา ได้แก่ วัยทำงานในเขต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม ซึ่งไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน ดังนั้นการเลือกกลุ่มตัวอย่างการศึกษาในครั้งนี้ ด้วยการเลือกแบบเจาะจง แบ่งตามเจเนอเรชั่น ใช้วิธีการคำนวณจำนวนกลุ่มตัวอย่าง โดยใช้สูตร W.G. Cochran (1953) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ที่ความคลาดเคลื่อน $\pm 5\%$ ได้กลุ่มตัวอย่าง 400 ชุด แล้วแบ่งตามเจเนอเรชั่น ได้ กลุ่มตัวอย่างเจเนอเรชั่นละ 100 ตัวอย่าง

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยใช้เครื่องมือแบบสอบถาม เป็นแบบสอบถามปลายปิด มีส่วนประกอบ 2 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามการศึกษาการจัดการหนี้ของวัยทำงาน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1.การเพิ่มรายได้ 2.การลดค่าใช้จ่าย 3.การจำหน่ายทรัพย์สิน และ 4.การปรับโครงสร้างหนี้ คำตอบเป็นแบบเลือกตอบ

ส่วนที่ 2 แบบสอบถามการวางแผนการออมของวัยทำงาน จำนวน 4 ข้อ ได้แก่ 1.วางแผนออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน 2.วางแผนออมเงินเพื่ออนาคต 3.วางแผนออมเงินเพื่อความสุข และ 4.วางแผนออมเงินเพื่อการลงทุน คำตอบเป็นแบบเลือกตอบ

แบบสอบถามได้ถูกประเมินความเที่ยงตรง (Validity) จากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน ประเมินข้อคำถาม ผู้วิจัยได้ปรับแก้แบบสอบถามตามคำแนะนำของผู้เชี่ยวชาญ ข้อคำถามรายข้อมีค่าระหว่าง 0.67-1 ทุกข้อ ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทดสอบความเชื่อมั่น (Reliability) (Cronbach, 1990) จากวัยทำงานในเขต ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดนครปฐม จำนวน 30 คน พบว่า มีค่าความเชื่อมั่น (α) เท่ากับ 0.90 และ 0.96 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อถือได้ สามารถนำไปเก็บรวบรวมข้อมูลได้

การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางคอมพิวเตอร์ ในการวิเคราะห์ข้อมูล โดยแบ่งเป็น 2 ขั้นตอน ดังนี้

1.ข้อมูลคุณลักษณะส่วนบุคคลของวัยทำงานและการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงานใน วิเคราะห์โดยใช้ การแจกแจงความถี่ ร้อยละ

2.หาผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงาน ใช้สถิติ ANOVA (Analysis Of Variance)

4. ผลการวิจัย

การศึกษาการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงานในเจเนอเรชั่นต่างๆ สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

ส่วนที่ 1 จำนวนและร้อยละข้อมูลของการจัดการหนี้และการออมของวัยทำงาน

การวิเคราะห์ข้อมูลการจัดการหนี้ของวัยทำงานในเจเนอเรชั่นต่างๆ ผู้ตอบแบบสอบถามมี จำนวน 400 คน ผลวิเคราะห์ข้อมูลมีรายละเอียดดังนี้

ตารางที่ 2 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการจัดการหนี้ของวัยทำงาน ในภาพรวม

ข้อมูลการจัดการหนี้	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
การเพิ่มรายได้			
ใช้ทักษะของตนเอง เช่น สอนพิเศษ ถ่ายภาพ ทำบัญชี ทำงานออนไลน์	4.41	0.806	มากที่สุด
ใช้แรงงานของตนเอง เช่น ทำสวน ส่งสินค้า ส่งอาหาร	3.89	0.954	มาก
ใช้สินทรัพย์ที่มี เช่น ให้เช่าพื้นที่ ให้เช่ารถ เป็นต้น	4.09	0.875	มาก
การลดค่าใช้จ่าย			
ลดค่าใช้จ่ายผันแปร เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าท่องเที่ยว	4.51	0.609	มากที่สุด
ลดค่าใช้จ่ายคงที่ เช่น ลดขนาด รถ บ้าน แพคเกจประกัน เพื่อประหยัด	3.73	0.906	มาก
การจำหน่ายทรัพย์สิน			
จำหน่ายทรัพย์สินทางการเงิน เช่น สลากออมทรัพย์ เวเนคินกรมธรรม์ ประกันชีวิต ทองคำ ธนบัตร หุ้น พันธบัตร ตราสารหนี้	4.37	0.725	มากที่สุด
จำหน่ายทรัพย์สินมีตัวตน เช่น บ้าน รถยนต์ รถมอเตอร์ไซด์	3.54	0.944	มาก
จำหน่ายทรัพย์สินเพื่อสะสม เช่น นาฬิกา ของสะสม ต่างๆ	3.85	0.989	มาก
การปรับโครงสร้างหนี้			
การขยายเวลาชำระหนี้	4.38	0.746	มากที่สุด
การเจรจาขอลดดอกเบี้ยหรือการพักชำระเงินต้น	4.27	0.725	มากที่สุด
รีไฟแนนซ์ (ย้ายธนาคารที่กู้เพื่อลดดอกเบี้ย แต่มีค่าใช้จ่ายในการดำเนินการ)	3.77	0.908	มาก
รวม	4.07	0.354	มาก

จากตารางที่ 2 ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลการจัดการหนี้โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 4.07 เมื่อพิจารณารายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า ลดค่าใช้จ่ายผันแปร เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าท่องเที่ยว ค่าเฉลี่ย 4.51 รองลงมาคือ ใช้ทักษะของตนเอง เช่น สอนพิเศษ ถ่ายภาพ ทำบัญชี ทำงานออนไลน์ค่าเฉลี่ย 4.41 และการขยายเวลาชำระหนี้ ค่าเฉลี่ย 4.38

ตารางที่ 3 ค่าคะแนนเฉลี่ยและค่าความเบี่ยงเบนมาตรฐานของการวางแผนการออมของวัยทำงาน

การวางแผนการออม	$\bar{x}$	S.D.	แปลผล
ทำนวางแผนออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เช่น ค่ารักษาพยาบาล	4.46	0.659	มากที่สุด
ค่าใช้จ่ายจำเป็นเมื่อหยุดงาน			
ทำนวางแผนออมเงินเพื่ออนาคต เช่น เกษียณ ซื้อบ้าน ซื้อรถ	4.15	0.765	มาก
ทำนวางแผนออมเงินเพื่อความสุข เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของขวัญให้ตัวเอง	3.40	0.855	ปานกลาง
ทำนวางแผนออมเงินเพื่อการลงทุน เช่น สลากออมทรัพย์ ทองคำ หุ้น	3.22	1.015	ปานกลาง
สหกรณ์ และกองทุนรวม			
รวม	3.81	0.515	มาก

จากตารางที่ 3 ผลการศึกษาข้อมูล พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามมีข้อมูลการวางแผนการออม โดยรวมในระดับเห็นด้วยมาก ค่าเฉลี่ย 3.81 เมื่อพิจารณารายข้อ 3 อันดับแรก พบว่า ท่านวางแผนออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน เช่น ค่ารักษาพยาบาล ค่าใช้จ่ายจำเป็นเมื่อหยุดงาน ค่าเฉลี่ย 4.46 รองลงมาคือ ท่านวางแผนออมเงินเพื่ออนาคต เช่น เกษียณ ซื้อบ้าน ซื้อรถ ค่าเฉลี่ย 4.15 และท่านวางแผนออมเงินเพื่อความสุข เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของขวัญให้ตัวเอง ค่าเฉลี่ย 3.40

ส่วนที่ 2 การวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยวิธี One-Way ANOVA เกี่ยวกับวิทยทำงานต่อการจัดการหนี้ และการวางแผนการออมมี รายละเอียด ดังนี้

ตารางที่ 4 การจัดการหนี้เมื่อจำแนกตามเจเนอเรชัน

วิทยทำงาน	การจัดการหนี้				
	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
เจเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ (พ.ศ.2489-2507)	100	4.22	0.273	23.397	0.000*
เจเนอเรชัน เอ็กซ์ (พ.ศ. 2508-2522)	100	4.20	0.405		
เจเนอเรชัน วาย (พ.ศ.2523-2540)	100	4.02	0.265		
เจเนอเรชัน ซี (พ.ศ. 2541-2565)	100	3.88	0.361		
รวม	400	4.07	0.354		

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยวิธี One-Way ANOVA เกี่ยวกับวิทยทำงานต่อการจัดการหนี้ พบว่า แต่ละช่วงวิทยทำงานมีความแตกต่างกันของการจัดการหนี้ ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบผลต่างของการจัดการหนี้ ในแต่ละช่วงวิทยทำงานรายคู่

วิทยทำงาน	เจเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ (p-value)	เจเนอเรชัน เอ็กซ์ (p-value)	เจเนอเรชัน วาย (p-value)	เจเนอเรชัน ซี (p-value)
เจเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์	-	0.703	0.000*	0.000*
เจเนอเรชัน เอ็กซ์		-	0.000*	0.000*
เจเนอเรชัน วาย			-	0.001*
เจเนอเรชัน ซี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบผลต่างของการจัดการหนี้ ในแต่ละช่วงวิทยทำงานรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ Bonferroni พบว่า การจัดการหนี้ของเจเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ กับเจเนอเรชัน วาย, เจเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ กับเจเนอเรชัน ซี, เจเนอเรชัน เอ็กซ์ กับเจเนอเรชัน วาย, เจเนอเรชัน เอ็กซ์ กับเจเนอเรชัน ซีและ เจเนอเรชัน วายกับ เจเนอเรชัน ซี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ตารางที่ 6 การวางแผนการออมเมื่อจำแนกตามเจนอเรชัน

วัยทำงาน	การวางแผนการออม				
	n	$\bar{x}$	S.D.	F	Sig.
เจนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ (พ.ศ.2489-2507)	100	4.22	0.273	23.397	0.000*
เจนอเรชัน เอ็กซ์ (พ.ศ. 2508-2522)	100	4.20	0.405		
เจนอเรชัน วาย (พ.ศ.2523-2540)	100	4.02	0.265		
เจนอเรชัน ซี (พ.ศ. 2541-2565)	100	3.88	0.361		
รวม	400	4.07	0.354		

ผลการวิเคราะห์สถิติเชิงอนุมานด้วยวิธี One-Way ANOVA เกี่ยวกับวัยทำงานต่อการวางแผนการออม พบว่า แต่ละช่วงวัยทำงานมีความแตกต่างกันของการวางแผนการออม ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อย่างน้อย 1 คู่ จึงทำการทดสอบเป็นรายคู่ต่อไป

ตารางที่ 7 ผลการเปรียบเทียบผลต่างของการวางแผนการออม ในแต่ละช่วงวัยทำงานรายคู่

วัยทำงาน	เจนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ (p-value)	เจนอเรชัน เอ็กซ์ (p-value)	เจนอเรชัน วาย (p-value)	เจนอเรชัน ซี (p-value)
เจนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์	-	0.095	0.000*	0.012*
เจนอเรชัน เอ็กซ์		-	0.664	1.000
เจนอเรชัน วาย			-	1.000
เจนอเรชัน ซี				-

* มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

ผลการเปรียบเทียบผลต่างของการจัดการหนี้ ในแต่ละช่วงวัยทำงานรายคู่ ด้วยวิธีทดสอบแบบ Bonferroni พบว่า การวางแผนการออมของเจนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ กับเจนอเรชัน วาย, เจนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ กับเจนอเรชัน ซี แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1.การจัดการหนี้ของวัยทำงาน ในภาพรวม พบว่า วัยทำงาน มีระดับการตัดสินใจการจัดการหนี้ อยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า วัยทำงานให้ระดับการตัดสินใจการจัดการหนี้ด้านการลดค่าใช้จ่าย มากเป็นอันดับแรก โดยมุ่งเน้นการลดค่าใช้จ่ายผันแปร เช่น ค่าอาหาร ค่าเดินทาง ค่าท่องเที่ยว รองลงมาได้แก่ ด้านการเพิ่มรายได้ ด้วยการใช้แรงงานของตนเอง เช่น ทำสวน ส่งสินค้า ส่งอาหาร ด้านการจำหน่ายทรัพย์สิน ด้วยการจำหน่ายทรัพย์สินทางการเงิน เช่น สลากออมทรัพย์ เว้นคืนกรมธรรม์ประกันชีวิต ทองคำ ธนบัตร หุ้น พันธบัตร ตราสารหนี้ และ ด้านการปรับโครงสร้างหนี้ ด้วยการขยายเวลาชำระหนี้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ฌนาภัก สุขสบาย (2566) ศึกษาสภาพปัญหาและการจัดการหนี้สินของคนวัย

ทำงานในกรุงเทพมหานคร พบว่าคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครมีการจัดการหนี้สินด้านการวางแผนใช้จ่ายเงินมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าด้านการวางแผนใช้จ่ายเงิน กลุ่มตัวอย่างให้ค่าเฉลี่ยระดับความสำคัญ ด้านการกำหนดทิศทางการวางแผนการใช้จ่ายเงินอย่างชัดเจน เช่นเดียวกับ ทิพย์ภาวรรณ แต่งชุม (2564) ที่ศึกษาแนวทางการจัดการหนี้สินของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ในช่วงโรคระบาดโควิด-19 ในปี พ.ศ 2563-2564 พบว่า วัยทำงานส่วนใหญ่มีวินัยในการชำระหนี้เป็นอย่างดี ในระดับมาก และมีการจัดลำดับความสำคัญของค่าใช้จ่ายและจ่ายค่าใช้จ่ายที่มีความจำเป็นก่อน อยู่ในระดับมาก

2.การวางแผนการออมของวัยทำงาน ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่าด้านวางแผนออมเงินเพื่อใช้ยามฉุกเฉิน วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมา คือ ด้านวางแผนออมเงินเพื่อการลงทุน วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับมาก ส่วนด้านวางแผนออมเงินเพื่ออนาคต ด้านวางแผนออมเงินเพื่อความสุข วัยทำงานมีการวางแผนอยู่ในระดับปานกลาง ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชรินทร์ โตโพธิ์ไทย (2564) พบว่า จากเดิมที่ผู้คนออมไว้เพื่อใช้จ่ายยามเกษียณ เพื่อการลงทุน และเพื่อการศึกษาเป็นอันดับต้น ๆ หลังเกิดวิกฤตการแพร่ระบาดของโรคโควิด 19 จุดประสงค์การออมเปลี่ยนไปเป็น เพื่อใช้จ่ายยามฉุกเฉิน เพราะเกิดความตระหนักถึงความจำเป็นและความเป็นไปได้ที่จะเกิดเหตุการณ์ที่ไม่คาดคิด นอกจากนี้จากงานวิจัยนี้ยังพบว่า วัยทำงานให้ความสำคัญกับวางแผนออมเงินเพื่อความสุข เช่น ท่องเที่ยว ซื้อของขวัญให้ตัวเอง และวางแผนออมเงินเพื่อการลงทุน อยู่ในระดับปานกลาง ที่ผลงานวิจัยเป็นเช่นนี้ เนื่องจากหลังจากเกิดโรคระบาดโควิด-19 ในประเทศไทย ทำให้วัยทำงานมีงานน้อยลง รายได้น้อยลง จึงต้องประหยัดในเรื่องของการท่องเที่ยวและการลงทุน นั่นเอง

3.การวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลต่างของวัยทำงานเจนเนอเรชันต่างๆ กับการจัดการหนี้ พบว่า แต่ละช่วงวัยทำงานมีความแตกต่างกันของการจัดการหนี้ ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำมาทดสอบรายคู่ต่อ จึงพบว่า วัยทำงานเจนเนอเรชัน ซี มีการตัดสินใจด้านการจัดการหนี้แตกต่างกับ เจเนอเรชัน เบบี้บูมเมอร์, เจเนอเรชัน เอ็กซ์ และเจนเนอเรชัน วาย ซึ่งสอดคล้องกับ การศึกษาของ ฉัตร ชุตินทรากุล (2566) พบว่า เจเนอเรชัน ซี เป็นวัยที่สร้างรายได้ได้เร็ว กำลังซื้อจึงสูงขึ้นอย่างรวดเร็วเช่นกัน ประกอบกับความนิยมในการรับสื่อแบบสั้น ๆ เข้าใจง่าย ทำให้การตัดสินใจซื้อจึงเป็นแบบ “จ่ายเร็ว จ่ายครั้งละไม่มาก แต่จ่ายถี่ ๆ ” และมักจะจ่ายไปกับสิ่งที่ไม่ค่อยได้ใช้ ทำให้สร้างหนี้โดยไม่รู้ตัว จากข้อมูลสถิติเครดิตบูโร ปี 2566 พบว่า การเป็นหนี้ของคน เจเนอเรชัน ซี เพิ่มขึ้นในอัตราที่สูงกว่าคนเจนอื่น ๆ

4.การวิเคราะห์การเปรียบเทียบผลต่างของวัยทำงานเจนเนอเรชันต่างๆ กับการวางแผนการออม พบว่าแต่ละช่วงวัยทำงานมีความแตกต่างกันของการวางแผนการออม ซึ่งแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เมื่อนำมาทดสอบรายคู่ต่อ จึงพบว่า วัยทำงานเจนเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ มีการตัดสินใจด้านการวางแผนการออม แตกต่างกับ เจเนอเรชัน วาย และ เจเนอเรชัน ซี ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของ กองทุนการออมแห่งชาติ (2563) พบว่า วัยทำงานเจนเนอเรชัน เบบี้ บูมเมอร์ เริ่มเข้าสู่วัยชราแล้ว ดังนั้นแผนการออมเงินเพื่อเกษียณอายุจึงเป็นเรื่องสำคัญอันดับแรก จึงควรนำเงินออมส่วนใหญ่เก็บไว้ในรูปแบบที่มีความเสี่ยงต่ำ เน้นความมั่นคง เงินต้นไม่หาย เช่น ฝากประจำ ซื้อประกันชีวิตแบบบำนาญ กองทุนรวมเพื่อการเลี้ยงชีพ (RMF) ส่วนเจนเนอเรชัน วาย และ เจเนอเรชัน ซี เกิดมาในยุคที่เทคโนโลยี และสื่อโซเชียลมีเดียกำลังเฟื่องฟูอย่างมาก จึงศึกษาหาความรู้เรื่องการออม การลงทุนได้มาก และสามารถนำเงินออมส่วนใหญ่ 70-80% ลงทุนในสินทรัพย์ที่มีความเสี่ยงสูง เช่น หุ้น คริปโตเคอเรนซี กองทุนรวมหุ้น เป็นต้น

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. หน่วยงานควร มีแนวคิดการจัดการหนี้ที่ชัดเจน โดยเริ่มต้นจากการลดค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็นในชีวิตประจำวัน แล้วจัดลำดับความสำคัญเพื่อวางแผนชำระหนี้ให้มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะ เจเนอเรชัน ซี ควรหลีกเลี่ยงการสร้างหนี้บริโภค ซึ่งเป็นหนี้ที่เกิดจากการกู้เงินมาใช้จ่ายเพื่อการบริโภค หรือเพื่อสร้างความสุขสบายในชีวิตประจำวัน โดยลืมนำถึงประโยชน์ที่แท้จริงจากการซื้อสินค้าและบริการนั้น ๆ และลืมนำถึงทางเลือกอื่นที่ประหยัดกว่า

2. หน่วยงาน ควรวางแผนการออม ตามวัตถุประสงค์ ซึ่งอันดับแรกต้องวางแผนการออมเพื่อกรณีฉุกเฉินเพื่อเก็บไว้ใช้ในกรณีเจ็บป่วย หรือมีเหตุให้ต้องใช้เงินก้อนอย่างเร่งด่วน โดยควรแยกเก็บไว้ในบัญชีเงินฝากออมทรัพย์

3. หน่วยงานที่เป็นหนี้ ต้องดำเนินการตามกระบวนการจัดการหนี้ หากทำตามขั้นตอนแล้วยังเข้าสู่ภาวะจ่ายหนี้ที่มีอยู่ไม่ไหว นอกจากควรติดต่อสถาบันการเงินเพื่อขอปรับปรุงโครงสร้างหนี้ให้เราจ่ายคืนได้ด้วยรายได้ที่ลดลงแล้ว หากเรามีทรัพย์สินหรือหลักประกัน ก็อาจเลือกมาเป็นตัวช่วยในการชำระหนี้ เพราะเป็นวิธีแก้ปัญหานี้ที่ต้องแก้ไขอย่างเร่งด่วนได้ง่ายและรวดเร็ว

4. หน่วยงานควรวางแผนออมเงิน ด้านการออมเงินใช้ยามฉุกเฉิน การออมเงินเพื่ออนาคต การออมเงินเพื่อความสุข และการออมเงินเพื่อการลงทุนอย่างมีแบบแผน ควรเริ่มต้นวางแผนการออมแบบ DCA :ซึ่งเป็นการลงทุนแบบถัวเฉลี่ยต้นทุน โดยการนำเงินไปลงทุนในสินทรัพย์ต่างๆ เป็นงวดๆ งวดละเท่าๆ กันอย่างต่อเนื่อง อาจเป็นงวดรายสัปดาห์ รายเดือน หรือรายไตรมาส โดยไม่ต้องสนใจว่าราคาสินทรัพย์ในตอนที่เราลงทุนนั้นจะถูกหรือแพง เป็นการลงทุนแบบอัตโนมัติโดยกำหนดเวลาและจำนวนเงินไว้ล่วงหน้า จึงช่วยตัดปัญหาความกังวลที่ว่าควรจะเข้าลงทุนเมื่อไหร่ดีถึงจะได้ของราคาถูก และควรลงทุนเท่าไรดีถึงจะคุ้มค่าที่สุด

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยในครั้งต่อไปผู้วิจัยสนใจศึกษาเชิงลึกถึงรูปแบบการออมที่วัยทำงานเลือก เช่น ฝากเงิน ออมทอง ซื้อกองทุน ซื้อพันธบัตร

2. ผู้ที่สนใจอาจพัฒนาผลการวิจัยเพื่อทำการศึกษาในการวิจัยเชิงคุณภาพ หรือการทำวิจัยแบบผสมวิธีในโอกาสต่อไป

เอกสารอ้างอิง

- กองทุนการออมแห่งชาติ. (2563). **เคล็ดลับการออมเงินในแต่ละเงินเดือน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2567 จาก <https://www.nsf.or.th/node/789>
- ฉัตร ชุตินุสทรกุล. (2566). **หลุมพรางสู่การเป็นหนี้ ที่คน Gen Z ควรระวัง**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2567 จาก <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/knowledge/article/104-tsi-beware-of-debt-trap-for-gen-z>
- ชนินทร์ โตโพธิ์ไทย. (2564). **ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการออมของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานครในช่วงโควิด 19**. เศรษฐศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาเศรษฐศาสตร์ธุรกิจ คณะเศรษฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ณภาพ สุขสบาย. (2566). **การศึกษาสภาพปัญหาและการจัดการหนี้สินของคนวัยทำงานในกรุงเทพมหานคร**. บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. สาขาวิชาการเงิน คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- ตลาดหลักทรัพย์. (ม.ป.ป.). **อยากหลุดพ้นจากหนี้สิน ต้องเริ่มอย่างไร**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.set.or.th/th/education-research/education/happymoney/debt>
- ทิพย์ภาวรรณ แต่งชุม. (2564). **การสำรวจแนวทางการจัดการหนี้สินของคนวัยทำงานในจังหวัดนนทบุรี ในช่วงโรคระบาดโควิด-19 ในปี พ.ศ 2563-2564**. กรุงเทพมหานคร. วิทยาลัยบริหารธุรกิจนวัตกรรมและการบัญชี มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ไทยรัฐ การเงิน. (2566). **เครดิตบูโร เปิดตัวเลข หนี้เสีย คนต่างวัย Gen Y สูงสุด 3.9 แสนล้าน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567 จาก https://www.thairath.co.th/money/economics/thailand_econ/2744149
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **ชีวิตหนี้คนไทย เมื่อผ่านไป 30 ปี**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.bot.or.th/th/research-and-publications/articles-and-publications/bot-magazine/Phrasiam-67-2/256702-Highlight-DebtLife.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **การบริหารหนี้สิน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 11 ธันวาคม 2567 จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/managing-debt/debt-mgt.html>
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (ม.ป.ป.). **การออม**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 9 มกราคม 2568 จาก <https://www.bot.or.th/th/satang-story/money-plan/saving.html>
- บัญชา ชุมชัยเวทย์. (2567). **แบงก์ชาติเผยชีวิตหนี้คนไทยย้อน 30 ปีที่แล้ว หนี้ครัวเรือนต่ำกว่า 40% แต่ทุกวันนี้เกิน 90% ต่อจีดีพี**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 31 มีนาคม 2567 จาก <https://btimes.biz/whatsup>
- ศิลปพร ศรีจันทร์เพชร. (2565). **การวางแผนและการควบคุมหนี้สิน**. *สรรพกรสาส์น*, 69(3). 77-84
- Cochran, W.G. (1953). *Sampling Techniques*. New York: John Wiley & Sons, Inc.
- Cronbach, L.J. (1990). *Essentials of psychological testing*. (5th ed.). New York: Harper & Row.

อิทธิพลที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานของบริษัทเอกชน
ในเขตกรุงเทพมหานคร
Influences affecting employee happiness at work of private companies
in Bangkok

ประสงค์ อุทัย^{1*} พัทธนันท์ ตั้งวรรณวิทย์² ชนม์ธิดา ยศปัน³ วัฒนา เอกปมิตศิลป์⁴ สิทธิศักดิ์ ทองสุข⁵
และ ประครองขวัญ สังจะโป๊ะ⁶
(Prasong Uthai^{1*}, Pattanan Tangwannawit², Chontida Yospan³, Wattana Eakpamitsin⁴,
Sittisak Thongsuk⁵ and Prakrongkwan Sungjapo⁶)

¹⁻²อาจารย์ สาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร

¹⁻²Lecturer, Management Faculty of Business Administration
Thonburi University, Bangkok, Thailand

³อาจารย์ สาขาการตลาดดิจิทัล คณะการบัญชีและการจัดการ
มหาวิทยาลัยเซนต์บังกอก กรุงเทพมหานคร

³ Lecturer, Digital Marketing, Faculty of Accounting and Management Science
Southeast Bangkok University, Bangkok, Thailand

⁴⁻⁵อาจารย์ สาขาวิทยาการข้อมูลและเทคโนโลยีสารสนเทศ คณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี
มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร

⁴⁻⁵Lecturer, Department of Data Science and Information Technology,
Faculty of Science and Technology, Thonburi University, Bangkok, Thailand

⁶อาจารย์ สาขาวิชาการจัดการธุรกิจระหว่างประเทศ
คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยธนบุรี กรุงเทพมหานคร

⁶Lecturer, Department of International Business Management,
Faculty of Business Administration, Thonburi University, Bangkok, Thailand

Corresponding Author: e-mail: prasong_mn@thonburi-u.ac.th

Article history:

Received 20 September 2024

Revised 6 April 2025

Accepted 8 April 2025

SIMILARITY INDEX = 12.96 %.

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของงานพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรได้แก่ พนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 6,204,652 คน ได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 400 คน ใช้วิธีการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก เครื่องมือที่ใช้เป็นแบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ความถี่ ค่าเฉลี่ย ร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานของงานพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งงาน จะมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

คำสำคัญ ความสุขในการทำงาน ปัจจัยส่วนบุคคล พนักงานบริษัทเอกชน

ABSTRACT

This research aimed to study the work happiness of private company employees in Bangkok, classified by personal factors. The population consisted of 6,204,652 private company employees in Bangkok. A sample size of 400 individuals was obtained using convenience sampling. The research instrument used was a questionnaire. Data were analyzed using frequency, mean, percentage, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance.

The research findings revealed that the work happiness of private company employees in Bangkok differed significantly based on personal factors such as gender, age, marital status, business type, and job position, at the .01 level of significance.

Keywords: Work happiness, Personal factors, Private company employees

1. บทนำ

ในการทำงานอย่างมีความสุขนั้นเป็นสิ่งที่บุคลากรทุกคนในองค์กรนั้นปรารถนาหากได้ทำงานในที่ทำงานที่รู้สึกมีความสุขจะรู้สึกผูกพันสนุกสนานความรู้สึกที่มาทำงานจะหมดไปกลายเป็นการร่วมสนุกกับกิจกรรมต่าง ๆ ปัจจุบันกระแสการสร้างการทำงานอย่างมีความสุขในประเทศไทยได้เริ่มแพร่หลายมากยิ่งขึ้น สร้างแรงจูงใจในการทำงานให้แก่บุคลากรรู้สึกถึงการมีส่วนร่วมในการทำงาน ทำงานแล้วรู้สึกมีความสุขรู้สึกถึงความมั่นคงในงานการเจริญเติบโตก้าวหน้ากระตือรือร้นในการทำงานที่ได้รับมอบหมายสนุกกับงานมีความสัมพันธ์อันดีกับเพื่อนร่วมงานและสภาพแวดล้อมที่ดีที่เอื้ออำนวยให้เกิดความสุขในการทำงานลดความเครียดและความขัดแย้งภายในองค์กรซึ่งจะช่วยให้องค์กรเจริญก้าวหน้าและพัฒนาได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลองค์กรที่ประสบความสำเร็จได้ปัจจัยสำคัญที่เป็นแรงผลักดันก็คือปัจจัยแห่งความสุขจะเห็นได้ว่าถ้าบุคลากรในองค์กรมีความสุขในการทำงานจะส่งผลต่อตนเองต่องานที่ได้รับมอบหมายและต่อองค์กร บุคลากรที่มีความสุขทำให้มีสุขภาพจิตที่ดีส่งผลให้มีความพร้อมและมีประสิทธิภาพในการทำงานและนำไปสู่การพัฒนาองค์กรต่อไป

จากสภาพเศรษฐกิจสังคมและสภาพแวดล้อมต่าง ๆ ทั้งปัจจัยภายนอกและภายในของชีวิตมนุษย์ในปัจจุบันล้วนมีความเครียดและความกดดันที่หลีกเลี่ยงไม่ได้เสมอ ดังนั้นทุกคนจึงต้องการแสวงหาสิ่งที่ทำให้ตนเองนั้นผ่อนคลายความกดดัน เกิดความรู้สึกภายในจิตใจที่เรียกว่าความสุข ไม่ว่าจะเป็นความสุขในชีวิตส่วนตัวความสุขในชีวิตการทำงาน หรือแม้แต่ในชีวิตสังคมทั่วไปก็ตาม ความสุขในการทำงานถือเป็นสิ่งที่น่าพึงประสงค์ของคนทุกระดับในองค์กรตั้งแต่ผู้บริหารจนถึงพนักงาน เพราะคนส่วนใหญ่ใช้ชีวิตหมดไปกับการทำงานชีวิตคนทำงานไม่มีใครที่ไม่ต้องการความสุขเพราะความสุขที่เกิดขึ้นเป็นเสมือนน้ำหล่อเลี้ยงให้พฤติกรรมคนปรับเปลี่ยนไปในทางที่ดีขึ้น อันนำไปสู่ผลการปฏิบัติงานตามที่องค์กรต้องการ ดังนั้นความสุขจึงเป็นสิ่งที่ทุกคนแสวงหานอกจากนี้การสร้างการสร้างความสุขในการทำงานเป็นเรื่องที่ผู้นำทุกวงการให้ความสนใจ เพราะหากผู้ได้บังคับบัญชา หรือลูกน้องพึงพอใจในการร่วมกิจกรรมหรือร่วมงานแล้วผลงานที่ออกมาจะมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นดังนั้นความสุขในการทำงาน จึงเปรียบเสมือนพลังภายในที่ผลักดันการใช้พลังความสามารถที่มีอยู่ให้ปรากฏออกมาในรูปผลสำเร็จของงานและความสุขในการทำงานที่ผู้ปฏิบัติงานจะมีหรือเกิดขึ้นเพียงใด ย่อมจะขึ้นอยู่กับภาระหน้าที่ของเขาคิดว่าทำให้เกิดประโยชน์แก่งานที่ได้กระทำไปแล้วเพียงใดความสุขในการทำงานที่เกิดขึ้นจึงเป็นไปได้ทั้งการกระทำของผู้บังคับบัญชาและทั้งระบบงานที่มีอยู่จึงเป็นหน้าที่อันหลีกเลี่ยงไม่ได้ของผู้บังคับบัญชาทุกระดับที่จะต้องพยายามทุกวิถีทางที่จะต้องสร้างความสุขในการทำงานให้เกิดขึ้นบุคคลที่มีความสุขในการทำงาน มากก็จะค้นคว้าหาวิธีการที่จะเพิ่มทักษะ และความพยายามที่จะบริหารงานโดยใช้ทักษะนั้นให้เกิดประโยชน์มากที่สุด ความผูกพันต่อองค์การแตกต่างกัน คุณภาพชีวิตการทำงานมีความสัมพันธ์ต่อความผูกพันต่อองค์การภาพรวมเฉลี่ยมีความสัมพันธ์ระดับปานกลาง ทิศทางเดียวกันคุณภาพชีวิตการทำงานมีอิทธิพลต่อความผูกพันต่อองค์การด้านสิทธิพนักงาน ด้านลักษณะงานมีส่วนเกี่ยวข้องและสัมพันธ์กับสังคม (ฉัตรฐิตา เกตุจินดา ชิมโสณ วิสิฐนิธิกิจ, 2565)

ความสุขมีความสำคัญในการพัฒนาองค์การตลอดจนการพัฒนาประเทศ เพราะบุคคลที่มีความสุขจะเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์มองโลกในแง่ดีการประสานงานดีการพูดการสื่อสารดีรู้จักเลือกพูดแต่สิ่งที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์สร้างสรรค์ลดความเครียดเสียสละไม่เห็นแก่ตัวทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตัวลดปัญหาการฆ่าตัวตายทำให้บุคคลรอบข้างมีความสุข มีการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในสังคมส่งผลไปถึงสังคมโลกที่มีความสุข. (Layard 2005) สถานการณ์และปัญหาในการทำงานของพนักงานในมุมมองของผู้บริหาร คือ การลาออกเปลี่ยนงานของพนักงาน การไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในการ

ทำงาน (มานพ ชลพานิชกุล และตรีเนตร ต้นตระกูล, 2563) เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือนระดับตำแหน่ง และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 (ทรรศวรรณ ขาวพราย, 2560) ซึ่งจะส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานดีขึ้น ลดการลาออกของพนักงาน และยอดขายเพิ่มขึ้น (ปริยาภรณ์ แสงแก้ว, 2559) ปัจจัยลักษณะบุคคล ด้านระดับการศึกษาและด้านระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สื่อสารกลยุทธ์ และผลิตภัณทราย่อย. (จิระสันต์ วงษ์วรสันต์, 2560) ทำให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานในการส่งเสริมให้พนักงานก่อนวัยเกษียณมีความสุขในการทำงาน โดย ระดับ ชีวิตด้านสิทธิของพนักงาน เป็นระดับที่พนักงานมีความสุขอยู่ในระดับมากที่สุด. (ภาวีน ชินะโชติ, 2561) การสร้างความสุขในการทำงานที่เหมาะสมจะช่วยรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและมีคุณค่าของคอนโดมิเนียม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม. (สมชาย คบขุนทด รัชฎา พองธนกิจ และนพดล บุรณันฎ, 2562) ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสุขในการทำงาน คือ ระดับการศึกษา อายุ การทำงาน และระดับตำแหน่งงาน. (ภัทรดนัย ไต้ไธสง, 2561) ทรัพยากรมนุษย์ถือเป็นปัจจัยสำคัญที่มีส่วนช่วยในการผลักดันองค์กรให้สามารถดำเนินภารกิจบรรลุตามเป้าหมายที่กำหนดไว้เนื่องจากทรัพยากรมนุษย์ นับเป็นกลไกสำคัญในการนำพาองค์กรให้ขับเคลื่อนไปในทิศทางที่เหมาะสม และถือเป็นความท้าทายผู้บริหารในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ให้ปฏิบัติงานให้กับองค์กรอย่างเต็มศักยภาพ. (ราตรี ชินหวัค และกรุณา เชิดจิระพงษ์, 2560)

การทำงานอย่างมีความสุขเป็นเป้าหมายสำคัญของพนักงานทุกคนในองค์กร เพราะความสุขในการทำงานไม่เพียงแต่ช่วยให้บุคลากรรู้สึกพึงพอใจและผูกพันกับองค์กร แต่ยังส่งผลต่อประสิทธิภาพการทำงาน การลดความเครียด และการสร้างบรรยากาศการทำงานที่ดีอีกด้วย บุคลากรที่มีความสุขในการทำงานมักจะมีทัศนคติเชิงบวก มีความกระตือรือร้น มีมนุษยสัมพันธ์ที่ดี และสามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้อย่างมีประสิทธิภาพ ในปัจจุบันหลายองค์กรเริ่มให้ความสำคัญกับการส่งเสริมความสุขในการทำงานมากยิ่งขึ้น โดยมุ่งเน้นไปที่ปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อความรู้สึกของพนักงาน ทั้งในด้านการบริหารจัดการภายในองค์กร และสภาพแวดล้อมทางสังคม เศรษฐกิจที่เปลี่ยนแปลงไป

แม้ว่าความสุขในการทำงานจะได้รับอิทธิพลจากหลายปัจจัย แต่งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาผลของ “ปัจจัยส่วนบุคคล” ที่อาจมีบทบาทต่อระดับความสุขของพนักงานในบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นพื้นที่ที่มีความหลากหลายของธุรกิจและการแข่งขันในตลาดแรงงานสูง โดยเฉพาะปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ประเภทธุรกิจที่สังกัด และตำแหน่งงาน ซึ่งอาจส่งผลต่อทัศนคติ ประสิทธิภาพในการทำงาน และความพึงพอใจที่เกิดขึ้นจากสภาพแวดล้อมการทำงานที่ต่างกัน ตัวอย่างเช่น พนักงานในตำแหน่งบริหารอาจมีมุมมองเรื่องความสุขต่างจากพนักงานในระดับปฏิบัติการ หรือผู้ที่ทำงานในประเภทธุรกิจบริการอาจเผชิญแรงกดดันที่ต่างจากสายงานอุตสาหกรรม

ดังนั้น การศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับความสุขในการทำงานจึงเป็นประเด็นสำคัญที่สามารถนำไปสู่ข้อเสนอแนะในการพัฒนาแนวทางการบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่สอดคล้องกับความแตกต่างของบุคลากรในองค์กรภาคเอกชน โดยเฉพาะในบริบทของกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นศูนย์กลางเศรษฐกิจของประเทศ ความเข้าใจต่ออิทธิพลของปัจจัยส่วนบุคคลเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรสามารถออกแบบสภาพแวดล้อมการทำงาน และนโยบายที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมความสุขในการทำงานอย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อศึกษาความสุขในการทำงานของงานพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับความสุขในการทำงาน

ความสุขมีความสำคัญในการพัฒนาองค์การตลอดจนการพัฒนาประเทศ เพราะบุคคลที่มีความสุขจะเป็นผู้ที่มีความคิดสร้างสรรค์มองโลกในแง่ดีการประสานงานดีการพูดการสื่อสารดีรู้จักเลือกพูดแต่สิ่งที่ดีก่อให้เกิดประโยชน์สร้างสรรค์ลดความเครียดเสียสละไม่เห็นแก่ตัวทำงานเพื่อประโยชน์ส่วนรวมมากกว่าประโยชน์ส่วนตนลดปัญหาการฆ่าตัวตายทำให้บุคคลรอบข้างมีความสุข มีการอยู่ร่วมกันอย่างสันติสุขในสังคมส่งผลไปถึงสังคมโลกที่มีความสุข (Layard R., 2005) ซึ่ง Edward Diener นักจิตวิทยาจาก University of Illinois หรือ Reheppens ที่ได้ทำการศึกษาว่าอะไรบ้างที่ทำให้คนรู้สึกพึงพอใจหรือไม่พึงพอใจในชีวิตมากกว่า 20 ปีแล้ว และได้ข้อสรุปถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานไว้ 4 ประการ ดังนี้

1. สัมพันธภาพระหว่างผู้ร่วมงาน (Connection) หมายถึง การรับรู้ถึงสัมพันธภาพที่ดีที่เกิด ขึ้นกับเพื่อนร่วมงาน โดยมีการให้ความร่วมมือดูแลซึ่งกันและกันสนทนาวาดคุยและสร้างสรรค์กันอย่างเป็นมิตร ให้การช่วยเหลือและได้รับการช่วยเหลือจากเพื่อนร่วมงาน เกิดมิตรภาพและความรู้สึกที่เป็นสุข ตลอดจนรับรู้ได้ว่าอยู่ท่ามกลางเพื่อนร่วมงานที่มีความรักและความปรารถนาดีต่อกัน

2. ความรักในการทำงาน (Love of work) หมายถึง การรับรู้ได้ว่าตนเองมีความรักความผูกพันอย่างเหนียวแน่นกับงาน รับรู้ว่าตนมีพันธกิจกับงานในการปฏิบัติงานให้สำเร็จมีความยินดีที่จะปฏิบัติงานทุกอย่างที่เป็นองค์ประกอบของงานกระตือรือร้นตื่นเต้นดีใจ เพลิดเพลินใจในการทำงาน และปรารถนาที่จะปฏิบัติงานด้วยความเต็มใจ มีความภาคภูมิใจที่ตนมีหน้าที่ความรับผิดชอบในงาน

3. ความสำเร็จในงาน (Work achievement) หมายถึง การรับรู้ได้ว่าตนเองปฏิบัติงานได้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้ โดยได้รับความสำเร็จในการทำงาน ได้รับมอบหมายให้ทำงานที่ท้าทายให้สำเร็จ มีอิสระในการทำงานเกิดผลลัพธ์การทำงานไปในทางบวกในทำให้รู้สึกมีคุณค่าในชีวิต เกิดความภาคภูมิใจในการพัฒนาและเปลี่ยนแปลงสิ่งต่างๆ เพื่อให้งานสำเร็จมีความก้าวหน้าตลอดจนได้รับรางวัลตอบแทนเมื่อปฏิบัติงานประสบความสำเร็จและทำให้องค์การเกิดการพัฒนาน

4. การเป็นที่ยอมรับ (Recognition) หมายถึง การรับรู้ได้ว่าตนเองได้รับการยอมรับและความเชื่อถือจากผู้ร่วมงาน ผู้ร่วมงานรับรู้ถึงความพยายามและความประทับใจเกี่ยวกับงานที่ได้ปฏิบัติของตน ได้รับความหวงดีในการปฏิบัติงานและความไว้วางใจจากผู้ร่วมงาน ร่วมแลกเปลี่ยนประสบการณ์กับผู้ร่วมงาน ได้รับการมอบหมายให้ทำโครงการพิเศษ และรับผิดชอบเพิ่มขึ้น ตลอดจนได้ใช้ความรู้อย่างต่อเนื่อง (อิสริย์ ทองคำ, 2554: 1-2)

สรุปได้ว่าการรับรู้ หรือความแนวคิดของตัวบุคคลที่มีต่อการทำงานทำให้พนักงานรู้สึกพึงพอใจและมีความสุขเมื่อได้รับการตอบสนองตามความต้องการโดยจะแสดงความรู้สึกออกมาได้ 2 ด้าน คือ ด้านบวกและด้านลบโดยจากการใช้ชีวิตในสภาพแวดล้อมการทำงานในองค์กร ประสบการณ์และการเรียนรู้หากตัวบุคคลมีความรู้สึกที่ดีในการทำงาน หรือกิจกรรมที่ทำให้กับองค์กรพนักงานนั้นก็พยายามให้งานนั้นสำเร็จและสร้างความสุขให้กับตัวเอง ซึ่งเรียกว่าความสุขในการทำงานทั้งด้านร่างกายและจิตใจ

2.2 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

มานพ ชลพานิชกุล และตรีเนตร ตันตระกูล (2563) ได้วิจัยรูปแบบการพัฒนาความสุขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานตามหลักองค์กรแห่งความสุข ในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร จังหวัดสมุทรสาคร. บทความวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อสำรวจสถานการณ์ปัจจุบันและปัญหาในการทำงานของพนักงานของนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร 2) เพื่อสร้างรูปแบบการพัฒนาความสุขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงานตามหลักองค์กรแห่งความสุขของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.) โดยได้รวบรวมข้อมูลจากการลงพื้นที่สัมภาษณ์กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญคือ กลุ่มพนักงานในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร จำนวน 40 คน วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้เทคนิคการวิเคราะห์เนื้อหาผลการวิจัยพบว่า 1) สถานการณ์และปัญหาในการทำงานของพนักงานในมุมมองของผู้บริหาร คือ การลาออกเปลี่ยนงานของพนักงาน การไม่ให้ความสำคัญในเรื่องของความปลอดภัยในการทำงาน และการพัฒนาตนเองของพนักงานเท่าที่ควรส่วนในมุมมองของพนักงาน ต้องการสวัสดิการการทำงานที่เหมาะสมมากกว่าที่มีในปัจจุบันต้องการให้มีความเท่าเทียมกันในการทำงาน การส่งอบรม การมีที่พักผ่อน มีโรงอาหารที่เพียงพอ 2) รูปแบบการพัฒนาความสุขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ตามหลักองค์กรแห่งความสุขของสำนักงานกองทุนสนับสนุนการสร้างเสริมสุขภาพ (สสส.)

ทรรศวรรณ ขาวพราย (2560) ได้วิจัยความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์ การศึกษาค้นคว้าครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพสังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์และเพื่อเปรียบเทียบระดับความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์ จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือนระดับตำแหน่ง และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการ ศึกษา 273 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลเป็นแบบสอบถามที่ผ่านผู้เชี่ยวชาญและมีความเชื่อมั่น 0.928 และทำการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสถิติสำเร็จรูป ได้แก่ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) การทดสอบค่าที (T-test) และการทดสอบค่าเอฟ (F-test) ผลการศึกษพบว่า ระดับความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์ส่วนใหญ่อยู่ในระดับปานกลางโดยเรียงจากมากไปน้อย ดังนี้ ด้านความกระตือรือร้นในการทำงาน (Mean = 3.45) ด้านความพึงพอใจในงาน (Mean = 3.27) และด้านความรื่นรมย์ในงาน (Mean = 3.00) เมื่อเปรียบเทียบระดับความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัดนครสวรรค์พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพการสมรส รายได้ต่อเดือนระดับตำแหน่ง และระยะเวลาในการปฏิบัติงาน เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ปรียาภรณ์ แสงแก้ว (2559) ได้วิจัยความสุขในการทำงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้าแห่งหนึ่ง ผู้วิจัย พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้มีวัตถุประสงค์ 2 ประการ คือ ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้า และนำเสนอแนวทางสร้างความสุขในการทำงานของพนักงานขายปลีกในธุรกิจห้างสรรพสินค้า ซึ่งจะส่งผลให้แรงจูงใจในการทำงาน ของพนักงานดีขึ้น ลดการลาออกของพนักงาน และยอดขายเพิ่มขึ้น โดยมีกลุ่มประชากรตัวอย่างคือพนักงานขายปลีกจำนวน 400 คน ใช้วิธีการวิจัย 2 แบบ คือ แจกแบบสอบถามพนักงานขายปลีกและการสัมภาษณ์ผู้บริหารและพนักงานขายปลีก โดยสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ การแจกแจงความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และสมการถดถอยพหุคูณ

จิระสันต์ วงษ์วรสันต์ (2560) ได้วิจัยความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สื่อสารกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์รายย่อยของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน) ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สื่อสารกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์รายย่อย ในระดับมาก ปัจจัยด้านสัมพันธภาพในที่ทำงาน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.15 ปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 4.12 และปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมในการทำงาน ในระดับมาก มีค่าเฉลี่ยเท่ากับ 3.85 นอกจากนี้ พบว่าปัจจัยลักษณะบุคคล ด้านระดับการศึกษาและด้านระยะเวลาทำงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สื่อสารกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์รายย่อย

ภาวีน ชินะโชติ (2561) ได้วิจัยปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงาน ของพนักงานก่อนวัยเกษียณอายุ ในอุตสาหกรรม จังหวัดนนทบุรี ผลการวิจัยพบว่า ทำให้เห็นถึงแนวทางในการพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานในการส่งเสริมให้พนักงานก่อนวัยเกษียณมีความสุขในการทำงาน โดย ระดับ ชีวิตด้านสิทธิของพนักงาน เป็นระดับที่พนักงานมีความสุขในระดับมากที่สุด รองลงมา ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง และมีคุณภาพชีวิตด้านความก้าวหน้าและความมั่นคงในงานอยู่ในระดับต่ำที่สุด โดยระดับความสุขในการทำงานอยู่ในระดับมาก โดยความสุขในการทำงาน ด้านความรักในงาน และปัจจัยที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงาน โดยรวมในด้านคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้แก่ การบูรณาการทางสังคม หรือการทำงานร่วมกันสิทธิของพนักงาน และความเป็นประโยชน์ต่อสังคม

สมชาย คบขุนทด รัชฎา พงธณกิจ และนพดล บุรณัญญ (2562) ได้วิจัยปัจจัยความสุขในการทำงานของพนักงานในคอนโดมิเนียม จังหวัดภูเก็ต ผลการวิจัยพบว่าบรรยากาศองค์กร มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานคอนโดมิเนียม ในจังหวัดภูเก็ต มากที่สุด รองลงมา คือ คุณภาพชีวิตการทำงาน การเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร และความผูกพันองค์กร ตามลำดับผลของการวิจัยนี้ช่วยให้ผู้บริหารของคอนโดมิเนียมมีแนวทางที่เหมาะสมในการสร้างความสุขในการทำงานให้พนักงานโดยการให้ความสำคัญกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานตามลำดับความสำคัญ การสร้างความสุขในการทำงานที่เหมาะสมจะช่วยรักษาบุคลากรที่มีคุณภาพและมีคุณค่าของคอนโดมิเนียม ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อความสุขของผู้อยู่อาศัยในคอนโดมิเนียม

ภัทรดนัย ไต้โธสง (2561) วิจัยความสุขในการทำงานของพนักงานบริษัท ทูร ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน ผลการวิจัยพบว่า พนักงานส่วนใหญ่เป็นกลุ่มพนักงานระดับปฏิบัติการ เพศหญิง อายุ 26-30 ปี สถานภาพสมรส การศึกษาระดับปริญญาตรี อายุการทำงาน 1-3 ปี ภาพรวมความสุขในการทำงานอยู่ในระดับปานกลาง มีความคิดเห็นต่อองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงาน อยู่ในระดับเห็นด้วย ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติกับความสุขในการทำงาน คือ ระดับการศึกษา อายุการทำงาน และระดับตำแหน่งงาน โดยมีผลกับความสุขในการทำงาน ภาพรวมอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับความเชื่อมั่น 95% ส่วน เพศ อายุ และสถานภาพ ไม่มีผลกับความสุขในการทำงาน ส่วนความสัมพันธ์ระหว่างองค์ประกอบที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานกับระดับความสุขในการทำงาน พบว่า ด้านลักษณะงาน มีค่าความสัมพันธ์ทางบวกสูงที่สุด คือ ค่า $r = 0.779$

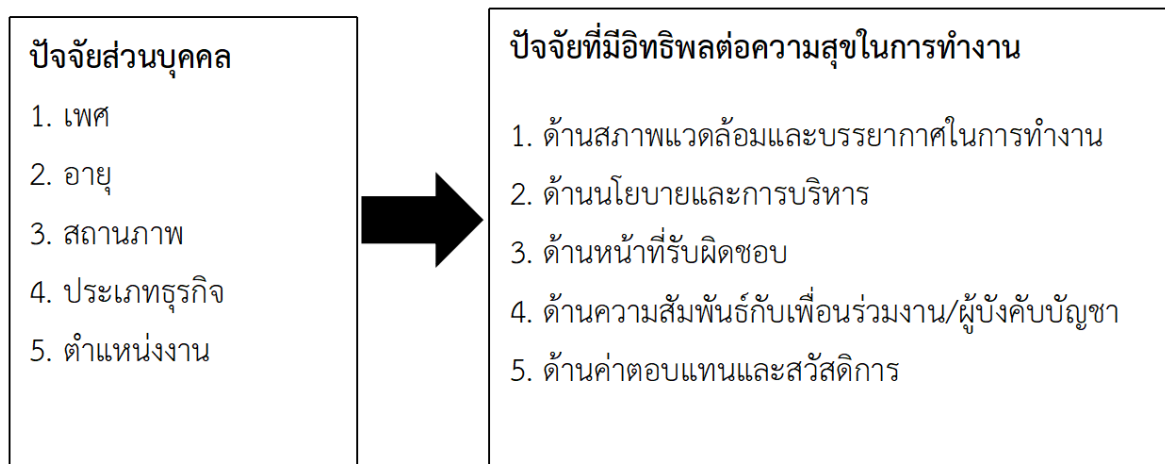
สรุปได้ว่าสำหรับความสุขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานของพนักงาน ที่มีความสุขนั้นประกอบด้วย การที่พนักงานเป็นผู้ที่มีสุขภาพดีดูแลตนเองไม่ให้เป็นภาระของผู้อื่น การเป็นผู้มีน้ำใจช่วยเหลือผู้อื่น การเป็นผู้ที่สามารถจัดการกับอารมณ์ของตนเอง การศึกษาหาความรู้การพัฒนาตัวเองตลอดเวลา การเป็นผู้มีคุณธรรมและความกตัญญูการเป็นผู้ใช้เงินเป็นรู้จักวางแผนทางการเงิน การเป็นผู้ที่รักและดูแลครอบครัวตนเองได้

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

จากการทบทวนวรรณกรรมผู้วิจัยนำมาสร้างเป็นกรอบแนวคิดได้ดังนี้

ตัวแปรต้น

ตัวแปรตาม



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 วิธีการเก็บข้อมูล

การวิจัยครั้งนี้เป็นเชิงสำรวจ (Survey Research) โดยมุ่งเน้นอิทธิพลที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงานของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งมีขั้นตอนในการวิจัยดังนี้

3.2 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาในครั้งนี้ คือ พนักงานในบริษัทเอกชนในเขตจังหวัดกรุงเทพมหานคร 6,204,652 คน (กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน, 2566) กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ คือ พนักงานของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 400 คน โดยใช้สูตรของ Yamane (1973)

3.3 เครื่องมือที่ใช้ในการศึกษา

ส่วนที่ 1 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ทั้งหมด 5 ข้อ ซึ่งเป็นคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ สถานะ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งงาน

ส่วนที่ 2 เป็นแบบสอบถามเกี่ยวกับความสุขในการทำงานทั้งหมด 5 ด้าน ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงาน ด้านนโยบายและการบริหาร ด้านหน้าที่รับผิดชอบ ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน/ผู้บังคับบัญชา ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ จำนวน 25 ข้อ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมจากคำถามปลายเปิด

3.4 การตรวจเครื่องมือ

ผู้วิจัยใช้การประเมินค่าความสอดคล้องเชิงเนื้อหาเกี่ยวกับวัตถุประสงค์การวิจัย IOC จากผู้เชี่ยวชาญจำนวน 3 ท่าน จากนั้นได้หาความเชื่อมั่น (Tty out) ของแบบสอบถามในภาพรวมทั้งฉบับได้ทดลองใช้ตัวแทนกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 40 ชุด ได้ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.87

3.5 การเก็บรวบรวมข้อมูล

วิธีการเก็บรวบรวมข้อมูลเพื่อประกอบการศึกษาแบ่งออกเป็นดังนี้

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามที่สร้างขึ้นไปดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล จำนวน 400 ชุด แจกให้กับกลุ่มตัวอย่าง ซึ่งเป็นพนักงานของบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครฯ ระยะเวลาใน พฤษภาคม 2565 - พฤษภาคม 2566

3.6 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้ศึกษาดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติดังนี้

การวิเคราะห์คุณสมบัติของกลุ่มตัวอย่าง ใช้สถิติเชิงพรรณนาโดยผู้วิจัยเลือกใช้ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) และสถิติสรุปอ้างอิง ด้วยการทดสอบที (Independent t test) และการวิเคราะห์หาความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-way ANOVA)

4. ผลการวิจัย

การศึกษาการจัดการหนี้และการวางแผนการออมของวัยทำงานในเจนเอเรชั่นต่างๆ สามารถนำเสนอผลการวิจัยได้ดังนี้

4.1 ข้อมูลทั่วไป

ผลการวิจัยพบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เพศหญิง จำนวน 220 คน คิดเป็นร้อยละ 55 เพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 45 มีอายุต่ำกว่า 30 ปี จำนวน 130 คน คิดเป็นร้อยละ 32.5 รองลงมา อายุ 30 – 40 ปี จำนวน 166 คน คิดเป็นร้อยละ 41.5 รองลงมา อายุ 41 – 50 จำนวน 81 คน คิดเป็นร้อยละ 20.3 และสุดท้ายอายุ 51 – 60 ปี จำนวน 23 คน คิดเป็นร้อยละ 5.8 โสด จำนวน 233 คน คิดเป็นร้อยละ 58.3 รองลงมา สมรส จำนวน 131 คน คิดเป็นร้อยละ 32.8 สุดท้าย หย่า/หม้าย จำนวน 36 คน คิดเป็นร้อยละ 9.0 ตามลำดับ ส่วนใหญ่ทำงานในกลุ่มธุรกิจบริการ จำนวน 158 คน คิดเป็น ร้อยละ 39.5 รองลงมา ทำงานในกลุ่มธุรกิจการค้าจำนวน 143 คน คิดเป็นร้อยละ 35.8 สุดท้ายทำงานในธุรกิจอุตสาหกรรม/การผลิต จำนวน 99 คน คิดเป็นร้อยละ 24.8 และสุดท้ายส่วนใหญ่ปฏิบัติงานในระดับเจ้าหน้าที่ จำนวน 235 คน คิดเป็นร้อยละ 58.8 รองลงมาปฏิบัติงานในระดับผู้บริหาร จำนวน 83 คน คิดเป็นร้อยละ 20.8 สุดท้ายปฏิบัติงานในระดับผู้บังคับบัญชาจำนวน 82 คน คิดเป็นร้อยละ 20.5 ตามลำดับ

ความสุขในการทำงาน ของพนักงาน/ ลูกจ้างชั่วคราวของบริษัทเอกชน ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศ ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ บริษัทของท่านมีการบังคับใช้ข้อกำหนดการรักษาความปลอดภัยอย่างเคร่งครัด รองลงมา ได้แก่ท่านมีความสุขต่อสภาพแวดล้อมโดยรวมของบริษัท มี

ทางด้านคุณภาพชีวิตในการทำงาน ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ ท่านรู้สึกมีความสุขหากผู้บริหารใส่ใจในความทุกข์หรือความสุขของพนักงานในบริษัท รองลงมาคือท่านรู้สึกมั่นใจผู้บริหาร สามารถนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้

ด้านงานที่รับผิดชอบ ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ งานที่ท่านปฏิบัติเป็นงานที่ใช้ทักษะหลายด้านเพื่อให้งานมีคุณภาพ รองลงมาคือ ท่านรู้สึกรักและเอาใจใส่กับงานที่ทำอยู่เสมอ มีค่าเฉลี่ยความสุขอยู่ในระดับสูง

ทางด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน / ผู้บังคับบัญชา ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ เมื่อเกิดปัญหาท่านได้รับคำแนะนำและความช่วยเหลือจากเพื่อนและผู้บังคับบัญชาเป็นอย่างดีรองลงมา คือ เพื่อนร่วมงานของท่านแบ่งงานให้ท่านรับผิดชอบอย่างเป็นธรรมและไม่เกี่ยงงานกัน มี

ทางด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ ด้านที่ได้รับการประเมินสูงสุดได้แก่ บริษัทของท่านมีค่าตอบแทนที่ได้รับเพียงพอต่อค่าครองชีพ มีค่าเฉลี่ยความสุขอยู่ในระดับสูง รองลงมาคือ บริษัทของท่านมีสวัสดิการเท่าเทียมกันทุกระดับ มีค่าเฉลี่ยความสุขอยู่ในระดับปานกลาง

ผลการทดสอบสมมติฐาน

ตารางที่ 1 ความสุขในการทำงานของงานพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

	เพศ	อายุ	สถานภาพ	ประเภทธุรกิจ	ตำแหน่งงาน
ด้านสภาพแวดล้อมและบรรยากาศในการทำงาน	2.36**	18.72**	12.23**	16.71**	10.89**
ด้านนโยบายและการบริหาร	3.11**	21.75**	16.67**	14.30**	11.11**
ด้านหน้าที่รับผิดชอบ	2.45**	20.03**	14.32**	12.24**	12.67**
ด้านความสัมพันธ์กับเพื่อนร่วมงาน/ผู้บังคับบัญชา	2.13**	18.82**	15.50**	18.23**	10.98**
ด้านค่าตอบแทนและสวัสดิการ	2.82**	16.68**	12.24**	14.30**	9.87**
ความสุขในการทำงาน	2.57**	19.12**	13.33**	15.67**	10.77**

ผลการวิจัยพบว่า ความสุขในการทำงานของงานพนักงานบริษัทเอกชนในเขตกรุงเทพมหานครเมื่อจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ด้านเพศ อายุ สถานภาพ ประเภทธุรกิจ และตำแหน่งงาน จะมีความแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ .01

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1) ปัจจัยด้านเพศ ผลการวิจัยที่พบว่าเพศมีผลต่อความสุขในการทำงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรรศวรณ ขาวพราย (2560) ที่พบว่าเพศมีนัยสำคัญทางสถิติต่อความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ อย่างไรก็ตาม ภัทรดนัย ไต้ไธสง (2561) พบว่าเพศไม่มีผลต่อความสุขในการทำงานในกรณีพนักงานบริษัทธุรกิจ ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด ซึ่งความแตกต่างนี้อาจเกิดจากลักษณะเฉพาะของสายงานและสภาพแวดล้อมของแต่ละองค์กรที่แตกต่างกัน

2) ปัจจัยด้านอายุ ผลการวิจัยแสดงให้เห็นว่าอายุเป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อความสุขในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทรรศวรณ ขาวพราย (2560) ที่พบว่าอายุมีผลต่อความสุขในการทำงาน และภัทรดนัย ไต้ไธสง (2561) ก็พบว่าอายุการทำงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสุขในการทำงาน การค้นพบนี้อาจสะท้อนให้เห็นว่าช่วงวัยและประสบการณ์การทำงานที่เพิ่มขึ้นส่งผลต่อมุมมองและความคาดหวังเกี่ยวกับความสุขในการทำงานที่แตกต่างกัน

3) ปัจจัยด้านสถานภาพ สถานภาพสมรสเป็นอีกหนึ่งปัจจัยส่วนบุคคลที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในบริษัทเอกชนในกรุงเทพมหานคร ผลลัพธ์นี้สนับสนุนงานวิจัยของ ทรศวรรณ ขาวพราย (2560) ที่พบความแตกต่างของความสุขในการทำงานตามสถานภาพการสมรส ซึ่งอาจเป็นเพราะภาระความรับผิดชอบและบริบททางสังคมที่แตกต่างกันในแต่ละสถานภาพส่งผลต่อความสุขในการทำงาน

4) ปัจจัยด้านประเภทธุรกิจ งานวิจัยชี้ให้เห็นว่าประเภทธุรกิจที่พนักงานสังกัดมีผลต่อความสุขในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งพนักงานส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างทำงานในธุรกิจบริการ รองลงมาคือธุรกิจการค้า และอุตสาหกรรมหรือ การผลิต ความแตกต่างนี้อาจเกิดจากลักษณะงาน นโยบายองค์กร หรือวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันในแต่ละประเภทธุรกิจ ซึ่งส่งผลต่อความสุขโดยรวมของพนักงาน

5) ปัจจัยด้านตำแหน่งงาน ตำแหน่งงานเป็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญต่อความสุขในการทำงาน โดยพนักงานส่วนใหญ่ในกลุ่มตัวอย่างเป็นระดับเจ้าหน้าที่ รองลงมาคือผู้บริหารและผู้บังคับบัญชา ผลการวิจัยนี้สอดคล้องกับ ภัทรดนัย ไต้ไธสง (2561) ที่พบว่าระดับตำแหน่งงานมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญกับความสุขในการทำงาน ซึ่งแสดงให้เห็นว่าบทบาท อำนาจหน้าที่ และความรับผิดชอบที่แตกต่างกันในแต่ละตำแหน่ง อาจส่งผลต่อความพึงพอใจและความสุขในการทำงานที่ได้รับ

โดยรวมแล้ว ผลการวิจัยนี้ตอกย้ำความสำคัญของปัจจัยส่วนบุคคลในการทำความเข้าใจความสุขในการทำงานของพนักงาน การที่องค์กรตระหนักถึงความแตกต่างเหล่านี้จะช่วยให้สามารถออกแบบนโยบายและสภาพแวดล้อมที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมความสุขในการทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เนื่องจากความสุขในการทำงานมีความสำคัญต่อประสิทธิภาพการทำงาน การลดความเครียด และการพัฒนาองค์กรอย่างยั่งยืน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่าปัจจัยส่วนบุคคลมีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงานอย่างมีนัยสำคัญ จึงมีข้อเสนอแนะเชิงนโยบายดังต่อไปนี้

1) การปรับใช้นโยบายและสวัสดิการที่ยืดหยุ่นตามลักษณะประชากร องค์กรควรพิจารณาออกแบบนโยบายและสวัสดิการให้มีความยืดหยุ่นและหลากหลาย เพื่อตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกันของพนักงานตามเพศ อายุ สถานภาพ และตำแหน่งงาน เช่น การจัดสวัสดิการที่สอดคล้องกับช่วงวัยของพนักงาน (เช่น โปรแกรมดูแลสุขภาพสำหรับพนักงานสูงอายุ, สวัสดิการเลี้ยงดูบุตรสำหรับพนักงานที่มีครอบครัว) หรือ การกำหนดนโยบายที่สนับสนุนสมดุลชีวิตกับการทำงาน (Work-Life Balance) ที่ยืดหยุ่นสำหรับพนักงานแต่ละกลุ่ม

2) การสร้างสภาพแวดล้อมการทำงานที่สนับสนุนความหลากหลาย ผู้บริหารควรส่งเสริมวัฒนธรรมองค์กรที่เปิดกว้างและยอมรับความแตกต่าง เพื่อให้พนักงานทุกเพศ ทุกวัย ทุกสถานภาพ และทุกตำแหน่งงาน รู้สึกมีคุณค่าและได้รับการปฏิบัติอย่างเท่าเทียมกัน โดยเฉพาะการเน้นย้ำเรื่องความปลอดภัยในการทำงาน และการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีระหว่างเพื่อนร่วมงานและผู้บังคับบัญชา ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญต่อความสุขในการทำงาน

3) การพัฒนาและบริหารจัดการสายอาชีพที่เหมาะสมกับแต่ละบุคคล องค์กรควรมีการวางแผนการพัฒนาสายอาชีพและการมอบหมายงานที่ท้าทายและส่งเสริมการใช้ทักษะที่หลากหลาย โดยคำนึงถึงความแตกต่างของพนักงานในแต่ละตำแหน่งและประสบการณ์การทำงาน เพื่อให้พนักงานรู้สึกถึงความก้าวหน้าและความสำเร็จในงาน

4) การให้ความสำคัญกับการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็น ผู้บริหารควรสร้างช่องทางที่เปิดกว้างสำหรับการสื่อสารและรับฟังความคิดเห็นของพนักงาน เพื่อทำความเข้าใจความต้องการและปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงานในแต่ละกลุ่ม โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องค่าตอบแทนและสวัสดิการที่เพียงพอต่อค่าครองชีพ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

เพื่อให้เกิดความเข้าใจที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้นเกี่ยวกับความสุขในการทำงานของพนักงานในบริษัทเอกชน จึงมีข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไปดังนี้

1) การขยายขอบเขตประชากรและพื้นที่การศึกษา ควรพิจารณาขยายกลุ่มประชากรไปยังภูมิภาคอื่น ๆ นอกเหนือจากกรุงเทพมหานคร หรือครอบคลุมบริษัทเอกชนที่มีขนาดและประเภทธุรกิจที่หลากหลายมากขึ้น เพื่อให้ผลการวิจัยมีความครอบคลุมและสามารถนำไปสรุปอ้างอิงได้กว้างขวางยิ่งขึ้น

2) การศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่มีอิทธิพลต่อความสุขในการทำงาน นอกเหนือจากปัจจัยส่วนบุคคล ควรมีการศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงาน เช่น ปัจจัยด้านองค์การ (เช่น วัฒนธรรมองค์กร การบริหารจัดการ โครงสร้างองค์กร) ปัจจัยด้านงาน (เช่น ความเป็นอิสระในงาน ความท้าทายของงาน) หรือปัจจัยด้านสภาพแวดล้อมภายนอก (เช่น สภาพเศรษฐกิจ การเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี) เพื่อให้ได้ภาพรวมที่สมบูรณ์ยิ่งขึ้น

3) การใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสม (Mixed Methods Research) เพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึก ควรพิจารณาใช้การวิจัยแบบผสมผสานทั้งเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ เช่น การสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) หรือการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ร่วมกับการใช้แบบสอบถาม เพื่อทำความเข้าใจถึงสาเหตุและปัจจัยที่ซับซ้อนซึ่งส่งผลกระทบต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน

4) การศึกษาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุ ควรมีการวิจัยเพิ่มเติมเพื่อหาความสัมพันธ์เชิงสาเหตุและผล (Causal Relationship) ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยอื่น ๆ กับความสุขในการทำงาน โดยอาจใช้การวิเคราะห์สมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling) หรือเทคนิคทางสถิติขั้นสูงอื่น ๆ เพื่อสร้างแบบจำลองที่อธิบายความสัมพันธ์เหล่านี้

5) การศึกษาความสุขในการทำงานในระยะยาว (Longitudinal Study) ควรมีการศึกษาแบบระยะยาว เพื่อติดตามการเปลี่ยนแปลงของความสุขในการทำงานของพนักงานในแต่ละช่วงเวลา และปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อการเปลี่ยนแปลงนั้น ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจพลวัตของความสุขในการทำงานได้ดียิ่งขึ้น

เอกสารอ้างอิง

กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน. (2566). แผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี (พ.ศ. 2566-2570). [ออนไลน์].

ค้นเมื่อ 24 สิงหาคม 2566 จาก <https://www.labour.go.th/attachments/article/66700/251.4.pdf>

จิระสันต์ วงษ์รัตน์. (2560). ความสุขในการทำงานของเจ้าหน้าที่สื่อสารกลยุทธ์และผลิตภัณฑ์รายย่อยของธนาคารกรุงไทย จำกัด (มหาชน). การค้นคว้าอิสระรัฐศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- ฉัตรฐิตา เกตุจินดา และชินโสณ วิสิฐนิจิกิจา. (2565). คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อ องค์กร
ของพนักงาน บริษัท อีเทอร์นีตี้ แกรนด์ โลจิสติกส์ จำกัด (มหาชน). **วารสารสวนสุนันทา วิชาการและ
วิจัย**. 16(1) ,15- 25
- ทรรศวรรณ ขาวพราย. (2560). ความสุขในการทำงานของพยาบาลวิชาชีพ สังกัดสำนักงานสาธารณสุขจังหวัด
นครสวรรค์. **วารสารมจร นครน่านปริทรรศน์**, 1(1), 111-124.
- ปรียาภรณ์ แสงแก้ว. (2559). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการทำงานของเจ้าหน้าที่พยาบาลโรงพยาบาล
เอกชนแห่งหนึ่ง ในจังหวัดสมุทรปราการ. วิทยานิพนธ์สาธารณสุขศาสตรมหาบัณฑิต. สาขาวิชา
สาธารณสุขศาสตร์, มหาวิทยาลัยเกริก.
- ภาวิน ชินะโชติ, ทองฟู ศิริวงศ์ และภาณุ ชินะโชติ. (2561). ปัจจัยที่มีผลต่อความสุขในการทำงานของพนักงาน
ก่อนวัยเกษียณอายุในอุตสาหกรรม จังหวัดนนทบุรี. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 12(2), 319-334
- ภัทรดนัย ไต้ไธสง. (2561). ความสุขในการทำงานของพนักงาน บริษัท ทู ดิสทริบิวชั่น แอนด์ เซลส์ จำกัด
พื้นที่ภาคตะวันออกเฉียงเหนือตอนบน. **วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์(มนุษยศาสตร์และ
สังคมศาสตร์)** 8(1), 15-35
- มานพ ชลพานิชกุล และตรีเนตร ตันตระกูล. (2563). รูปแบบการพัฒนาความสุขเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการ
ทำงานของพนักงาน ตามหลักองค์กรแห่งความสุข ในนิคมอุตสาหกรรมสินสาคร จังหวัดสมุทรสาคร.
วารสารสันติศึกษาปริทรรศน์ มจร, 8(3), 953–967.
- ราตรี ชินห้วคง และกรุณา เชิดจิระพงษ์. (2560). การศึกษาความผูกพันต่อองค์กรของบุคลากรสำนักงานที่ดิน
สาขาใน จังหวัดนครราชสีมา. **ราชพฤกษ์**, 15(2), 83-94.
- ศิริวรรณ วิสุทธิรัตนกุล และพัชรินทร์ เอี่ยมสอาด. (2564). ปัจจัยการบริหารและความผูกพันต่อองค์กรของ
อาจารย์มหาวิทยาลัยในกำกับของรัฐในเขตกรุงเทพมหานคร. **HUSO Journal of Humanities
and Social Sciences**. 4(2), 80-99
- สมชาย คบขุนทด รัชฎา พองธนกิจ และนพดล บุรณันท์. (2562). ปัจจัยความสุขในการทำงานของพนักงานใน
คอนโดมิเนียม จังหวัดภูเก็ต. **วารสารสมาคมนักวิจัย**, 24(3), 41-56.
- อิสริย์ ทองคำ. (2554). **แนวทางการสร้างองค์กรแห่งความสุขเทศบาลตำบลดอนขมิ้น อำเภอท่ามะกา
จังหวัดกาญจนบุรี**. วิทยานิพนธ์ ร.ป.ม. (การปกครองท้องถิ่น) สาขาวิชาการปกครองท้องถิ่น
วิทยาลัยการปกครองท้องถิ่น มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- Layard, D. (2005). **Happiness: Lessons from a New Science**. New York: The Penguin Press.
- Yamane, T. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. New York: New York: Harper & Row

การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่ากรณีคลังสินค้า ABC

An application of artificial intelligence for counting empty packaging

Case study of ABC Warehouse

ตรีสุคนธ์ สิทธิปัญญา¹ และ ธนยศ กุลทล^{2*}
(Treesukol Sittipanya¹ and Tanayot Kulthon^{2*})

¹ นักศึกษาสาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน คณะบริหารธุรกิจ
สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น, กรุงเทพมหานคร

¹ Logistics and Supply Chain Management Students Faculty of Business Administration
Thai Nichi Institute of Technology, Bangkok, Thailand

² อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจ สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่นกรุงเทพมหานคร
² Lecturer Faculty of Business Administration,

Thai Nichi Institute of Technology, Bangkok, Thailand

Corresponding Author: e-mail: tanayot@tni.ac.th

Article history:

Received 13 November 2023 Revised 29 June 2024

Accepted 20 June 2025 SIMILARITY INDEX = 1.13 %

บทคัดย่อ

คลังสินค้า ABC เป็นคลังสินค้าแบบศูนย์รวมและกระจายสินค้า หนึ่งในกระบวนการที่สำคัญ คือ กระบวนการส่งคืนบรรจุภัณฑ์เปล่าให้ซัพพลายเออร์ เป็นงานที่จำเป็นต้องมีการควบคุมและติดตามอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากบรรจุภัณฑ์เปล่ามีจำนวนมาก ส่งผลให้ในขั้นตอนการตรวจนับจึงมีการใช้เวลาตรวจนับที่นานและเกิดความผิดพลาดในการตรวจนับ ดังนั้น การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อลดเวลาในขั้นตอนการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า (2) เพื่อเพิ่มอัตราความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า โดยมีกิจกรรมการเรียนรู้ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ การตรวจจบบัสดุ, การเรียนรู้เชิงลึก และการประมวลผลด้วยภาพ

ซึ่งผลการวิจัยหลังจากได้นำปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าทั้งหมด 360 ครั้งในระยะเวลา 1.39 ชั่วโมง พบว่า ระยะเวลาการทำงานในขั้นตอนการตรวจนับโดยเปรียบเทียบกับ การตรวจนับด้วยคน ลดลงจาก 30 นาที เหลือ 10 นาที และสามารถเพิ่มอัตราความแม่นยำในการตรวจนับโดยเฉลี่ยได้ถึง ร้อยละ 7

คำสำคัญ ปัญญาประดิษฐ์ การตรวจนับ บรรจุภัณฑ์เปล่า

ABSTRACT

ABC Warehouse is a warehouse that is a collection and distribution center. One of the key processes, the process of returning empty packaging to suppliers, is a task that requires constant control and monitoring. Because there is a lot of empty packaging. As a result, in the counting process, it takes a long time to count and there are errors in counting. Therefore, the application of artificial intelligence technology has 2 objectives (1) To reduce time in the empty packaging counting process. (2) To increase the accuracy rate in counting empty packaging. Its related learning activities include object detection, deep learning and image processing.

The research results were obtained after artificial intelligence was applied to count empty packaging 360 times in a period of 1.39 hours. It was found that the working time in the counting process compared to manual counting was reduced from 30 minutes to 10 minutes and the average counting accuracy rate could be increased by up to 7 percent.

Keywords: Artificial Intelligence, Counting, Empty packaging

1. บทนำ

ปัจจุบันภาคธุรกิจอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องทางด้านการจัดการโลจิสติกส์และโซ่อุปทาน ได้มีการนำเทคโนโลยีต่างๆ เข้ามาใช้งานในภาคอุตสาหกรรมมากขึ้น โดยเฉพาะเทคโนโลยีที่เกี่ยวข้องกับปัญญาประดิษฐ์ (Artificial Intelligence : AI) มีการนำมาประยุกต์ใช้ไม่ว่าจะเป็นการจัดการบริหารคลังสินค้า การขนถ่ายสินค้าหรือในสายการผลิต การซ่อมบำรุง การตรวจสอบสถานะของเครื่องจักรภายในโรงงาน รวมไปถึงการตรวจสอบคุณภาพของสินค้าว่าผ่านมาตรฐานหรือไม่ และหนึ่งในเรื่องที่สำคัญ คือ การนับจำนวนของสินค้า ซึ่งมีการใช้แรงงานคนในการทำงานทั้งสิ้น โดยมีผลกระทบที่ตามมา ได้แก่ ความเมื่อยล้าทั้งร่างกายและจิตใจ โดยเฉพาะในด้านของการใช้สายตา ดังนั้นในปัจจุบันจึงได้มีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาใช้เพื่อลดความผิดพลาดในกระบวนการทำงานที่อาจเกิดขึ้น เนื่องจากความล้าของร่างกายมนุษย์และลดปัญหาเรื่องการใช้จำนวนแรงงานมากเกินไป

ผู้วิจัยเล็งเห็นถึงปัญหาสำคัญในกระบวนการส่งคืนบรรจุภัณฑ์เปล่าของกรณีศึกษา ซึ่งมีปริมาณบรรจุภัณฑ์เปล่าเป็นจำนวนมาก ในขั้นตอนการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่ามีอุปสรรคในเรื่องของความล่าช้าและความแม่นยำในการตรวจนับ โดยเป็นเหตุมาจากการใช้แรงงานคนทำงานเป็นระยะเวลานานมีความเหนื่อยล้า ทำให้ประสิทธิภาพในการทำงานลดลง เป็นผลให้เกิดความล่าช้าและความถูกต้องในการตรวจนับคลาดเคลื่อน ซึ่งจะนำไปสู่ความผิดพลาดของข้อมูลได้ ผู้วิจัยจึงได้มีการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์หรือ AI มาประยุกต์ใช้ในการตรวจนับจำนวนบรรจุภัณฑ์เปล่าภายในคลังสินค้า โดยใช้ซอฟต์แวร์ AI เป็นแพลตฟอร์มปัญญาประดิษฐ์ (Deep Learning) ที่สามารถอ่านประมวลผลรูปภาพ วิดีโอและสื่ออื่นๆ ที่ป้อนเข้าไปออกมาเป็น output ในรูปแบบใดรูปแบบหนึ่งได้ โดยในกรณีศึกษานี้ทางผู้วิจัยต้องการออกแบบลักษณะการใช้งานในโปรแกรมให้สอดคล้องกับการทำงานในฟังก์ชันปัจจุบัน เพื่อนำมาใช้เป็นแนวทางในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าผ่านกล้องโทรศัพท์มือถือเพื่อตรวจจับภาพ ให้สามารถตรวจนับจำนวนบรรจุภัณฑ์เปล่าและส่งข้อมูลที่รับค่าได้ไปเก็บใน Google sheet แบบเรียลไทม์ โดยผู้วิจัยได้เล็งเห็นถึงประโยชน์ในการออกแบบลักษณะการทำงานในโปรแกรมนี้นำมาใช้ในการตรวจนับจำนวนกล่องบรรจุภัณฑ์แทนการตรวจนับด้วยการใช้แรงงานคนเพียงอย่างเดียว ซึ่งจะสามารถช่วยลดเวลาการทำงานและลดความผิดพลาดของพนักงานได้

นอกจากผลที่ได้จะช่วยลดเวลาการทำงานและลดความผิดพลาดของพนักงานของกรณีศึกษาแล้ว ผลสืบเนื่องที่ตามมาคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์นี้ในกระบวนการอื่นของกรณีศึกษาหรือในกลุ่มอุตสาหกรรมที่มีกระบวนการตรวจนับบรรจุภัณฑ์ต่างๆ ไม่ว่าจะเป็นวัตถุดิบ สินค้าหรือบรรจุภัณฑ์เปล่าก็ตาม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อประเมินการลดเวลาการทำงานของพนักงานในขั้นตอนการตรวจนับได้ร้อยละ 50 จากเวลาที่ใช้ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าเดิม
2. เพื่อประเมินการเพิ่มอัตราความแม่นยำในการตรวจนับให้ได้มากกว่าร้อยละ 95

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในประเด็นต่างๆ ของการศึกษา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 แนวคิดการเพิ่มผลผลิต

บุรินทร์ ทองอุดม (2566) ได้ให้ความหมายของการเพิ่มผลผลิต (Productivity) หมายถึง กระบวนการในการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้สินค้า บริการ หรืองานที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า ด้วยวิธีการในการลดต้นทุน ลดการสูญเสียทุกรูปแบบ การใช้ทรัพยากรอย่างคุ้มค่า การใช้เทคโนโลยีที่เหมาะสม การพัฒนาศักยภาพของผู้ปฏิบัติงาน และการใช้เทคนิคการทำงานต่าง ๆ เข้ามาเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงาน

ชนาภา หันจางสิทธิ์ (2560) ได้กล่าวถึงความหมายของการเพิ่มผลผลิต ประกอบด้วย 2 แนวคิด ดังนี้

1. แนวคิดทางวิทยาศาสตร์ คือ การใช้ประโยชน์จากทรัพยากรในการผลิตอย่างคุ้มค่าก่อให้เกิดประโยชน์สูงสุด ซึ่งการเพิ่มผลผลิตตามแนวคิดนี้อาจใช้วิธีการลดต้นทุน การลดความสูญเสีย การปรับปรุงกระบวนการผลิตหรือกระบวนการทำงาน และการมุ่งเน้นที่การทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ

2. แนวคิดทางเศรษฐกิจและสังคม คือ แนวคิดที่เน้นสามัญสำนึก ทักษะคติ (Attitude) ภายในจิตใจของคนที่ต้องการแสวงหาทางปรับปรุงสิ่งต่างๆ ให้ดีขึ้นอยู่เสมอบนพื้นฐานของความเชื่อในความก้าวหน้าและความสามารถของมนุษย์ว่าเราสามารถทำวันนี้ให้ดีกว่าเมื่อวาน และพรุ่งนี้จะต้องดีกว่าวันนี้ โดยอาศัยความร่วมมือจากทุกภาคส่วนทั้งภายในองค์กรและนอกองค์กร

2.2 แนวคิดเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

สำนักงานคณะกรรมการการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (2564) ได้กำหนดคำจำกัดความปัญญาประดิษฐ์ไว้ว่า เป็นศาสตร์ที่รวบรวมองค์ความรู้ในหลายสาขาวิชา โดยเฉพาะอย่างยิ่งทางด้านวิทยาศาสตร์และวิศวกรรมศาสตร์มาพัฒนาให้เครื่องจักรหรือระบบคอมพิวเตอร์มีความชาญฉลาด สามารถ คิด คำนวณ วิเคราะห์ เรียนรู้และตัดสินใจ โดยใช้เหตุผลได้เสมือนสมองของมนุษย์รวมถึงสามารถเรียนรู้ พัฒนา และปรับปรุงกระบวนการทำงานเพื่อเพิ่มศักยภาพของปัญญาประดิษฐ์เองได้

2.3 งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

นพรุจ พัฒนสาร และณัฐวุฒิ ศรีวิบูลย์ (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับการนำเทคโนโลยีการประมวลผลภาพด้วย วิธีการเรียนรู้เชิงลึกมาใช้เพื่อจำแนกคุณภาพมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์ โดยกำหนดระดับคุณภาพออกเป็น 4 ระดับ ประกอบด้วย คุณภาพระดับเกรด A คุณภาพระดับเกรด B คุณภาพระดับเกรด C และคุณภาพระดับเกรด D เช่น มะม่วงเน่า ซึ่งผลจากการสร้างแบบจำลองแสดงค่าความแม่นยำสูงสุดคือ 99.79%

ศันสนีย์ หิรัญจันทร์ ภิยาภรณ์บัณฑิตและมหศักดิ์ เกตุฉ่ำ (2563) ได้ศึกษาเกี่ยวกับเรื่องระบบตรวจจับและแจ้งเตือนข้อมูลทะเบียนรถสำหรับกล้องวงจรปิดบนทางเท้า โดยใช้เทคนิคการประมวลผลภาพกับการระบุเลขทะเบียนของรถยนต์และจักรยานยนต์ที่ขับขึ้นทางเท้า ซึ่งใช้ข้อมูลที่ได้รับจากวิดีโอบันทึกภาพจากทางเท้า ผลการทดลองพบว่า โมเดลที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั้ง 3 กรณีนั้น สามารถตรวจจับรถจักรยานยนต์และรถยนต์ที่ขับบนทางเท้ากรณีที่ไม่มีคนเดินบนถนนได้อย่างแม่นยำ และสามารถตรวจพบป้ายทะเบียนตรง

ทำยารได้ รวมถึงสามารถสามารถเปรียบเทียบภาพกับอักขระและเรียบเรียงเป็นตัวอักษรได้ ซึ่งอาจขึ้นอยู่กับคุณภาพของภาพ โดยเฉพาะแสงและเงา ความสมบูรณ์ของป้ายทะเบียนซึ่งล้วนมีผลกับความแม่นยำในการเปรียบเทียบอักขระ

สุริยะ ชยะธรรมกุล (2563) ได้ทำการศึกษาเรื่องการจำแนกผลึกน้ำตาลด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึก โดยทำการสร้างโมเดลที่แตกต่างกัน และนำมาฝึกฝนผ่านชุดข้อมูลภาพผลึกน้ำตาล จากกระบวนการผลิตนี้แล้วทำการวัดและเปรียบเทียบประสิทธิภาพ โดยโมเดล VGG16 ที่ผ่านการปรับแต่ง มีความแม่นยำในการจำแนกผลึกน้ำตาลระหว่าง 80% ถึง 94% ของภาพผลึกน้ำตาลทั้ง 4 ประเภท ที่แยกตามสภาวะการเกิดผลึก

Zhang Song and Zhang (2020) ได้ศึกษาการตรวจจับวัตถุในการจำแนกใบไม้ที่เป็นโรคที่เกิดกับต้น มะเขือเทศ ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึก โดยนำใบที่เป็นโรคทั้งหมด 4 แบบและใบที่เป็นปกติ มาทำการสร้างโมเดลที่แตกต่างกัน และใช้อัลกอริทึม k-means มาช่วยในการแบ่งกลุ่มข้อมูล ซึ่งผลการทดลองพบว่า วิธีการตรวจหาโรคด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึกมีความแม่นยำในการจดจำมากขึ้น 2.7% รวมถึงสามารถเรียนรู้และจดจำได้เร็วขึ้นด้วย อีกทั้งยังมีความเร็วในการตรวจจับมากกว่าโมเดล Faster R-CNN

Azizi and Oothariasamy (2020) ทำการศึกษาในเรื่องการนับยานพาหนะโดยใช้แบบจำลองการเรียนรู้เชิงลึก โดยนำชุดข้อมูลจากโมเดลเดิมไปสร้างแบบจำลองใหม่โดยมีพื้นที่หลังให้อยู่ในสภาพการจราจรปัจจุบัน เพื่อใช้ในการควบคุมการจราจรของยานพาหนะ ซึ่งผลลัพธ์ที่ได้พบว่า ค่าเฉลี่ยในการตรวจนับยานพาหนะอยู่ที่ 80.90%

กล่าวโดยสรุปจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิตและเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ สอดคล้องกับงานวิจัย "การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า" ซึ่งเป็นการศึกษาเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เพื่อนำมาเพิ่มผลผลิตโดยประยุกต์ใช้ในกระบวนการปฏิบัติงานเพื่อให้ได้สินค้าบริการ หรืองานที่มีคุณภาพสอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้ คือ พนักงานทุกคนในกระบวนการส่งคืนบรรจุภัณฑ์ ทั้งกะกลางวันและกลางคืน คลังสินค้า ABC แบ่งเป็นพนักงานกะกลางวัน 6 คน และกะกลางคืน 6 คน รวมทั้งสิ้น 12 คน

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการทำวิจัยในครั้งนี้ จำเป็นต้องใช้เครื่องมือเพื่อช่วยในการดำเนินงานตามขั้นตอนต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพและเพื่อให้สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี จึงจำเป็นต้องใช้เครื่องมือที่เหมาะสม ดังนี้

1. ซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ Cira core เป็นแพลตฟอร์มเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์สำเร็จรูป ที่มีการเรียนรู้เชิงลึก สามารถเลียนแบบเครือข่ายเซลล์ประสาทในสมองของมนุษย์ ทำให้เกิดการเรียนรู้ จดจำ วิเคราะห์ แยกแยะ ตัดสินใจ ได้อย่างแม่นยำ

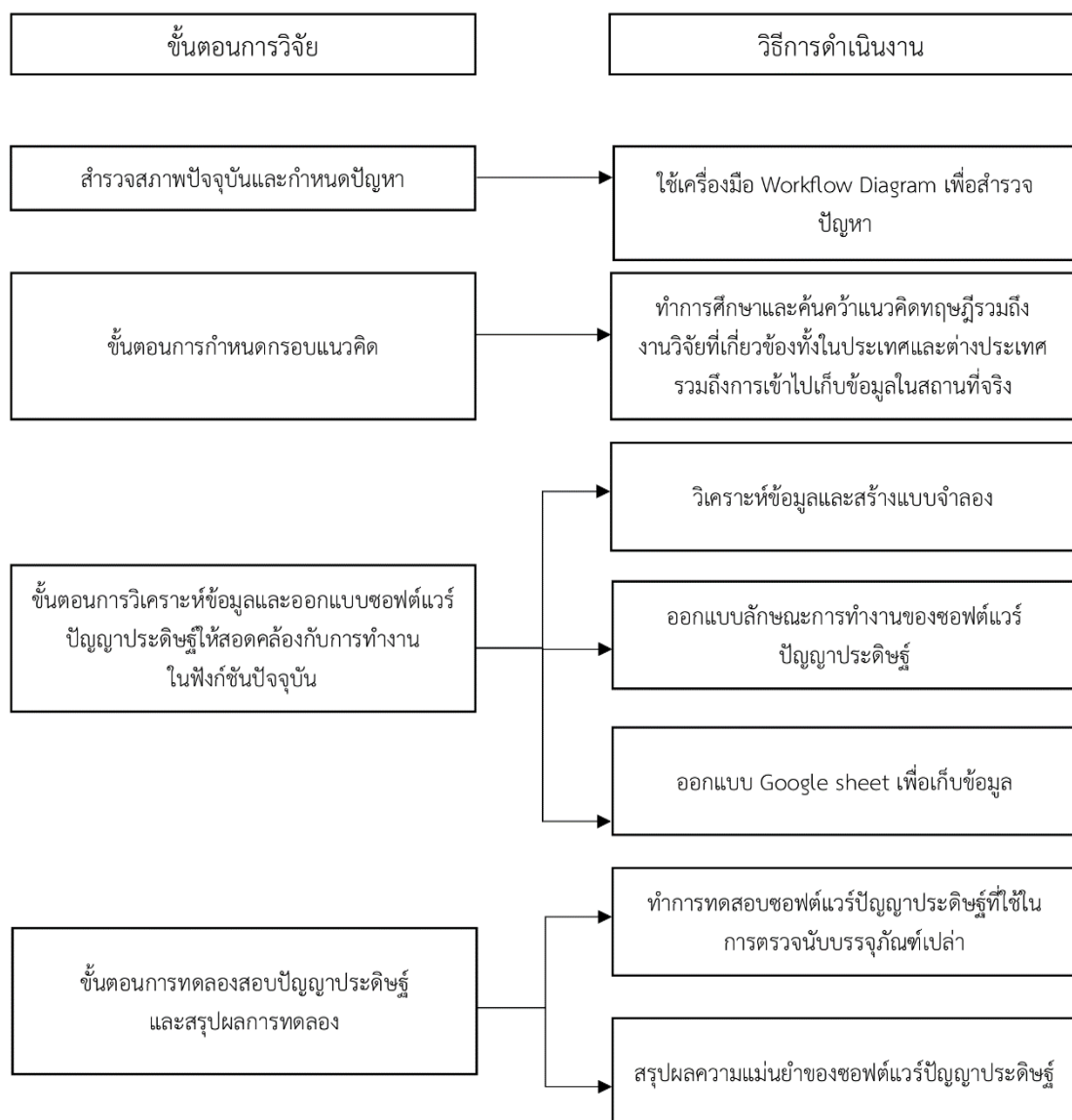
2. โทรศัพท์มือถือ ใช้ในการตรวจจับภาพและประมวลผลภาพของบรรจุภัณฑ์เปล่า ซึ่งเป็นต้นแบบในการจำลองโมเดล

3. Google Sheet เพื่อใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวนที่ทำการตรวจนับในแต่ละวัน

4. คอมพิวเตอร์ ใช้ในการรับข้อมูลและประมวลผลข้อมูลจากภาพ

3.3 วิธีการวิจัย

งานวิจัยนี้ได้มีแนวทางในการนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า เพื่อเป็นไปตามการนำเทคโนโลยีมาใช้ในการอุตสาหกรรม โดยในการนำเทคโนโลยีเข้ามาประยุกต์ใช้จะช่วยในเรื่องของการลดระยะเวลาในการทำงาน และเพื่อเพิ่มให้การทำงานแต่ละครั้งมีความแม่นยำมากขึ้น ขั้นตอนการทำงานเริ่มจากการ Train ให้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ รู้จักกล่องบรรจุภัณฑ์เปล่าจากภาพถ่ายทั้งหมด 255 ภาพ จากนั้นทำการเก็บข้อมูลเพื่อจับเวลาและทดสอบความแม่นยำของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ทั้งหมด 360 ครั้ง ภายในระยะเวลาทำงาน 1.39 ชั่วโมง โดยเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์จะบันทึกข้อมูลแบบเรียลไทม์ลงใน Google Sheet เพื่อเปรียบเทียบกับระยะเวลาและความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าของพนักงานโดยไม่ได้มีการแจ้งให้พนักงานรู้ล่วงหน้าก่อนการทดสอบ



แผนภาพที่ 1 ขั้นตอนการวิจัยและวิธีการดำเนินงาน

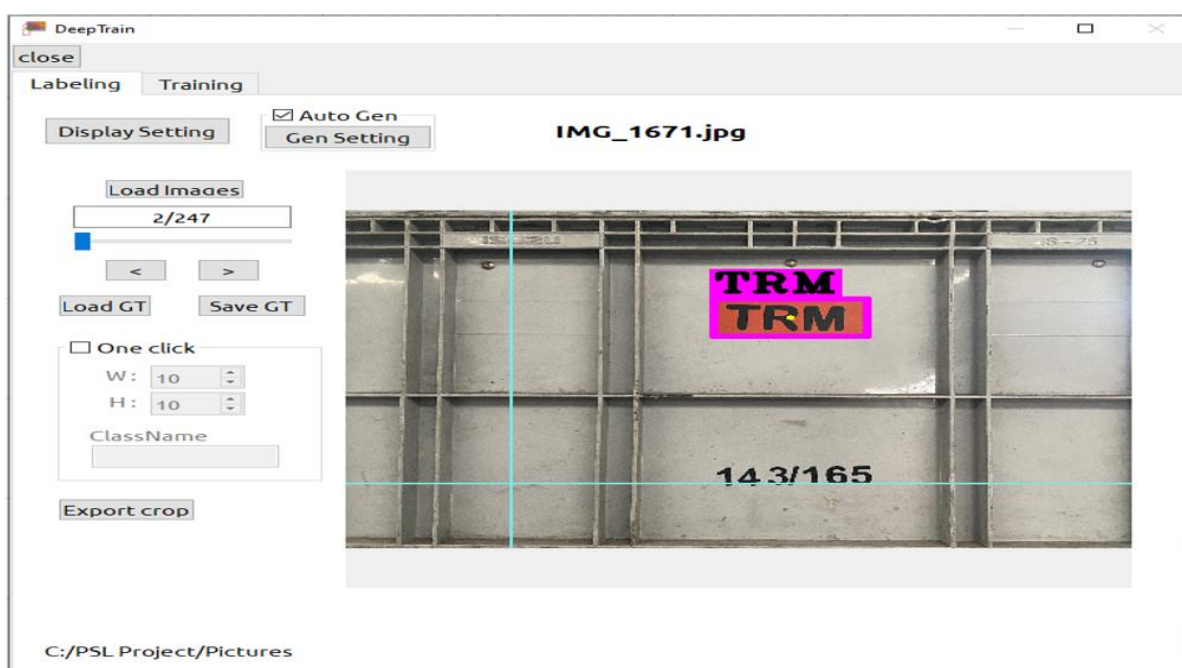
4. ผลการวิจัย

4.1 สํารวจสภาพปัจจุบันและกำหนดปัญหา

จากการสำรวจการทำงานภายในคลังสินค้าและเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้พบว่าในขั้นตอน การตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า นั้น สามารถนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าได้ เพื่อลดเวลาในการตรวจนับและเพิ่มความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าได้

4.2 วิเคราะห์ข้อมูลและสร้างแบบจำลอง

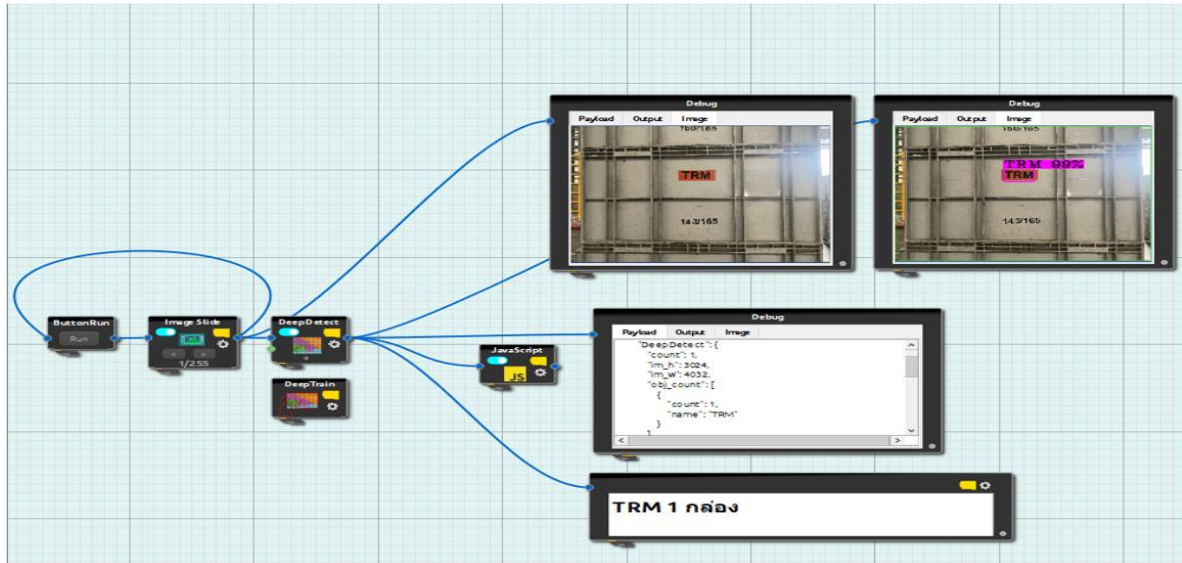
ในงานวิจัยนี้ได้ดำเนินการเก็บข้อมูลจากคลังสินค้า ABC โดยเก็บรวบรวมรูปภาพบรรจุภัณฑ์เปล่า จากนั้นจึงเริ่มออกแบบการทำงานของโปรแกรมให้สอดคล้องกับการทำงานในฟังก์ชันปัจจุบัน โดยสร้างแบบจำลองซึ่งใช้หลักการ Deep learning ในซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ กล่องเครื่องมือ Deep Train เรียกอีกอย่างว่าการ Train ข้อมูลหรือสร้างโมเดลขึ้นมาเพื่อให้ AI สามารถวิเคราะห์ จดจำ และแยกแยะได้จากการเรียนรู้ผ่าน การ Train ข้อมูล



แผนภาพที่ 2 การทำกรอบล้อมรอบสิ่งที่จะให้ปัญญาประดิษฐ์เรียนรู้และจดจำ1

4.3 การวางแผนและออกแบบ

ในการวางแผนและออกแบบระบบเพื่อให้สอดคล้องกับ การทำงานในฟังก์ชันปัจจุบัน ผู้วิจัยจึงได้ทำการเชื่อมต่อการประมวลผลเข้ากับโมเดลที่ได้ทำการ Train ไว้ โดยเขียน JavaScript เพื่อให้เห็นผลข้อความและบันทึกข้อมูลแบบเรียลไทม์ลงใน Google Sheet ตามการทำงานของเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์



แผนภาพที่ 3 การทำกรอบล้อมรอบสิ่งที่จะให้ปัญญาประดิษฐ์เรียนรู้และจดจำ2

4.4 การทดสอบปัญญาประดิษฐ์และสรุปผลการทดสอบ

ผู้วิจัยได้ดำเนินการทดสอบปัญญาประดิษฐ์ที่หน้างานจริงโดยนับบรรจุกฎเกณฑ์เปล่าทั้งหมด 360 ครั้งในระยะเวลาทำงาน 1.39 ชั่วโมง การนำปัญญาประดิษฐ์ไปทดสอบเวลาที่ใช้ในการทำงานและความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุกฎเกณฑ์เปล่าที่หน้างานจริง ได้ผลลัพธ์เฉลี่ยดังนี้

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบเวลาการทำงานรวมก่อนและหลังใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

ตารางเวลาการทำงานก่อนใช้เทคโนโลยีและหลังใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์				
ขั้นตอนการปฏิบัติงาน	ก่อนใช้เทคโนโลยี	หลังใช้เทคโนโลยี	% ที่ลดลง	หมายเหตุ
1. การคัดแยก	60 นาที	60 นาที	-	ทั้งก่อนและหลังใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อ้างอิงการคำนวณจากการขนส่งต่อ 1 รอบคันรถ เท่ากับ 12 พาเลท
2. การตรวจนับ	30 นาที	10 นาที	67%	
3. การรัดเชือก	24 นาที	24 นาที	-	
4. การตรวจสอบ	24 นาที	0 นาที	100%	
5. Gate pass	30 นาที	5 นาที	83%	
เวลาการปฏิบัติงานรวมทั้ง หมด	2.48 ชั่วโมง	1.39 ชั่วโมง	44%	

จากตารางที่ 1 เวลาการทำงานก่อนและหลังใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์ พบว่า เวลาการทำงานก่อนนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ ในขั้นตอนการตรวจนับใช้เวลาในการทำงาน 30 นาที และหลังจากนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้ทำให้ขั้นตอนการตรวจนับบรรจุกฎเกณฑ์เปล่า ใช้เวลาในการทำงานเพียงแค่ 10 นาที ซึ่งส่งผลทำให้เวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงานทั้งหมดลดลงด้วยจาก 148 นาที เป็น 99 นาที ทำให้กระบวนการตรวจนับบรรจุกฎเกณฑ์เปล่ามีความสะดวกและรวดเร็วขึ้น

ตารางที่ 2 การทดสอบความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าโดยใช้พนักงาน

Item	จำนวนกล่องที่ทดสอบ	จำนวนกล่องที่นับได้	จำนวนกล่องที่นับไม่ได้	อัตราความแม่นยำ (%)
KAPC	50	40	10	80
TRM	60	55	5	92
NTC	70	63	7	90
TTTC	80	75	5	94
AAAP	100	89	11	89
อัตราโดยเฉลี่ย				89%

ตารางที่ 3 การทดสอบความแม่นยำในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์

Item	จำนวนกล่องที่ทดสอบ	จำนวนกล่องที่นับได้	จำนวนกล่องที่นับไม่ได้	อัตราความแม่นยำ (%)
KAPC	50	48	2	96
TRM	60	57	3	95
NTC	70	66	4	94
TTTC	80	77	3	96
AAAP	100	98	2	98
อัตราโดยเฉลี่ย				96%

จากตารางที่ 2 และตารางที่ 3 ผลการทดสอบการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าระหว่างใช้พนักงานและใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อย่างละ 360 กล่อง พบว่า การจำแนกโดยใช้วิธี Deep Learning มีประสิทธิภาพในการตรวจนับสูงกว่าพนักงาน แต่ยังคงมีข้อผิดพลาดอยู่ กล่าวคือ การตรวจนับโดยใช้พนักงาน มีจำนวนกล่องที่ไม่สามารถนับได้ร้อยละ 11 และมีอัตราความแม่นยำโดยเฉลี่ยจากการทดสอบโดยใช้พนักงานร้อยละ 89 ทั้งนี้ในการ นำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้สามารถสรุปได้ว่า ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า มีจำนวนกล่องที่ไม่สามารถนับได้ร้อยละ 4 และมีอัตราความแม่นยำจากการทดสอบโดยใช้เทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์อยู่ที่ร้อยละ 96 โดยมีอัตราความแม่นยำเฉลี่ย เพิ่มขึ้นคิดเป็นร้อยละ 7 ซึ่งแสดงให้เห็นว่าในการนำเทคโนโลยี ปัญญาประดิษฐ์เข้ามาประยุกต์ใช้นั้น สามารถเพิ่มอัตราความแม่นยำโดยเฉลี่ยในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าได้ถึงร้อยละ 7

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลวิจัย

จากผลการศึกษา พบว่ามีประเด็นที่น่าสนใจ ควรนำมาถ่วงถึงเหตุและผลของประเด็นที่ค้นพบ ดังนี้

1. ด้านเวลาที่ใช้ปฏิบัติงาน พบว่า หลังจากมีการประยุกต์ใช้ซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า เวลาในขั้นตอนการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าลดลงจริง โดยลดจาก 30 นาที เหลือ 10 นาที สรุปลดลง 20 นาที ซึ่งสอดคล้องกับกับงานวิจัยของ วุฒิพงษ์ ปะวะสาร (2565) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับสินค้า กรณีศึกษาโรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ ซึ่งหลังจากมีการนำซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์ไปประยุกต์ใช้ในการตรวจนับสินค้า พบว่า เวลาที่ใช้ในการทำงานลดลงจริง

2. ด้านความแม่นยำในการตรวจนับ พบว่า เมื่อมีการนำซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์เข้าไปประยุกต์ใช้ในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่า สามารถเพิ่มอัตราความแม่นยำหรือความถูกต้องในการตรวจนับบรรจุภัณฑ์เปล่าได้จริง จากเดิมที่ใช้พนักงานมีความแม่นยำโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 89 หลังจากมีการนำปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ความแม่นยำในการตรวจนับเพิ่มขึ้นโดยเฉลี่ยอยู่ที่ร้อยละ 96 หรือคิดเป็นร้อยละ 7 สอดคล้องกับงานวิจัยของ นพรุจ พัฒนสาร และณัฐวุฒิ ศรีวิบูลย์ (2563) ที่ศึกษาเกี่ยวกับการประมวลผลภาพสำหรับการจำแนกคุณภาพมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์โดยจำลองการมองเห็นของมนุษย์ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึก และสอดคล้องกับ Azizi and Oothariasamy (2020) ทำการศึกษาในเรื่องการนับยานพาหนะโดยใช้แบบการจำลองการเรียนรู้เชิงลึก ในการนับจำนวนยานพาหนะที่กำลังสัญจรอยู่บนท้องถนน เพื่อนำไปนำข้อมูลไปวิเคราะห์และใช้ในการควบคุมการจราจรบนท้องถนน

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. จากการศึกษาวิจัยครั้งนี้ รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง แสดงให้เห็นว่า การนำเทคโนโลยีปัญญาประดิษฐ์มาประยุกต์ใช้ในการตรวจนับ สามารถลดเวลาการทำงานและสามารถเพิ่มความถูกต้องในการทำงานได้จริง

2. ผู้ประกอบการสามารถนำข้อมูลข้างต้นไปใช้เพื่อเป็นแนวทางในการประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับสินค้า เพื่อให้เป็นไปตามแนวคิดเทคโนโลยีในอุตสาหกรรม ที่ว่าด้วยการบริหารจัดการด้วยระบบเทคโนโลยี เพื่อเข้ามาช่วยในการลดระยะเวลาในการทำงานและเพิ่มความถูกต้องในการปฏิบัติงานมากขึ้น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับความแตกต่างลักษณะของสินค้า พื้นที่วางสินค้า แสงสว่าง สภาพแวดล้อม รวมถึงปัจจัยอื่นๆ เพื่อให้การทำงานของซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

2. ควรศึกษาเพิ่มเติมในเรื่องของการนำอุปกรณ์เสริมเข้าไปช่วยในการตรวจนับสินค้า เช่น สายพานลำเลียง เพื่อให้ซอฟต์แวร์ปัญญาประดิษฐ์มีประสิทธิภาพมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- ชนากา หันจางสิทธิ์. (2560). แนวคิดการเพิ่มผลผลิต. ใน พิชญ์ ประศิริ, **Increase Productivity เพิ่มผลผลิตพิชิตประสิทธิผลด้วย Excel**. (15-41). นนทบุรี: ไอทีซี พีริเมียร์.
- นพรุจ พัฒนสาร และณัฐวุฒิ ศรีวิบูลย์. (2563). การประมวลผลภาพสำหรับการจำแนกคุณภาพมะม่วงพันธุ์โชคอนันต์โดยการจำลองการมองเห็นของมนุษย์ด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึก. **Journal of Information Science and Technology**, 10(1), 24-29.
- คันศนี หิรัญจันทร์ ฎิยาภรณ์ปิ่นดี และมหศักดิ์ เกตุฉ่ำ. (2563). ระบบตรวจจับและแจ้งเตือนข้อมูลทะเบียนรถสำหรับกล้องวงจรปิดบนทางเท้า.วารสารวิทยาศาสตร์ เทคโนโลยีและนวัตกรรม, **Science Technology and Innovation Journal**, 1(1), 1-6.
retrieved from <https://li01.tci-thaijo.org/index.php/stij/article/view/247602>
- สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2564). **แนวปฏิบัติจริยธรรมปัญญาประดิษฐ์ Thailand AI Ethics Guideline**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- สุริยะ ชยธรรมกุล. (2563). การจำแนกผลึกน้ำตาลด้วยวิธีการเรียนรู้เชิงลึก. สารนิพนธ์ปริญญาวิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิศวกรรมซอฟต์แวร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บุรินทร์ ทองอุดม. (2566). **การเพิ่มผลิตภาพแรงงาน(ผลผลิต)**. [ออนไลน์]. สืบค้นเมื่อ 3 พฤศจิกายน 2566 จาก <https://www.dip.go.th/uploadcontent/Ploypilin/PRODUCTIVITY.pdf>
- วุฒิพงษ์ ปะวะสาร. (2565). การประยุกต์ใช้ปัญญาประดิษฐ์ในการตรวจนับสินค้า กรณีศึกษาโรงงานผลิตชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์. **Journal of RMUTP & FTI 11th Sustainable Industrial Management Engineering**, 112-115.
- Azizi A. and Oothariasamy, J. (2020). Vehicle Counting using Deep Learning Models: A Comparative Study. **International Journal of Advanced Computer Science and Applications**, 11(7), 697-703.
- Zhang Y., Song C. and Zhang D. (2020). Deep Learning-Based Object Detection Improvement for Tomato Disease. **IEEE Access**, 8, 56607-56614.

อิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดี ในบริษัทประกันชีวิต

The Influence of Brand Trust and Customer Experience on Customer Loyalty in Life Insurance Companies

พิชญะ อุทัยรัตน์¹ ธัญญามาส อุปริพุทธิ² และจิรศักดิ์ จิยะจันทน์^{3*}
(Pichaya U-Thairatana¹ Thanyamas Upariputti² and Chirasak Chiyachantana^{3*})

¹ อาจารย์ หลักสูตรบริหารธุรกิจดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, ปทุมธานี

¹Lecturer, Doctor of Business Administration Program,
Western University, Pathum Thani, Thailand

² นักศึกษา สาขาคณิตศาสตร์ประกันภัย คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหิดล, กรุงเทพมหานคร

² Actuarial Science Student, Faculty of Science, Mahidol University, Bangkok, Thailand

³ อธิการบดี มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น, ปทุมธานี

³President, Western University, Pathum Thani, Thailand

Corresponding Author: e-mail: president@western.ac.th

Article history:

Received 8 February 2025

Revised 19 April 2025

Accepted 21 April 2025

SIMILARITY INDEX = 0.84 %

บทคัดย่อ

งานวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์สองประการคือ (1) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต และ (2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า ที่ส่งผลต่อประสบการณ์ลูกค้า ผู้วิจัยเก็บตัวอย่างจาก ลูกค้าที่เคยซื้อซ้ำในบริษัทประกันชีวิตเดิมมากกว่า 1 กรมธรรม์ จำนวน 240 ตัวอย่าง ด้วยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน และการวิเคราะห์เส้นทาง ด้วยสมการเชิงโครงสร้าง

ผลการวิจัยพบว่า (1) ความภักดีในบริษัทประกันชีวิต ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ($DE=0.56$) และประสบการณ์ลูกค้า ($DE=0.49$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 90 และ (2) ประสบการณ์ลูกค้า ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ($DE=0.83$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 61

เมื่อวิเคราะห์จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด จะพบว่า ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ความสามารถในการรักษาสัญญา ($REL=0.54$) ประสบการณ์ลูกค้า ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ประสบการณ์ด้านสังคม $SOC=0.51$ และความภักดีในบริษัทประกันชีวิต ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ความตั้งใจซื้อซ้ำ $REI=0.48$

คำสำคัญ ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประสบการณ์ลูกค้า ความภักดี บริษัทประกันชีวิต

ABSTRACT

This research aimed to achieve two objectives: (1) to investigate the influence of brand trust and customer experience on life insurance company loyalty, and (2) to examine the influence of brand trust on customer experience. Data were collected from 240 samples of repeat customers who had purchased more than one policy from the same life insurance company, using convenience sampling. Statistical analyses included frequency, percentage, confirmatory factor analysis (CFA), and path analysis using structural equation modeling (SEM).

The findings revealed that (1) life insurance company loyalty was directly and statistically significantly influenced by brand trust ($DE=0.56$) and customer experience ($DE=0.49$), with a predictive power of 90%. (2) Customer experience was directly and statistically significantly influenced by brand trust ($DE=0.83$), with a predictive power of 61%.

Based on the confirmatory factor analysis with the highest factor loadings, brand trust was primarily weighted by reliability ($REL=0.54$), customer experience by social experience ($SOC=0.51$), and life insurance company loyalty by repurchase intention ($REI=0.48$).

Keywords: Brand Trust, Customer Experience, Loyalty, Life Insurance Company

1. บทนำ

ในยุคที่เศรษฐกิจ สังคม และเทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว พฤติกรรมของผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลา โดยเฉพาะในกลุ่มธุรกิจบริการทางการเงินและประกันชีวิต ลูกค้าไม่ได้มองหาแค่ “ผลิตภัณฑ์ที่ดี” แต่ยังต้องการ “ประสบการณ์ที่ดี” และ “ความเชื่อมั่นในตราสินค้า” (Brand Trust) ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีระยะยาวต่อบริษัท (Rather et al. 2021) ปัจจุบันธุรกิจประกันชีวิตกำลังเผชิญกับการแข่งขันที่รุนแรง ทั้งจากผู้เล่นรายเก่า และรายใหม่ ทั้งในระดับประเทศ และระดับนานาชาติ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในยุคดิจิทัลที่ ผู้บริโภคเข้าถึงข้อมูลได้ง่าย ทำให้มีทางเลือกมากขึ้น การรักษาฐานลูกค้าเดิมและการสร้าง “ความภักดีของลูกค้า” (Customer Loyalty) จึงเป็นเป้าหมายสำคัญที่ทุกองค์กรต้องให้ความสำคัญ (Oliver 1999) สำหรับในประเทศไทย พบว่ามีการเติบโตของธุรกิจประกันชีวิตอย่างต่อเนื่อง โดยพิจารณาได้จากจำนวนกรมธรรม์ที่เพิ่มขึ้นทุกปี โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงาน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) 2566 ก) สิ่งสำคัญของธุรกิจนี้ คือการเผชิญความท้าทายจากการแข่งขันที่รุนแรง การรักษาลูกค้าจึงเป็นปัจจัยสำคัญต่อความมั่นคงและการเติบโตในระยะยาว (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย (คปภ.) 2566 ข)

งานวิจัยยุคปัจจุบันยืนยันว่า “ความเชื่อมั่นในตราสินค้า” เป็นปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อความภักดีของลูกค้าประกัน (Iglesias et al. 2019) ความเชื่อมั่นนี้ คือความรู้สึกของลูกค้าที่เชื่อว่าตราสินค้าจะให้ผลตอบแทนตามที่คาดหวัง มีความซื่อสัตย์ และพึงพาได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในธุรกิจประกันชีวิตที่ลูกค้าต้องมีความมั่นใจในระยะยาว การมีความเชื่อมั่นในตราสินค้า จะช่วยลดความเสี่ยงในการตัดสินใจซื้อ (Saraniemi & Grönroos 2021) เนื่องจากธุรกิจประกันชีวิตเป็นบริการที่ต้องอาศัยความเชื่อมั่นสูงเพื่อสร้างความผูกพันอย่างต่อเนื่อง ระหว่างบริษัทกับลูกค้า ทั้งนี้ผลิตภัณฑ์ประกันชีวิตไม่ได้ใช้งานทันทีเหมือนสินค้าทั่วไป แต่เป็นการจ่ายเงินล่วงหน้าเพื่อรับประโยชน์ในอนาคต

นอกจากนี้ ความเชื่อมั่นในตราสินค้า คือการที่ลูกค้าเชื่อว่าตราสินค้าจะสามารถตอบสนองความต้องการได้อย่างต่อเนื่อง และมีจริยธรรม (Delgado-Ballester et al. 2003) ในธุรกิจประกันชีวิต ความเชื่อมั่นนี้มีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการตัดสินใจเลือกซื้อผลิตภัณฑ์ เพราะความเชื่อมั่นเป็นหลักประกันทางจิตวิทยาที่ช่วยลดความไม่แน่นอนในใจลูกค้า อีกปัจจัยหนึ่งที่สำคัญไม่ยิ่งหย่อนกว่ากัน คือ “ประสบการณ์ลูกค้า” (Customer Experience) ซึ่งจะครอบคลุมการรับรู้ การใช้บริการ และความรู้สึกที่ได้รับจากการติดต่อกับองค์กร (Lemon & Verhoef 2016) ลูกค้าที่ได้รับประสบการณ์ที่ดี มีแนวโน้มจะเกิดความพึงพอใจ เกิดความผูกพันทางอารมณ์ และนำไปสู่ความภักดีต่อตราสินค้าในที่สุด (Kandampully et al. 2018) ประสบการณ์ลูกค้าตั้งแต่การรับรู้ การซื้อ การใช้บริการ และบริการหลังการขาย ล้วนส่งผลต่อการรับรู้คุณค่า และการตัดสินใจซื้อซ้ำในอนาคตทั้งสิ้น (Gentile Spiller & Noci 2007) ลูกค้าที่มีประสบการณ์ที่ดีมีแนวโน้มกลับมาใช้บริการอีก และอาจกลายเป็นผู้แนะนำผลิตภัณฑ์ ซึ่งแสดงถึงพฤติกรรมความภักดี

ความเชื่อมโยงระหว่างความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประสบการณ์ลูกค้า และความภักดีได้ถูกยืนยันจากงานวิจัยจำนวนมาก แสดงให้เห็นถึงความสัมพันธ์ที่ใกล้ชิดระหว่าง ความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ซึ่งเป็นสองปัจจัยหลัก ที่นักการตลาดในปัจจุบันให้ความสำคัญอย่างยิ่ง (Chaudhuri & Holbrook 2001) โดยในงานวิจัยของ Rather et al. (2021) พบว่า ความเชื่อมั่นในตราสินค้าและประสบการณ์ลูกค้ามีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญกับความภักดีของลูกค้าในอุตสาหกรรมโรงแรมและภาคบริการอื่น ๆ นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่พิสูจน์ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในตราสินค้า มีความสัมพันธ์เชิงบวก

กับความภักดีในอีกหลายอุตสาหกรรม อาทิ ธุรกิจโทรคมนาคม (Morgan & Hunt 1994) ธุรกิจธนาคาร (Arshad et al. 2015) และธุรกิจแฟชั่น (Wu et al. 2011)

อย่างไรก็ตาม การศึกษาดังกล่าวเฉพาะในบริบทของธุรกิจประกันชีวิตยังมีไม่มากนัก ทั้งที่ธุรกิจประกันชีวิตจะมีลักษณะของการให้บริการอย่างต่อเนื่องและต้องอาศัยความสัมพันธ์ระยะยาว กล่าวถึงประเภทอื่น ดังที่ Verhoef et al. (2009) ได้เสนอว่าประสบการณ์ลูกค้าสามารถสร้างความแตกต่างของตราสินค้า การประเมินประสบการณ์ลูกค้าในธุรกิจประกันชีวิตยังเป็นประเด็นที่ซับซ้อน เนื่องจากประสบการณ์ไม่ได้เกิดขึ้นจากเพียงจุดเดียวของการบริการ แต่เกิดจากหลายปัจจัยที่ประกอบกันทั้งในทางกายภาพ ช่องทางบริการ บุคลากร และระบบการจัดการหลังการขาย สิ่งเหล่านี้จึงเป็นความท้าทาย ซึ่งเมื่อพิจารณาร่วมกับบริบทเฉพาะของธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ซึ่งมีเอกลักษณ์ทางด้านวัฒนธรรม ความคาดหวัง และพฤติกรรมของผู้บริโภคที่แตกต่างจากประเทศตะวันตก เพราะผู้บริโภคไทยมีแนวโน้มซื้อประกันจากการแนะนำของบุคคลใกล้ชิด ด้วยความไว้วางใจในตัวแทนขายมากกว่าการตัดสินใจจากข้อมูลดิจิทัลเพียงอย่างเดียว (Somboon et al. 2021) ประกอบกับความภักดีของลูกค้าในธุรกิจประกันชีวิตยังอยู่ในระดับไม่แน่นอน มีการเปลี่ยนแปลงบริษัทประกันบ่อยครั้งเนื่องจากปัจจัยด้านราคา โปรโมชัน หรือความไม่พึงพอใจในการให้บริการหลังการขาย (Ladhari et al. 2011) ซึ่งสะท้อนว่าองค์กรยังไม่สามารถสร้างคุณค่าที่ยั่งยืนให้แก่ลูกค้าได้อย่างเพียงพอ งานวิจัยเกี่ยวกับประกันส่วนใหญ่มุ่งเน้นด้านการรับรู้ผลิตภัณฑ์หรือกลยุทธ์ราคา โดยยังไม่ได้เชื่อมโยงประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอารมณ์ ความรู้สึก และประสบการณ์ในมุมมองของลูกค้าอย่างเป็นระบบ (Chaiyasoonthorn & Suksa-ngiam 2022) ประกอบกับ ในช่วงเวลานี้เกิดการเปลี่ยนผ่านในการทำธุรกรรมด้านเทคโนโลยี มีการนำ AI และแชทบอทมาให้บริการลูกค้า ทำให้ประสบการณ์ลูกค้าถูกออกแบบใหม่ในมิติ “ดิจิทัล” มากขึ้น ก่อให้เกิดความคาดหวังจากลูกค้าเกี่ยวกับความรวดเร็วในการบริการ ความโปร่งใสในการให้ข้อมูล และความสามารถในการติดต่อเจ้าหน้าที่ได้ตลอดเวลา (Bhatt et al. 2022) ดังนั้นหากบริษัทไม่สามารถตอบสนองความคาดหวังเหล่านี้ได้ ย่อมส่งผลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้าและอาจนำไปสู่การสูญเสียความภักดีของลูกค้า และด้วยภาวะการแข่งขันที่เข้มข้นในตลาดประกันชีวิตยังส่งผลให้ลูกค้ามีอำนาจต่อรองสูงขึ้น ลูกค้ายุคใหม่ให้ความสำคัญกับ “คุณค่าในประสบการณ์” มากกว่าการส่งเสริมการขายเพียงอย่างเดียว โดยเฉพาะในกลุ่มวัยทำงานระดับกลางถึงสูง ซึ่งเป็นกลุ่มเป้าหมายหลักของประกันชีวิต (Algharabat et al. 2020) ความสามารถในการสร้างความภักดีในปัจจุบันจึงถูกท้าทายที่ต้องมีการศึกษาในมิติใหม่ ๆ

จากความสำคัญของปัจจัยที่กล่าวมาข้างต้น การศึกษานี้จึงมุ่งเน้นการศึกษาแบบองค์รวมที่รวมทั้ง “ความเชื่อมั่นในตราสินค้า” และ “ประสบการณ์ลูกค้า” เป็นปัจจัยร่วมที่ส่งผลต่อ “ความภักดีในบริษัทประกันชีวิต” โดยพิจารณาจากภาพรวมของอุตสาหกรรมประกันชีวิตในประเทศไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในช่วงหลังโควิด-19 ที่พฤติกรรมผู้บริโภคมีการเปลี่ยนแปลงอย่างมาก จากที่เคยเชื่อมั่นในตราสินค้าขนาดใหญ่ กลับเริ่มพิจารณาความยืดหยุ่นของแบบประกัน การตอบสนองที่รวดเร็วของบริการ และความโปร่งใสของข้อมูล ซึ่งทั้งหมดนี้เป็นส่วนหนึ่งของประสบการณ์ลูกค้าที่องค์กรต้องปรับตัวอย่างเร่งด่วน (สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย 2566 ก) สิ่งเหล่านี้เป็นแรงบันดาลใจ แก่ผู้วิจัยเพื่อ ดำเนินการวิจัยนี้ขึ้น โดยคาดหวังว่าจะสามารถเติมเต็มองค์ความรู้ที่ขาดหาย และสร้างแนวทางการตลาดและการบริหารประสบการณ์ลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพในอนาคต โดยจะวิเคราะห์ผลกระทบของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ของลูกค้าที่มีต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต เพื่อเติมเต็มช่องว่างขององค์ความรู้ และสนับสนุนการกำหนดกลยุทธ์การตลาดและการบริหารประสบการณ์ลูกค้าให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น อันจะนำไปสู่แนวทางเชิงกลยุทธ์ที่สามารถนำไปใช้ในการสร้างความภักดีต่อตราสินค้า การออกแบบประสบการณ์

ลูกค้าให้ตรงกับความต้องการ และการเพิ่มความมั่นใจในตราสินค้าผ่านองค์ประกอบต่าง ๆ ที่สำคัญต่อการตัดสินใจของลูกค้าในระยะยาว ซึ่งสามารถนำไปสู่การเพิ่มยอดขายและการเติบโตอย่างยั่งยืนขององค์กร ประกันชีวิตในประเทศไทย และเพื่อให้ได้ข้อค้นพบที่สามารถนำไปสู่การพัฒนากลยุทธ์ในระดับปฏิบัติการขององค์กร และสร้างคุณค่าให้กับลูกค้าอย่างยั่งยืนในระยะยาว

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต
2. เพื่อศึกษาอิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า ที่ส่งผลต่อประสบการณ์ลูกค้า

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

การศึกษาวิจัยในครั้งนี้ เพื่อให้การศึกษาบรรลุวัตถุประสงค์ของการวิจัย และเพื่อเป็นการสร้างความเข้าใจในประเด็นต่างๆ ของการศึกษา ผู้วิจัยได้ทบทวนวรรณกรรมจากแนวคิดและทฤษฎี รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้องตามประเด็นดังต่อไปนี้

2.1 ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (Brand Trust)

ความเชื่อมั่นในตราสินค้า หมายถึง ระดับที่ผู้บริโภคมีความมั่นใจว่าตราสินค้าจะสามารถส่งมอบคุณค่าได้อย่างต่อเนื่องตามที่คาดหวัง โดยมีมิติทั้งด้านความซื่อสัตย์และความสามารถในการให้บริการ (Delgado-Ballester & Munuera-Alemán, 2005) ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Chaudhuri & Holbrook (2001) แสดงให้เห็นว่าความเชื่อมั่นในตราสินค้าในบริบทธุรกิจประกันชีวิต มีตัวบ่งชี้หลัก ประกอบด้วย

- 1) ความเชื่อมั่นว่าบริษัทมีความซื่อสัตย์ (Integrity)
- 2) ความเชื่อมั่นในคุณภาพของบริการที่ต่อเนื่อง (Consistency in performance)
- 3) ความเชื่อว่าบริษัทใส่ใจผลประโยชน์ของลูกค้า (Benevolence)
- 4) ความสามารถในการรักษาสัญญา (Reliability)

2.2 ประสบการณ์ลูกค้า (Customer Experience)

ประสบการณ์ลูกค้า หมายถึง การรับรู้ของลูกค้าจากการมีปฏิสัมพันธ์กับบริษัทในหลากหลายจุดสัมผัส (touchpoints) ไม่ว่าจะเป็นก่อน ระหว่าง หรือหลังการซื้อ ซึ่งรวมถึงความรู้สึก ความพึงพอใจ และความจดจำที่เกิดขึ้น (Lemon & Verhoef, 2016) ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Pine & Gilmore (1999) และ Verhoef et al. (2009) เสนอว่า ประสบการณ์ลูกค้า จะประกอบไปด้วย

- 1) ประสบการณ์ทางประสาทสัมผัส (Sensory Experience)
- 2) ประสบการณ์ด้านอารมณ์ (Emotional Experience)
- 3) ประสบการณ์การใช้งานบริการ (Functional/Practical Experience)
- 4) ประสบการณ์ด้านสังคม (Social Experience)

2.3 ความภักดีในบริษัทประกันชีวิต (Customer Loyalty)

ความภักดีของลูกค้าหมายถึง ความตั้งใจที่จะซื้อซ้ำ ใช้บริการอย่างต่อเนื่อง และแนะนำบริการของบริษัทประกันชีวิตให้ผู้อื่น แม้ว่าจะมีทางเลือกอื่นในตลาด (Oliver, 1999) ทั้งนี้ ตามแนวคิดของ Yoshida et al. (2023) เสนอว่าความภักดีในบริษัทจะประกอบไปด้วย

- 1) ความตั้งใจซื้อซ้ำ (Repurchase Intention)
- 2) การแนะนำบริษัทให้ผู้อื่น (Word of Mouth)
- 3) ความผูกพันต่อตราสินค้า (Attitudinal Loyalty)
- 4) ความอดทนต่อราคาหรือข้อเสนอจากคู่แข่ง (Price Tolerance)

2.4 ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร จากการศึกษาในงานวิจัย พบว่าความสัมพันธ์ดังนี้

ความเชื่อมั่นในตราสินค้า มีอิทธิพลทางบวก ต่อความภักดีของลูกค้า (Chinomona, 2016; Gecti & Zengin, 2013) ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ส่งผลผ่านประสบการณ์ลูกค้า โดยลูกค้าที่มีความเชื่อมั่นจะมีปฏิสัมพันธ์เชิงบวก ส่งผลให้เกิดประสบการณ์ที่ดี และนำไปสู่ความภักดี (Ibrahim & Najjar, 2020) และประสบการณ์ลูกค้าเป็นตัวแปรคั่นกลางที่ ส่งผ่านอิทธิพล ของตราสินค้าไปยังพฤติกรรมความภักดี (Klaus & Maklan, 2013) ผลจากการทบทวนวรรณกรรมทำให้ผู้วิจัยสามารถสร้างกรอบแนวคิดได้ดังนี้

กรอบแนวคิดในการทำวิจัย



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการทำวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรเป้าหมายของการวิจัยในครั้งนี้ คือ ลูกค้าที่เคยซื้อข้าวในบริษัทประกันชีวิตเดิมมากกว่า 1 กรมธรรม์ ซึ่งผู้วิจัยไม่ทราบประชากรที่แน่ชัดจึงใช้สูตรการประมาณค่า ตัวอย่างตามสูตรคำนวณของ Hair et al. (2010) ที่แนะนำให้กำหนดขนาดตัวอย่างจากจำนวนตัวแปรสังเกตที่กำหนดให้ 5-20 เท่าของตัวแปรสังเกต ซึ่งงานวิจัยนี้มีจำนวนตัวแปรสังเกตทั้งหมด 12 ตัวแปรสังเกต จึงได้จำนวนตัวอย่างทั้งสิ้น 240 ตัวอย่าง โดยอาศัยการเลือกตัวอย่างแบบสะดวก

3.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ได้แก่แบบสอบถาม โดยส่วนที่เป็นคำถามแบบลิเคิร์ตสเกล จะนำไปตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) จากผู้ทรงจำนวน 3 ท่าน และทดสอบความเที่ยงด้วยสูตรของอัลฟา ครอนบาค จากกลุ่มที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย ได้ผลการทดสอบความตรงเชิงเนื้อหา และความเที่ยงดังนี้

ตารางที่ 1 ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือ

แบบสอบถามตัวแปร	ค่าความตรงเชิงเนื้อหา	ค่าความเที่ยง	จำนวนข้อคำถาม (ข้อ)
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า	0.67-1.00	0.77-0.82	14
ประสบการณ์ลูกค้า	0.67-1.00	0.71-0.78	16
ความภักดีในบริษัทประกันชีวิต	0.67-1.00	0.75-0.91	12

ผลการทดสอบคุณภาพของเครื่องมือพบว่าแบบสอบถามผ่านการทดสอบค่าความตรงเชิงเนื้อหา และผ่านเกณฑ์ค่าความเที่ยง สามารถนำแบบสอบถามไปจัดเก็บเพื่อทดสอบสมมติฐานต่อไป

3.3 วิธีการวิจัย

เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้การวิเคราะห์เทคนิคการวิเคราะห์เส้นทาง (Path analysis) ด้วยสมการเชิงโครงสร้าง (Structural Equation Modeling หรือ SEM) ส่วนข้อมูลส่วนบุคคลวิเคราะห์ด้วยค่าความถี่ และร้อยละ

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ผู้ตอบแบบสอบถาม พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 147 ราย (ร้อยละ 61.25) มีสถานภาพโสด จำนวน 133 ราย (ร้อยละ 55.42) มีอายุในระหว่าง 25-35 ปี จำนวน 99 ราย (ร้อยละ 41.25) ประกอบอาชีพพนักงานบริษัท จำนวน 103 ราย (ร้อยละ 42.92) จำนวนกรมธรรม์ที่ถืออยู่ในบริษัทเดียวกันส่วนใหญ่คือ 2 กรมธรรม์ จำนวน 187 ราย (ร้อยละ 77.92)

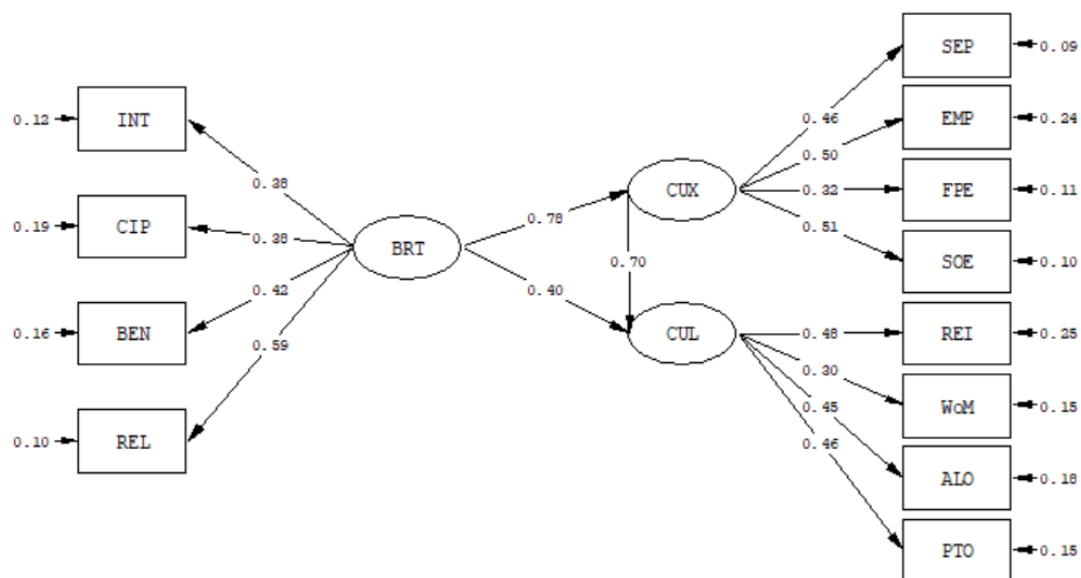
ผลการวิเคราะห์เพื่อตอบวัตถุประสงค์และสมมติฐาน สามารถนำเสนอได้ในตารางที่ 3 และแผนภาพที่ 2-3 ดังนี้

ตารางที่ 2 การพิสูจน์ความสอดคล้องกับข้อมูลในเชิงประจักษ์

ค่า	เกณฑ์	ค่าก่อนปรับ	ผลการพิจารณา	ค่าหลังปรับ	ผลการพิจารณา
χ^2/df	น้อยกว่า 5	10.14	×	3.14	✓
RMSEA	0.03-0.08	0.196	×	0.058	✓
NFI	0.9 ขึ้นไป	0.85	×	0.93	✓
CFI	0.9 ขึ้นไป	0.86	×	0.91	✓
GFI	0.9 ขึ้นไป	0.84	×	0.91	✓
SRMR	น้อยกว่า .05	0.08	×	0.04	✓

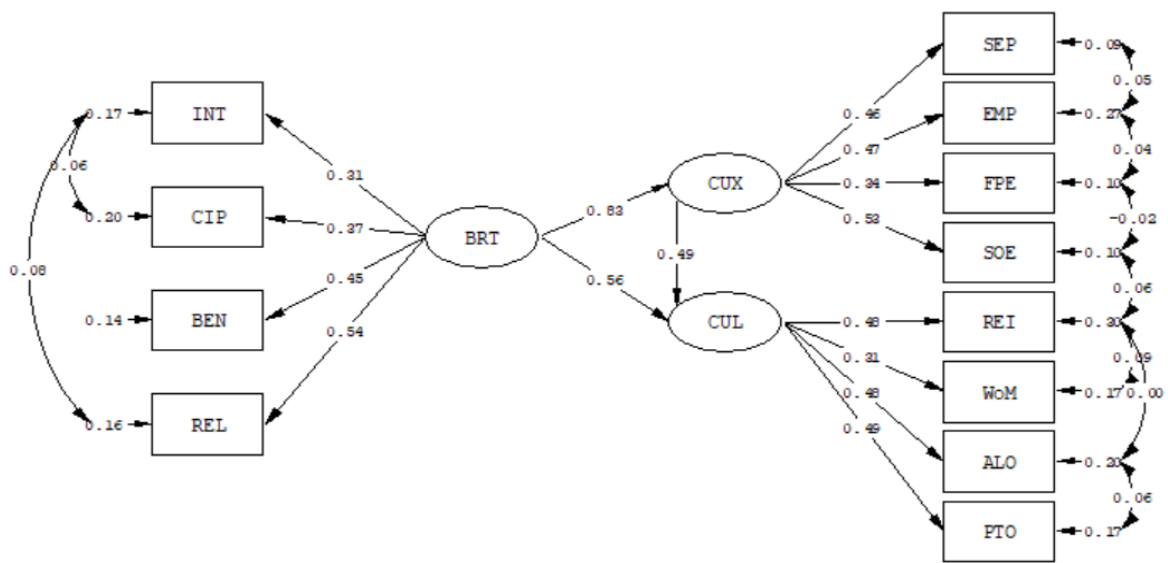
หมายเหตุ: ✓ หมายถึง ผ่านเกณฑ์ผลการทดสอบดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ผลจากการวิเคราะห์ดัชนีที่ใช้ในการตรวจสอบความสอดคล้องและความกลมกลืนของตัวแบบกับข้อมูลเชิงประจักษ์ การวิเคราะห์หองค์ประกอบครั้งใหม่ มีผลการประเมินความกลมกลืนของตัวคือ $\chi^2 = 126.64$, $df = 42$, $\chi^2/df = 3.14$, RMSEA = 0.058, NFI = 0.93, CFI = 0.91, GFI = 0.91, SRMR = 0.04 จากดัชนีดังกล่าวแสดงว่าตัวแบบใหม่นั้นมีความสอดคล้องในเชิงประจักษ์ที่ดีกว่าเพราะมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์เพียงพอ ผลการวิเคราะห์สามารถอธิบายจากตัวแปรแฝงภายใน ไปยังตัวแปรสังเกตได้ภายใน และจากตัวแปรแฝงภายนอก ไปยังตัวแปรสังเกตได้ภายนอก



Chi-Square=517.02, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.196

แผนภาพที่ 2 อิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต (ตัวแบบก่อนปรับ)



Chi-Square=126.64, df=42, P-value=0.04910, RMSEA=0.058

แผนภาพที่ 3 อิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต (ตัวแบบหลังปรับ)

ตารางที่ 3 ผลการวิเคราะห์เส้นทางอิทธิพลของความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสบการณ์ลูกค้า ที่ส่งผลต่อความภักดีในบริษัทประกันชีวิต

	ประสบการณ์ลูกค้า CUX R ² =0.61			ความภักดี ในบริษัทประกันชีวิต CUL R ² =0.90		
	DE	IE	TE	DE	IE	TE
ความเชื่อมั่นในตราสินค้า BRT	0.83	-	0.83	0.56	0.41	0.97
	(0.07)	-	(0.07)	(0.08)	(0.08)	(0.09)
	11.86	-	11.86	15.44	4.86	11.17
ประสบการณ์ลูกค้า CUX				0.49	-	0.49
				(0.10)	-	(0.10)
				4.73	-	4.73

ค่าที่นำเสนอ EP = Estimation Parameter, SE = Standard Error, t-value

DE=Direct Effect / IE = Indirect Effect/ TE = Total Effect

ความภักดีในบริษัทประกันชีวิต ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (DE=0.56) และ ประสบการณ์ลูกค้า (DE=0.49) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 90 ในขณะที่ ประสบการณ์ลูกค้า ได้รับอิทธิพลทางตรงจาก ความเชื่อมั่นในตราสินค้า (DE=0.83) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ มีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 61

เมื่อวิเคราะห์จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด จะพบว่า

ความเชื่อมั่นในตราสินค้า ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ความสามารถในการรักษาสัญญา (REL=0.54) ประสิทธิภาพลูกค้า ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ประสิทธิภาพด้านสังคม (SOC=0.51) และ ความรักดีในบริษัท ประกันชีวิต ได้รับน้ำหนักปัจจัยจาก ความตั้งใจซื้อซ้ำ (REI=0.48)

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลวิจัย

1. ผลการวิจัยพบว่า ความรักดีในบริษัทประกันชีวิตได้รับอิทธิพลโดยตรงและมีนัยสำคัญทางสถิติจาก ความเชื่อมั่นในตราสินค้า และประสิทธิภาพลูกค้า ปัจจัยทั้งสองนี้มีค่าอำนาจการพยากรณ์ความภักดีของลูกค้า ถึงร้อยละ 90 ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ของ Ibrahim and Najjar (2020) ที่พบว่าความเชื่อมั่นในตรา สินค้าและประสิทธิภาพลูกค้ามีอิทธิพลต่อความภักดีในตราสินค้า ผลจากการทบทวนวรรณกรรมที่มีอยู่ เน้นย้ำ ความสำคัญของทั้งความเชื่อมั่นและประสิทธิภาพเชิงบวกในการสร้างความภักดีในอุตสาหกรรมบริการต่างๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของธุรกิจประกันภัย ค่าอำนาจการพยากรณ์ที่สูงนี้ชี้ให้เห็นว่าสำหรับบริษัท ประกันชีวิต การสร้างและรักษาความเชื่อมั่นในตราสินค้าที่แข็งแกร่งและการมอบประสิทธิภาพลูกค้าที่ยอด เยี่ยมเป็นสิ่งสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาลูกค้าและส่งเสริมความภักดีในระยะยาว

2. ผลการศึกษาพบว่าประสิทธิภาพลูกค้าได้รับอิทธิพลโดยตรงและมีนัยสำคัญทางสถิติจากความ เชื่อมั่นในตราสินค้า โดยมีค่าอำนาจการพยากรณ์ร้อยละ 61 สิ่งนี้ชี้ให้เห็นว่าความเชื่อมั่นของลูกค้าที่มีต่อตรา สินค้า ตั้งแต่แรกเริ่มมีผลอย่างมากต่อประสิทธิภาพที่ลูกค้าได้รับจากบริษัท เมื่อลูกค้าเชื่อมั่นในตราสินค้า พวกเขา มีแนวโน้มที่จะมีการปฏิสัมพันธ์เชิงบวก การรับรู้ และประสิทธิภาพโดยรวมที่ดี ผลการวิจัยนี้สนับสนุน แนวคิดที่ว่าความเชื่อมั่นในตราสินค้าสามารถทำหน้าที่เป็นรากฐานที่สำคัญ ซึ่งส่งอิทธิพลและช่วยเพิ่ม ประสิทธิภาพของลูกค้า ซึ่งจะนำไปสู่ความภักดีในท้ายที่สุด ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับ งานดังกล่าวสอดคล้อง กับงานของ Agarwal, Malik & Gautam (2022) โดยผลจากงานวิเคราะห์ห่อหุ้ม พบว่า ความเชื่อมั่นเป็น สิ่งจำเป็นสำหรับทั้งประสิทธิภาพลูกค้าที่น่าพึงพอใจและความพึงพอใจซึ่งเป็นการยืนยันโดยตรงถึงอิทธิพลของ ความเชื่อมั่นที่มีต่อประสิทธิภาพลูกค้า และงานของ Bansal & Kumar (2023) ซึ่งเสนอว่า เน้นว่า ประสิทธิภาพเป็นผลมาจากการประสานงานระหว่างปัจจัยมนุษย์และกลไกในสภาพแวดล้อมการบริโภค

3. จากการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันที่มีค่าน้ำหนักปัจจัยมากที่สุด พบว่าความเชื่อมั่นในตรา สินค้าได้รับน้ำหนักปัจจัยหลักจาก "ความสามารถในการรักษาสัญญา" ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับงานของ Erdem & Swait (2004) ที่ให้การสนับสนุนแนวคิดที่ว่าความเชื่อมั่นในตราสินค้าเกี่ยวข้องกับความเชื่อของ ผู้บริโภคที่ไว้วางใจว่าสามารถส่งมอบตามคำมั่นสัญญาได้ สิ่งนี้เน้นย้ำว่าสำหรับธุรกิจประกันชีวิต ลูกค้าให้ ความสำคัญอย่างยิ่งต่อความสามารถของบริษัทในการรักษาคำมั่นสัญญาและดำเนินการตามภาระผูกพัน ซึ่ง เป็นสิ่งสำคัญสำหรับผลิตภัณฑ์ที่มักจะได้รับผลประโยชน์ในอนาคต สำหรับประสิทธิภาพลูกค้า "ประสิทธิภาพ ด้านสังคม" กลายเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุด สิ่งนี้เน้นย้ำถึงความสำคัญของการปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์ การสนับสนุน และลักษณะทางสังคมโดยรวมของการเดินทางของลูกค้าในธุรกิจประกันชีวิต ซึ่งอาจสะท้อนถึงบริบททาง วัฒนธรรมของไทยที่การแนะนำส่วนบุคคลและความสัมพันธ์ที่เชื่อถือได้มีบทบาทสำคัญในการตัดสินใจซื้อ ผลการวิจัยจะสอดคล้องกับงานของ Yu & Tseng (2016) ที่ยืนยันว่า คุณภาพความสัมพันธ์เป็นตัวแปร คั่นกลางของผลกระทบจากลักษณะของพนักงานขาย และพฤติกรรมการขายเชิงสัมพันธ์ที่มีต่อความภักดีของ ลูกค้า นอกจากนี้ยังชี้ให้เห็นว่าพนักงานขายที่เป็นมิตรจะสร้างความประทับใจเชิงบวกต่อผู้บริโภค ซึ่งนำไปสู่

ความรู้สึกพึงพอใจและความเชื่อมั่นในที่สุด สอดคล้องกับงานวิจัยของ Bootpo & Rittiboonchai (2018) ที่เสนอว่า การให้คุณภาพการบริการที่ดี และความพึงพอใจจะสร้างให้เกิดความประทับใจ และความภักดี ในขณะเดียวกันองค์ประกอบด้าน ความตั้งใจซื้อซ้ำ เป็นปัจจัยนำสำหรับความภักดีในบริษัทประกันชีวิต ซึ่งเป็นการแสดงออกถึงพฤติกรรมความภักดีโดยตรง บ่งชี้ว่าความเต็มใจของลูกค้าที่จะซื้อกรมธรรม์จากบริษัทประกันภัยเดิมต่อไปเป็นตัวบ่งชี้สำคัญของความภักดีของพวกเขา (Yu & Tseng 2016)

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. ผู้ประกอบการควรให้ความสำคัญกับความน่าเชื่อถือในการสร้างตราสินค้า บริษัทประกันชีวิต ควรเน้นการแสดงให้เห็นถึงความน่าเชื่อถืออย่างสม่ำเสมอในทุกด้านของการดำเนินงาน โดยเฉพาะอย่างยิ่งในการรักษาคำมั่นสัญญาและการจัดการการเรียกร้องสินไหมทดแทน ซึ่งรวมถึงการสื่อสารที่โปร่งใส การประมวลผลการเรียกร้องที่รวดเร็ว และการทำให้แน่ใจว่าเงื่อนไขกรมธรรม์มีความชัดเจนและเป็นไปตามนั้นโดยไม่มีคลุมเครือ การเน้นย้ำความสามารถของบริษัทในการรักษาคำมั่นสัญญาในกลยุทธ์การตลาดและการสื่อสารจะเป็นสิ่งสำคัญในการสร้างและรักษาความเชื่อมั่นในตราสินค้า

2. การปรับปรุงประสบการณ์ลูกค้าด้านสังคม จะเกิดขึ้นได้จากการลงทุนด้วยการฝึกอบรมพนักงานที่ต้องติดต่อกับลูกค้า รวมถึงตัวแทนและบุคลากรสนับสนุน เพื่อส่งเสริมปฏิสัมพันธ์ทางสังคมเชิงบวกและเข้าใจความรู้สึกของลูกค้า ซึ่งอาจรวมถึงการสื่อสารส่วนบุคคล การสนับสนุนเชิงรุก และการสร้างช่องทางที่อำนวยความสะดวกในการมีส่วนร่วมที่ง่ายและน่าพึงพอใจ เมื่อพิจารณาถึงความสำคัญของประสบการณ์ทางสังคม การใช้ประโยชน์จากตัวแทนที่น่าเชื่อถือ และการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สามารถพัฒนาเป็นจุดแข็งที่สำคัญ

3. การเสริมสร้างความตั้งใจซื้อซ้ำผ่านคุณค่าและบริการ เกิดจากการพัฒนากลยุทธ์ที่ส่งเสริมการซื้อซ้ำโดยตรง ซึ่งอาจรวมถึงการนำเสนอโปรแกรมความภักดี การให้คำแนะนำกรมธรรม์ส่วนบุคคลตามความต้องการของลูกค้าที่เปลี่ยนแปลงไป และการรับรองบริการหลังการขายที่ยอดเยียมซึ่งคาดการณ์และแก้ไขข้อกังวลของลูกค้า การมุ่งเน้นไปที่คุณค่าระยะยาวและการมีส่วนร่วมกับลูกค้าอย่างต่อเนื่องจะช่วยขับเคลื่อนพฤติกรรมการซื้อซ้ำ

4. ผู้บริหารควรตระหนักว่าความเชื่อมั่นในตราสินค้าเป็นสิ่งที่มาก่อนประสบการณ์ลูกค้าที่ดี บริษัทควรออกแบบการเดินทางของลูกค้าที่สร้างความมั่นใจในทุกจุดสัมผัส ตั้งแต่การสอบถามเบื้องต้นไปจนถึงการบริการอย่างต่อเนื่อง ซึ่งรวมถึงการสื่อสารที่ชัดเจนและซื่อสัตย์ การแก้ไขปัญหาที่รวดเร็ว และการให้บริการที่สอดคล้องกันในทุกช่องทาง รวมถึงช่องทางดิจิทัล

5. ผู้บริหารควรใช้ประโยชน์จากการเปลี่ยนแปลงทางดิจิทัลเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์ แม้ว่าการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมจะเป็นสิ่งสำคัญ แต่การเปลี่ยนไปใช้แพลตฟอร์มดิจิทัลที่เพิ่มขึ้นจำเป็นต้องมีความสมดุล บริษัทควรลงทุนในเครื่องมือดิจิทัล (เช่น AI หรือแชทบอท) ที่ช่วยเพิ่มความเร็ว ความโปร่งใส และการเข้าถึง แต่ก็ต้องแน่ใจว่าเครื่องมือเหล่านี้เสริมการปฏิสัมพันธ์กับมนุษย์และยังคงรักษาความเป็นส่วนตัวเพื่อสร้างความเชื่อมั่นและประสบการณ์เชิงบวก

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. การวิจัยในอนาคตสามารถสำรวจตัวแปรคั่นกลางอื่นๆ ที่เป็นไปได้ในความสัมพันธ์ระหว่างความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประสบการณ์ลูกค้า และความภักดี เช่น ความพึงพอใจของลูกค้า คุณค่าที่รับรู้ได้ หรือความผูกพันทางอารมณ์ นอกจากนี้ การตรวจสอบตัวแปรควบคุม เช่น ประชากรศาสตร์ของลูกค้า ประเภทกรรมธรรม์ หรือการแข่งขันในตลาด สามารถให้ความเข้าใจที่ละเอียดอ่อนยิ่งขึ้น
2. งานวิจัยดังกล่าวสามารถต่อยอดด้วยการทำวิจัยเชิงคุณภาพเกี่ยวกับ "ประสบการณ์ด้านสังคม" เมื่อพิจารณาจากค่าน้ำหนักปัจจัยที่สูงของ "ประสบการณ์ด้านสังคม" ในประสบการณ์ลูกค้า การศึกษาเชิงคุณภาพด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก หรือ สทนากลุ่ม จะสามารถให้ข้อมูลเชิงลึกที่ลึกซึ้งยิ่งขึ้น ว่าแง่มุมใดของการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ลูกค้าประกันชีวิตในประเทศไทยให้ความสำคัญมากที่สุด และจะสามารถส่งมอบบริการได้อย่างเหมาะสมจนสร้างความภักดีอย่างยั่งยืน
3. งานวิจัยดังกล่าวเป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง หากมีการศึกษาด้วยการติดตามการเปลี่ยนแปลงของความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประสบการณ์ลูกค้า และความภักดีเมื่อเวลาผ่านไป ซึ่งให้ข้อมูลเชิงลึกเกี่ยวกับลักษณะแบบพลวัตของความสัมพันธ์เหล่านี้และผลกระทบระยะยาวของกลยุทธ์ของบริษัท
4. งานวิจัยดังกล่าวศึกษาภายใต้บริบทในประเทศไทย การเปรียบเทียบผลการวิจัยเหล่านี้กับบริบททางวัฒนธรรมอื่น ๆ หรืออุตสาหกรรมบริการที่แตกต่างกัน จะสามารถเปิดเผยความแตกต่างทางวัฒนธรรมและปัจจัยเฉพาะอุตสาหกรรมที่มีอิทธิพลต่อความเชื่อมั่นในตราสินค้า ประสบการณ์ลูกค้า และความภักดี

เอกสารอ้างอิง

- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2566ก). รายงานประจำปี: **อุตสาหกรรมประกันภัยในยุคฟื้นฟูหลังโควิด-19**. คปภ.
- สำนักงานคณะกรรมการกำกับและส่งเสริมการประกอบธุรกิจประกันภัย. (2566ข). รายงานประจำปี: **ธุรกิจประกันชีวิตในประเทศไทย ปี 2566**. คปภ.
- Agarwal, S., Malik, P., & Gautam, S. (2022). Analysis of customer satisfaction and the customer experience in digital payments: A meta-analysis review. *International Journal of Business Science and Applied Management*, 18(1), 1–17.
- Algharabat, R., Rana, N. P., Alalwan, A. A., & Baabdullah, A. M. (2020). Investigating the antecedents of customer brand engagement and consumer-based brand equity in social media. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101767.
- Arshad, Z., Arshaad, A. R., Yousaf, S., & Jamil, S. (2015). Determinants of share prices of listed commercial banks in Pakistan. *IOSR Journal of Economics and Finance*, 6(2), 56-64
- Bansal, G., & Kumar, R. (2023). Influence of customers' experience antecedents on customer loyalty: An interactive role of value co-creation. *BHU Management Review*, 11(1), 133–152.
- Bhatt, Y., Patel, S., & Patel, H. (2022). Digital transformation in insurance sector: Challenges and opportunities. *International Journal of Information Management Data Insights*, 2(2), 100073. <https://doi.org/10.1016/j.jjime.2022.100073>

- Bootpo, W., & Rittiboonchai, W. (2018). The influence of service quality, team attachment and the satisfaction affects team loyalty with fan club in the Thai Premier League club. **Academic Journal of Thailand National Sports University**, 10(3), 161–172. [In Thai]
- Chaiyasoonthorn, W., & Suksa-ngiam, W. (2022). Factors influencing customers' intention to buy life insurance in Thailand: A behavioral perspective. **Journal of Asian Finance, Economics and Business**, 9(1), 355–364. [In Thai]
- Chaudhuri, A., & Holbrook, M. B. (2001). The chain of effects from brand trust and brand affect to brand performance: The role of brand loyalty. **Journal of Marketing**, 65(2), 81–93. <https://doi.org/10.1509/jmkg.65.2.81.18255>
- Chinomona, R. (2016). Brand Communication, Brand Image and Brand Trust as Antecedents of Brand Loyalty in Gauteng Province of South Africa. **African Journal of Economic and Management Studies**, 7, 124–139.
- Delgado-Ballester, E., & Munuera-Alemán, J. L. (2005). Does brand trust matter to brand equity? **Journal of Product & Brand Management**, 14(3), 187–196. <https://doi.org/10.1108/10610420510601058>
- Delgado-Ballester, E., Munuera-Alemán, J. L., & Yagüe-Guillén, M. J. (2003). Development and validation of a brand trust scale. **International Journal of Market Research**, 45(1), 35–54.
- Erdem, T., & Swait, J. (2004). Brand credibility, brand consideration, and choice. **Journal of Consumer Research**, 31(1), 191–198.
- Gecti, F., & Zengin, H. (2013). The relationship between brand trust, customer loyalty and perceived risk: A study on ready-to-wear industry. **Journal of Global Strategic Management**, 13, 89–102.
- Gentile, C., Spiller, N., & Noci, G. (2007). How to sustain the customer experience: An overview of experience components that co-create value with the customer. **European Management Journal**, 25(5), 395–410.
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. F. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective** (7th ed.). Pearson Prentice Hall.
- Ibrahim, B., & Najjar, F. (2020). The influence of brand trust and customer experience on brand loyalty: The mediating role of brand love. **International Journal of Business and Social Science**, 11(2), 40–51.
- Iglesias, O., Markovic, S., Bagherzadeh, M., & Singh, J. J. (2019). Co-creation: A key link between corporate social responsibility, customer trust, and customer loyalty. **Journal of Business Ethics**, 163, 151–166. <https://doi.org/10.1007/s10551-018-4015-y>

- Kandampully, J., Zhang, T., & Jaakkola, E. (2018). Customer experience management in hospitality: A literature synthesis, new understanding and research agenda. **International Journal of Contemporary Hospitality Management**, 30(1), 21–56. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-10-2015-0549>
- Klaus, P., & Maklan, S. (2013). Towards a better measure of customer experience. **International Journal of Market Research**, 55(2), 227–246.
- Ladhari, R., Souiden, N., & Ladhari, I. (2011). Determinants of loyalty and recommendation: The role of perceived service quality emotional satisfaction and image. **Journal of Financial Services Marketing**, 16(2), 111–124.
- Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. **Journal of Marketing**, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. **Journal of Marketing**, 58(3), 20–38.
- Oliver, R. L. (1999). Whence consumer loyalty? **Journal of Marketing**, 63(Special Issue), 33–44. <https://doi.org/10.2307/1252099>
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). **The experience economy: Work is theatre & every business a stage**. Harvard Business Press.
- Rather, R. A., Tehseen, S., & Parrey, S. H. (2021). Promoting customer brand engagement and brand loyalty through customer brand identification and value congruity. **Journal of Retailing and Consumer Services**, 61, 102528. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2021.102528>
- Saraniemi, S., & Grönroos, C. (2021). Re-inventing branding: A brand-as-a-service perspective. **Journal of Business Research**, 125, 437–444. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.028>
- Somboon, P., Wongsansukcharoen, J., & Sriboonlue, S. (2021). Financial literacy and trust affecting the decision to purchase life insurance in Thailand. **Journal of Insurance and Risk Management**, 13(1), 45–60. {In Thai}
- Verhoef, P. C., Lemon, K. N., Parasuraman, A., Roggeveen, A., Tsiros, M., & Schlesinger, L. A. (2009). Customer experience creation: Determinants, dynamics and management strategies. **Journal of Retailing**, 85(1), 31–41. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2008.11.001>
- Wu, M. S. S., Yeh, S. S., & Hsiao, C. Y. (2011). The influence of brand image and customer loyalty on brand equity: An empirical study of the apparel industry. **Journal of Business Management**, 13(2), 43–56.
- Yu, T. W., & Tseng, L. M. (2016). The role of salespeople in developing life insurance customer loyalty. **International Journal of Retail & Distribution Management**, 44(1), 22–37.

การส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร Promoting Occupations for the Disabled under the New Way of Life In Bangkok

ณรงค์ ไปวันเสาร์^{1*} และ พรสวรรค์ จันทรมวรกุล²
(Narong Phaiwansao^{1*} and Pronsawan Chansomworakun²)

^{1*}นักวิชาการอิสระ กรุงเทพมหานคร

^{1*}Independent Scholar, Bangkok Thailand

²นักวิชาการอิสระ กรุงเทพมหานคร

²Independent Scholar, Bangkok Thailand

*Corresponding author E-mail: narong@phaiwansao.com

Article history:

Received 15 February 2025

Revised 20 April 2025

Accepted 22 April 2025

SIMILARITY INDEX = 6.10 %

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาความต้องการการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร 2) เปรียบเทียบความต้องการการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้พิการในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 108,854 คน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 400 คน ได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของทาโร่ ยามาเน่ ใช้การสุ่มอย่างง่าย สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และทดสอบสมมติฐานด้วย การทดสอบที และการวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว

ผลการวิจัยพบว่า 1) ความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ อยู่ในระดับมาก โดยด้านทักษะการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด ด้านการเข้าถึงการส่งเสริมอาชีพ ด้านการเข้าถึงทุนในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ และด้านช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก 2) ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล พบว่าไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ ความต้องการ การส่งเสริมการประกอบอาชีพ ผู้พิการ วิถีชีวิตใหม่

ABSTRACT

The research aimed to 1) study the need to promote occupation for the disabled under the new way of life in Bangkok and 2) compare the need to promote occupation for the disabled under the new way of life in Bangkok classified by personal characteristics. This was quantitative research using a questionnaire as the tool for data collection. The population used in the study consisted of 108,854 disabled people in Bangkok. A sample of 400 people was obtained from Taro Yamane's ready-made table using simple random sampling. The statistics used for data analysis included frequency, percentage, mean, standard deviation, and hypothesis testing using Independent t test and One-Way ANOVA

The research results found that 1) the overall need for career promotion for the disabled under the new way of life was at a high level. By career skills had the highest demand, access to career promotion, access to capital for career promotion, and channels for accessing career promotion information had the high demand. 2) The results of the comparison of the need for career promotion for the disabled under the new way of life, classified by gender, age, education level, marital status, occupation, average monthly income, and different types of disability, revealed no significant differences in demand for career promotion

Keywords: Need, Promoting Occupations, Disabled, New Way of Life

1. บทนำ

หลังจากเกิดการระบาดของโรคโควิด-19 ยาวนาน ทำให้หลายคนต้องเรียนรู้ ที่จะอยู่รอดให้ได้ในสถานการณ์แบบนี้ ไม่ว่าจะเป็นการอยู่รอดจากโรคภัย หรืออยู่รอดจากผลกระทบของเศรษฐกิจ แต่ทุกวิกฤตย่อมมีทางออกเสมอ และเมื่อเกิดวิกฤตมนุษย์จะเกิดการเรียนรู้ ปรับตัว เพื่อเอาชนะปัญหา และดำรงชีวิตอยู่ต่อไป วิกฤตหลายครั้งที่เคยผ่านมา เช่น สึนามิ ปี 2547 หรือน้ำท่วมใหญ่ ปี 2554 เกิดความช่วยเหลือแบ่งปันซึ่งกันและกันมากมาย เกิดนวัตกรรมการแก้ปัญหา เกิดระบบความช่วยเหลือ เกิดกลุ่มจิตอาสา บางคนลุกขึ้นมาทำในสิ่งที่ไม่เคยทำมาก่อน และสุดท้าย เรื่องร้ายก็จะค่อย ๆ คลี่คลายและผ่านไป ความเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตจนกลายเป็นความปกติ รูปแบบใหม่ ประกอบด้วยวิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิถีปฏิบัติ และการจัดการการใช้ชีวิตแบบใหม่ก็เกิดขึ้น หลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างใหญ่หลวงและรุนแรง อย่างใดอย่างหนึ่ง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือ (สำนักงานกองทุนสนับสนุนการเสริมสุขภาพ (สสส.), 2563) ชีวิตวิถีใหม่หรือความปกติใหม่ เป็นรูปแบบการดำเนินชีวิตอย่างใหม่ที่แตกต่างจากอดีต และกำลังจะกลายเป็นวิวัฒนาการใหม่ของสังคมมนุษย์ และระบบสังคมใหม่ของโลกอีกด้วย รูปแบบชีวิตวิถีใหม่นี้ ประกอบด้วย วิถีคิด วิถีเรียนรู้ วิธีสื่อสาร วิถีปฏิบัติและการจัดการการใช้ชีวิตแบบใหม่เกิดขึ้นหลังจากเกิดการเปลี่ยนแปลง ทำให้มนุษย์ต้องปรับตัวเพื่อรับมือกับสถานการณ์ปัจจุบันมากกว่าจะดำรงรักษาวิถีดั้งเดิมหรือหวนหาถึงอดีต ซึ่งสิ่งที่จะเกิดขึ้นนั้นล้วนเป็นสิ่งที่เราต้องปรับตัว ไม่อาจคาดคะเนได้ว่าจะมีสิ่งใดที่จะเปลี่ยนแปลงไปบ้างหรือมีอะไรจะเกิดขึ้นได้บ้าง การปฏิบัติงานของผู้ปฏิบัติงานในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) จึงต้องเปลี่ยนไปและปรับพฤติกรรมใหม่ เมื่อต้องการปฏิบัติงานที่บ้าน (อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา, 2565)

ความพิการเป็นสถานะทางสุขภาพที่แสดงออกมาในลักษณะของการสูญเสียความสามารถในการทำกิจกรรมต่าง ๆ ในการดำรงชีวิตในสังคม จากรายงานขององค์การอนามัยโลก (World Health Organization [WHO], 2011) ในการดูแลหรือให้ความช่วยเหลือคนพิการเพื่อให้มีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นตามพระราชบัญญัติส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ.2550 นอกจากกำหนดให้คนพิการมีสิทธิได้รับสวัสดิการ ความช่วยเหลือจากรัฐในด้านการฟื้นฟูสมรรถภาพและการพัฒนาศักยภาพ ทั้งทางการแพทย์ การศึกษา อาชีพ และสวัสดิการสังคมแล้ว คนที่มีความพิการรุนแรง หรือมีสภาพความพิการมากจนไม่สามารถปฏิบัติกิจวัตรที่สำคัญในการดำรงชีวิตได้ด้วยตนเอง (ธิดารัตน์ นงค์ทอง, 2560) จากสถานการณ์โรคระบาดโควิด-19 สถานประกอบการหลายแห่งต้องปรับลดจำนวนพนักงานลงหรือยังไปก่อนหน้านี้ก็ต้องปิดตัวอย่างถาวร จึงทำให้อัตราส่วนการจ้างงานคนพิการลดลงตามไปด้วย มูลนิธินวัตกรรมทางสังคมที่ดูแลการจ้างงานตามมาตรา 35 กว่า 3,000 คน ได้ทำการสำรวจผลกระทบต่อการจ้างงานพบว่าตำแหน่งงานจะหายไปราวร้อยละ 15-20 ซึ่งภาครัฐจะต้องเข้ามาดูแลแรงงานกลุ่มนี้อย่างเร่งด่วน เนื่องจากคนพิการเป็นกลุ่มประชากรที่เปราะบางมาก คนพิการที่เคยมีงานทำแล้วกลับมาทำงานจะได้รับผลกระทบในระดับสูง เช่น นอกเหนือจากเรื่องของเงินเดือนแล้ว เมื่อได้ทำงานคนพิการเหล่านี้มีความรู้สึกภาคภูมิใจที่ได้เป็นที่พึ่งพิงให้กับครอบครัวจากที่เคยเป็นผู้รับมาโดยตลอด รู้สึกมีคุณค่าและมีศักดิ์ศรี เป็นต้น นอกจากนี้ การที่คนพิการส่วนใหญ่มีการศึกษาน้อย มีข้อจำกัดทางกายภาพ มีความลำบากในการเดินทางไปทำงาน ประกอบกับสถานประกอบการไม่มีความพร้อมในการรับคนพิการเข้าทำงาน ทำให้ยิ่งไม่ใช่เรื่องง่ายที่คนพิการจะกลับเข้าสู่การทำงานอีกครั้งเมื่อเทียบกับคนทั่วไป (TDRI, 2563ก)

ในช่วงโรคระบาดโควิด-19 คนพิการได้รับผลกระทบเช่นเดียวกันกับแรงงานและอีกทั้งข้อจำกัดทางด้านร่างกายทำให้อยู่ในสถานะเปราะบางกว่าคนทั่วไป เช่น ข้าวถุงเป็นใบ้ พืชโควิด-19 โรงงานขาดทุนถูกเลิกจ้าง มีเงินติดตัว 5 บาท อยากกลับบ้าน หรือ คนพิการ แม่-ลูก ตกงานช่วงโควิด ไร้เงิน ถูกทิ้ง กลับบ้าน

ไม่ได้ เป็นต้น โดยภาครัฐได้ออกมาตรการช่วยเหลือคนพิการในระยะสั้น ได้แก่ การเพิ่มเบี้ยคนพิการจากคนละ 800 บาทเป็น 1,000 บาทต่อเดือน ให้เงินเยียวยากลุ่มเปราะบาง 3,000 บาท แต่หากภาครัฐต้องการที่จะช่วยเหลือคนพิการอย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืน ทางออกหนึ่งคือ การจูงใจให้บริษัทที่จ่ายเงินตามมาตรา 34 ให้เลือกที่จะจ้างงานตามมาตรา 35 เพราะจะทำให้คนพิการมีรายได้ สามารถเลี้ยงดูตนเองได้อย่างยั่งยืน ซึ่งเป็นการจ้างงานอย่างมีคุณค่าและสมศักดิ์ศรี ช่วยให้คนพิการมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้นได้อย่างแท้จริง ซึ่ง พ.ร.บ. ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ. 2550 และที่แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2556 กำหนดให้ตามมาตรา 33 รัฐและสถานประกอบการที่มีลูกจ้าง 100 คนขึ้นไปต้องจ้างคนพิการในอัตราส่วน 1:100 เข้าทำงานในสถานประกอบการ หมายความว่า หากมีลูกจ้าง 100 คน ต้องจ้างคนพิการเข้าทำงาน 1 คน ถ้าไม่สามารถจ้างคนพิการเข้าสถานประกอบการได้จะต้องจ่ายเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการตามค่าแรงขั้นต่ำของประเทศตามมาตรา 34 หรือจะจ้างงานคนพิการตามมาตรา 35 ที่เป็นทางเลือกการสนับสนุนส่งเสริมอาชีพ คนพิการได้ 7 รูปแบบ (การให้สัมปทาน การจัดสถานที่จำหน่ายสินค้าหรือบริการ การจัดจ้างเหมาช่วงงานหรือจ้างเหมาบริการ การฝึกงาน การจัดให้มีอุปกรณ์ หรือมีสิ่งอำนวยความสะดวก การจัดให้มีล่ามภาษามือ และการให้ความช่วยเหลืออื่นใด) ซึ่งเป็นการแก้ปัญหาที่สถานประกอบการไม่สามารถจ้างคนพิการเข้าทำงานในสถานประกอบการตามมาตรา 33 ได้ รวมทั้งตอบสนองต่อความต้องการและข้อจำกัดของคนพิการที่ต้องการประกอบอาชีพอิสระหรือต้องการทำงานที่ใกล้บ้านมากกว่า (TDRI, 2563ก) อาชีวศึกษาก็เป็นอีกหน่วยงานหนึ่งซึ่งมีผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการสอนด้านวิชาชีพจึงเป็นกลไกสำคัญที่จะผลักดันผู้พิการให้เข้าสู่ตลาด แรงงานได้โดยการอบรมให้ความรู้ทั้งวิชาชีพ และเทคโนโลยีในปัจจุบัน อีกทั้งยังเป็นแหล่งเชื่อมโยงระหว่างผู้พิการกับสถานประกอบการได้เป็นอย่างดีเนื่องจากความสัมพันธ์ในการเรียนการสอนที่เรียกว่า ระบบทวิภาคีและนักเรียน นักศึกษาของอาชีวศึกษายังเป็นที่ยอมรับของสถานประกอบการซึ่งจะเห็นได้จากการรับนักเรียน นักศึกษาเข้าฝึกงานหรือ ฝึกอาชีพอย่างต่อเนื่องเป็นระยะเวลามาอย่างยาวนาน ถ้ามีการสนับสนุนให้อาชีวศึกษาสามารถสร้างอาชีพในรูปแบบการพัฒนาทักษะใหม่ ๆ ให้กับคนพิการ จะเป็นการตอบสนองการป้อนแรงงานคนพิการเข้าสู่สถานประกอบการในยุค 5G สำเร็จได้แน่นอน

นอกจากอาชีวศึกษาที่ต้องเปลี่ยนเพื่อมุ่งสู่เป้า หมายแล้ว สถานประกอบการและสังคมยังต้องเรียนรู้ และปรับตัวไปพร้อมกันด้วยเพื่อให้คนพิการสามารถที่จะอยู่ในสังคมได้อย่างมีความสุข และสังคมต้องพร้อมที่จะเปิดใจรับคนพิการด้วย แม้ว่าเราจะไม่สามารถพัฒนาคนพิการได้ทุกประเภท แต่คนพิการส่วนใหญ่ก็จะได้มีโอกาส (ณัฐวรรณ ศิริเตชภัทร และพิชญาภา ยืนยาว, 2563) กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ได้ตระหนักถึงการสร้างงานสร้างอาชีพให้คนพิการหลังโควิด-19 ทั้งนี้ ปัจจุบันประเทศไทยมีคนพิการที่มีบัตรประจำตัวคนพิการแล้ว กว่า 2 ล้าน 9 หมื่นคน ซึ่งเกือบครึ่งหนึ่งเป็นคนพิการที่อยู่ในวัยแรงงานถึง 8 แสนคน โดยในจำนวนนี้มีคนพิการที่มีศักยภาพสามารถประกอบอาชีพได้ แต่ไม่มีอาชีพรองรับ ซึ่งกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ โดยกระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ในฐานะหน่วยงานหลักที่มีภารกิจส่งเสริมให้คนพิการเข้าถึงสิทธิ สวัสดิการ ตระหนักดีว่าคนพิการในวัยแรงงานเป็นกำลังการผลิตส่วนหนึ่งที่ร่วมขับเคลื่อนเศรษฐกิจของประเทศให้เติบโต ภายใต้รูปแบบการใช้ชีวิตวิถีใหม่ ที่มีเทรนด์การทำงานที่เปลี่ยนผ่านจากยุคอุตสาหกรรมสู่ยุคดิจิทัล โดยนำปัญญาประดิษฐ์ หรือ AI เข้ามาใช้แทนแรงงานคนมากขึ้น ทำให้เกิดมิติใหม่ในการทำงานที่ทำให้คนพิการไทย ต้องได้รับการพัฒนาทักษะฝีมือและองค์ความรู้ด้านเทคโนโลยีดิจิทัลที่จำเป็นในการรับมือกับความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2564)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อจะได้ทราบว่าผู้พิการต้องการการส่งเสริมการประกอบอาชีพในด้านใดบ้าง และให้ผู้ที่เกี่ยวข้องได้ใช้เป็นข้อมูลในการจัดทำนโยบายส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับวิถีชีวิตใหม่

บดินทร์ ชาตะเวที (2563) New normal ก็คือ วิถีชีวิตใหม่ที่มนุษย์เรียนรู้ที่จะนำมาใช้เพื่อปรับตัวให้อยู่รอดได้ในสภาพแวดล้อมนั้น ๆ และเมื่อไหร่ก็ตามที่สภาพแวดล้อมเปลี่ยนแปลงไปหรือมีเหตุการณ์บางอย่างใดอย่างหนึ่งเกิดขึ้นที่ส่งผลกระทบอย่างมากต่อการดำรงชีวิตของมนุษย์ มนุษย์เราก็จะมีการปรับตัวใหม่อีกครั้งเพื่อความอยู่รอดของเรานั้นเอง แต่ถึงอย่างไรก็ตามไม่ว่าจะสถานการณ์ในปัจจุบันหรืออนาคตจะเป็นอย่างไร คนในสังคมก็ยังคงต้องปฏิบัติตัวดูแลตัวเองให้มีความสุขที่แข็งแรง จิตใจที่แจ่มใสอยู่เสมอ เพื่อพร้อมรับมือกับสิ่งที่จะเกิดขึ้นอีกมากมาย

TDRI (2563ข) ทำการสำรวจผลกระทบจากโรคระบาดโควิด-19 ที่เกิดขึ้นต่อคนพิการ โดยคณะวิจัยของ TDRI ดำเนินการลงพื้นที่สำรวจคนพิการทั้งหมด 3 ครั้ง ครั้งที่ 1 ในช่วงเดือนพฤษภาคม พ.ศ.2563 ครั้งที่ 2 ในช่วงเดือนสิงหาคม พ.ศ.2563 และครั้งที่ 3 ในช่วงเดือนธันวาคม พ.ศ.2563 เพื่อเก็บข้อมูลคนพิการจำนวน 56 คน ในหน่วยจ้างงานในพื้นที่ 5 หน่วยงาน ได้แก่

- 1.องค์การบริหารส่วนตำบลดอนหญ้านาง จังหวัดอยุธยา
- 2.ศูนย์การดำรงชีวิตอิสระพทุมมณฑล จังหวัดนครปฐม
- 3.องค์การบริหารส่วนตำบลบางคนที่ จังหวัดสมุทรสงคราม
- 4.โครงการ The Guidelight มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ และ
- 5.ศูนย์ฝึกอาชีพหญิงตาบอดสามพราน จังหวัดนครปฐม

โดยพบว่า ในช่วงเกิดโรคระบาดโควิด-19 คนพิการได้รับผลกระทบเหล่านี้

1) ศูนย์ฝึกอาชีพหญิงตาบอดสามพราน นอกจากจะเป็นที่ทำงานของคนพิการแล้ว ศูนย์ ฯ ยังเป็นสถานที่พักอาศัยของหมอนวดอีกด้วย ในช่วงระบาดระยะแรกที่มีคำสั่งปิดสถานประกอบการเพื่อสุขภาพรวมถึงการนวด ตั้งแต่เมื่อวันที่ 17 มีนาคม 2563 ถึง 15 มิถุนายน 2563 เป็นระยะเวลากว่า 3 เดือน ทำให้หมอนวดที่อยู่ในศูนย์ ฯ ต้องเดินทางกลับต่างจังหวัด รายได้เสริมบางส่วนที่ได้จากการทำงานนวดในศูนย์ ฯ จึงหายไป เหลือเพียงรายได้ที่ได้จากการจ้างงานตามมาตรา 35 เพียงเท่านั้น

2) รายได้ลดลง เนื่องจากคนพิการบางรายได้รับการจ้างงานเป็นรายวัน เมื่อเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้ถูกลดจำนวนวันทำงาน ส่งผลกระทบต่อรายได้

3) ลดจำนวนการจ้างงานคนพิการในปี 2564 เนื่องจากสถานประกอบการหรือบริษัทหลายแห่งต้องปรับลดจำนวนพนักงานลงหรือยังไปกว่านั้นคือต้องปิดตัวอย่างถาวร จึงทำให้อัตราส่วนการจ้างงานคนพิการ

ลดลงตามไปด้วย เช่น สำหรับศูนย์ฝึกอาชีพหญิงตาบอดสามพรานในปี 2564 จำเป็นต้องมีการลดอัตราการทำงานตามมาตรา 35 จากมีการจ้างงานคนพิการจำนวน 20 คนในปี 2563 เหลือเพียง 17 คนในปี 2564 เป็นต้น หรือ ศูนย์ดำรงชีวิตอิสระพุทธมณฑลจากมีการจ้างงานคนพิการจำนวน 8 คนในปี 2563 เหลือเพียง 7 คนในปี 2564 แม้ว่าตัวเลขอาจจะไม่มากนัก แต่คนพิการเป็นกลุ่มที่เปราะบางสูงหากถูกเลิกจ้างงาน เนื่องจากคนพิการมีการกระบวนกรเข้าถึงการทำงานมีความซับซ้อนและยุ่งยากกว่าบุคคลธรรมดาทั่วไป นอกจากนี้การมีงานทำนั้นก่อให้เกิดผลลัพธ์หรือการเปลี่ยนแปลงทั้งผลลัพธ์ที่เป็นตัวเงินและไม่ใช่ตัวเงิน เช่น ทักษะการทำงาน ทักษะการเข้าสังคม สุขภาพจิต สุขภาพกาย ความสัมพันธ์กับครอบครัว การมีส่วนร่วมกับชุมชนและสังคม ตัวอย่างการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้น เช่น การเปลี่ยนแปลงของการได้รับสิทธิสวัสดิการประกันสังคม หากคนพิการไม่เคยทำงานมาก่อนและปัจจุบันได้รับการจ้างงานเชิงสังคมตามมาตรา 33 ซึ่งนายจ้างจะต้องนำส่งเงินสมทบกองทุนประกันสังคมทำให้คนพิการสามารถเลือกรับสิทธิรักษาพยาบาลระหว่างสิทธิประกันสังคมหรือสิทธิหลักประกันสุขภาพถ้วนหน้า และยังได้รับสิทธิประโยชน์อื่นในระบบประกันสังคมอย่างครบถ้วนอีกด้วย นอกจากนี้คนพิการมีกระบวนว่า สุขภาพแข็งแรงมากขึ้นเนื่องจากได้ออกไปทำงานหรือออกกำลังกายมากขึ้นจากที่แต่ก่อนอยู่แต่ในบ้านและไม่ได้ขยับร่างกายมากนัก การไปทำงานร่วมกันกับคนพิการอื่นทำให้คนพิการมีเพื่อนมากขึ้นลดการเก็บตัวจากสังคม นอกจากนี้การที่คนพิการมีรายได้มาช่วยแบ่งเบาภาระครอบครัวหรือเป็นเสาหลักให้แก่ครอบครัวย่อมส่งผลต่อสุขภาพจิตและความสัมพันธ์กับครอบครัวให้เป็นไปในทิศทางที่ดีขึ้น

4) ความลำบากในการเว้นระยะห่างทางสังคม เนื่องจากจำเป็นต้องได้รับความช่วยเหลือ เช่น คนพิการทางสายตา มักมีคนเข้ามาช่วยเหลือ แต่เนื่องจากเกิดโรคระบาดโควิด-19 ทำให้คนพิการต้องระมัดระวังมากกว่าปกติในการใช้คนแปลกหน้าเข้ามาช่วยเหลือ หรือ คนพิการทางร่างกายอย่างรุนแรงจำเป็นต้องจ้างคนดูแลในการใช้ชีวิตประจำวันอย่างการช่วยเหลืออาบน้ำจึงไม่สามารถงดเว้นระยะห่างทางสังคมได้

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการ

Hammerman and Maikowski (1981) กล่าวว่า ความพิการ หมายถึง ความเสียเปรียบ และความบกพร่อง ซึ่งบุคคลหนึ่งอาจมีความบกพร่องโดยไม่พิการและพิการโดยไม่เกิดการเสียเปรียบก็ได้หากการได้รับการสนับสนุนจากครอบครัวหรือมีสิ่งอำนวยความสะดวกทางกายภาพสิ่งเหล่านี้สามารถเยียวยาความบกพร่องที่มีอยู่ได้ และจะไม่ส่งผลทำให้บุคคลนั้นเกิดความเสียเปรียบในการดำรงชีวิต เช่น คนตาบอดทำงานที่ใช้สายตาไม่ได้แต่สามารถใช้คอมพิวเตอร์ที่มีเสียงประกอบได้สามารถเล่นดนตรีเป็นนักกีตาร์ได้ เป็นต้น

สถาบันสิรินธรเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพทางการแพทย์แห่งชาติ (2565) ประเภทความพิการ ตามประกาศเพิ่มเติม ก.ค.2555 ได้แก่ 1. ความพิการทางการเห็น 2. ความพิการทางการได้ยินหรือสื่อความหมาย 3. ความพิการการเคลื่อนไหวหรือทางร่างกาย 4. ความพิการทางจิตใจหรือพฤติกรรม 5. ความพิการทางสติปัญญา 6. ความพิการทางการเรียนรู้ 7. ความพิการออทิสติก

แนวคิดการช่วยเหลือคนพิการ พัฒนา บริการ คนพิการเพื่อให้มีอาชีพและมีงานทำ แนวคิดดั้งเดิมมักใช้คำว่า “การฟื้นฟูสมรรถภาพด้านอาชีพ” (Vocational Rehabilitation) ซึ่งสะท้อนถึงการให้นักวิชาชีพแพทย์ หรือนักฟื้นฟูสมรรถภาพเป็นศูนย์กลาง และแบบแผนทางการแพทย์ (Medical Model) การช่วยเหลือให้คนพิการมีอาชีพหรือมีงานทำเป็นหน้าที่ของ “ผู้เชี่ยวชาญ” เป็นผู้ดูแลจัดการ มักจัดฝึกอบรมทักษะให้คนพิการในศูนย์ฝึกอาชีพต่าง ๆ ปัจจุบันแนวคิดการจ้างคนพิการ ที่เรียกว่า Customized Employment” (CE) ซึ่งปัจจุบันยังไม่มีผู้แปลเป็นภาษาไทยไว้ชัดเจนแปลว่า “การจ้างงานตามความแตกต่างของบุคคล” หรือ “การ

จ้างงานโดยการจัดปรับให้เหมาะสมกับบุคคล” หมายถึง กระบวนการ หลักการ ยุทธวิธีที่ยืดหยุ่นที่แตกต่างไปจากกระบวนการจ้างงานปกติทั่วไป และออกแบบมาเพื่อตอบสนองต่อความต้องการทั้งของนายจ้างและลูกจ้างหรือคนพิการ ผ่านการเจรจาต่อรอง ปรีกษาหารือ พุดคุย ระหว่างคนพิการหรือตัวแทนกับนายจ้าง โดยคำนึงถึงจุดแข็ง เจือ้นไข ความสนใจของคนพิการ การจัดสภาพแวดล้อมและสิ่งสนับสนุนคนพิการ (Harvey, et al. 2013; Griffin, 2007)

วรัชชา เจริญทวีโชค (2560) กล่าวถึงการกำหนดสิทธิของคนพิการในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2540 และการประกาศใช้พระราชบัญญัติต่าง ๆ ได้เกิดกระบวนการทัศน์ใหม่เกี่ยวกับการพัฒนาอาชีพและการจ้างงานคนพิการในด้านต่าง ๆ ดังนี้

1. การส่งเสริมการมีส่วนร่วมของคนพิการในการพัฒนาอาชีพและการจ้างงานของคนพิการ โดยการเปิดโอกาสให้คนพิการมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น และตัดสินใจในการกำหนดนโยบายต่าง ๆ รวมทั้งมีส่วนร่วมในการปฏิบัติทั้งในรูปแบบของคณะกรรมการ และการร่วมปฏิบัติในกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ
2. หลักการพัฒนาอาชีพและการจ้างงานคนพิการ มุ่งสนับสนุนให้คนพิการมีการศึกษาเพื่อประกอบอาชีพในลักษณะวิชาชีพมากขึ้น รวมทั้งส่งเสริมให้สตรีที่พิการมีโอกาสในการประกอบอาชีพได้มากขึ้นด้วย
3. รูปแบบของการพัฒนาอาชีพและการจ้างงานคนพิการ การฝึกอาชีพในศูนย์ฝึกอาชีพไม่ประสบความสำเร็จเท่าที่ควร จึงมีการปรับเปลี่ยนรูปแบบให้มีการฝึกอาชีพในชุมชนที่คนพิการอาศัยอยู่ และสามารถดำเนินงานในชุมชนได้ซึ่งจะก่อให้เกิดการสร้างรายได้ที่สะดวกเหมาะสม และยั่งยืน

เนฐิดา พันธุ์ชูเพชร (2564) กล่าวถึงของขวัญปีใหม่ กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ ปี 2565 สามารถทำให้ประชาชนมีอาชีพได้มากถึง 34,112 ราย คือ การสร้างอาชีพใหม่หลังโควิด (Reskill - Upskill - Newskill) เป็นการส่งเสริมการประกอบอาชีพให้แก่กลุ่มเป้าหมาย ทั้งเด็ก สตรี ผู้สูงอายุ คนพิการ คนไร้ที่พึ่ง และกลุ่มเปราะบาง ที่ได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 สามารถพึ่งพาตนเองได้และหลุดพ้นจากความยากจน ซึ่งมีการดำเนินกิจกรรม/โครงการ เช่น การขายของออนไลน์ (E-Commerce) ผ่านโครงการ Future Work Academy สำหรับคนพิการ ผู้ดูแลคนพิการ และกลุ่มอาชีพของคนพิการ ร่วมกับบริษัทชั้นนำ

พัชรมณธ์ ปิติปัญญกุล (2566) เสนอ แนวทางการยกระดับการส่งเสริมการประกอบอาชีพสำหรับคนพิการภายใต้บริบทโลกใหม่ เพื่อให้คนพิการมีความมั่นคง ในอาชีพและรายได้ สามารถเลี้ยงดูตนเองและครอบครัวได้อย่างยั่งยืนและมีคุณภาพชีวิตที่ดี เข้าถึงสิทธิ สวัสดิการ การคุ้มครอง และการสร้างโอกาสความเสมอภาคสำหรับคนพิการ ประกอบด้วย 4 แนวทางได้แก่

- 1) การส่งเสริมการจ้างงาน กำหนดให้นายจ้างหรือเจ้าของสถานประกอบการ และหน่วยงานของรัฐจ้างงานคนพิการเพื่อประโยชน์ในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ให้คนพิการได้มีส่วนร่วมในสังคม มีโอกาสในการเข้าถึงการประกอบอาชีพได้ใช้ศักยภาพของตนเอง และสามารถพึ่งพาตนเองได้ โดยมาตราที่เกี่ยวข้องกับการจ้างงานคนพิการ ได้แก่ มาตรา 33 กำหนดให้หน่วยงาน ภาครัฐ และสถานประกอบการภาคเอกชน จ้างงานคนพิการในอัตราส่วน 100 : 1 หากไม่ดำเนินการให้ดำเนินการตามมาตรา 34 ส่งเงินเข้ากองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ หรือดำเนินการตาม มาตรา 35 ส่งเสริมการจ้างงานคนพิการหรือการให้สัมปทานพื้นที่จำหน่ายสินค้า การจัดจ้างเหมาะสมช่วงงาน การฝึกอาชีพ เป็นต้น

- 2) การสนับสนุนเงินทุนในการประกอบอาชีพประกอบไปด้วย

- 2.1) การให้บริการกู้ยืมเงินเพื่อการประกอบอาชีพจากกองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ

2.2) การรวมกลุ่มประกอบอาชีพเป็นเงินอุดหนุน ผ่านกลุ่มคนพิการหรือผู้ดูแลคนพิการ ที่มีความต้องการประกอบอาชีพ โดยให้คนพิการ หรือผู้ดูแลคนพิการในชุมชนรวมกลุ่ม กลุ่มละ 10 – 20 คน ขอรับการสนับสนุนเงินจากศูนย์พัฒนาศักยภาพและอาชีพคนพิการ

3) การส่งเสริมการพัฒนาศักยภาพอาชีพคนพิการ โดยการเปิดรับคนพิการ ที่มีความสนใจเข้ารับการฝึกทักษะด้านอาชีพ ผ่านศูนย์พัฒนาศักยภาพและอาชีพคนพิการ และศูนย์ส่งเสริมอาชีพคนพิการ ทั้ง 9 แห่ง

4) การบูรณาการความร่วมมือกับภาคีเครือข่าย ในการพัฒนาศักยภาพและอาชีพคนพิการ ได้แก่

4.1) การส่งเสริมอาชีพการจัดเตรียมข้อมูลสำหรับปัญญาประดิษฐ์ (AI Trainers) เพื่อส่งเสริมอาชีพและการมีงานทำ

4.2) การสร้างอาชีพทางเลือกสำหรับคนพิการ

4.3) การส่งเสริมช่องทางการจำหน่ายสินค้า ทั้งรูปแบบออนไลน์และออฟไลน์

พพรหมณ์ ปิติปัญญากุล (2566) กล่าวว่าปัจจัยที่มีผลต่อการมีงานทำ และการประกอบอาชีพของคนพิการ ประกอบด้วย

1) ด้านการศึกษาและการพัฒนาทักษะการประกอบอาชีพของคนพิการ ที่ยังไม่ความสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงานและลักษณะงานที่เหมาะสมกับคนพิการ

2) ด้านทัศนคติและมุมมองของคนในสังคม คนพิการมีโอกาในการทำงานที่ค่อนข้างจำกัดจากทัศนคติของคนในสังคมทุกระดับไม่ว่าจะเป็นประชาชนทั่วไป นายจ้าง สถานประกอบการ และหน่วยงานภาครัฐ ที่ยังอาจมองว่าคนพิการเป็นคนที่ไม่มีความสามารถ ไม่มีศักยภาพ ไม่สามารถพัฒนาได้ เป็นบุคคลพิเศษที่ต้องดูแล

3) ด้านโครงสร้างในระบบสาธารณูปโภคพื้นฐาน (Infrastructure) ทั้งด้านโครงสร้างพื้นฐาน อาคารสถานที่ของหน่วยงานทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน การคมนาคมขนส่งสาธารณะ ที่ไม่ได้ถูกออกแบบหรือรองรับเพื่อให้คนพิการและทุกคนสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ตามหลักการออกแบบเพื่อคนทั้งมวล หรือ Universal Design ส่งผลให้คนพิการต้องเผชิญกับความยากลำบากในการเดินทาง

4) ด้านการให้บริการของหน่วยงานภาครัฐและบูรณาการฐานข้อมูล ขาดระบบการให้บริการแบบอิเล็กทรอนิกส์เพื่อให้บริการคนพิการได้อย่างสะดวก รวดเร็วได้มากยิ่งขึ้น อีกทั้งข้อมูลด้านคนพิการมีหลายหน่วยงานที่มีฐานข้อมูลด้านคนพิการแต่ละด้านยังขาดการเชื่อมโยงบูรณาการ ฐานข้อมูลเพื่อให้การจัดบริการให้กับคนพิการตรงตามความต้องการของคนพิการอย่างแท้จริง

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้พิการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบัตรประจำตัวผู้พิการ จำนวน 108,854 คน (กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ, 2567)

กลุ่มตัวอย่าง คือ ผู้พิการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบัตรประจำตัวผู้พิการ จำนวน 400 คน ได้มาจากการเปิดตารางสำเร็จรูปของ ทาโร่ ยามาเน่ (Yamane, 1973) ใช้การสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling)

3.2 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร

3.3 เครื่องมือวิจัย

เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสอบถามมีขั้นตอนการสร้างและตรวจสอบ ดังนี้

1. การกำหนดเนื้อหาของข้อมูลที่ต้องการ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย
2. การศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการสร้างรูปแบบสอบถาม
3. การร่างแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้
ส่วนที่ 1 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลปัจจัยลักษณะส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทความพิการ ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)
ส่วนที่ 2 แบบสอบถามที่เกี่ยวข้องกับข้อมูลความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน คือ
 1. ด้านทักษะการประกอบอาชีพ จำนวน 5 ข้อ
 2. ด้านการเข้าถึงการส่งเสริมอาชีพ จำนวน 5 ข้อ
 3. ด้านช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมการประกอบอาชีพ จำนวน 5 ข้อ
 4. ด้านการเข้าถึงทุนในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ จำนวน 5 ข้อ
ซึ่งเป็นการสอบถามระดับความคิดเห็นของผู้พิการ โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบโดยใช้มาตราลิเกิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ ดังนี้ ระดับที่ 1 หมายถึง ความต้องการน้อยที่สุด, ระดับที่ 2 หมายถึง ความต้องการน้อย, ระดับที่ 3 หมายถึง ความต้องการปานกลาง, ระดับที่ 4 หมายถึง ความต้องการมาก และระดับที่ 5 หมายถึง ความต้องการมากที่สุด
ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะ โดยเป็นคำถามปลายเปิด เพื่อให้ผู้ตอบแบบสอบถามได้แสดงความเห็นเกี่ยวกับความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพเพิ่มเติม
4. การตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม โดยตรวจสอบโครงสร้างแบบสอบถาม และข้อคำถามในแบบสอบถาม ว่าครอบคลุมเนื้อหาและสอดคล้องกันตามวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัยหรือไม่ ตรวจสอบรูปแบบของแบบสอบถาม ภาษาที่ใช้ การเรียงลำดับและความยาวของคำถาม โดยการตรวจสอบความเที่ยงตรงจากผู้เชี่ยวชาญ 3 ท่าน โดยหาดัชนีความสอดคล้อง (IOC) พบว่าผ่านเกณฑ์ทุกข้อ มีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1
5. การทดสอบแบบสอบถามกับกลุ่มประชากรที่คล้ายคลึงกันกับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 30 ราย นำผลการทดสอบมาพิจารณาเกี่ยวกับความชัดเจนของคำชี้แจง ความเข้าใจข้อคำถาม การแปลความหมายข้อความของผู้ตอบแบบสอบถามที่มีต่อคำถามในแบบสอบถาม
6. การตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม เพื่อหาค่าความเชื่อมั่น (reliability) โดยวิธีหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟา (alpha coefficient method) โดยวิธีของครอนบาค (Cronbach) ได้ค่าความเชื่อมั่นระหว่าง 0.88-0.92
7. สร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อนำไปเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้ผู้พิการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบัตรประจำตัวผู้พิการจำนวน 400 คน ให้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยคอยช่วยเหลือเพื่อชี้แจงและทำความเข้าใจกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. เก็บแบบสอบถามกลับคืนมา และดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. นำแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 400 ฉบับ โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดย

1. ข้อมูลปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลของผู้พิการในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีบัตรประจำตัวผู้พิการ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทความพิการ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage)
2. ข้อมูลความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ใน 4 ด้าน คือ ด้านทักษะการประกอบอาชีพ ด้านการเข้าถึงการส่งเสริมอาชีพ ด้านช่องทางการเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมการประกอบอาชีพ ด้านการเข้าถึงทุนในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$: Mean) ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard deviation)
3. การเปรียบเทียบความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ที่มีปัจจัยลักษณะส่วนบุคคลแตกต่างกัน ใช้การวิเคราะห์ข้อมูล โดยการทดสอบค่าที (t-test) เพื่อเปรียบเทียบระหว่างตัวแปร 2 กลุ่ม ได้แก่ ตัวแปรเพศ และการทดสอบความแปรปรวนทางเดียว (One-way ANOVA) เพื่อหาค่าความแตกต่างของตัวแปร 3 กลุ่มขึ้นไป ได้แก่ ตัวแปรอายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทความพิการ กรณีเมื่อพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ทำการตรวจสอบเปรียบเทียบเชิงซ้อน (Multiple comparison) ความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธี LSD (Least Significant Difference) ที่ระดับ .05

3.6 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยเรื่อง ความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร มีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. กำหนดเนื้อหาของข้อมูลที่ต้องการ โดยพิจารณาจากวัตถุประสงค์การวิจัยและสมมติฐานการวิจัย
2. ศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และการสร้างแบบสอบถาม
3. การร่างแบบสอบถาม ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ทดสอบแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม และสร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
4. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูล และเก็บคืนตรวจสอบความถูกต้อง
5. วิเคราะห์ข้อมูล โดยนำข้อมูลที่ได้รับจากแบบสอบถามไปวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ
6. นำเสนอผลการวิจัยตามความมุ่งหมายการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา

4. ผลการวิจัย

ความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก (Mean = 4.16) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านทักษะการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมากที่สุด (Mean = 4.28) โดยข้อการได้รับการพัฒนาทักษะความสามารถทำให้จะได้รับการจ้างงาน และมีรายได้เพิ่มขึ้น ผู้พิการมีความต้องการมากที่สุด ด้านการเข้าถึงการส่งเสริมอาชีพ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.15) โดยข้อการมีระบบฐานข้อมูลคนพิการ ผู้พิการมีความต้องการมากที่สุด ด้านการเข้าถึงทุนในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.12) โดยข้อการเข้าถึงแหล่งเงินทุนทำให้ประกอบอาชีพได้หลากหลาย ผู้พิการมีความต้องการมากที่สุด ด้านช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก (Mean = 4.09) โดยข้อมีสื่อเป็นช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลเพื่อต่อยอดองค์ความรู้ในการประกอบอาชีพ ผู้พิการมีความต้องการมากที่สุด

การเปรียบเทียบความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ประเภทความพิการที่แตกต่างกันมีความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพ ไม่แตกต่างกัน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปและอภิปรายผลวิจัย

ความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เนื่องจาก “COVID-19” ทำให้รายได้ลดลงแต่รายจ่ายเพิ่มขึ้น ผู้พิการจึงต้องการได้รับการส่งเสริมการประกอบอาชีพ เพื่อสามารถนำไปประกอบอาชีพและสร้างรายได้ นำมาเป็นค่าใช้จ่ายในการดำเนินชีวิตประจำวันของตนเองและครอบครัวผู้พิการได้ สามารถอภิปรายเป็นรายด้านได้ดังนี้ ด้านทักษะการประกอบอาชีพ มีความต้องการอยู่ในระดับมากที่สุด เนื่องจากผู้พิการเห็นว่าเมื่อตนเองมีทักษะ ความรู้ความสามารถเพิ่มขึ้นจะทำให้ได้รับเงินหรือค่าตอบแทนในการทำงานมากขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ วรษา เจริญทวีโชค (2560) ที่พบว่า มีความคิดเห็นเกี่ยวกับการพัฒนาด้านความรู้ความสามารถมากที่สุด โดยปัญหาอุปสรรคจากปัจจัยส่วนบุคคล คือ ผู้พิการมีความรู้ ความสามารถไม่ตรงกับงานที่ทำ และขาดทักษะที่จำเป็นสำหรับงานที่ทำ เป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้ผู้พิการสามารถทำงานได้อย่างเต็มศักยภาพของตนเอง

ด้านการเข้าถึงการส่งเสริมอาชีพ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากการประกอบอาชีพของผู้พิการมีจำกัด ผู้พิการส่วนใหญ่จะประกอบอาชีพอิสระ เช่น นวดแผนไทย พยากรณ์โชคชะตา จำหน่ายสลากกินแบ่งรัฐบาล เป็นต้น การมีระบบฐานข้อมูลคนพิการจะสามารถสนับสนุนให้เกิดการประกอบอาชีพคือ ทำให้ผู้พิการและผู้ประกอบการสามารถติดต่อกัน หรือเกิดการจ้างงานผู้พิการเพิ่มขึ้น สอดคล้องกับการศึกษาของ ธรณรงค์ จันโต (2563) ที่พบว่า ในด้านโอกาสนั้นควรมีกฎหมายที่สนับสนุนให้เกิดการจ้างงานคนพิการ มีการพัฒนาเทคโนโลยีในการช่วยให้คนพิการสามารถทำงานได้ง่ายยิ่งขึ้น มีระบบฐานข้อมูลคนพิการที่สามารถสนับสนุนให้เกิดการจ้างงานคนพิการเพิ่มขึ้น และการประชาสัมพันธ์สร้างความเข้าใจเกี่ยวกับการจ้างงานคนพิการให้เพิ่มมากขึ้น

ด้านการเข้าถึงทุนในการส่งเสริมการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก เนื่องจากการระบาดของ COVID-19 มีผลกระทบต่อการทำงานและคุณภาพชีวิตของคนพิการ ถูกจำกัด ขาดโอกาส ในการมีอาชีพและรายได้ และคนพิการไม่ได้รับการยอมรับจากสังคม ขาดความรู้เรื่องแหล่งทุนในการสนับสนุน ทำให้ไม่สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุน เพื่อนำมาประกอบอาชีพหรือประกอบธุรกิจ หรือผู้พิการที่ประกอบธุรกิจต้อง

ประสบกับภาวะขาดทุนเพราะขาดเงินทุน สอดคล้องกับ สานนท์ ด้านภักดี และ จุฬาร ศรียังสรรค์ (2562) ที่พบว่าแนวทางส่งเสริมอาชีพคนพิการ ควรมีการสนับสนุนจากแหล่งทุน กองทุนส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ควรสนับสนุนกลุ่มคนพิการที่ยังไม่ประสบความสำเร็จในการประกอบอาชีพ

ด้านช่องทางในการเข้าถึงข้อมูลการส่งเสริมการประกอบอาชีพ อยู่ในระดับมาก อาจเนื่องจากเมื่อผู้พิการได้รับฝึกอาชีพ หรือสิ้นสุดการอบรมการส่งเสริมอาชีพจากกลุ่มองค์กรต่างแล้วผู้พิการแล้วไม่ได้มีสื่อที่จะสนับสนุนให้เกิดการประกอบอาชีพอย่างต่อเนื่อง ทำให้ขาดโอกาสในการประกอบอาชีพ สอดคล้องกับการศึกษาของ ชีรภัทร กิจจารักษ์ (2561) ที่พบว่า คนพิการส่วนใหญ่ยังมีข้อจำกัดในการเข้าถึงข้อมูลข่าวสาร ตลอดจนการมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของสังคม ควรมีช่องทางการสื่อสารเพิ่มมากขึ้น

ผลการเปรียบเทียบความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการภายใต้วิถีชีวิตใหม่ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส อาชีพ รายได้เฉลี่ยต่อเดือน และประเภทความพิการที่แตกต่างกันมีความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้เนื่องจากผู้พิการส่วนใหญ่ประกอบอาชีพอิสระ มีรายได้ไม่สูงและไม่มั่นคง ความสามารถในการทำงานของคนพิการไม่มากพอตามความต้องการของสถานประกอบการทำให้ไม่ได้รับการจ้างงาน ผู้พิการจึงมีความต้องการส่งเสริมการประกอบอาชีพไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับผลการสำรวจของ ศศินันท์ วาสิณ ฤเดช เกิดวิชัย และวรางคณา จันทรคง.(2556).ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตคนพิการในจังหวัดนนทบุรี ซึ่งพบว่า ระดับการศึกษา รายได้ และระยะเวลาพิการ มีความสัมพันธ์กับคุณภาพชีวิตคนพิการ อย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ ควรมีการดำเนินการดังนี้

1. ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มีบทบาทสำคัญในการดำเนินชีวิต ควรมีการจัดทำแพลตฟอร์มเพื่อช่วยเหลือผู้พิการเกี่ยวกับการประกอบอาชีพ
2. การจัดทำระบบฐานข้อมูลคนพิการ ควรมีการบูรณาการร่วมกันระหว่างหน่วยงานที่มีข้อมูลผู้พิการ เช่น กระทรวงสาธารณสุข กระทรวงมหาดไทย กระทรวงการพัฒนาสังคมและความมั่นคงของมนุษย์ และดำเนินการขึ้นทะเบียนคนพิการที่ยังเข้าไม่ถึงการขึ้นทะเบียน เพื่อใช้เป็นข้อมูลในการส่งเสริมการประกอบอาชีพของผู้พิการ
3. การส่งเสริมการประกอบอาชีพโดยสร้างอาชีพทางเลือกสำหรับผู้พิการ ควรส่งเสริมการฝึกอบรมและพัฒนาทักษะวิชาชีพให้ตรงกับอาชีพ โดยบูรณาการร่วมกับภาคเอกชนที่มีความสนใจในการสร้างอาชีพให้กับคนพิการ เพื่อสร้างโอกาสที่จะได้เรียนรู้และพัฒนาศักยภาพ ที่ตอบสนองความต้องการทุกมิติของผู้พิการ

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรศึกษาความสำเร็จในอาชีพของผู้พิการที่ได้รับการส่งเสริมการประกอบอาชีพ
2. ควรศึกษาแนวทางการประสานความร่วมมือทุกภาคส่วนเพื่อผลักดันนโยบายส่งเสริมการประกอบอาชีพผู้พิการ
3. ควรศึกษาการพัฒนาระบบการจ้างงานและการส่งเสริมการมีงานทำ การเปิดโอกาสเข้าสู่การทำงานของผู้พิการ และโอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานของผู้พิการ

เอกสารอ้างอิง

- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2564). **พก.เปิดตัวของขวัญปีใหม่ 2565 “Future of Work เพื่อคนพิการ..สู่อาชีพใหม่ สร้างรายได้”**เป้าหมายสร้างอาชีพใหม่ให้คนพิการ. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://dep.go.th/en/news/news-release/พก-เปิดตัวของขวัญ-ปีใหม่-2565-“future-of-work-เพื่อคนพิการ-สู่อาชีพใหม่-สร้างรายได้”-เป้าหมายสร้างอาชีพใหม่ให้คนพิการ>.
- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2567). **ข้อมูลประมวลผลจากฐานข้อมูลทะเบียนกลางคนพิการ**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก https://ecard.dep.go.th/nep_all/file/Stat2567/Stat_Jan67.pdf
- ณัฐวรรณ ศิริเดชภัทร์ และ พิษญาภา ยืนยาว. (2563). **อาชีวศึกษากับการสร้างอาชีพแรงงานคนพิการเพื่อเข้าสู่สถานประกอบการในยุค 5G. การประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม ครั้งที่ 12, มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม, 2828-2836.**
- ธิดารัตน์ นงค์ทอง. (2560). **การศึกษาคุณภาพชีวิตของคนพิการรุนแรง ทางร่างกาย และการเคลื่อนไหว. วารสารพัฒนาสังคม, 19(2), 113-131.**
- ธีรภัทร กิจจักษ์. (2561). **การส่งเสริมการประกอบอาชีพอิสระให้กับผู้พิการสายตาด้อยโอกาสในจังหวัดเพชรบูรณ์: การประสานและการนํานโยบายไปปฏิบัติ. วารสารวิจัยและพัฒนา วไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์, 13 (3), 309-320.**
- เนฐิดา พันธุ์ชูเพชร. (2564). **พม. แกล้งเปิดตัวของขวัญปีใหม่ 2565 มุ่งเน้นสร้างอาชีพใหม่หลังโควิด-19 พร้อมจับมือ กท. ขับเคลื่อนโครงการ "สร้างคน สร้างโอกาส สร้างชาติมั่นคง" ภายใต้แนวคิด "ดี เก่ง กล้าด้วยดนตรี กีฬา และศิลปะ".** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก https://www.m-society.go.th/news_view.php?id=32082
- บดินทร์ ขาตะเวที. (2563). **พฤติกรรม กับ ชีวิตวิถีใหม่: New Normal.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://www.ttmed.psu.ac.th/th/blog/258>
- พัชรมณต์ ปิติปัญญากุล. (2566). **แนวทางการยกระดับการส่งเสริมการประกอบอาชีพ สำหรับคนพิการ ภายใต้บริบทโลกใหม่. รายงานการศึกษาส่วนบุคคล หลักสูตรนักบริหารระดับสูง : ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ และคุณธรรม รุ่นที่ 97 วิทยาลัยนบริหาร สถาบันพัฒนาข้าราชการพลเรือน, สำนักงาน ก.พ..**
- รณรงค์ จันใด (2563) **แนวทางการจ้างงานและการส่งเสริมการมีงานทำของคนพิการในประเทศไทย. วารสารพฤติกรรมศาสตร์เพื่อการพัฒนา, 12(2), 158-173.**
- วรา เจริญทวีโชค. (2560). **แนวทางพัฒนาการจ้างงานคนพิการในสถานประกอบการ กรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์สังคมสงเคราะห์ศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและนโยบายสวัสดิการสังคม, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.**
- ศศินันท์ วาสิณ ฤเดช เกิดวิชัย และวรางคณา จันทร์คง.(2556). **ปัจจัยที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตคนพิการในจังหวัดนนทบุรี.วารสารบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ ในพระบรมราชูปถัมภ์. 7(2).83-96.**

- สถาบันสิรินธรเพื่อการฟื้นฟูสมรรถภาพทางการแพทย์แห่งชาติ. (2565). **Part I: การตรวจประเมินและวินิจฉัยความพิการ ตามพ.ร.บ.ส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ พ.ศ.2550.** [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568 จาก https://ecard.dep.go.th/nep_all/file/training2565/deform03.pdf
- सानนท์ ด้านภักดี และ จุฬาทพร ศรีรังสรรค์. (2562). รูปแบบและแนวทางการส่งเสริมกลุ่มอาชีพคนพิการ จังหวัดชัยภูมิ. **วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยราชภัฏเพชรบุรี**, 9(1), 134-146.
- สำนักงานกองทุนสนับสนุนการส่งเสริมสุขภาพ (สสส.). (2563). **สร้างสุขวิถีชีวิตใหม่. จดหมายข่าวชุมชนคนรักสุขภาพ.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568 จาก <https://www.thaihealth.or.th/wp-content/uploads/2020/05/638.pdf>
- อภิสิทธิ์ คุณวรปัญญา.(2565). การปรับตัวในสถานการณ์การระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (covid-19) เพื่อเตรียมพร้อมสู่ new normal สำหรับผู้ปฏิบัติงานตำแหน่งประเภทสนับสนุน มหาวิทยาลัยมหิดล. **สถาบันวิจัยญาณสังวร**, 13(1), 85-104.
- Griffin, R. W., and Moorhead, G. (2007). **Organization Behavior: Management People and Organization.** (8th ed.). Boston: Houghton Mifflin.
- Hammerman, S. and Maikowski, S. (1981). **The economics of disability international perspection.** New York: n.p.
- Harvey, J., Szoc, R., Dela Rosa, M., Pohl, M., & Jenkins, J. (2013). **Understanding the competencies needed to customize jobs: A competency model for customized employment.** *Journal of Vocational Rehabilitation*, 38 (2), 77 - 89.
- TDRI. (2563ก). **ผลกระทบของโควิด-19 ต่อการจ้างงานคนพิการและทางออกเชิงนโยบาย.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://tdri.or.th/2020/12/covid-66/>
- TDRI. (2563ข). **ปัญหาโควิด-19 กับผลกระทบต่อกลุ่มคนพิการ.** [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 5 กุมภาพันธ์ 2568 จาก <https://tdri.or.th/2020/04/covid-15/>
- World Health Organization [WHO]. (2011). **Guideline: Vitamin A supplementation in pregnant women.** Geneva: World Health Organization.
- Yamane, T. (1973). **Statistic: An introductory analysis.** New York: Harper & Row.

นโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่
กรุงเทพมหานคร
Minimum Wage Policy Affecting Industrial Section in the Bangkok
Metropolitan Area

กฤษณะ ปุรานี^{1*}, ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ², สติย นียมญาติ³ และ กมลพร กัลยาณมิตร⁴
(Krissana Puranitee^{1*}, Nuttawat Siripornwut², Satit Niyomyah³, and Kamolporn Kalyanamitra⁴)

^{1*}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Degree of Doctor of Public Administration, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

²⁻⁴คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

²⁻⁴Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: ton34570@gmail.com

Article history:

Received 15 February 2025 Revised 23 April 2025

Accepted 25 April 2025 SIMILARITY INDEX = 5.73

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ (1) เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ใช้แรงงานในการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (2) เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ มาปฏิบัติของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร (3) เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานครรูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ได้แก่ กลุ่มผู้ที่เกี่ยวข้องกับนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร จำนวน 20 คน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง ใช้แบบสัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการวิจัย การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบตัวต่อตัว โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และเอกสารข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า (1) สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ใช้แรงงานในการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติ การปรับขึ้นค่าแรงอัตราค่าจ้างขั้นต่ำไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของเศรษฐกิจ ต้นทุนการผลิตเพิ่มขึ้น ทำให้ราคาสินค้าและบริการสูงขึ้น มีการนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงานมากขึ้น แนวโน้มธุรกิจขนาดเล็กและอายุน้อยจะปิดตัวลง และมีการปรับเปลี่ยนด้านสวัสดิการเพื่อลดต้นทุน (2) ปัญหาและอุปสรรคของการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม มีปัญหามาตรการดูแลค่าครองชีพ การบังคับใช้กฎหมาย ความเหลื่อมล้ำ การจ้างพนักงาน (3) ผลกระทบจากการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ผู้ประกอบการต้องแบกต้นทุนเพิ่มขึ้น มีการลดจำนวนพนักงานหรือชะลอการจ้างงานใหม่ และมีการโยกย้ายของแรงงานจากบริษัทเล็กไปยังบริษัทใหญ่ ข้อเสนอแนะแนวทางนโยบายค่าแรงขั้นต่ำควรพิจารณาความพร้อมของสถานประกอบการ การกำหนดค่าแรงขั้นต่ำที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ และมีการติดตามประเมินผล การนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติ

คำสำคัญ นโยบาย ค่าจ้าง แรงงาน

ABSTRACT

This research aimed (1) To study the general conditions of business enterprises and laborers in implementing the minimum wage policy in Bangkok; (2) To study the impact of the minimum wage policy on industrial operators in Bangkok; and (3) To study the problems and obstacles in implementing the minimum wage policy of entrepreneurs in Bangkok Metropolitan. The research was qualitative in research. The key informants was 20 people involved in the minimum wage policy that affects industrial operators in Bangkok. They were selected purposively. Semi-structured interview were used as the research tool. Key informants were interviewed face-to-face by in-depth interviews. The collected documents and data were analyzed by mean of content analysis.

The results of the study found that (1) the general conditions of business operators and laborers in implementing the minimum wage policy. The minimum wage increases rate was not consistent with the real economic situation. Production costs was rising, leading to higher prices for goods and services. Technology was increasingly being using in their work. Small and young businesses tend to close down, and welfare changes was made to reduce costs. (2) The problems and obstacles in implementing the minimum wage policy of entrepreneurs Metropolitan. There were problems with measures to take care of the cost of living, law enforcement Inequality and employment. (3) The implementation of a minimum wage policy significantly impacts industrial entrepreneurs. Businesses face increased operating costs, which can lead to measures such as reducing the number of employees or postponing new hires. Additionally, there may be a shift of labor from smaller to larger companies as employees seek better compensation.

Keywords: Policy, Wages, Labor

1. บทนำ

ปัจจุบันประเทศไทยต้องเผชิญกับข้อจำกัดและความท้าทายในตลาดแรงงานหลายประการ ไม่ว่าจะเป็นการเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุ การขาดแคลนกำลังคนทั้งเชิงปริมาณและคุณภาพ การเปลี่ยนผ่านไปสู่ยุคดิจิทัล ตลอดจน การแพร่ระบาดของโควิด-19 โดยหนึ่งในปัจจัยที่สำคัญที่จะสามารถขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทยให้สามารถเติบโตต่อไปได้ คือการยกระดับผลิตภาพของประเทศ ซึ่งรวมไปถึงผลิตภาพกำลังคนหรือผลิตภาพของแรงงาน (กลุ่มงานนโยบายเศรษฐกิจแรงงานมหภาค กองเศรษฐกิจการแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน, 2566) แรงงานมีความสำคัญในฐานะที่เป็นปัจจัยการผลิตในการผลิตสินค้า และเป็นทุนมนุษย์ที่สามารถพัฒนาศักยภาพให้สูงขึ้นได้ ตามความหมายของแรงงานเป็นประชากรที่อยู่ในวัยทำงานที่สามารถทำงานได้โดยใช้กำลังกายและกำลังความคิดที่มีหลายระดับความรู้ ความสามารถอันเป็นประโยชน์ในทางเศรษฐกิจของประเทศชาติ ซึ่งความหมายของแรงงานมีค่าที่เกี่ยวข้องหลากหลายค่า ได้แก่ กำลังคน และกำลังแรงงาน (พุทธพจน์ ตรีเภาวี, 2563)

ค่าตอบแทนเป็นสิ่งตอบแทนทางการเงินและไม่ใช่ทางการเงินที่องค์กรจ่ายให้แก่พนักงานเพื่อตอบแทนการทำงานหรือปฏิบัติงานให้กับองค์กร ได้แก่ เงินเดือน ค่าจ้าง โบนัส กองทุนสำรองเลี้ยงชีพ ค่าประกันชีวิตและสุขภาพ ค่ารักษาพยาบาล เงินสมทบกรณีเสียชีวิต การลาโดยได้รับค่าจ้าง และไม่ใช่ทางการเงินที่องค์กรจ่ายให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน ได้แก่ งาน งานที่น่าสนใจ งานที่ท้าทาย หัวหน้างานหรือผู้บังคับบัญชา ความรับผิดชอบ โอกาสในการเลื่อนขั้นเลื่อนตำแหน่ง การยกย่องชมเชย การยอมรับ ความภาคภูมิใจในงาน การมีส่วนร่วมในงาน สภาพการทำงานที่สะดวกสบายสภาพแวดล้อมของงาน นโยบายค่าตอบแทนที่เหมาะสม การบังคับบัญชาที่มีประสิทธิภาพ และการยืดหยุ่นเวลาทำงาน เพื่อตอบแทนการปฏิบัติงาน ตามหน้าที่ที่ได้รับมอบหมาย การจูงใจในการปฏิบัติงานและการส่งเสริมขวัญกำลังใจของผู้ปฏิบัติงานให้สามารถปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพ รวมทั้งการสร้างฐานะความเป็นอยู่และสถานะทางครอบครัวให้แก่ผู้ปฏิบัติงาน (ประภาพร พฤกษ์พร, 2557) พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 การคุ้มครองลูกจ้างให้เป็นไปตามมาตรฐานสากลและมีประสิทธิภาพมากขึ้น อันจะทำให้ลูกจ้างซึ่งเป็นประชาชนส่วนใหญ่ของประเทศมีความมั่นคงในการทำงานและคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น และเป็นทางเลือกสำหรับนายจ้างและลูกจ้างในการจ้างแรงงาน (หมวด 5) นั้น ได้กล่าวถึง ค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุดและค่าล่วงเวลาในวันหยุด มาตรา 53 ให้นายจ้างกำหนดค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุดและค่าล่วงเวลาในวันหยุดให้แก่ลูกจ้างที่ทำงานอันมีลักษณะคุณภาพและปริมาณเท่ากัน หรืองานที่มีค่าเท่าเทียมกันในอัตราเท่ากันไม่ว่าลูกจ้างนั้นจะเป็นชายหรือหญิง และมาตรา 55 ให้นายจ้างจ่ายค่าจ้าง ค่าล่วงเวลา ค่าทำงานในวันหยุด ค่าล่วงเวลาในวันหยุดและเงินผลประโยชน์อื่นเนื่องในการจ้างให้แก่ลูกจ้าง ณ สถานที่ทำงานของลูกจ้าง ถ้าจะจ่าย ณ สถานที่อื่นหรือด้วยวิธีอื่นต้องได้รับความยินยอมจากลูกจ้างโดยพระราชบัญญัติฉบับนี้ได้ครอบคลุมการจ่ายค่าจ้างและค่าตอบแทนแก่ลูกจ้างซึ่งไม่ได้รับค่าจ้างเป็นรายเดือน กรณีกำหนดเวลาทำงานปกติเกินวันละ 8 ชั่วโมง (ราชกิจจานุเบกษา, 2551)

การกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำเป็นนโยบายที่รัฐบาลทั่วโลกใช้กันอย่างแพร่หลาย โดยเหตุผลหลักสองประการที่รัฐนำมาใช้เพื่อแทรกแซงราคาตลาด ได้แก่ เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในตลาดแรงงานเพราะเชื่อว่านายจ้างมีอำนาจตลาดและกดค่าแรงให้ต่ำเกินไป และเพื่อเป็นเครื่องมือการกระจายรายได้เพื่อลดความเหลื่อมล้ำในสังคม (ธนิสา ทวีศรี, ศุภนิช ปิยะพรหมดี และนงา วะสี, 2567) การปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำตาม พ.ร.บ. คุ้มครองแรงงาน อาศัยอำนาจตามความในมาตรา 79 (3) มาตรา 88 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 และมาตรา 47 นั้นใช้หลักการของการปรับตามดัชนีค่าครองชีพ อัตราเงินเฟ้อและอัตราการว่างงานในแต่ละกลุ่มรายได้ มาตรฐาน

การครองชีพภายใต้แนวคิดการได้รับสวัสดิการเชิงนโยบาย ต้นทุนการผลิตของภาคเอกชน ราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะสินค้าที่จำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน และระดับการแข่งขันของธุรกิจที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคาสินค้าและจำนวนการผลิตซึ่งอาจมีผลต่ออัตราการจ้างงาน เป็นต้น (ราชกิจจานุเบกษา , 2551)

ประเทศไทยมีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำอย่างต่อเนื่องตลอด 20 กว่าปีที่ผ่านมา โดยในปี 2567 รัฐบาลมีนโยบายที่จะปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 400 บาทต่อวันเท่ากันทั่วประเทศ ซึ่งจะเป็นการปรับค่าจ้างเพิ่มขึ้น 16% จากค่าเฉลี่ยในระดับปัจจุบัน (ณ พ.ค.2567) ที่ราว 345 บาทต่อวัน โดยจะเป็นการปรับขึ้นค่าจ้างพร้อมกันทั่วประเทศครั้งที่สองของไทย และจะเป็นครั้งที่สามที่มีการปรับขึ้นค่าจ้างนับตั้งแต่ต้นปี 2567 หากมีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 400 บาทต่อวันทั่วประเทศและมีผลบังคับใช้จริง คาดว่าจะส่งผลกระทบต่อต้นทุนของผู้ประกอบการ ซึ่งจะส่งผลกระทบต่อไปย้งการจ้างงาน การลงทุน รวมถึงส่งผลให้เงินเพื่อเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ผลบวกต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคจากแรงงานที่ได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นอาจมีไม่มากนัก การปรับเพิ่มค่าจ้างขั้นต่ำจะส่งผลกระทบต่อธุรกิจที่ใช้แรงงานจำนวนมากให้มีต้นทุนเพิ่มขึ้น โดยเฉพาะธุรกิจที่จ่ายค่าจ้างขั้นต่ำในสัดส่วนสูง เช่น ภาคเกษตร งานในครัวเรือนส่วนบุคคล และที่พักและบริการด้านอาหาร (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2567)

จากข้างต้นผู้ศึกษาจึงสนใจทำวิจัยเรื่อง นโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร เพื่อศึกษาผลกระทบในการนำนโยบายการปรับค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติ ต่อภาคส่วนต่าง ๆ และนำเสนอผลการวิจัยเป็นข้อพิจารณาในการกำหนดนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ใช้แรงงานในการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติ ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคของการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำ มาปฏิบัติของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาผลกระทบจากนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับค่าจ้างแรงงาน

ทฤษฎีเศรษฐศาสตร์ของเคนส์ จำแนกการศึกษาเศรษฐศาสตร์ออกเป็น 2 ระดับ คือ ระดับมหภาคและจุลภาค (Keynes, 1936) โดยเศรษฐศาสตร์มหภาคจะเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์มวลรวมของประเทศ อัตราการจ้างงานและการว่างงาน การจัดสรรผลประโยชน์ระหว่างผู้ประกอบการกับแรงงานในรูปกำไรกับค่าจ้าง ฯลฯ แนวคิดของเคนส์เป็นแนวคิดการฟื้นฟูประเทศลดอัตราการว่างงาน ซึ่งเกี่ยวข้องการพัฒนาสังคมการสร้าง ความสมานฉันท์ของประชาชนด้วยหลักการเฉลี่ยทุกข์เฉลี่ยสุขผ่านการกระจายข้าทรัพยากรและการจัดตั้ง กองทุนเพื่อเพื่อสร้างสวัสดิการสังคมแก่ประชาชนอย่างเท่าเทียม เป็นแนวคิดการพัฒนาเศรษฐกิจที่สร้างความ เป็นธรรมทางสังคม หลักการพื้นฐานของแนวนโยบายเศรษฐกิจแบบเคนส์ คือ การมีงานทำเป็นสิทธิ (Right) ของประชาชนทุกคน การแทรกแซงของรัฐในระบบเศรษฐกิจการใช้จ่ายภาครัฐจำนวนมากเพื่อสร้างการจ้าง

งานเต็มที่ กลายมาเป็นแนวทางการจัดสวัสดิการสังคมที่เป็นสิทธิของประชาชนทุกคน แนวคิดเศรษฐศาสตร์ของเคนส์ส่งผลกระทบโดยตรงต่อแรงงานในระบบการจ้างงานเนื่องจากการว่างงานเป็นสาเหตุที่ส่งผลให้ระบบเศรษฐกิจขาดอุปสงค์ที่มีประสิทธิภาพและขาดความมั่นใจในการผลิตสินค้าและบริหารของธุรกิจเอกชน เคนส์ไม่เห็นด้วยกับการตัดลดค่าจ้างแรงงานของรัฐเพื่อแก้ปัญหาเศรษฐกิจตกต่ำ เคนส์เสนอให้รัฐดำเนินนโยบาย 2 ประการ คือ การจ่ายเงินทดแทนกรณีว่างงาน และการสร้างงานเพื่อแก้ปัญหาว่างงาน แนวคิดของเคนส์ที่สำคัญ คือ หลักว่าด้วยอุปสงค์มีผล (The Principle of Effective Demand) เคนส์เสนอว่าการใช้จ่ายจะก่อให้เกิดอุปสงค์ในระบบเศรษฐกิจ ซึ่งก่อให้เกิดการขยายตัวของผลผลิตและการจ้างงาน (Townsend, 2002)

ทฤษฎีการกระจายรายได้ แนวความคิดเกี่ยวกับการขยายตัวทางด้านเศรษฐกิจ ไปพร้อมกับการกระจายรายได้ (Redistribution with Growth) ผู้นำเสนอคือ Chenerry and Alluwalia โดยส่วนหนึ่งจะยังสอดคล้องกับการพัฒนาที่เน้นความจำเป็นเร่งด่วนทางด้านเศรษฐกิจที่มาจากการสะสมทุนและการลงทุน แต่สังคมจะต้องเพิ่มเติมมาตรการการแก้ปัญหาการกระจายรายได้ ความยากจน การว่างงาน และความไม่เท่าเทียมกันในสังคม ทั้งนี้เพราะการพัฒนาที่ผ่านมาเกิดการขยายตัวทางเศรษฐกิจแต่การพัฒนาประเทศยังอยู่ในระดับต่ำ ดังนั้นมาตรการที่จะต้องนำมาใช้ควรมีลักษณะดังนี้ 1) เพิ่มความสำคัญการผลิตในบางสาขา โดยเฉพาะสาขาที่ยังไม่ได้รับการพัฒนา 2) ให้ความสำคัญต่อการพัฒนาชนบทให้มากขึ้น 3) ส่งเสริมการผลิตที่ใช้เทคโนโลยีแบบใช้แรงงานเป็นหลัก (Labor Intensive) ให้มากกว่าแบบใช้ทุนเป็นหลัก (Capital Intensive) 4) ควบคุมจำนวนประชากร (Population Restraint) 5) กำหนดกลุ่มคนยากจน (Poverty Groups) ให้ชัดเจน เพื่อจะได้กำหนดเป็นกลุ่มเป้าหมายในการพัฒนา (สุพัตรา คำแหง อิศราพร ใจกระจ่าง และ สาวิตรี มุณีศรี, 2561)

ทฤษฎีความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ เป็นทฤษฎีเกิดขึ้นจากแนวคิดสำคัญของสำนักคลาสสิก การกำหนดอัตรา ค่าจ้างว่าเป็นผลของอุปสงค์และอุปทานในตลาดแรงงาน โดยที่อัตราค่าจ้างจะเปลี่ยนแปลงไปตามอุปสงค์ของสินค้าที่แรงงานนั้นผลิตการเชื่อมโยงระหว่างอัตราค่าจ้างและมูลค่าของผลผลิต เกิดขึ้นได้โดยผ่านแนวคิดผลผลิตภาพส่วนเพิ่ม ธุรกิจจะทำกำไรสูงสุดและอยู่ในดุลยภาพก็ต่อเมื่อมูลค่าของผลผลิตส่วนเพิ่มเท่ากับต้นทุนส่วนเพิ่มหรืออัตราค่าจ้างของแรงงานในฐานะที่เป็น ปัจจัยในการผลิต ทฤษฎีทางด้านอุปสงค์ (Demand Side) ได้แก่ ทฤษฎีทวิลักษณ์ เป็นทฤษฎีที่อธิบายถึงการกำหนดอัตราค่าจ้างที่แท้จริงในระบบเศรษฐกิจ ของประเทศกำลังพัฒนาที่ประกอบด้วย 2 ภาคการผลิตคือ ภาคการผลิตแบบดั้งเดิมและภาคการผลิตสมัยใหม่ และแนวคิดเกี่ยวกับการขยายตัวของอุตสาหกรรมกับความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ (Sorensen and Kelberg, 1981) แนวคิดนี้ได้มีผู้ทำการศึกษา 2 ท่านคือ Durkheim (1893) เมื่ออุตสาหกรรมมีการขยายตัวมากขึ้นความไม่เท่าเทียมกันของรายได้จะมากขึ้น กลุ่มคนที่มีอาชีพต่างกันคนที่มีความสามารถในการทำงานต่างกันมีความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ระหว่างกลุ่มสูงขึ้นด้วย ต่อมา Lenski (1966) ได้ทำการศึกษาความไม่เท่าเทียมกันในสังคมที่มีระดับเทคโนโลยีต่างกัน พบว่าความไม่เท่าเทียมกันจะเพิ่มขึ้นตามระดับเทคโนโลยีที่ก้าวหน้าขึ้น กรณีประเทศไทยอาจจะกล่าวได้ว่า ลักษณะบางอย่างของการขยายตัวของภาคอุตสาหกรรมที่ส่งผลกระทบ ต่อความไม่เท่าเทียมกันของรายได้ ได้แก่ ลักษณะที่หนึ่ง บทบาทของการส่งเสริมการลงทุนในอดีตที่เอื้อประโยชน์ให้กับอุตสาหกรรมขนาดใหญ่ที่ใช้ทุนมาก การกำหนดอัตราค่าจ้างขั้นต่ำทำให้ราคาโดยเปรียบเทียบกับของทุนต่ำกว่าที่ควรจะเป็นจึงทำให้มีการจ้างงานต่ำในภาคอุตสาหกรรม ลักษณะที่สอง การวางแผนกระจายเขตโรงงานอุตสาหกรรมรวมทั้ง อุตสาหกรรมเพื่อการส่งออกไม่ประสบผลสำเร็จ ลักษณะที่สาม กลยุทธ์การเจริญเติบโตแบบไม่สมดุลโดยการให้สิทธิพิเศษ มีการปกป้องคุ้มครองและ

ให้การส่งเสริมต่อนักลงทุนขนาดใหญ่ในภาคอุตสาหกรรมทำให้เกิดการกระจุกตัวในภาคธุรกิจสูง (Hurst, 1992)

ทฤษฎีผลิตภาพแรงงานหน่วยสุดท้าย/ทฤษฎีผลิตภาพส่วนเพิ่ม (Marginal Productivity Theory) ตามทฤษฎีนี้ อัตราค่าจ้างจะถูกกำหนดโดยอุปทานของแรงงานกับอุปสงค์ต่อแรงงานโดยสมมติฐานของทฤษฎีนี้คือกฎการลดน้อยถอยลงของผลตอบแทน (Law of Diminishing returns) นายจ้างที่มุ่งหวังกำไรสูงสุดจะจ้าง แรงงานจนกระทั่งค่าจ้างเท่ากับมูลค่าของผลผลิตที่แรงงานนำมาให้กับนายจ้าง เพราะหากแรงงานสามารถผลิตผลผลิต ส่วนเพิ่มได้มากกว่าค่าจ้าง ผู้ประกอบการจะจ้างแรงงานมากขึ้น เนื่องจากยังมีกำไรจากการจ้างแรงงานเพิ่มขึ้น แต่เมื่อใดที่แรงงานสามารถผลิตผลผลิตส่วนเพิ่มได้น้อยกว่าค่าจ้าง ผู้ประกอบการจะขาดทุน ผู้ประกอบการจึงจ้างงาน ลดลง ดังนั้นตามทฤษฎีนี้แรงงานมีแนวโน้มที่จะได้รับค่าจ้างเท่ากับมูลค่าของผลผลิตที่ตนสามารถผลิตได้เพิ่มขึ้น ซึ่งเป็นมูลค่าของผลผลิตส่วนเพิ่มหรือ ผลผลิตหน่วยสุดท้ายของแรงงาน (Marginal Product of Labour) จากทฤษฎีดังกล่าวอาจสามารถกล่าวได้ว่าค่าจ้างและผลิตภาพของแรงงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกัน กล่าวคือ หากผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้น ค่าแรงจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อแรงงานสามารถสร้างผลผลิตได้มากขึ้น ความต้องการ แรงงานมากขึ้น นำไปสู่การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นและทำให้ค่าจ้างหรือผลตอบแทนของแรงงานปรับขึ้นตามไปด้วย ในทางกลับกันเมื่อผลตอบแทนแรงงานสูงขึ้น แรงงานจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีค่าแรง ประสิทธิภาพ (Efficiency Wage) โดย จอร์จ อเคอร์ลอฟ (George Akerlof) ที่กล่าวว่าลูกจ้างจะทุ่มเททำงานมากขึ้น หากค่าแรงปรับเพิ่ม ดังเช่นกรณีศึกษาในบริษัท พอร์ต จำกัด ที่มีนักวิจัยหลายท่านนำไปศึกษา เช่น Daniel M. G. Raff and Lawrence H. Summers, John C. Wood and Michael C. Wood และ Carl H. A. Dassbach ซึ่งได้ข้อสรุปที่ตรงกันว่าการที่บริษัท พอร์ต จำกัด ยอมลดกำไร เพื่อขึ้นค่าจ้างให้แรงงาน นำมาซึ่งกำไรที่สูงกว่าในอนาคต เนื่องจากค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นเปรียบเสมือนเครื่องบังคับทางอ้อมให้ลูกจ้างขยันทุ่มเททำงานหนักเพื่อรักษางานที่มีผลตอบแทนสูงนี้ไว้ ส่งผลให้ผลผลิตต่อแรงงานเพิ่มขึ้น นำไปสู่การเพิ่มขึ้นอย่างมากของกำไรของบริษัท พอร์ต จำกัด นอกจากนี้อัตราการลาออกของพนักงานลดลงถึง 90% ขณะที่อัตราการจ้างงานเพิ่มสูงขึ้นถึงสามเท่าตัว (กลุ่มงานนโยบายเศรษฐกิจแรงงานมหภาค, 2566)

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ

การกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำเป็นนโยบายที่รัฐบาลทั่วโลกใช้กันอย่างแพร่หลายโดยมีจุดประสงค์หลักเพื่อเป็นเครื่องมือกระจายรายได้ สำหรับประเทศไทยค่าจ้างขั้นต่ำถูกกำหนดครั้งแรกในปี 2516 และขยายพื้นที่บังคับใช้ให้ครอบคลุมทุกจังหวัดทั่วประเทศในปีต่อมา โดยแต่ละจังหวัดมีการค่อย ๆ ปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำมาอย่างต่อเนื่อง การปรับค่าจ้างขั้นต่ำครั้งใหญ่เกิดขึ้นในช่วงปี 2555–2556 โดยรัฐบาลประกาศให้ค่าจ้างขั้นต่ำอยู่ในอัตรา 300 บาทต่อวันทั่วประเทศ เมื่อต้นปี 2567 นี้ค่าจ้างขั้นต่ำอยู่ในอัตรา 330–370 บาทต่อวัน และในช่วงที่ผ่านมารัฐบาลเริ่มมีมาตรการและแนวทางการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 400 บาทต่อวันทั่วประเทศ โดยเมื่อ 13 เม.ย. 2567 ได้มีการประกาศเพิ่มค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 400 บาทต่อวัน สำหรับโรงแรมระดับสี่ดาวขึ้นไป ที่มีลูกจ้างมากกว่า 50 คน ในพื้นที่นำร่องของเมืองท่องเที่ยว 10 จังหวัด (ธนิสา ทวีศรี และคณะ, 2567)

2.3 แนวคิดผลกระทบนโยบายค่าแรงขั้นต่ำต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงาน

การปรับนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำในประเทศไทยโดยใช้ฐานคิดจากระบบประชานิยมเป็นหลัก ในรัฐบาลของพรรคเพื่อไทย เช่น นโยบายในการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำกับแรงงานที่ไร้ฝีมือ ในอัตราวันละ 300

บาท และ ค่าจ้างขั้นต่ำ 15,000 บาทต่อเดือน สำหรับแรงงานที่จับขึ้นปริญญาตรีเป็นต้น โดยการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำนี้อาจมีผลกระทบที่สำคัญกับการเปลี่ยนแปลงของแนวโน้มความยากจนและระดับความเหลื่อมล้ำของการกระจายรายได้ในประเทศไทย อย่างไรก็ตามกรอบและเงื่อนไขของการปรับอัตราค่าจ้างขั้นต่ำตาม พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน พ.ศ.2541 ตั้งแต่มาตรา 78-มาตรา 90 นั้นใช้หลักการของการปรับตามดัชนีค่าครองชีพ อัตราเงินเฟ้อและอัตราการว่างงานในแต่ละกลุ่มรายได้มาตรฐานการครองชีพภายใต้แนวคิดการ ได้รับสวัสดิการเชิงนโยบาย ต้นทุนการผลิตของภาคเอกชน ราคาของสินค้าและบริการต่าง ๆ โดยเฉพาะ สินค้าที่จำเป็นต่อการบริโภคประจำวัน และระดับการแข่งขันของธุรกิจที่มีผลต่อการเปลี่ยนแปลงระดับราคา สินค้าและจำนวนการผลิตซึ่งอาจมีผลต่ออัตราการจ้างงาน เป็นต้น (อรรถกฤต ปัจฉินันท์, 2558)

การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำในปี 2568 ถือเป็นเรื่องสำคัญที่จะส่งผลกระทบอย่างมากต่อทั้งแรงงานและภาคธุรกิจ โดยคาดว่าจะทำให้ต้นทุนแรงงานของธุรกิจเพิ่มขึ้นเฉลี่ยไม่ต่ำกว่าร้อยละ 2 และส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อย่างไรก็ตามระดับความรุนแรงของผลกระทบทางเศรษฐกิจที่ธุรกิจแต่ละแห่งได้รับนั้นไม่เหมือนกันโดยขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายประการ อาทิ ประเภทอุตสาหกรรมที่ตั้งทางภูมิศาสตร์ โครงสร้างต้นทุน ความสามารถในการส่งผ่านต้นทุนไปยังผู้บริโภคและความสามารถในการปรับตัวของธุรกิจเอง ซึ่งแต่ละปัจจัยนั้นจะส่งผลให้ธุรกิจแต่ละแห่งได้รับผลกระทบที่แตกต่างกันออกไป ในระยะยาว การปรับขึ้นค่าแรงจะสร้างแรงกดดันต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจไทย ท่ามกลางความท้าทายจากต้นทุนด้านแรงงานของไทยที่สูงกว่าคู่แข่งในภูมิภาคและผลกระทบจากการเข้าสู่สังคมสูงวัยที่เร็วกว่าประเทศเพื่อนบ้าน ดังนั้นภาครัฐและเอกชนจึงต้องร่วมมือกันอย่างใกล้ชิดในการปรับตัวและวางแผนยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศ โดยให้ความสำคัญกับการยกระดับทักษะและผลิตภาพของแรงงาน การส่งเสริมการลงทุนในอุตสาหกรรมที่มีมูลค่าเพิ่มสูง ตลอดจนการสร้างสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการประกอบธุรกิจ เพื่อรักษาขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนภายใต้บริบทใหม่ในระยะยาว (วิเชียร แก้วสมบัติ, ม.ป.ป.)

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 คน ประกอบด้วย ผู้แทนสภาอุตสาหกรรม จำนวน 2 คน, ผู้แทนสหภาพแรงงาน จำนวน 2 คน, ผู้แทนกระทรวงแรงงาน จำนวน 5 คน, ผู้ประกอบการ จำนวน 5 คน, พนักงานลูกจ้างหรือผู้ใช้แรงงาน จำนวน 5 คน และผู้ทรงคุณวุฒิทางรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 1 คน

3.2 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษานโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

3.3 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์ โดยเป็นแบบกึ่งโครงสร้าง เพื่อสัมภาษณ์เกี่ยวกับการดำเนินนโยบายแรงงานของไทย ตาม พ.ร.บ.คุ้มครองแรงงาน อาศัยอำนาจตามความใน มาตรา 79 (3) มาตรา 88 แห่งพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541 ซึ่งแก้ไขเพิ่มเติมโดยพระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2551 และมาตรา 47 แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงานในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านการปรับขึ้นค่าแรง/ค่าจ้าง ด้านการปรับต้นทุนการผลิต ด้านการปรับเปลี่ยนด้านแรงงาน ด้านการปรับเปลี่ยนด้านการดำเนินธุรกิจ ด้านการปรับเปลี่ยนด้านสวัสดิการแรงจูงใจในการทำงาน

ส่วนที่ 2 ปัญหาและอุปสรรคของการนํานโยบายค่าแรงขั้นต่ำในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ส่วนที่ 3 ผลกระทบนโยบายค่าแรงขั้นต่ำต่อผู้ประกอบการและผู้ใช้แรงงานในเขตพื้นที่ กรุงเทพมหานคร ได้แก่ ด้านต้นทุน ด้านแรงงาน ด้านการดำเนินกิจการ

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยสัมภาษณ์ด้วยตนเองโดยใช้วิธีสัมภาษณ์เชิงลึก
2. การสัมภาษณ์ ผู้วิจัยส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์และกำหนดวันสัมภาษณ์ พร้อมแจ้งประเด็นของการสัมภาษณ์ให้กับทราบล่วงหน้า และเข้าสัมภาษณ์เมื่อถึงเวลานัดหมายโดยใช้เวลาต่อคนประมาณ 30 นาทีและไม่เกิน 1 ชั่วโมง
3. การสังเกตการณ์ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการไม่รบกวน และเก็บรายละเอียดของข้อมูลแล้วจดบันทึกโดยไม่ต้องตีความ เพื่อป้องกันความมีอคติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลทันทีที่เก็บข้อมูลจากสนามได้จำนวนหนึ่งซึ่งข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลในระยะนี้ โดยริเริ่มพรรณนาความ (Descriptive interpretation) ผู้วิจัยใช้ตัวกำหนดทิศทางในการเก็บรวบรวมข้อมูลในครั้งต่อไปและใช้เป็นข้อมูลในการแก้ไขปรับปรุงหรือกำหนดประเด็นคำถามย่อยขึ้นใหม่ โดยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลและการวิเคราะห์ข้อมูลไปพร้อมกันผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1) การจัดระเบียบข้อมูล (Reduction) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลงสนามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ซึ่งเริ่มต้นด้วยการจัดระเบียบข้อมูลเพราะข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากภาคสนามมักไม่ได้อยู่ในรูปที่พร้อมจะนำไปวิเคราะห์ได้ทันที โดยการจัดสร้างแฟ้มข้อมูล และการจัดข้อมูลเข้าแฟ้ม

2) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม ATLAS.ti เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) จากนั้นผู้วิจัยอ่านข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้เข้าใจภาพรวมของข้อมูลก่อนโดยพยายามขจัดอคติและการตัดสินล่วงหน้าทำความเข้าใจความหมายผ่านข้อมูลที่มีการอ่านทำหลายรอบโดยมีการมุ่งหมายเพื่อเข้าใจการมองเห็นภาพรวมของความคิดและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละราย และเนื่องจากวิธีการเชิงคุณภาพไม่เน้นการใช้เครื่องมือเพื่อเก็บบันทึกรวบรวมข้อมูลจึงต้องมีการเขียนบันทึก การสังเกต เพื่อสามารถนำมาใช้ประกอบวิเคราะห์ข้อมูล

3) การตรวจสอบข้อมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบโดยการนำข้อมูลกลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตรวจสอบ (Member Checks) ว่าข้อมูลตรงตามความหมายของผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือไม่

4) การแสดงข้อมูล (Data Display) เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจนมั่นใจได้ว่ามีน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยจึงจะดำเนินการนำหมวดหมู่ที่สร้างไว้มาเปรียบเทียบดูเพื่อที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหมู่ทั้งหมด โดยผู้วิจัยได้ผสมผสานเอาหมวดหมู่หลายหลายหมวดหมู่เข้าไว้ประเด็นหลักและประเด็นย่อยตามคุณสมบัติของหมวดหมู่ซึ่งการที่ผู้วิจัยสามารถสร้างประเด็นหลักที่จะบรรจุประเด็นย่อย ๆ และหมวดหมู่เข้าไว้ภายในได้ แล้วจัดทำข้อสรุปชั่วคราวและตัดทอนข้อมูลด้วยการลงเขียนข้อสรุปแต่ละเรื่องซึ่งช่วยในการลดขนาดข้อมูล และช่วยกำจัดข้อมูลที่ไม่ต้องการออก

5) การหาข้อสรุปการตีความ (Meaning) หลังจากทำข้อสรุปชั่วคราวและข้อสรุปได้รับการตรวจสอบยืนยันจากข้อมูลหลายๆ ด้านจนเชื่อมั่นได้ว่าจะมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ นำข้อสรุปย่อยมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกันเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ จนครอบคลุมเรื่องราวที่ศึกษา และตอบคำถามการวิจัยได้

6) เมื่อได้ข้อสรุปแล้วผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการวิจัยโดยวิธีการพรรณนา

3.6 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาเอกสาร ตำราวิชาการ บทความ หนังสือ วารสาร และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง
2. สร้างแบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง
3. เตรียมการสัมภาษณ์ ส่งหนังสือขอความอนุเคราะห์การสัมภาษณ์ นัดหมายวันเวลาทำการสัมภาษณ์
4. ดำเนินการสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ
5. วิเคราะห์ ด้วยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ ประมวลข้อมูล
6. นำเสนอผลการวิจัยตามความมุ่งหมายการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา

4. ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรมในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร มีผลการวิจัยดังนี้

1. สภาพทั่วไปของผู้ประกอบการธุรกิจและผู้ใช้แรงงานในการนํานโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ด้านการปรับขึ้นค่าแรง/ค่าจ้าง ผู้ประกอบการส่วนใหญ่เห็นว่าการปรับขึ้นค่าแรงมีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ 400 บาทไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงของเศรษฐกิจในสังคมปัจจุบัน แต่ก็ต้องปฏิบัติตามกฎหมายที่ไม่สามารถหลีกเลี่ยงได้ “มีอัตราค่าจ้างขั้นต่ำ 400 บาท เท่ากันทั่วประเทศ ไม่สอดคล้องกับสภาพความเป็นจริงและก่อให้เกิดปัญหาต่อผู้ประกอบการ” ผู้ประกอบการบางส่วนเห็นว่าการปรับขึ้นค่าแรงค่าจ้างต้องดูเรื่องของศักยภาพในการทำงานของพนักงานอีกด้วย นอกจากนี้ระดับการปรับค่าจ้างก็จะต้องถูกประเมินจากหัวหน้างานในการพิจารณาว่าสมควรได้รับการปรับขึ้นค่าแรง “การปรับขึ้นค่าแรงค่าจ้างต้องดูเรื่องของศักยภาพในการทำงานของพนักงานว่าควรปรับขึ้นไปในทิศทางใด ระดับการปรับขึ้นก็จะถูกประเมินจากหัวหน้างานอีกครั้ง หนึ่งว่าพนักงานหรือลูกจ้างสมควรได้รับการปรับขึ้นค่าแรงค่าจ้างเท่าไร” ผู้ที่เป็นการที่ปรับขึ้นค่าจ้างของแรงงานสามารถทำให้คุณภาพชีวิตของแรงงานดีขึ้น เพราะสามารถนำเงินไปดูแลครอบครัวได้มากขึ้น อีกทั้งยังเป็นแรงจูงใจในการทำงานให้เกิดความขยันในการทำงานมากยิ่งขึ้นอีกด้วย ส่วนผู้ใช้แรงงานได้รับประโยชน์คือ การที่ปรับขึ้นค่าจ้างของแรงงานสามารถทำให้คุณภาพชีวิตของแรงงานดีขึ้น อีกทั้งยังเป็นแรงจูงใจในการทำงานมากขึ้นอีกด้วย “เมื่อค่าแรงปรับขึ้นเป็น 400 บาทแล้วสามารถใช้ชีวิตได้ดีมากขึ้น เพราะสามารถนำเงินไปดูแลครอบครัวได้มากขึ้น ไม่ว่าจะดูแลพ่อแม่ ลูก และครอบครัวที่บ้าน”

ด้านการปรับต้นทุนการผลิต เมื่อมีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำซึ่งเป็นต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น ผู้ประกอบการจะทำการผลักค่าจ้างที่เพิ่มขึ้นไปสู่ราคาสินค้าทำให้ราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น “มีต้นทุนการผลิตที่เพิ่มขึ้น การเพิ่มค่าแรงขั้นต่ำส่งผลทำให้ต้นทุนการผลิตโดยรวมสูงขึ้น โดยเฉพาะในธุรกิจที่ใช้แรงงานจำนวนมาก สามารถส่งผ่านต้นทุนไปเป็นค่าสินค้าและบริการที่สูงขึ้นได้ ขึ้นอยู่กับความต้องการสินค้า” ผู้ประกอบการมีการลดต้นทุนการผลิตโดยการนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงาน ทำการปรับลดพนักงาน โดยรับเฉพาะพนักงานที่มีความเชี่ยวชาญในการทำงานกับเครื่องจักร “มีนายจ้างที่จะนำเครื่องจักรหรือเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงาน เพื่อลดต้นทุนในการผลิตมากขึ้น”

ด้านการปรับเปลี่ยนด้านแรงงาน ผู้ประกอบการจะนำเอาเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการทำงานมากขึ้น หรือวิธีการทำงานที่ถูกเปลี่ยนไปจากเดิม ช่วยลดค่าใช้จ่ายในการเช่าสำนักงาน และอุปกรณ์สำนักงานต่าง ๆ อีกทั้งยังอำนวยความสะดวกในการทำงาน เช่น อาคารสำนักงาน ที่จอดรถ ค่าน้ำค่าไฟต่าง ๆ เช่น การทำงาน Work From Home ส่วนพนักงานเดินทางน้อยลง ลดค่าใช้จ่ายทั้งการเดินทาง เครื่องแต่งกาย “มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้แทนแรงงานหรือนำเข้าวัตถุดิบบางส่วนที่เดิมเคยใช้แรงงานผลิตเองหากคำนวณแล้วมีต้นทุนที่คุ้มกับกำไรมากกว่า สังคมการทำงานจะเปลี่ยนไป” นายจ้างบางรายอาจเลือกลดจำนวนกลุ่มผู้ใช้แรงงานในองค์กรเพื่อลดต้นทุนค่าแรง “มีผู้ประกอบการบางรายอาจเลือกลดจำนวนกลุ่มผู้ใช้แรงงานในองค์กร เพื่อลดต้นทุนค่าแรง ตลอดจนอาจมีการจ้างแรงงานชั่วคราว”

ด้านการปรับเปลี่ยนด้านการดำเนินธุรกิจ ธุรกิจขนาดเล็กและอาณานิคมมีแนวโน้มที่จะปิดตัวมากกว่า ธุรกิจขนาดใหญ่เพราะมีการขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำส่งผลต่อการปิดตัวของธุรกิจขนาดเล็ก ส่วนธุรกิจขนาดใหญ่ยังดำเนินการต่อไปได้ แต่ธุรกิจขนาดเล็กมีการปิดตัวลงและหายไปมากที่สุด “ธุรกิจขนาดใหญ่มักไม่ได้ผลกระทบ แต่ธุรกิจขนาดเล็กมักได้ผลกระทบถึงขั้นปิดกิจการลง” ปัจจุบันมีการเปลี่ยนแปลงรูปแบบทางธุรกิจเปลี่ยนไปในทางขายแบบออนไลน์มากขึ้น “มีการเปลี่ยนแปลงทางธุรกิจโดยเฉพาะร้านอาหารเพราะมีต้นทุนเรื่องของค่าที่อาจเปลี่ยนมาเป็นเดลิเวอรี่มากขึ้นคือเปลี่ยนไปในทางขายแบบออนไลน์มากขึ้น” กิจกรรมบางแห่งของผู้ประกอบการก็ยังไปต่อได้เพราะการขึ้นค่าแรงให้แก่ลูกจ้างถือว่ายังไม่ได้ขึ้นไปสูงมากเกินไปจนนายจ้างจะสามารถจ้างได้แต่อาจจะมีการปรับลดหรือประหยัดค่าใช้จ่ายบางอย่างที่ไม่จำเป็นในการดำเนินธุรกิจออก อาจเปลี่ยนวิธีการจ้างงานจากเดิมการจ้างแบบรายวันรายเดือน เป็นการจ้างแบบเหมาทำงาน “การดำเนินธุรกิจยังคงเป็นไปในธุรกิจเดิม ไม่เปลี่ยนแปลงใด ๆ แต่อาจเปลี่ยนวิธีการจ้างงาน”

ด้านการปรับเปลี่ยนด้านสวัสดิการแรงจูงใจในการทำงาน นายจ้างมีการปรับตัวเพื่อลดต้นทุน เช่น สวัสดิการและแรงจูงใจในการทำงานขึ้นอยู่กับสถานประกอบการซึ่งเป็นเงินที่นายจ้างจัดสรรให้ลูกจ้างเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่ลูกจ้าง การทำงานที่มีค่าล่วงเวลาจะต้องถูกปรับจำนวนเวลาการทำล่วงเวลาลง การได้รับสวัสดิการบางอย่างอาจถูกลดลง เช่น เงินโบนัส ลดจำนวนเงินโบนัส ลดการเลี้ยงส่งสรรค์ “นายจ้างมีการปรับตัวเพื่อลดต้นทุน เช่น สวัสดิการต่าง ๆ การปรับเปลี่ยนขึ้นอยู่กับสถานประกอบการซึ่งเป็นเงินที่นายจ้างจัดสรรให้ลูกจ้างเพิ่มประสิทธิภาพในการทำงานให้แก่ลูกจ้าง” สถานประกอบการบางแห่งสวัสดิการการทำงานหรือแรงจูงใจในการทำงานก็ยังคงเหมือนเดิม ไม่ปรับออกหรือว่าลดอะไรออกเพื่อเป็นขวัญและกำลังใจให้แก่พนักงานในการทำงานต่อไป เพราะสิ่งจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่นายจ้างลูกจ้างต้องเป็นฝ่ายที่ตกลงร่วมกันอยู่ “สวัสดิการแรงจูงใจในการทำงานยังไม่มีเปลี่ยนแปลงใด ๆ เพราะสิ่งจูงใจในการทำงานเป็นสิ่งที่นายจ้างลูกจ้างต้องเป็นฝ่ายที่ตกลงร่วมกันอยู่ นายจ้างจะไปลดสวัสดิการหรืออะไรต่าง ๆ ของตัวลูกจ้าง ถือว่าเป็นการทำผิดเงื่อนไขตามข้อตกลงแห่งสภาพการจ้าง”

2. ปัญหาและอุปสรรคของการนำนโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติของผู้ประกอบการในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

เกิดปัญหามาตรการดูแลค่าครองชีพ “ผู้ประกอบการมีค่าใช้จ่ายในการดำเนินธุรกิจที่สูงขึ้น ทำให้มีการปรับลดสวัสดิการต่าง ๆ ทั้งการลดเวลาในการทำงานล่วงเวลา ลูกจ้างก็จะได้รับเงินน้อยลง แต่ค่าครองชีพสูงขึ้น”

ปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย “กฎหมายและการบังคับใช้ที่ไม่เข้มแข็ง ผู้ประกอบการบางรายอาจหลีกเลี่ยงการปฏิบัติตามนโยบาย เช่น จ้างแรงงานแบบไม่เป็นทางการ หรือจ่ายค่าจ้างต่ำกว่าค่าแรงขั้นต่ำ”

ปัญหาความเหลื่อมล้ำ “กลุ่มผู้ประกอบการขนาดใหญ่ไม่มีผลมากนัก แต่พวกกิจการเล็ก ๆ ถ้ามีการปรับค่าแรงขึ้นธุรกิจก็จะประสบปัญหาในด้านต้นทุนทำให้ธุรกิจปิดตัวลงได้”

ปัญหาการจ้างพนักงาน “เมื่อค่าแรงถูกปรับขึ้นเป็น 400 บาทแล้วต้องมีผลต่อการทำงานอย่างแน่นอนเพราะต้องจ่ายค่าจ้างที่สูงขึ้น อาจมีการปรับลดลูกจ้างหรือใช้เทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงานมากขึ้น มีการเลิกจ้างลูกจ้างทำให้แรงงานตกงาน”

3. ผลกระทบจากนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำที่มีผลต่อผู้ประกอบการภาคอุตสาหกรรม ในเขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร

ด้านต้นทุน มีผลโดยตรงต่อต้นทุนการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจะต้องแบกต้นทุนเพิ่มขึ้นทำให้มีผลกระทบต่อราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้น ความสามารถในการแข่งขันลดลง มีการปรับลดจำนวนคนทำงานเพื่อให้ลดต้นทุนในการดำเนินกิจการ “การปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการดำเนินธุรกิจ โดยเฉพาะในอุตสาหกรรมที่ใช้แรงงานจำนวนมากทำให้มีการปรับลดจำนวนคนทำงาน ผู้ประกอบการจะต้องแบกรับต้นทุนที่มากขึ้นทั้ง ๆ ที่การขายอาจได้กำไรน้อย ทำให้ต้นทุนและกำไรที่ได้รับอาจไม่เป็นไปตามเป้าหมาย”

ด้านแรงงาน การใช้แรงงานจะต้องลดจำนวนพนักงาน หรือชะลอการจ้างงานใหม่ มีการจ้างงานลดลง โดยเฉพาะในตลาดที่มีการแข่งขันสูงหรือในธุรกิจที่สามารถนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทดแทนแรงงานได้ มีการปรับเปลี่ยนการจ้างงานอาจจะเป็นการจ้างเหมามากกว่าการจ้างรายวันหรือรายเดือน “การปรับขึ้นของค่าแรงนั้นอาจทำให้นายจ้างต้องปรับลดจำนวนพนักงานลง ทำให้ลูกจ้างถูกเลิกจ้างได้ ผู้ประกอบการอาจหาสิ่งทดแทนด้านเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการทำงาน หรือมีการปรับเปลี่ยนวิธีการจ้างจากรายวันหรือรายเดือนเป็นจ้างเหมา”

ด้านการดำเนินกิจการ มีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำ 400 บาทอาจส่งผลให้อัตราการปิดตัวของธุรกิจขนาดเล็กมากขึ้น ในทางกลับกันธุรกิจขนาดใหญ่บางแห่งยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปได้ โดยไม่ลดการจ้างงานลง แต่มีการโยกย้ายของแรงงานจากบริษัทเล็กไปยังบริษัทใหญ่ที่มีผลผลิตภาพสูงกว่า ผู้ประกอบการอาจปรับเปลี่ยนวิธีการดำเนินธุรกิจเป็นการดำเนินการทางออนไลน์มากขึ้น มีนำเครื่องจักรมาใช้แทนคนมากขึ้น “มีการปิดตัวของธุรกิจขนาดเล็กมากขึ้น มีการปรับเปลี่ยนการทำงานไปยังโรงงานสาขาอื่น ธุรกิจที่ยังดำเนินต่อไป ผู้ประกอบการก็จะหาทุกวิถีทางที่จะทำให้ธุรกิจดำเนินงานต่อไปได้ จากเดิมที่มีหน้าร้านขายของก็อาจยกเลิกไป เน้นการขายทางออนไลน์แทน มีการเพิ่มเครื่องจักรมากขึ้นและเพิ่มความรู้ในการใช้เครื่องจักรของคนให้มากขึ้น”

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

1) ผลกระทบของนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ เขตพื้นที่กรุงเทพมหานคร นั้นขึ้นอยู่กับปัจจัยหลายอย่าง ทั้งด้านต้นทุน ด้านแรงงาน ด้านการดำเนินกิจการ ที่พบว่ามีผลกระทบทั้ง 3 ด้าน คือ 1) ด้านต้นทุน มีนโยบายการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำต้นทุนเพิ่มขึ้นทำให้มีผลกระทบต่อราคาสินค้าที่เพิ่มขึ้นองค์กรจะอยู่รอดได้ในบริษัทขนาดใหญ่แต่ถ้าเป็นธุรกิจขนาดเล็กมีความเสี่ยง มีต้นทุนต้องมีการปรับสูงขึ้น การลดต้นทุนในการดำเนินกิจการการปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำส่งผลโดยตรงต่อต้นทุนการดำเนินธุรกิจ สอดคล้องกับ ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567) ที่มีมุมมองต่อการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำทั่วประเทศเป็น 400 บาท ดังนี้ ภาคธุรกิจจะมีต้นทุนแรงงานเฉลี่ยเพิ่มขึ้นจากเดิมราว 6% (คำนวณจากข้อมูลปลายปี 2566 ที่มีจำนวนลูกจ้างที่ได้รับค่าจ้างต่ำกว่า 10,000 บาท/เดือน คิดเป็นสัดส่วนราว 37% ของลูกจ้างทั้งหมด) กิจการที่ตั้งอยู่ในพื้นที่ต่างจังหวัดน่าจะได้รับผลกระทบจากการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำมากกว่าหัวเมืองหลักและหัวเมืองรอง เนื่องจากค่าจ้างขั้นต่ำในปัจจุบันมีระดับแตกต่างกันไปในแต่ละจังหวัด โดยต้นทุนของผู้ประกอบการมีแนวโน้มสูงขึ้น แต่การส่งผ่านต้นทุนไปยังราคาสินค้าผู้บริโภคนั้นคงขึ้นอยู่กับผู้ประกอบการและการแข่งขันของตลาดเป็นสำคัญ ท่ามกลางอุปสงค์ในประเทศที่อ่อนแอ โดยการแข่งขันด้านราคาที่เข้มข้นคงส่งผลให้ผู้ผลิตไม่สามารถปรับขึ้นราคาสินค้าได้เต็มที่

2) ด้านแรงงาน มีการจ้างแรงงานลดลง บริษัทใหญ่ ๆ ไม่ได้รับผลกระทบอะไรเพราะการจ้างงานจะจ้างสูงกว่าขั้นต่ำอยู่แล้ว มีการนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ทดแทนแรงงานมีการปรับเปลี่ยนการจ้างงานโดยจะรับแรงงานที่มีทักษะ มีความสามารถในการควบคุมเครื่องจักร แรงงานมีความเป็นอยู่ที่ดีขึ้นจากค่าจ้างที่เพิ่มขึ้น ทำให้แรงจูงใจในการทำงานของแรงงานสูงขึ้น ซึ่งเป็นไปตามทฤษฎีผลผลิตหน่วยสุดท้ายของแรงงาน (Marginal Product of Labour) ที่กล่าวว่าค่าจ้างและผลผลิตภาพของแรงงานมีความสัมพันธ์ในทิศทางเดียวกันคือ หากผลผลิตภาพแรงงานเพิ่มขึ้น ค่าแรงจะเพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อแรงงานสามารถสร้างผลผลิตได้มากขึ้น ความต้องการแรงงานมากขึ้น นำไปสู่การจ้างงานที่เพิ่มขึ้นและทำให้ค่าจ้างหรือผลตอบแทนของแรงงานปรับขึ้นตามไปด้วย เมื่อผลตอบแทนแรงงานสูงขึ้นแรงงานจะทำงานอย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น สอดคล้องกับทฤษฎีค่าแรงประสิทธิภาพ (Efficiency Wage) ที่กล่าวว่าลูกจ้างจะทุ่มเททำงานมากขึ้น หากค่าแรงปรับเพิ่ม แต่ผลเสียคือค่าครองชีพของลูกจ้างก็จะสูงขึ้นกว่าเดิม จากการผลักดันต้นทุนแรงงานไปสู่ราคาสินค้าและบริการ สอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567) หากมีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำเป็น 400 บาททั่วประเทศในเดือน ต.ค. 2567 อาจส่งผลต่อเงินเฟ้อทั่วไปในภาพรวมปี 2567 ที่ราว 0.1% ซึ่งแรงกดดันเงินเฟ้อที่เพิ่มสูงขึ้นคงจะเป็นปัจจัยกดดันการบริโภคภายในประเทศท่ามกลางค่าครองชีพที่อยู่ในระดับสูงอยู่แต่เดิม ขณะที่ผลบวกต่อการใช้จ่ายของผู้บริโภคจากแรงงานที่ได้รับค่าจ้างเพิ่มขึ้นอาจมีไม่มากนัก ท่ามกลางค่าครองชีพและหนี้ครัวเรือนที่อยู่ในระดับสูง แม้การปรับเพิ่มขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำจะทำให้แรงงานมีรายได้เพิ่มขึ้นบ้าง แต่ก็มีความเสี่ยงจากราคาสินค้าและบริการที่จะเพิ่มขึ้นตาม รวมถึงการถูกเลิกจ้างงานในบางกิจการ โดยก่อนหน้านี้มีสินค้าและบริการบางรายการปรับไปรอค่าจ้างที่คาดว่าจะปรับเพิ่มขึ้น

3) ด้านการดำเนินกิจการ ส่งผลให้อัตราการปิดตัวของธุรกิจขนาดเล็กมากขึ้น ในทางกลับกันธุรกิจขนาดใหญ่ยังคงดำเนินธุรกิจต่อไปได้มีการจ้างงานโดยรวมไม่ลดลง แต่มีการโยกย้ายของแรงงานจากบริษัทเล็กไปยังบริษัทใหญ่ที่มีผลผลิตดีกว่า เน้นการขายทางออนไลน์แทน มีการเพิ่มเครื่องจักรมากขึ้นและเพิ่มความรู้ในการใช้เครื่องจักรของคนให้มากขึ้น สอดคล้องกับศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2567) ซึ่งหากภาครัฐไม่ได้มีมาตรการคู้ชนานในการควบคุมดูแลราคาสินค้าและบริการร่วมด้วย ทำให้ท้ายที่สุดแล้วความสามารถในการใช้จ่ายของแรงงานคงไม่ได้เพิ่มขึ้นมากนัก และอาจต้องเผชิญความเสี่ยงถูกเลิกจ้างจากผู้ประกอบการรายใหญ่ที่อาจมีการ

หันไปประยุกต์ใช้เทคโนโลยีมากขึ้น หรือบางกิจการ โดยเฉพาะ SMEs ที่อาจแบกรับต้นทุนที่ปรับเพิ่มขึ้นไม่ไหวจนต้องปิดตัวลง และยังสอดคล้องประสานกับการวิจัยของ ธนิสา ทวีขศรี และคณะ, (2567) ที่สรุปว่าหากมีการปรับค่าแรงขั้นต่ำ 400 บาทต่อวันเท่ากันทั่วประเทศ ผลกระทบโดยตรงนั้นจะเกิดกับนายจ้าง เป็นการปรับค่าจ้างขึ้นของกลุ่มลูกจ้างที่เคยได้รับค่าจ้างต่ำกว่า 400 บาทต่อวัน ซึ่งมีผู้ประกอบการร้อยละ 60 หรือประมาณ 25,000 รายจะได้รับผลกระทบ และผลกระทบที่อาจเกิดขึ้นในมิติอื่น ๆ อาทิ การจ้างงาน การปรับตัวของนายจ้างในรูปแบบอื่น ๆ นอกจากผลโดยตรงต่อระดับค่าจ้างแล้ว การปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำยังอาจจะส่งผลในมิติอื่น ๆ โดยมีการอธิบายถึงแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์และหลักฐานเชิงประจักษ์จากในหลาย ๆ ประเทศ พอสรุปได้ดังนี้ การจ้างงาน การปิดตัวของธุรกิจ การลดต้นทุนในมิติอื่น ๆ มีหลักฐานทั้งในประเทศไทยและต่างประเทศว่า นายจ้างมีการปรับตัวเพื่อลดต้นทุนในมิติอื่น ๆ เช่น สวัสดิการต่าง ๆ อาหารกลางวัน เงินพิเศษอื่น ๆ ที่ไม่ใช่ค่าแรงหลัก รวมถึงความปลอดภัยของสภาพแวดล้อมในการทำงาน การส่งผ่านต้นทุนไปเป็นราคาสินค้าและบริการที่สูงขึ้น ประเทศไทยมีปัญหาเชิงโครงสร้างเศรษฐกิจในหลายด้าน ปัญหาความเหลื่อมล้ำทั้งในมิติเชิงโอกาสและมิติเชิงเศรษฐกิจ ปัญหาเรื่องค่าจ้างที่แท้จริงนั้นไม่ได้มีการเติบโตมากนัก ในช่วงสองทศวรรษที่ผ่านมาเป็นปัญหาที่สำคัญและต้องการการแก้ไข ที่ผ่านมาช่วงที่ค่าจ้างปรับตัวเพิ่มขึ้น ก็มักจะมาจากการขึ้นปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำเป็นหลัก และหากมีการปรับขึ้นค่าจ้างขั้นต่ำอีกครั้ง ก็น่าจะเป็นการช่วยบรรเทาปัญหาเฉพาะหน้าของแรงงานในเรื่องรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ ชุมนโยบายที่จะมาแก้ปัญหารายได้ไม่เพียงพอ ควรจะมีการมองรอบด้านและแก้ทั้งปัญหาระยะสั้นและระยะยาวไปพร้อม ๆ กัน หากต้นตอของปัญหาค่าจ้างต่ำ คือ แรงงานไทยส่วนใหญ่มีผลิตภาพไม่สูงนักและค่าจ้างที่ผ่านมาก็สะท้อนผลิตภาพ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยที่พบว่า

1. ปัญหาและอุปสรรคของการนํานโยบายค่าแรงขั้นต่ำมาปฏิบัติของผู้ประกอบการ เกิดปัญหามาตรการดูแลค่าครองชีพ ปัญหาการบังคับใช้กฎหมาย ปัญหาความเหลื่อมล้ำ และปัญหาการจ้างพนักงาน รัฐบาลควรกำหนดคณะกรรมการการทำงานที่มาจากฝ่ายนายจ้างและลูกจ้าง เพื่อร่วมกันกำหนดแนวนโยบายค่าแรงขั้นต่ำที่เหมาะสมและสอดคล้องกับสภาพการณ์ทางเศรษฐกิจ รัฐบาลควรกำหนดให้หน่วยงานรัฐระดับพื้นที่เข้าไปดำเนินการควบคุมดูแลและประเมินผลการนํานโยบายแรงงานขั้นต่ำ
2. ผลกระทบของนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ มีผลกระทบทั้งด้านต้นทุน ด้านแรงงาน ด้านการดำเนินกิจการ รัฐบาลควรมีมาตรการให้ความช่วยเหลือแก่ผู้ประกอบการทั้งในเรื่องเงินลงทุน เช่น กำหนดมาตรการให้สถาบันการเงินปล่อยเงินกู้ดอกเบี้ยต่ำในระยะเวลา รัฐบาลควรกำหนดการปรับค่าแรงให้เหมาะสมกับค่าครองชีพของแรงงานและประชาชนทั่วไป มีการควบคุมราคาสินค้าอุปโภคบริโภค และการปรับค่าแรงต้องพิจารณาลักษณะงานที่ทำและชั่วโมงการทำงานอย่างเป็นธรรม

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างนโยบายค่าจ้างขั้นต่ำและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ เพื่อศึกษาระดับความสำเร็จ หรือความล้มเหลวของนโยบาย
2. ควรมีการศึกษาแนวทางการปรับตัวของผู้ประกอบการและแรงงาน ต่อนโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำ เพื่อหาแนวทางและวิธีการที่เหมาะสมให้ผู้ประกอบการสามารถดำเนินกิจการต่อไป ให้บรรลุเป้าหมายของธุรกิจ และแรงงานมีแรงจูงใจให้สามารถทำงานต่อไปด้วยความพึงพอใจ

เอกสารอ้างอิง

- กลุ่มงานนโยบายเศรษฐกิจแรงงานมหภาค กองเศรษฐกิจการแรงงาน สำนักงานปลัดกระทรวงแรงงาน. (2566). **ค่าจ้างและผลิตภาพแรงงานไทย พัฒนาอย่างไรให้ส่งเสริมกันและกัน**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <http://warning.mol.go.th/uploadFile/pdf/pdf-2023-12-04-1701675528.pdf>
- ธนิสา ทวิขศรี, ศุภนิจ ปิยะพรมดี และนภา วะสี. (2567). **ค่าจ้างขั้นต่ำ การจ้างงาน อำนาจตลาด และการเติบโตของธุรกิจขนาดใหญ่**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2024/01/#:~:text=การกำหนดค่าจ้างขั้นต่ำ,ความเหลื่อมล้ำในสังคม>
- ประภาพร พุกกะพรว. (2557). **ปัจจัยคำตอบแทนที่มีผลต่อประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของพนักงานบริษัท สยามแม็คโคร จำกัด (มหาชน) ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระ วิทยาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์ วิทยาลัยบัณฑิตศึกษาด้านการจัดการ มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พุทธพจน์ ตรีเกรี. (2563). **วันแรงงานแห่งชาติ เพราะแรงงานคือฟันเฟืองสำคัญในการขับเคลื่อนและพัฒนาประเทศ**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://preciseproducts.in.th/วันแรงงานแห่งชาติ-เพรา-2/>
- ราชกิจจานุเบกษา. (2551). **พระราชบัญญัติคุ้มครองแรงงาน พ.ศ. 2541**. กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์คณะรัฐมนตรีและราชกิจจานุเบกษา.
- วิเชียร แก้วสมบัติ. (ม.ป.ป.). **ผลกระทบจากปรับขึ้นค่าแรงขั้นต่ำปี 2568 ที่มีต่อภาคธุรกิจไทย**. ศูนย์พยากรณ์เศรษฐกิจและธุรกิจ มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก https://ceb.utcc.ac.th/upload/analysis_file/file_th_987d06y2025.pdf
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2567). **หากปรับค่าจ้างขั้นต่ำทั่วประเทศเป็น 400 บาท**. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/k-econ/economy/Pages/MinimumWage-CIS3496-KR-20-05-2024.aspx>
- สุพัตรา คำแหง, อิศราพร ใจกระจ่าง และสาวิตรี มณีศรี. (2561). **กลยุทธ์การตลาดสีเขียวเชิงสร้างสรรค์และการสร้างคุณค่าร่วมสู่ความสำเร็จในธุรกิจท่องเที่ยวโดยชุมชนนครศรีธรรมราช**. รายงานวิจัย สาขาการจัดการนวัตกรรมและสารสนเทศทางธุรกิจ คณะเทคโนโลยีการจัดการ, มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลศรีวิชัย วิทยาเขตนครศรีธรรมราช.
- อรรถกฤต ปัจฉิมนันท์ (2558). **นโยบายค่าจ้างแรงงานขั้นต่ำและการพัฒนาทางเศรษฐกิจในระยะยาว: กรณีศึกษาประเทศไทย**. วารสารสถาบันพระปกเกล้า, 13(2), 113-144.
- Durkheim, E. (1893). **The Division of Labour in Society**. New York: The Free Press.
- Hurst, C. E. (1992). **Social Inequality forms, Causes, and Consequences**. United State of America: Allyn and Bacon A Division of Simon Schuster.
- Keynes, J.M. (1936). **The general Theory of Employment, Interest and Money**. New York: Harcourt Brace Jovanovich.

- Lenski, G. E. (1966). **Power and Privilege A Theory of Social Stratification**. Chapel Hill, NC: University of North Carolina Press.
- Sorensen, A. and Kelleberg, A.L. (1981). An Outline of a Theory of the Matching of Persons to Job. In Ivar Berg (ed.), **Sociological Perspectives on Labour Markets**. New York: Academic Press
- Townsend, P. (2002). **The Restoration of Universalism the Rise and Fall of Keynesian Influence on Social Development Policies**. United Nations Research Institute for Social Development.

วิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

The Leader parths of Dharma of Bangkokthonburi University Students

อาชญุธ เนติธนากุล^{1*} วรณวิชา มะโฮหาร² ธนานันท์ กัญญาราช³ วัฒนา เรืองแก้ว⁴,
และ พงษ์พิพัฒน์ มัลลิกะมาลย์⁵
(Ardyuth Netithanakul^{1*}, Wanwicha Mahoran², Thananan Kanyarach³, Wattana Reangkeaw⁴
and Pongpipat Malikamarn⁵)

¹⁻⁵ คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

¹⁻⁵ Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail ardyuth@hotmail.com

Article history

Received 14 March 2025

Revised 1 May 2025

Accepted 5 May 2025

SIMILARITY INDEX = 14.18 %

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี 2) เปรียบเทียบวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล การศึกษานี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ ใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการเก็บข้อมูล กลุ่มประชากรคือนักศึกษาระดับปริญญาตรีคณะรัฐศาสตร์ จำนวน 198 คน การวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้ค่าสถิติ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบที่ การวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว

ผลการศึกษา พบว่า 1) วิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีด้านอุปสมะสำหรับผู้นำ มากที่สุดรองลงมาคือ ด้านสัจจะสำหรับผู้นำ ด้านจาคะสำหรับผู้นำ และด้านปัญญาสำหรับผู้นำ ตามลำดับ

2) ผลการเปรียบเทียบวิถีธรรมผู้นำนักศึกษา มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลของ พบว่า ผลการเรียนรู้ อาชีพผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน จะมีระดับวิถีธรรมผู้นำที่แตกต่างกัน ในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในขณะที่ เพศ ที่พักอาศัย สถานภาพของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกันจะมีระดับวิถีธรรมผู้นำที่ไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ วิถีธรรม ผู้นำ นักศึกษามหาวิทยาลัย

ABSTRACT

This study aimed to 1) Study the Leader parths of Dharma of Bangkokthonburi University Students. 2) Compare the Leader parths of Dharma of Bangkokthonburi University Students classified by personal factors. This study was a quantitative study that used a questionnaire as a data collection tool. The population consisted of 198 undergraduate students in the Faculty of Political Science. Data were analyzed using statistics such as percentage, mean, standard deviation, t-test, and one-way analysis of variance.

The results of the study revealed that 1. The Leader parths of Dharma of Bangkokthonburi University Students students was at a high level. When considering each aspect individually, students demonstrated the highest level of leadership ethic in ethics, followed by truth, charity, and wisdom, respectively. 2. A comparison of the Leader parths of Dharma of Bangkokthonburi University Students classified by personal factors showed that students with different academic performances and parents' occupations had significantly different levels of the Leader parths of Dharma of at the 0.05 level. In contrast, there were no significant differences in the Leader parths of Dharma based on gender, residence, or parental status.

Keywords The parths of Dharma, Leader, University Student

1. บทนำ

โลกปัจจุบันได้มีการพัฒนาไปแล้วมากมายทั้งด้านบุคคลหรือด้านเทคโนโลยี เป็นการเปลี่ยนแปลงที่เห็นได้อย่างชัดเจน โดยเฉพาะบุคคลและความคิดที่เป็นสิ่งบ่งบอกถึงลักษณะนิสัยของบุคคลนั้น มีการปรับเปลี่ยนแนวคิดวิธีทัศน์ วิธีการจัดการตลอดจนพฤติกรรมที่เคยทำมาเป็นกิจวัตร ในการพัฒนาบุคคลให้มีภาวะผู้นำนั้นเป็นการพัฒนาเพื่อให้เกิดความเข้าใจในหลักการเป็นผู้ที่ประกอบไปด้วยความสามารถเพื่อที่จะได้นำมาใช้ในชีวิต (สุรวุฒ ฌ ระนอง, 2565) กระบวนการสำคัญในการผลักดันการพัฒนาบัณฑิตที่มีคุณภาพ นอกจากการพัฒนานักศึกษาให้มีความรู้ด้วยกระบวนการจัดการเรียนการสอนแล้ว ยังต้องอาศัยกระบวนการพัฒนานักศึกษาที่จัดให้นักศึกษาได้เรียนรู้กระบวนการทำงาน และซึมซับคุณธรรม จริยธรรม ได้ฝึกฝนทักษะทางปัญญา ได้พัฒนาทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล สร้างเสริมความรับผิดชอบ ฝึกการตัดสินใจ การแก้ไขปัญหา พัฒนาความเป็นผู้นำ ฝึกการสื่อสาร การทำงานเป็นทีม ความอดทน เพื่อเพิ่มโอกาสการเรียนรู้ของนักศึกษาในรูปแบบทักษะชีวิต ทักษะสังคม และสมรรถนะพื้นฐาน (Secretariat of the Council of Education อ้างถึงใน ภูมิประเทศ และตรีชฎา สุขเกษม, 2562) มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีจุดมุ่งหมายเพื่อเพื่อผลิตบัณฑิตที่มีความรู้ ความสามารถทักษะ ประกอบด้วยคุณธรรมบนพื้นฐานความเป็นไทย มีชีวิตบนความพอเพียงมีจิตสาธารณะ มีภาวะผู้นำสังคม เศรษฐกิจ การเมือง และพัฒนาสมรรถนะสู่สากล โดยมีปรัชญาว่า “สร้างปัญญา พัฒนาคน ฝึกฝนคุณธรรม” เพื่อให้การดำเนินการเป็นไปตามจุดมุ่งหมายและปรัชญาของมหาวิทยาลัย จึงมีการกำหนดวิธีทัศน์ “บัณฑิตนักปฏิบัติที่มีศักยภาพ พร้อมพัฒนาไปสู่มีอาชีพ โดยมีความรู้ประสบการณ์ความสามารถควบคู่คุณธรรมและจิตสำนึกที่ตรงตามปรัชญาของมหาวิทยาลัยในสาขาวิชาอันเป็นที่ต้องการของประเทศ” และมีพันธกิจ “มุ่งผลิตและพัฒนาบัณฑิตให้มีความรู้ ความสามารถควบคู่คุณธรรมและจิตสำนึกที่ตรงตามปรัชญาของมหาวิทยาลัยในสาขาวิชาอันเป็นที่ต้องการของประเทศ” (มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี, ม.ป.ป.)

การพัฒนาโดยการนำหลักธรรมทางพระพุทธศาสนาประยุกต์ โดยใช้หลักคุณธรรม เป็นหลักธรรมที่หมายถึง ธรรมที่เป็นเครื่องเจริญ คุณธรรมที่ก่อให้เกิดความเจริญงอกงาม (พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ.ปยุตโต), 2559) หลักธรรมของผู้นำเป็นแนวทางหนึ่งที่สามารถนำมาแก้ปัญหจริยธรรมของผู้นำ เนื่องจากเป็นหลักที่ทำให้เกิดการพัฒนาด้านผู้นำ ผู้ปกครองและผู้บริหารบ้านเมืองระดับต่าง ๆ ซึ่งผู้นำที่จะประสบความสำเร็จได้นั้นต้องมีหลักธรรมในการเป็นผู้นำและคุณสมบัติของผู้นำที่ดีนั้น หมายถึง ความเป็นผู้มีศักยภาพในตัวเองทั้งทางร่างกาย จิตใจ ความรู้และความสามารถ พร้อมทั้งจะปฏิบัติหน้าที่ของตนอย่างชาญฉลาดและประสบความสำเร็จตามวัตถุประสงค์ตามที่ได้วางเป้าหมายเอาไว้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล พระพุทธศาสนาได้กล่าวถึงหลักธรรมสำคัญในการเป็นผู้นำไว้หลายหลักธรรมด้วยกัน ซึ่งหลักธรรมดังกล่าว ถือเป็นการสร้างเสริมภาวะผู้นำให้เป็นผู้ที่มีคุณธรรมจริยธรรมในการบริหารจัดการทั้งสิ้น ภาวะผู้นำตามหลักพุทธธรรมได้อาศัยธรรมเป็นปัจจัยสำคัญในการบริหารจัดการกิจการงานทุกอย่างให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายที่ตั้งไว้เพื่อประโยชน์สุขแห่งหมู่คณะ องค์กร สังคมอย่าง มั่นคง และยั่งยืนตลอดไป การที่พระพุทธศาสนาเน้นคุณธรรมเป็นสำคัญเพราะถือว่าเมื่อผู้มีคุณธรรมแล้วประชาชน ย่อมอยู่เป็นสุข คุณธรรมของการเป็นผู้นำนั้น เป็นหลักของการบริการที่ดีเรียกว่า ธรรมาธิปไตย หมายถึง การบริหารโดยถึงธรรมเป็นใหญ่ กล่าวคือ ยึดหลักบรรทัดฐาน หลักการและคุณธรรม เป็นแนวทางในการบริหาร และการบริหารนั้นต้องใช้ทั้งพระเดชและพระคุณหรือใช้อำนาจและคุณธรรม ซึ่งจะทำให้ได้ทั้งน้ำใจและผลของงาน ในหลักธรรมทางพระพุทธศาสนา ได้กล่าวถึงภาวะผู้นำ มีลักษณะใช้ทั้งพระเดชและพระคุณ ดีเตือนหรือชี้ผิดถูกที่ควรดีหรือชี้ข้อผิดข้อถูก (ทัชชกร แสงทองดี, 2563) หลักธรรมคำสอนของพระพุทธศาสนามีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตความเชื่อและการปฏิบัติของคนในสังคม

ชาวพุทธเป็นอย่างมากโดยเฉพาะการทำความดีหรือการสั่งสมความดีทั้งในชาตินี้และชาติหน้าเป็นสิ่งที่สามารถก่อให้เกิดความสำเร็จหรือประโยชน์กับชีวิตได้ซึ่งหลักธรรมที่มีความสำคัญต่อคนในสังคมชาวพุทธที่สามารถทำให้คนประสบความสำเร็จในชีวิต ได้แก่ หลักอริยฐานธรรมเพราะเป็นหลักธรรมที่มุ่งเน้นให้คนมีความเพียรคนที่ต้องการความสำเร็จในชีวิตหรือต้องการหลุดพ้นจากอาสวะกิเลสทั้งหลาย ก็จำเป็นต้องอาศัยความเพียรนั้นคือต้องอาศัยหลักอริยฐานธรรมเพราะอริยฐานธรรมเป็นการอาศัยความเข้มแข็งของจิตใจ หลักอริยฐานธรรมเป็นธรรมที่ควรตั้งมั่นไว้ในใจ เป็นฐานที่ตั้งมั่นความเพียร ประกอบไปด้วย ปัญญา สังขะ จาคะ และอุปสมะ อย่างไรก็ตามการสร้างความสำเร็จในชีวิตตามหลักอริยฐานธรรมนั้นคาดหวังว่าจะทำให้บุคคลที่มีปัญหาในการดำเนินชีวิตย่อมมีสติและปัญญาสามารถแก้ไขปัญหิต่าง ๆ ให้ดำเนินไปในทางที่ถูกต้องทำให้มีแต่ความสุขทั้งในปัจจุบันและในโลกอนาคต (พระจักรกฤษ ธรรมจกเมธี (โรจนกร), 2566)

ปัจจุบันกระบวนการพัฒนาทางสังคมได้เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว การใช้เทคโนโลยีทางการสื่อสารอย่างเครือข่ายสังคมออนไลน์ การสร้างความสัมพันธ์ทางการสื่อสารในรูปแบบใหม่ที่ไม่ได้จำกัดเฉพาะแต่การสนทนาซึ่งกันและกันเท่านั้น แต่ยังเป็นการสร้างความสัมพันธ์ระหว่างเพื่อนลดช่องว่างทางระยะเวลา ทำให้การสื่อสารง่ายและรวดเร็ว แต่ในทางกลับกันการให้บริการเครือข่ายสังคมออนไลน์นี้ก็สร้างผลกระทบให้แก่ผู้ใช้ได้เช่นกันและเป็นข้อถกเถียงทางสังคมถึงผลกระทบในปัญหิต่าง ๆ มากมาย เช่น ปัญหาเรื่องสิทธิส่วนบุคคล การละเมิด การทะเลาะวิวาท การใช้คำพูดและการนำรูปที่ไม่เหมาะสมลงในเว็บไซต์ รวมถึงการใส่ข้อมูลในเชิงไม่สร้างสรรค์ ปัญหาเรื่องศาสนา เรื่องเพศ หรือ แม้กระทั่งการหลอกลวงต่าง ๆ หรือแม้แต่พฤติกรรมการใช้งานเครือข่ายออนไลน์ของนักเรียนนักศึกษา ที่เกิดพฤติกรรมติดสื่อสังคมออนไลน์ และมักจะเป็นผู้ที่มีปัญหาด้านอารมณ์ ถึงแม้ว่าบางส่วนจะใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการค้นคว้าหาข้อมูลเกี่ยวกับการศึกษาก็ตาม จากปัญหาดังกล่าวนั้นล้วนมีปัจจัยมาจากการใช้สื่อสังคมออนไลน์ อย่างขาดจริยธรรมและความรับผิดชอบในหมู่ของวัยรุ่น ซึ่งเป็นช่วงวัยที่อยู่ในสถานะของนักศึกษาโดยส่วนใหญ่ (กฤษณ์กรวิชัย จันทพันธ์ สกฤต, 2558)

ดังนั้นในปัจจุบันนักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี อาจจะขาดจริยธรรมและศีลธรรม ไม่คำนึงถึงศีลธรรมอันดีงามในสังคม โดยเฉพาะนักศึกษาระดับปริญญาตรีนั้นเป็นวัยที่อยากจะเรียนรู้ อยากทดลองและมีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในการติดต่อสื่อสารและรวมไปถึงการแลกเปลี่ยนความรู้ซึ่งกันและกัน แต่ในบางครั้งก็มีการใช้สื่อสังคมออนไลน์ในทางที่ผิด การจัดการเรียนการสอนของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่เน้นผลิตนักศึกษาที่มีความรู้ประสบการณ์ความสามารถควบคู่คุณธรรมและจิตสำนึกที่ดีงาม ควรที่จะมีการให้ความรู้และความเข้าใจที่ถูกต้อง จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ความต้องการจำเป็นในการพัฒนาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษาเพื่อให้นักศึกษาเป็นบุคลากรที่มีคุณภาพ มีทักษะการเป็นผู้นำที่มีคุณธรรม จริยธรรม ผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะทำการศึกษาวิจัยเรื่อง วิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เพื่อเป็นแนวทางส่งเสริมและพัฒนาวิถีธรรมผู้นำให้นักศึกษาของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ให้เป็นผู้นำวิถีธรรม เป็นผู้มีความคุณธรรม จริยธรรม และศีลธรรม และมีคุณลักษณะที่พึงประสงค์ สามารถอยู่ร่วมกับผู้อื่นในสังคมได้อย่างมีความสุข

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
2. เพื่อเปรียบเทียบวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับวิถีธรรมผู้นำ

พระราชวรมุนี (ประยูร ปยุตโต) (2563) ให้ความหมายวิถีธรรมว่า วิถีธรรม หมายถึง การดำเนินชีวิตในทางธรรม โดยยึดหลักคุณธรรมและจริยธรรม คุณธรรมและจริยธรรมเป็นเรื่องสำคัญที่ทุกคนพึงมีเพราะการที่สังคมจะสงบสุขได้ก็ด้วยทุกคนในสังคมมีคุณธรรม โดยทั่วไปแล้ววิถีธรรมผู้นำจะให้ความสำคัญกับคุณธรรมและจริยธรรมต่าง ๆ เช่น เมตตา กรุณา มีความเมตตาปรารถนาดีและเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ต่อผู้อื่น สติ ปัญญา มีสติในการพิจารณาและใช้ปัญญาในการตัดสินใจอย่างรอบคอบ ซันติ มีความอดทนอดกลั้นต่อความยากลำบากและอุปสรรคต่าง ๆ ความซื่อสัตย์ สุจริต ประพฤติตรงไปตรงมา ไม่ทุจริตคอร์รัปชัน การให้อภัย รู้จักให้อภัยแก่ผู้ที่กระทำความผิดพลาด ความยุติธรรม ปฏิบัติต่อทุกคนอย่างเท่าเทียมและเป็นธรรม การเสียสละ พร้อมที่จะเสียสละประโยชน์ส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม ผู้นำที่ดำเนินตามวิถีธรรมมักจะให้ความสำคัญกับการสร้างความสงบสุขและความเจริญรุ่งเรืองให้กับส่วนรวม มากกว่าการแสวงหาอำนาจและผลประโยชน์ส่วนตนเพียงอย่างเดียว นอกจากนี้ ยังให้ความสำคัญกับการพัฒนาจิตใจและคุณธรรมของตนเองอย่างต่อเนื่อง เพื่อเป็นแบบอย่างที่ดีแก่ผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ที่อยู่ในความดูแล

สรุปวิถีธรรมเป็นการดำเนินไปในวิถีชีวิตที่ถูกต้องดีงาม มีระเบียบในการดำเนินชีวิตและในการอยู่ร่วมกับผู้อื่นด้วยดี ด้วยศีลธรรม คุณธรรม และจริยธรรม ความสัมพันธ์กับสภาพแวดล้อมและเทคโนโลยี

2.2 ภาวะผู้นำเชิงพุทธ

พระเทพปริยัติเมธี (อ้างถึงใน พระครูปริยัติคุณาวุธ, 2565) ภาวะผู้นำแนวพุทธ หมายถึง ผู้ที่มีความรอบรู้รอบคอบและต้องประกอบไปด้วยการเป็นผู้ที่มีวิสัยทัศน์มีความรู้ความสามารถความรับผิดชอบในการทำงาน และมีทักษะด้านความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล มองผู้ใต้บังคับบัญชาในแง่ดี มีความยุติธรรม มีหัวใจพระพรหม รู้รักสามัคคี มีความเสียสละ ไม่มีมานะทิฐิ ปราศจากอคติ ซึ่งคุณธรรมต่าง ๆ เหล่านี้จะต้องมีอยู่ในตัวของผู้นำที่จะทำให้เกิดประโยชน์ และประสิทธิภาพสูงสุดในการทำงานด้วยการบริหารตน การบริหารคน และการบริหารงานในองค์กร

พระครูปริยัติคุณาวุธ (2565) ภาวะผู้นำเชิงพุทธที่ดี คือ ต้องมีคุณสมบัติภาวะผู้นำทางการจัดการเชิงพุทธ คือ มีศีล มีสติปัญญา มีความดีงาม มีความรู้ความสามารถของบุคคลที่ชักนำให้คนทั้งหลาย มาประสานกันและพากันไปสู่จุดหมายที่ตั้งใจได้ ต้องสั่งสมความสามัคคีเพื่อสมาชิกในหน่วยงานองค์กร ในสังคมมีพรหมวิหารธรรม สร้างความรู้รักสามัคคีความปรองดองสมานฉันท์ซึ่งเกิดจากความชุ่มเย็น คือ เมตตาธรรม กรุณาธรรม เป็นต้น ก็จะเป็นเหตุปัจจัยทำให้เกิดความสามัคคีสามารถรวมตัวกันได้เป็นนิยต์ เหมือนน้ำเพราะมีความเที่ยงธรรม และไม่มีสองมาตรฐาน นักบริหารที่ดีต้องผูกใจคนไว้ได้เพื่อให้องค์กรมีความผาสุก

อภิรมย์ สีตาคำ ประเสริฐ ปอนถิ่น และนพดล ปัญญาวิรัตน์ (2564) ศึกษาภาวะผู้นำเชิงพุทธในยุค New Normal สรุปไว้ว่า การพัฒนาภาวะผู้นำในปัจจุบันหันมาใช้วิธีการตามแนวพระพุทธศาสนากันมากขึ้น ด้วยเหตุนี้พระพุทธศาสนาจึงเข้ามามีบทบาทในการพัฒนาภาวะผู้นำเรียกว่า “ผู้นำเชิงพุทธ” ด้วยเหตุว่าผู้นำนั้นเมื่อประกอบกรบการบูรณาการด้วยพระพุทธศาสนาเข้าไปแล้วย่อมได้ชื่อว่า มีความเก่ง (วิชา) และความดี (จรณะ) ตรงตามแบบที่เรียกว่า เป็นทั้งคนเก่งและคนดี (วิชาจรณะสัมปนโน) ในคนเดียวกัน กล่าวคือ การเป็นผู้นำที่ดีนั้นจะต้องปกครองและบริหารโดยธรรม ยึดธรรมคือความถูกต้องเป็นหลัก เพราะจะสร้างความยุติธรรมและความถูกต้องให้แก่ผู้นำและผู้ใต้บังคับบัญชาหรือผู้ร่วมงาน อันจะก่อให้เกิดความสุขในการทำงาน

มีประสิทธิภาพ ประสิทธิผล เป็นองค์กรที่มาแห่งความสุข เพราะหลักธรรมมุ่งเน้นให้ผู้นำสามารถประสานความสัมพันธ์กับหมู่คน เอื้อเพื่อแผ้วเผ่าสิ่งที่ประโยชน์ให้กับบุคคลอื่น ๆ ตลอดจนถึงสังคมในวงกว้าง

จิรติกาล สุขสิงห์ (2566) ศึกษาผู้นำในธรรม สรุปไว้ว่า ผู้นำเป็นบุคคลสำคัญขององค์กรทุกองค์กร ที่จะนำพาองค์กรไปสู่เป้าหมายที่ตั้งไว้ได้สำเร็จ หรือเป็นผู้นำที่จะนำพาองค์กรให้ผ่านพ้นสถานการณ์วิกฤตต่าง ๆ บุคคลที่จะเป็นผู้นำที่ดีได้นั้น นอกจากจะต้องมีความรู้ความสามารถ มีทักษะ ความเชี่ยวชาญและมีประสบการณ์ในด้านการบริหารนั้นแล้ว ผู้นำต้องเป็น “ผู้นำในธรรม” กล่าวคือ ผู้นำที่นำเอาหลักธรรมหรือคำสั่งสอนของพระพุทธเจ้ามาเป็นเครื่องดำเนินชีวิตและนำมาเป็นแนวทางในการบริหารงาน ย่อมส่งผลที่ดีต่อตัวผู้นำและองค์กรเป็นอย่างมากอีกด้วย หลักธรรมที่นำมายึดถือเป็นแนวทางในการบริหารงานนั้น มีมากมายหลายหลักธรรม ซึ่งได้ศึกษาและนำหลักธรรมที่สำคัญเกี่ยวข้องมาเป็นแนวเสนอได้แก่ 1) หลักไตรสิกขา 2) หลักอริยฐานธรรม 3) หลักพรหมวิหาร 4) หลักขันติสโรจจะ ซึ่งหลักธรรมและคำสั่งสอนนี้ สามารถนำมาปฏิบัติได้จริง อย่างเป็นเหตุเป็นผล พิสูจน์ได้จากผลลัพธ์ การนำหลักธรรมมาใช้ในการบริหารงานนั้น นอกจากจะส่งผลต่อความเจริญก้าวหน้าขององค์กรแล้ว ยังบังเกิดผลดีต่อตัวผู้นำมาประพฤติปฏิบัติอีกด้วย ดังพุทธสุภาษิตที่ว่า “ธมโม หเว รกขติ ธมมจารี” ธรรมย่อมรักษาผู้ประพฤติธรรม

สรุปได้ว่าผู้นำเชิงพุทธเป็นผู้ที่มีคุณธรรม ที่เป็นคุณสมบัติที่สำคัญ สามารถเป็นตัวอย่างที่ดีของคนรอบข้างในสังคม มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ในทางที่ดี ถูกต้องตามหลักคุณธรรม เป็นที่ยอมรับของส่วนรวม ได้ใจของมวลชนคนหมู่มาก ทำให้คนจำนวนมากเห็นดีเห็นชอบ แล้วนำไปสู่เป้าหมายที่ตั้งมา

2.3 การนำหลักอริยฐานธรรมมาประยุกต์กับภาวะผู้นำ

พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตฺโต) (อ้างถึงใน ภัฏฐวชิร สุขเสน, 2561) การนำธรรมะในทางพระพุทธศาสนา มาประยุกต์กับภาวะผู้นำ เรียกว่าอริยฐานธรรม หมายถึง ธรรมที่ควรตั้งไว้ในใจ ธรรมเป็นที่ยึดมั่น มี 4 อย่าง คือ

1. ปัญญา คือ ความรอบรู้ ในทางพระพุทธศาสนาได้จำแนกปัญญาออกเป็น 3 ระดับคือ 1) ปัญญาระดับต้น เป็นปัญญาที่เกิดขึ้นโดยธรรมชาติเช่นการรู้ดี รู้ชั่ว เป็นปัญญาที่ใช้ในการดำเนินชีวิตทั่วไปของมนุษย์ 2) ปัญญาระดับกลาง เป็นปัญญาที่รู้ต่อสถานภาพต่าง ๆ ของสิ่งทั้งหลายที่เกิดขึ้นโดยสมมติ รู้ว่าสิ่งนั้นสิ่งนี้เป็นสิ่งที่สมมติขึ้นในโลก 3) ปัญญาระดับสูง เป็นปัญญาที่รู้แจ้งในสัจธรรมทั้งหลาย เป็นปัญญาที่เมื่อฝึกฝนอย่างดีแล้วสามารถที่จะบรรลุมรรคผลนิพพานได้

2. สัจจะ คือ ความตั้งใจ วาจา และการกระทำ ในทางพระพุทธศาสนานั้นท่านแบ่งเป็น 2 ประเภทคือ 1) สมมติสัจจะ คือความจริงโดยการสมมติ หรือจริงโดยการบัญญัติให้รู้ สมมติสัจจะนี้เป็นสิ่งที่มนุษย์ได้ทำการตกลงกันเอาไว้ เพื่อความสะดวกในการติดต่อสื่อสารความหมายให้เข้าใจ และทำความเข้าใจในสิ่งต่าง ๆ ที่มีอยู่บนโลกนี้ 2) ปรมัตถสัจจะ จริงโดยปรมัตถ์ คือสัจจะที่สมบูรณ์แบบ เป็นสัจจะที่แท้จริง อยู่เหนือการบัญญัติขึ้นของมนุษย์ แต่เป็นไปตามกฎเกณฑ์ของธรรมชาติ

3. จาคะ คือ การบริจาคทาน การยินดี ยินยอมเสียสละอุทิศตน ห่มเวลา สติปัญญา กระทำการต่าง ๆ เป็นการสละสิ่งของที่หวงแหนที่ตนมีอยู่ออกจากใจ หรือการตัดใจ มีความหมายเหมือนกับคำว่า ทาน หมายถึง การให้สิ่งของ และบริจาคจะ หมายถึง การเสียสละกิเลส

4. อุปสมะ คือ รู้จักหาความสงบใจ การทำใจให้อุเบกขาปลอดพ้นจากอคติทั้งปวง อุปสมะนี้เกิดจากความสงบที่มาจากการปฏิบัติธรรมทางจิต ความสงบแห่งจิตนี้ทำให้เป็นคนมีชีวิตที่งดงาม ทำให้เกิดการปลื้มปีติปราโมทย์อยู่ตลอดเวลา ถือเป็นสมบัติที่มีค่ายิ่ง มีค่ามากกว่าสมบัติภายนอกทั้งปวง

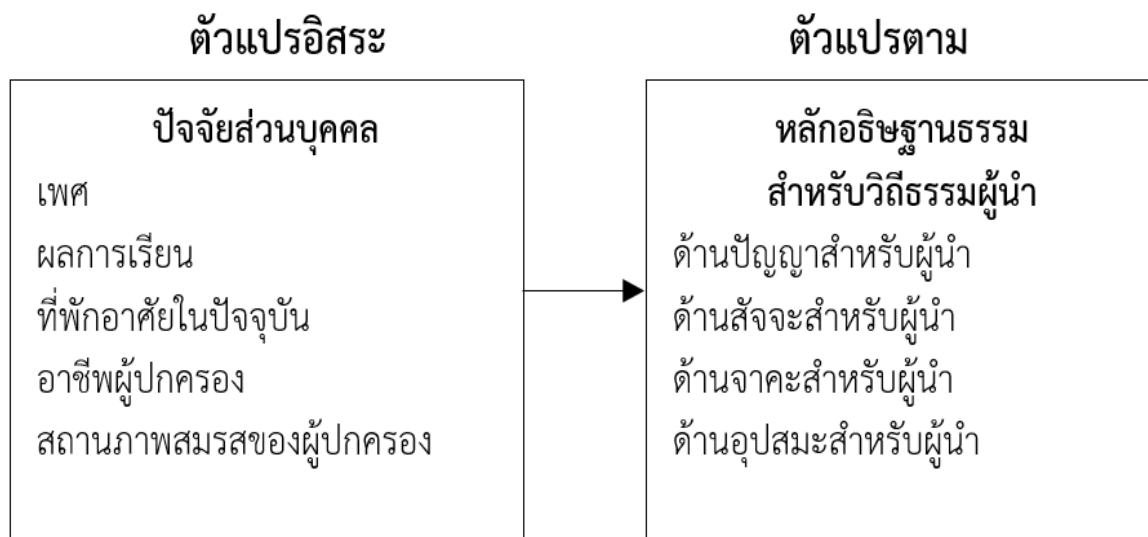
พระครูสมุห์สมชาย สิริสมปนโน (2560) ศึกษาหลักอริยฐานธรรม 4 การส่งเสริมความสามัคคีในสังคมไทย สรุปไว้ว่าการส่งเสริมความสามัคคีในสังคมไทยตามหลักอริยฐานธรรม 4 ได้แก่ ปัญญา, สัจจะ, จาคะ, อุปสมะ มาประยุกต์ใช้ในสังคมไทยจากการศึกษา พบว่าสังคมไทยต้องการความเป็นหนึ่งเดียวของผู้คนในสังคมด้วยการรวมพลังกันปฏิบัติแต่ในสิ่งที่ถูกต้องดังตามหลักการ ข้อบังคับ กติกา และศีลธรรม สิ่งที่จะเป็นแรงขับเคลื่อนสังคมไทยให้เดินหน้าไปสู่ความสามัคคี คือ ทุกคน ใช้ปัญญาในการทำหน้าที่ของตนให้สมบูรณ์ ดำรงมั่นในความจริงที่รู้ชัดด้วยปัญญา มีการสละ สิ่งทั้งหลายอันผิดพลาดจากความจริงเสียได้ และใช้วิถีทางสันติระงับโทษข้อขัดข้องมัวหมอง วุ่นวาย ทำจิตใจให้สงบได้ ถือความสามัคคีเป็นใหญ่ยอมส่งผลให้เกิดความสงบสุขทั้งแก่ตนและสังคมอย่างแท้จริง การประยุกต์อริยฐานธรรม 4 เพื่อส่งเสริมความสามัคคีในสังคมไทยเป็นแนวทางใน การส่งเสริมช่วยให้มีความสามัคคีในสังคมไทยได้อย่างมีประสิทธิภาพ หากทุกสถาบัน ทุกองค์กรในสังคมไทยนำไปปฏิบัติ ซึ่งอริยฐานธรรมนั้น ประกอบด้วย ปัญญา ความรู้ชัด ความรู้จริง ความรอบรู้ สัจจะ ความจริง ความซื่อสัตย์ จาคะ การสละ และอุปสมะ ความสงบ ก็จะช่วยให้เกิดความสามัคคีในสถาบันต่าง ๆ ในสังคมไทยให้มั่นคงเข้มแข็งยิ่งขึ้น อริยฐานธรรม เริ่มด้วยปัญญาเมื่อทุกคนในสถาบันหรือหน่วยงานต่าง ๆ เพิ่มพลังปัญญาในการทำงานให้ยิ่งๆ ขึ้นไปอีก คือไม่ประมาทในการแสวงหาปัญญาใฝ่ตนอยู่เสมอ พร้อมกับความจริงในสิ่งที่ทำ คำที่พูดและ ความจริงใจ จาคะ สละ สิ่งที่เสียหายออกจากตน มีความสงบเสถียรทั้งภายนอกและภายใน สังคมไทยก็จะเพิ่มความสุขด้วยพลังแห่งความสามัคคีมากกว่าที่เป็นอยู่ในปัจจุบัน

พระจักรกฤษ ธรรมจกเมธี (โรจนกร) (2566) ที่ศึกษาภาวะผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นตามหลักอริยฐานธรรม 4 ของผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่น ในเขตอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์ สรุปไว้ว่าภาวะผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นตามหลักอริยฐานธรรม 4 ประกอบด้วยคุณลักษณะของภาวะผู้นำ 4 ประการ ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (อุปสมะ) 2) ภาวะผู้นำแบบสนับสนุน (สัจจะ) 3) ภาวะผู้นำแบบสั่งการ (ปัญญา) และ 4) ภาวะผู้นำแบบบรรลุผลสำเร็จ (จาคะ) ความคิดเห็นของบุคลากรเกี่ยวกับข้อเสนอแนะภาวะผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นตามหลักอริยฐานธรรม 4 พบว่า ผู้บริหารควรส่งเสริมสนับสนุน การประสานงาน กับชุมชนหน่วยงานอื่น สร้างความสัมพันธ์ที่ดีต่อกัน ร่วมกันแสดงความคิดเห็นเพื่อให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ทำให้เกิดปัญญา และสร้างกัลยาณมิตรต่อกัน ร่วมสนับสนุนวางแผนดำเนินการเพื่อแก้ไข ปัญหา ติดตามและประเมินผลเพื่อผลประโยชน์และผู้บริหารมีความจริงใจใน สัจจะ รับฟังความคิดเห็นของบุคลากรเพื่อปรับปรุงงาน (อุปสมะ)

สรุปได้ว่า การนำเอาหลักธรรมคำสั่งสอนของพระพุทธศาสนา มาประยุกต์ใช้ก็น่าจะเอื้อกับวัฒนธรรมไทยไม่มากนักน้อย การนำหลักธรรมมาประยุกต์ใช้ก็เพื่อการเป็นผู้นำที่ดีและคำสั่งสอนที่สำคัญ ๆ ของพระพุทธองค์ที่แสดงให้เห็นถึงลักษณะของผู้นำที่ดีหรือวิถีทางของการที่จะเป็นผู้นำที่ดีเพื่อใช้สำหรับเป็นแนวทางที่จะนำไปปฏิบัติ ที่เรียกว่าวิถีธรรมผู้นำ หมายถึง ผู้นำที่ดีดำเนินตามวิถีธรรม มีศีล มีสติปัญญา มีความดีงาม มีความรู้ความสามารถที่ชักนำให้คนทั้งหลาย มาประสานกันและพากันไปสู่จุดหมายที่ตั้งใจได้ โดยการนำหลักอริยฐานธรรมมาประยุกต์ใช้กับภาวะผู้นำ อันได้แก่ ปัญญา สัจจะ จาคะ และอุปสมะ เพื่อให้เป็นผู้นำที่มีทักษะ ความรู้ ความสามารถ มีความจริงใจ มีวาจาที่ไพเราะอ่อนหวาน ระมัดระวังในการใช้คำพูด รู้จักการเสียสละส่วนตนเพื่อส่วนรวม มีความยับยั้งชั่งใจ มีจิตใจที่สงบสโลดไส้ออาด เป็นอิสระ สามารถพัฒนาปัญญาขึ้นได้ มีความมั่นคงทางอารมณ์ไม่หวั่นไหวง่าย การนำหลักอริยฐานธรรม 4 มาประยุกต์ใช้ยังช่วยให้สังคมมีความสุข เกิดความสามัคคีในสังคม และในการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษาโดยหลักอริยฐานธรรม ได้แก่ ปัญญาสำหรับผู้นำ สัจจะสำหรับผู้นำ จาคะสำหรับผู้นำ และอุปสมะสำหรับผู้นำ

กรอบแนวคิดของงานวิจัย

ในวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ผู้วิจัยได้นำหลักอิฐฐานธรรม มาเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ที่กำลังศึกษาในปีการศึกษา 2568 จำนวน 198 คน (สำนักทะเบียนและบริหารการศึกษา, 2567) ผู้วิจัยเก็บประชากรคือนักศึกษาทุกคน

3.2 ขอบเขตการศึกษา

ศึกษาวีธีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ประกอบด้วย ด้านปัญญาสำหรับผู้นำ ด้านสัจจะสำหรับผู้นำ ด้านจาคะสำหรับผู้นำ ด้านอุปสมะสำหรับผู้นำ (พระธรรมปิฎก (ป.อ. ปยุตโต) อ้างถึงใน ภัฏขวัชร สุขเสน, 2561)

3.3 เครื่องมือวิจัย

3.3.1 ลักษณะเครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถามที่แบ่งออกเป็น 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ผลการเรียนรู้ ที่พักอาศัยในปัจจุบัน อาชีพผู้ปกครอง และสถานภาพสมรสของผู้ปกครอง ลักษณะคำถามเป็นแบบเลือกตอบ (Check List)

ตอนที่ 2 ระดับวีธีธรรมผู้นำของนักศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ ด้านปัญญาสำหรับผู้นำ จำนวน 5 ข้อ ด้านสัจจะสำหรับผู้นำ จำนวน 5 ข้อ ด้านจาคะสำหรับผู้นำ จำนวน 5 ข้อ และด้านอุปสมะสำหรับผู้นำ จำนวน 5 ข้อ โดยแบบสอบถามเป็นแบบเลือกตอบโดยใช้มาตราลิเกิร์ต (Likert scale) 5 ระดับ

3.3.2 การสร้างและตรวจสอบเครื่องมือวิจัย

1. ศึกษาแนวคิด ทฤษฎี เอกสาร เพื่อกำหนดกรอบแนวคิด
2. สร้างร่างแบบสอบถาม โดยสร้างข้อคำถาม (Item) ตามตัวแปรจากกรอบแนวคิด
3. นำร่างแบบสอบถามไปให้ผู้เชี่ยวชาญ จำนวน 3 ท่าน ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา และหาค่าดัชนีความสอดคล้องของแบบสอบถาม (Index of Item Objective Congruence: IOC) พบว่าข้อคำถามทุกข้อมีค่าระหว่าง 0.67-1 แสดงว่าข้อคำถามมีความสอดคล้องกับเนื้อหา สามารถนำไปใช้เก็บข้อมูลได้
4. นำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (try-out) กับนักศึกษาคณะนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำนวน 30 คน แล้วมาหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามด้วยการวิเคราะห์ค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha Coefficient) พบว่า มีค่าเท่ากับ 0.914
5. ทำการปรับปรุงแก้ไขให้สมบูรณ์ จัดพิมพ์เป็นแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูล

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการแจกแบบสอบถามให้นักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ให้ตอบแบบสอบถามด้วยตนเอง โดยผู้วิจัยคอยช่วยเหลือเพื่อชี้แจงและทำความเข้าใจกับผู้ตอบแบบสอบถาม
2. เก็บแบบสอบถามกลับคืนมา และดำเนินการตรวจสอบความสมบูรณ์ของแบบสอบถาม
3. นำข้อมูลจากแบบสอบถามที่มีความสมบูรณ์จำนวน 198 ฉบับ ไปวิเคราะห์โดยวิธีทางสถิติ

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้นำข้อมูลจากแบบสอบถามทั้งหมดมาวิเคราะห์ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ ผลการเรียน ที่พักอาศัยในปัจจุบัน อาชีพ ผู้ปกครอง และสถานภาพสมรสของผู้ปกครอง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าความถี่ และค่าร้อยละ
2. ข้อมูลระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษา 4 ด้าน ได้แก่ ด้านปัญญาสำหรับผู้นำ ด้านสัจจะสำหรับผู้นำ ด้านจาคะสำหรับผู้นำ ด้านอุทิศสำหรับผู้นำ และ วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
3. เปรียบเทียบวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้การทดสอบที และการวิเคราะห์ค่าแปรปรวนทางเดียว

3.6 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ผู้วิจัยดำเนินการศึกษาศึกษาจากเอกสาร ข้อมูล แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นกรอบแนวคิดในการวิจัย และการสร้างร่างแบบสอบถาม
2. ตรวจสอบและแก้ไขปรับปรุงแบบสอบถาม ทดสอบแบบสอบถาม ตรวจสอบคุณภาพของแบบสอบถาม และสร้างแบบสอบถามฉบับสมบูรณ์
3. นำแบบสอบถามไปเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาคณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี และเก็บคืนตรวจสอบความถูกต้อง

4. วิเคราะห์ข้อมูลโดยวิธีทางสถิติ และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ของการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา

4. ผลการวิจัย

การศึกษาวิจัยเรื่องภาวะผู้นำวิถีธรรมของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี มีผลการวิจัยดังนี้
ปัจจัยส่วนบุคคล

ผู้ตอบแบบสอบถาม ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง จำนวน 146 คน คิดเป็นร้อยละ 73.7 ผลการเรียนรู้อยู่ในช่วง 2.50 – 3.50 จำนวน 94 คน คิดเป็นร้อยละ 47.4 อยู่หอพักในขณะกำลังศึกษา จำนวน 111 คน คิดเป็นร้อยละ 56.1 ผู้ปกครองมีอาชีพเจ้าของกิจการ จำนวน 93 คน คิดเป็นร้อยละ 47.0 ผู้ปกครองมีสถานะภาพสมรสอยู่ด้วยกัน จำนวน 160 คน คิดเป็นร้อยละ 80.8

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี

วิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี	ระดับวิถีธรรม			
	μ	σ	แปลผล	ลำดับ
ด้านปัญญาสำหรับผู้นำ	3.58	0.390	มาก	4
ด้านสัจจะสำหรับผู้นำ	3.98	0.458	มาก	2
ด้านจาคะสำหรับผู้นำ	3.96	0.444	มาก	3
ด้านอุปสมะสำหรับผู้นำ	4.07	0.550	มาก	1
รวม	3.87	0.472	มาก	

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่านักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีมีด้านอุปสมะสำหรับผู้นำเป็นอันดับ 1 สำหรับอันดับ 2 เป็นด้านสัจจะสำหรับผู้นำ อันดับ 3 เป็นด้านจาคะสำหรับผู้นำ และด้านปัญญาสำหรับผู้นำ เป็นอันดับสุดท้าย

การเปรียบเทียบวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรีจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ตารางที่ 2 เปรียบเทียบระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

ปัจจัยส่วนบุคคล	t	F	Sig.	แปลผล
เพศ	1.381		0.172	ไม่แตกต่าง
ผลการเรียน		3.183	0.024*	แตกต่าง
ที่พักอาศัยในปัจจุบัน	1.520		0.137	ไม่แตกต่าง
อาชีพผู้ปกครอง		5.263	0.008*	แตกต่าง
สถานภาพสมรสของผู้ปกครอง		1.098	0.361	ไม่แตกต่าง

*ระดับนัยสำคัญที่ 0.05

จากตารางที่ 2 พบว่า ผลการเรียน อาชีพผู้ปกครอง ที่แตกต่างกัน จะมีระดับวิถีธรรมผู้นำแตกต่างกันในระดับนัยสำคัญที่ 0.05 ในขณะที่ เพศ ที่พักอาศัย สถานภาพของผู้ปกครอง ที่แตกต่างกันจะมีระดับวิถีธรรมผู้นำที่ไม่แตกต่างกัน

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

สำหรับการวิจัยครั้งนี้มีประเด็นที่น่าสนใจ ที่ผู้วิจัยนำมาอภิปราย ดังนี้

จากผลการศึกษาที่ระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี พบว่า ระดับวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษามหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับกับงานวิจัยของ พระทองเลี่ยม ธิรคุณ (แฝงจันดา) (2564) ที่พบว่า ภาวะผู้นำตามแนวพุทธศาสตร์ของผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์ โดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ คุณสมบัติของผู้นำที่นำหลักธรรมในพระพุทธศาสนา ไปใช้ในการประพฤติปฏิบัติและบริหารงาน และชักจูงผลักดันผู้ปฏิบัติตามให้ดำเนินงานไปสู่เป้าหมายได้ สร้างความพอใจในหมู่สมาชิก และเป็นไปตามความคาดหวังของสังคม โดยอาศัยหลักธรรมเป็นแนวปฏิบัติร่วมกับการตัดสินใจในการบริหารงาน

ปัญหาสำหรับผู้นำ อยู่ในระดับมาก อาจเนื่องจากนักศึกษาสามารถเข้าใจสิ่งต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจริงและรอบด้าน สามารถแลกเปลี่ยนความคิดเห็นและยกตัวอย่างของสถานการณ์ที่เกิดขึ้น พร้อมทั้งมีการวิเคราะห์เกิดการแลกเปลี่ยนทางความคิด มีการถกเถียงประเด็นต่าง ๆ เกิดความร่วมมือและบรรยากาศให้ทุกคนได้แลกเปลี่ยนทัศนคติร่วมกัน สอดคล้องกับ พระมหาณัฐพล ปณฺญาพโล (สีมพันธ์) (2565) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงพุทธของผู้บริหารสถานศึกษาด้านมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ โดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือ ผู้บริหารมีความรู้ความสามารถอย่างโดดเด่นในด้านที่ตนเองได้ศึกษามา มีทักษะและประสบการณ์ในการปฏิบัติงาน มีความรู้และเทคนิคในงานที่ทำงานได้รับการยอมรับจากผู้ร่วมงาน มีความโดดเด่นด้านสติปัญญาและมีวิจารณ์ญาณที่ดีในการปฏิบัติงาน มีหลักธรรม คือมีความเชี่ยวชาญเฉพาะ มีกำลังปัญญา มีวิมังสา ความหมั่นตรึงตรอง และแถลงเรื่องลึกล้ำได้ชัดเจน

สัจจะสำหรับผู้นำ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้เนื่องจากนักศึกษามีการรักษาคำพูดที่ได้พูดออกไป พูดในแง่บวกเสมอ มีความซื่อสัตย์ เพราะมีการตระหนักว่าการรักษาคำพูด พูดแล้วต้องทำให้ได้ไม่มันหาว่าร้าย มี

ความซื่อสัตย์สุจริต จะทำให้เพื่อนศรัทธาและยอมรับในตนเอง สอดคล้องกับ พระจักรกฤษ ฐมจกเมธี (โรจนกร) (2566) ที่ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบสนับสนุน(สัจจะ) โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ ท่านจัดสภาพแวดล้อมของที่ทำงานเป็นที่น่าพอใจของผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นในเขตอำเภอศีขรภูมิด้วยจริงใจ รองลงมา ท่านเอาใจใส่ในสวัสดิการความเป็นอยู่ของผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นด้วยความจริงใจและข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสนับสนุนให้บุคลากรท้องถิ่นมีความก้าวหน้าในตำแหน่งหน้าที่ตามคำแนะนำ

จากสำหรับผู้นำ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษามีการทำกิจกรรมร่วมกันทำให้เกิดการเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่กันในทุกขณะ มีการเสียสละส่วนตนเพื่อประโยชน์ส่วนรวม การไม่เห็นแก่ตัว ไม่เห็นแก่ได้ จะทำให้การทำกิจกรรมต่าง ๆ สำเร็จลุล่วงไปได้ด้วยดี สอดคล้องกับ พระมหาณัฐพล ปณฺญาพล (สีมพันธ์) (2565) ที่พบว่า ภาวะผู้นำเชิงพุทธของผู้บริหารสถานศึกษาด้านมีความเสียสละ โดยรวมอยู่ในระดับมาก กล่าวคือผู้บริหารให้ความช่วยเหลือเมื่อเห็นผู้อื่นได้รับความเดือดร้อน โดยการสละกำลังกาย กำลังทรัพย์ เวลา หรือความสุขส่วนตัว มีการเผื่อแผ่แบ่งปันด้วยใจที่ประกอบด้วยความเมตตา มีความปรารถนาดีมีน้ำใจต่อผู้อื่น ไม่เอาเปรียบผู้อื่นเพราะเห็นแก่ประโยชน์ส่วนตน มีการเผื่อแผ่เกื้อกูลอันเป็นประโยชน์แก่ผู้อื่นเพื่อเป็นการลดอัตตาของตนเอง มีหลักธรรมคือมีการให้ทาน มีการเสียสละ มีจาคะ และมีกำลังแห่งการสงเคราะห์

อุปสมะสำหรับผู้นำ อยู่ในระดับมาก ทั้งนี้อาจเนื่องจากนักศึกษาเข้าใจถึงการทำงานร่วมกัน เช่นงานกลุ่ม กิจกรรมต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย ซึ่งย่อมมีความขัดแย้งกันเกิดขึ้นได้ การอดทนอดกลั้นอารมณ์ ยอมรับฟังความคิดเห็นของคนรอบข้าง ทำให้เกิดการตกลงความคิดโดยไม่มีความขัดแย้งจะทำให้งานสำเร็จเป็นที่น่าพอใจของทุกคน สอดคล้องกับ พระจักรกฤษ ฐมจกเมธี (โรจนกร) (2566) ที่ผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำแบบมีส่วนร่วม (อุปสมะ) โดยรวมอยู่ในระดับมากเมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงจากข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงไปต่ำ ได้แก่ ท่านรับฟังความคิดเห็นของผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นเพื่อปรับปรุงงานเสมอด้วยใจสงบ รองลงมา ท่านให้ความสำคัญอิสระในการปฏิบัติงานของผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นด้วยใจนึ่งสังเกต, ท่านแสดงให้ผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นในเขตอำเภอศีขรภูมิ รู้สึกเสมอว่าทุกคนมีความสำคัญในการปฏิบัติงานให้เกิดผลสำเร็จตามเป้าหมายจากใจจริง, ผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นร่วมจัดความขัดแย้งในองค์กรได้โดยไม่คิดอคติ และข้อที่มีค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ท่านสนับสนุนให้ผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นมีส่วนร่วมในการแก้ปัญหาที่เกิดจากการปฏิบัติงานด้วยใจจริง

ดังนั้นเมื่อนักศึกษามีวิถีธรรมผู้นำแล้ว สามารถทำให้การเรียนและการใช้ชีวิตดีขึ้นมีกระบวนการคิดวิเคราะห์ แยกแยะ อย่างเป็นระบบ รู้ถึงความดี ความชั่ว มีวิจารณ์ญาณสามารถแก้ไขปัญหาและอุปสรรค รู้จักเสียสละ มีความเอื้อเฟื้อเผื่อแผ่ เป็นคนมีน้ำใจ ใฝ่รู้อริสวาท คิดก่อนพูด รู้จักการอดทนอดกลั้นต่อสิ่งที่ไม่พึงพอใจ ไม่ทำผิดทั้งทางกายและวาจา มีความประพฤติเรียบร้อย มีความซื่อสัตย์สุจริต มีวินัยในตนเอง มีริยา มารยาทเข้าได้กับคนอื่น และเป็นที่รักของผู้คนที่พบเห็น สำหรับข้อจำกัดของการวิจัยในครั้งนี้คือ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างซึ่งใช้นักศึกษาเฉพาะคณะรัฐศาสตร์ ทำให้ผลการศึกษามองไม่เห็นภาพรวมทั้งมหาวิทยาลัยเนื่องจากช่วงระยะเวลาที่จะทำการแจกแบบสอบถามตรงกับนักศึกษาสอบกลางเทอม

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการศึกษาสรุปได้ว่าหลักอริชฐานธรรม 4 ประการคือ ปัญญา สัจจะ จาคะ และอุปสมะ สามารถทำให้นักศึกษามีวิถีธรรมผู้นำได้นั้น ควรดำเนินการ ดังนี้

1. อาจารย์ผู้สอน ควรมีการสอดแทรกในบทเรียนเกี่ยวกับหลักอริชฐานธรรม 4 ประการ ในการเรียนการสอน เพื่อให้นักศึกษานำไปปฏิบัติ
2. ผู้บริหารมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ควรมีการชมเชย ยกย่อง ประกาศเกียรติคุณ ให้กับนักศึกษาที่มีวิถีธรรมผู้นำ ประพฤติตนอยู่ในศีลธรรม มีคุณธรรม จริยธรรม เพื่อเป็นแบบอย่างให้กับนักศึกษาท่านอื่น

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรทำการศึกษาโดยใช้นักศึกษาทั้งหมดของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี เป็นประชากรในการศึกษาเพื่อให้ได้ข้อมูลครบถ้วนครอบคลุม
2. ควรทำวิจัยเกี่ยวกับปัจจัยที่มีผลกระทบต่อการพัฒนาวิถีธรรมผู้นำ ทั้งจากตัวนักศึกษา ผู้ปกครอง อาจารย์ และผู้บริหารมหาวิทยาลัย เพื่อนำมาปรับปรุงแก้ไข ส่งเสริมพัฒนาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษา
3. ควรศึกษาการประยุกต์ใช้หลักธรรมอื่น ๆ ในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมให้กับนักศึกษา เพื่อพัฒนาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กฤษณ์กรวิชญ์ จันทพันธ์สกุล. (2558). พฤติกรรมเชิงจริยธรรมการใช้สื่อสังคมออนไลน์ของนักศึกษาคณะ นิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ. สารนิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการโฆษณา และการประชาสัมพันธ์ คณะนิเทศศาสตร์ มหาวิทยาลัยนอร์ทกรุงเทพ.
- จิรัตติกาล สุขสิงห์. (2566). ผู้นำในธรรม. วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการบริหารศน์. 6(1), 1-10.
- ทัชชกร แสงทองดี. (2563). รูปแบบการสร้างภาวะผู้นำตามหลักพุทธธรรมในโรงเรียนนายร้อยตำรวจ. วารสารวิจัยวิชาการ, 3(3), 35-46.
- พระครูปริยัติคุณาวุธ. (2565). บทบาทของพระครูปริยัติสุทธิวงศ์กับการสร้างชุมชนคุณธรรมต้นแบบวิถีพุทธ ในจังหวัดสุรินทร์. วารสารพุทธมคค์ ศูนย์วิจัยธรรมศึกษา สำนักเรียนวัดอาวุธวิกสิตาราม, 7(2), 36-50.
- พระครูสมุห์สมชาย สิริสมปนโน. (2560). หลักอริชฐานธรรม 4 : การส่งเสริมความสามัคคีในสังคมไทย. วารสารปัญญาปณิธาน, 2(2), 1-17.
- พระจักรกฤษ ธรรมจกเมธี (โรจนกร). (2566). ภาวะผู้นำในการพัฒนาท้องถิ่นตามหลักอริชฐานธรรม 4 ของ ผู้บริหารและบุคลากรท้องถิ่นในเขตอำเภอศีขรภูมิ จังหวัดสุรินทร์. วารสารเสฏฐวิทย์ปริทัศน์, 3(3), 71-78.
- พระทองเลี่ยม ธิรคุณ (แฝงจันดา). (2564). ภาวะผู้นำตามแนวพุทธศาสตร์ของผู้บริหารโรงเรียนพระปริยัติ ธรรม แผนกสามัญศึกษา จังหวัดกาฬสินธุ์. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการ บริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาจุฬาราชวิทยาลัย.

- พระพรหมคุณาภรณ์ (ป.อ. ปยุตฺโต). (2559). **พจนานุกรมพุทธศาสน์ ฉบับประมวลศัพท์ (ชำระ-เพิ่มเติม ช่วงที่ 1)**. (พิมพ์ครั้งที่ 27). กรุงเทพมหานคร : โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.
- พระมหาณัฐพล ปญญาโณ (สีมพันธ์). (2565). **ภาวะผู้นำเชิงพุทธของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักเขตการศึกษา พระปริยัติธรรม แผนกสามัญศึกษา เขต 7**. สารนิพนธ์ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พระราชวรมนี (ประยุทธ์ ปยุตฺโต). (2563) **จริยธรรมสำหรับคนรุ่นใหม่**. กรุงเทพมหานคร : มูลนิธิโกมลคีมทอง.
- ภักขวิชร์ สุขเสน. (2561). **อธิษฐานธรรม : หลักความมั่นคงของมนุษย์**. **วารสารวณิฏองแหงพุทธศาสตรปริทรรศน์**, 5(1), 79-85.
- ภูริส ภูมิประเทศ และตรีฎา สุขเกษม. (2562). **ภาวะผู้นำของผู้ศึกษามหาวิทยาลัยราชภัฏสวรินทร์**. **มนุษยสังคมสาร**, 17(2), 121-139.
- มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. (ม.ป.ป.). **ปรัชญา ปณิธาน วิสัยทัศน์ พันธกิจ จุดมุ่งหมาย อัตลักษณ์ และเอกลักษณ์ ของมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก https://bkkthon.ac.th/home/th/about_university/about-5
- สุรวุฒ ณ ระนอง. (2565). **การประยุกต์หลักพุทธธรรมเพื่อพัฒนาภาวะผู้นำการเปลี่ยนแปลงในการบริหารองค์กร**. **วารสารสหวิทยาการนวัตกรรมการปริทรรศน์**, 6(1), 189-198.
- สำนักทะเบียนและบริการการศึกษา. (2567). **จำนวนนักศึกษาปีการศึกษา 2567**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 20 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://register.bkkthon.ac.th/registrar/home.asp?lang=2>
- อภิรมย์ สีดาคำ ประเสริฐ ปอนถิ่น และนพดณ ปัญญาวิรัต. (2564). **ภาวะผู้นำเชิงพุทธในยุค New Normal**. **วารสารธรรมวิษญ์**, 3(1), 410-423.

การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาโดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล
กรณีศึกษา นักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ
มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
Analysis on Factors Affecting Student Termination Using Data Mining
Techniques A Case of Undergraduate Students,
Faculty of Business Administration,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi

ชาลี จิตรีผ่อง¹ และ สลิตตา สาริบุตร^{2*}
(Chalee Jittreephong¹ and Salitta Saributr^{2*})

¹⁻²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี กรุงเทพมหานคร
¹⁻²Faculty of Business Administration,
Rajamangala University of Technology Thanyaburi, Bangkok, Thailand
*Corresponding author E-mail: salitta_s@rmutt.ac.th

Article history

Received 26 February 2025 Revised 28 April 2025
Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 5.44 %

บทคัดย่อ

การพัฒนาของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษาเป็นประเด็นสำคัญที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิภาพการบริหารจัดการของสถาบันการศึกษาและคุณภาพของบัณฑิต งานวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี และเพื่อพัฒนาแบบจำลองพยากรณ์ความเสี่ยงโดยประยุกต์ใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้เป็นข้อมูลทุติยภูมิของนักศึกษา 5,034 คน ที่เข้าศึกษาระหว่างปีการศึกษา 2562-2565 การวิเคราะห์ดำเนินการตามกระบวนการ KDD (Knowledge Discovery in Databases) ประกอบด้วย การทำความสะอาดข้อมูล การแปลงข้อมูล และการวิเคราะห์ด้วยอัลกอริทึม FP-Growth เพื่อหาความสัมพันธ์ ร่วมกับการจำแนกประเภทโดยใช้อัลกอริทึม Decision Tree, Naïve Bayes และ k-Nearest Neighbors (KNN) พร้อมประเมินประสิทธิภาพด้วยค่า Accuracy, Precision, Recall, F1-Score และ AUC

ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลอง Naïve Bayes มีค่า AUC สูงสุดที่ 1.000 แสดงถึงความสามารถในการจำแนกนักศึกษาที่มีความเสี่ยงได้อย่างแม่นยำ ส่วนแบบจำลอง Decision Tree มีค่า Accuracy สูงสุดที่ร้อยละ 97.45 และมีข้อได้เปรียบด้านการตีความง่ายและนำไปใช้จริง สำหรับปัจจัยสำคัญที่สัมพันธ์กับการพัฒนา ได้แก่ เกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.00 เกรดต่ำในรายวิชาหลัก การลงทะเบียนเรียนซ้ำ และผลการเรียนในชั้นปีที่ 1 ซึ่งสามารถนำไปใช้พัฒนาระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

คำสำคัญ: การพัฒนาของนักศึกษา เหมืองข้อมูล ระบบแจ้งเตือนล่วงหน้า ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษา

ABSTRACT

Student attrition in higher education is an important issue that affects the efficiency of university management and the quality of graduates. This research aimed to analyze the factors that influence student attrition among undergraduate students at the Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi, and to develop a risk prediction model using data mining techniques.

The study used secondary data from 5,034 students who enrolled between the academic years 2019 and 2022. The analysis followed the Knowledge Discovery in Databases (KDD) process, which included data cleaning, data transformation, and the FP-Growth algorithm to find association rules. Classification models were created using Decision Tree, Naïve Bayes, and k-Nearest Neighbors (KNN), and their performance was evaluated using Accuracy, Precision, Recall, F1-Score, and AUC.

The results showed that the Naïve Bayes model achieved the highest AUC value at 1.000, showing a strong ability to identify students at risk. The Decision Tree model gave the highest accuracy at 97.45% and had the advantage of being easy to interpret and apply. The important factors related to student attrition were GPA lower than 2.00, low grades in core courses, repeated course enrollment, and poor academic performance in the first year. These findings can be applied to improve early warning systems and proactive student advising effectively.

Keywords: Student Attrition, Data Mining, Early Warning System, Academic Performance

1. บทนำ

สถาบันอุดมศึกษาเป็นเสมือนชุมพลังในการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพ เพื่อตอบสนองต่อความต้องการของสังคมและภาคอุตสาหกรรม โดยทำหน้าที่เป็นศูนย์กลางในการถ่ายทอดองค์ความรู้ พัฒนาทักษะ และปลูกฝังคุณลักษณะสำคัญที่จำเป็นต่อการประกอบอาชีพและการดำรงชีวิตในยุคที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว นอกจากนี้สถาบันอุดมศึกษายังมีบทบาทสำคัญในการสร้างนวัตกรรมและงานวิจัยที่ส่งเสริมความก้าวหน้าทางเศรษฐกิจและสังคม อันเป็นรากฐานสำคัญของการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน (สุกัญญา ทารส และทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน, 2563) ซึ่งมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เป็นหนึ่งในสถาบันอุดมศึกษาที่มุ่งเน้นการพัฒนากำลังคนทางด้านบริหารธุรกิจที่มีทักษะความชำนาญในด้านวิชาชีพในระดับสากล เพื่อให้ได้ทุนมนุษย์ที่มีมูลค่าเพิ่มให้กับประเทศชาติ โดยมีพันธกิจหลัก 4 ด้าน ได้แก่ การจัดการเรียนการสอน การวิจัย การให้บริการทางวิชาการแก่สังคม และการทำนุบำรุงศิลปและวัฒนธรรม (มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2564) นอกจากนี้ ยังมีการกำหนดตัวบ่งชี้ในการประเมินคุณภาพของการศึกษา ซึ่งหนึ่งในเกณฑ์ที่สำคัญคือจำนวนนักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาตามระยะเวลาที่หลักสูตรกำหนดไว้ไม่เกินร้อยละ 80 จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด โดยข้อมูลย้อนหลังในช่วงปีการศึกษา 2562-2565 พบว่า นักศึกษาจำนวนทั้งหมด 5,034 คน สถานะการเป็นนักศึกษา “กำลังศึกษา” จำนวน 4,559 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 90.56 ในขณะที่สถานะการเป็นนักศึกษา “พ้นสภาพการเป็นนักศึกษา” จำนวน 475 คน หรือคิดเป็นร้อยละ 9.44 (ระบบบริการการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, 2565) ถึงแม้ว่าตัวเลขดังกล่าวจะแสดงถึงคุณภาพของการศึกษาที่ยังคงอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่ปัญหาการพ้นสภาพของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษายังเป็นประเด็นสำคัญที่อาจบั่นทอนศักยภาพบัณฑิตและความยั่งยืนของระบบการศึกษา ดังนั้นมหาวิทยาลัยยังคงมุ่งมั่นที่จะแก้ไขปัญหา เพื่อลดการเสียโอกาสทางการศึกษา และความสูญเปล่าของการลงทุนในการเข้ารับการศึกษา ยิ่งไปกว่านั้นคือการได้ผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญให้แก่ประเทศชาติ

ในขณะเดียวกัน ยุคปัจจุบันข้อมูลกลายเป็นทรัพยากรอันล้ำค่าของทุกภาคส่วน รวมไปถึงสถาบันทางการศึกษาที่ไม่อาจละเลยศักยภาพของข้อมูลขนาดใหญ่ (Big Data) เพื่อการขับเคลื่อนคุณภาพการศึกษา (Williamson, 2017) นำไปสู่หนึ่งในความท้าทายที่สำคัญของการรักษาอัตราการคงอยู่ของนักศึกษา (Student Retention) และลดอัตราการออกกลางคัน (Dropout Rate) ซึ่งเป็นปัญหาที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพการศึกษาของมหาวิทยาลัยและอนาคตของนักศึกษา ซึ่งการทำเหมืองข้อมูล (Data Mining) เป็นหนึ่งในเครื่องมือที่ทรงพลังในการวิเคราะห์พฤติกรรมของนักศึกษา และยังสามารถคาดการณ์ได้ว่า นักศึกษาคนใดมีแนวโน้มที่จะประสบความสำเร็จหรือเผชิญกับความท้าทายในเส้นทางการศึกษา (Dutt et al., 2017) เมื่อพิจารณาในแง่มุมมองของช่องว่างการวิจัยจะพบว่า มีงานวิจัยจำนวนหนึ่งที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพ้นสภาพของนักศึกษาในประเทศไทย แต่การใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลในการวิเคราะห์จากฐานข้อมูล Thai Journals Online (ThaiJO) มีเพียง 5 รายการเท่านั้น เช่นงานวิจัยของ จิระนันต์ เจริญรัตน์ (2559) ที่พบว่า ปัจจัยที่สำคัญต่อการพ้นสภาพของนักศึกษา ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม อาชีพของผู้ปกครอง และสาขาวิชาที่เรียน ในขณะที่งานวิจัยของ ขอและ เกป็น และคณะ (2561) พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพ้นสภาพของนักศึกษา ได้แก่ ผลการเรียนในรายวิชา และผลการเรียนเฉลี่ย แสดงให้เห็นว่า การใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลเพื่อวิเคราะห์ข้อมูลภายในของแต่ละสถาบันหรือเฉพาะคณะยังคงมีอยู่อย่างจำกัด โดยเฉพาะอย่างยิ่งในบริบทของคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งยังไม่มีการศึกษาที่ครอบคลุม

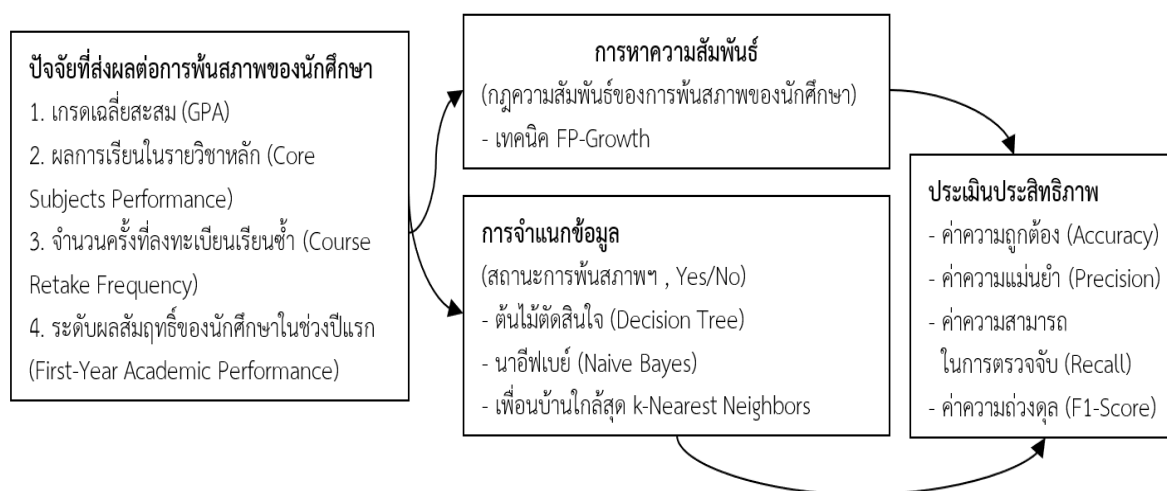
ดังนั้นงานวิจัยนี้จึงมุ่งเน้นการนำเทคนิคเหมืองข้อมูลมาเพื่อพยากรณ์อนาคตของนักศึกษา ผ่านแบบจำลองเชิงคาดการณ์ที่สามารถให้คำตอบแก่ผู้บริหารและอาจารย์ในการพัฒนาแนวทางสนับสนุนนักศึกษา

ที่มีความเสี่ยงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ โดยเทคนิคที่นำมาศึกษาในครั้งนี้ประกอบด้วย ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) นาอิวเบย์ (Naïve Bayes) และ k-Nearest Neighbors (KNN) ซึ่งเป็นเทคนิคที่ได้รับการยอมรับอย่างแพร่หลายในวงการวิทยาศาสตร์ข้อมูล การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของเทคนิคเหล่านี้จะช่วยให้สามารถระบุวิธีที่เหมาะสมที่สุดในการพยากรณ์สถานะภาพของนักศึกษา อันจะนำไปสู่การปรับปรุงระบบการศึกษา และการพัฒนามาตรการป้องกันการออกกลางคันที่มีประสิทธิภาพมากขึ้น ว่าอะไรคือปัจจัยสาเหตุที่ทำให้นักศึกษาออกกลางคัน เช่น เกรดเฉลี่ยต่ำ การลงทะเบียนเรียนล่าช้า หรือพฤติกรรมบางอย่างที่ยังซ่อนเร้น ซึ่งงานวิจัยนี้จะสามารถเปิดเผยความลับของข้อมูลเพื่อค้นหาภัยแล้งสำคัญที่ช่วยให้มหาวิทยาลัยสามารถรักษานักศึกษาไว้ในระบบได้อย่างมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาโดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล และพัฒนาโมเดลการทำนายความเสี่ยงในการพัฒนา
2. เพื่อเสนอแนวทางในการลดอัตราการพัฒนาของนักศึกษา และพัฒนาระบบสนับสนุนการเรียนการสอนให้มีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

กรอบกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล



แผนภาพที่ 1 กรอบกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล

แผนภาพนี้แสดงกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัย โดยเริ่มจากการระบุปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของนักศึกษา ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม ผลการเรียนรู้ในรายวิชาหลัก จำนวนครั้งที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำ และผลสัมฤทธิ์ในช่วงปีแรก จากนั้นนำข้อมูลที่ได้มาผ่านการทำความสะอาดและแปลงให้อยู่ในรูปแบบที่เหมาะสมไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล ประกอบด้วย การหาความสัมพันธ์ด้วยอัลกอริทึม FP-Growth และการจำแนกประเภทด้วยอัลกอริทึม Decision Tree, Naïve Bayes และ k-Nearest Neighbors โดยผลที่ได้จากกระบวนการนี้จะนำไปสู่การพัฒนาแบบจำลองเชิงพยากรณ์และแนวทางปฏิบัติสำหรับการป้องกันการพัฒนาของนักศึกษา

2. การทบทวนวรรณกรรม

2.1. แนวคิดเกี่ยวกับปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษา

งานวิจัยในอดีตจำนวนมากได้วิเคราะห์ถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษา โดยพบว่าปัจจัยหลักมักเกี่ยวข้องกับเกรดเฉลี่ยสะสม (GPA) ผลการเรียนรู้ในรายวิชาหลัก (Core Subjects Performance) จำนวนครั้งที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำ (Course Retake Frequency) และผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในช่วงปีแรก (First-Year Academic Performance) ซึ่งเป็นตัวบ่งชี้ที่สำคัญต่อความสำเร็จทางการศึกษา ซึ่งงานวิจัยของ Tinto (2012) และ Pascarella and Terenzini (2005) พบว่า เกรดเฉลี่ยสะสมต่ำมีความสัมพันธ์กับโอกาสพัฒนาที่สูงขึ้น เนื่องจากสะท้อนถึงปัญหาทางวิชาการและแรงจูงใจที่ลดลง ในขณะที่ Kuh et al. (2008) พบว่า นักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำในรายวิชาหลัก เช่น คณิตศาสตร์ และวิทยาศาสตร์ มีแนวโน้มลาออกสูงขึ้น เนื่องจากทักษะพื้นฐานที่จำเป็นไม่เพียงพอ เช่นเดียวกันกับ Astin (1999) ซึ่งชี้ให้เห็นว่าผลการเรียนในรายวิชาหลักเป็นตัวบ่งชี้ถึงความพร้อมในการศึกษาในระดับอุดมศึกษา นอกจากนี้ การลงทะเบียนเรียนซ้ำหลายครั้งยังยิ่งเพิ่มความเสี่ยงต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษา เนื่องจากภาระค่าใช้จ่ายที่เพิ่มขึ้นและความล่าช้าในการสำเร็จการศึกษา (Robbins et al., 2004) โดย Bean and Eaton (2000) ยังกล่าวว่า การเรียนซ้ำมีผลกระทบทางจิตใจ ทำให้นักศึกษารู้สึกหมดกำลังใจและตัดสินใจลาออกก่อนจบการศึกษา

ยิ่งไปกว่านั้น ผลสัมฤทธิ์ในช่วงปีแรกของนักศึกษายังเป็นอีกหนึ่งตัวแปรที่สำคัญ เนื่องจากนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำในปีแรกมีแนวโน้มสูงที่จะลาออกก่อนจบหลักสูตร (Yorke & Longden, 2004; Tinto, 2017) ซึ่งมีความสอดคล้องกับการศึกษาในประเทศไทยอย่าง ขวัญจิตร สงวนโรจน์ และภักศุภาส์ จิตโกศลวนิชย์ (2564) ที่พบว่า ปัจจัยด้านผลการเรียน ความรู้พื้นฐาน และการสนับสนุนจากครอบครัวเป็นตัวแปรสำคัญที่ส่งผลต่อนักศึกษาที่ออกกลางคัน นอกจากนี้ งานวิจัยของ จิระนันต์ เจริญรัตน์ (2559) ที่ใช้การจำแนกประเภทด้วย ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) พบว่านักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสูงกว่า 3.50 มักได้รับอิทธิพลจากวุฒิการศึกษาเดิม ขณะที่นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยต่ำกว่า 2.50 มีแนวโน้มพัฒนาสภาพเนื่องจากปัญหาทางเศรษฐกิจและสภาพครอบครัว จากการทบทวนวรรณกรรมจึงสรุปได้ว่า เกรดเฉลี่ยสะสมต่ำ ผลการเรียนรู้ในรายวิชาหลักที่ไม่ดี การลงทะเบียนเรียนซ้ำหลายครั้ง และผลสัมฤทธิ์ในช่วงปีแรกที่ต่ำ ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่เพิ่มโอกาสในการพัฒนาสภาพของนักศึกษา เนื่องจากสะท้อนถึงปัญหาทางวิชาการ แรงจูงใจที่ลดลง และภาระทางเศรษฐกิจที่ส่งผลต่อความสามารถในการสำเร็จการศึกษา

2.2. เทคนิคเหมืองข้อมูลในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษา

เหมืองข้อมูล (Data Mining) เป็นเครื่องมือสำคัญในการวิเคราะห์ข้อมูลขนาดใหญ่และค้นหารูปแบบที่ซ่อนอยู่ในพฤติกรรมของนักศึกษา งานวิจัยหลายฉบับนำเทคนิคเหมืองข้อมูลมาใช้ในการระบุปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษา สุรวุฒิ ศรีเปารยะ และสายชล สันสมบุรณ์ทอง (2560) แบ่งเทคนิคเหมืองข้อมูลออกเป็นสองประเภทหลัก ได้แก่ (1) เทคนิคพยากรณ์ (Predictive Modeling) เช่น การจำแนกประเภท (Classification) และการถดถอย (Regression), และ (2) เทคนิคพรรณนา (Descriptive Modeling) เช่น การหาความสัมพันธ์ (Association Rule Mining) และการจัดกลุ่ม (Clustering)

ในแง่ของการจำแนกประเภท ชนิดาภา บุญประสม และจรัญ แสนราช (2561) ใช้เทคนิค Decision Tree, Naïve Bayes และ K-Nearest Neighbors (KNN) เพื่อทำนายการพัฒนาสภาพของนักศึกษา พบว่าการกู้ยืมเพื่อการศึกษา สาขาวิชา และอาชีพของบิดามารดาเป็นตัวแปรสำคัญ ขณะที่ ขอและ เกป็น และคณะ (2561) ศึกษาการพัฒนาสภาพของนักศึกษาในสาขาวิทยาการคอมพิวเตอร์โดยใช้ Neural Network และ

Support Vector Machine (SVM) และพบว่าผลการเรียนในวิชาพื้นฐาน เช่น คณิตศาสตร์และโปรแกรมมิ่งเป็นตัวแปรหลักที่มีอิทธิพล

นอกจากนี้ ยังมีการหาความสัมพันธ์โดยนำอัลกอริทึม Apriori และ FP-Growth มาใช้ค้นหาความสัมพันธ์ของรายวิชาที่มีผลต่อการพัฒนาของนักศึกษา พบว่ารายวิชาพื้นฐานวิชาชีพมีผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาในระดับที่มีนัยสำคัญ (บุษราภรณ์ มหัทธชัย และคณะ, 2559) อีกทั้ง ปฏิพัทธ์ ปุณยานนท์ และวงศ ศรีอุไร (2561) พบว่าเกรดในรายวิชาศึกษาทั่วไปมีความสัมพันธ์กับโอกาสการออกกลางคัน ซึ่งบ่งชี้ว่านักศึกษาที่มีผลการเรียนต่ำในวิชาพื้นฐานมีแนวโน้มพัฒนาสูงกว่า

2.3. งานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาของนักศึกษาในระดับมหาวิทยาลัยสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของปัจจัยหลายด้าน เช่น นนทวัฒน์ ทวีชาติ และคณะ (2562) ได้ทำการวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาโดยใช้ Decision Tree และพบว่า การกวดขันเพื่อการศึกษาและเกรดเฉลี่ยจากโรงเรียนมัธยมมีผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาอย่างมีนัยสำคัญ สิริยา โมลิกะ (2562) ได้ศึกษาความสัมพันธ์ของรายวิชาในสาขาวิชาบัญชีโดยใช้ Apriori Algorithm และพบว่ารายวิชาพื้นฐานทางการเงินเป็นตัวแปรสำคัญที่มีผลต่อความสำเร็จของนักศึกษา อัจจิมา ปุณสุวรรณ และฐิมาพร เพชรแก้ว (2564) ได้ใช้เทคนิค Association Rule Mining ในการวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาคณะนิติศาสตร์ พบว่า ภูมิหลังการศึกษาเป็นปัจจัยหลัก ที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษา ขณะที่ เอกวิชัย เมย์โรสง และคณะ (2565) ศึกษาการพยากรณ์ผลการเรียนของนักศึกษาโดยใช้ Neural Network, Decision Tree และ KNN และพบว่า Neural Network ให้ค่าความถูกต้องสูงสุดในการพยากรณ์แนวโน้มการพัฒนา

โดยจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องทั้งหมดเหล่านี้ชี้ให้เห็นว่า เกรดเฉลี่ยสะสม ผลการเรียนในรายวิชาหลัก จำนวนครั้งที่ลงทะเบียนเรียนซ้ำ และผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในช่วงปีแรก ล้วนเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษา โดยการนำเทคนิคเหมืองข้อมูล เช่น Decision Tree, Naïve Bayes, KNN และ Association Rule Mining เหมาะสมสำหรับการใช้ในการพยากรณ์และวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของข้อมูล ซึ่งงานวิจัยนี้จะนำ อัลกอริทึม FP-Growth มาใช้ในการค้นหาความสัมพันธ์ของรายวิชา และสร้างตัวแบบจำแนกประเภทด้วย Decision Tree, Naïve Bayes และ KNN เพื่อนำไปใช้ในการพยากรณ์และพัฒนากลยุทธ์ในการลดอัตราการพัฒนาของนักศึกษาในอนาคต

แม้ว่าจะมีงานวิจัยจำนวนมากที่ศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษา โดยเฉพาะในระดับมหาวิทยาลัยหรือระดับสาขาวิชา แต่ยังไม่พบ งานวิจัยที่มุ่งวิเคราะห์ข้อมูลเชิงลึกในระดับคณะ โดยเฉพาะในบริบทของคณะบริหารธุรกิจ ซึ่งมีลักษณะเฉพาะทั้งในด้านหลักสูตร การบริหารจัดการ และกลุ่มผู้เรียน ยังมีอยู่อย่างจำกัด นอกจากนี้ งานวิจัยที่มีการใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลในการสร้างแบบจำลองพยากรณ์ความเสี่ยงส่วนใหญ่มักเน้นการใช้เทคนิคขั้นสูง เช่น Neural Network หรือ Support Vector Machine ซึ่งแม้จะให้ค่าความแม่นยำสูง แต่มีข้อจำกัดด้านการตีความและการนำไปใช้จริงในระดับผู้บริหารหรืออาจารย์ที่ปรึกษา เนื่องจากโครงสร้างของโมเดลที่ซับซ้อนและไม่สามารถอธิบายได้อย่างตรงไปตรงมา อีกประเด็นที่ยังขาดการศึกษาอย่างชัดเจน คือ การประยุกต์ใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลในลักษณะที่ตีความง่าย (interpretable models) เช่น การใช้ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) หรือการหาความสัมพันธ์ (Association Rules) ร่วมกับฐานข้อมูลนักศึกษาในระดับหลักสูตร เพื่อพัฒนาเครื่องมือที่สามารถนำไปใช้ในการเฝ้าระวัง ติดตาม และให้คำปรึกษานักศึกษาที่มีความเสี่ยงได้อย่างเป็นระบบ ดังนั้น งานวิจัยฉบับนี้จึงมุ่งเน้นการเติมเต็มช่องว่างดังกล่าว โดย

วิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษาในระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูลที่เน้นความสามารถในการตีความ และออกแบบโมเดลที่เหมาะสมกับการนำไปประยุกต์ใช้จริงในเชิงบริหารและการให้คำปรึกษาเชิงรุกภายในคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีอย่างเป็นรูปธรรม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

งานวิจัยนี้มีเป้าหมายในการสร้างแบบจำลองเชิงพยากรณ์เพื่อคาดการณ์โอกาสที่นักศึกษาจะสามารถศึกษาต่อจนสำเร็จการศึกษาหรือมีแนวโน้มออกกลางคัน โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล (Data Mining) ซึ่งเป็นเครื่องมืออันทรงพลังในการวิเคราะห์และสกัดความรู้จากข้อมูลเชิงซ้อน การศึกษานี้ครอบคลุมนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีที่ลงทะเบียนเรียนใน ปีการศึกษา 2562-2565 และดำเนินการผ่านกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นระบบ เพื่อให้ได้แบบจำลองที่มีประสิทธิภาพสูงสุด

3.1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรและกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ข้อมูลของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ที่เข้าศึกษาระหว่างปี 2562 - 2565 จำนวน 5,034 คน

3.2. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ข้อมูลที่ใช้ในงานวิจัยนี้เป็น ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ที่ได้จากระบบบริการการศึกษา มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี ซึ่งผ่านกระบวนการทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) เพื่อลบค่าผิดพลาด (Erroneous Data) และกำจัดค่าที่ขาดหายไป (Missing Values) ก่อนนำเข้าสู่กระบวนการแปลงข้อมูล (Data Transformation) ให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ ซึ่งประกอบไปด้วยข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับพฤติกรรมการณ์เรียนของนักศึกษา โดยเน้นไปที่ตัวแปรสำคัญที่สามารถนำมาใช้เป็น ตัวชี้วัดความสำเร็จหรือความเสี่ยงในการออกกลางคัน ตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือก ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม เป็นปัจจัยหลักที่บ่งชี้ถึงความสามารถทางการเรียนของนักศึกษา ผลการเรียนรายวิชา โดยเน้นรายวิชาหลักที่มีความสำคัญต่อหลักสูตร จำนวนหน่วยกิตที่ลงทะเบียนในแต่ละภาคการศึกษา แสดงให้เห็นถึงภาระการเรียนของนักศึกษา สถิติการถอนรายวิชา และระดับผลสัมฤทธิ์ของนักศึกษาในช่วงปีแรก โดยข้อมูลทั้งหมดผ่านกระบวนการ ทำความสะอาดข้อมูล (Data Cleaning) และ แปลงข้อมูล (Data Transformation) เพื่อให้พร้อมสำหรับการนำไปวิเคราะห์ด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล

3.3. เครื่องมือวิจัยและกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ซอฟต์แวร์ RapidMiner Studio ซึ่งเป็นแพลตฟอร์มชั้นนำด้านการวิเคราะห์ข้อมูล โดยใช้เทคนิคการจำแนกประเภท (Classification) เพื่อพัฒนารูปแบบเชิงคาดการณ์ โดยเปรียบเทียบประสิทธิภาพของ 3 เทคนิคหลัก ได้แก่

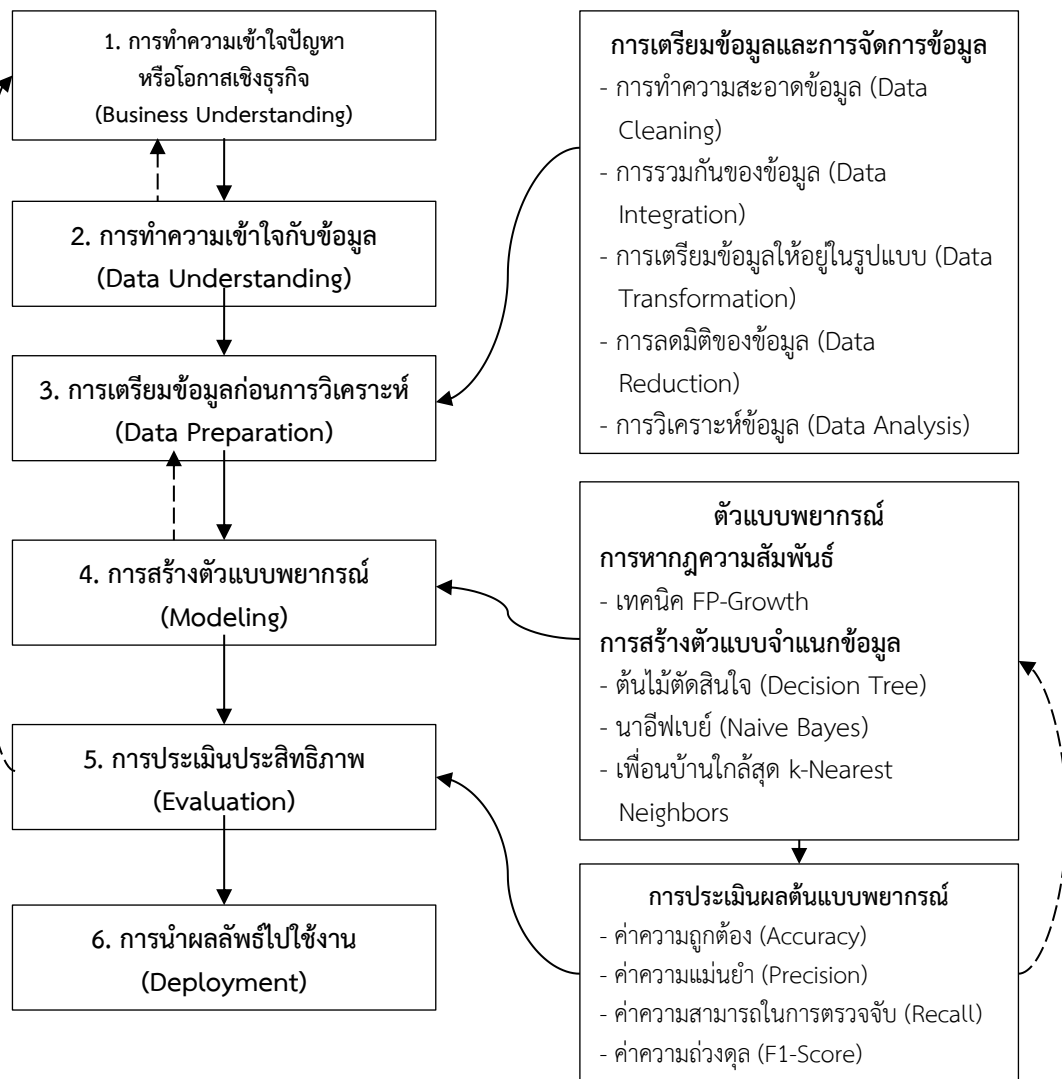
1. ต้นไม้ตัดสินใจ (Decision Tree) เป็นโมเดลที่ใช้โครงสร้างลำดับชั้น (Hierarchical Structure) ในการจำแนกข้อมูลโดยอาศัยกฎ If-Then Rules ซึ่งช่วยให้สามารถเข้าใจการตัดสินใจของโมเดลได้อย่างชัดเจน ข้อดี คือ เข้าใจง่ายและตีความได้ตรงไปตรงมา สามารถจัดการกับตัวแปรเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพได้ดี แต่อาจมีข้อจำกัดที่อาจเกิดปัญหา Overfitting หากไม่มีการควบคุมความซับซ้อนของต้นไม้

2. นาอิวเบย์ (Naïve Bayes) เป็นโมเดลที่อาศัยทฤษฎีความน่าจะเป็น (Bayes' Theorem) โดยมีสมมติฐานว่า แต่ละตัวแปรเป็นอิสระต่อกัน (Independence Assumption) ข้อดี คือ สามารถทำงานได้ดีแม้

ในกรณีที่มีข้อมูลจำนวนน้อย ประมวลผลรวดเร็ว และมีความแม่นยำสูงในกรณีที่สมมติฐานเป็นจริง แต่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของสมมติฐานของความเป็นอิสระของตัวแปรอาจไม่สอดคล้องกับข้อมูลจริง

3. เพื่อนบ้านใกล้สุด (k-Nearest Neighbors : KNN) เป็นโมเดลที่ใช้ระยะห่างทางคณิตศาสตร์ (Euclidean Distance) เพื่อหาตัวอย่างที่คล้ายคลึงกันมากที่สุด และใช้ข้อมูลเหล่านั้นเป็นฐานในการคาดการณ์ ข้อดี คือ ไม่มีการสร้างแบบจำลองล่วงหน้า ทำให้สามารถรองรับข้อมูลที่มีการเปลี่ยนแปลงได้ดี สามารถจัดการกับข้อมูลที่มีโครงสร้างไม่เป็นเชิงเส้น (Non-Linear Data) แต่อาจมีข้อจำกัดในเรื่องของความซับซ้อนในการคำนวณเมื่อขนาดของข้อมูลเพิ่มขึ้น อ่อนไหวต่อค่าผิดปกติ (Outliers) และต้องมีการเลือกค่าพารามิเตอร์ k อย่างเหมาะสม

นอกเหนือจากการใช้โมเดลเชิงคาดการณ์ งานวิจัยนี้ยังนำ กฎเชิงสัมพันธ์ (Association Rule Mining) มาใช้เพื่อค้นหา รูปแบบ (Patterns) และกฎ (Rules) ที่แอบแฝงอยู่ในข้อมูล ตัวอย่างของกฎที่น่าสนใจ ได้แก่ หากนักศึกษามี GPA ต่ำกว่า 2.00 และสอบตกในรายวิชาคุณภาพชีวิตที่ดีของพลเมืองยุคใหม่ (C009) หรือสอบตกในรายวิชาทักษะการใช้คอมพิวเตอร์และเทคโนโลยีสารสนเทศ (C110) นักศึกษามีโอกาสออกกลางคันสูงถึงร้อยละ 85 เป็นต้น



หมายเหตุ ---> ข้อมูลป้อนกลับ (Feedback)

แผนภาพที่ 2 ขั้นตอนการดำเนินการวิจัยตามกระบวนการ KDD (Knowledge Discovery in Databases)

จากแผนภาพที่ 2 แสดงลำดับขั้นตอนการดำเนินงานวิจัยภายใต้แนวคิดกระบวนการค้นหาความรู้จากฐานข้อมูล (KDD) ซึ่งแบ่งออกเป็น 6 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ (1) การทำความเข้าใจปัญหา (Business Understanding) เพื่อกำหนดเป้าหมายและขอบเขตของการวิจัย (2) การทำความเข้าใจกับข้อมูล (Data Understanding) เพื่อสำรวจคุณลักษณะของข้อมูลนักศึกษา (3) การเตรียมข้อมูล (Data Preparation) ซึ่งรวมถึงการทำความสะอาดข้อมูล การแปลงรูปแบบข้อมูล และการเลือกตัวแปรที่เหมาะสม (4) การสร้างโมเดล (Modeling) โดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูลในการวิเคราะห์ (5) การประเมินผล (Evaluation) เพื่อเปรียบเทียบความแม่นยำของโมเดลด้วยตัวชี้วัดต่างๆ และ (6) การนำผลลัพธ์ไปใช้งานจริง (Deployment) เช่น การพัฒนาระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าหรือแนวทางการให้คำปรึกษาเชิงรุก ทั้งนี้การดำเนินการในแต่ละขั้นตอนมีความสำคัญต่อการสร้างแบบจำลองที่มีประสิทธิภาพและสามารถนำไปใช้ได้จริง

3.4 ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้ดำเนินการภายใต้แนวทางของกระบวนการค้นหาความรู้จากฐานข้อมูล (Knowledge Discovery in Databases: KDD) ซึ่งเป็นกระบวนการวิเคราะห์ข้อมูลที่เป็นระบบและได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางในสาขาการทำเหมืองข้อมูล โดยครอบคลุมตั้งแต่การทำความเข้าใจปัญหา การจัดเตรียมข้อมูล การประมวลผลข้อมูล ไปจนถึงการสร้างแบบจำลองและประเมินประสิทธิภาพ ทั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการในแต่ละขั้นตอน ดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ขั้นตอนกระบวนการ KDD ที่ใช้ในงานวิจัย

ขั้นตอน	รายละเอียด
1. การทำความเข้าใจปัญหา	ระบุปัญหาการพัฒนาศักยภาพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และวัตถุประสงค์ในการสร้างโมเดลทำนายความเสี่ยง
2. การทำความเข้าใจกับข้อมูล	ศึกษาโครงสร้างและเนื้อหาของข้อมูล เช่น เพศ ระบบรับเข้า สาขา GPA รายวิชา และสถานภาพ
3. การเตรียมข้อมูล	ทำความสะอาด แปลง และลดข้อมูล เพื่อให้เหมาะสมกับการวิเคราะห์ - Data Cleaning ลบข้อมูลซ้ำ ข้อมูลผิดพลาด เช่น ค่าคะแนน > 4.00 หรือข้อมูลที่มีค่า Null มากเกินไป - การจัดการ Missing Values แทนค่าที่หายไปด้วยค่ากลางหรือค่าที่พบบ่อยในกลุ่ม - การแปลงข้อมูล (Data Transformation) ดำเนินการดังนี้ 1. การจัดกลุ่มค่าตัวแปรเชิงปริมาณ (Discretization of Continuous Variables) แปลงค่า GPA (เกรดเฉลี่ยสะสม) จากค่าต่อเนื่องให้เป็นกลุ่ม โดยจัดแบ่งออกเป็นช่วง เช่น ต่ำกว่า 2.00 ระหว่าง 2.00-3.00 และมากกว่า 3.00 เพื่อให้สามารถนำมาใช้ในกระบวนการจำแนกประเภทได้ง่ายขึ้น และเพื่อเพิ่มความสามารถในการตีความผลลัพธ์ของโมเดล 2. สำหรับตัวแปรเชิงกลุ่ม เช่น สาขาวิชา และ ระบบการรับเข้าศึกษา ถูกแปลงให้อยู่ในรูปแบบรหัสตัวเลข (Label Encoding) ซึ่งช่วยให้สามารถนำตัวแปรเหล่านี้เข้าสู่โมเดลเชิงคณิตศาสตร์ได้อย่างถูกต้อง โดยไม่ทำให้โมเดลเกิดความลำเอียงจากค่าประเภท (Nominal Values)

ตารางที่ 1 (ต่อ)

ขั้นตอน	รายละเอียด
3. การเตรียมข้อมูล (ต่อ)	3. ตัวแปรที่เป็นรายวิชาหรือผลการเรียนรายวิชาได้ถูกจัดให้อยู่ในโครงสร้างที่สามารถนำเข้าสู่กระบวนการหาความสัมพันธ์ด้วยเทคนิค FP-Growth ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การแทนค่าผลการเรียนเป็นระดับ (เช่น “สอบผ่าน” “สอบตก”) เพื่อใช้เป็น input ในกระบวนการ mining - Data Reduction คัดเลือกเฉพาะรายวิชาที่มีจำนวนนักศึกษาเรียนมากกว่า 30 คน และตัดข้อมูลที่ไม่มีผลต่อสถานภาพออก
4. การสร้างแบบจำลอง	ใช้อัลกอริทึม FP-Growth, Decision Tree, Naïve Bayes และ KNN
5. การประเมินผล	ใช้ 5-fold และ 10-fold cross-validation พร้อมตัวชี้วัด ประสิทธิภาพด้วยค่า Accuracy, Precision, Recall, F1-Score, ROC Curves และค่า AUC
6. การนำผลลัพธ์ไปใช้	พัฒนาแนวทางการแจ้งเตือนและให้คำปรึกษานักศึกษาที่มีความเสี่ยง

จากตารางที่ 1 แสดงการดำเนินการตามกรอบกระบวนการค้นหาความรู้จากฐานข้อมูล (Knowledge Discovery in Databases: KDD) โดยกระบวนการเริ่มจากการทำความเข้าใจปัญหาการค้นพบของนักศึกษาระดับปริญญาตรี และกำหนดวัตถุประสงค์เพื่อสร้างโมเดลทำนายความเสี่ยง จากนั้นได้ศึกษาโครงสร้างข้อมูลซึ่งประกอบด้วยตัวแปรต่างๆ เช่น เพศ ระบบรับเข้า สาขาวิชา เกรดเฉลี่ย ผลการเรียนรายวิชา และสถานภาพการศึกษา ในขั้นตอนการเตรียมข้อมูล ผู้วิจัยได้ทำความสะอาดข้อมูลโดยลบข้อมูลซ้ำและข้อมูลที่มีความผิดพลาด เช่น ค่าคะแนนที่เกิน 4.00 หรือข้อมูลที่มีค่า Null มากเกินไป ส่วนข้อมูลที่หายไปได้รับการแทนค่าด้วยค่ากลางหรือค่าที่พบบ่อยในกลุ่ม นอกจากนี้ยังมีการแปลงข้อมูลโดยจัดกลุ่มค่า GPA เป็นช่วง (ต่ำกว่า 2.00, 2.00–3.00, มากกว่า 3.00) และแปลงตัวแปรสาขาและระบบรับเข้าเป็นรหัสตัวเลข รวมถึงการลดขนาดข้อมูลโดยคัดเลือกเฉพาะรายวิชาที่มีนักศึกษาเรียนมากกว่า 30 คน และตัดข้อมูลที่ไม่ส่งผลกระทบต่อสถานภาพ

การวิเคราะห์ข้อมูลในงานวิจัยนี้ประกอบด้วยสองเทคนิคหลัก คือ การหาความสัมพันธ์และการจำแนกประเภทข้อมูล สำหรับการหาความสัมพันธ์ ผู้วิจัยเลือกใช้อัลกอริทึม FP-Growth เนื่องจากมีประสิทธิภาพในการจัดการข้อมูลขนาดใหญ่ได้อย่างรวดเร็ว โดยกำหนดค่าความเชื่อมั่นขั้นต่ำที่ ร้อยละ 95 และคัดเลือกเฉพาะกฎที่มีค่า Lift มากกว่า 1 เพื่อความน่าเชื่อถือ ส่วนการจำแนกประเภทข้อมูลนั้น ผู้วิจัยได้ใช้อัลกอริทึม 3 ประเภท ได้แก่ Decision Tree (C4.5) ซึ่งเหมาะกับข้อมูลที่ตีความเป็นลำดับชั้นและให้ผลลัพธ์ที่เข้าใจง่าย Naïve Bayes ที่มีความแม่นยำสูงสำหรับข้อมูลหลายมิติและประมวลผลได้รวดเร็ว และ k-Nearest Neighbors (KNN) ที่ใช้งานง่ายและเหมาะกับการแบ่งกลุ่มที่ไม่ซับซ้อน ทั้งนี้ อัลกอริทึมเหล่านี้เป็นแบบจำลองน้ำหนักเบา (Lightweight Models) ที่ใช้ทรัพยากรประมวลผลต่ำ ตีความง่าย สามารถนำไปประยุกต์ใช้ได้จริง และเปิดโอกาสให้มีการพัฒนาต่อยอดได้ในอนาคต

ในการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลอง ผู้วิจัยใช้วิธีการ Cross-Validation ทั้งแบบ 5-Fold และ 10-Fold เพื่อแบ่งข้อมูลสำหรับการฝึกและทดสอบอย่างเป็นระบบ โดยใช้ตัวชี้วัดหลายตัว ได้แก่ ค่าความถูกต้อง (Accuracy) ซึ่งแสดงความถูกต้องโดยรวมของแบบจำลอง ค่าความแม่นยำ (Precision) ที่วัดความถูกต้องในการทำนายกลุ่มที่พหุสภาพ ค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) ที่แสดงความสามารถในการตรวจพบนักศึกษาที่พหุสภาพ และค่าความถ่วงดุล (F1-Score) ซึ่งเป็นค่าที่สะท้อนความสมดุลระหว่างค่าความแม่นยำ (Precision) และค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) และเพิ่มการวิเคราะห์ด้วยแผนภาพ ROC Curve

และพิจารณาค่า AUC โดยเฉพาะในกรณีที่ข้อมูลมีความไม่สมดุลเพื่อให้การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองมีความสมบูรณ์ยิ่งขึ้น

4. ผลการวิจัย

ผลการวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยฉบับนี้มุ่งศึกษาปัจจัยที่ส่งผลกระทบต่อสภาพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี โดยประยุกต์ใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล เพื่อออกแบบระบบเฝ้าระวังและป้องกันการพ้นสภาพอย่างมีประสิทธิภาพ ผลการวิเคราะห์สามารถนำเสนอได้ดังนี้

1. การเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลองการทำนาย

การวิจัยได้ทดสอบประสิทธิภาพของแบบจำลองเหมืองข้อมูล 3 เทคนิค ได้แก่ Decision Tree, Naïve Bayes และ k-Nearest Neighbors (KNN) โดยเปรียบเทียบประสิทธิภาพด้วยเกณฑ์วัดต่างๆ พบว่า Naïve Bayes มีประสิทธิภาพโดยรวมดีที่สุด ดังแสดงในตารางที่ 2

ตารางที่ 2 การเปรียบเทียบประสิทธิภาพแบบจำลองที่ใช้ในการพยากรณ์

เทคนิคเหมืองข้อมูล	Accuracy (%)	Precision (%)	Recall (%)	F1-Score (%)
Decision Tree	96.62	91.47	70.87	79.86
Naïve Bayes	98.07	90.77	88.59	89.67
k-Nearest Neighbors (KNN)	67.57	20.52	84.68	33.04

จากการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลองการจำแนกประเภททั้งสามเทคนิค ได้แก่ Decision Tree, Naïve Bayes และ k-Nearest Neighbors (KNN) พบว่าแบบจำลอง Naïve Bayes มีค่าความถูกต้อง (Accuracy) สูงที่สุด อยู่ที่ร้อยละ 98.07 สะท้อนถึงความสามารถของแบบจำลองในการจำแนกผลลัพธ์ได้อย่างถูกต้องโดยรวม นอกจากนี้ยังให้ค่าความแม่นยำ (Precision) ร้อยละ 90.77 และค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) ร้อยละ 88.59 ซึ่งบ่งชี้ถึงความแม่นยำในการทำนายกลุ่มนักศึกษาที่พ้นสภาพ และความสามารถในการตรวจพบกลุ่มนักศึกษาที่มีความเสี่ยงได้อย่างครอบคลุม โดยค่าความถ่วงดุล (F1-Score) ซึ่งเป็นค่ากลางระหว่าง ค่าความแม่นยำ (Precision) และค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) อยู่ที่ร้อยละ 89.67 แสดงให้เห็นถึงความสมดุลของแบบจำลองในด้านความแม่นยำและความครอบคลุม ในขณะที่แบบจำลอง Decision Tree แม้จะมีค่าความแม่นยำโดยรวมรองลงมา คือ ร้อยละ 96.62 แต่มีความโดดเด่นด้านค่าความแม่นยำ (Precision) ที่สูงถึงร้อยละ 91.47 อย่างไรก็ตาม ค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) ค่อนข้างต่ำ ร้อยละ 70.87 สะท้อนว่าแบบจำลองอาจไม่สามารถตรวจพบกลุ่มนักศึกษาที่พ้นสภาพได้ครบถ้วนเท่าที่ควร สำหรับแบบจำลอง KNN พบว่ามีค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) สูงถึงร้อยละ 84.68 ซึ่งแสดงถึงความสามารถในการตรวจจับนักศึกษาที่พ้นสภาพได้ดี แต่มีค่าความแม่นยำ (Precision) เพียงร้อยละ 20.52 และค่าความถ่วงดุล (F1-Score) ต่ำ ร้อยละ 33.04 จึงไม่เหมาะสมสำหรับการนำไปใช้ในเชิงปฏิบัติ เนื่องจากมีแนวโน้มในการพยากรณ์ผิดพลาดในกลุ่มที่ไม่พ้นสภาพในระดับสูง โดยสรุป แบบจำลอง Naïve Bayes แสดงให้เห็นถึงประสิทธิภาพโดยรวมที่ดีที่สุด ทั้งในด้านความแม่นยำ ความสมดุลของการ

จำแนก และมีความเหมาะสมในการนำไปใช้ในบริบทของการพยากรณ์ความเสี่ยงของนักศึกษาระดับปริญญาตรี คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรีต่อไป

2. การวิเคราะห์เมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix)

การประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลอง Naïve Bayes ด้วยเมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix) ช่วยให้สามารถวิเคราะห์ผลการพยากรณ์ในแต่ละกลุ่มได้อย่างชัดเจน และจำแนกความถูกต้องของแบบจำลองในมิติต่างๆ ดังแสดงในตารางที่ 3

ตารางที่ 3 เมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix) สำหรับแบบจำลอง Naïve Bayes

	ทำนายว่า “พ้นสภาพ”	ทำนายว่า “ไม่พ้นสภาพ”
จริง: พ้นสภาพ	295 (True Positive - TP)	38 (False Negative - FN)
จริง: ไม่พ้นสภาพ	30 (False Positive - FP)	3,161 (True Negative - TN)

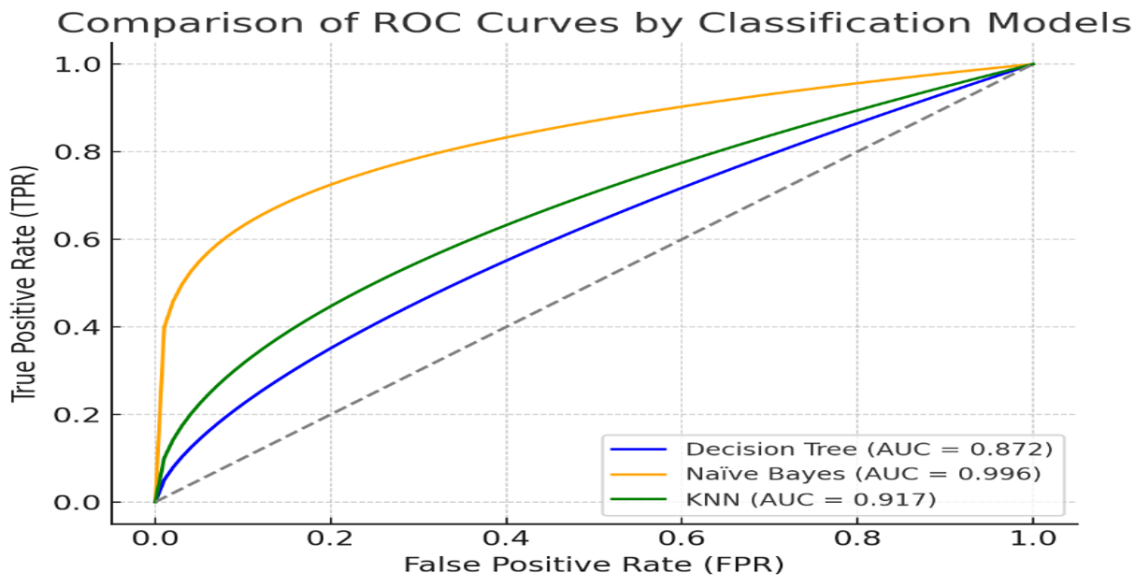
จากตารางข้างต้นสามารถสรุปผลการจำแนกของแบบจำลองได้ดังนี้

1. นักศึกษาที่พ้นสภาพจริง และแบบจำลองสามารถพยากรณ์ได้อย่างถูกต้อง (TP) มีจำนวน 295 คน
2. นักศึกษาที่พ้นสภาพจริง แต่แบบจำลองพยากรณ์ผิดว่าไม่พ้นสภาพ (FN) จำนวน 38 คน
3. นักศึกษาที่ไม่พ้นสภาพจริง แต่แบบจำลองพยากรณ์ผิดว่าเป็นผู้ที่มีความเสี่ยง (FP) จำนวน 30 คน
4. นักศึกษาที่ไม่พ้นสภาพจริง และแบบจำลองพยากรณ์ได้อย่างถูกต้อง (TN) จำนวน 3,161 คน

ผลการวิเคราะห์แสดงให้เห็นว่า แบบจำลอง Naïve Bayes มีความสามารถในการจำแนกโดยรวมได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม กลุ่มที่ควรให้ความสำคัญเป็นพิเศษคือกลุ่ม False Negative (FN) ซึ่งในที่นี้มีจำนวน 38 คน หมายถึงนักศึกษาที่พ้นสภาพจริง แต่แบบจำลองไม่สามารถตรวจจับได้ ส่งผลให้อาจารย์ที่ปรึกษาหรือผู้ที่เกี่ยวข้องอาจไม่สามารถให้ความช่วยเหลือหรือดำเนินการป้องกันได้ทันเวลา แม้ว่าแบบจำลองจะมีค่าความถูกต้อง (Accuracy) อยู่ในระดับสูงถึงร้อยละ 98.07 และมีค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) สำหรับกลุ่มนักศึกษาที่พ้นสภาพเท่ากับร้อยละ 88.59 ซึ่งถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี แต่การมีจำนวนนักศึกษาที่หลุดรอดจากการตรวจจับยังคงเป็นความท้าทายในการประยุกต์ใช้โมเดลในสถานการณ์จริง ดังนั้นแนวทางในการเพิ่มประสิทธิภาพของระบบควรให้ความสำคัญกับการเพิ่มค่าความไว (Sensitivity) หรือค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) สำหรับกลุ่มนักศึกษาที่พ้นสภาพ พร้อมกับการลดจำนวน False Negative ให้เหลือน้อยที่สุดเท่าที่จะเป็นไปได้ เพื่อยกระดับความแม่นยำของระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าและเพิ่มศักยภาพในการให้คำปรึกษาเชิงรุกได้อย่างมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น

3. การวิเคราะห์ด้วย ROC Curve และค่า AUC

ในการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองการพยากรณ์ งานวิจัยนี้ได้นำกราฟ ROC (Receiver Operating Characteristic Curve) และค่า AUC (Area Under the Curve) มาใช้เป็นตัวชี้วัดเพื่อวิเคราะห์ความสามารถของแบบจำลองในการแยกแยะระหว่างนักศึกษาที่พ้นสภาพกับนักศึกษาที่ไม่พ้นสภาพ โดยข้อดีของการใช้ ROC และ AUC คือสามารถประเมินผลได้โดยไม่ขึ้นกับค่าตัดสิน (threshold) แบบเฉพาะเจาะจง ทำให้ได้ภาพรวมของศักยภาพของแบบจำลองในการจำแนกได้อย่างแม่นยำ ดังแสดงในแผนภาพที่ 3 และตารางที่ 4



แผนภาพที่ 3 แผนภาพเปรียบเทียบ ROC Curve ของ Decision Tree, Naïve Bayes และ KNN

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบค่า AUC ที่ได้จากกราฟ ROC ของแบบจำลองต่างๆ

แบบจำลอง	ค่า AUC ที่ได้จากกราฟ	ระดับประสิทธิภาพ
Decision Tree	0.872	ดี (Good)
Naïve Bayes	0.996	ดีเยี่ยม (Excellent)
k-Nearest Neighbors (KNN)	0.917	ดีเยี่ยม (Excellent)

จากผลการวิเคราะห์พื้นที่ใต้กราฟ ROC พบว่าแบบจำลองแต่ละชนิดมีระดับความสามารถในการจำแนกกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกัน โดยสามารถอธิบายได้ดังนี้

1. Naïve Bayes ให้ค่า AUC สูงที่สุดที่ 0.996 ซึ่งอยู่ในช่วง 0.90 - 1.00 จัดอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” (Excellent) ตามเกณฑ์ของ Hosmer et al. (2013) แสดงให้เห็นถึงความสามารถในการแยกแยะกลุ่มนักศึกษาที่พ้นสภาพและไม่พ้นสภาพได้อย่างแม่นยำ และมีความเหมาะสมสูงในการนำไปใช้งานจริง

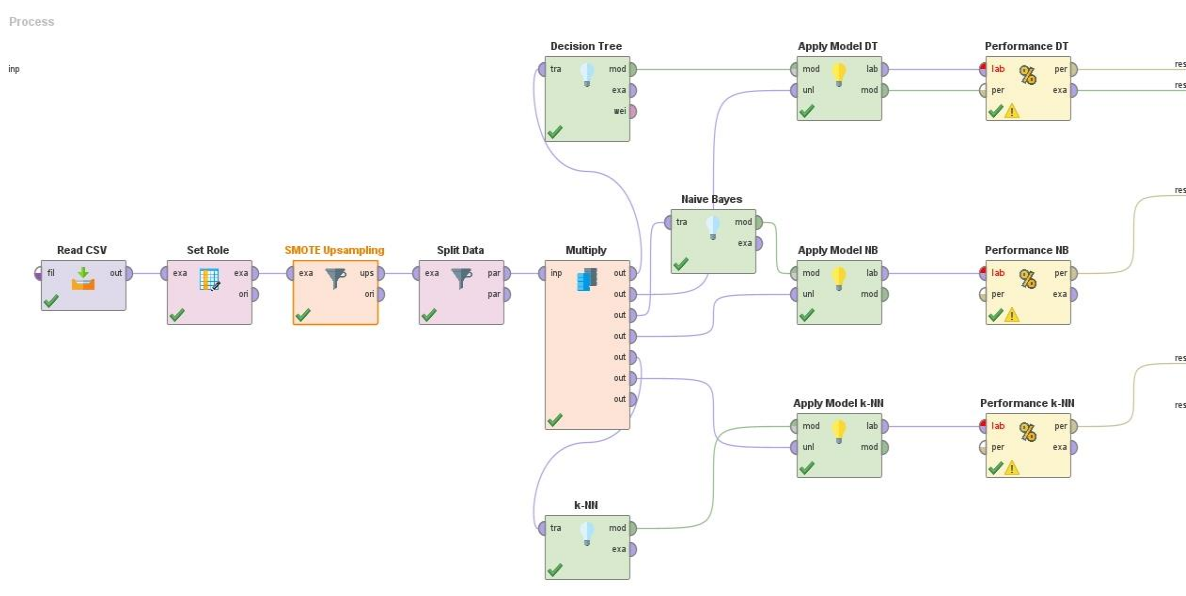
2. k-Nearest Neighbors (KNN) มีค่า AUC เท่ากับ 0.917 อยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” (Excellent) เช่นกัน สะท้อนถึงความสามารถในการจำแนกกลุ่มเสี่ยงได้อย่างมีประสิทธิภาพ อย่างไรก็ตาม อัลกอริทึมนี้อาจมีข้อจำกัดด้านประสิทธิภาพเชิงเวลาเมื่อใช้กับชุดข้อมูลขนาดใหญ่หรือซับซ้อน

3. Decision Tree มีค่า AUC เท่ากับ 0.872 ซึ่งอยู่ในช่วง 0.80 - 0.89 จัดอยู่ในระดับ “ดี” (Good) สะท้อนถึงความสามารถในการจำแนกในระดับที่น่าเชื่อถือ จุดแข็งของแบบจำลองนี้ คือ ความสามารถในการตีความได้ง่าย สามารถแสดงผลในรูปแบบเงื่อนไข (if-then rules) ซึ่งเหมาะสมสำหรับผู้ใช้งานที่ไม่มีความเชี่ยวชาญด้านเทคนิค โดยเฉพาะการให้คำปรึกษาเชิงรุก

สรุป โดยภาพรวม แบบจำลอง Naïve Bayes และ KNN แสดงศักยภาพสูงในการจำแนกกลุ่มนักศึกษาที่มีความเสี่ยง โดยเฉพาะ Naïve Bayes ที่มีค่า AUC สูงสุดและมีความสม่ำเสมอของผลลัพธ์อย่างเด่นชัด ขณะที่แบบจำลอง Decision Tree แม้จะมีค่า AUC ต่ำกว่าเล็กน้อย แต่ยังคงมีความเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการใช้งานจริง เนื่องจากสามารถสื่อสารผลการวิเคราะห์เชิงเหตุผลได้อย่างเข้าใจง่าย และสามารถนำไปสู่การตัดสินใจที่มีประสิทธิภาพได้ทันที

4. ปัญหาข้อมูลไม่สมดุล (Imbalanced Data)

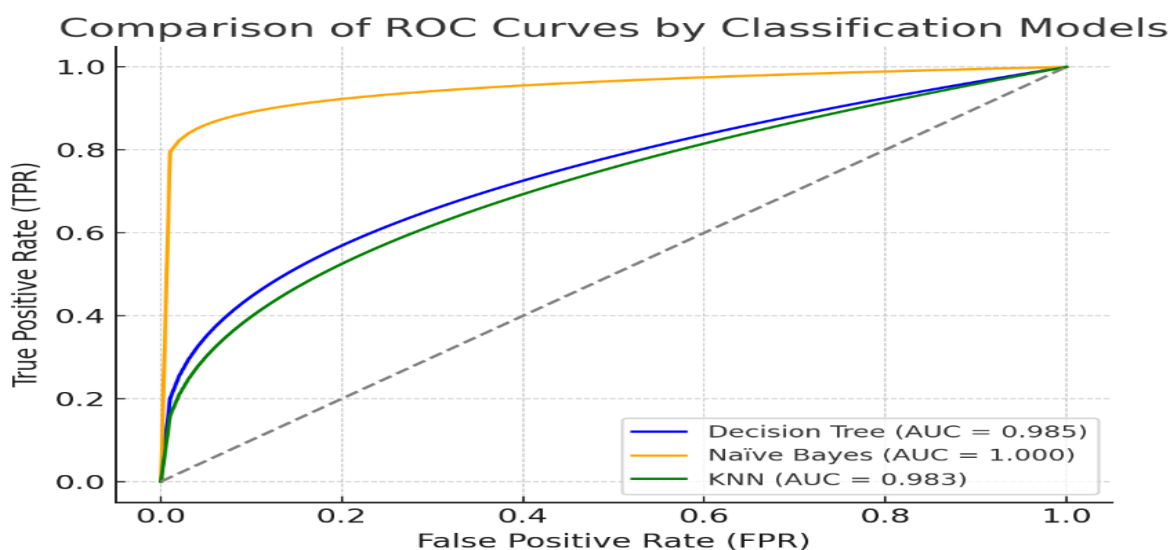
จากการวิเคราะห์ข้อมูลเบื้องต้นพบว่า กลุ่มนักศึกษาที่พันสภาพมีจำนวนน้อยกว่ากลุ่มที่ไม่พันสภาพอย่างมีนัยสำคัญ กล่าวคือ จากจำนวนนักศึกษาทั้งหมด 5,034 คน มีนักศึกษาที่พันสภาพเพียง 475 คน คิดเป็นร้อยละ 9.44 ของกลุ่มตัวอย่างทั้งหมด ส่งผลให้ชุดข้อมูลมีลักษณะไม่สมดุล (Imbalanced Data) ซึ่งอาจกระทบต่อประสิทธิภาพของแบบจำลองการจำแนก โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเรียนรู้ของอัลกอริทึมที่มีแนวโน้มเอนเอียงไปยังกลุ่มที่มีจำนวนมากกว่า เพื่อแก้ไขปัญหาดังกล่าว งานวิจัยนี้ได้ประยุกต์ใช้เทคนิค SMOTE (Synthetic Minority Over-sampling Technique) ในการสร้างข้อมูลตัวอย่างสังเคราะห์จากกลุ่มนักศึกษาที่พันสภาพ ส่งผลให้เกิดความสมดุลระหว่างกลุ่ม “พันสภาพ” และ “ไม่พันสภาพ” มากขึ้น ซึ่งช่วยเสริมประสิทธิภาพของแบบจำลองในการเรียนรู้และจำแนกกลุ่มเป้าหมายได้อย่างเท่าเทียม ดังแผนภาพที่ 4



แผนภาพที่ 4 แสดงขั้นตอนการใช้เทคนิค SMOTE (Synthetic Minority Over-sampling Technique)

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบประสิทธิภาพของแบบจำลอง (หลังจัดการข้อมูลไม่สมดุล)

เทคนิคเหมืองข้อมูล	Accuracy (%)	Precision (%)	Recall (%)	F1-Score (%)	AUC
Decision Tree	97.45	97.97	96.90	97.43	0.985
Naïve Bayes	94.91	100.00	89.82	94.63	1.000
k-Nearest Neighbors (KNN)	81.95	74.57	96.96	84.31	0.983



แผนภาพที่ 5 แผนภาพเปรียบเทียบ ROC Curve ของ Decision Tree, Naïve Bayes และ KNN ที่ได้จากการจัดการข้อมูลไม่สมดุลด้วยเทคนิค SMOTE

ผลการประเมินประสิทธิภาพของแบบจำลองหลังการจัดการข้อมูลไม่สมดุลแสดงในตารางที่ 5 พบว่าแบบจำลอง Naïve Bayes ให้ค่า AUC สูงสุดเท่ากับ 1.000 สะท้อนถึงความสามารถในการจำแนกกลุ่มนักศึกษาได้อย่างแม่นยำโดยไม่มีข้อผิดพลาด ขณะที่แบบจำลอง Decision Tree แสดงค่าความถูกต้อง (Accuracy) สูงสุดที่ร้อยละ 97.45 และมีค่า AUC อยู่ที่ 0.985 ซึ่งอยู่ในระดับ “ดีเยี่ยม” (Excellent) ตามเกณฑ์ของ Hosmer et al. (2013) นอกจากนี้ แบบจำลอง Decision Tree ยังมีข้อได้เปรียบด้านโครงสร้างแบบกฎเชิงตรรกะ (if-then rules) ที่สามารถตีความและนำไปใช้ในการสื่อสารผลลัพธ์กับผู้ใช้งานที่ไม่เชี่ยวชาญด้านเทคนิคได้อย่างมีประสิทธิภาพ จึงเหมาะสมต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในระบบเฝ้าระวังและระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าในบริบทของการบริหารจัดการด้านการศึกษาต่อไป

ตารางที่ 6 เมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix) สำหรับแบบจำลอง Naïve Bayes

	ทำนายว่า “พ้นสภาพ” YES	ทำนายว่า “ไม่พ้นสภาพ” NO
จริง: พ้นสภาพ YES	2,866 (True Positive - TP)	325 (False Negative - FN)
จริง: ไม่พ้นสภาพ NO	0 (False Positive - FP)	3,191 (True Negative - TN)

ตารางที่ 7 เมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix) สำหรับแบบจำลอง Decision Tree

	ทำนายว่า “พ้นสภาพ” YES	ทำนายว่า “ไม่พ้นสภาพ” NO
จริง: พ้นสภาพ YES	3,092 (True Positive - TP)	99 (False Negative - FN)
จริง: ไม่พ้นสภาพ NO	64 (False Positive - FP)	3,127 (True Negative - TN)

จากการวิเคราะห์เมทริกซ์ความยุ่งเหยิง (Confusion Matrix) ของแบบจำลอง Naïve Bayes และ Decision Tree หลังการจัดการข้อมูลไม่สมดุล พบว่าแบบจำลองทั้งสองสามารถจำแนกนักศึกษาที่พ้นสภาพและไม่พ้นสภาพได้อย่างมีประสิทธิภาพ แต่มีข้อแตกต่างในเชิงคุณภาพของผลการพยากรณ์ แบบจำลอง Naïve Bayes มีจุดเด่นในการจำแนกนักศึกษาที่ไม่พ้นสภาพจริง ได้อย่างแม่นยำ โดยไม่พบกรณี False Positive เลย อย่างไรก็ตาม

ตาม แบบจำลองยังมีข้อจำกัดในการตรวจจับกลุ่มนักศึกษาที่ พ้นสภาพจริง ซึ่งส่งผลให้เกิด False Negative จำนวนมากถึง 325 คน อันอาจนำไปสู่ความล่าช้าในการให้ความช่วยเหลือเชิงรุก ในทางกลับกัน แบบจำลอง Decision Tree แสดงผลการพยากรณ์ที่สมมูลยิ่งกว่า โดยสามารถลดจำนวน False Negative เหลือเพียง 99 คน และให้ค่า True Positive สูงถึง 3,092 คน แม้จะมี False Positive อยู่บ้าง จำนวน 64 คน แต่ยังคงอยู่ในระดับที่ยอมรับได้ในทางปฏิบัติ ทั้งนี้ แบบจำลองยังมีข้อได้เปรียบด้านความสามารถในการตีความ ซึ่งเอื้อต่อการนำไปประยุกต์ใช้ในระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าและการบริหารจัดการนักศึกษาที่มีความเสี่ยง จากผลการวิเคราะห์ข้างต้นจึงสามารถสรุปได้ว่า แบบจำลอง Decision Tree มีความเหมาะสมกว่าในการนำไปใช้จริง เนื่องจากให้ผลการพยากรณ์ที่แม่นยำ มีความสามารถในการตรวจจับกลุ่มเสี่ยงได้ดี และรองรับการใช้งานในเชิงปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ

5. ปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อการพัฒนาของนักศึกษา

จากการวิเคราะห์ข้อมูลด้วยเทคนิคเหมืองข้อมูล สามารถระบุปัจจัยสำคัญที่มีอิทธิพลต่อการพัฒนาของนักศึกษาระดับปริญญาตรีได้อย่างชัดเจน โดยมีองค์ประกอบหลักที่ควรให้ความสำคัญ ดังต่อไปนี้

1. เกรดเฉลี่ยสะสม (Grade Point Average: GPA) นักศึกษาที่มีค่า GPA ต่ำกว่า 2.00 มีแนวโน้มสูงที่จะพัฒนา โดยเกรดเฉลี่ยสะสมถือเป็นตัวชี้วัดภาพรวมของความสำเร็จทางการเรียนและเป็นดัชนีสำคัญในการคัดกรองความเสี่ยง

2. ผลการเรียนในรายวิชาหลัก การได้รับเกรด D+ หรือ F ในวิชาเอกหรือวิชาที่มีความซับซ้อน เช่น รายวิชาคำนวณ สะท้อนถึงความบกพร่องทางวิชาการในเนื้อหาหลักของหลักสูตร ซึ่งเป็นสัญญาณเตือนที่สำคัญ

3. ความถี่ในการลงทะเบียนเรียนซ้ำ นักศึกษาที่ลงทะเบียนเรียนรายวิชาเดียวกันมากกว่า 2 ครั้ง มีความเสี่ยงต่อการพัฒนาในระดับสูง เนื่องจากแสดงถึงปัญหาการทำความเข้าใจเนื้อหาหรือการจัดการการเรียนรู้ในระยะยาว

4. ผลสัมฤทธิ์ทางการศึกษาในปีแรกของนักศึกษา ผลการเรียนในชั้นปีที่ 1 มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสำเร็จทางการศึกษาในระยะยาว โดยนักศึกษาที่มีผลสัมฤทธิ์ต่ำตั้งแต่ปีแรกมักเผชิญปัญหาในการปรับตัวและมีโอกาสพัฒนาสูงขึ้น

ผลการวิเคราะห์กฎการตัดสินใจจากแบบจำลอง Decision Tree พบว่า นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00 และเคยได้รับเกรด D หรือ F ในรายวิชาหลัก มีโอกาสพัฒนาสูงถึงร้อยละ 80 ในทางตรงกันข้าม นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 2.50 ขึ้นไป และไม่มีประวัติการเรียนซ้ำ มีโอกาสสำเร็จการศึกษาสูงถึงร้อยละ 90 นอกจากนี้ การประยุกต์ใช้แบบจำลอง Decision Tree ภายหลังการปรับสมดุลข้อมูลด้วยเทคนิค SMOTE ส่งผลให้ค่าความสามารถในการจำแนก (AUC) เพิ่มขึ้นจาก 0.872 เป็น 0.985 และค่าความสามารถในการตรวจจับ (Recall) เพิ่มขึ้นจากร้อยละ 70.87 เป็นร้อยละ 96.90 แสดงให้เห็นว่าแบบจำลองมีศักยภาพเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญในการระบุและจับกลุ่มนักศึกษาที่มีความเสี่ยงได้อย่างครอบคลุมและแม่นยำมากยิ่งขึ้น ดังนั้น แบบจำลอง Decision Tree จึงเหมาะสมอย่างยิ่งสำหรับการพัฒนาเป็นระบบเฝ้าระวังความเสี่ยงและระบบแจ้งเตือนล่วงหน้า เพื่อช่วยให้อาจารย์ที่ปรึกษาและผู้บริหารสามารถติดตามนักศึกษากลุ่มเสี่ยงได้อย่างทันท่วงที โดยเฉพาะเมื่อต้องการจัดลำดับความสำคัญของปัจจัยสำคัญ ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสม ผลการเรียนในรายวิชาหลัก และประวัติการเรียนซ้ำ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดสำคัญที่สามารถนำไปใช้

สนับสนุนการวางแผนการให้คำปรึกษาเชิงรุกและลดอัตราการพ้นสภาพของนักศึกษาในระดับปริญญาตรีได้อย่างมีประสิทธิภาพ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

ผลการวิจัยพบว่าแบบจำลองการจำแนกประเภทด้วยเทคนิค Decision Tree สามารถจำแนกสถานภาพของนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยมีค่าความแม่นยำสูงถึง ร้อยละ 97.45 ซึ่งสูงกว่า Naïve Bayes และ k-Nearest Neighbors (KNN) อย่างมีนัยสำคัญ จุดเด่นของโมเดล Decision Tree คือความสามารถในการสร้างกฎการตัดสินใจที่ตีความได้ง่าย และสามารถนำไปใช้งานเชิงบริหารจัดการได้อย่างมีประสิทธิภาพ ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับงานของ Dutt et al. (2017) และ Romero & Ventura (2010) ที่ระบุว่า Decision Tree เป็นเทคนิคที่เหมาะสมกับการวิเคราะห์ข้อมูลด้านการศึกษา เนื่องจากสามารถนำเสนอผลในรูปแบบที่เข้าใจได้ง่าย และมีความแม่นยำสูงในงานประเภทการจำแนกกลุ่มนักศึกษา

เมื่อพิจารณาในระดับตัวแปร พบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการพ้นสภาพของนักศึกษา ได้แก่ เกรดเฉลี่ยสะสมต่ำกว่า 2.00 ผลการเรียนในรายวิชาหลัก (โดยเฉพาะวิชาเอกและวิชาคำนวณ) การลงทะเบียนเรียนซ้ำหลายครั้งในรายวิชาเดิม และผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการในปีแรกของการศึกษา ซึ่งสะท้อนถึงปัญหาพื้นฐานด้านความรู้ ทักษะการเรียนรู้ และแรงจูงใจในการศึกษา ผลลัพธ์นี้สอดคล้องกับแนวคิดของ Tinto (2012), Robbins et al. (2004) และ Kuh et al. (2008) ที่กล่าวถึงผลกระทบของผลสัมฤทธิ์ทางวิชาการและความล้มเหลวในรายวิชาพื้นฐานต่อโอกาสการอยู่รอดในระบบการศึกษา นอกจากนี้ ยังตรงกับงานวิจัยในประเทศไทย เช่น ขวัญจิตร สงวนโรจน์ และภักศุภาส์ จิตโกศลวนิชย์ (2564) ที่พบว่าผลการเรียนและการสนับสนุนเชิงวิชาการมีบทบาทสำคัญต่อความคงอยู่ของนักศึกษาในระดับอุดมศึกษา

กฎการตัดสินใจที่ได้จากแบบจำลองยังให้ภาพที่ชัดเจนเกี่ยวกับพฤติกรรมกลุ่มเสี่ยง เช่น นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม ต่ำกว่า 2.00 และได้เกรด D หรือ F ในรายวิชาหลัก มีโอกาสพ้นสภาพสูงถึง ร้อยละ 80 ในขณะที่นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสม ตั้งแต่ 2.50 ขึ้นไป และไม่มีประวัติการเรียนซ้ำ มีแนวโน้มสำเร็จการศึกษาสูงกว่าร้อยละ 90 ข้อค้นพบนี้สามารถนำไปใช้เป็นเกณฑ์ในการออกแบบมาตรการคัดกรองและติดตามนักศึกษากลุ่มเสี่ยงอย่างเป็นระบบ ซึ่งสอดคล้องกับข้อเสนอของ Bean & Eaton (2000) ที่เน้นความสำคัญของข้อมูลเชิงพยากรณ์ในการออกแบบนโยบายสนับสนุนนักศึกษา

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

จากผลการวิจัยในครั้งนี้ ผู้วิจัยเสนอแนวทางในการนำผลการวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ในเชิงนโยบาย และการบริหารจัดการระดับคณะ เพื่อป้องกันและลดโอกาสการพ้นสภาพของนักศึกษาอย่างเป็นระบบ ดังนี้

1. ควรมีการพัฒนา ระบบแจ้งเตือนล่วงหน้าสำหรับนักศึกษากลุ่มเสี่ยง โดยใช้ตัวแปรสำคัญที่ได้รับจากผลการวิเคราะห์ เช่น เกรดเฉลี่ยสะสม การลงทะเบียนเรียนซ้ำ และเกรดในรายวิชาหลัก มาเป็นเกณฑ์ในการประมวลผลเพื่อตรวจจับความเสี่ยงของนักศึกษาแบบอัตโนมัติ ระบบนี้ควรถูกเชื่อมโยงกับระบบสารสนเทศของคณะและแจ้งเตือนมายังอาจารย์ที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่งานทะเบียนและวัดผล เพื่อให้สามารถติดตามและให้ความช่วยเหลือได้อย่างทันท่วงที

2. ควรส่งเสริมการให้คำปรึกษาเชิงรุกและเฉพาะกลุ่ม โดยเฉพาะนักศึกษาที่เข้าข่ายกลุ่มเสี่ยงตามกฎหมายการตัดสินใจของแบบจำลอง เช่น นักศึกษาที่มีเกรดเฉลี่ยสะสมต่ำ หรือเรียนซ้ำในรายวิชาสำคัญ ควรได้รับการ

ให้คำปรึกษาในด้านการวางแผนการเรียน การจัดการเวลา และการเสริมจุดอ่อนในรายวิชาพื้นฐานอย่างต่อเนื่อง โดยเน้นการดำเนินงานตั้งแต่ปีแรกของการศึกษา

3. คณะควรจัดกิจกรรมเสริมทักษะทางวิชาการ เช่น ค่ายติวเสริมหรือหลักสูตรเร่งรัดเฉพาะรายวิชาที่มีอัตราการสอบตกสูง เช่น คณิตศาสตร์ ภาษาอังกฤษ หรือสถิติ เพื่อเพิ่มโอกาสให้นักศึกษาเข้าใจบทเรียนและลดความจำเป็นในการลงทะเบียนเรียนซ้ำ

4. ผลการวิเคราะห์สามารถนำไปใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนทรัพยากรทางการศึกษาอย่างมีประสิทธิภาพ เช่น การจัดสรรจำนวนอาจารย์ที่ปรึกษาให้เพียงพอแก่นักศึกษากลุ่มเสี่ยง การจัดระบบทุนการศึกษาให้ตรงกับความต้องการ หรือการจัดหลักสูตรเสริมเฉพาะกลุ่ม ซึ่งจะช่วยลดความเสี่ยงและเพิ่มอัตราการสำเร็จการศึกษาของนักศึกษาในระยะยาว

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

จากข้อค้นพบและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยเห็นว่าประเด็นสำคัญหลายประการที่ควรได้รับการศึกษาเพิ่มเติมในอนาคต เพื่อยกระดับความถูกต้องของแบบจำลอง เพิ่มความหลากหลายของข้อมูล และขยายโอกาสในการนำผลวิจัยไปประยุกต์ใช้ในบริบทที่กว้างขึ้น ดังนี้

1. ควรขยายขอบเขตของตัวแปรที่ใช้ในแบบจำลอง โดยเพิ่มเติมตัวแปรด้านจิตสังคมและพฤติกรรมของนักศึกษา เช่น ความถนัดในการเข้าเรียน การส่งงานตรงเวลา ความถนัดในการเข้ารับคำปรึกษา หรือแรงจูงใจในการเรียน รวมถึงความผูกพันกับสถาบัน เพื่อให้แบบจำลองสามารถสะท้อนพฤติกรรมของนักศึกษาได้ครอบคลุมมากยิ่งขึ้น การเก็บข้อมูลสามารถดำเนินการผ่านแบบสอบถามมาตรฐาน เช่น แบบวัดแรงจูงใจ (Motivated Strategies for Learning Questionnaire: MSLQ) หรือแบบวัดความผูกพันกับการเรียน และควรเชื่อมโยงข้อมูลกับระบบสารสนเทศที่มีอยู่ เช่น การเข้าใช้งานระบบ E-learning หรือการลงทะเบียนในระบบออนไลน์

2. ควรมีการพัฒนาเครื่องมือหรือระบบต้นแบบ (Prototype) ที่สามารถนำผลการวิเคราะห์ไปประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การสร้าง Dashboard ติดตามสถานะนักศึกษาแบบรายบุคคล โดยใช้เครื่องมือพัฒนา Web-based Application หรือ Microsoft Power BI ซึ่งสามารถเชื่อมโยงข้อมูลจากระบบทะเบียนกลางและนำเสนอผลวิเคราะห์ในรูปแบบที่อาจารย์ที่ปรึกษาและเจ้าหน้าที่งานทะเบียนสามารถใช้งานได้จริงในระดับปฏิบัติ ทั้งนี้ เพื่อให้ผลการวิจัยไม่เพียงแต่เป็นข้อเสนอเชิงทฤษฎี แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่อการเฝ้าระวังและช่วยเหลือนักศึกษาได้อย่างมีประสิทธิภาพและยั่งยืนในบริบทของคณะหรือมหาวิทยาลัย

เอกสารอ้างอิง

- ขวัญจิตร สงวนโรจน์ และภักศุภาส์ จิตโกศลวนิชย์. (2564). การศึกษาเกี่ยวกับการคงอยู่และการออกกลางคันของนักศึกษาระดับปริญญาตรีภาคปกติ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏบ้านสมเด็จเจ้าพระยา ระหว่างปีการศึกษา 2561 - 2563 สำหรับการจำแนกสภาพและเสนอแนวทางธำรงรักษานักศึกษา. *วารสารก้าวหน้าโลกวิทยาศาสตร์*, 21(2), 127-149.
- จีระนันต์ เจริญรัตน์. (2559). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ส่งผลต่อการฟื้นฟูสภาพของนักศึกษาที่มีผลการเรียนปกติโดยใช้ต้นไม้ตัดสินใจ. *SNRU Journal of Science and Technology*, 8(2), 256-267.

- ชนิตาภา บุญประสม และจรัญ แสนราช. (2561). การวิเคราะห์การทำนายการลาออกกลางคันของนักศึกษา ระดับปริญญาตรี โดยใช้เทคนิควิธีการทำเหมืองข้อมูล. **วารสารวิชาการครุศาสตร์อุตสาหกรรม พระจอมเกล้าพระนครเหนือ**, 9(1), 142-151.
- ขอและ เกป็น พิมพ์พรรณ ลีลาภัทรพันธุ์ และอัจฉราพร ยกขุน. (2561). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษาโดยใช้เทคนิคเหมืองข้อมูล กรณีศึกษา หลักสูตรวิทยาการคอมพิวเตอร์และหลักสูตรเทคโนโลยีสารสนเทศ มหาวิทยาลัยราชภัฏยะลา. **วารสารสาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**, 5(4), 96-110.
- นนทวัฒน์ ทวีชาติ อารยา เพ็งประจัญ, วิไลรัตน์ ยาทองไชย และชูศักดิ์ ยาทองไชย. (2562). การวิเคราะห์ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาสภาพของนักศึกษาระดับปริญญาตรี ด้วยเทคนิคการทำเหมืองข้อมูล. **การประชุมวิชาการระดับชาติการจัดการเทคโนโลยีและนวัตกรรม ครั้งที่ 5 มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม** (น. 47-60). มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.
- บุษราภรณ์ มัทธนชัย ครรชิต มัลลียงค์ เสมอแข สมหอม และณัฐยา ตันตรานนท์. (2559). ภูมิความสัมพันธ์ของรายวิชาที่มีผลต่อการพัฒนาการศึกษาโดยใช้อัลกอริทึมอพริโอรี. **การประชุมวิชาการระดับชาติมหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร ครั้งที่ 3** (น. 456-469). มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร.
- ปฏิพัทธ์ ปุณยานนท์ และวงกต ศรีอุไร. (2561). การประยุกต์ใช้ภูมิความสัมพันธ์เพื่อวิเคราะห์ความเสี่ยงการออกกลางคันของนักศึกษาสาขาเทคโนโลยีสารสนเทศ. **วารสารวิทยาศาสตร์และวิทยาศาสตร์ศึกษา**, 1(2), 123-133.
- มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2564). **ประกาศมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี เรื่องเกณฑ์การวัดและประเมินผลการศึกษาระดับปริญญาตรี**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2565 จาก https://www.oreg.rmutt.ac.th/?wpfb_dl=1842
- ระบบบริการการศึกษามหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี. (2565). **ระบบบริการการศึกษา**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 4 สิงหาคม 2565 จาก https://oreg.rmutt.ac.th/?page_id=14908
- สิรินยา โมสิกะ. (2562). **การพัฒนาตัวจำแนกประเภทสถานะการสำเร็จการศึกษา จากภูมิความสัมพันธ์ของกลุ่มวิชาพื้นฐานวิชาชีพ** [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต ไม่ได้ตีพิมพ์]. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- สุกัญญา ทารส และทรงศักดิ์ ภูสีอ่อน. (2563). ปัจจัยจำแนกการออกกลางคันของนิสิตปริญญาตรี มหาวิทยาลัยมหาสารคาม. **วารสารการวัดผลการศึกษา มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**, 26(1), 273-287.
- สุรวัชร ศรีเปารยะ และสายชล สันสมบุญทอง. (2560). การเปรียบเทียบประสิทธิภาพวิธีการจำแนกกลุ่มการเป็นโรคไตเรื้อรัง: กรณีศึกษาโรงพยาบาลแห่งหนึ่งในประเทศไทย. **วารสารวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี**, 25(5), 839-853.
- อัจจิมา ปุ่นสุวรรณ และฐิมาพร เพชรแก้ว. (2564). การค้นหาปัจจัยที่ส่งผลต่อการพัฒนาสภาพกลางคันของนักศึกษาโดยใช้การค้นหาภูมิความสัมพันธ์. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์ สาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**, 8(1), 112-136.
- เอกวิจิตร เมยไธสง ฉวีวรรณ สีสัม และสุเทพ เมยไธสง. (2565). การพยากรณ์ผลการเรียนเพื่อวางแผนการลงทะเบียนเรียนของนักศึกษา สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬาโดยใช้วิธีการเรียนรู้ของเครื่อง. **วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์**, 6(2), 329-340.

- Astin, A. W. (1999). Student involvement: A developmental theory for higher education. **Journal of College Student Development**, 40(5), 518-529.
- Bean, J. P., & Eaton, S. B. (2000). The psychology underlying successful retention practices. **Journal of College Student Retention**, 3(1), 73-89.
- Dutt, A., Ismail, M. A., & Herawan, T. (2017). A systematic review on educational data mining. **IEEE Access**, 5, 15991-16005.
- Hosmer, D. W., Lemeshow, S., & Sturdivant, R. X. (2013). **Applied logistic regression** (3rd ed.). John Wiley & Sons.
- Kuh, G. D., Cruce, T. M., Shoup, R., Kinzie, J., & Gonyea, R. M. (2008). Unmasking the effects of student engagement on first-year college grades and persistence. **The Journal of Higher Education**, 79(5), 540-563.
- Pascarella, E. T., & Terenzini, P. T. (2005). **How college affects students: A third decade of research** (2nd ed.). Jossey-Bass.
- Robbins, S. B., Lauver, K., Le, H., Davis, D., Langley, R., & Carlstrom, A. (2004). Do psychosocial and study skill factors predict college outcomes? A meta-analysis. **Psychological Bulletin**, 130(2), 261-288.
- Romero, C., & Ventura, S. (2010). Educational Data Mining: A Review of the State of the Art. **IEEE Transactions on Systems Man and Cybernetics Part C (Applications and Reviews)**, 40(6), 601 - 618.
- Tinto, V. (2012). **Leaving college: Rethinking the causes and cures of student attrition**. University of Chicago Press.
- Tinto, V. (2017). Through the eyes of students. **Journal of College Student Retention: Research, Theory & Practice**, 19(3), 254-269.
- Williamson, B. (2017). **Big data in education: The digital future of learning, policy and practice**. Sage Publications.
- Yorke, M., & Longden, B. (2004). **Retention and student success in higher education**. McGraw-Hill Education.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อ
การตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน
Modern Marketing Mix Factors and Brand Image Perception Influencing Consumers'
Furniture Purchasing Decisions through Online Channels in Beijing, China

Lu WANG¹ และ วรศักดิ์ ทองศิริ²
(Lu WANG¹ and Worasak THONGSIRI^{2*})

¹⁻²คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข กรุงเทพมหานคร

¹⁻²Faculty of Business Administration Thongsook College, Bangkok, Thailand

*Corresponding author: e-mail: wt_engineering@yahoo.com

Article history:

Received 27 March 2025 Revised 28 April 2025

Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 0.00 %

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน กลุ่มตัวอย่างที่ศึกษาในการวิจัยนี้ คือ ผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในกรุงปักกิ่งและเคยมีประสบการณ์ซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 20 เท่าต่อตัวแปรสังเกตได้ ซึ่งในการวิจัยนี้มีตัวแปรสังเกตทั้งหมด 18 ตัวแปร จึงได้ขนาดตัวอย่างจำนวน 360 คน สุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง แต่ภายหลังการเก็บรวบรวมข้อมูลพบว่ามียอดการตอบกลับของข้อมูลที่สมบูรณ์จำนวน 300 ชุด คิดเป็นอัตราการตอบกลับเท่ากับ 83.33%

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บข้อมูลคือแบบสอบถาม และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยแบบจำลองสมการโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่และการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลเชิงบวกต่อการตัดสินใจซื้อเฟอร์นิเจอร์ผ่านช่องทางออนไลน์ของผู้บริโภคในกรุงปักกิ่ง ประเทศจีน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 ถึง .002 โดยมีอำนาจในการพยากรณ์ร้อยละ 36.6 ซึ่งการรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้าที่มีอิทธิพลสูงกว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ ดังนั้นการเสริมสร้างภาพลักษณ์แบรนด์และการใช้กลยุทธ์การตลาดสมัยใหม่เพื่อส่งเสริมพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภคในตลาดเฟอร์นิเจอร์

คำสำคัญ: ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดสมัยใหม่ การรับรู้ภาพลักษณ์ตราสินค้า การตัดสินใจซื้อ ช่องทางออนไลน์

ABSTRACT

This research aimed to examine the influence of modern marketing mix factors and brand image perception on consumers' decisions to purchase furniture through online channels in Beijing, China. The target population consisted of consumers residing in Beijing who had previously purchased furniture online. The sample size was determined based on the guideline of 20 respondents per observed variable, resulting in a required sample of 360 participants, as the study included 18 observed variables. A purposive sampling method was employed to select the participants. However, only 300 valid responses were collected, yielding a response rate of 83.33%.

Data were gathered using a structured questionnaire and analyzed through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM). The findings revealed that both modern marketing mix factors and brand image perception had a statistically significant positive influence on consumers' online furniture purchasing decisions, with p-values ranging from .000 to .002. The model demonstrated a predictive power of 36.6%, with brand image perception exerting a stronger influence than modern marketing mix factors. These results highlighted the importance of enhancing brand image and utilizing modern marketing strategies to foster online purchasing behavior in the furniture market.

Keywords: modern marketing mix, brand image perception, purchasing decisions, online channels

1. Introduction

Rapid technological development and the widespread acceptance of internet use have brought marketing into the modern age and made online shopping an important channel for consumers, offering convenience, a wide range of options and easy comparison of products and prices (Chaffey & Ellis-Chadwick, 2019). The Chinese e-commerce market is one of the largest and fastest growing markets in the world. Increasing internet access, improved logistics and a tech-savvy population make online shopping a matter of course (China Internet Network Information Center, 2023). The number of online shoppers in China has reached 782 million, with e-commerce sales accounting for a significant proportion of total retail sales. The capital Beijing is of great importance to the online market due to its large population and advanced technological infrastructure (McKinsey & Company, 2023).

The furniture industry in China is showing significant growth trends due to increased consumer spending and demand for home furnishings. Furniture stores that previously relied on traditional brick-and-mortar stores have gradually shifted to online platforms due to various factors such as increasing urbanization, consumers' fast-paced lifestyles and the demand for seamless shopping experiences (Deloitte, 2022). Online furniture stores offer diverse catalogs, detailed product descriptions, customer reviews and virtual room setups, allowing consumers to make informed decisions from the comfort of their own homes. This shift can be seen in the increasing number of online furniture retailers and the expansion of traditional furniture brands into the online space (Frost & Sullivan, 2022).

However, understanding consumer behavior is crucial for companies to succeed in the highly competitive online market (Solomon, 2018). Therefore, the traditional marketing mix characterized by the 4Ps (Product, Price, Place, Promotion) has evolved into a more digital marketing strategy framework known as the 4 Es (Experience, Exchange, Everyplace, Evangelism), which is relevant to the online shopping context (Lauterborn, 1990). First, Experience is the component that emphasizes the importance of providing memorable and exciting customer experiences, including an easy-to-use website interface, high-quality product images, and detailed product descriptions (Schiffman & Wisenblit, 2019). The ability to view products through augmented reality (AR) or virtual reality (VR) greatly enhances the shopping experience (PwC, 2020). Secondly, exchange refers to the value proposition for customers, which goes beyond price alone to include perceived value, ease of transaction and customer service. Offering competitive prices, flexible payment options, easy returns and efficient customer support are therefore crucial components of exchange (Kotler & Armstrong, 2018). Thirdly, Everyplace is the component that aims to reach customers everywhere. This includes a strong online presence on various platforms such as websites, social media and applications. Therefore, seamless product availability through a well-integrated omnichannel strategy is essential, as are efficient logistics and delivery services to ensure that products reach customers quickly and in good condition (Forrester Research, 2022). Finally, evangelism is the

component that focuses on creating brand advocates who promote the brand through word of mouth and social media. Positive customer reviews, collaboration with influencers and engaging content marketing play a crucial role in creating brand advocates. Satisfied customers who share their positive experiences can significantly influence the purchasing decisions of potential buyers (Edelman, 2020). Furthermore, brand image is a crucial factor that determines consumer behavior, especially in the online context where there is no physical interaction with the product. A strong brand image, characterized by attributes such as reliability, quality and trustworthiness, can significantly influence consumer trust and purchasing decisions (Aaker, 1991). In the furniture industry, where perceived value and product longevity are important, brand image is even more important. Brands that can effectively communicate their values and maintain a positive online image have a greater chance of succeeding in the highly competitive e-commerce environment (Keller, 2013).

Considering the above situation, the researcher recognizes that the study of modern marketing mix factors, especially the 4E framework, and the perception of brand image that influence the decision to purchase furniture through online channels in Beijing should not be overlooked. As e-commerce continues to evolve, companies must adapt their strategies to meet the changing needs and preferences of consumers. This study will provide valuable insights into the key drivers of online furniture purchases and help companies improve their marketing efforts, support the growth of the industry, provide information for policy and regulation formulation, and contribute to academic literature. Ultimately, understanding these factors will help companies build stronger connections with consumers and grow in the highly competitive online marketplace.

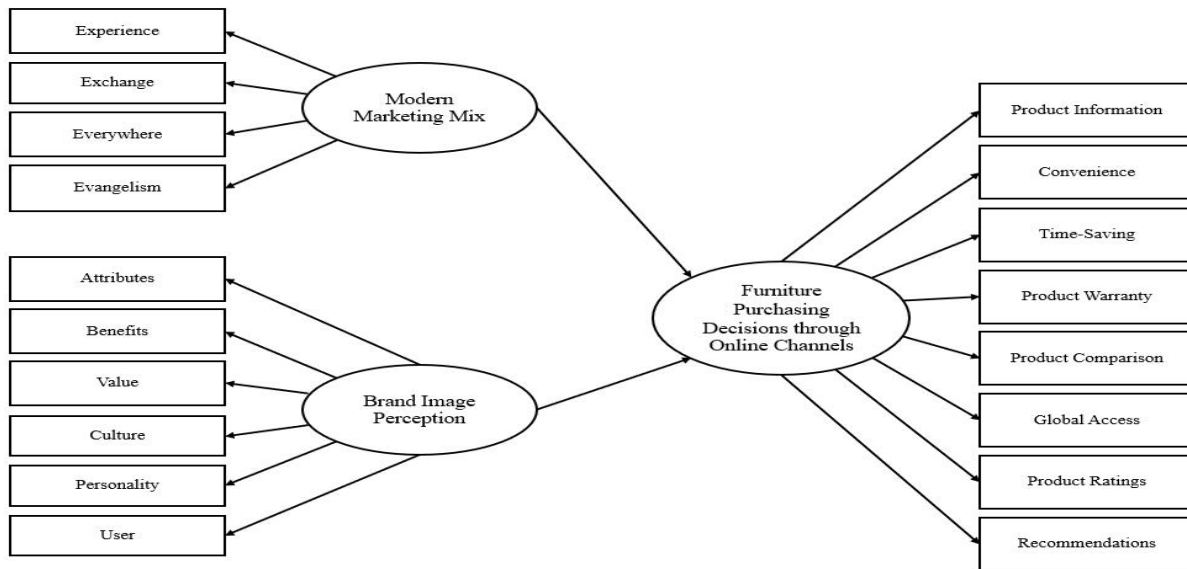
Research objectives

1. To investigate the factors of modern marketing mix that influence consumers' decision to purchase furniture through online channels in Beijing, China.
2. To investigate the influence of brand image perception on consumers' decision to purchase furniture through online channels in Beijing, China.

Research hypothesis

1. Modern marketing mix factors influence consumers' decision to purchase furniture through online channels in Beijing, China.
2. Brand image perception influences consumers' decision to purchase furniture through online channels in Beijing, China.

Research Framework



Finger 1. Conceptual framework

2. Literature review

2.1 Concepts and theories related to the modern marketing mix (4Es)

The modern marketing mix (4Es) is an interesting new concept developed from the traditional marketing mix (4P), which has long been used as a marketing tool applied by all businesses (Suherlan & Okombo, 2023). However, in the current era where the internet plays a more significant role, a new Marketing Model has been developed into the modern marketing mix (4Es) to respond to the present world (Fei & Kenikasahmanworakhun, 2023). Fetherstonhaugh (2018) stated that the modern marketing mix (4Es) is a transformation of the traditional marketing mix known as "4Ps" into a new form called "4Es". By combining marketing and strategy to develop more comprehensive and appropriate marketing plans and strategies. The components of the modern marketing mix (4Es) are as follows: (1) Experience, (2) Exchange, (3) Everywhere, and (4) Evangelism.

2.2 Concepts and theories related to brand image

Rossolatos (2017) defined brand image as a symbol used to represent the brand beyond its physical characteristics. It has personal and social meanings, including various values attached to the product, making these products like symbols that consumers use to emphasize their self-image. Dwivedi et al. (2021) described brand image as a physical form that has social and psychological effects. The components of brand image stimulate positive attitudes and feelings towards the brand, which include attributes, benefits, values, and user personality. While Buil et al. (2016) state that creating a brand image is important in product strategy. Well-known brands allow for higher pricing of products. A brand is a complex symbol that can convey meaning in 6 aspects including attributes, benefits, value, culture, personality, and user.

2.3 Concepts and theories related to purchasing decisions

Karnreungsiri and Praditsuwan (2017) defined consumer purchase decision as the process of choosing a product from two or more alternatives. It is a decision-making process in the form of mental, cognitive, and behavioral aspects. Petcharat and Leelasantitham (2021) state that consumer purchase decision is the action of a person related to acquiring goods and services, including the decision-making process and actions of that person regarding buying and using products. Qazzafi (2019) explains the buying decision process as a sequential set of steps that consumers typically follow when making purchasing decisions. Based on survey data from numerous consumers, it was found that the process generally consists of five distinct stages: (1) need recognition or problem recognition, where the consumer identifies a need or problem that requires a solution; (2) information search, during which the consumer seeks relevant information about possible solutions; (3) evaluation of alternatives, where different options are compared based on various attributes; (4) purchase decision, in which the consumer selects and buys the most suitable product; and (5) post-purchase behavior, which involves the consumer's reflection and satisfaction level after the purchase has been made.

Recent studies further strengthen the theoretical foundation of this research by highlighting the importance of marketing mix factors and brand image in influencing purchasing decisions. Sugito et al. (2022) found that product, price, promotion, and retail service significantly affect purchase decisions and customer loyalty in modern retail settings, aligning with the role of marketing mix elements observed in online furniture markets. Widyastuti et al. (2020) similarly reported that product and place factors have a positive impact on purchase decisions, emphasizing the relevance of product attributes and accessibility. In the online context, Liu and Kenikasahmanworakhun (2023) demonstrated that the 4Es marketing mix, including experience and exchange, significantly enhances customer satisfaction, supporting the present study's emphasis on the modern marketing approach. Furthermore, Anwar and Andrean (2020) and Havidz and Mahaputra (2020) highlighted that brand image, alongside perceived quality and price perception, exerts a substantial positive effect on consumers' online purchase decisions. These findings collectively reinforce the critical influence of marketing strategies and brand image in shaping consumer behavior, particularly in digital environments such as the online furniture market in Beijing.

3. Methodology

3.1 Population and Sample

The population for this study consisted of consumers who have purchased or previously purchased furniture through online channels and are currently residing in Beijing, China. Due to the large and indeterminable population size, the exact number of the population was unknown. Therefore, the sample size determination adhered to the criteria proposed by Hair et al. (2017), who recommended that the minimum sample size for Structural Equation Modeling (SEM) should

be at least 20 times the number of observed variables. In this study, there were 18 observed variables, indicating a required minimum sample size of 360 participants. The sampling technique employed was non-probability purposive sampling, targeting consumers who met the specified criteria. Although purposive sampling may have some limitations regarding data inference, it is considered appropriate for reaching the target group effectively under the circumstances where the population frame is unknown. After the data collection process, 300 completed questionnaires were obtained within the specified timeframe, representing a response rate of 83.33%, which exceeds the generally accepted minimum threshold of 50%, thereby affirming an adequate and acceptable response rate for analysis. Although the achieved sample size was slightly lower than the targeted 360 participants, this does not significantly impact the reliability of the findings because the Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) technique is particularly suitable for small sample sizes and complex models, and it is recognized for its ability to provide stable and reliable parameter estimates even when sample sizes are limited (Hair et al., 2021).

3.2 Research Instruments

The instrument used for data collection in this research was a structured questionnaire, developed by the researcher based on a comprehensive review of various concepts, theories, and related studies to serve as a framework for questionnaire construction. The questionnaire included both closed-ended and open-ended questions, with the closed-ended questions divided into four parts: (1) Personal information of respondents, covering gender, age, marital status, education level, income, and occupation; (2) Consumer opinions on the modern marketing mix 4Es; (3) Consumer opinions on brand image; and (4) Decisions to purchase furniture through online channels. To ensure content validity and to preliminarily address common method bias, the researcher presented the draft questionnaire to three experts for evaluation, with the Index of Item-Objective Congruence (IOC) values ranging from 0.67 to 1.00, exceeding the minimum acceptable threshold of 0.50. Furthermore, the reliability of the questionnaire was assessed using Cronbach's Alpha Coefficient, where the reliability values for each scale exceeded the standard threshold of 0.70, indicating satisfactory internal consistency. Specifically, the 18-item modern marketing mix scale showed reliability values ranging from 0.843 to 0.907, the 24-item brand image scale ranged from 0.853 to 0.884, and the 8-item furniture purchasing decision scale achieved a reliability coefficient of 0.926. These procedures confirm the adequacy of the instrument's validity and reliability for subsequent data collection and analysis.

3.3 Data Analysis

The data analysis in this research consisted of both descriptive and inferential statistics. Descriptive statistics were employed to present preliminary information about the sample group, with general respondent information analyzed using frequency distribution tables, including frequency and percentage. For hypothesis testing, inferential statistics were applied using Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) via the ADANCO software,

which allowed for simultaneous analysis of the relationships between independent and dependent variables. The model estimation was conducted using the consistent PLS algorithm with a bootstrapping resampling method of 5,000 subsamples to assess the significance of path coefficients. Model fit was evaluated through multiple criteria, including the Average Variance Extracted ($AVE > 0.50$), Dijkstra-Henseler's rho ($\rho_A > 0.70$), Jöreskog's rho ($\rho_C > 0.70$), and Cronbach's alpha ($\alpha > 0.70$), ensuring sufficient convergent validity and internal consistency reliability. Discriminant validity was assessed using the Fornell-Larcker criterion, which requires that the square root of the AVE for each latent construct must be greater than its highest correlation with any other construct. Meeting this condition indicates that each construct is distinct and that there is no issue of multicollinearity among the latent variables.

4. Results

4.1 Results of the analysis of respondents' general information

The majority of respondents were female, comprising 176 individuals (58.67%). Most respondents were aged between 31 and 40 years, accounting for 149 individuals (49.67%). A significant portion were married or living together, totaling 236 individuals (78.67%). Additionally, 176 respondents (58.67%) held a bachelor's degree. The majority had an average monthly income between 4,001 and 6,000 CNY, represented by 117 individuals (39.00%). Furthermore, 130 respondents (43.33%) were private sector employee.

4.2 Results of the analysis of modern marketing mix factors, brand image, and purchasing decisions

The analysis of modern marketing mix factors, brand image, and purchasing decisions was conducted using descriptive statistics, with mean and standard deviation calculated for each factor. To interpret the level of opinion, the five-point Likert scale was divided into five levels based on an interval width of 0.80 as follows: (1) a mean score between 4.21–5.00 was interpreted as "highest"; (2) a mean score between 3.41–4.20 as "high"; (3) a mean score between 2.61–3.40 as "moderate"; (4) a mean score between 1.81–2.60 as "low"; and (5) a mean score between 1.00–1.80 as "lowest." The results of the data analysis are presented in Table 1.

Table 1. The mean and standard deviation of each factors

Factors	$\bar{X}$	SD	Level of opinion
Modern Marketing Mix Factors			
- Experience	3.40	0.95	Moderate
- Exchange	3.34	1.02	Moderate
- Everywhere	3.31	0.98	Moderate
- Evangelism	3.38	1.01	Moderate

Table 1. (Cont.)

Factors	$\bar{X}$	SD	Level of opinion
Brand Image Perception			
- Benefits	3.34	1.02	Moderate
- Value	3.41	1.03	High
- Culture	3.35	0.97	Moderate
- Personality	3.34	0.98	Moderate
- Attributes	3.36	0.94	Moderate
- User	3.34	1.02	Moderate
Furniture Purchasing Decisions			
- Product Information (ZY1)	3.35	1.21	Moderate
- Convenience (ZY2)	3.41	1.15	High
- Time-Saving (ZY3)	3.41	1.18	High
- Product Warranty (ZY4)	3.43	1.20	High
- Product Comparison (ZY5)	3.47	1.14	High
- Global Access (ZY6)	3.41	1.10	High
- Product Ratings (ZY7)	3.44	1.18	High
- Recommendations (ZY8)	3.39	1.18	Moderate

4.3 Hypothesis testing results

Table 2. Shows the test results for structural integrity and component weight

Factors	Loading	AVE	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_C)	Cronbach's alpha (α)
Modern Marketing Mix		.553	.740	.831	.732
- Experience	.755				
- Exchange	.777				
- Everywhere	.688				
- Evangelism	.751				
Brand Image Perception		.509	.861	.807	.809
- Benefits	.751				
- Value	.709				
- Culture	.685				
- Personality	.711				
- Attributes	.707				
- User	.715				

Table 2. (Cont.)

Factors	Loading	AVE	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_c)	Cronbach's alpha (α)
Purchasing Decisions		.660	.927	.939	.926
- Product Information	.820				
- Convenience	.795				
- Time-saving	.788				
- Product Warranty	.834				
- Product Comparison	.803				
- Global Access	.805				
- Product Ratings	.826				
- Recommendations	.826				

Based on Table 2, it was found that all observed variables in the model have factor loading values greater than 0.5, ranging from .685 to .834, which signifies their reliability in measurement. The Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A) values range from .740 to .927, Jöreskog's rho (ρ_c) values range from .807 to .939, and Cronbach's alpha (α) falls within the range of .732 to .926. Notably, all these values exceed the 0.7 threshold, confirming the reliability of the measurement. Additionally, the latent variables demonstrate discriminant validity, with AVE values above 0.5, ranging from .509 to .660 (Henseler, Hubona, & Ray, 2016).

Table 3. Shows a comparison of discriminant validity according to the Fornell-Larcker criterion

Factors	Modern Marketing Mix	Brand Image Perception	Purchasing Decisions
Modern Marketing Mix	.743		
Brand Image Perception	.608	.713	
Purchasing Decisions	.302	.344	.812

Based on Table 3, it was found that the model exhibits discriminant validity, as evidenced by the fact that the square roots of the Average Variance Extracted (AVE) are higher than the correlations (r) between each latent variable. This finding aligns with the criteria established by Henseler et al. (2016), which stipulate that each latent variable must have a relationship with other latent variables that does not exceed the square root of the AVE. The correlations between latent variables in this model range from .302 to .608.

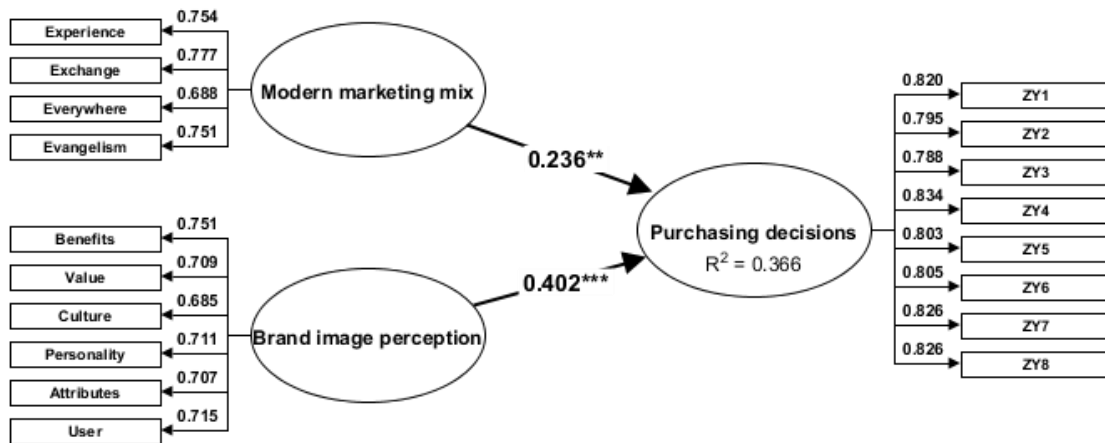


Figure 2. Shows the results of hypothesis testing

Table 4. Shows the effects of the modern marketing mix and brand image perception on furniture purchasing decisions through online channels

Factors	Purchasing Decisions			
	Beta	t-test	p-value	Cohen's F2
- Modern Marketing Mix	.236	2.939	.002**	0.034
- Brand Image Perception	.402	5.142	.000***	0.100

*** p-value < .001, ** p-value < .01, * p-value < .05

Based on Table 2, it was found that both the modern marketing mix and brand image perception have a statistically significant influence on furniture purchasing decisions through online channels of consumers in Beijing, China, with significance levels ranging from .000 to .002. The model exhibits a predictive power of 36.6% ($R^2 = 0.366$), indicating that approximately one-third of the variance in consumers' purchasing decisions can be explained by the modern marketing mix and brand image perception, which reflects a moderate level of explanatory power.

In terms of effect size, brand image perception ($\beta = .402$) has a greater impact compared to the modern marketing mix ($\beta = .236$). Furthermore, the Cohen's F^2 values ranged from 0.034 to 0.100, where an F^2 value around 0.02 indicates a small effect and around 0.15 a medium effect. Therefore, the results suggest that both factors exert a small to moderate effect on purchasing decisions, highlighting that while marketing efforts and brand image building strategies are important, other external factors may also play a significant role in influencing consumers' decisions in the online furniture market in Beijing.

5. Conclusion and discussion

The findings reveal that brand image perception has the greatest influence on consumers' decisions to purchase furniture through online channels in Beijing, China. A strong brand image plays a vital role in building trust and fostering positive attitudes toward products, both of which

are essential in online shopping environments where physical interaction with the product is absent. As consumers rely heavily on visual cues and brand reputation, a favorable brand image enhances confidence in product quality and reduces perceived risk, thereby increasing the likelihood of purchase. This finding is consistent with the results of Björck and Lu (2019), who emphasized that brand image enhances consumer trust and reduces the reliance on physical evaluation. When examining factor loadings within the model, product warranty emerged as a crucial element influencing purchasing decisions. In online settings where consumers cannot inspect the furniture in person, the presence of a comprehensive and reliable product warranty serves as a substitute for physical assurance. It reduces consumer uncertainty, signals product durability, and acts as a commitment from the brand to stand behind its offerings. The inclusion of a clear warranty policy can thus be a decisive factor in finalizing a purchase.

Within the brand image construct, the "benefits" dimension had the highest factor loading, indicating that consumers prioritize furniture that delivers tangible advantages, particularly health-related features such as ergonomic design. This reflects broader consumer preferences for comfort and wellness, especially in home and work environments. Buil et al. (2016) noted that perceived functional benefits enhance brand perception and foster long-term trust. The next most influential dimension was "user," highlighting the importance of ease of use and maintenance. Consumers are more inclined to buy furniture that is simple to assemble, clean, and move, especially when purchasing online where assurance about usability significantly influences confidence (İşoraité, 2018). The "personality" dimension followed, underscoring the emotional resonance between the brand and the consumer. Brands that project a personality aligned with consumers' self-image foster deeper loyalty and sustained brand preference.

Following brand image, the modern marketing mix ranked second in influencing online furniture purchase decisions. Modern marketing emphasizes consumer-centric strategies tailored for digital contexts, such as delivering value, personalized experiences, and omnichannel engagement. Dwivedi et al. (2021) identified the 4Es of modern marketing: Experience, Exchange, Everywhere, and Evangelism, as critical to addressing the needs of digital-era consumers. In this study, "Exchange" exhibited the highest factor loading, indicating that consumers highly value receiving quality products at reasonable prices. Price transparency and the ability to compare across platforms empower consumers to assess value more efficiently, strongly motivating online purchases. Poteet (2017) supported this, noting that perceived value and quality are primary drivers of simplified decision-making.

The "Experience" component followed closely, with consumers emphasizing the importance of intuitive online shopping processes, responsive customer service, and smooth transactions. Positive experiences build confidence in online platforms, as noted by Sharma (2024), who highlighted customer experience as essential for long-term brand relationships. The "Evangelism" component was also significant, as consumers place considerable trust in peer-generated content such as reviews, ratings, and social media posts. These forms of digital word-

of-mouth shape perceptions and influence behavior more effectively than traditional advertising (Fetherstonhaugh, 2018). Lastly, "Everywhere" had the lowest influence. While reliable delivery and availability contribute to satisfaction, they are perceived as expected standards rather than differentiating factors in purchase decisions. This is consistent with Mir-Bernal and Sadaba (2022), who noted that accessibility and convenience are now considered baseline expectations in modern e-commerce environments.

It is important to recognize that these findings are specific to consumers in Beijing, China, and caution should be exercised when generalizing the results to other regions or countries. The cultural and economic context of Beijing, characterized by a highly developed e-commerce infrastructure, high smartphone penetration, and a consumer culture that emphasizes brand reputation, likely amplifies the role of brand image in purchasing decisions. In this environment, consumers may rely more heavily on brand cues to compensate for the inability to physically interact with products. This reliance may explain why brand image perception exerts a stronger influence than the modern marketing mix. While marketing strategies remain important, they appear to serve a supportive role by enhancing the overall brand experience rather than independently driving purchase behavior. A critical understanding of these dynamics highlights the importance for brands operating in Beijing's online furniture market to prioritize brand-building efforts alongside delivering superior customer experiences.

5.1 Suggestions for use in this research

Based on the findings, several policy and practical recommendations can be drawn to enhance online furniture purchasing decisions, particularly in the context of brand image perception and modern marketing practices. As the "benefits" dimension was the most influential, companies should highlight health-related features such as ergonomic design that supports comfort and wellbeing, especially in their advertising content. Ease of use and maintenance are also critical; therefore, product designs should prioritize user-friendliness and include clear usage instructions to reduce buyer hesitation online. Brand personality, especially when portrayed as modern, trustworthy, or relatable, helps foster emotional connections, and should be consistently conveyed across digital platforms. Price-value perception also plays a central role; offering high-quality products at fair prices and promoting discounts can increase perceived value and drive sales. In addition, emphasizing durable product attributes and aligning design with cultural elements familiar to the target market such as Chinese aesthetics can deepen brand connection and enhance consumer trust.

From a marketing perspective, a competitive pricing strategy that clearly communicates product value is essential. Creating a seamless online experience through intuitive interfaces, fast service, and responsive support strengthens customer satisfaction and builds trust. Encouraging customers to share their experiences through reviews or social media enhances credibility and amplifies word-of-mouth marketing. Although convenience of delivery had less influence on purchase decisions, it remains a key expectation; providing reliable, trackable,

and wide-reaching delivery options contributes to overall satisfaction and strengthens brand reputation. Together, these approaches can effectively increase consumer confidence, enhance brand loyalty, and boost purchasing behavior through online channels.

5.2 Future research

Future research should explore the influence of psychological and emotional factors on online furniture purchasing decisions, including consumer confidence, concerns about product quality, and emotional attachment to brands. Understanding these internal drivers can support the development of marketing strategies that resonate more deeply with consumer motivations. Additionally, a comparative study should be conducted to examine how brand image perception and the modern marketing mix influence purchasing behavior across different industries, such as apparel or electronics. Insights from such studies would help determine whether these factors hold similar weight in other sectors or if industry-specific variations exist that require distinct strategic approaches.

Another important area for future investigation is the role of emerging technologies such as artificial intelligence (AI) and virtual reality (VR) in shaping the online furniture shopping experience. Exploring how these innovations improve customer interaction, reduce perceived risk, and simulate in-store experiences can offer guidance for enhancing digital engagement and increasing customer loyalty. Furthermore, the influence of customer reviews and feedback should be examined more thoroughly, especially in the context of the furniture industry. As online reviews play a significant role in building trust and shaping consumer decisions, understanding how to effectively manage and leverage this feedback will provide valuable direction for brands aiming to strengthen their online presence and reputation.

References

- Aaker, D. A. (1991). **Managing brand equity**. Free Press.
- Anwar, M., & Andrean, D. (2020). The effect of perceived quality, brand image, and price perception on purchase decision. In **Proceedings of the 4th International Conference on Sustainable Innovation 2020-Accounting and Management (ICoSIAMS 2020)**, 176, (pp.78-82). Atlantis Press.
- Björck, L., & Lu, M. (2019). **Technological innovation in marketing and its effect on consumer behaviour** [Unpublished master's thesis]. Lund University.
- Buil, I., Catalánb, S., & Martínez, E. (2016). The importance of corporate brand identity in business management: An application to the UK banking sector. **BRQ Business Research Quarterly**, 19(1), 3-12.
- Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). **Digital marketing: Strategy, Implementation, and Practice**. Pearson.

- China Internet Network Information Center. (2023). **Statistical report on internet development in China**. [Online]. Retrieved April 18, 2023 from <https://www.cnnic.com.cn/>
- Deloitte. (2022). **Global powers of retailing 2022**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://www.deloitte.com/cbc/en/Industries/consumer/analysis/global-powers-of-retailing-2022.html>
- Dwivedi, Y. K., Ismagilova, E., Hughes, D. L., Carlson, J., Filieri, R., Jacobson, J., ... & Wang, Y. (2021). Setting the future of digital and social media marketing research: Perspectives and research propositions. *International journal of information management*, **59**, 102168.
- Edelman, D. (2020). **Building brand evangelists in a digital world**. Harvard Business Review.
- Fei, L., & Kenikasahmanworakhun, P. (2023). Online marketing mix and online business quality affecting customer's satisfaction: A case of Asiapac Net Media Limited, China. *Journal of Value Chain Management and Business Strategy*, **2**(2), 1-18.
- Fetherstonhaugh B. (2018). **The 4Ps are out, the 4Es are in**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://davidpaulcarter.com/wp-content/uploads/2018/08/four-es-of-marketing.pdf>
- Forrester Research. (2022). **Mastering the art of omnichannel retailing**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://www.forrester.com/report/mastering-the-art-of-omnichannel-retailing/RES129320>
- Frost & Sullivan. (2022). **Global network recording market, forecast to 2022**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://store.frost.com/global-network-recording-market-forecast-to-2022.html>
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)** (3rd ed.). Sage.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., Sarstedt, M., & Thiele, K. O. (2017). Mirror, mirror on the wall: a comparative evaluation of composite-based structural equation modeling methods. *Journal of the academy of marketing science*, **45**, 616-632.
- Havidz, H. B. H., & Mahaputra, M. R. (2020). Brand image and purchasing decision: Analysis of price perception and promotion (Literature review of marketing management). *Dinasti International Journal of Economics, Finance & Accounting (DIJEFA)*, **1**(4), 727-741.
- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. *Industrial management & data systems*, **116**(1), 2-20.
- Išoraitė, M. (2018). Brand image theoretical aspects. *IJBE (Integrated Journal of Business and Economics)*, **2**(1), 116-122.
- Karnreungsiri, I., & Praditsuwan, N. (2017). Factors influencing buying behavior and buying decision process of customers: An examination on relationship using one-way analysis of variance. *PSAKU International Journal of Interdisciplinary Research*, **6**(2), 76-84.

- Keller, K. L. (2013). **Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity**. Pearson.
- Kotler, P., & Armstrong, G. (2018). **Principles of marketing** (17th ed.). Pearson.
- Lauterborn, R. (1990). **New marketing litany: 4Ps passé; c-words take over**. Advertising Age.
- Liu, F., & Kenikasahmanworakhun, P. (2023). Online marketing mix and online business quality affecting customer's satisfaction: A case of Asiapac Net Media Limited, China. **Journal of Value Chain Management and Business Strategy**, 2(2), 1-14.
- McKinsey & Company. (2023). **China's digital economy: A leading global force**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://www.mckinsey.com/featured-insights/china/chinas-digital-economy-a-leading-global-force>
- Mir-Bernal, P., & Sadaba, T. (2022). The ultimate theory of the marketing mix: A proposal for marketers and managers. **International Journal of Entrepreneurship**, 26(54), 1-22.
- Petcharat, T., & Leelasantitham, A. (2021). A retentive consumer behavior assessment model of the online purchase decision-making process. **Heliyon**, 7(3), 1-42.
- Poteet, J. (2017). **The next evolution of marketing mix: growing our company in the me generation**. Retrieved February 21, 2025 from: <https://medium.com/tradecraft-traction/the-next-evolution-of-marketing-mix-growing-our-company-in-the-me-generation-d3e98779a21d>.
- PwC. (2020). **Virtual and augmented reality could deliver a £1.4trillion boost to the global economy by 2030 - PwC**. [Online]. Retrieved February 21, 2025 from: <https://www.pwc.com/id/en/media-centre/press-release/2020/english/virtual-and-augmented-reality-could-deliver-a-p1-4trillion-boost.html>
- Qazzafi, S. (2019). Consumer buying decision process toward products. **International Journal of Scientific Research and Engineering Development**, 2(5), 130-134.
- Rossolatos, G. (2017). Consumer perception of brand image: Country of origin and country of ownership in electric vehicle brands. **Social Semiotics**, 28(3), 412-428.
- Schiffman, L. G., & Wisenblit, J. (2019). **Consumer behavior** (12th ed.). Pearson.
- Sharma, R. (2024). The Effects of Parental Involvement on Student Academic Success. **Global International Research Thoughts**, 12(1), 43-48.
- Solomon, M. R. (2018). **Consumer behavior: Buying, Having, and Being** (12th ed.). Pearson.
- Sugito, A., Sairun, A., Astuti, D., & Saragih, M. G. (2022). Modern retail marketing mix analysis of customer loyalty with buying decisions as an intervening variable. **International Journal of Social Science and Business**, 6(4), 594-604.
- Suherlan, S., & Okombo, M. O. (2023). Technological innovation in marketing and its effect on consumer behaviour. **Technology and Society Perspectives (TACIT)**, 1(2), 94-103.
- Widyastuti, A. N., Pujiharto, Tubastuvi, N., & Santoso, S. B. (2020). The effect of marketing mix on purchase decisions (Study on minimarket consumers with campus brands in the Banyumas Regency). **Jurnal Manajemen Bisnis**, 11(2), 163-176.

ผลกระทบของการฝึกอบรมและพัฒนา และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรต่อ
ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน: กรณีศึกษา บริษัท Beijing Anti Technology Co., Ltd.
Effect of Training and Development and Organizational Citizenship Behavior on
Employee Performance: Case Study Beijing Anti Technology Co., Ltd.

Yuxin GAO¹ และ วรศักดิ์ ทองศิริ²
(Yuxin GAO¹ and Worasak THONGSIRI^{2*})

¹⁻²คณะบริหารธุรกิจ วิทยาลัยทองสุข กรุงเทพมหานคร

¹⁻²Faculty of Business Administration Thongsook College, Bangkok, Thailand

*Corresponding author: e-mail: wt_engineering@yahoo.com

Article history:

Received 27 March 2025 Revised 28 April 2025

Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 0.00 %

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาผลกระทบของการฝึกอบรมและพัฒนาและพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรที่มีต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานในบริษัท Beijing Anti Technology Co., Ltd. ประชากรในการวิจัยประกอบด้วยพนักงานจำนวน 306 คน โดยกลุ่มตัวอย่างจำนวน 240 คน ได้มาจากการสุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถามแบบมีโครงสร้าง ซึ่งพัฒนาขึ้นจากทฤษฎีที่เกี่ยวข้อง วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนาและสถิติเชิงอนุมาน โดยทดสอบสมมติฐานด้วยการวิเคราะห์แบบจำลองโครงสร้างกำลังสองน้อยที่สุดบางส่วน (PLS-SEM) ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ .05

ผลการวิจัยพบว่า การฝึกอบรมและพัฒนา และพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร มีผลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .000 โดยแบบจำลองมีความสามารถในการพยากรณ์เท่ากับร้อยละ 31.6 และพบว่าพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กรมีอิทธิพลต่อประสิทธิภาพการปฏิบัติงานมากกว่าการฝึกอบรมและพัฒนา ผลการวิจัยดังกล่าวสะท้อนให้เห็นว่าการส่งเสริมพฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ควบคู่ไปกับการจัดการฝึกอบรมที่มีประสิทธิภาพ มีความสำคัญต่อการเพิ่มผลผลิตภาพของพนักงานและผลลัพธ์ขององค์กร

คำสำคัญ: การฝึกอบรมและพัฒนา พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์กร ประสิทธิภาพการปฏิบัติงานของพนักงาน

ABSTRACT

This research aimed to investigate the impact of training and development, as well as organizational citizenship behavior (OCB), on employee performance at Beijing Anti Technology Co., Ltd. The population consisted of 306 employees of Beijing Anti Technology Co., Ltd., with a sample of 240 participants selected using multi-stage sampling. The research instrument was a structured questionnaire developed from relevant theories. Data were analyzed using both descriptive and inferential statistics, with hypothesis testing conducted through Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) at a .05 significance level.

The results revealed that both training and development and OCB had statistically significant effects on employee performance at the .000 level. The model demonstrated a predictive power of 31.6%, with OCB exerting a greater influence on performance than training and development. These findings suggest that fostering citizenship behaviors and offering effective training strategies are essential for enhancing employee productivity and organizational outcomes.

Keywords: training and development, organizational citizenship behavior, employee performance

1. Introduction

Employee performance is a critical determinant of organizational success, directly influencing the efficiency, effectiveness, and competitiveness of a company. In today's rapidly evolving business environment, organizations must prioritize employee development and cultivate positive behaviors in the workplace to sustain their competitive edge (Huang et al., 2019). This is particularly relevant in technology-driven industries, where continuous innovation and adaptability are essential for survival.

Training and development represent fundamental aspects of human resource management, aimed at enhancing employees' skills, knowledge, and capabilities. Effective training programs not only boost individual performance but also contribute to the overall growth of the organization by fostering a culture of continuous learning and adaptation. Noe (2020) highlights that addressing skill gaps, improving job satisfaction, and providing career advancement opportunities through training are crucial for maintaining organizational competitiveness. However, in the context of rapidly changing technological environments, the impact of training and development on employee performance becomes even more pronounced, necessitating focused research in this area.

In parallel, Organizational Citizenship Behavior (OCB) is recognized as a significant contributor to organizational efficiency. OCB involves voluntary behaviors that are not explicitly rewarded but are essential for enhancing organizational effectiveness. These behaviors include supporting colleagues, taking initiative, and demonstrating a strong commitment to organizational goals. Podsakoff et al. (2014) emphasize that OCB fosters teamwork, reduces turnover intentions, and creates a supportive work environment, ultimately leading to higher organizational efficiency. The synergy between training and development and OCB is particularly important in technology companies, where the need for collaboration, innovation, and adaptability is paramount. Despite the recognized benefits of both training and development and OCB, there remains a significant research gap in understanding their combined impact on employee performance, especially within the unique cultural context of technology companies in China (Aguinis & Kraiger, 2009). In such environments, where technological advancement and rapid market changes are the norm, it is crucial to understand how these factors interact to influence employee performance.

Beijing Anti Technology Co., Ltd., founded in 2016, specializes in industrial network security technologies and is recognized as a pioneer in the industry. With more than 10 years of experience, the company has developed a wide range of products and services tailored to industries such as energy, petroleum, and rail transportation. Operating in a highly competitive and rapidly evolving industry, Beijing Anti Technology recognizes the importance of developing a skilled and motivated workforce capable of adapting to changing demands. The company has made significant investments in comprehensive training and development programs and

actively promotes OCB among its employees to enhance overall efficiency and maintain its leading market position.

Given this context, the current study seeks to explore the "Impact of Training and Development and Organizational Citizenship Behavior on Employee Performance: Case Study Beijing Anti Technology Co., Ltd." This research aims to investigate how these two critical factors—training and development, and OCB—interact to influence employee performance in a technology company operating within China’s dynamic business landscape. Understanding this relationship will provide valuable insights for developing strategic HR practices that not only enhance employee skills but also foster a culture of excellence and collaboration within the organization. The findings will serve as a guideline for improving employee performance and, consequently, strengthening the company’s competitiveness in the industry.

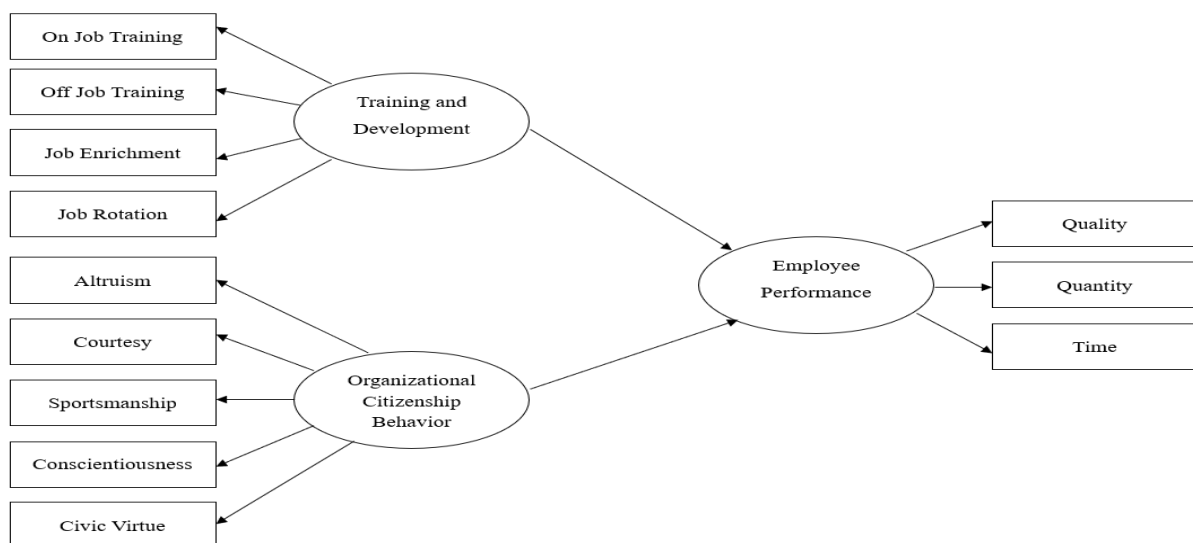
Research objectives

1. Investigating the impact of training and development on employee performance of Beijing Anti Technology Co, Ltd.
2. To study the impact of organizational citizenship behavior on employee performance of Beijing Anti Technology Co, Ltd.

Research hypothesis

1. Training and development impact employee performance of Beijing Anti Technology Co., Ltd.
2. Organizational citizenship behavior impact employee performance of Beijing Anti Technology Co., Ltd.

Research Framework



Finger 1. Conceptual framework

2. Literature review

2.1 Concepts and theories related to Training and Development

Training and Development refers to the development of human resources within an organization to have the knowledge, skills, and abilities necessary for work, in order to respond to the needs and changes in a rapidly developing organization (Arulsamy et al., 2023). Rodriguez and Walters (2017) defined Training and Development as a process of developing and promoting personnel to have knowledge, abilities, understanding, work skills, as well as good attitudes and behaviors to improve work efficiency both in the present and future. Ismael et al. (2021) state that Training and Development is a process of finding, developing, rewarding, and retaining people with abilities and potential within the organization. In development, appropriate methods can be chosen to match the nature of the work for each individual and department, which can be categorized into 4 aspects as follows: (1) On Job Training is a tool for personnel development through practical training in real settings. (2) Off Job Training is formal training organized by departments or institutions, with staff responsible for arranging the training. (3) Job Enrichment is a management activity that focuses on job design. And (4) Job Rotation is the exchange and rotation of personnel to perform other duties, focusing on changing jobs while the position and benefits received remain the same (Arulsamy et al., 2023).

2.2 Concepts and theories related to Organizational Citizenship Behavior

The characteristics of a "good person" or an individual who aims to benefit others, such as providing help, being attentive, and respecting the differences of others, are referred to as "Organizational Citizenship Behavior or OCB" (Ünal & Kaygin, 2019). Ndoja and Malekar (2020) defined Organizational Citizenship Behavior as behavior that originates from the personnel themselves, which the organization has not prescribed for practice. It is a willingness to work without expecting any rewards. It is beneficial behavior that affects the effectiveness and success of the organization. Organ (1988) described 5 components of Organizational Citizenship Behavior as follows: (1) Altruism refers to the behavior of voluntarily helping others in solving problems that arise from work performance. (2) Courtesy refers to the behavior of considering others before taking any action, to prevent problems or conflicts related to work performance in the future. (3) Sportsmanship refers to individual behavior that demonstrates patience and tolerance towards difficulties, frustrations, disappointments, stress, discomfort, or various pressures that may arise in work performance. (4) Conscientiousness refers to the behavior of individuals who comply with the rules and policies of the organization with respect, demonstrating honesty in work performance and time management. And (5) Civic Virtue refers to the behavior of individuals who demonstrate responsibility and participation in the organization's operations.

2.3 Concepts and theories related to Employee Performance

Triansyah et al. (2023) defined Employee Performance as the ability to perform tasks that require knowledge, skills, techniques, and various experiences to complete assigned work. This is done while considering the accuracy and speed of work, convenience, economy, fairness, and equality, as well as the quantity of output that aligns with the organization's goals. Mamun and Khan (2020) state that factors contributing to management efficiency include the personal behavior of managers, organizational efficiency, special qualifications of managers, and the unique abilities of managers. Additionally, factors affecting work efficiency are motivation and job satisfaction, which are crucial components for successfully completing any task. Abun et al. (2022) discussed the concept of work efficiency, stating that it has three main components: (1) Quality refers to the ability of employees to perform tasks according to the organization's policies strictly. (2) Quantity refers to the ability of employees to perform tasks according to the management policies swiftly. And (3) Time refers to the ability of employees to perform tasks according to the operational policies within the specified timeframe.

Recent studies have reinforced the critical roles of training and development and Organizational Citizenship Behavior (OCB) in enhancing employee performance. Harwiki (2016) found that leadership styles that promote positive organizational culture significantly influence OCB and employee outcomes. Khan et al. (2016) and Ahmed et al. (2013) both demonstrated that training and development activities positively affect employee job satisfaction and performance by strengthening skills and reducing turnover rates. Similarly, Falola et al. (2014) confirmed that effective training programs contribute not only to individual performance but also to organizational competitiveness. Regarding OCB, Ridwan (2020), Sugiharjo (2020), and Dinka (2018) provided strong evidence that OCB has a direct positive impact on employee performance, with behaviors such as altruism, conscientiousness, and civic virtue playing key roles. These findings collectively support the theoretical foundation that fostering both continuous development initiatives and citizenship behaviors is essential for sustainable performance improvement.

3. Methodology

3.1 Population and Sample

The population for this research comprised employees of Beijing Anti Technology Co., Ltd., located in Beijing, China, totaling 306 employees, with the exact number known to the researcher. The sample size was determined based on Hair et al. (2010), who recommend a minimum of 20 observations per observed variable when using Structural Equation Modeling (SEM). With 12 observed variables in this study, the sample size was calculated to be 240 employees. Although this guideline provides a conventional benchmark, more recent literature suggests that Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) is well-suited for small sample sizes, particularly when the model is not overly complex and statistical

power is adequately considered. According to Hair et al. (2021), PLS-SEM can yield valid results with as few as 100 to 150 cases, depending on the number of indicators and paths in the model. Therefore, the sample size used in this study falls within the acceptable range and is appropriate for the analytical method applied. The sampling method adopted was multi-stage sampling, starting with purposive sampling to select operational-level employees across departments, followed by convenience sampling within these groups. While the use of convenience sampling may typically introduce a degree of bias, in this study the sample size of 240 participants closely approximates the total population of 306 employees. This high proportion ensures that the data collected through convenience sampling is sufficiently comprehensive and representative of the overall employee population.

3.2 Research Instruments

The research instrument used in this study was a structured questionnaire developed based on relevant concepts and theories aligned with the research objectives. In particular, the questionnaire design was informed by training and development frameworks such as the Human Capital Theory and experiential learning principles, as well as Organizational Citizenship Behavior (OCB) theory developed by Organ (1988), and performance evaluation dimensions grounded in productivity assessment models. The questionnaire was designed to collect data on three key constructs: Training and Development, Organizational Citizenship Behavior, and Employee Performance, and was organized into four parts: (1) General information of the respondents, including gender, age, education level, and work experience; (2) Training and Development, divided into four dimensions—On-the-Job Training, Off-the-Job Training, Job Enrichment, and Job Rotation; (3) Organizational Citizenship Behavior, consisting of Altruism, Courtesy, Sportsmanship, Conscientiousness, and Civic Virtue; and (4) Employee Performance, covering Quality, Quantity, and Time. To ensure content validity, the questionnaire was reviewed by the research advisor and subsequently assessed by three field experts. These experts were selected based on their academic qualifications and research experience in human resource development and organizational behavior. The Index of Item-Objective Congruence (IOC) was calculated for each item, with values ranging from 0.67 to 1.00, all exceeding the minimum threshold of 0.50, confirming that the questionnaire items were appropriately aligned with the research objectives. To assess reliability, the researcher conducted a pilot test with a group of 30 participants, comparable in characteristics to the actual sample. The reliability of each section was examined using Cronbach's Alpha coefficient, with values ranging from 0.706 to 0.914, which exceeds the acceptable benchmark of 0.70, indicating high internal consistency across all constructs.

Table 1. Shows the results of the questionnaire reliability test

Variable	Number of Question	Cronbach Alpha
Training and Development	16	
- On Job Training	4	.852
- Off Job Training	4	.873
- Job Enrichment	4	.866
- Job Rotation	4	.841
Organizational Citizenship Behavior	20	
- Altruism	4	.862
- Courtesy	4	.849
- Sportsmanship	4	.829
- Conscientiousness	4	.876
- Civic Virtue	4	.706
Employee performance	12	
- Quality	4	.908
- Quantity	4	.871
- Time	4	.914

3.3 Data Analysis

In this research, data analysis and hypothesis testing were conducted using computer software and were divided into two main parts: (1) Descriptive statistics were used to summarize the demographic characteristics and responses of the sample group. The results are presented in the form of frequency distribution tables, including frequency, percentage, mean, and standard deviation. (2) Inferential statistics were used to test the research hypotheses at the 0.05 significance level. The study employed Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM) to examine the structural relationships among latent variables. Data analysis was performed using ADANCO program. The consistent PLS algorithm was applied for model estimation, and bootstrapping with 5,000 resamples was conducted to assess the statistical significance of path coefficients. Model evaluation included tests for internal consistency reliability using Cronbach's alpha and Composite Reliability (CR), both of which should exceed 0.70. Convergent validity was assessed through the Average Variance Extracted (AVE), with a threshold greater than 0.50. Construct reliability was additionally confirmed using Dijkstra-Henseler's rho ($\rho_A > 0.70$) and Jöreskog's rho ($\rho_C > 0.70$). Discriminant validity was evaluated using the Fornell-Larcker criterion, which requires that the square root of the AVE for each latent construct must be greater than its highest correlation with other constructs.

4. Results

4.1 Results of the analysis of respondents' general information

The majority of respondents were female, accounting for 129 individuals (53.75 %). Most respondents were aged between 41 and 50 years, totaling 81 individuals (33.75 %). Additionally, 175 respondents (72.92 %) were married or living together. In terms of education, 96 respondents (40.00 %) held a bachelor's degree. The majority had an average monthly income exceeding 8,001 CNY, with 134 respondents (55.83 %) falling into this category. Furthermore, 150 respondents (62.50 %) had more than 10 years of work experience.

4.2 Results of the analysis of training and development data OCB and employee performance

The analysis of training and development, organizational citizenship behavior, and employee performance was conducted using descriptive statistics, with mean and standard deviation calculated for each variable. The interpretation of opinion levels was based on a five-point Likert scale divided using an interval of 0.80, where scores from 4.21–5.00 indicate the highest level, 3.41–4.20 high, 2.61–3.40 moderate, 1.81–2.60 low, and 1.00–1.80 the lowest. The detailed results can be seen in Table 2:

Table 2. The mean and standard deviation of each factors

Factors	$\bar{X}$	SD	Level of opinion
Training and Development			
- On Job Training	3.94	0.70	High
- Off Job Training	3.89	0.76	High
- Job Enrichment	3.90	0.76	High
- Job Rotation	3.91	0.72	High
Total	3.91	0.67	High
Organizational Citizenship Behavior			
- Altruism	4.00	0.67	High
- Courtesy	3.97	0.66	High
- Sportsmanship	4.00	0.64	High
- Conscientiousness	4.07	0.67	High
- Civic Virtue	4.03	0.57	High
Total	4.01	0.53	High
Employee Performance			
- Quality	4.08	0.67	High
- Quantity	4.06	0.67	High
- Time	4.07	0.71	High
Total	4.07	0.64	High

4.3 Hypothesis testing results

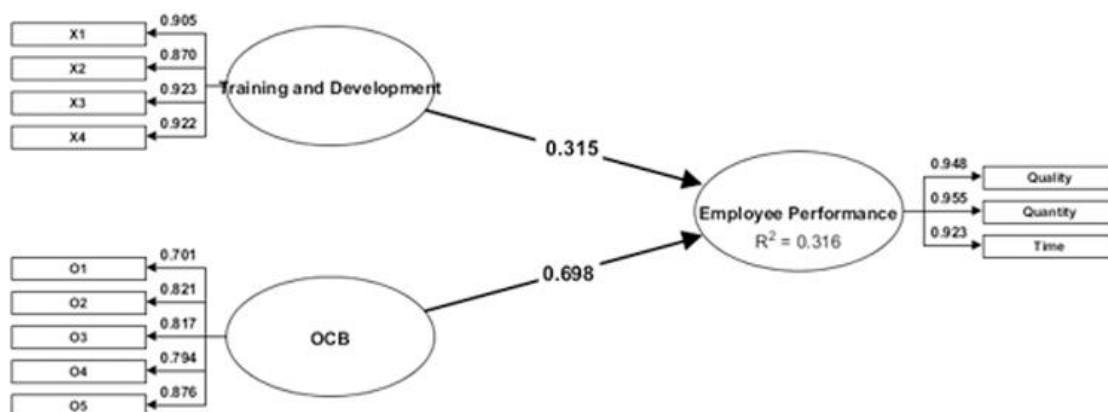


Figure 2. shows the results of hypothesis testing

Table 3. Shows the test results for structural integrity and component weight

Factors	Loading	AVE	Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A)	Jöreskog's rho (ρ_C)	Cronbach's alpha (α)
Training and Development		.820	.969	.948	.929
- On Job Training	.904				
- Off Job Training	.871				
- Job Enrichment	.924				
- Job Rotation	.922				
OCB		.628	.890	.894	.878
- Altruism	.687				
- Courtesy	.810				
- Sportsmanship	.804				
- Conscientiousness	.780				
- Civic Virtue	.870				
Employee Performance		.888	.939	.960	.937
- Quality	.948				
- Quantity	.955				
- Time	.923				

Based on the data in Table 3, it was observed that all observed variables within the model exhibit factor loading values exceeding 0.5, with a range from .687 to .955, indicating strong reliability in measurement. The Dijkstra-Henseler's rho (ρ_A) values fall between .890 and .969, Jöreskog's rho (ρ_C) values range from .894 to .960, and Cronbach's alpha (α) values

lie between .878 and .937. Notably, all these metrics surpass the 0.7 threshold, affirming the reliability of the constructs. Additionally, the latent variables demonstrate discriminant validity, with Average Variance Extracted (AVE) values exceeding 0.5, ranging from .628 to .888. These findings align with the established criteria set forth by Henseler, Hubona, and Ray (2016).

Table 4. Shows a comparison of discriminant accuracy according to the Fornell-Larcker criterion

Factors	Training and Development	OCB	Employee Performance
Training and Development	.906		
OCB	.365	.793	
Employee Performance	.013	.279	.942

* Note: The diagonal values represent the square roots of the AVE.

Based on the data in Table 4, it was observed that the model possesses discriminant validity. This is evidenced by the square root of the Average Variance Extracted (AVE) being higher than the correlations (r) between each latent variable. This finding aligns with the criteria set forth by Henseler et al. (2016), which stipulate that the correlation between any two latent variables should not exceed the square root of their respective AVE. The correlations among the latent variables in this study ranged between .013 and .365.

Table 5. Shows the effects of training and development and OCB on employee performance

Factors	Employee Performance			
	Beta	t-test	p-value	Cohen's F^2
- Training and Development	.325	3.642	.000***	0.103
- OCB	.725	8.835	.000***	0.511

*** p-value < .001, ** p-value < .01, * p-value < .05

Based on the data in Table 5, both training and development and Organizational Citizenship Behavior (OCB) had a statistically significant effect on employee performance at the .000 level, with a predictive power of 31.6% ($R^2 = 0.316$), indicating a moderate level of explanatory power. OCB demonstrated a greater influence ($\beta = .725$, Cohen's $F^2 = 0.511$), reflecting a large effect size, while training and development ($\beta = .325$, Cohen's $F^2 = 0.103$) had a smaller but still meaningful effect. These findings suggest that enhancing OCB may have a more substantial impact on employee performance than training initiatives alone.

5. Conclusion and discussion

Organizational Citizenship Behavior (OCB) has a statistically significant impact on employee performance at Beijing Anti Technology Co., Ltd., as it positively contributes to creating an effective work environment and promoting collaboration among employees. When employees exhibit behaviors such as helping colleagues, making constructive suggestions, and adhering to work standards, they enhance both individual and organizational performance. Employees demonstrating such behaviors tend to perform better and have a positive impact on the organization. In this study, the Citizenship element recorded the highest factor loading, reflecting employees' active participation in organizational activities and decision-making processes. From a theoretical perspective, OCB has been defined as voluntary behavior without direct expectations of rewards but significantly benefiting organizational effectiveness (Ndoja & Malekar, 2020; Tambe, 2014). Ridwan (2020) and Sugiharjo (2020) also confirmed a positive relationship between OCB and enhanced work efficiency and job satisfaction. Moreover, Dinka (2018) emphasized that OCB fosters a positive internal environment, reduces conflicts, and strengthens teamwork, thus reinforcing its role as a crucial determinant of employee performance. The finding that OCB exerts a stronger influence on employee performance than training and development may be explained by the highly collaborative and dynamic nature of the organizational culture at Beijing Anti Technology Co., Ltd. In such environments, interpersonal interactions, voluntary cooperation, and mutual support among employees are critical for achieving high performance, often outweighing the benefits of formal skill development. This reflects the increasing importance of soft factors such as engagement, mutual trust, and proactive behaviors in knowledge-intensive industries. Although training and development remain vital, their direct impact on performance may be comparatively lower if the organizational culture highly values informal contributions and discretionary efforts.

Training and development emerged as the second most influential factor, with job enrichment identified as the area with the highest factor loading. Quality training programs improve skills, knowledge, and employee adaptability, leading to increased job satisfaction and engagement, consistent with findings by Harwiki (2016) and Khan et al. (2016). Nonetheless, the relatively lower influence of training compared to OCB in this study may suggest that skill acquisition alone is insufficient to drive peak performance without an accompanying supportive work environment that encourages discretionary efforts. One unexpected aspect compared to some prior research is the relatively modest impact of training and development. In some contexts, such as manufacturing or technical service industries, training often has a stronger direct impact on performance outcomes. However, the results here suggest that in organizations like Beijing Anti Technology Co., Ltd., characterized by a strong emphasis on teamwork and autonomy, voluntary extra-role behaviors play a more critical role.

It is also important to acknowledge the limitations of this study. First, the cross-sectional nature of the research limits the ability to infer causality between variables. Second, data were collected through self-reported questionnaires, which may be subject to common method bias

despite procedural efforts to minimize it. Third, the findings are specific to Beijing Anti Technology Co., Ltd. and may not be generalizable to other organizations or industries with different cultural, structural, or operational characteristics. Future research could address these limitations by employing longitudinal designs, collecting data from multiple sources, and comparing findings across diverse organizational contexts.

5.1 Suggestions for use in this research

The policy and practical recommendations for promoting Organizational Citizenship Behavior (OCB) emphasize fostering a supportive organizational culture that encourages proactive and collaborative behavior among employees. Strategies include promoting civic virtue by encouraging participation in meetings and development initiatives, which helps build a sense of ownership and engagement. Courtesy is supported through activities and training that enhance respectful communication and conflict resolution, thereby improving workplace relationships. Sportsmanship is nurtured by helping employees maintain a positive outlook during challenges through stress management programs. Conscientiousness is enhanced by setting clear work standards and monitoring performance, reinforcing the importance of responsibility and diligence. Lastly, altruism is promoted by encouraging teamwork and mentoring, which strengthens cooperative relationships and collective success.

For training and development, the recommendations focus on enhancing employee capabilities and job satisfaction through various learning approaches. Job enrichment involves assigning more meaningful or complex tasks to deepen employees' engagement and sense of purpose in their roles. Job rotation allows employees to develop diverse skills and gain insights into different organizational functions. On-the-job training is tailored to specific roles and improves immediate job performance, while off-job training offers employees broader opportunities to acquire new knowledge and skills beyond their current tasks. Together, these initiatives support continuous development, increased performance, and long-term career growth.

However, it is important to recognize that the findings and recommendations from this research are based on a case study of Beijing Anti Technology Co., Ltd., a company operating within the technology industry in Beijing, China. The organizational culture, emphasis on innovation, and competitive environment characteristic of the technology sector in Beijing may significantly influence the observed importance of OCB and the specific training strategies recommended. Therefore, caution should be exercised when generalizing these suggestions to other companies or industries, particularly those operating in different cultural, economic, or technological contexts.

5.2 Future research

Future research should explore additional factors influencing employee performance beyond those already examined, such as management support and work environment. These elements could provide deeper insights into how organizational context and leadership dynamics

contribute to employee outcomes, thereby informing more targeted and effective human resource management policies. Additionally, researchers are encouraged to analyze the long-term effects of changes in training and human resource development (HRD) policies. Understanding how different training methods impact employee performance over time and across departments can offer valuable evidence for designing sustainable development programs.

Moreover, future studies should compare the effects of Organizational Citizenship Behavior (OCB) across varying organizational cultures to assess how contextual differences shape its influence on performance. This comparative approach could reveal the adaptability and limitations of OCB in diverse organizational forms. Further in-depth investigation into specialized training strategies tailored to particular domains—such as technology or management—is also warranted. Such research would help identify the most effective training methods for specific skill sets and industries, thereby enhancing both individual competency and overall organizational effectiveness.

References

- Abun, D., Julian, F. P., & Ballesteros, J. V. A. (2022). The Effect of Work Ethics of Employees on their Work Performance. **Divine Word International Journal of Management and Humanities (DWIJMH)**, 1(1), 58-82.
- Aguinis, H., & Kraiger, K. (2009). Benefits of training and development for individuals and teams, organizations, and society. **Annual Review of Psychology**, 60(1), 451-474.
- Ahmed, I., Sultana, I., Paul, S. K., & Azeem, A. (2013). Employee performance evaluation: A fuzzy approach. **International Journal of Productivity and Performance Management**, 62(7), 718-734.
- Arulsamy, A. S., Singh, I., Kumar, S., Panchal, J. J., & Bajaj, K. K. (2023). Employee Training and Development Enhancing Employee Performance -A Study. **Samdarshi**, 16(3), 406-416.
- Dinka, D. D. (2018). Organizational Citizenship Behaviour and Employees' Performance Assessment: The Case of Dire Dawa University. **American Journal of Theoretical and Applied Business**, 4(1), 15-26.
- Falola, H. O., Osibanjo, A. O., & Ojo, S. I. (2014). Effectiveness of training and development on employees' performance and organisation competitiveness in the Nigerian Banking Industry. **Bulletin of the Transilvania University of Braşov, Series V**, 7(56), 161-170.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis** (7th ed.). Pearson.
- Hair, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2021). **A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM)** (3rd ed.). SAGE Publications.
- Harwiki, W. (2016). The Impact of Servant Leadership on Organization Culture, Organizational Commitment, Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Employee Performance in Women Cooperatives. **Procedia - Social and Behavioral Sciences**, 219, 283-290.

- Henseler, J., Hubona, G., & Ray, P. A. (2016). Using PLS path modeling in new technology research: updated guidelines. **Industrial management & data systems**, **116**(1), 2-20.
- Huang, C. C., You, C. S., & Tsai, M. T. (2019). A multidimensional analysis of ethical climate, job satisfaction, organizational commitment, and organizational citizenship behaviors. **Nursing Ethics**, **26**(2), 527-542.
- Ismael, N. B., Othman, B. J., Gardi, B., Hamza, P. A., Sorguli, S., Aziz, H. M., Ahmed, S. A., Sabir, B. Y., Ali, B. J., & Anwar, G. (2021). The Role of Training and Development on Organizational effectiveness. **International Journal of Engineering, Business and Management (IJEEM)**, **5**(3), 15-24.
- Khan, A. A., Abbasi, S. O. B. H., Waseem, R. M., Ayaz, M., & Ijaz, M. (2016). Impact of Training and Development of Employees on Employee Performance through Job Satisfaction: A Study of Telecom Sector of Pakistan. **Business Management and Strategy**, **7**(1), 29-40.
- Mamun, M. Z. A., & Khan, M. Y. H. (2020). A Theoretical Study On Factors Influencing Employees Performance, Rewards And Motivation Within Organisation. **Socio Economic Challenges**, **4**(3), 114-124.
- Ndoja, K., & Malekar, S. (2020). Organizational Citizenship Behavior: A Review. **Thesis of Business Management, International Journal of Work Organisation and Emotion**, **11**(2), 89-104.
- Noe, R. A. (2020). **Employee training and development**. McGraw-Hill Education.
- Organ, D. W. (1988). **Organizational citizenship behavior: The good soldier syndrome**. Lexington Books/D. C. Heath and Com.
- Podsakoff, N. P., Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Maynes, T. D., & Spoelma, T. M. (2014). Consequences of unit-level organizational citizenship behaviors: A review and recommendations for future research. **Journal of Organizational Behavior**, **35**(S1), S87-S119.
- Ridwan, M. (2020). Analysis of Organizational Commitment Through OCB on Employee Performance. **Dinasti International Journal of Management Science (DIJMS)**, **1**(4), 543-555.
- Rodriguez, J., & Walters, K. (2017). The Importance of Training and Development in Employee Performance and Evaluation. **World Wide Journal of Multidisciplinary Research and Development**, **3**(10), 206-212.
- Sugiharjo, R. J. (2020). Influence of Leadership and Organizational Citizenship Behavior (OCB) on Employee Performance. **Journal of Resources Development and Management**, **62**, 42-50.
- Tambe, S. (2014). A Study of Organizational Citizenship Behaviour (OCB) and Its Dimensions: A Literature Review. **International Research Journal of Business and Management (IRJBM)**, **1**, 67-73.
- Triansyah, A. F., Hejin, W., & Stefania, S. (2023). Factors Affecting Employee Performance: A Systematic Review. **Journal Markcount Finance**, **1**(3), 150-159.
- Ünal, F., & Kaygın, H., (2019). Citizenship Education for Adults for Sustainable Democratic Societies. **Sustainability**, **12**(1), 1-19.

นวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า

Innovations for Enhancing Efficiency in Warehousing and Distribution Center Operations

สมิตรา รัศมี¹ และ กฤษดา เขียววัฒนสุข^{2*}

(Samitra Rasamee¹ and Krisada Chienwattanasook^{2*})

¹คณะบริหารธุรกิจและการบัญชี มหาวิทยาลัยปทุมธานี, ปทุมธานี

¹Faculty of Business Administration and Accounting, PathumThani University, Pathum Thani, Thailand

²คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี, ปทุมธานี

²Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Thanyaburi,

Pathum Thani, Thailand

*Corresponding author e-mail: krisada_c@rmutt.ac.th

Article history

Received 12 March 2025 Revised 30 April 2025

Accepted 2 May 2025 SIMILARITY INDEX = 4.49 %

บทคัดย่อ

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของนวัตกรรมและเทคโนโลยีอัตโนมัติต่อการพัฒนาประสิทธิภาพในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ทั้งในแง่บวกและแง่ลบ โดยพิจารณาผลกระทบในด้านแรงงาน การพัฒนาบุคลากรเพื่อรองรับระบบอัตโนมัติ ความท้าทายด้านต้นทุนการลงทุน และความปลอดภัยของข้อมูลเมื่อนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ในการดำเนินงาน การศึกษานี้ดำเนินการโดยการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง และวิเคราะห์เปรียบเทียบแนวทางการนำเทคโนโลยีมาประยุกต์ใช้ในคลังสินค้า พร้อมทั้งเสนอแนวทางการจัดการผลกระทบจากการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี

บทความชี้ให้เห็นว่าการใช้ระบบอัตโนมัติช่วยเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินงาน ลดต้นทุนในระยะยาว และเพิ่มความคล่องตัวในกระบวนการโลจิสติกส์ อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีเข้ามาใช้ส่งผลกระทบต่อแรงงาน โดยลดความต้องการในตำแหน่งงานที่ต้องทำซ้ำ แต่เพิ่มความต้องการในตำแหน่งที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยี เช่น การจัดการระบบอัตโนมัติและการวิเคราะห์ข้อมูล องค์กรจำเป็นต้องส่งเสริมการพัฒนาทักษะแรงงานผ่านการฝึกอบรมและแนวทางการเรียนรู้ตลอดชีวิต ด้านการลงทุน แม้ว่าระบบอัตโนมัติจะมีต้นทุนเริ่มต้นสูง แต่สามารถลดต้นทุนระยะยาวได้ หากมีการวางแผนการลงทุนอย่างเป็นระบบ โดยแนวทางที่เหมาะสมคือการลงทุนแบบค่อยเป็นค่อยไปเพื่อลดความเสี่ยง นอกจากนี้ การรักษาความปลอดภัยของข้อมูลเป็นอีกปัจจัยสำคัญที่ต้องให้ความสำคัญ โดยองค์กรควรใช้มาตรการป้องกันที่เหมาะสมเพื่อป้องกันภัยคุกคามไซเบอร์ ในอนาคต คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าจะพัฒนาไปสู่การใช้เทคโนโลยีที่สามารถคาดการณ์และปรับปรุงกระบวนการทำงานได้อย่างอัตโนมัติ รวมถึงแนวทางการดำเนินงานที่คำนึงถึงความยั่งยืนมากขึ้นเพื่อสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันของธุรกิจ

คำสำคัญ: คลังสินค้าอัจฉริยะ ศูนย์กระจายสินค้า ประสิทธิภาพการดำเนินงาน การลงทุนเทคโนโลยี โลจิสติกส์อัจฉริยะ

ABSTRACT

This article aims to analyze the impact of innovation and automation technology on increasing the efficiency of warehouse and distribution centers, considering both positive and negative aspects. By focuses on the most important aspects, including the impact on the workforce, workforce development for automation, high investment costs, and data security when implementing technology into operational processes. This article utilizes literature review methodology, compares different approaches to technology adoption in warehouse operations, and presents management strategies to overcome the challenges posed by these technological shifts.

The article explains that automation systems significantly improve operational efficiency, reduce long-term costs and increase logistical flexibility. However, the introduction of automation reduces repetitive tasks while increasing the demand for technology management and data analysis positions. Companies must therefore introduce training programs for their employees and lifelong learning strategies to facilitate workforce adaptation. In terms of investment, automation requires high initial costs, but a systematic and gradual investment approach can mitigate financial risks. In terms of data security, companies should prioritize cybersecurity measures to protect digital operations. Looking to the future, warehouses and distribution centers will evolve into intelligent systems capable of optimizing processes proactively and autonomously. In addition, sustainable operating practices will gain in importance and further strengthen the competitiveness of companies in the long term.

Keywords: Smart Warehousing, Distribution Center, Operational Efficiency, Technology Investment, Intelligent Logistics

1. บทนำ

ธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้ามีบทบาทสำคัญในห่วงโซ่อุปทานยุคใหม่ในฐานะจุดเชื่อมโยงระหว่างผู้ผลิต ผู้ค้าปลีก และผู้บริโภค การจัดการสินค้าคงคลังและกระบวนการกระจายสินค้าที่มีประสิทธิภาพเป็นหัวใจสำคัญที่ช่วยเสริมสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันขององค์กรในสภาวะตลาดที่มีพลวัตสูง โดยเฉพาะภายใต้แรงขับเคลื่อนจากการเติบโตของอีคอมเมิร์ซและการเปลี่ยนแปลงของพฤติกรรมผู้บริโภคอย่างต่อเนื่อง (QueueMe, n.d.; WeChronicle, 2023) เพื่อตอบสนองต่อความเปลี่ยนแปลงนี้ ธุรกิจคลังสินค้าจึงได้ปรับตัวด้วยการนำนวัตกรรมและเทคโนโลยีอัตโนมัติเข้ามาใช้ในกระบวนการทำงาน อาทิ ระบบการจัดการคลังสินค้า (WMS) ระบบการจัดเก็บและขนส่งสินค้าอัตโนมัติ (AS/RS) และระบบติดตามสินค้าแบบเรียลไทม์ ซึ่งมีส่วนช่วยลดข้อผิดพลาดจากมนุษย์ เพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน และลดต้นทุนได้อย่างมีนัยสำคัญ (Uniserve Marketing, 2024)

แม้ว่าการนำเทคโนโลยีมาใช้จะก่อให้เกิดประโยชน์มากมาย แต่ขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบต่อภาคแรงงานอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ความต้องการแรงงานมนุษย์ในรูปแบบเดิมลดลง ขณะที่บทบาทใหม่ ๆ ที่เน้นทักษะด้านเทคโนโลยี พუნยาค และ การวิเคราะห์ข้อมูลได้เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ ส่งผลให้เกิดความจำเป็นเร่งด่วนในการพัฒนาทักษะและเสริมสร้างสมรรถนะของบุคลากรให้สามารถปรับตัวได้อย่างเหมาะสม นอกจากนี้ การพึ่งพาเทคโนโลยีอัตโนมัติยังนำมาซึ่งความเสี่ยงด้านความมั่นคงของข้อมูล อาทิ การโจมตีทางไซเบอร์และการรั่วไหลของข้อมูลสำคัญ องค์กรจึงต้องให้ความสำคัญกับการเสริมสร้างระบบรักษาความปลอดภัยไซเบอร์อย่างรัดกุม เพื่อป้องกันความเสียหายที่อาจเกิดขึ้นทั้งในระดับการดำเนินงานและภาพลักษณ์องค์กร

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาว่า การนำเทคโนโลยีอัตโนมัติและนวัตกรรมดิจิทัลมาใช้ในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าส่งผลต่อประสิทธิภาพการดำเนินงานในด้านใดบ้าง ตลอดจนวิเคราะห์ผลกระทบที่เกิดขึ้นต่อแรงงานและความมั่นคงของข้อมูล พร้อมทั้งนำเสนอแนวทางในการบริหารจัดการเพื่อเตรียมความพร้อมและเสริมสร้างความยั่งยืนในระยะยาว โดยตั้งคำถามการวิจัยหลักว่า องค์กรสามารถเพิ่มประสิทธิภาพการแข่งขันได้อย่างไรภายใต้กระแสการเปลี่ยนผ่านสู่ระบบอัตโนมัติในธุรกิจคลังสินค้า

เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้อง บทความนี้เริ่มต้นด้วยการวิเคราะห์การลงทุนในนวัตกรรมเทคโนโลยี โดยพิจารณาถึงต้นทุนเริ่มต้นและผลตอบแทนที่องค์กรอาจได้รับในระยะยาว จากนั้นกล่าวถึงผลกระทบของเทคโนโลยีต่อแรงงานและสังคม โดยชี้ให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างแรงงาน ความท้าทายในการบริหารทรัพยากรมนุษย์ และความจำเป็นในการพัฒนาทักษะและการเรียนรู้เพื่อปรับตัวต่อบทบาทใหม่ นอกจากนี้ยังนำเสนอการวิเคราะห์ด้านความมั่นคงของข้อมูลในระบบอัตโนมัติ โดยเน้นถึงความเสี่ยงที่ต้องเผชิญและมาตรการรักษาความปลอดภัยที่จำเป็น สุดท้ายจึงสรุปแนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพร้อมและความยั่งยืนในระยะยาว ผ่านการพัฒนาทักษะบุคลากร การเสริมสร้างระบบรักษาความปลอดภัยทางข้อมูล และการกำหนดนโยบายเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยี ด้วย

การศึกษาเชิงลึกในประเด็นเหล่านี้ ผู้เขียนมุ่งหวังว่าจะสามารถนำเสนอองค์ความรู้และแนวทางที่เป็นประโยชน์สำหรับภาคธุรกิจคลังสินค้าในการปรับตัวและสร้างขีดความสามารถในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

2. แนวคิดสำคัญที่เกี่ยวข้อง

การพัฒนาและการใช้งานเทคโนโลยีในคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าเป็นกลยุทธ์สำคัญที่ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันในยุคเศรษฐกิจดิจิทัล อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวส่งผลกระทบหลายด้าน ทั้งในเชิงเศรษฐกิจ สังคม แรงงาน และความมั่นคงของข้อมูล ซึ่งจำเป็นต้องได้รับการวิเคราะห์อย่างเป็นระบบ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2.1 การลงทุนในนวัตกรรมเทคโนโลยี: ต้นทุนและผลตอบแทน

การติดตั้งระบบอัตโนมัติ เช่น Automated Cellular Case Picking System (ACCPs) ต้องใช้ต้นทุนเริ่มต้นที่สูง (Ruzayqat, 2016) และยังคงแบกรับค่าใช้จ่ายในการบูรณาการระบบเดิม (Carlan et al., 2023) การประเมินความคุ้มค่าจึงควรครอบคลุมทั้งระยะเวลาการคืนทุนและผลกระทบต่อกระบวนการภายในองค์กร นอกจากนี้ ต้นทุนดำเนินงานระยะยาว เช่น ค่าบำรุงรักษาและการฝึกอบรมพนักงาน (Hamborg & Verriet, 2012) ก็มีบทบาทสำคัญ และจำเป็นต้องวิเคราะห์ว่าสัดส่วนต้นทุนดังกล่าวสามารถคืนทุนได้ภายในระยะเวลาใด

แม้ว่าระบบอัตโนมัติจะช่วยลดการพึ่งพาแรงงานมนุษย์และเพิ่มความแม่นยำในการดำเนินงาน (Fager et al., 2021) แต่งานวิจัยบางชิ้นโต้แย้งว่าหากไม่มีการวางแผนการเปลี่ยนแปลงที่ดี การลงทุนดังกล่าวอาจไม่สามารถลดต้นทุนจริงได้ในระยะยาว นอกจากนี้ การวิเคราะห์เชิงลึกด้านต้นทุน-ประโยชน์โดยเฉพาะในเรื่องของ Return on Investment (ROI) จึงเป็นเครื่องมือสำคัญในการประเมินความคุ้มค่าของการเปลี่ยนแปลง (Carlan et al., 2023)

2.2 ผลกระทบของเทคโนโลยีต่อแรงงานและสังคม

การนำเทคโนโลยีอัตโนมัติเข้ามาใช้งาน เช่น ระบบ ASRS และหุ่นยนต์ช่วยลดจำนวนตำแหน่งงานแบบดั้งเดิม (Aunadi & Reyad, 2024; Dhaliwal, 2020) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยของ Bessen et al. (2019) ชี้ให้เห็นว่าแรงงานบางกลุ่มได้รับผลกระทบเชิงลบทั้งในด้านจิตใจและรายได้ ซึ่งการสนับสนุนจากภาครัฐยังไม่เพียงพอ

แม้ว่าการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะสร้างตำแหน่งงานใหม่ เช่น ผู้ดูแลระบบหรือผู้วิเคราะห์ข้อมูล แต่กระบวนการเปลี่ยนผ่านยังคงขาดความราบรื่น และโอกาสในการเข้าถึงงานใหม่ไม่ได้กระจายอย่างเท่าเทียม (Bessen et al., 2019) ความเร็วของการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี เช่น การนำ AGVs และแขนกลมาใช้ อาจสร้างภาระการปรับตัวที่หนักเกินไปสำหรับองค์กรที่ขาดความพร้อมด้านทุนมนุษย์ (Dhaliwal, 2020)

ในมิติระยะยาว แม้ว่าการลดแรงงานจะดูเหมือนเป็นเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพ แต่การขาดแผนรับมือผลกระทบทางสังคมอาจนำไปสู่การต่อต้านจากแรงงานเดิม และลดความร่วมมือภายในองค์กร (Eikebrokk & Olsen, 2019) ซึ่งสะท้อนให้เห็นถึงความจำเป็นในการกำหนดนโยบายการเปลี่ยนผ่านที่ครอบคลุมทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคม

2.3 การพัฒนาทักษะและการเรียนรู้เพื่อปรับตัว

การเรียนรู้ตลอดชีวิตกลายเป็นข้อกำหนดสำคัญในยุคการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยี World Economic Forum รายงานว่ากว่า 50% ของแรงงานจะต้องพัฒนาทักษะใหม่ภายในปี 2025 (Li, 2022) อย่างไรก็ตาม งานวิจัยชี้ว่ายังขาดความพร้อมขององค์กร SMEs ในการจัดระบบสนับสนุนการเรียนรู้อย่างเป็นรูปธรรม

การใช้ AI ในระบบ WMS และการวิเคราะห์ข้อมูลกลายเป็นทักษะที่มีความต้องการสูงขึ้น แต่ก็มีความเสี่ยงว่าพนักงานจำนวนหนึ่งจะไม่สามารถตามทันการเปลี่ยนแปลงได้ทันเวลา ปัญหาเรื่องช่องว่างทักษะ (Skills Gap) จึงยังคงเป็นอุปสรรคสำคัญในการเปลี่ยนผ่านแรงงาน งานวิจัยของ Martinez-Comesaña et al. (2023) เสนอว่าควรมีการเสริมสร้างความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและสถาบันการศึกษาเพื่อเร่งพัฒนาทักษะเหล่านี้

2.4 ความมั่นคงของข้อมูลในระบบอัตโนมัติ

เมื่อระบบอัตโนมัติขยายตัว ความเสี่ยงจากการถูกโจมตีทางไซเบอร์ก็เพิ่มสูงขึ้น งานวิจัยของ Ye et al. (2015) เสนอโมเดล DAS เพื่อประเมินความเสี่ยง แต่ยังมีข้อจำกัดในการนำไปใช้กับบริบทที่แตกต่างกัน การยึดมาตรฐาน ISO 31000:2009 (Andry et al., 2022) ช่วยวางกรอบการจัดการความเสี่ยงอย่างมีประสิทธิภาพ นอกจากนี้ แนวโน้มการใช้ AI ในการตรวจจับภัยคุกคาม (Automated Risk Management) ก็กำลังเติบโต แม้ว่ายังคงมีข้อกังวลเกี่ยวกับความโปร่งใสของอัลกอริธึม การป้องกันเชิงรุกจึงต้องพัฒนาให้สอดคล้องกับภัยคุกคามที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว แนวทางแบบ adaptive และการนำแนวคิด Zero Trust มาใช้ถือเป็นแนวโน้มสำคัญที่ควรติดตามในอนาคต

2.5 แนวทางการบริหารจัดการเพื่อสร้างความพร้อมและความยั่งยืนในระยะยาว

การเตรียมความพร้อมรับมือการเปลี่ยนแปลงเทคโนโลยีในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าควรมุ่งเน้นสี่ประเด็นหลัก ได้แก่ การพัฒนาศักยภาพแรงงานด้วยการฝึกอบรม reskilling และ upskilling อย่างต่อเนื่อง (World Economic Forum, 2023) การวางแผนบริหารทรัพยากรมนุษย์ที่เน้นความยืดหยุ่น (McKinsey & Company, 2022) การลงทุนในระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์และการจัดทำแผนความต่อเนื่องทางธุรกิจ (ISO, 2022) และการเชื่อมโยงนวัตกรรมเข้ากับความยั่งยืน เช่น การออกแบบอาคารประหยัดพลังงาน และการลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ด้วยเทคโนโลยี blockchain (United Nations Conference on Trade and Development [UNCTAD], 2021)

3. กรณีศึกษา

การวิเคราะห์กรณีศึกษาจริงช่วยให้เข้าใจผลกระทบของเทคโนโลยีต่อการดำเนินงานคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าได้อย่างลึกซึ้งมากยิ่งขึ้น กรณีศึกษาที่เลือกมานี้ประกอบด้วยองค์กรที่มีลักษณะต่างกันทั้งในแง่ของภูมิศาสตร์ ขนาดธุรกิจ และระดับของการประยุกต์ใช้เทคโนโลยี ได้แก่ CP ALL, Flash Fulfillment, และ Amazon Robotics โดยมีจุดมุ่งหมายเพื่อสะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มร่วมของการพัฒนาเทคโนโลยีอัตโนมัติ ตลอดจนลักษณะเฉพาะที่สะท้อนกลยุทธ์ของแต่ละองค์กรในการปรับตัวเข้าสู่ยุค Industry 4.0

3.1 CP ALL (7-Eleven Distribution Center)

CP ALL เป็นกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นการนำ IoT และ AI มาใช้ในบริบทของธุรกิจค้าปลีกในประเทศไทย โดยโครงการ Smart Coffee Machine Service by IoT System ได้ช่วยให้สามารถตรวจสอบและแก้ไขปัญหาเครื่องชงกาแฟอัตโนมัติได้อย่างรวดเร็ว ลดค่าใช้จ่ายในการแจ้งซ่อมลงถึง 823,500 บาทต่อปี อีกทั้งยังพัฒนา Outdoor Delivery Robot ซึ่งเป็นหุ่นยนต์ส่งของพลังงานไฟฟ้า 100% ที่ใช้ AI ในการนำทางอัตโนมัติ โดยขณะนี้อยู่ในระยะพัฒนาเฟสที่ 2 และมีเป้าหมายในการขยายการใช้งานไปยังธุรกิจอื่น ๆ ใกล้เคียงร้าน 7-Eleven (CP All Plc., 2023) กรณีนี้ชี้ให้เห็นถึงการใช้เทคโนโลยีเพื่อยกระดับคุณภาพการให้บริการและประสิทธิภาพในระดับปฏิบัติการ พร้อมทั้งส่งเสริมแนวทางด้านความยั่งยืน

3.2 แฟลช ฟูลฟิลล์เมนต์ (Flash Fulfillment)

Flash Fulfillment เป็นผู้ให้บริการโลจิสติกส์ที่นำเทคโนโลยีเข้ามาปรับปรุงกระบวนการดำเนินงานอย่างครอบคลุม โดยใช้ระบบ AGV (Automated Guided Vehicle) และ RCS (Robot Control System) ในการลำเลียงสินค้า รวมถึงพัฒนาโซลูชันซอฟต์แวร์อย่าง ERP, WMS และ SCM เพื่อเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างแพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซ เช่น Lazada และ Shopee ซึ่งส่งผลให้สามารถเพิ่มขีดความสามารถในการรองรับคำสั่งซื้อจาก 15,000 ออเดอร์/วัน เป็นหลักแสนออเดอร์/วัน (ประชาชาติธุรกิจ, 2566) จุดแข็งของกรณีนี้อยู่ที่การบูรณาการระบบอัตโนมัติและการจัดการข้อมูลแบบเรียลไทม์ ทำให้เกิดความยืดหยุ่นและความแม่นยำในการบริหารคลังสินค้าอย่างครบวงจร

3.3 Amazon Robotics

Amazon Robotics เป็นกรณีศึกษาที่แสดงให้เห็นการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีระดับสูงในระดับอุตสาหกรรม หุ่นยนต์ Proteus สามารถขนย้ายรถเข็นสินค้า (GoCart) ได้โดยอัตโนมัติและหลีกเลี่ยงสิ่งกีดขวางได้โดยไม่ต้องอาศัยคนงาน ในขณะที่หุ่นยนต์แขนกล Cardinal ใช้ AI และ Computer Vision ในการคัดแยกสินค้าโดยอัตโนมัติ นอกจากนี้ยังมีระบบ Amazon Robotics Identification (AR ID) ซึ่งช่วยให้การสแกนบาร์โค้ดเป็นไปโดยอัตโนมัติ ลดการใช้แรงงานและลดความเสี่ยงจากการบาดเจ็บของพนักงาน

เทคโนโลยีเหล่านี้มีเป้าหมายเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการรองรับตลาดอีคอมเมิร์ซที่เติบโตอย่างรวดเร็ว (Amazon, n.d.)

เมื่อพิจารณากรณีศึกษาทั้งสามแห่ง จะเห็นได้ว่ามีประเด็นร่วมที่สะท้อนถึงแนวโน้มสำคัญของการนำเทคโนโลยีเข้ามายกระดับคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า ไม่ว่าจะเป็นการลดต้นทุนด้วยระบบอัตโนมัติ การเพิ่มประสิทธิภาพในการจัดการสินค้า และการส่งเสริมความยั่งยืนผ่านการใช้พลังงานสะอาด องค์กรทั้งในระดับประเทศ เช่น CP ALL และ Flash Fulfillment ไปจนถึงระดับโลกอย่าง Amazon ต่างตระหนักถึงความจำเป็นในการปรับตัวเพื่อรองรับการแข่งขันในยุคดิจิทัลและการเติบโตของอีคอมเมิร์ซอย่างรวดเร็ว

แม้จะแบ่งปันเป้าหมายหลักในด้านประสิทธิภาพและความแม่นยำ แต่แต่ละกรณีก็มีลักษณะเฉพาะที่น่าสนใจ CP ALL เป็นตัวอย่างขององค์กรขนาดใหญ่ที่เริ่มนำเทคโนโลยีมาใช้ในลักษณะเฉพาะจุด เช่น การจัดการเครื่องชั่งกึ่งอัตโนมัติ และการพัฒนาหุ่นยนต์ส่งของซึ่งอยู่ในช่วงเริ่มต้นของการทดสอบและขยายผล การดำเนินงานลักษณะนี้สะท้อนถึงการวางแผนอย่างเป็นระบบและรอบคอบ โดยใช้การทดลองในหน่วยย่อยก่อนการขยายผลในระดับกว้าง ต่างจาก Flash Fulfillment ที่เน้นการลงทุนเชิงกลยุทธ์ในระบบอัตโนมัติทั้งในระดับฮาร์ดแวร์และซอฟต์แวร์อย่างบูรณาการ เพื่อให้บริการ fulfillment แก่แพลตฟอร์มอีคอมเมิร์ซต่าง ๆ ได้อย่างครบวงจร ซึ่งชี้ให้เห็นถึงความพร้อมด้านเทคโนโลยีและความสามารถในการสร้างระบบเชื่อมโยงข้อมูลระหว่างองค์กรกับลูกค้าได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ในทางตรงกันข้าม Amazon Robotics แสดงให้เห็นระดับของเทคโนโลยีที่ล้ำหน้า โดยมุ่งเน้นการพัฒนาเครื่องจักรและระบบปัญญาประดิษฐ์ที่สามารถทดแทนแรงงานได้เกือบทั้งหมด ทั้งในด้านความปลอดภัย ความเร็ว และความแม่นยำ การที่ Amazon ลงทุนในหุ่นยนต์ที่สามารถแยกสินค้าได้อัตโนมัติ และระบบสแกนบาร์โค้ดแบบไม่ต้องใช้แรงงานคน สะท้อนให้เห็นการวางกลยุทธ์ระยะยาวที่มุ่งสู่การสร้างคลังสินค้าที่มีความเป็นอัตโนมัติสมบูรณ์แบบ และพร้อมรองรับการเติบโตอย่างไม่หยุดยั้งของอุตสาหกรรมอีคอมเมิร์ซระดับโลก

จากการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบนี้สามารถสรุปได้ว่า องค์กรสามารถเลือกแนวทางในการปรับใช้เทคโนโลยีตามศักยภาพและลักษณะเฉพาะของตน ไม่จำเป็นต้องยกระดับสู่ความเป็นอัตโนมัติเต็มรูปแบบในทันที หากแต่สามารถเริ่มต้นจากจุดเล็ก ๆ ที่สร้างผลลัพธ์เชิงบวก แล้วค่อยต่อยอดไปสู่ระดับที่สูงขึ้น การเรียนรู้จากกรณีศึกษาเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรอื่น ๆ เห็นภาพรวมของความเป็นไปได้ในการปรับเปลี่ยนกระบวนการทำงานให้ทันสมัย และสามารถสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืนในยุคดิจิทัล

4. แนวโน้มนวัตกรรมเพื่อการพัฒนาประสิทธิภาพในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า

ในยุคเศรษฐกิจดิจิทัลหลังปี 2026 ภาคธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้ากำลังก้าวเข้าสู่การเปลี่ยนผ่านที่สำคัญ โดยมีเทคโนโลยีอัตโนมัติและดิจิทัลเป็นแรงขับเคลื่อนหลัก แนวโน้มสำคัญที่กำลังเปลี่ยนโฉมระบบโลจิสติกส์ ได้แก่ (1) การพัฒนาคลังสินค้าอัจฉริยะ (2) การนำระบบอัตโนมัติขั้นสูงและหุ่นยนต์มาใช้

งาน (3) การบูรณาการแนวทางความยั่งยืน และ (4) การใช้พลังงานสะอาดและระบบจัดการพลังงานอัจฉริยะ ซึ่งสามารถสรุปได้ดังนี้

4.1 การพัฒนาคลังสินค้าอัจฉริยะ

คลังสินค้าอัจฉริยะคือการประยุกต์ใช้เทคโนโลยีดิจิทัล เช่น ระบบ IoT, AI และระบบ WMS เพื่อเพิ่มความคล่องตัวในการจัดการสินค้าแบบเรียลไทม์ ช่วยลดข้อผิดพลาดจากมนุษย์ และสามารถตอบสนองต่ออุปสงค์ที่ผันผวนของตลาดได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะภายหลังวิกฤตการณ์โควิด-19 ที่ห่วงโซ่อุปทานทั่วโลกเกิดความไม่แน่นอนสูง (Min, 2023) ทั้งนี้ การใช้ AI ในการวิเคราะห์ข้อมูลความต้องการ ช่วยปรับระดับสินค้าคงคลังได้แบบคาดการณ์ล่วงหน้า ลดของเสียและค่าใช้จ่ายที่ไม่จำเป็น

4.2 การนำระบบอัตโนมัติขั้นสูงและหุ่นยนต์มาใช้งาน

ระบบ Automation เช่น Automated Item Handling System และแขนกลอัจฉริยะ มีบทบาทสำคัญในการยกระดับคุณภาพของกระบวนการจัดการสินค้า โดยเฉพาะระบบ ACCPS (Automated Cellular Case Picking System) ซึ่งสามารถเพิ่มพื้นที่ใช้งาน ลดเวลาการหยิบสินค้า และลดข้อผิดพลาดในคำสั่งซื้อได้อย่างมีนัยสำคัญ (Ruzayqat, 2016) ขณะที่ AGVs และหุ่นยนต์ AMRs ได้รับการพิสูจน์ว่าสามารถช่วยลดเวลาจัดส่งได้ถึง 30% และเพิ่มความปลอดภัยแก่พนักงาน (Kudelska & Niedbat, 2020) นอกจากนี้ Amazon Robotics ยังแสดงให้เห็นการใช้หุ่นยนต์ Proteus ที่สามารถขนย้ายสินค้าและหลบหลีกสิ่งกีดขวางได้โดยไม่ต้องมีคนควบคุม ต่อยอดแนวโน้มของคลังสินค้าไร้แรงงานในอนาคต (Amazon, n.d.)

4.3 การบูรณาการแนวทางความยั่งยืน

ธุรกิจคลังสินค้าสมัยใหม่ต้องคำนึงถึงผลกระทบต่อสิ่งแวดล้อมควบคู่กับประสิทธิภาพการดำเนินงาน การใช้เทคโนโลยี Direct Air Capture (DAC) ช่วยลดคาร์บอนไดออกไซด์จากกระบวนการโลจิสติกส์ และทำให้กระบวนการขนส่งเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมมากขึ้น (McQueen & Drennan, 2024) นอกจากนี้ บางองค์กรยังลงทุนในอาคารคลังสินค้าที่ใช้วัสดุก่อสร้างประหยัดพลังงาน และใช้ระบบควบคุมอุณหภูมิอัจฉริยะเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพการใช้พลังงาน

4.4 การใช้พลังงานสะอาดและระบบจัดการพลังงานอัจฉริยะ

การใช้พลังงานสะอาด เช่น โซลาร์เซลล์ และแบตเตอรี่ลิเธียมความจุสูง ถูกนำมาใช้รองรับการทำงานของระบบอัตโนมัติอย่างต่อเนื่อง โดยเฉพาะในคลังสินค้าขนาดใหญ่ที่มีภาระงานตลอด 24 ชั่วโมง การติดตั้ง Smart Sensors เพื่อควบคุมแสงและอุณหภูมิช่วยลดค่าไฟฟ้าลงได้กว่า 20% และลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ขององค์กรอย่างมีนัยสำคัญ (TLI Magazine, 2025; Tubis, 2023)

โดยสรุป แนวโน้มด้านนวัตกรรมคลังสินค้าในยุคดิจิทัลสะท้อนให้เห็นถึงการปรับเปลี่ยนที่ครอบคลุมทั้งด้านเทคโนโลยี กระบวนการ และคุณค่าเชิงสิ่งแวดล้อม การลงทุนในคลังสินค้าอัจฉริยะและระบบอัตโนมัติแม้จะมีต้นทุนเริ่มต้นสูง แต่สามารถคืนทุนได้ในระยะยาวผ่านการลดแรงงานและเพิ่มประสิทธิภาพองค์กร (Carlan et al., 2023) ขณะเดียวกัน การผสมผสานแนวคิดความยั่งยืนและพลังงานสะอาดเข้ากับการดำเนินงานทำให้ธุรกิจสามารถตอบโจทย์ทั้งด้านผลกำไรและความรับผิดชอบต่อสังคมได้อย่างสมดุล

5. ความท้าทายของนวัตกรรมระบบอัตโนมัติในคลังสินค้า

แม้ว่าการพัฒนาระบบอัตโนมัติจะช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดต้นทุน และปรับปรุงกระบวนการโลจิสติกส์ได้อย่างมาก แต่ยังคงมีความท้าทายที่ต้องพิจารณา คือ ประการแรก ความสามารถในการขยายขนาด (Scalability) องค์กรต้องพิจารณาว่าเทคโนโลยีที่ลงทุนไปสามารถขยายขนาดได้หรือไม่ ประการที่สอง ต้นทุนการลงทุนเริ่มต้นสูง แม้ว่าระบบอัตโนมัติจะช่วยลดต้นทุนในระยะยาว แต่การลงทุนครั้งแรกยังคงเป็นปัจจัยสำคัญที่ต้องพิจารณา และประการที่สาม การพัฒนาเทคโนโลยีอย่างต่อเนื่อง เทคโนโลยีเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว องค์กรต้องเตรียมพร้อมสำหรับ การอัปเดตและพัฒนาระบบให้ทันสมัยอยู่เสมอ

ในอนาคต คลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าจะได้รับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดดจากนวัตกรรมทางเทคโนโลยี โดยเฉพาะการบูรณาการ แนวคิดคลังสินค้าอัจฉริยะ ระบบอัตโนมัติขั้นสูง และแนวทางด้านความยั่งยืน (Min, 2023; Hamberg & Verriet, 2012; Ruzayqat, 2016; McQueen & Drennan, 2024) คลังสินค้าอัจฉริยะช่วย เพิ่มประสิทธิภาพต้นทุนและผลิตภาพแรงงาน ขณะที่ ระบบอัตโนมัติช่วยลดข้อผิดพลาดในการดำเนินงานและปรับปรุงคุณภาพของการบริหารจัดการสินค้า อย่างไรก็ตาม การนำเทคโนโลยีเหล่านี้มาใช้ยังคงมีความท้าทายด้านต้นทุน การขยายขนาด และการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ซึ่งองค์กรต้องคำนึงถึงเพื่อให้สามารถแข่งขันในตลาดโลจิสติกส์ยุคใหม่ได้อย่างยั่งยืน

6. บทสรุป

บทความนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์ผลกระทบของนวัตกรรมและเทคโนโลยีอัตโนมัติต่อธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า โดยมุ่งศึกษาสามประเด็นสำคัญ ได้แก่ บทบาทของเทคโนโลยีในการเพิ่มประสิทธิภาพการดำเนินงาน ผลกระทบต่อแรงงานและโครงสร้างองค์กร และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อรองรับการเปลี่ยนแปลงในระยะยาว ผลการศึกษาชี้ให้เห็นว่า การนำเทคโนโลยีอัตโนมัติเข้ามาใช้ เช่น ระบบคลังสินค้าอัจฉริยะ หุ่นยนต์ AGVs ระบบจัดเก็บสินค้าอัตโนมัติ และการวิเคราะห์ข้อมูลด้วย AI ช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ ลดความผิดพลาด และลดต้นทุนในระยะยาวได้อย่างมีนัยสำคัญ ทั้งยังทำให้ธุรกิจสามารถตอบสนองต่อความต้องการของตลาดที่เปลี่ยนแปลงรวดเร็วได้อย่างทันท่วงที (Min, 2023; Ruzayqat, 2016; Tubis, 2023)

อย่างไรก็ตาม การเปลี่ยนผ่านทางเทคโนโลยีนี้ไม่ได้ส่งผลเฉพาะต่อกระบวนการทำงานเชิงเทคนิคเท่านั้น แต่ยังมีผลกระทบต่อโครงสร้างแรงงานอย่างลึกซึ้ง โดยเฉพาะการลดลงของตำแหน่งงานที่เป็นแรงงานซ้ำซาก และการเพิ่มขึ้นของความต้องการแรงงานที่มีทักษะด้านเทคโนโลยีดิจิทัล การวิเคราะห์ข้อมูล และความเข้าใจในระบบอัตโนมัติ ส่งผลให้ประเด็นเรื่องการพัฒนาองค์ความรู้ของแรงงานกลายเป็นหัวใจสำคัญของความสามารถในการปรับตัวขององค์กร (Bessen et al., 2019; Li, 2022) องค์กรควรลงทุนในระบบฝึกอบรมที่เน้นทั้งการ reskilling และ upskilling อย่างเป็นระบบ พร้อมสร้างความร่วมมือกับสถาบันการศึกษาเพื่อให้เกิดการพัฒนาทักษะอย่างต่อเนื่องตามความต้องการของอุตสาหกรรมยุคใหม่ (World Economic Forum, 2023)

นอกจากนี้ การจัดการทรัพยากรมนุษย์จำเป็นต้องเปลี่ยนแปลงจากระบบแบบตายตัวสู่รูปแบบที่มีความยืดหยุ่นมากขึ้น ทั้งในด้านการจัดสรรกำลังคน การบริหารตารางการทำงาน และการใช้เทคโนโลยี AI มาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพการจัดการแรงงานให้เหมาะสมกับปริมาณงานที่ผันผวน องค์กรยังควรส่งเสริมสภาพแวดล้อมการทำงานที่เอื้อต่อการเรียนรู้ เปิดรับเทคโนโลยีใหม่ และสร้างวัฒนธรรมองค์กรที่พร้อมต่อการเปลี่ยนแปลง (McKinsey & Company, 2022) พร้อมกันนี้ ความปลอดภัยของระบบคลังสินค้าในโลกดิจิทัลก็เป็นอีกมิติที่ต้องได้รับความสำคัญ องค์กรควรลงทุนในระบบความปลอดภัยทางไซเบอร์ เช่น การเข้ารหัสข้อมูล การควบคุมการเข้าถึง และการวางแผนรับมือเหตุการณ์ไม่คาดคิด ผ่านการจัดทำแผน Business Continuity Plan (ISO, 2022)

ในระยะยาว การวางกลยุทธ์ขององค์กรไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะการเติบโตทางเศรษฐกิจ แต่ควรผสมผสานแนวคิดด้านนวัตกรรมเข้ากับเป้าหมายด้านความยั่งยืน ไม่ว่าจะเป็นการออกแบบศูนย์กระจายสินค้าให้ประหยัดพลังงาน การใช้พลังงานทดแทน เช่น ระบบโซลาร์เซลล์ การลดคาร์บอนฟุตพริ้นต์ในการขนส่ง หรือแม้แต่การประยุกต์ใช้เทคโนโลยี blockchain เพื่อเพิ่มความโปร่งใสในการจัดการห่วงโซ่อุปทาน (UNCTAD, 2021) แนวทางเหล่านี้จะช่วยให้องค์กรสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีในระดับสากล และเพิ่มโอกาสในการเข้าถึงแหล่งเงินทุนหรือสิทธิประโยชน์ด้านสิ่งแวดล้อมในอนาคต

โดยสรุป ธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้าในยุคดิจิทัลจำเป็นต้องปรับตัวอย่างรอบด้าน ทั้งในมิติของเทคโนโลยี ทุนมนุษย์ โครงสร้างองค์กร และสิ่งแวดล้อม การกำหนดทิศทางเชิงกลยุทธ์ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงดังกล่าวจะเป็นกุญแจสำคัญที่ช่วยให้องค์กรสามารถแข่งขันได้อย่างมั่นคงและยั่งยืนในอนาคต

6. ข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่ต้องการศึกษาในอนาคต

เพื่อเพิ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับการใช้เทคโนโลยีอัตโนมัติในธุรกิจคลังสินค้าและศูนย์กระจายสินค้า การศึกษาวิจัยในอนาคตควรมุ่งเน้นการเพิ่มขีดความสามารถของธุรกิจให้สามารถปรับตัวต่อเทคโนโลยีใหม่ได้อย่างมีประสิทธิภาพ โดยคำนึงถึงผลกระทบต่อแรงงาน การลงทุน และความปลอดภัยของข้อมูล เพื่อให้ธุรกิจเติบโตอย่างมั่นคงและยั่งยืนในยุคดิจิทัล

การศึกษาควรครอบคลุมผลกระทบของระบบอัตโนมัติในอุตสาหกรรมต่าง ๆ เช่น อุตสาหกรรมอาหาร ยานยนต์ และค้าปลีก เพื่อเสนอแนะแนวทางปรับตัวที่เหมาะสม ควรพัฒนาโมเดลการฝึกอบรมแรงงานที่เหมาะสมโดยเปรียบเทียบระหว่าง E-learning, AI-driven Learning Systems และ Hands-on Training เพื่อหาวิธีที่มีประสิทธิภาพสูงสุด ด้านความปลอดภัยของข้อมูล ควรศึกษาเพิ่มเติมเกี่ยวกับการใช้ AI และ Blockchain ในการป้องกันภัยไซเบอร์ สำหรับการลงทุน ควรมีการวิเคราะห์ผลตอบแทนจากการลงทุน (ROI) ของเทคโนโลยีอัตโนมัติแต่ละประเภท เพื่อช่วยให้ธุรกิจเลือกใช้เทคโนโลยีที่คุ้มค่าที่สุด นอกจากนี้ ควรศึกษาการประยุกต์ใช้แนวคิดความยั่งยืนในคลังสินค้าอัจฉริยะ เช่น พลังงานสะอาด เทคโนโลยีลดการปล่อยคาร์บอน และระบบรีไซเคิลอัจฉริยะ เพื่อให้คลังสินค้ายุคใหม่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

ประชาชาติธุรกิจ. (2566). "แฟลช" ใช้หุ่นยนต์ บริหารจัดการคลังสินค้าครบวงจร ช่วยพ่อค้าแม่ค้าออนไลน์.

[ออนไลน์] ค้นเมื่อ 9 มีนาคม 2568 จาก <https://today.line.me/th/v2/article/kEeMy3k>

Amazon. (n.d.). **Amazon robotics**. [Online]. Retrieved February 15, 2025 from:

<https://amazon.jobs/content/en/teams/ft/amazon-robotics#search>

Aunadi, M. J., & Reyad, Z. H. (2024). **The Future of Work: How HR Can Prepare for Automation and Job Displacement**. Cambridge Open Engage.

<https://doi.org/10.33774/coe-2024-71jmd>

Andry, J. F., Liliana, L., Tannady, H., & Arief, A. S. (2022). Data Centre Risk Analysis Using ISO 31000: 2009 Framework. **Journal of Physics: Conference Series**, **2394**, p.012032.

<https://doi.org/10.1088/1742-6596/2394/1/012032>

Bessen, J., Goos, M., Salomons, A., & Berge, W. (2019). **What happens to workers at firms that automate?**. Social Science Research Network.

<https://doi.org/10.2139/SSRN.3328877>

Carlan, V., Ceulemans, D., Van Hassel, E., Derammelaere, S., & Vanelslender, T. (2023).

Automation in cargo loading/unloading processes: do unmanned loading technologies bring benefits when both purchase and operational cost are considered?. **Journal of Shipping and Trade**, **8**(1), 20.

<https://doi.org/10.1186/s41072-023-00146-9>

CP All Public Company Limited. (2023). **นวัตกรรมและการสร้างคุณค่า**. [Online]. Retrieved March 2, 2025 from: <https://www.cpall.co.th/sustain/economic-dimension/innovation-management>

- Dhaliwal, A. (2020). The rise of automation and robotics in warehouse management. In **Transforming management using artificial intelligence techniques** (pp. 63-72). CRC Press.
- Eikebrokk, T., & Olsen, D. (2019). Robotic process automation for knowledge workers—will it lead to empowerment or lay-offs. In **Norsk konferanse for organisasjoners bruk at IT** (Vol. 27, pp. 2015-2017). Bibsys Open Journal Systems.
- Fager, P., Sgarbossa, F., & Calzavara, M. (2021). Cost modelling of onboard cobot-supported item sorting in a picking system. **International Journal of Production Research**, **59**(11), 3269-3284.
- Hamberg, R., & Verriet, J. (2012). **Automation in Warehouse Development**. Springer- Verlag London Limited.
- International Organization for Standardization. (2022). **Information security, cybersecurity and privacy protection—Information security management systems—Requirements (ISO/IEC 27001:2022)**. [Online]. Retrieved March 2, 2025 from: <https://www.iso.org/standard/27001>
- Kudelska, I., & Niedbał, R. (2020). Technological and organizational innovation in warehousing process: Research over workload of staff and efficiency of picking stations. **E&M Economics and Management**, **23** (3), 67–81. <https://doi.org/10.15240/tul/001/2020-3-005>
- Li, L. (2022). Reskilling and upskilling the future-ready workforce for Industry 4.0 and beyond. **Information Systems Frontiers**, **26**, 1697-1712. <https://doi.org/10.1007/s10796-022-10308-y>
- Martínez-Comesaña, M., Rigueira-Díaz, X., Larrañaga-Janeiro, A., Martínez-Torres, J., Ocarranza-Prado, I., & Kreibel, D. (2023). Impact of artificial intelligence on assessment methods in primary and secondary education: Systematic literature review. **Revista de Psicodidáctica (English ed.)**, **28**(2), 93-103. <https://doi.org/10.1016/j.psicoe.2023.06.002>
- McKinsey & Company. (2022). **The future of work in logistics**. [Online]. Retrieved February 28, 2025 from: <https://www.mckinsey.com/industries/travel-logistics-and-infrastructure/our-insights/the-future-of-work-in-logistics>
- McQueen, N., & Drennan, D. (2024). The use of warehouse automation technology for scalable and low-cost direct air capture. **Frontiers in Climate**, **6**, 1415642, <https://doi.org/10.3389/fclim.2024.1415642>
- Min, H. (2023). Assessing the impact of a COVID-19 pandemic on supply chain transformation: an exploratory analysis. **Benchmarking: An International Journal**, **30**(6), 1765-1781. <https://doi.org/10.1108/BIJ-04-2022-0260>

- QueueMe. (n.d.). **Warehouse innovation**. [Online]. Retrieved March 4, 2025 from:
<https://queueme.io/resources/warehousing/Warehouse-Innovation.html>
- Ruzayqat, M. (2016). **Designing a cellular-based fully automated case picking system**
 [Unpublished doctoral dissertation]. Universität Duisburg-Essen.
- TLI Magazine. (2025). **Preparing for 2025: The future trends in warehouse innovation**.
 [Online]. Retrieved March 2, 2025 from: <https://tlimagazine.com/news/preparing-for-2025-the-future-trends-in-warehouse-innovation/>
- Tubis, A. (2023). Intelligent warehouse in Industry 4.0—Systematic literature review. **Sensors**, **23**(8), 4105. <https://doi.org/10.3390/s23084105>
- Uniserve Marketing. (2024). **The importance of distribution warehousing**. [Online]. Retrieved
 March 2, 2025 from: <https://uniserve.co.uk/the-importance-of-distribution-warehousing/>
- United Nations Conference on Trade and Development. (2021). **Technology and innovation report 2021: Catching technological waves**. [Online]. Retrieved February 20, 2025
 from: https://unctad.org/system/files/official-document/tir2020_en.pdf
- WeChronicle. (2023). **Exploring architectural innovations in industrial warehouses and distribution centers**. [Online]. Retrieved March 1, 2025 from:
<https://wechronicle.com/architecture/exploring-architectural-innovations-in-industrial-warehouses-and-distribution-centers/>
- World Economic Forum. (2023). **Future of Jobs Report 2023**. [Online]. March 3, 2025 from:
<https://www.weforum.org/reports/the-future-of-jobs-report-2023>
- Ye, X., Zhao, J., Zhang, Y., & Wen, F. (2015). Quantitative vulnerability assessment of cyber security for distribution automation systems. **Energies**, **8**(6), 5266–5286.
<https://doi.org/10.3390/en8065266>

รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล
ในสังคมไทยดิจิทัล

The structural equation model of factors affecting digital citizenship
in Thailand's digital society

ขจรศักดิ์ กันไช้^{1*} ชนาภรณ์ ปัญญาการผล² และภัทรกร ปุยสุวรรณ³

(Khajonsak Khanchai^{1*} Chanaphorn Panyakanphon² and Pattaraporn Puisuwan³)

^{1*}สาขาวิชาธุรกิจอีสปอร์ต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นครปฐม

^{1*}Department of Esports Business, Faculty of Management Science,
Nakhon Pathom Rajabhat University, Nakhon Pathom, Thailand

²สาขาวิชาเทคโนโลยีและสื่อสารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์
มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

²Department of Educational Technology and Communication,
Faculty of Education, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

³สาขาวิชาธุรกิจอีสปอร์ต คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม นครปฐม

³Department of Esports Business, Faculty of Management Science, Nakhon Pathom Rajabhat University,
Nakhon Pathom, Thailand

*Corresponding author: Khajonsak@webmail.npru.ac.th

Article history:

Received 5 August 2024 Revised 3 May 2025

Accepted 5 May 2025 SIMILARITY INDEX = 16.71 %

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัล และ 2) เพื่อตรวจสอบรูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัล โดยใช้แบบประเมินเป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากนักศึกษาระดับปริญญาตรีจำนวน 720 คน สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ สถิติพรรณนาและการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้างเชิงเส้น

ผลการศึกษาพบว่า 1) สมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางดิจิทัล และวิชาชีพสื่อซึ่งเป็นตัวแปรต้นมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นกับความเป็นพลเมืองดิจิทัลเป็นตัวแปรตาม โดยมีค่าสถิติวัดความกลมกลืนของรูปแบบ คือ $\chi^2/df = 1,025.47$, $df = 365$, $p\text{-value} = .000$, $\chi^2/df = 2.81$, $NFI = .92$, $IFI = .94$, $CFI = .93$, $RMSEA = .065$ และ 2) การวิเคราะห์รูปแบบสามารถบ่งชี้ได้ว่าสมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางดิจิทัล และวิชาชีพสื่อเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญยิ่งทางสถิติที่ .01 โดยทั้งหมดรวมกันอธิบายความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัลได้ร้อยละ 72.1 ทั้งนี้การวิเคราะห์เส้นทางพบว่า ปัจจัยที่มีอิทธิพลทางตรงสูงสุดต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล คือ สมรรถนะดิจิทัล รองลงมาคือ ความฉลาดทางดิจิทัล และวิชาชีพสื่อ และไม่มีอิทธิพลทางอ้อมในโมเดลที่มีนัยสำคัญทางสถิติ จึงสะท้อนให้เห็นถึงความสำคัญของการเสริมสร้างทักษะและคุณลักษณะสำคัญของผู้ใช้งานดิจิทัลในยุคสังคมไทยดิจิทัล

คำสำคัญ: พลเมืองดิจิทัล สังคมไทยดิจิทัล สมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล วิชาชีพสื่อ

ABSTRACT

This research aimed to 1) develop a linear structural equation model of factors affecting digital citizenship in a digital Thai society and 2) examine structural equation model of factors affecting digital citizenship in a digital Thai society using an assessment as a tool to collect data from 720 undergraduate students. The statistics used for data analysis were descriptive statistics and structural model analysis using Structural Equation Modeling.

The results revealed that 1) the proposed structural model demonstrated a good fit with the empirical data (chi-square = 1,025.47, df = 365, p-value = .000, χ^2/df = 2.81, NFI = .92, IFI = .94, CFI = .93, RMSEA = .065), and 2) digital competence, digital intelligence, and media profession were significant causal factors influencing digital citizenship at the .01 level. These three variables collectively accounted for 72.1% of the variance in digital citizenship. Additionally, the path analysis indicated that digital competence had the highest direct effect on digital citizenship, followed by digital intelligence and media profession. And no statistically significant indirect effects were observed in the model. These findings underscore the importance of enhancing users' digital skills and attributes in fostering responsible and engaged digital citizenship within Thai digital society.

Keywords: Digital Citizenship, Thai Digital Society, Digital Competence, Digital Intelligence, Media Profession

1. บทนำ

ในยุคปัจจุบันที่เทคโนโลยีดิจิทัลได้เข้ามามีบทบาทสำคัญในชีวิตประจำวันของประชาชนอย่างแพร่หลาย สมรรถนะดิจิทัลกลายเป็นสิ่งที่จำเป็นอย่างยิ่งสำหรับทุกคน โดยเฉพาะอย่างยิ่งสำหรับผู้ทำงานในแวดวงสื่อและสารสนเทศ สมรรถนะดิจิทัลไม่เพียงแต่จะช่วยให้บุคคลสามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพเท่านั้น แต่ยังช่วยให้พวกเขาสามารถใช้ข้อมูลและสารสนเทศได้อย่างเหมาะสมและปลอดภัย ในปัจจุบันสื่อสิ่งพิมพ์หลายสำนักเริ่มมีการปรับตัวหันมาให้ความสำคัญกับสื่อออนไลน์มากขึ้น แต่ละองค์กรพยายามนำเสนอเนื้อหาที่รวดเร็ว สอดคล้องกับวิถีชีวิตของผู้บริโภคส่งผลให้สื่อออนไลน์เข้ามาทดแทนที่สื่อเก่า ในยุคปัจจุบันกำลังถูกท้าทายด้วยเทคโนโลยีด้านการสื่อสารในยุคอินเทอร์เน็ตและแพลตฟอร์มสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) เข้ามามีบทบาทในชีวิตประชาชนมากยิ่งขึ้น ทำให้วิถีชีวิตผู้คนเปลี่ยนไปมีช่องทางให้ผู้รับชมข่าวสารหลากหลายเช่น เว็บไซต์ช่องทางสื่อสังคมออนไลน์ เช่น เฟซบุ๊ก (Facebook) เอ็กซ์หรือทวิตเตอร์ (X; Twitter) อินสตาแกรม (Instagram) และไลน์ (Line) ซึ่งเป็นช่องทางการสื่อสารใหม่ที่เข้าถึงได้สะดวกและรวดเร็วมากยิ่งขึ้น ความเป็นสังคมดิจิทัลและกิจกรรมเชิงดิจิทัลในชีวิตประจำวันถือเป็นโครงสร้างพื้นฐานดิจิทัลได้ปรับเปลี่ยนการมีปฏิสัมพันธ์ของพลเมืองกับสภาพแวดล้อมทางสังคม การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม ความเป็นพลเมืองดิจิทัลได้กลายเป็นมิติที่สำคัญมากขึ้นของความเป็นพลเมือง (Hintz et al., 2019) เทคโนโลยีที่เกิดขึ้นใหม่ เช่น อินเทอร์เน็ตของสรรพสิ่ง การทำข้อมูลให้เป็นข้อมูล และปัญญาประดิษฐ์ร่วมกับปรากฏการณ์เช่นข่าวลวงและข้อมูลเท็จ ได้ก่อให้เกิดศาสตร์ที่ตรงกับความต้องการใหม่ในปัจจุบัน การพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลและความเป็นพลเมืองดิจิทัลจะมีความสำคัญและสร้างการมีส่วนร่วมกับเทคโนโลยีดิจิทัล (Vuorikari, Kluzer, & Punie, 2022)

จากการรายงานในปี พ.ศ. 2564 นักสื่อสารมวลชน (Journalists) ตระหนักถึงความสำคัญของสมรรถนะดิจิทัลแต่มีขีดจำกัดที่จำเป็นในการใช้เครื่องมือและแพลตฟอร์มดิจิทัลอย่างมีประสิทธิภาพซึ่งส่วนใหญ่ใช้ทักษะดิจิทัลเพียงเฉพาะอย่าง เช่น การตรวจสอบข้อเท็จจริงของเนื้อหา การโพสต์เนื้อหาบนสื่อสังคมออนไลน์ และการสร้างเรื่องราวสำหรับหลายแพลตฟอร์ม เป็นต้น มีประมาณร้อยละ 20 ปฏิบัติงานสื่อด้วยอุปกรณ์ที่ล้าสมัย ถึงแม้จะ การฝึกอบรมวิชาชีพสำหรับนักสื่อสารมวลชนอย่างสม่ำเสมอและเหมาะสมแต่มีค่าต่ำ ไม่ทันต่อยุคสมัย หย่อนยานและเนื้อหาในเชิงปฏิบัติการกระจายไม่ชัดเจน ซึ่งเป็นอุปสรรคต่อพัฒนาสมรรถนะดิจิทัลและการปรับตัวเข้ากับภูมิทัศน์ดิจิทัลที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างรวดเร็ว (Matić & Perković, 2021) และจากการศึกษาในแฮมเปียบพบว่า สื่อมวลชนจงใจอ้างคำพูดโดยไม่มีที่มาที่ไปและใช้วาทกรรมที่บิดเบือนเพื่อสร้างเรื่องราวที่สะท้อนอารมณ์ และสนับสนุนเนื้อหาเชิงอุดมการณ์ของปัจเจกบุคคล โดยมีนักสื่อสารมวลชน รุ่นใหม่จำนวนมากขาดหลักการพื้นฐานทางวิชาชีพสื่อซึ่งนำไปสู่การประพาดิมิชอบทางวิชาชีพและจริยธรรมอย่างร้ายแรง (Katotobwe, 2022) ผลกระทบที่ตามมาของการไม่เป็นมืออาชีพในวงการสื่อสารมวลชน ได้แก่ การสูญเสียความน่าเชื่อถือและความไว้วางใจจากสาธารณชน อีกทั้งประชาชนยังไม่เคารพสื่อ นอกจากนี้ยังนำไปสู่การใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการบิดเบือนความคิดเห็นของประชาชนและเป็นช่องทางในการนำเสนอเนื้อหาเพื่อผลประโยชน์พิเศษของกลุ่มบุคคลมากกว่าทำเพื่อประโยชน์สาธารณะ (Talabi, 2012) ยิ่งไปกว่านั้น หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในด้านการศึกษายังได้เข้ามามีส่วนร่วมในการทำงานเกี่ยวกับความเป็นพลเมืองดิจิทัลที่สนับสนุนทั้งสมรรถนะดิจิทัลและความเป็นวิชาชีพสื่อในระบบการศึกษา เช่น องค์การเพื่อความร่วมมือและการพัฒนาทางเศรษฐกิจ (OECD) คณะกรรมาธิการยุโรป และสภายุโรป (Burns & Gottschalk, 2019) (European Commission, 2021) (Richardson & Milodivov, 2022) อีกทั้งระบบทางการศึกษาในปัจจุบันได้มีบทบาทเพิ่มความสำคัญกับการพัฒนาความฉลาดทางสติปัญญา (Intelligent

Quotient: IQ) และความฉลาดทางอารมณ์ (Emotional Quotient: EQ) แก่ผู้เรียนในยุคปัจจุบันที่อยู่ท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีที่เปลี่ยนไปอย่างรวดเร็วทำให้เกิดผลกระทบตามมา คือ การรู้ไม่เท่าทันโลกดิจิทัล ความเสี่ยงต่อการได้รับข้อมูลข่าวสารที่ถูกบิดเบือนและไม่น่าเชื่อถือ เช่น ข่าวปลอม (Fake News) รวมไปถึงการนำเทคโนโลยีไปใช้ในทางที่ไม่ถูกไม่ควร เช่น การกลั่นแกล้งบนโลกออนไลน์ (Cyberbullying) หรือการก่ออาชญากรรมทางไซเบอร์ ดังนั้นการส่งเสริมความฉลาดทางดิจิทัลจะทำให้ผู้เรียนในยุคปัจจุบันที่พร้อมจะก้าวเข้าสู่โลกดิจิทัล (Lertsutiwong, 2019 อ้างถึงใน นกสัชนันท์ สุวรรณวงศ์ และปณิตา วรรณพิรุณ, 2564) ผู้เรียนในยุคดิจิทัล นอกจากจะต้องมีทั้งอัจฉริยะภาพทางสมอง และความฉลาดทางอารมณ์แล้วยังต้องมีความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence Quotient: DQ) สูงอีกด้วย (Orsuwan, 2018 อ้างถึงใน นกสัชนันท์ สุวรรณวงศ์ และปณิตา วรรณพิรุณ, 2564) เสมือนเป็นเครื่องมือในการสร้างองค์ความรู้ที่เหมาะสมแก่ผู้สอน รวมถึงเตรียมความพร้อมให้แก่ผู้เรียนในยุคดิจิทัลให้สามารถรู้เท่าทันสื่อ และนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคมให้มากที่สุด

สภาพปัญหาและทิศทางการศึกษาข้างต้น พบการแก้ไขปัญหาที่กำลังเผชิญซึ่งต้องต้องปรับปรุงการศึกษาด้านสื่อเพื่อเสริมสร้างหลักจริยธรรมและการบังคับใช้ด้านจริยธรรมของสื่อ ส่งเสริมความหลากหลายโดยไม่แบ่งแยกกลุ่มปฏิบัติงานในอุตสาหกรรมสื่อ (Jamal & Awaisi, 2012) และเพิ่มสมรรถนะคือกลุ่มของความรู้ (Knowledge) ทักษะ (Skills) และคุณลักษณะ (Attributes) ที่เกี่ยวข้องกับความเข้าใจเทคโนโลยีดิจิทัลในระหว่างการศึกษา (Lund, Furberg, & Engelen, 2014) (Tømte, Kårstein, & Olsen, 2013) ซึ่งมีผลกระทบต่องานหลักของตำแหน่งงานโดยกลุ่ม ความรู้ทักษะ และคุณลักษณะดังกล่าว สัมพันธ์กับผลงานของตำแหน่งงานนั้น ๆ และสามารถวัดผลเทียบกับมาตรฐานที่เป็นที่ยอมรับและเป็นสิ่งที่สามารถเสริมสร้างขึ้นได้ โดยผ่านการฝึกอบรมและการพัฒนา (สุกัญญา รัตมิตรรณโชติ, 2548) สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ (SDSC) ได้กำหนดกรอบสมรรถนะด้านดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย โดยมีเป้าหมายที่จะให้ประชาชนไทยทุกกลุ่มมีความรู้ ทักษะ และความสามารถในการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ เหมาะสม ปลอดภัย และสร้างสรรค์ (กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม, 2562) ซึ่งสอดคล้องกับความจำเป็นต้องมีความสามารถดิจิทัลระดับมืออาชีพ (PDC) เพื่อรับมือกับการเปลี่ยนแปลงของสังคมดิจิทัลในเยาวชนรุ่นใหม่ที่ยังไม่เกิดขึ้น (Skantz-Åberg et al., 2022) (Almås, Bueie, & Aagaard, 2021)

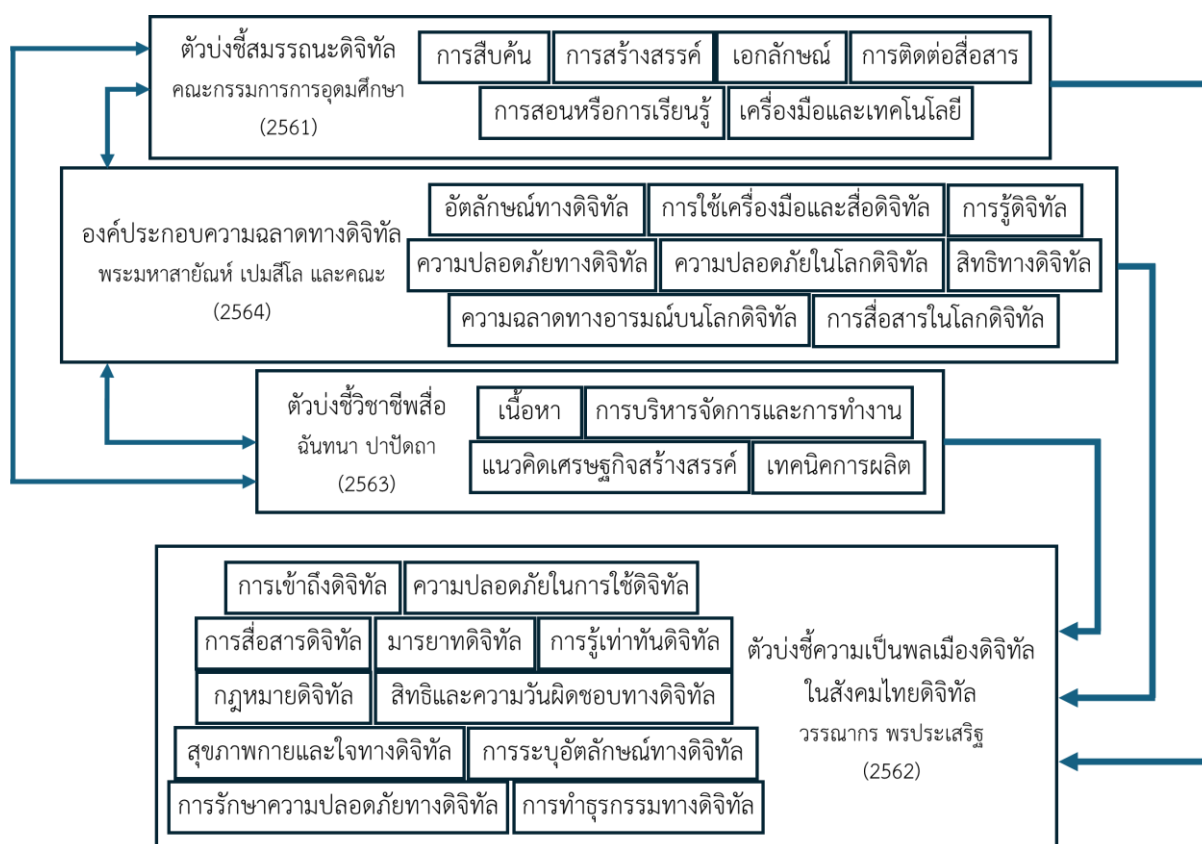
โดยสรุป ผู้วิจัยมีความสนใจที่จะศึกษาระดับสมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางปัญญาดิจิทัลและวิชาชีพเพื่อศึกษารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล โดยใช้การวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) เนื่องจากโมเดลสมการโครงสร้างมีความโดดเด่นด้านการประมาณค่าความสัมพันธ์ที่เกี่ยวข้องภายในและความสัมพันธ์แบบหลายตัวแปร ตลอดจนแนวคิดที่ไม่สามารถสังเกตความสัมพันธ์รวมไปถึงการวัดค่าความผิดพลาดที่เกิดจากกระบวนการประมาณที่สมการถดถอยไม่สามารถอธิบายได้ว่าตัวแปรเหตุใดควรให้ความสำคัญมากกว่ากัน และจะส่งผลไปยังตัวแปรผลมากน้อยต่างกันอย่างไรในการการศึกษาปัจจัย ทั้งผู้วิจัยคาดหวังสิ่งที่ค้นพบจากข้อมูลที่ได้ในการวิจัยในครั้งนี้ จะเป็นประโยชน์ในทางวิชาการ ในแวดวงอุตสาหกรรมดิจิทัลและอุตสาหกรรมสื่อบันเทิงที่สามารถนำไปใช้ในการถ่ายทอดและสนับสนุนการบริหารจัดการเชิงนโยบายและการนำไปสู่การพัฒนากำลังคนดิจิทัลของประเทศไทยต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัล
2. เพื่อตรวจสอบรูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัล

กรอบแนวคิดงานวิจัย

การวิจัยนี้ใช้แนวคิดจากการวิเคราะห์ และสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัลพิจารณาจากมุมมอง 11 ตัวบ่งชี้ โดยอิงตัวชี้วัดจากแบบวัดและเกณฑ์ปกติความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (วรรณกร พรประเสริฐ, 2562) และปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัลพิจารณาจากมุมมอง 3 องค์ประกอบ ได้แก่ สมรรถนะดิจิทัล 6 ด้าน โดยอิงตัวบ่งชี้สมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) ความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล 8 ด้าน โดยอิงจากผลการสัมภาษณ์ความฉลาดทางดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21 (พระมหาสายัณห์ เปมสีโล สำราญ ศรีคำมูล และสนิท วงปล่อมหิรัญ, 2566) และวิชาชีพสื่อ โดยอิงจากตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักสื่อสารมวลชนดิจิทัล (ฉันทนา ปาปัดถา, 2563) โดยตัวแปร ตัวบ่งชี้และตัวชี้วัดทั้งหมดมีความสัมพันธ์กันแสดงตามการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Model) ดังแผนภาพที่ 1



แผนภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 ตัวบ่งชี้ความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล

วรรณภากร พรประเสริฐ (2562) ได้สังเคราะห์ตัวชี้วัดความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizenship) โดยยึดจากแนวคิดของ Ribble (2011a) และ Park (2016a) เป็นกรอบในการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้ย่อย และศึกษาค้นคว้ารายละเอียดจากนักวิจัยและนักวิชาการต่างๆ เพิ่มเติม เพื่อทำการสังเคราะห์ตัวบ่งชี้ย่อยความเป็นพลเมืองดิจิทัล โดยพิจารณาจากคุณลักษณะของตัวบ่งชี้ที่คล้ายคลึงกันได้จำนวน 11 ตัวบ่งชี้ ดังนี้

ตัวบ่งชี้ที่ 1 การเข้าถึงดิจิทัล (Digital Access) ความสามารถของกลุ่มคนที่เติบโตในยุคเทคโนโลยีดิจิทัล ที่ต้องมีส่วนร่วมในการใช้เทคโนโลยี เพื่อก้าวเข้าสู่ความเป็นพลเมืองดิจิทัล และมีการตระหนักถึงบุคคลอื่นที่ขาดโอกาสในการเข้าถึงเทคโนโลยี ทั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) มีส่วนร่วมในการใช้เทคโนโลยี และ 2) ตระหนักถึงบุคคลอื่นที่ได้รับโอกาสในการใช้เทคโนโลยี

ตัวบ่งชี้ที่ 2 การทำธุรกรรมทางดิจิทัล (Digital Commerce) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่ทำการขายสินค้าทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม และซื้อสินค้าทางดิจิทัลด้วยความรอบคอบ ทำการซื้อสินค้าอย่างมีสติ สามารถยับยั้งชั่งใจและไม่ซื้อสินค้าผ่านทางดิจิทัลจนก่อให้เกิดหนี้สินตามมา ก่อนตัดสินใจซื้อสินค้าดิจิทัล ทั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) ขายสินค้าทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม 2) ซื้อสินค้าทางดิจิทัลด้วยความรอบคอบ และ 3) สืบค้นแหล่งที่มา หรือเว็บไซต์ในการซื้อสินค้าทางดิจิทัล

ตัวบ่งชี้ที่ 3 การสื่อสารดิจิทัล (Digital Communication) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่มีการสนทนากับผู้อื่น โดยใช้ช่องทางการติดต่อสื่อสารผ่านทางดิจิทัลด้วยความระมัดระวัง ไม่หลงเชื่อผู้ร่วมสนทนาผ่านทางดิจิทัลมีการสื่อสารด้วยการเคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล เพื่อไม่ก่อให้เกิดความแตกแยกกันและนำมาซึ่งปัญหาการทะเลาะวิวาท ทั้งนี้ ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) ระมัดระวังการสื่อสารทางดิจิทัลกับผู้ร่วมสนทนา และ 2) เคารพและให้เกียรติผู้ร่วมสนทนาทางดิจิทัล

ตัวบ่งชี้ที่ 4 มารยาทดิจิทัล (Digital Etiquette) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลที่ใช้ช่องทางที่เอื้ออำนวยความสะดวกสบายของเทคโนโลยีเพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล เอาใจใส่ หรือเห็นอกเห็นใจผู้อื่นในโลกออนไลน์ รู้จักควบคุมอารมณ์ของตนเองและรู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล ทั้งนี้ ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) สร้างความสัมพันธ์ที่ดีกับผู้อื่นในโลกดิจิทัล 2) ควบคุมอารมณ์ของตนเองในโลกดิจิทัล และ 3) รู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล

ตัวบ่งชี้ที่ 5 การรู้เท่าทันดิจิทัล (Digital Literacy) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการประเมินข้อมูลข่าวสารต่างๆ ที่มีอยู่อย่างหลากหลายในโซเชียลมีเดียได้อย่างถูกต้อง ไม่ตกเป็นเหยื่อของกลุ่มมิจฉาชีพที่แอบแฝงใช้สื่อทางดิจิทัลเพื่อมาหลอกลวงผู้อื่น มีการส่งต่อข้อมูลได้อย่างเหมาะสม และมีการนำข้อมูลต่างๆ มาสร้างสรรค์ผ่านทางดิจิทัล ทั้งนี้ประกอบด้วย 3 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) ประเมินข้อมูลข่าวสารทางดิจิทัลได้อย่างถูกต้อง 2) ส่งต่อข้อมูลข่าวสาร หรือเรื่องราวต่างๆ ทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม และ 3) สร้างสรรค์ข้อมูลทางดิจิทัล

ตัวบ่งชี้ที่ 6 กฎหมายดิจิทัล (Digital Law) หมายถึงความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการใช้เทคโนโลยีให้อยู่ในกฎระเบียบ เป็นไปตามกฎหมายทางดิจิทัลที่ออกมาเพื่อป้องกันและควบคุมการกระทำผิดต่างๆ บนโลกดิจิทัล ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อยได้แก่ 1) หลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลทางดิจิทัลที่เป็นเท็จ และ 2) หลีกเลี่ยงการละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาทางดิจิทัล

ตัวบ่งชี้ที่ 7 สิทธิและความรับผิดชอบทางดิจิทัล (Digital Rights and Responsibilities) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการหลีกเลี่ยงการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นผ่านทาง

ดิจิทัลโดยไม่ได้รับ ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) หลีกเลี่ยงการละเมิดความเป็นส่วนตัวของผู้อื่นผ่านทางดิจิทัล และ 2) หลีกเลี่ยงการขโมยความคิดหรือผลงานของผู้อื่นทางดิจิทัลมาเป็นของตนเอง

ตัวบ่งชี้ที่ 8 สุขภาพกายและใจทางดิจิทัล (Digital Health and Wellness) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการใช้งานโซเชียลมีเดียและการใช้งานอุปกรณ์ดิจิทัล โดยสามารถจัดสรรเวลาได้อย่างเหมาะสมไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อร่างกายและจิตใจ รู้จักใช้ชีวิตออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างสมดุลเพื่อสุขภาพกายใจที่ดีในการใช้ดิจิทัล ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) จัดสรรเวลาในการใช้งานโซเชียลมีเดียและการทำงานผ่านอุปกรณ์ดิจิทัล และ 2) รู้จักใช้ชีวิตออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างสมดุล

ตัวบ่งชี้ที่ 9 การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (Digital Security) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการปกป้องข้อมูลทางดิจิทัลของตนเองจากผู้คิดร้ายที่อาจเข้ามาก่อวินาศกรรมหรือทำลายให้เกิดความเสียหายได้ และเข้าถึงข้อมูลทางดิจิทัลในโซเชียลมีเดียหรือจากเว็บไซต์ หรือการดาวน์โหลดข้อมูลต่างๆ ด้วยความรอบคอบไม่ก่อให้เกิดผลกระทบต่อข้อมูลของตนเอง ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) ปกป้องข้อมูลทางดิจิทัลของตนเอง และ 2) เข้าถึงข้อมูลทางดิจิทัลด้วยความรอบคอบ

ตัวบ่งชี้ที่ 10 การระบุอัตลักษณ์ทางดิจิทัล (Digital Identity) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคในการสร้างข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสมและเปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลด้วยความระมัดระวัง เพื่อสร้างเรื่องราวของตนเองให้บุคคลอื่นในโลกดิจิทัลได้รับรู้และไม่ก่อให้เกิดอันตรายต่อตนเองและผู้อื่น ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) สร้างข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลได้อย่างเหมาะสม และ 2) เปิดเผยข้อมูลส่วนตัวทางดิจิทัลด้วยความระมัดระวัง

ตัวบ่งชี้ที่ 11 ความปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล (Digital Safety) หมายถึง ความสามารถของกลุ่มคนในยุคดิจิทัลในการจัดการการถูกกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์เพื่อไม่ให้ตกเป็นเหยื่อของการรังแกกันผ่านทางไซเบอร์ และหลีกเลี่ยงการกลั่นแกล้งผู้อื่นบนโลกไซเบอร์เพื่อไม่ให้ผู้อื่นได้รับความเสียหายต่อร่างกายและจิตใจ ทั้งนี้ประกอบด้วย 2 ตัวบ่งชี้ย่อย ได้แก่ 1) จัดการการถูกกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ และ 2) หลีกเลี่ยงการกลั่นแกล้งผู้อื่นบนโลกไซเบอร์

สรุปได้ว่า พลเมืองดิจิทัลพึงมีความสามารถในการ เข้าถึงดิจิทัล นั่นคือการใช้ประโยชน์จากเทคโนโลยีเพื่อเข้าร่วมในสังคมดิจิทัล และต้องตระหนักถึงผู้ที่ยังขาดโอกาสในการเข้าถึงเช่นกัน นอกจากนี้ยังต้องมีทักษะในการทำธุรกรรมดิจิทัล อย่างรอบคอบ มีสติ และหลีกเลี่ยงการสร้างภาระหนี้สินจากการซื้อขายออนไลน์ การสื่อสารดิจิทัล เป็นสิ่งสำคัญยิ่ง พลเมืองดิจิทัลควรพูดคุยออนไลน์อย่างระมัดระวัง เคารพและให้เกียรติผู้อื่นเสมอ เพื่อป้องกันความขัดแย้ง และแสดงออกถึง มารยาทดิจิทัล ที่ดี โดยการสร้างความสัมพันธ์เชิงบวก ควบคุมอารมณ์ และรู้จักกาลเทศะในการใช้งานอุปกรณ์ต่างๆ ทั้งนี้ ทักษะการ รู้เท่าทันดิจิทัล เป็นแกนหลักที่ทำให้พลเมืองดิจิทัลสามารถประเมินข้อมูลข่าวสารได้อย่างถูกต้อง ไม่ตกเป็นเหยื่อของกลโกง และสามารถสร้างสรรค์ข้อมูลที่เป็นประโยชน์ได้ การเข้าใจ กฎหมายดิจิทัล ก็เป็นสิ่งจำเป็น เพื่อให้ใช้งานเทคโนโลยีได้อย่างถูกต้องตามกฎหมาย หลีกเลี่ยงการเผยแพร่ข้อมูลเท็จและการละเมิดสิทธิผู้อื่น

พลเมืองดิจิทัลที่ดีต้องตระหนักถึง สิทธิและความรับผิดชอบดิจิทัล ซึ่งรวมถึงการเคารพความเป็นส่วนตัวและไม่ละเมิดทรัพย์สินทางปัญญาของผู้อื่น การดูแล สุขภาพกายและใจดิจิทัล ก็เป็นเรื่องสำคัญ โดยการจัดสรรเวลาในการใช้งานออนไลน์อย่างเหมาะสม เพื่อรักษาสมดุลชีวิตทั้งในโลกออนไลน์และออฟไลน์ นอกจากนี้ การมี ความปลอดภัยดิจิทัล ก็เป็นสิ่งที่ไม่ควรมองข้าม พลเมืองดิจิทัลควรปกป้องข้อมูลส่วนตัวจากผู้ไม่หวังดี และเข้าถึงข้อมูลต่างๆ อย่างรอบคอบ การสร้าง อัตลักษณ์ดิจิทัล ก็ควรทำอย่างเหมาะสมและระมัดระวังในการเปิดเผยข้อมูลส่วนตัว เพื่อความปลอดภัยของตนเองและผู้อื่น และสุดท้ายคือการมี ความ

ปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล ซึ่งหมายถึงความสามารถในการจัดการและหลีกเลี่ยงการถูกกลั่นแกล้งบนโลกไซเบอร์ เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้งานดิจิทัลได้อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์

2.2 ตัวบ่งชี้สมรรถนะดิจิทัล

คณะกรรมการการอุดมศึกษา (2561) ได้ประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติเกี่ยวกับสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี ด้วยตามที่ได้มีประกาศคณะกรรมการการอุดมศึกษา เรื่อง แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 ลงวันที่ 16 กรกฎาคม 2552 เพื่อเป็นแนวทางให้สถาบันอุดมศึกษาใช้ในการพัฒนาหรือปรับปรุงหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน และการพัฒนาคุณภาพการจัดการศึกษา ให้สามารถผลิตบัณฑิตที่มีคุณภาพตามเจตนารมณ์ของประกาศกระทรวงศึกษาธิการ เรื่อง กรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2552 เพื่อให้สอดคล้องกับทักษะการเรียนรู้ในศตวรรษที่ 21 แนวคิดการศึกษาไทย 4.0 และกรอบการผลิตและพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับดิจิทัลเพื่อเพื่อเศรษฐกิจและสังคมของคณะอนุกรรมการวางแผนการผลิตและพัฒนากำลังคนเพื่อรองรับดิจิทัลเพื่อเพื่อเศรษฐกิจและสังคม กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมคณะกรรมการการอุดมศึกษา ในการประชุมครั้งที่ 13/2561 เมื่อวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2561 จึงกำหนดแนวทางในการจัดทำมาตรฐานผลการเรียนรู้ตามกรอบมาตรฐานคุณวุฒิระดับอุดมศึกษาแห่งชาติ โดยให้น้ำหนักสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรีมาเป็นแนวทางในการกำหนดมาตรฐานผลการเรียนรู้ด้านที่ 5 ด้านทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ ดังนี้

ด้านที่ 1 การสืบค้นและ โดยระดับที่จำเป็น ได้แก่ 1) สามารถใช้เครื่องมือต่างๆ เพื่อสืบค้นการใช้งาน ข้อมูลที่เกี่ยวข้อง รู้วิธีใช้ตัวกรองเพื่อจำกัดผลลัพธ์ (เช่น การค้นหารูปภาพ วิดีโอ หรือสื่อรูปแบบอื่นๆ) 2) รู้วิธีการตรวจสอบความน่าเชื่อถือของแหล่งข้อมูลต่างๆ และ 3) รู้วิธีการจัดระบบ และแบ่งปันทรัพยากร และตระหนักถึงประเด็นต่างๆ เรื่องลิขสิทธิ์และประเด็นการคัดลอกผลงาน

ด้านที่ 2 การสร้างสรรค์ โดยระดับที่จำเป็น ได้แก่ 1) สามารถผลิต (และได้ผลิต) สื่อดิจิทัลและนวัตกรรม เช่น กราฟิก คลิปวิดีโอหรือคลิปเสียง และการบันทึกภาพหน้าจอ เป็นต้น และ 2) สามารถเรียนรู้หลักการพื้นฐานได้ตามคำแนะนำและสามารถทดลองทำได้

ด้านที่ 3 เอกสิทธิ์และ โดยระดับที่จำเป็น ได้แก่ 1) ตระหนักถึงประเด็นความปลอดภัยคุณภาพชีวิต ออนไลน์ รวมถึงการปกป้องข้อมูลและภาพลักษณ์ส่วนตัว 2) ใช้คุณลักษณะด้านความปลอดภัย เช่น ซอฟต์แวร์ด้านไวรัส และการตั้งค่าความมั่นคงปลอดภัยบนอุปกรณ์ รวมทั้งข้อมูล ส่วนตัวบนสื่อสังคมออนไลน์ 3) รู้จักสิ่งจำเป็นพื้นฐานสำหรับการป้องกันข้อมูล และ 4) ระวังระวังและไตร่ตรองในการแบ่งปันข้อมูลกับผู้อื่น และในการมีปฏิสัมพันธ์กับคนอื่น ๆ ทางออนไลน์

ด้านที่ 4 การสอน หรือการเรียนรู้ โดยระดับที่จำเป็น ได้แก่ 1) สามารถใช้เทคโนโลยีที่หลากหลายอย่างสะดวกสบายในการเรียนรู้ และ 2) สามารถติดตั้งและใช้ซอฟต์แวร์ รวมถึงแอปพลิเคชันที่เป็นประโยชน์บนอุปกรณ์ส่วนตัวทั้งโทรศัพท์มือถือหรือแท็บเล็ต เพื่อช่วยในการรวบรวมและจัดระเบียบบันทึกข้อมูลในการใช้งานส่วนตัว

ด้านที่ 5 เครื่องมือ และเทคโนโลยี โดยระดับที่จำเป็น คือ สามารถใช้เทคโนโลยีดิจิทัลที่หลากหลายได้อย่างคุ้นเคย และใช้คำศัพท์เฉพาะได้พอสมควร

ด้านที่ 6 การติดต่อสื่อสาร โดยระบุระดับที่จำเป็น คือ สามารถใช้เครื่องมือที่หลากหลายได้อย่างและการ สะดวกสบายเพื่อการสนทนาและทำงานประสานงาน ร่วมกับผู้อื่นแบบออนไลน์ รวมถึงการ แบ่งปันเอกสารและหรือข้อคิดเห็น การประชุมทางไกล และการเข้าร่วมสัมมนาผ่านเว็บไซต์ การสัมมนาผ่าน เครื่องมือและช่องทางที่หลากหลาย

สรุปได้ว่า สมรรถนะดิจิทัล สำหรับบัณฑิตระดับปริญญาตรี เพื่อให้สอดคล้องกับทักษะที่จำเป็นใน ศตวรรษที่ 21 และแนวคิดประเทศไทย 4.0 ซึ่งประกอบด้วย 6 ด้านหลัก ได้แก่ ความสามารถในการ สืบค้น ข้อมูลอย่างมีประสิทธิภาพ รวมถึงการประเมินความน่าเชื่อถือและการจัดการทรัพยากรดิจิทัล การ สร้างสรรค์ สื่อและนวัตกรรมดิจิทัล การตระหนักถึง เอกสิทธิ์และความเป็นส่วนตัว ในโลกออนไลน์ เช่น การปกป้องข้อมูล ส่วนตัว การใช้เทคโนโลยีเพื่อ การเรียนรู้ และการจัดการข้อมูล รวมถึงการใช้เครื่องมือที่หลากหลายเพื่อ เครื่องมือและเทคโนโลยี ดิจิทัล และความสามารถในการ ติดต่อสื่อสาร และทำงานร่วมกับผู้อื่นผ่านช่องทาง ดิจิทัลได้อย่างคล่องแคล่ว

2.3 องค์ประกอบของความฉลาดทางดิจิทัล

พระมหาสายัณห์ เปมสีโล และคณะ (2566) ได้ศึกษาองค์ประกอบของความฉลาดทางดิจิทัลไว้ หลายมุมมองทั้งจาก Park (2016b) DQ Institute (2017) ปณิตา วรรณพิรุณ และนาโชค วัฒนานัน (2560) โดยกำหนดองค์ประกอบของความฉลาดทางดิจิทัลไว้ 8 ด้าน ดังนี้

ด้านที่ 1 อัตลักษณ์ทางดิจิทัล (Digital Identity) หมายถึง คนที่ใช้ชีวิตอยู่ในยุคดิจิทัลต้อง ทักษะความสามารถในการสร้างและจัดการอัตลักษณ์ เอกสิทธิ์และชื่อเสียงของตนเองได้บนโลกออนไลน์ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบคือ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizen) ความเป็นผู้สร้างสรรค์ดิจิทัล (Digital Co-Creator) และความเป็นผู้ประกอบการดิจิทัล (Digital Entrepreneurship)

ด้านที่ 2 การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล (Digital Use) หมายถึง ทักษะความสามารถในการ ใช้เครื่องมือและ สื่อยุคดิจิทัลด้วยความชำนาญ และการควบคุมและการจัดการใช้อุปกรณ์ดิจิทัลด้วยเพื่อให้เกิด ประโยชน์สูงสุด และเพื่อให้เกิดสมดุลระหว่างชีวิตออนไลน์และออฟไลน์ได้อย่างดี แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ การบริหารจัดการเวลาบนโลกดิจิทัล (Screen Time) สุขภาพบนโลกดิจิทัล (Digital Health) และการมี ส่วนร่วมในชุมชนดิจิทัล (Community Participation)

ด้านที่ 3 ความปลอดภัยทางดิจิทัล (Digital Safety) หมายถึง ทักษะ ความสามารถในการ บริหารจัดการและตรวจสอบความเสี่ยงในโลกออนไลน์ได้อย่างตลอดรอดฝั่ง การล่อลวง การคุกคาม การเข้าถึง เนื้อหาที่ผิดกฎหมายหรือเป็นอันตราย รวมถึงและรู้วิธีหลีกเลี่ยงและจำกัดความเสี่ยงต่าง ๆ บนโลกออนไลน์ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ ความเสี่ยงจากพฤติกรรมการใช้งาน (Behavioral Risks) ความเสี่ยงจากเนื้อหา (Content Risks) และความเสี่ยงจากการติดต่อกับคน (Contact Risks)

ด้านที่ 4 ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล (Digital Security) หมายถึง ความสามารถในการ ตรวจจับภัยคุกคามในโลกไซเบอร์ รวมถึงการป้องกัน การหลีกเลี่ยงและจัดการอย่างถูกวิธีเมื่อเจอภัยคุกคาม หรือถูกละเมิดความปลอดภัยด้วย เพื่อทำความเข้าใจ เลือกแนวทางปฏิบัติที่ดีที่สุดและเลือกใช้เครื่องมือในการ รักษาความปลอดภัยที่เหมาะสมสำหรับการปกป้องข้อมูล ความมั่นคงปลอดภัยทางโลกดิจิทัล ครอบคลุมถึง ความมั่นคง ปลอดภัยที่เกี่ยวข้องกับเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบคือ การ ป้องกันรหัสผ่าน (Password Protection) ความมั่นคงปลอดภัยบนอินเทอร์เน็ต (Internet Security) และ ความมั่นคงปลอดภัยทางโทรศัพท์มือถือ (Mobile Security)

ด้านที่ 5 ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล (Digital Emotional Intelligence) หมายถึง ทักษะในการเข้าสังคมในโลกออนไลน์ หรือความสามารถในการเข้าสังคมบนโลกออนไลน์ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือความเข้าใจ เห็นใจ มีน้ำใจต่อผู้อื่นบนโลกดิจิทัล (Empathy) ความตระหนักและการควบคุมอารมณ์ (Emotional Awareness and Regulation) และความตระหนักด้านอารมณ์และสังคม (Social and Emotional Awareness)

ด้านที่ 6 การสื่อสารในโลกดิจิทัล (Digital Communication) หมายถึง ความสามารถในการสื่อสาร การปฏิสัมพันธ์ และทำงานร่วมกันกับผู้อื่น โดยใช้เทคโนโลยีและสื่อดิจิทัล และมีส่วนร่วมในการอภิปรายและการอภิปรายอย่างสร้างสรรค์ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ รอยเท้าหรือร่องรอยดิจิทัล (Digital Footprint) การติดต่อสื่อสารออนไลน์ (Online Communication) และความร่วมมือออนไลน์ (Online Collaboration)

ด้านที่ 7 การรู้ดิจิทัล (Digital literacy) หมายถึง ความสามารถในการค้นหา การประเมินผล การใช้ประโยชน์ การแบ่งปัน และสร้างสรรค์เนื้อหา รวมทั้งมีความสามารถขั้นพื้นฐานในการเขียนโค้ดได้และความสามารถในการคิดอย่างเป็นระบบ แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ การอย่างมีวิจารณญาณ (Critical Thinking) การสร้างสรรค์เนื้อหา (Content Creation) และการเชิงประมวลผล (Computational Thinking)

ด้านที่ 8 สิทธิทางดิจิทัล (Digital Rights) คือ ความเข้าใจและรักษาสิทธิส่วนบุคคลของตนเอง สิทธิเสรีภาพตามกฎหมาย รวมถึงสิทธิในความเป็นส่วนตัวในเส้นทางปัญญา เสรีภาพในการพูด การแสดงความคิดเห็นและการป้องกันตนเอง จากคำพูดที่แสดงถึงความเกลียดชัง แบ่งเป็น 3 องค์ประกอบ คือ เสรีภาพในการพูด (Freedom of Speech) สิทธิในทรัพย์สินทางปัญญา (Intellectual Property Rights) และสิทธิในความเป็นส่วนตัว (Privacy)

สรุปได้ว่า ความฉลาดทางดิจิทัล โดยสรุปเป็น 8 ด้านสำคัญ ได้แก่ การสร้างและจัดการ อัตลักษณ์ทางดิจิทัล การใช้เครื่องมือและสื่อดิจิทัล อย่างชำนาญและสมดุล การบริหารจัดการ ความปลอดภัยทางดิจิทัล จากความเสี่ยงต่าง ๆ รวมถึง ความปลอดภัยในโลกดิจิทัล จากภัยคุกคามไซเบอร์ นอกจากนี้ยังรวมถึง ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล ในการเข้าสังคม การ สื่อสารในโลกดิจิทัล อย่างสร้างสรรค์ การ รู้ดิจิทัล ในการประเมินและสร้างเนื้อหา และการเข้าใจ สิทธิทางดิจิทัล เพื่อปกป้องตนเองในโลกออนไลน์

2.4 ตัวบ่งชี้วิชาชีพสื่อ

ฉันทนา ปาปิตตา (2563) ได้ศึกษาวิจัยตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนดิจิทัลตามกรอบการพัฒนาสมรรถนะบุคคล (Individual Competencies) ด้วยเทคนิคเดลฟาย (Delphi Technique) โดยใช้กรอบการพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักตามกรอบการพัฒนาสมรรถนะบุคคลมี 3 ด้าน ได้แก่ ด้านความรู้ (Knowledge: K) ด้านทักษะ (Skills: S) และด้านคุณลักษณะบุคคล (Attribute: A) (McClelland, 1973) (Nordhaug, 1993) (นิสสารักษ์ เวชยานนท์, 2556) ซึ่งสามารถนำเสนอตัวบ่งชี้ได้ 4 ด้าน 43 ตัวบ่งชี้ ดังนี้

ด้านที่ 1 เนื้อหา ประกอบด้วย 18 ตัวบ่งชี้

ด้านที่ 2 เทคนิคการผลิต ประกอบด้วย 10 ตัวบ่งชี้

ด้านที่ 3 การบริหารจัดการและการทำงาน ประกอบด้วย 8 ตัวบ่งชี้

ด้านที่ 4 แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ประกอบด้วย 7 ตัวบ่งชี้

สรุปได้ว่า สมรรถนะหลักของผู้ประกอบวิชาชีพสื่อมวลชนดิจิทัล โดยใช้เทคนิคเดลฟายและกรอบความรู้ ทักษะ คุณลักษณะบุคคล ผลการศึกษาพบ 43 ตัวบ่งชี้ แบ่งเป็น 4 ด้านสำคัญ ได้แก่ ด้าน เนื้อหา ที่ครอบคลุมหลากหลายแง่มุม, ด้าน เทคนิคการผลิต เพื่อสร้างสรรค์ผลงาน, ด้าน การบริหารจัดการและการทำงาน อย่างมีประสิทธิภาพ, และด้าน แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ที่ส่งเสริมมูลค่าเพิ่มในยุคดิจิทัล

3. วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยนี้ แบบวิจัยเป็นเชิงปริมาณที่ออกแบบโดยใช้รูปแบบสมการโครงสร้าง ในการตรวจสอบปัจจัยเชิงสาเหตุ จำนวน 3 ตัวแปรแฝง (X) ประกอบด้วย 18 ตัวแปรสังเกตได้ ได้แก่ สมรรถนะดิจิทัล (X_1) ความฉลาดทางดิจิทัล (X_2) และ วิชาชีพสื่อ (X_3) ที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Y) ประกอบด้วย 1 ตัวแปรแฝง 11 ตัวแปรสังเกตได้

3.1 ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ นักศึกษาปริญญาตรีเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในมหาวิทยาลัยในกรุงเทพมหานครทั้งรัฐและเอกชนที่มีการเรียนการสอนตามแนวทางการแบ่งสาขาวิชาของมาตรฐานการจัดจำแนกการศึกษา (ISCED, 2013) ซึ่งเลือกที่จะศึกษาในด้านศึกษาศาสตร์ (Education) มีจำนวน 141,763 คน ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ (Arts & Humanities) มีจำนวน 222,684 คน และด้านสังคมศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์ (Social Sciences, Journalism & Information) มีจำนวน 169,576 คน รวมทั้งสิ้น 77 คน (สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม, 2566)

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ นักศึกษาปริญญาตรีเพศชายและหญิงที่กำลังศึกษาอยู่ในระดับชั้นปีที่ 1-4 ในมหาวิทยาลัยทั้งรัฐและเอกชน ได้การสุ่มตัวอย่างแบบชั้นภูมิตามสัดส่วน (Proportional Stratified Random Sampling) โดยกำหนดแบบสัดส่วนของกลุ่มตัวอย่างแต่ละสาขาอย่างละจำนวนเท่าๆ กัน ดังนี้ สาขาวิทยาศาสตร์เพื่อสุขภาพ มีกลุ่มตัวอย่าง 240 คน สาขาวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี มีกลุ่มตัวอย่าง 240 คน และสาขามนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มีกลุ่มตัวอย่าง 240 คน รวมทั้งสิ้น 720 คน ที่มีระดับความสัมพันธ์ระหว่างขนาดประชากรและขนาดกลุ่มตัวอย่าง ที่ความคลาดเคลื่อน (Margin of Error) เท่ากับ ร้อยละ 3.65 และระดับความเชื่อมั่น (Confidence Level) เท่ากับ ร้อยละ 95

3.2 เครื่องมือวิจัย

1) แบบสอบถามด้านลักษณะทางประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ และสาขาวิชา ในส่วนของกลุ่มสาขาวิชา แบ่งออกเป็น 3 กลุ่ม ได้แก่ ด้านศึกษาศาสตร์ ด้านศิลปศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และด้านสังคมศาสตร์ วารสารศาสตร์ และสารสนเทศศาสตร์

2) แบบประเมินระดับสมรรถนะดิจิทัล โดยปรับปรุงจากตัวบ่งชี้สมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561) ประกอบด้วย 6 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการสืบค้นและการใช้งาน 2) ด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม 3) ด้านเอกลักษณ์และคุณภาพชีวิต 4) ด้านการสอนหรือการเรียนรู้ และ 5) ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยี และ 6) ด้านการติดต่อสื่อสารและการประสานงาน ซึ่งแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า มี 6 ระดับ ตั้งแต่ “มีมากที่สุด” จนถึง “ไม่มีเลย” รวมทั้งสิ้น 22 ข้อ

3) แบบประเมินระดับความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล โดยปรับปรุงจากผลการสัมภาษณ์ความฉลาดทางดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21 (พระมหาสายัณห์ เปมสีโล และคณะ, 2566) ประกอบด้วย 8 ด้าน ได้แก่ 1) อัตลักษณ์ดิจิทัล 2) การใช้อุปกรณ์ดิจิทัลและสื่อดิจิทัล 3) ความปลอดภัยทาง

ดิจิทัล 4) ความมั่นคงทางดิจิทัล 5) ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล 6) การสื่อสารดิจิทัล 7) การรู้เท่าทันดิจิทัล และ 8) สิทธิทางดิจิทัล ซึ่งแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า มี 6 ระดับ ตั้งแต่ “มีมากที่สุด” จนถึง “ไม่มีเลย” รวมทั้งสิ้น 27 ข้อ

4) แบบประเมินระดับวิชาชีพสื่อ โดยปรับปรุงจากตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักสื่อมวลชนดิจิทัล (ฉันทนา ปาปิตถา, 2563) ประกอบด้วย 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านเนื้อหา 2) ด้านเทคนิคการผลิต 3) ด้านการบริหารจัดการและการทำงาน และ 4) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ ซึ่งแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า มี 6 ระดับ ตั้งแต่ “มีมากที่สุด” จนถึง “ไม่มีเลย” รวมทั้งสิ้น 15 ข้อ

โดยที่แบบประเมินที่ แบบประเมินระดับวิชาชีพสื่อ แบบประเมินระดับความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล และแบบประเมินระดับวิชาชีพสื่อมีการแบ่งตัวชี้วัดตามข้อประเมินดังตารางที่ 1 ต่อไปนี้

ตารางที่ 1 ตารางแจกแจงปัจจัยและตัวบ่งชี้ย่อยตามข้อประเมิน

ปัจจัย	ตัวบ่งชี้ย่อย	จำนวน	ข้อแทนค่า
แบบประเมินระดับสมรรถนะดิจิทัล (DC) (คณะกรรมการการอุดมศึกษา, 2561)	1) ด้านการสืบค้นและการทำงาน (DC1)	6 ข้อ	DC1.1 – DC1.6
	2) ด้านการสร้างสรรค์และนวัตกรรม (DC2)	4 ข้อ	DC2.1 – DC2.4
	3) ด้านเอกลักษณ์และคุณภาพชีวิต (DC3)	3 ข้อ	DC3.1 – DC3.3
	4) ด้านการสอนหรือการเรียนรู้ (DC4)	3 ข้อ	DC4.1 – DC4.3
	5) ด้านเครื่องมือและเทคโนโลยี (DC5)	3 ข้อ	DC5.1 – DC5.3
	6) ด้านการติดต่อสื่อสารและการประสานงาน (DC6)	3 ข้อ	DC6.1 – DC6.3
รวม		22 ข้อ	
แบบประเมินระดับความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล (DI) (พระมหาสายัณห์ เปมสีโล และคณะ, 2566)	1) อัตลักษณ์ดิจิทัล (DI1)	4 ข้อ	DI1.1 – DI1.4
	2) การใช้อุปกรณ์ดิจิทัลและสื่อดิจิทัล (DI2)	4 ข้อ	DI2.1 – DI2.4
	3) ความปลอดภัยทางดิจิทัล (DI3)	3 ข้อ	DI3.1 – DI3.3
	4) ความมั่นคงทางดิจิทัล (DI4)	4 ข้อ	DI4.1 – DI4.4
	5) ความฉลาดทางอารมณ์บนโลกดิจิทัล (DI5)	3 ข้อ	DI5.1 – DI5.3
	6) การสื่อสารดิจิทัล (DI6)	3 ข้อ	DI6.1 – DI6.3
	7) การรู้เท่าทันดิจิทัล (DI7)	3 ข้อ	DI7.1 – DI7.3
	8) สิทธิทางดิจิทัล (DI8)	3 ข้อ	DI8.1 – DI8.3
รวม		27 ข้อ	
แบบประเมินระดับวิชาชีพสื่อ (MP) (ฉันทนา ปาปิตถา, 2563)	1) ด้านเนื้อหา (MP1)	4 ข้อ	MP1.1 – MP1.4
	2) ด้านเทคนิคการผลิต (MP2)	3 ข้อ	MP2.1 – MP2.3
	3) ด้านการบริหารจัดการและการทำงาน (MP3)	5 ข้อ	MP3.1 – MP3.5
	4) แนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (MP4)	3 ข้อ	MP4.1 – MP4.3
รวม		15 ข้อ	

5) แบบประเมินระดับความเป็น โดยอิงตัวชี้วัดจากแบบวัดและเกณฑ์ปกติความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา (วรรณกร พรประเสริฐ, 2562) ประกอบด้วย 11 ตัวชี้วัด ได้แก่ 1) การเข้าถึงดิจิทัล 2) การทำธุรกรรมทางดิจิทัล 3) การสื่อสารดิจิทัล 4) มารยาทดิจิทัล 5) การรู้เท่าทันดิจิทัล 6) กฎหมายดิจิทัล 7) สิทธิและความรับผิดชอบทางดิจิทัล 8) สุขภาพและใจทางดิจิทัล 9) การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล 10) อัตลักษณ์ทางดิจิทัล และ 11) ความปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล ซึ่งแบบวัดมีลักษณะเป็นมาตรประเมินค่า มี 6 ระดับ ตั้งแต่ “มีมากที่สุด” จนถึง “ไม่มีเลย” โดยใช้ร่วมกับแบบประเมินระดับ

วิชาชีพสื่อ แบบประเมินระดับความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล และแบบประเมินระดับวิชาชีพสื่อ ดังตารางที่ 2 ต่อไปนี้

ตารางที่ 2 ตารางแจกแจงตัวแปรตามและตัวบ่งชี้ย่อยตามข้อประเมินที่ใช้ร่วมกัน

ตัวบ่งชี้ย่อย	แบบประเมิน ระดับสมรรถนะ ดิจิทัล (DC)	แบบประเมินระดับ ความฉลาดทาง ปัญญาดิจิทัล (DI)	แบบประเมิน ระดับวิชาชีพสื่อ (MP)	รวม จำนวน
1) การเข้าถึงดิจิทัล (DCi1)	5 ข้อ	3 ข้อ	-	8 ข้อ
2) การทำธุรกรรมทางดิจิทัล (DCi2)	2 ข้อ	1 ข้อ	-	3 ข้อ
3) การสื่อสารดิจิทัล (DCi3)	9 ข้อ	6 ข้อ	6 ข้อ	21 ข้อ
4) มารยาทดิจิทัล (DCi4)	-	9 ข้อ	1 ข้อ	9 ข้อ
5) การรู้เท่าทันดิจิทัล (DCi5)	3 ข้อ	3 ข้อ	3 ข้อ	9 ข้อ
6) กฎหมายดิจิทัล (DCi6)	2 ข้อ	6 ข้อ	4 ข้อ	12 ข้อ
7) สิทธิและความรับผิดชอบทางดิจิทัล (DCi7)	-	5 ข้อ	3 ข้อ	8 ข้อ
8) สุขภาพและใจทางดิจิทัล (DCi8)	-	7 ข้อ	2 ข้อ	9 ข้อ
9) การรักษาความปลอดภัยทางดิจิทัล (DCi9)	2 ข้อ	1 ข้อ	1 ข้อ	4 ข้อ
10) อัตลักษณ์ทางดิจิทัล (DCi10)	-	1 ข้อ	4 ข้อ	5 ข้อ
11) ความปลอดภัยในการใช้ดิจิทัล (DCi11)	2 ข้อ	5 ข้อ	1 ข้อ	8 ข้อ

3.3 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมาในเบื้องต้น โดยเลือกเฉพาะที่สมบูรณ์ และนำไปบันทึกด้วยโปรแกรมสำเร็จรูป ทางสถิติ ทั้งนี้สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย

1) สถิติขั้นพื้นฐานเพื่อตรวจสอบการแจกแจงเป็นโค้งปกติ (Normality) ของข้อมูลเพื่อพิจารณาความเป็นตัวแทนของประชากร และพรรณนาหรืออธิบายลักษณะของตัวแปรต่าง ๆ ที่ใช้ในการศึกษาทั้งหมด โดยใช้สถิติพื้นฐาน ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าความเบ้และความโด่งของข้อมูล

สำหรับเกณฑ์ที่ใช้ในการแปลความหมายของค่าคะแนนเฉลี่ยความคิดเห็นในประเด็นที่สอบถามในแต่ละตอน มีเกณฑ์พิจารณาดังนี้ (Wright & Masters, 1982) (Wright & Stone, 1979)

ค่าเฉลี่ย 5.50 - 6.00 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับมากที่สุด

ค่าเฉลี่ย 4.50 - 5.49 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับมาก

ค่าเฉลี่ย 3.50 - 4.49 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับค่อนข้างมาก

ค่าเฉลี่ย 2.50 - 3.49 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับค่อนข้างน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.50 - 2.49 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับน้อย

ค่าเฉลี่ย 1.00 - 1.49 หมายถึง ความคิดเห็นในรายการที่ถาม อยู่ในระดับที่ไม่มีเลย

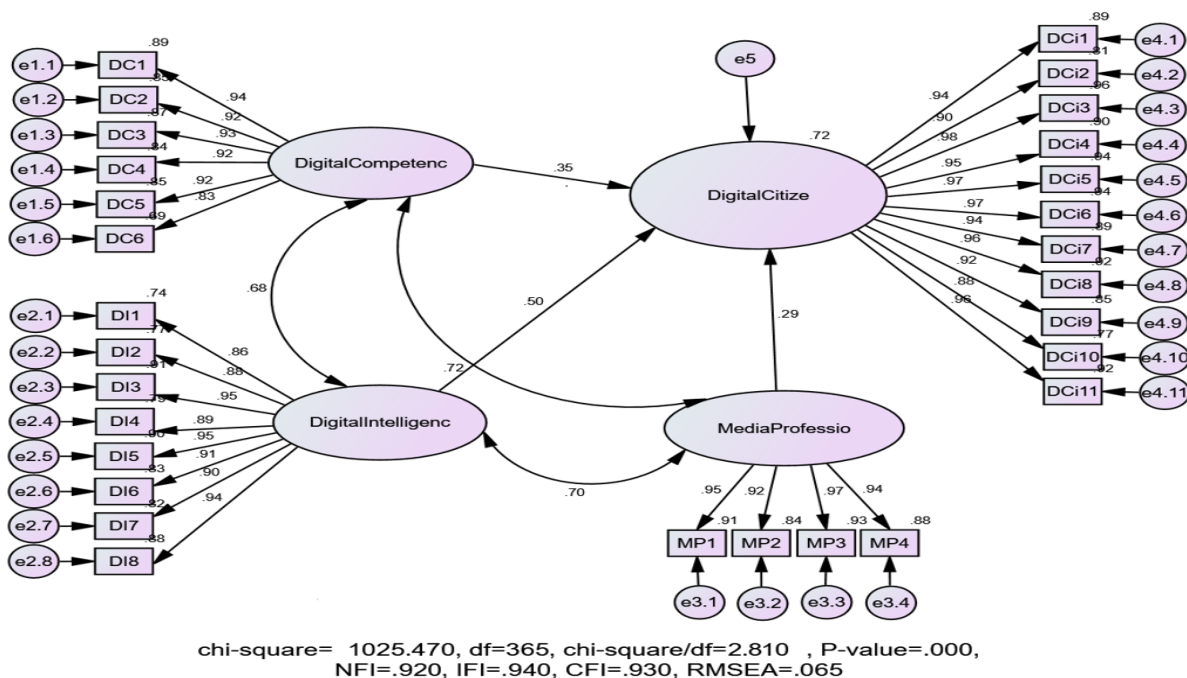
2) สถิติอนุมาน สถิติหลักที่ใช้ในการวิเคราะห์ใช้สถิติ CFA (Confirmatory Factor Analysis) เพื่อทดสอบสมมติฐานที่กำหนดไว้ตามกระบวนการของการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติลักษณะนี้ อาทิการตรวจสอบ Convergent Validity ด้วยค่า CR, (Composite Reliability) และ AVE (Average Variance Extraction) เพื่อตรวจสอบความน่าเชื่อถือ และความถูกต้องของโมเดลการวัด รวมทั้งการตรวจสอบความ

สอดคล้องกลมกลืนของข้อมูลเชิงประจักษ์กับเกณฑ์ที่กำหนด (Diamantopoulos & Siguaw, 2000) (Kline, 2005) (Hair et al., 2010)

4. ผลการวิจัย

การวิจัยในครั้งนี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล และเพื่อตรวจสอบปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล ผลการวิจัยสรุปได้ตามวัตถุประสงค์หลัก ดังนี้

การพัฒนารูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นของปัจจัยที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัลจากการวิเคราะห์ปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล ตัวแปรต้นซึ่งเป็นตัวแปรแฝงภายนอก ได้แก่ สมรรถนะดิจิทัล (Digital Competence) ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) และวิชาชีพสื่อ (Media Profession) และตัวแปรตามซึ่งเป็นตัวแปรแฝงภายใน ได้แก่ ความเป็นพลเมืองดิจิทัล (Digital Citizen) ที่ไม่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ โดยมีค่าสถิติวัดความกลมกลืนของรูปแบบ คือ $\chi^2 = 1,025.470$, $df = 365$, $p\text{-value} = .000$, $\chi^2/df = 2.810$, $NFI = .920$, $IFI = .940$, $CFI = .930$, $RMSEA = .065$ ซึ่งเป็นตามเกณฑ์พิจารณา โดยสามารถตรวจสอบปัจจัยสมรรถนะดิจิทัลมีอิทธิพลเท่ากับ .35 ความฉลาดทางดิจิทัลมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .50 และวิชาชีพสื่อมีขนาดอิทธิพลเท่ากับ .29 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 และยังพบว่าตัวแปรในรูปแบบสามารถอธิบายความแปรปรวนของตัวแปรความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัลได้ร้อยละ 72.10 ทั้งนี้ยังพบอีกว่าสมรรถนะดิจิทัลและความฉลาดทางดิจิทัลมีขนาดอิทธิพลต่อกันเท่ากับ .68 สมรรถนะดิจิทัลและวิชาชีพสื่อมีขนาดอิทธิพลต่อกันเท่ากับ .72 และความฉลาดทางดิจิทัลและวิชาชีพสื่อมีขนาดอิทธิพลต่อกันเท่ากับ .70 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 ดังแผนภาพที่ 2 และตารางที่ 4



แผนภาพที่ 2 รูปแบบสมการโครงสร้างเชิงเส้นที่มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์

ตารางที่ 4 ตารางแสดงค่าสถิติของปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัล

Latent and observed variable			Standardized Factor loading	S.E.	Z-value	p
DigitalCitize	<---	DigitalCompetenc	.35	.004	53.457	***
DigitalCitize	<---	MediaProfessio	.29	.004	54.434	***
DigitalCitize	<---	DigitalIntelligenc	.50	.012	40.143	***
MediaProfessio	<-->	DigitalIntelligenc	.70	.048	14.967	***
DigitalCompetenc	<-->	DigitalIntelligenc	.68	.045	14.793	***
MediaProfessio	<-->	DigitalCompetenc	.72	.048	14.682	***

DigitalCitize: CR=.853, AVE=.062, R^2 =DigitalCompetenc MediaProfessio DigitalIntelligenc ---> .721

จากตารางที่ 4 แสดงว่ารูปแบบที่เสนอมานี้มีความถูกต้องและน่าเชื่อถือ เพราะโมเดลการวัด CFA (Measurement Model of CFA) ความตรงสู่สมบูรณ์ (Convergent validity) ซึ่งประกอบด้วยค่า CR (Composite Reliability) เท่ากับ .853 และค่า AVE (Average Variance Extraction) เท่ากับ .063 เป็นตามเกณฑ์ที่เหมาะสมต้องมีค่าเท่ากับหรือสูงกว่า 0.70 และ 0.50 ตามลำดับ (พุฒพงศ์ สุขสว่าง, 2557) (Hair et al., 2010) (Rex, 2011) ดังนั้นผลการวิเคราะห์รูปแบบจึงสามารถบ่งชี้ได้ว่าสมรรถนะดิจิทัล (Digital Competence) ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence) และวิชาชีพสื่อ (Media Profession) เป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 โดยทั้งหมดรวมกันอธิบายความเป็นพลเมืองดิจิทัลในในสังคมไทยดิจิทัลได้ร้อยละ 72

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

สมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางดิจิทัล และวิชาชีพสื่อเป็นปัจจัยเชิงสาเหตุที่ส่งผลต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัลอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ Ribble (2011b) และ Park (2016a) ที่ว่าความสามารถในการใช้เทคโนโลยีอย่างมีจริยธรรม การรู้เท่าทันดิจิทัล และการมีส่วนร่วมในสังคมออนไลน์อย่างสร้างสรรค์เป็นองค์ประกอบสำคัญของการเป็นพลเมืองดิจิทัล และสามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ดังนี้

ในด้านของ ความฉลาดทางดิจิทัล ซึ่งมีอิทธิพลมากที่สุดโมเดล ผลดังกล่าวสนับสนุนงานของ Choi, Glassman & Cristol (2017) ที่ว่าความฉลาดทางดิจิทัลเป็นรากฐานสำคัญในการตัดสินใจทางจริยธรรมบนโลกออนไลน์ และช่วยให้ผู้ใช้งานสามารถโต้ตอบกับข้อมูลและบุคคลอื่นในสภาพแวดล้อมดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ สำหรับ สมรรถนะดิจิทัล ที่มีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลสะท้อนให้เห็นว่า ทักษะการเข้าถึง วิเคราะห์ และใช้งานเทคโนโลยีดิจิทัลอย่างเหมาะสมยังคงเป็นรากฐานสำคัญของการดำรงตนอย่างมีคุณภาพในโลกดิจิทัล ทั้งนี้สอดคล้องกับแนวทางของ คณะกรรมการการอุดมศึกษา (2561) ที่ระบุให้สมรรถนะดิจิทัลเป็นหนึ่งในผลลัพธ์การเรียนรู้ของบัณฑิตในศตวรรษที่ 21 และในส่วนของ วิชาชีพสื่อ ซึ่งมีอิทธิพลทางตรงต่อความเป็นพลเมืองดิจิทัลเช่นกัน งานวิจัยของ ฉันทนา ปาปิตถา (2563) ที่ว่าทักษะการผลิตสื่อ การบริหารจัดการข้อมูล และจริยธรรมในวิชาชีพ เป็นองค์ประกอบสำคัญของผู้ที่ต้องรับผิดชอบในการ

สื่อสารข้อมูลต่อสังคม การส่งเสริมให้บุคคลทั่วไปมีความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพสื่อจึงมีส่วนช่วยเสริมสร้างพฤติกรรมดิจิทัลที่เหมาะสม

สุดท้ายนี้ ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝงทั้งสามในงานวิจัยนี้สะท้อนให้เห็นถึงการบูรณาการระหว่างสมรรถนะทางเทคโนโลยี ความคิดเชิงวิพากษ์ และจริยธรรมดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของ OECD (2021) ที่ระบุว่าความสามารถในการอยู่ร่วมในโลกดิจิทัลไม่อาจแยกออกเป็นทักษะรายด้าน แต่ต้องพัฒนาอย่างเชื่อมโยงรอบด้าน เช่นเดียวกับงานของ ขจรศักดิ์ กันไช และคณะ (2567) ที่ชี้ว่าสมรรถนะดิจิทัล โดยเฉพาะด้านอัตลักษณ์และคุณภาพชีวิตมีระดับค่อนข้างสูงในกลุ่มนักศึกษา และเป็นพื้นฐานของพฤติกรรมที่เหมาะสมบนสื่อดิจิทัล ซึ่งสอดคล้องกับองค์ประกอบของ "Digital Identity" และ "Digital Well-being" ทั้งนี้ ทั้งสองงานวิจัยยังมีจุดร่วมในข้อสรุปว่า การผสมผสานของสมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางดิจิทัล และวิชาชีพสื่อ เป็นตัวทำนายที่มีประสิทธิภาพสูงในการคาดการณ์ระดับความเป็นพลเมืองดิจิทัลอีกด้วย นอกจากนี้ งานของ ขจรศักดิ์ กันไช และชนาภรณ์ ปัญญาการผล (2567) ยังพบว่าทักษะเทคโนโลยีและภูมิคุ้มกันทางจิตเป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อพฤติกรรมความรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ซึ่งสอดคล้องกับผลการวิจัยนี้ที่ระบุว่า “สมรรถนะดิจิทัล” และ “ความฉลาดทางดิจิทัล” ส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัล และขณะเดียวกัน ชนาภรณ์ ปัญญาการผล และขจรศักดิ์ กันไช (2567) ได้แสดงให้เห็นว่า การขาดจริยธรรมดิจิทัลและความเข้าใจในอิทธิพลของสื่อ อาจนำไปสู่พฤติกรรมเบี่ยงเบน โดยเฉพาะในประเด็นความรุนแรงทางเพศผ่านสื่อออนไลน์ ซึ่งยืนยันว่า “ความฉลาดทางดิจิทัล” โดยเฉพาะด้านจริยธรรมและการสื่อสารอย่างปลอดภัยเป็นหัวใจสำคัญในการสร้างสังคมดิจิทัลที่รับผิดชอบ ทั้งงานวิจัยนี้และงานที่เกี่ยวข้องต่างชี้ว่า การพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลอย่างยั่งยืนควรเน้นการเสริมสร้างสมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางดิจิทัล และจริยธรรมสื่อในลักษณะองค์รวมผ่านการศึกษาและนโยบายเชิงระบบ

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. การส่งเสริมการพัฒนาความฉลาดทางดิจิทัลเป็นวาระแห่งชาติ รัฐบาลและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรเร่งผลักดันให้มีการบูรณาการความฉลาดทางดิจิทัลเข้าเป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาในทุกระดับ ตั้งแต่ปฐมวัยไปจนถึงอุดมศึกษาและประชาชนทั่วไป โดยเน้นการสร้างความเข้าใจด้านจริยธรรม การคิดวิเคราะห์ และการรับมือกับข้อมูลที่หลากหลายในโลกออนไลน์ เพื่อให้ประชาชนมีพื้นฐานที่แข็งแกร่งในการตัดสินใจและโต้ตอบในสภาพแวดล้อมดิจิทัลได้อย่างมีประสิทธิภาพ

2. การยกระดับสมรรถนะดิจิทัลในทุกมิติ รัฐบาลควรส่งเสริมการพัฒนาทักษะดิจิทัลที่ครอบคลุมการเข้าถึง การวิเคราะห์ และการใช้งานเทคโนโลยีอย่างเหมาะสมในทุกกลุ่มเป้าหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งในหลักสูตรการศึกษาทุกระดับ และควรมีการฝึกอบรมหรือโปรแกรมพัฒนาทักษะดิจิทัลอย่างต่อเนื่องสำหรับประชาชนทั่วไป เพื่อให้ทุกคนสามารถใช้เทคโนโลยีเป็นเครื่องมือในการดำรงชีวิตและพัฒนาคุณภาพชีวิตในโลกดิจิทัลได้อย่างเท่าเทียม

3. เสริมสร้างความรู้ความเข้าใจในวิชาชีพสื่อและการรู้เท่าทันสื่อ ภาครัฐและภาคประชาสังคมควรร่วมมือกันส่งเสริมความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับบทบาท จริยธรรม และความรับผิดชอบต่อวิชาชีพสื่อ รวมถึงการพัฒนาทักษะการรู้เท่าทันสื่อในหมู่ประชาชนทั่วไป เพื่อให้สามารถแยกแยะข้อมูลที่ถูกต้องจากข้อมูลบิดเบือนได้ และสามารถนำความรู้ดังกล่าวไปใช้ในการสร้างสรรค์พฤติกรรมดิจิทัลที่เหมาะสม โดยอาจจัดให้มีหลักสูตรระยะสั้น กิจกรรมสาธารณะ หรือสื่อรณรงค์ต่างๆ ที่เข้าถึงได้ง่าย

4. บูรณาการการพัฒนาทักษะดิจิทัลและจริยธรรมอย่างเป็นองค์รวม นโยบายการพัฒนาความเป็นพลเมืองดิจิทัลไม่ควรเน้นเพียงทักษะใดทักษะหนึ่ง แต่ควรมองในภาพรวมของการเชื่อมโยงระหว่างสมรรถนะทางเทคโนโลยี ความคิดเชิงวิพากษ์ และจริยธรรมดิจิทัลเข้าด้วยกัน ควรมีการออกแบบหลักสูตรและกิจกรรมที่ส่งเสริมการพัฒนาเหล่านี้ในลักษณะองค์รวม เพื่อให้เกิดการสร้างพลเมืองดิจิทัลที่มีความรับผิดชอบ สามารถอยู่ร่วมในสังคมดิจิทัลได้อย่างปลอดภัยและสร้างสรรค์ในระยะยาว

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผลการวิจัยครั้งนี้ซึ่งใช้รูปแบบ Causal Relationship Model ด้วยการทดสอบทฤษฎี (Theory Testing) โดยอิงจากกรอบแนวคิดทางทฤษฎี พบว่ารูปแบบมีข้อจำกัดในด้านการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ของตัวแปรที่ซับซ้อนและมีโอกาสเกิดความคลาดเคลื่อนจากการวัด เนื่องจากไม่มีการควบคุมตัวแปรแทรกซ้อนหรือกำจัดความผิดพลาดในการวัดอย่างเพียงพอ ดังนั้นจึงมีข้อเสนอแนะในเชิงวิชาการว่า ควรปรับปรุงแบบการวิจัยให้เป็นแบบผสมวิธี (Mixed Method) โดยรวมข้อมูลเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพเข้าด้วยกัน เพื่อให้ได้ข้อมูลที่ลึกซึ้งและครอบคลุมมากขึ้น

2. ควรเน้นการขยายรูปแบบการวิเคราะห์ไปใช้เครื่องมือ SEM (Structural Equation Modeling) ซึ่งประกอบด้วยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (CFA) และเส้นทาง (Path Analysis) รวมถึงการพิจารณาตัวแปรคนกลางและตัวแปรกำกับ จะช่วยให้ได้องค์ความรู้ใหม่ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้ในเชิงนโยบายหรือพัฒนาเชิงทฤษฎีได้อย่างมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

3. ผู้ที่สนใจควรพิจารณาปรับปรุงวิธีการวัดตัวแปรหลัก เช่น ตัวแปรความสำเร็จ ซึ่งไม่สามารถประเมินได้อย่างครอบคลุมด้วยตัวบ่งชี้ที่ใช้ในงานวิจัยปัจจุบัน โดยควรมีการปรนัยและขยายรูปแบบการวัดให้หลากหลายยิ่งขึ้น รวมถึงการเพิ่มหรือลดจำนวนตัวแปรต้นและปัจจัยที่เกี่ยวข้อง เพื่อให้สามารถค้นพบมุมมองใหม่และความสัมพันธ์ที่อาจซ่อนอยู่ นอกจากนี้ยังสามารถขยายขอบเขตงานวิจัยไปยังบริบทอื่นหรือกลุ่มตัวอย่างที่มีความแตกต่าง เพื่อเปรียบเทียบผลลัพธ์และสร้างความเข้าใจที่ลึกซึ้งมากขึ้นในเชิงทฤษฎีและปฏิบัติ ตลอดจนเสนอเชิงนโยบายให้ภาครัฐและสถาบันการศึกษานำทักษะพลเมืองดิจิทัลไปบูรณาการในหลักสูตรพร้อมกับพัฒนามาตรฐานวิชาชีพด้านสื่อที่เน้นจริยธรรมและความรับผิดชอบ ซึ่งถือเป็นแนวทางการต่อยอดที่ผู้สนใจสามารถพัฒนางานวิจัยต่อไปได้ในหลายมิติ

4. ผลที่ใจขยายเขตแดนการวิจัย ควรศึกษาการประยุกต์ใช้หลักธรรมอื่น ๆ ในการพัฒนาคุณธรรม จริยธรรมให้กับนักศึกษา เพื่อพัฒนาวิถีธรรมผู้นำของนักศึกษา

เอกสารอ้างอิง

- กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคม. (2562). **กรอบสมรรถนะด้านดิจิทัลสำหรับพลเมืองไทย**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานคณะกรรมการดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- ขจรศักดิ์ กั่นใช้ ขนาภรณ์ ปัญญาการผล ภัทรภร ปุยสุวรรณ รัชชัยย์ ศรสุวรรณ และณรินทร์ ชำนาญดู. (2567). อิทธิพลเชิงปัจจัยของสมรรถนะดิจิทัล ความฉลาดทางปัญญาดิจิทัล และความเป็นวิชาชีพสื่อที่นำไปสู่ความเป็นพลเมืองดิจิทัลในสังคมไทยดิจิทัล. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา**, 8(2), 73-88.

- ขจรศักดิ์ กันไใช้ และชนาภรณ์ ปัญญาการผล. (2567). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการรู้เท่าทันสื่อสังคมออนไลน์ ของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา**, 8 (1), 29-46.
- คณะกรรมการการอุดมศึกษา. (2561). เรื่อง **แนวทางการปฏิบัติตามกรอบมาตรฐานคุณอุดมศึกษาแห่งชาติเกี่ยวกับสมรรถนะดิจิทัลสำหรับคุณวุฒิระดับปริญญาตรี**. ประกาศวันที่ 12 กันยายน พ.ศ. 2561. ลงนามโดยรองประธานคณะกรรมการปฏิบัติหน้าที่ประธานคณะกรรมการการอุดมศึกษา.
- ฉันทนา ปาปัดถา. (2563). การพัฒนาตัวบ่งชี้สมรรถนะหลักนักสื่อสารมวลชนดิจิทัลด้วยเทคนิคเดลฟาย. **วารสารวิจัยและนวัตกรรม สถาบันการอาชีวศึกษากรุงเทพมหานคร**, 3(1), 78-88.
- ชนาภรณ์ ปัญญาการผล และขจรศักดิ์ กันไใช้. (2567). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อทัศนคติและพฤติกรรมความรุนแรงทางเพศช่วงวัยศึกษา ผ่านช่องทางสื่อสังคมดิจิทัลของนักศึกษาปริญญาตรีในมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี. **วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยรามคำแหง ฉบับเทคโนโลยีการศึกษา**, 8 (1), 47-62.
- นภัสนันท์ สุวรรณวงศ และปณิดา วรรณพิรุณ. (2564). การจัดการเรียนรู้โดยดิจิทัลเป็นฐานเพื่อเสริมสร้างความฉลาดทางดิจิทัล. **วารสารปัญญาภิวัฒน์**, 13(1), 279-293.
- นิสตาร์ เวชยานนท์. (2556). **Competency-Based Approach**. (พิมพ์ครั้งที่ 6). กรุงเทพมหานคร: เดอะกราฟิก โก ชิสเต็ม.
- ปณิดา วรรณพิรุณ และนำโชค วัฒนานัน. (2560). ความฉลาดทางดิจิทัล (Digital Intelligence). **วารสารพัฒนาเทคนิคศึกษา**, 29(102), 12-20.
- พระมหาสายัณห์ เปมสีโล สำราญ ศรีคำมูล และสนิธ วงปล้อมหิรัญ. (2566). รายงานวิจัย การศึกษาความฉลาดทางดิจิทัลของนักศึกษาระดับปริญญาตรีในศตวรรษที่ 21 วิทยาเขตมหาวิทยาลัยราชภัฏวชิราลงกรณราชวิทยาลัย. นครปฐม: สถาบันวิจัยญาณสังวร มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย.
- พูลพงศ์ สุขสว่าง. (2557). หลักการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง. **วารสารมหาวิทยาลัยนราธิวาสราชนครินทร์**, 6(2), 136-145.
- วรรณกร พรประเสริฐ. (2562). การพัฒนาแบบวัดและเกณฑ์ปกติความเป็นพลเมืองดิจิทัลของนิสิตนักศึกษาในสถาบันอุดมศึกษา. วิทยานิพนธ์หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิจัยและประเมินผลการศึกษา มหาวิทยาลัยนเรศวร.
- สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม. (2566). **แผนด้านการอุดมศึกษาเพื่อผลิตและพัฒนากำลังคนของประเทศ พ.ศ. 2564-2570 ฉบับปรับปรุง พ.ศ. 2566-2570**. กรุงเทพฯ : กองยุทธศาสตร์และแผนงาน สำนักงานปลัดกระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัยและนวัตกรรม.
- สุกัญญา รัศมีธรรมโชติ. (2548). **แนวทางการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ด้วย Competency**. กรุงเทพมหานคร: ศิริวัฒนาอินเตอร์พริ้นท์ จำกัด (มหาชน).
- Almås, A. G., Bueie, A. A., & Aagaard, T. (2021). From digital competence to professional digital competence: Student teachers' experiences of and reflections on how teacher education prepares them for working life. **Nordic Journal of Comparative and International Education (NJCIE)**, 5(4), 70-85.

- Burns, T., & Gottschalk, F. (2019). **Educating 21st century children: Emotional well-being in the digital age**. OECD Publishing
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). **Introducing LISREL**. London: Sage Publications.
- Choi, M., Glassman, M., & Cristol, D. (2017). What it means to be a citizen in the internet age: Development of a reliable and valid digital citizenship scale. **Computers & Education, 107**, 100–112.
- DQ Institute. (2017). **Digital Intelligence**. from <https://www.dqinstitute.org/what-is-dq>.
- European Commission. (2021). **Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. 2030 Digital compass: The European way for the digital decade**. [Online]. Retrieved March 23, 2024 from: <https://eufordigital.eu/wp-content/uploads/2021/03/2030-Digital-Compass-the-European-way-for-the-Digital-Decade.pdf>
- Hair, Jr. J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). **Multivariate data analysis: A global perspective**. (7th ed). New York: Pearson Prentice Hall, Harper Collins College.
- Hintz, A., Dencik, L., & Wahl-Jørgensen, K. (2019). **Digital citizenship in a datafied society**. Cambridge: Polity Press, 193 pp.
- International Standard Classification of Education. (ISCED). (2013). **รายการจัดแบ่งกลุ่มประเภทการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานนานาชาติ ปี 2013**. [Online]. Retrieved March 2, 2024 from <https://regis.dusit.ac.th/main/wp-content/uploads/2022/10/รายการจัดแบ่งกลุ่มประเภทการศึกษาตามเกณฑ์มาตรฐานนานาชาติ ปี 2013-ISCED2013.pdf>
- Jamal, A. & Awaisi, R. (2012). **The Challenges to Journalistic Professionalism: Between Independence and Difficult Work Conditions**. Nazareth: Media Center for Arab Palestinians in Israel.
- Katotobwe, C. (2022). **THE DECLINE OF MEDIA ETHICS AND PROFESSIONALISM IN ZAMBIA**. [Online]. Retrieved March 2, 2024 from <https://fesmedia-africa.fes.de/news/the-decline-of-media-ethics-and-professionalism-in-zambia.html>
- Kline, R. B. (2005). **Principles and practice of structural equation modeling**. New York: Guilford Press.
- Lund, A., Furberg, B. J., & Engelen, K. L. (2014). What does professional digital competence mean in teacher education? **Nordic Journal of Digital Literacy, 9**(4), 281–299
- Matić, J. & Perković, S. M. (2021). **Digital Competences of Journalists Research Report**. Publications OSCE
- McClelland, D. C. (1973). Testing for competence rather than intelligence. **American Psychologist, 28**(1), 1-19.
- Nordhaug, O. (1993). **Human Capital in Organization: Competence, Training, and Learning**. New York: Oxford University Press.

- OECD. (2021). **21st-century readers: Developing literacy skills in a digital world**. Paris: PISA, OECD Publishing.
- Park, Y. (2016a). **8 digital life skills all children need-and a plan for teaching them**. [Online]. Retrieved March 2, 2024 from <https://www.weforum.org/agenda/2016/09/8->
- Park, Y. (2016b). **8 digital skills we must teach our children**. [Online]. Retrieved March 12, 2024 from <https://www.weforum.org/agenda/2016/06/8-digital-skills-we-must-teach-our-children/>
- Rex, B. K. (2011). **Principles and practice of structural equation modeling**. (3rd Ed). New York: Guilford Publications.
- Ribble, M. (2011a). **Digital citizenship in school**. (2nd ed.). Eugene, Oregon: The International Society for Technology in Education.
- Ribble, M. (2011b). **Raising a digital child: A digital citizenship handbook for parents**. Eugene, Oregon: The International Society for Technology in Education.
- Richardson, J., & Milovidov, E. (2022). **Digital citizenship education handbook: Being online, well-being online, rights online**. (Rev. ed.). Council of Europe Publishing.
- Skantz Åberg, E., Lantz-Andersson, A., Lundin, M., & Williams, P. (2022). Teachers' professional digital competence: an overview of conceptualisations in the literature. **Cogent Education**, 9(1), 1-23.
- Talabi, F. O. (2012). Effects of Non-Professionalism in Nigeria Journalism. **GJHSS-B Geography, Geo-Science Environmental Sciences and Disaster**, 12(B7), 27-34.
- Tømte, C., Kårstein, A., & Olsen, D. S. (2013). **ICT in teacher education: Towards professional digital competence**. Nordic Institute for Studies in Innovation. Research and Education.
- Vuorikari, R., Kluzer, S., & Punie, Y. (2022). **DigComp 2.2: The digital competence framework for citizens with new examples of knowledge, skills, and attitudes**. Publications Office of the European Union.
- Wright, B. D. & Masters, G. N. (1982). **Rating scale analysis**. Chicago: MESA Press.
- Wright, B. D. & Stone, M. H. (1979). **Best test design**. Chicago: MESA Press.

นโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)
ในเขตกรุงเทพมหานคร

Public Policy in Developing Workforce Skill for Small and Medium-Sized
Enterprises (SMEs) in Bangkok Metropolitan Area

ธนดี หงษ์รัตนอุทัย^{1*} ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ², สติตย์ นียมญาติ³ และกมลพร กัลยาณมิตร⁴
(Thanadee Hongratanauthai^{1*}, Nattawat Siriphornwut², Satit Niyomyah³
and Kamonporn Kalayanamit⁴)

^{1*}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Degree of Doctor of Public Administration, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

²⁻⁴คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

²⁻⁴Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: mr.thanadee@gmail.com

Article history:

Received 14 April 2025

Revised 19 May 2025

Accepted 21 May 2025

SIMILARITY INDEX = 5.68 %

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษานโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร 2) ศึกษาความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานคร 3) ศึกษาปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จ แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร รูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 ท่าน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ได้แก่ ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม สมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้อง หน่วยงานภาครัฐ และนักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทักษะแรงงาน

ผลการวิจัย พบว่า 1) นโยบายภาครัฐในปัจจุบันเป็นนโยบายที่ดี แต่ประชาสัมพันธ์ไม่ทั่วถึง สถานประกอบการยังไม่เห็นถึงประโยชน์ที่จะได้รับ จึงไม่ให้ความสำคัญ หรือสนใจปฏิบัติตามนโยบาย 2) ทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในเขตกรุงเทพมหานครที่ต้องการพัฒนา คือ ทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง หรือ Hard Skills (ดิจิทัลพื้นฐาน และมีมือแรงงานหรือด้านอาชีวศึกษา/ สายอาชีพ) และทักษะที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศภายในองค์กร หรือ Soft Skills (การทำงานเป็นทีม และการสื่อสาร) 3) แนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐมีดังนี้ (1) กระทรวงแรงงานต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และแรงงาน และมีนโยบายหรือมาตรการกระตุ้นให้สถานประกอบการเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อพัฒนาธุรกิจหรือทักษะแรงงาน (2) สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมต้องประชาสัมพันธ์นโยบายให้ทั่วถึง และสร้างความมั่นใจให้กับสถานประกอบการ และ (3) กรมพัฒนาฝีมือแรงงานต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรม/ โครงการในระดับพื้นที่ และเพิ่มหลักสูตรการพัฒนาทักษะด้านดิจิทัล อาชีวศึกษา/ สายอาชีพ การทำงานเป็นทีม และการสื่อสาร รวมทั้งเน้นการจัดฝึกอบรมในช่วงวันหยุด หรือวันเสาร์-อาทิตย์ และสนับสนุนงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง และ (4) ปัจจัยแห่งความสำเร็จในการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐที่สำคัญ คือ การขับเคลื่อนนโยบายต้องบูรณาการการทำงานร่วมกับระหว่างภาครัฐ ภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และแรงงาน ต้องมีเป้าหมายชัดเจน การจัดสรรทรัพยากรและงบประมาณต้องทั่วถึงและเป็นธรรม การประชาสัมพันธ์ต้องสม่ำเสมอและต่อเนื่อง รวมทั้งมีการติดตามประเมินผลการดำเนินงาน ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมที่ประเทศไทยกำลังเผชิญอยู่ คือ การขาดแคลนแรงงานที่มีทักษะฝีมือ

คำสำคัญ: นโยบายภาครัฐ ทักษะแรงงาน วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ABSTRACT

The objectives of research were 1) to study government policies related to workforce skill development for small and medium enterprises (SMEs) in Bangkok Metropolis, 2) to investigate the skill development needs of SME entrepreneurs in Bangkok Metropolis, 3) to identify the problem, success factors and guidelines for use in driving government policies to enhance workforce skills in SMEs in Bangkok Metropolis. A qualitative research approach was employed. Data were collected from 20 key informants, categorized into four groups: SME entrepreneurs, relevant associations or organizations, government agencies, and academicians or experts in workforce skill development.

The research results revealed that 1) although the existing government policies were well-formulated, their dissemination remained insufficient, resulting in limited awareness among business establishments regarding their benefits, which in turn led to a lack of interest or commitment to policy implementation; 2) the primary workforce skill development needs of SME entrepreneurs in Bangkok Metropolis encompassed both job-specific skills or hard skills (digital literacy and vocational skills and interpersonal skills that influenced the organizational environment or soft skills teamwork and communication); 3) the key guidelines for use in driving government policies included (1) the Ministry of Labour must integrate collaborative efforts among the private sector, civil society, and the workforce while implementing policies or measures to facilitate SME access to funding for business or workforce skill development, (2) the Office of Small and Medium Enterprises Promotion (OSMEP) must promote widespread dissemination of government policies and fostering confidence among business establishments, and (3) the Department of Skill Development must support and promote regional-level activities or programs, expanding digital and vocational skills training, teamwork and communication skills training, as well as prioritizing training sessions on weekends and providing financial support for travel expenses; and (4) the key success factors for driving government policies included integrating collaboration among the public sector, private sector, civil society; and the workforce, setting clear goals, equitably and comprehensively allocating resources and budgets; ensuring consistent and continuous policy dissemination; and maintaining monitoring and evaluation of policy implementation. A major problem currently faced by SMEs in Thailand was the shortage of skilled labor.

Keywords: Government Policy, Workforce Skills, Small and Medium-Sized Enterprises (SMEs)

1. บทนำ

การส่งเสริมและสนับสนุนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นสิ่งที่รัฐบาลในหลาย ๆ ประเทศ รวมถึงประเทศไทย ที่เน้นว่าจำเป็นต่อการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจและการพัฒนาประเทศ รัฐบาลไทยเริ่มดำเนินนโยบายส่งเสริมและสนับสนุน SMEs อย่างจริงจังภายหลังจากวิกฤตทางการเงินในปี พ.ศ. 2540 โดยรัฐคาดหวังให้ SMEs เป็นช่องทางในการสร้างรายได้และสร้างงานเพื่อฟื้นฟูเศรษฐกิจ และเชื่อว่า SMEs จะเป็นกลไกสำคัญในการแก้ไขปัญหาความยากจนและสร้างความยั่งยืนในระบบเศรษฐกิจฐานราก ทั้งนี้ประเทศไทยได้ประกาศใช้พระราชบัญญัติส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมครั้งแรกในปี พ.ศ. 2543 โดยมีนิยาม SMEs ตามกฎกระทรวงอุตสาหกรรมเรื่องการกำหนดจำนวนการจ้างงานและมูลค่าสินทรัพย์ถาวรของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2545 และการจัดขนาดให้ถือตามจำนวนการจ้างงาน หรือมูลค่าสินทรัพย์ถาวร (ไม่รวมที่ดิน) ที่น้อยกว่า ดังนั้น ธุรกิจที่มีคนงานน้อยแม้จะมีสินทรัพย์ถาวรเกิน 200 ล้านบาท ก็จะถูกจัดเป็น SMEs หรือธุรกิจที่มีคนงานเกิน 200 คน หากไม่มีสินทรัพย์ถาวรมากนักก็ถูกจัดเป็น SMEs ได้เช่นเดียวกัน (นงา วะสี, บุญธิดา เสงี่ยมเนตร และชมพูท มนต์ชัยตระกูล, 2562)

วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ มีบทบาทในการพัฒนาและสนับสนุนการเติบโตในมิติต่าง ๆ ที่สำคัญ โดยเฉพาะบทบาทด้านเศรษฐกิจของประเทศ หากพิจารณาจำนวนวิสาหกิจและปริมาณการจ้างงานในปี 2566 พบว่าวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีจำนวนมากถึงร้อยละ 99.5 ของวิสาหกิจโดยรวม และจ้างงานถึงร้อยละ 71.7 ของการจ้างงานทั้งระบบ มีส่วนสนับสนุน GDP ถึง 5.38 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566) รูปแบบการดำเนินงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย โดยเฉพาะในพื้นที่นอกเขตเมืองมักจะเป็นการดำเนินกิจการในเชิงเศรษฐกิจฐานราก การจ้างงานโดยส่วนมากมาจากบุคคลในครอบครัว รวมถึงเป็นธุรกิจที่เน้นการใช้ทรัพยากรและวัตถุดิบในพื้นที่เป็นหลัก และเป็นลักษณะกิจการที่ให้ความสำคัญต่อการใช้ปัจจัยแรงงานมากกว่าปัจจัยทุน ดังนั้นผลกระทบในเชิงมูลค่าทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการดำเนินธุรกิจจึงเป็นไปเพื่อการยังชีพ และการสร้างงานในพื้นที่เพื่อสร้างรายได้ หากพิจารณาบริบททางสังคมของ SMEs จะพบว่ายังคงมีความเหลื่อมล้ำในหลายมิติ เมื่อเปรียบเทียบกับธุรกิจขนาดใหญ่ ดังจะเห็นได้จากระดับความสามารถในการสร้างรายได้ธุรกิจโดยรวมที่แม้จะมีจำนวนวิสาหกิจอยู่มาก แต่ความสามารถในการสร้างรายได้กลับเป็นไปในทิศทางตรงกันข้ามอันเป็นผลมาจากอุปสรรคและข้อจำกัดที่เกิดขึ้นทั้งในด้านการเข้าถึงแหล่งทุนและทรัพยากร การเข้าถึงเทคโนโลยีและนวัตกรรม โอกาสทางการตลาด และการขาดแรงงานที่มีทักษะฝีมือ (Skilled Worker) วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ถือเป็นแหล่งการจ้างงานที่สำคัญ และต้องการการพัฒนาทักษะความสามารถ เพราะยังมีปัญหาในเรื่องการสร้างงานที่มีคุณภาพ (Quality Job) ให้กับแรงงาน เพราะในปัจจุบันการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ยังเป็นการจ้างงานที่มุ่งการจ้างแรงงานราคาถูก ขาดการพัฒนาให้แรงงานมีทักษะความสามารถยกระดับสู่การทำงานที่มีคุณค่ามากขึ้นเพื่อรองรับการทำธุรกิจในยุคใหม่ โดยเฉพาะในกรุงเทพมหานครซึ่งเป็นพื้นที่ศึกษา พบว่า ปี 2566 มีจำนวนการจ้างงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 6,366,815 ราย คิดเป็นร้อยละ 34.67 ของการจ้างงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ทั้งหมดในประเทศ ซึ่งกำลังเผชิญกับความท้าทายสำคัญในการพัฒนาด้านทักษะแรงงาน (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม, 2566)

จากความสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จึงเล็งเห็นได้ที่จะได้รับการสนับสนุนจากหน่วยงานหลักของรัฐ คือ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ สสว. ซึ่งจัดตั้งขึ้น

ภายใต้ พ.ร.บ. ส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม พ.ศ. 2543 ที่ทำหน้าที่ในการกำหนดนโยบายและแผนการส่งเสริม SMEs ปัจจุบันดำเนินการอยู่ภายใต้แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566-2570) ได้ให้ความสำคัญกับการเร่งสร้างการเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศไทยในมิติต่าง ๆ ด้วยการพัฒนาศักยภาพและการสร้างรายได้ของธุรกิจ SMEs โดยรวมอย่างครอบคลุมทั้งในภาคการผลิต ภาคการค้า ภาคการบริการ รวมไปถึงภาคธุรกิจเกษตรด้วยแนวทางการส่งเสริมให้ SMEs มีการพัฒนาเชิงผลิตภาพ การพัฒนาทักษะความชำนาญของแรงงาน การเข้าถึงนวัตกรรมและองค์ความรู้เพื่อเพิ่มประสิทธิภาพและการเติบโตทางธุรกิจของวิสาหกิจรายย่อย วิสาหกิจขนาดย่อม และวิสาหกิจขนาดกลางผ่านการสนับสนุนปัจจัยแวดล้อมที่เอื้อต่อการส่งเสริมและเพิ่มประสิทธิภาพในการดำเนินธุรกิจโดยการพัฒนาระบบฐานข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับองค์ความรู้ สถิติ ผลการวิจัยและพัฒนา ทรัพย์สินทางปัญญา การตลาด การส่งเสริมการวิจัยเชิงนวัตกรรมให้เป็นระบบที่เป็นปัจจุบัน รวมถึงการมีโครงสร้างพื้นฐานที่เหมาะสม และยืดหยุ่นต่อการพัฒนาและการสนับสนุนให้ SMEs สามารถเข้าถึงระบบห่วงโซ่มูลค่าของโลก การเข้าถึงโอกาสด้านการค้าและการลงทุนระหว่างประเทศ และการใช้ประโยชน์จากข้อตกลงการค้าที่มีอยู่ (สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจ ขนาดกลางและขนาดย่อม, 2567)

การวางแผนการพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานควรสอดคล้องกับทิศทางในการพัฒนาประเทศระยะ 20 ปีและตามกรอบวิสัยทัศน์และเป้าหมายของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 13 (พ.ศ. 2566 – 2570) ที่มุ่งส่งเสริมและสนับสนุนการพัฒนาผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เพราะถือได้ว่าเป็นกลไกสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งและความสามารถในการแข่งขันของประเทศ อย่างไรก็ตาม ถึงแม้ว่าภาครัฐจะมีนโยบาย และมาตรการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เป็นจำนวนมาก แต่ก็ยังขาดการศึกษาวิจัยเชิงลึกถึงความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และปัญหาอุปสรรคในการขับเคลื่อนนโยบาย โดยเฉพาะในเขตกรุงเทพมหานคร ซึ่งเป็นเมืองหลวงของประเทศ ที่มีความหลากหลาย และมีความซับซ้อนทางเศรษฐกิจสูง เพราะเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ

ดังนั้นผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาวิจัย “นโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมในกรุงเทพมหานคร” เนื่องจากเห็นว่ามีคามสำคัญอย่างยิ่งในการทำความเข้าใจถึงนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จ และแนวทางในการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ อันจะนำไปสู่การปรับตัว และการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ที่สามารถเติบโตได้อย่างเข้มแข็งและยั่งยืนในระยะยาวภายใต้บริบทใหม่ ดังนั้น สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอย่างมากคือ การพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษานโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. เพื่อศึกษาความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จ แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 นโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงาน

2.2.1 ยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561 – 2580) เพื่อยกระดับศักยภาพ ทักษะ และสมรรถนะแรงงานอย่างต่อเนื่องสอดคล้องกับความต้องการของตลาดแรงงาน มีการทำงานตามหลักการทำงานที่มีคุณค่า เพื่อสร้างผลิตภาพเพิ่มให้กับประเทศ

2.2.2 นโยบายรัฐบาล

1. เร่งสร้างโอกาส อาชีพ และการมีรายได้ที่มั่นคงแก่ผู้ที่เข้าสู่ตลาดแรงงาน รวมทั้งสตรีผู้ด้อยโอกาส และแรงงานต่างด้าวที่ถูกกฎหมาย
2. ยกระดับคุณภาพแรงงาน โดยให้แรงงานทั้งระบบมีโอกาสเข้าถึงการเรียนรู้และพัฒนาทักษะฝีมือแรงงานในทุกระดับอย่างมีมาตรฐาน
3. เชื่อมโยงข้อมูลและการดำเนินการระหว่างหน่วยงานของรัฐกับเอกชน เพื่อให้ตรงกับความต้องการของพื้นที่และของประเทศโดยรวม
4. ส่งเสริมให้แรงงานนอกระบบเข้าสู่ระบบที่ถูกกฎหมายมากขึ้น
5. ป้องกันและแก้ไขปัญหาการค้ามนุษย์ รวมถึงปัญหาผู้หลบหนีเข้าเมือง การทารุณกรรมต่อแรงงานต่างด้าว
6. เตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมที่มีความหลากหลาย เนื่องจากการเข้าสู่ประชาคมอาเซียน โดยสร้างความเข้มแข็งและความพร้อมแก่แรงงานไทย และร่วมพัฒนาระบบความคุ้มครองทางสังคมของแรงงานอาเซียน

2.2.3 นโยบายไทยแลนด์ 4.0

นำระบบเทคโนโลยีสารสนเทศมาใช้ในการบริหารจัดการแรงงาน และเพิ่มศักยภาพฝีมือแรงงานเข้าสู่มาตรฐานสากล

2.2.4 กรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2560 – 2579)

กระทรวงแรงงานได้จัดทำกรอบยุทธศาสตร์การพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ของประเทศระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560 – 2579) ที่เชื่อมโยงกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 โดยกำหนดวิสัยทัศน์ในอีก 20 ปีข้างหน้า คือ ทรัพยากรมนุษย์มีคุณค่าสูงสู่ความยั่งยืน แบ่งการดำเนินการเพื่อบรรลุวิสัยทัศน์เป็น 4 ช่วง ๆ ละ 5 ปี ดังนี้

ช่วงที่ 1 Productive Manpower (พ.ศ.2560 – 2564) เป็นช่วงของการวางรากฐานด้านแรงงาน พัฒนามาตรฐานแรงงานให้เป็นสากล ส่งเสริมให้แรงงานไทยมีทักษะที่หลากหลาย (Multi-Skilled)

ช่วงที่ 2 Innovative Workforce (พ.ศ.2565 – 2569) เป็นช่วงของการสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้เป็นประชากรของโลก (Global Citizen) พัฒนาแรงงานให้สามารถนำเทคโนโลยีและนวัตกรรมมาใช้ในการเพิ่มผลผลิตภาพ พร้อมในการทำงานภายใต้สังคมที่มีวัฒนธรรมที่หลากหลาย

ช่วงที่ 3 Creative Workforce (พ.ศ.2570 – 2574) เป็นช่วงของการสร้างทรัพยากรมนุษย์ให้มีความคิดสร้างสรรค์ในการสร้างมูลค่าเพิ่มให้แก่การทำงาน สร้างกำลังคนที่สามารถใช้ความรู้ความสามารถและสติปัญญาในการทำงานที่มีมูลค่าสูง (High Productivity)

ช่วงที่ 4 Brain Power (พ.ศ.2575 – 2579) เป็นช่วงของการเข้าสู่สังคมการทำงานแห่งปัญญา พัฒนากำลังคนให้มีทักษะและความคิดสร้างสรรค์ สามารถวิจัยและพัฒนาเพื่อเพิ่มคุณภาพ และประสิทธิภาพในการทำงาน

ประเด็น มหารัตนสกุล (2564) ได้ศึกษานโยบายการพัฒนาทักษะแรงงาน พบว่า การดำเนินนโยบายที่ผ่านมาทั้งความสำเร็จและข้อจำกัด โดยเฉพาะในด้านการเข้าถึงโครงการและมาตรการสนับสนุนของ SMEs ขนาดเล็ก ที่ยังมีข้อจำกัดด้านการรับรู้ และความเข้าใจในการใช้ประโยชน์จากนโยบายต่าง ๆ

สมาลี สันติพลวุฒิ (2565) ได้วิเคราะห์นโยบายการพัฒนาทักษะแรงงานของประเทศไทย พบว่า มีการบูรณาการความร่วมมือระหว่างหน่วยงานภาครัฐ ภาคเอกชน และสถาบันการศึกษา เพื่อพัฒนาระบบการพัฒนาทักษะแรงงานที่มีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการพัฒนาทักษะแรงงานใน SMEs ที่มีข้อจำกัดด้านทรัพยากรและงบประมาณ

กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน (2565) ได้ดำเนินนโยบายและมาตรการสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงานหลายประการ โดยเฉพาะการจัดทำโครงการพัฒนาทักษะแรงงานที่ครอบคลุมทั้งทักษะพื้นฐาน ทักษะดิจิทัล และทักษะเฉพาะทาง นอกจากนี้ ยังมีมาตรการสนับสนุนทางการเงิน เช่น การให้เงินอุดหนุนการฝึกอบรม และการลดหย่อนภาษีสำหรับค่าใช้จ่ายในการพัฒนาบุคลากร

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (2560) ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้กลายเป็นโครงสร้างพื้นฐานที่สำคัญของระบบเศรษฐกิจประเทศไทย และมีบทบาทที่สำคัญต่อการพัฒนาประเทศ อีกทั้งยังช่วยกระตุ้นระบบเศรษฐกิจโดยรวมภายในประเทศไทยให้เติบโต กิจกรรมธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่เป็นภาคเศรษฐกิจที่แท้จริง การดำเนินงานของผู้ประกอบการในธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) รายใหม่ต้องฝ่าฟันอุปสรรคนานัปการ มีผู้ประกอบการจำนวนไม่น้อยต้องพบอุปสรรคจนบางส่วนไม่สามารถแก้ไขได้ หรือไม่สามารถขอกู้เงินสนับสนุนจากสถาบันการเงินได้ และในที่สุดต้องล้มเลิกกิจการไปเพราะไม่สามารถแบกกับภาระต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นจากผลกระทบของการเกิดวิกฤติการณ์ทางเศรษฐกิจได้ บริษัทชั้นนำหลายแห่งก็ถูกนักลงทุนต่างชาติเข้ามาซื้อกิจการราคาถูก ธุรกิจส่วนใหญ่สามารถประกอบตัวอยู่ได้จนถึงปัจจุบัน คือ ธุรกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ฐิตา เอกานนท์ (2562) ประเทศไทย SMEs ถือเป็นแหล่งจ้างงานขนาดใหญ่ที่มีสัดส่วนการจ้างงานสูงถึงร้อยละ 82 ของการจ้างงานทั้งหมด ดังนั้น การเติบโตและความเข้มแข็งของ SMEs จึงมีผลกระทบโดยตรงต่อความเป็นอยู่ของประชาชนจำนวนมาก อย่างไรก็ตาม ในระยะที่ผ่านมา การเติบโตของ SMEs เป็นไปอย่างเชื่องช้า สะท้อนจากสัดส่วนมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจต่อ GDP ที่ทรงตัวเฉลี่ยร้อยละ 40 ขณะที่ จำนวน SMEs

ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ขยายตัวสูงถึงร้อยละ 30 โดยสาเหตุหนึ่งเกิดจากโครงสร้างของหน่วยธุรกิจในประเทศไทยส่วนใหญ่เป็นวิสาหกิจขนาดเล็ก (SEs) และส่วนใหญ่กระจุกตัวอยู่ในภาคการค้า นอกจากนี้ SMEs ยังเผชิญกับการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจากการดำเนินธุรกิจในโลกยุคใหม่ที่มีการแข่งขันรุนแรงจากรอบด้าน ไม่ว่าจะเกิดจากอิทธิพลของเทคโนโลยีที่ทำให้พฤติกรรมลูกค้าเปลี่ยนแปลงไป หรือการแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่ที่ขยายสาขาไปในทุกพื้นที่ด้วยเหตุนี้ SMEs ที่ปรับตัวไม่เท่าทันการเปลี่ยนแปลง จึงประสบกับความยากลำบากในการดำเนินธุรกิจ

2.3 ปัญหาสำคัญของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในประเทศไทย

สมคิด บางโม (2564) ได้วิเคราะห์ว่า SMEs มีข้อได้เปรียบในด้านความยืดหยุ่นและความคล่องตัวในการดำเนินงาน สามารถตัดสินใจได้รวดเร็ว และมีความใกล้ชิดกับลูกค้า อย่างไรก็ตาม SMEs ก็มีข้อจำกัดหลายประการ โดยเฉพาะด้านเงินทุน การเข้าถึงเทคโนโลยี และการพัฒนาบุคลากร World Bank (2023) ได้ศึกษาเพิ่มเติมและพบว่า ข้อจำกัดเหล่านี้ส่งผลต่อขีดความสามารถในการแข่งขันของ SMEs โดยเฉพาะในยุคที่เทคโนโลยีดิจิทัลมีบทบาทสำคัญ

ฐิตา เอกานนท์ (2562) จากผลการสำรวจของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธปท.) ที่ได้สำรวจ SMEs กว่า 2,400 รายทั่วประเทศ เพื่อศึกษาปัญหา อุปสรรค และการปรับตัวในการนำไปสู่การแก้ปัญหาและช่วยเหลือ SMEs ให้ตรงจุด แม้ว่า SMEs จะมีจุดแข็งในการดำเนินธุรกิจหลายด้าน ไม่ว่าจะเป็นความคล่องตัวและความยืดหยุ่นของระบบบริหาร หรือ ด้านความใกล้ชิดกับฐานลูกค้าในท้องถิ่น แต่คงปฏิเสธไม่ได้ว่า SMEs ต้องเผชิญกับความท้าทายจากข้อจำกัดของขนาดกิจการในหลายมิติเช่นกัน โดยผลสำรวจพบว่า 2 ปัญหาสำคัญที่ SMEs ในประเทศไทยเผชิญ คือ ภาระต้นทุนสูง และการแข่งขันที่รุนแรงจากรอบด้าน

1. ภาระต้นทุนสูง ผลสำรวจพบว่า ผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีความกังวลต่อต้นทุนธุรกิจที่สูงและผันผวน โดยเฉพาะจากค่าจ้างแรงงานและราคาวัตถุดิบ รวมถึงต้นทุนทางการเงินจากภาระดอกเบี้ย ปัจจัยสำคัญที่ทำให้ความสามารถในการควบคุมต้นทุนของ SMEs ลดลงมาจาก 3 สาเหตุ ได้แก่

- 1.1 ปัญหาจากกระบวนการผลิตและการบริหารจัดการภายในองค์กร
- 1.2 ปัญหาการต่อรองกับซัพพลายเออร์ (Supplier)
- 1.3 ปัญหาจากความน่าเชื่อถือของข้อมูลทางการเงินและการวางแผนธุรกิจ

2. การแข่งขันที่รุนแรงจากรอบด้าน ปัญหาสำคัญที่ SMEs ไทยเผชิญ คือ การแข่งขันที่รุนแรงจากรอบด้านโดยผลการวิเคราะห์แบบสำรวจและการสัมภาษณ์เชิงลึกโดย ธปท. ชี้ให้เห็นว่า 3 คู่แข่งสำคัญที่ทำให้ส่วนแบ่งทางการตลาดของ SMEs ลดลง ได้แก่

- 2.1 การแข่งขันระหว่าง SMEs ด้วยกันเอง
- 2.2 การแข่งขันกับธุรกิจขนาดใหญ่
- 2.3 การแข่งขันกับธุรกิจ E-commerce

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 20 ท่าน ใช้วิธีการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง และแบบสะดวก โดยแบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ท่าน (บริษัท สุนทร เมทัล อินดัสทรีส์ จำกัด, บริษัท นาโก จำกัด, บริษัท นที ออดิท จำกัด, บริษัท

อินพีเดีย อินเทอร์เน็ตชั่นแนล จำกัด, บริษัท ชิปปเปอร์แบค จำกัด, บริษัท 998 โฮลดิ้งส์ จำกัด, บริษัท รวมกิจการบัญชี จำกัด, บริษัท บีเอ็นบี โฮลดิ้ง จำกัด, บริษัท ไทย โมลด์ แอนด์ ดาย จำกัด, บริษัท เอสเอ็ม แอดวานซ์ เทคโนโลยี จำกัด, บริษัท เอส.ที.ทริสเลียน.ทราสสปอร์ต จำกัด, ห้างหุ้นส่วนจำกัด ศรีเทพ ฟาวตี้ แอนด์ แมชชีนเนอร์รี่)

กลุ่มที่ 2 ผู้แทนจากสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2 ท่าน ได้แก่ สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) และสมาคมสมาพันธ์เอสเอ็มอีไทย

กลุ่มที่ 3 ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน กรมสวัสดิการและคุ้มครองแรงงาน และสำนักงานประกันสังคม

กลุ่มที่ 4 นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทักษะแรงงานในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลาง และขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 3 ท่าน ได้แก่ รองศาสตราจารย์ ดร.ณรงค์ เพ็ชรประเสริฐ, อาจารย์อรอนงค์ นิธิภาควัย และนางสาวธนพร วิจิตร

3.2 ขอบเขตการศึกษา

1. ศึกษานโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร
2. ศึกษาความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร
3. ศึกษาปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จ แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

3.3 เครื่องมือวิจัย

การวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้เครื่องมือในการวิจัยเป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) แบบมีโครงสร้าง (Structure Interview) จำนวน 3 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 ใช้สัมภาษณ์กลุ่มผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร จำนวน 12 ท่าน แบ่งออกเป็น 5 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 สถานการณ์ และความต้องการด้านการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 การรับรู้และการเข้าถึงนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 5 ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ฉบับที่ 2 ใช้สัมภาษณ์ผู้แทนจากสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 2 ท่าน และสัมภาษณ์ผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 3 ท่าน แบ่งออกเป็น 4 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 สถานการณ์แรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ของประเทศไทย

ส่วนที่ 3 ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ฉบับที่ 3 ใช้สัมภาษณ์นักวิชาการ หรือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทักษะแรงงานในกลุ่มวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) จำนวน 3 ท่าน แบ่งออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ให้สัมภาษณ์

ส่วนที่ 2 ความคิดเห็นต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs)

3.4 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

1. สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key-informant) แบบตัวต่อตัวด้วยตนเอง โดยก่อนทำการสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้ขออนุญาตผู้ให้ข้อมูลสำคัญในการบันทึกเสียง เพื่อความครบถ้วนและสมบูรณ์ของข้อมูลที่จะนำมาใช้ในการวิเคราะห์และสังเคราะห์ผลการศึกษา

2. การสังเกตการณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการไม่รบกวน และเก็บรายละเอียดของข้อมูลด้วยการจดบันทึกโดยปราศจากอคติและไม่ตีความหมาย

3. ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากแบบสัมภาษณ์ มาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของข้อมูลให้ครบถ้วนตามกรอบแนวคิด และตรงตามวัตถุประสงค์ในการวิจัย รวมทั้งจัดหมวดหมู่ของข้อมูล เพื่อนำไปสังเคราะห์และวิเคราะห์ผลการศึกษานำไปสู่การจัดทำข้อเสนอแนะต่อไป

3.5 การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยดำเนินการในส่วนที่ได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นข้อมูลเชิงคุณภาพ นำมาวิเคราะห์โดยเนื้อหา (Content analysis) และวิเคราะห์เชิงอุปนัย (Inductive Analysis)

3.6 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 1

2. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 2 และกลุ่มที่ 3 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 2

3. วิเคราะห์ สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ จากแบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 1 และฉบับที่ 2
4. นำผลการสังเคราะห์เสนอผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 4
4. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 4 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 3
5. ทำการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา และวิเคราะห์เชิงอุปนัย
6. นำเสนอผลการวิจัย

4. ผลการวิจัย

1. นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง หรือ Hard Skills เป็นอันดับแรก เช่น งานด้านการช่าง การทำบัญชี การทำการตลาด การใช้โปรแกรม เป็นต้น ในขณะเดียวกันก็พบว่า ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) บางแห่ง ได้ให้ความสำคัญกับทักษะที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศภายในองค์กร หรือ Soft Skills เช่นเดียวกัน เพื่อเป็นการสร้างความสุขในการทำงาน โดยเฉพาะทักษะด้านการทำงานเป็นทีม ทักษะด้านการสื่อสารประสานงาน และทักษะการปรับตัว แต่สถานประกอบการ SMEs ทุกแห่งที่ได้สัมภาษณ์ ไม่มีการจัดสรรงบประมาณไว้สำหรับการพัฒนาทักษะแรงงาน มีเพียงบางแห่งเท่านั้นที่สนับสนุนให้เจ้าหน้าที่/บุคลากรสามารถเข้ารับการฝึกอบรมด้านการพัฒนาทักษะแรงงานเพื่อศึกษาความรู้และพัฒนาตนเองได้ โดยต้องไม่กระทบกับวัน-เวลาการทำงาน ส่วนใหญ่ทราบว่าภาครัฐมีนโยบายด้านการพัฒนาทักษะแรงงาน เพราะเคยได้รับการส่งต่อข้อมูลผ่านทาง e-mail ข่าวทางโทรทัศน์ และเคยเห็นผ่านทาง Social Media ต่าง ๆ เช่น Website และ Facebook Page แต่ไม่ศึกษาในรายละเอียด เพราะกิจกรรม/โครงการไม่เกี่ยวข้องกับธุรกิจของสถานประกอบการ SMEs ตนเอง การเข้าถึงนโยบายหรือมาตรการฯ ไม่ยาก แต่หลักสูตร หรือโครงการส่วนใหญ่ที่ภาครัฐจัดขึ้น การประชาสัมพันธ์ยังไม่ทั่วถึง และไม่มีความเกี่ยวข้องกับสถานประกอบการ SMEs โดยตรง อีกทั้งยังจำกัดจำนวนคนที่เข้าร่วมหลักสูตรการฝึกอบรมต่าง ๆ และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงทำให้แรงงานบางคนที่ต้องการพัฒนาทักษะเพื่อเพิ่มศักยภาพของตนเองต้องขาดโอกาสไป นโยบายหรือมาตรการฯ ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ สถานประกอบการ SMEs ส่วนใหญ่เคยได้รับการสนับสนุนจากนโยบายหรือมาตรการด้านการพัฒนาทักษะแรงงานจากภาครัฐ มีเพียง 1 แห่งที่เคยขอรับขอรับการสนับสนุนวิทยากร และอีก 1 แห่ง ได้รับประโยชน์จากนโยบาย หรือมาตรการฯ ภาครัฐ คือ มีพนักงานหรือแรงงานที่มีทักษะการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพ เพราะผ่านการฝึกอบรมในหลักสูตรที่รัฐจัดขึ้น

2. ความต้องการในการพัฒนาทักษะแรงงานของผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ในเขตกรุงเทพมหานคร กลุ่มผู้แทนจากสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ให้มุมมองว่า การพัฒนาทักษะแรงงานของ SMEs ในยุคสมัยใหม่ที่มีการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีและอุตสาหกรรมเกิดขึ้นมาใหม่มากมายนั้น ทักษะที่มีความจำเป็น และเป็นความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs คือ ทักษะการคิดเชิงวิเคราะห์ เพื่อแก้ปัญหาและตัดสินใจได้อย่างมีประสิทธิภาพ ทักษะการคิดเชิงสร้างสรรค์ เพื่อสร้างนวัตกรรมและพัฒนาผลิตภัณฑ์ใหม่ๆ ทักษะดิจิทัล ทักษะการผลิตและการบริการ ทักษะการทำงานเป็นทีมและการสื่อสาร ดังนั้น การพัฒนาทักษะดังกล่าว เป็นเรื่องท้าทายสำคัญที่แรงงาน SMEs ต้องได้รับการพัฒนาศักยภาพ เพื่อสร้างข้อได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ เพราะสามารถเพิ่มผลผลิตและมีความสามารถในการแข่งขัน ส่วนกลุ่มผู้แทนจากหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจ

ขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ได้ให้มุมมองว่า ทักษะแรงงาน SMEs ที่มีความจำเป็น และเป็นความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs คือ ทักษะทางเทคนิคเฉพาะในสายงาน (Hard Skill) โดยเฉพาะทักษะด้านดิจิทัล และทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานร่วมกับผู้อื่น (Soft Skill) ดังนั้น แรงงานจึงควรได้รับการพัฒนาและเพิ่มทักษะความรู้เพื่อสนับสนุนการทำงานในยุคที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังกล่าว และ Soft Skill ที่สำคัญ คือ การพัฒนาทักษะทางด้านภาษา เพื่อใช้สำหรับการติดต่อสื่อสาร และสร้างความได้เปรียบในการทำงานให้กับแรงงาน ภายใต้นโยบาย “ทักษะดี มีงานทำ ประกันสังคมเด่น เน้นขับเคลื่อนเศรษฐกิจ” นโยบายภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบัน ถือเป็นนโยบายที่ดี แต่การประชาสัมพันธ์นโยบายฯ ยังไม่ทั่วถึง และสถานประกอบการ SMEs ยังไม่ได้รับข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้ไม่ได้ให้ความสำคัญ หรือสนใจที่จะให้ความร่วมมือในกิจกรรม/ โครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตามนโยบายของภาครัฐ ดังนั้น ภาครัฐควรจัดเวทีประชุม แลกเปลี่ยน โดยเชิญผู้แทนธุรกิจ SMEs ตั้งแต่ขนาดเล็ก กลาง และใหญ่เข้าร่วมแลกเปลี่ยนเพื่อแสดงความคิดเห็น พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้มีส่วนร่วมในการออกแบบนโยบายเพื่อประโยชน์ในภาพรวมของธุรกิจ SMEs และให้ความสำคัญกับการพัฒนาทักษะแรงงานทักษะฝีมือแรงงานด้านอาชีวศึกษาหรือสายอาชีพ เพราะเป็นกลุ่มอาชีพที่ขาดแคลนในตลาดแรงงาน และทักษะด้านดิจิทัล เพราะหลายสิ่งหลายอย่างถูกแทนที่ด้วยเทคโนโลยีอย่างรวดเร็ว และพฤติกรรมของผู้บริโภคก็เปลี่ยนแปลงไป

3. ปัญหาอุปสรรค ปัจจัยแห่งความสำเร็จ แนวทางการขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐต่อการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ในเขตกรุงเทพมหานคร เพื่อให้เกิดผลลัพธ์ที่มีประสิทธิภาพ และสอดคล้องกับความต้องการของผู้ประกอบการ

ปัญหาอุปสรรคต่อการพัฒนาทักษะแรงงาน สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. การเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย ทำให้หลักสูตรการพัฒนาทักษะแรงงานของภาครัฐตามไม่ค่อยทัน ไม่มีความทันสมัย และไม่สอดคล้องกับความต้องการของแรงงาน หรือสถานประกอบการ เพราะไม่ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อสถานประกอบการโดยตรง

2. สถานประกอบการส่วนใหญ่ไม่ค่อยสนับสนุนแรงงานเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะแรงงาน เพราะทับซ้อนกับเวลาในการทำงาน

3. แรงงานไม่ให้ความสำคัญกับการพัฒนาความรู้ หรือทักษะแรงงาน เพราะมองว่าเป็นเรื่องยาก เกินความสามารถ ไม่จำเป็น หรืออาจทำให้ต้องทำงานเพิ่มมากขึ้น และต้องเสียค่าใช้จ่ายในการเดินทาง จึงทำให้มองไม่เห็นประโยชน์ที่จะได้รับในเวลาอันใกล้ แต่ต้องใช้เวลานานกว่าจะเห็นผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ ประกอบกับเวลาในการทำงานไม่สอดคล้องกับเวลาในการเข้าร่วมการฝึกอบรมเพื่อพัฒนาทักษะแรงงาน ทับซ้อนกับเวลาการทำงานของแรงงาน ทำให้ต้องลางาน และขาดรายได้ เพราะถูกหักค่าจ้าง อีกทั้งแรงงานบางคนต้องการใช้สำหรับการพักผ่อนอยู่กับครอบครัว

4. การขาดแคลนทรัพยากร เช่น งบประมาณ อุปกรณ์ และบุคลากร ที่จำเป็นสำหรับการพัฒนาทักษะแรงงาน เป็นต้น และปัญหาการขาดแคลนแรงงาน เพราะมีจำนวนน้อย

ปัจจัยแห่งความสำเร็จ สามารถสรุปเป็นประเด็นได้ดังนี้

1. นโยบายภาครัฐต้องกระตุ้นให้คนเรียนอาชีวศึกษาหรือสายอาชีพเพิ่มมากขึ้น และสร้างคุณค่าให้กับสถานศึกษาประเภทอาชีวศึกษาหรือสายอาชีพ เช่น การมีนโยบายทุนการศึกษา ค่าเล่าเรียน ค่าครองชีพ เพื่อเป็นแรงจูงใจให้คนสนใจมาเรียนมากยิ่งขึ้น และก้าวเข้าสู่ระบบการเป็นแรงงานที่มีคุณภาพ

2. ภาครัฐต้องจัดหลักสูตรการฝึกอบรมหรือพัฒนาทักษะที่มีคุณภาพ และทันสมัย สอดคล้องกับความต้องการของสถานประกอบการ พร้อมทั้งสนับสนุนค่าใช้จ่ายในการดำเนินงานให้แก่แรงงานที่เข้าร่วมการอบรม

3. สถานประกอบการต้องให้การสนับสนุนการพัฒนาทักษะแรงงาน โดยวิเคราะห์ ถึงประโยชน์ที่องค์กรจะได้รับจากการมีแรงงานที่มีคุณภาพ เพื่อสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันในธุรกิจ

4. แรงงานเห็นความสำคัญของการพัฒนาทักษะแรงงาน มีความกระตือรือร้น ตั้งใจ และต้องการที่จะพัฒนาตนเอง เพื่อให้มีความรู้และทักษะการทำงานเพิ่มมากขึ้น ส่งผลต่อความมั่นคงให้กับชีวิตด้านการงานอาชีพ มีความก้าวหน้า หรือได้รับค่าจ้างเพิ่มมากขึ้น

5. การสร้างความร่วมมือระหว่างองค์กร และหน่วยงานต่าง ๆ ทั้งภาครัฐ ภาคเอกชน และภาคประชาสังคม จะช่วยทำให้การพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ประสบความสำเร็จได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถสร้างสรรค์หลักสูตรที่มีความสอดคล้องกับความต้องการ ทั้งผู้ประกอบการ SMEs และแรงงานผู้ที่ต้องการพัฒนาทักษะให้สูงขึ้น

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

นโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) มีความสำคัญและจำเป็นต่อการพัฒนาประเทศ ซึ่งนโยบายภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันถือเป็นนโยบายที่ดี แต่การประชาสัมพันธ์นโยบายฯ ยังไม่ทั่วถึง และสถานประกอบการ SMEs ยังไม่ได้รับข้อมูลที่แสดงให้เห็นถึงประโยชน์เพียงพอต่อการดำเนินธุรกิจ จึงทำให้ไม่ได้ให้ความสำคัญ หรือสนใจที่จะให้ความร่วมมือในกิจกรรม/โครงการต่าง ๆ ที่จัดขึ้นตามนโยบายของภาครัฐ ซึ่งผลการศึกษาพบว่า นโยบายภาครัฐที่มีอยู่ในปัจจุบันต้องปรับเปลี่ยนเพื่อให้เข้ากับสถานการณ์และการเปลี่ยนแปลงต่าง ๆ โดยเน้นการจัดฝึกอบรมในช่วงวันหยุด หรือวันเสาร์-อาทิตย์ เพื่อไม่ให้กระทบกับวันทำงานของแรงงาน (ลูกจ้าง) และควรสนับสนุนเรื่องงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทางเพื่อลดภาระให้แก่แรงงานที่ต้องเดินทางมาเข้าร่วมการฝึกอบรม สอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปุญญวิชญ์ เศรษฐ์สมบูรณ์ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “นัยของการพัฒนาทักษะแรงงานต่อความเหลื่อมล้ำของค่าจ้าง: มุมมองจากตลาดแรงงานภูมิภาค” พบว่า แรงงานมีข้อจำกัดด้านเวลาในการเข้าอบรมพัฒนาทักษะ นอกจากนี้ การพัฒนาทักษะแรงงานไม่เพียงเฉพาะกลุ่มแรงงานในระบบเท่านั้น แต่กลุ่มเปราะบาง เช่น แรงงานนอกระบบก็เป็นกลุ่มที่มีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาทักษะเช่นเดียวกันเพื่อเพิ่มโอกาสในการทำงาน และจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) พบว่า ค่าเฉลี่ยระดับความพึงพอใจต่อนโยบายภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาทักษะแรงงานของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อยู่ในระดับปานกลาง และกลุ่มผู้แทนจากสมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องกับวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) อยู่ในระดับน้อยตามมาตรวัดของลิเคิร์ต

ทักษะแรงงานที่วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ต้องการพัฒนามากที่สุด 3 อันดับแรก ได้แก่ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้านการทำงานเป็นทีม ทักษะการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศพื้นฐาน และทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้านการสื่อสาร ทักษะที่มีความจำเป็นและเป็นความต้องการของผู้ประกอบการ SMEs เป็นทักษะที่มีความเกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง หรือ Hard Skills โดยเฉพาะทักษะฝีมือแรงงานด้านอาชีวศึกษา หรือสายอาชีพที่ค่อนข้างขาดแคลนมาก เช่น งานด้านการช่าง การใช้เทคโนโลยี (โปรแกรมซอฟต์แวร์พื้นฐาน) เป็นต้นสอดคล้องกับผลการศึกษาของธนากรพัฒน์วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (2566) ที่ได้

ทำการศึกษาเรื่อง ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs ต่อเศรษฐกิจและธุรกิจในไตรมาสที่ 3/2566 และ คาดการณ์อนาคต พบว่า ทักษะที่ต้องการเสริมให้แรงงานได้เรียนรู้เพิ่มเติมมากที่สุด คือ ทักษะเฉพาะทางตาม สาขาอาชีพร้อยละ 54.77 นอกจากนี้ทักษะที่เกี่ยวข้องกับลักษณะอุปนิสัย หรือ Soft Skills ก็เป็นอีกทักษะที่มีความจำเป็นและเป็นที่ต้องการของผู้ประกอบการ SMEs เพื่อช่วยสร้างบรรยากาศภายในองค์กร และทำให้สามารถทำงานร่วมกับผู้อื่นได้เป็นอย่างดี และยังสอดคล้องกับผลการศึกษาของ ปุญญวิชัย เศรษฐ์สมบูรณ์ (2564) ที่ได้ทำการศึกษาเรื่อง “นัยของการพัฒนาทักษะแรงงานต่อความเหลื่อมล้ำของค่าจ้าง: มุมมองจาก ตลาดแรงงานภูมิภาค” พบว่า ผู้ประกอบการมีมุมมองด้านการพัฒนาทักษะแรงงานที่สำคัญ คือ การพัฒนา ด้าน Soft Skills ควบคู่ไปกับการพัฒนาทักษะด้านอาชีพ (Hard Skills) เพื่อให้ได้ทักษะแรงงานที่มี ประสิทธิภาพตรงตามความต้องการของธุรกิจ และช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของแรงงาน และทำให้แรงงานสามารถอยู่รอด และเติบโตได้ในโลกยุคใหม่ที่มีความไม่แน่นอนสูง

5.2 ข้อเสนอแนะในเชิงนโยบาย

1. กระทรวงแรงงานต้องบูรณาการการทำงานร่วมกันระหว่างภาคเอกชน ภาคประชาสังคม และ แรงงาน เพื่อปรับปรุงและพัฒนานโยบายด้านการพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น และสามารถสร้างความเข้มแข็งให้แก่ธุรกิจ SMEs จนนำไปสู่การบรรลุ เป้าหมายเชิงเศรษฐกิจของประเทศ

2. กระทรวงแรงงานต้องมีนโยบายหรือมาตรการกระตุ้น และเปิดโอกาสให้สถานประกอบการ SMEs สามารถเข้าถึงแหล่งเงินทุนเพื่อการพัฒนาธุรกิจ หรือพัฒนาทักษะแรงงานได้ง่ายมากขึ้น เช่น การ ลดหย่อนภาษีในอัตราที่เพิ่มมากขึ้น การลดอัตราเงินนำส่งเข้าประกันสังคม เป็นต้น รวมทั้งสนับสนุนข้อมูลที่มีความจำเป็นต่อการดำเนินธุรกิจ SMEs เพื่อให้ประสบความสำเร็จ

3. สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (สสว.) ในฐานะที่เป็นหน่วยงานหลักที่ทำหน้าที่ในการจัดทำนโยบาย และแผนปฏิบัติการวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) แล้ว ต้องทำการ ประชาสัมพันธ์อย่างทั่วถึง และสร้างความมั่นใจให้กับสถานประกอบการ SMEs ว่านโยบายภาครัฐนั้นมีความ โปร่งใส และสามารถบรรลุผลตามเป้าหมายได้อย่างมีประสิทธิภาพ

4. กรมพัฒนาฝีมือแรงงานต้องสนับสนุนและส่งเสริมให้มีการจัดกิจกรรม/ โครงการในระดับพื้นที่ เพื่อลดปัญหาค่าใช้จ่ายในการเดินทางของแรงงานที่ต้องเข้ารับการฝึกอบรม โดยพิจารณาจากการสำรวจความ ต้องการของผู้ประกอบการ และแรงงาน SMEs ในแต่ละพื้นที่เป็นหลัก

5. กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน ต้องเพิ่มหลักสูตรการพัฒนาทักษะที่เกี่ยวข้องกับการทำงานโดยตรง หรือ Hard Skills ได้แก่ ทักษะด้านดิจิทัล และทักษะอาชีพ และทักษะที่มีอิทธิพลต่อบรรยากาศภายในองค์กร หรือ Soft Skills ได้แก่ ทักษะการทำงานร่วมกับผู้อื่นด้านการทำงานเป็นทีม และด้านการสื่อสาร รวมทั้งเน้น การจัดฝึกอบรมในช่วงวันหยุด หรือวันเสาร์-อาทิตย์ และสนับสนุนงบประมาณค่าใช้จ่ายในการเดินทาง

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ควรมีการศึกษาเกี่ยวกับมาตรการทางกฎหมายที่เป็นช่องว่างทำให้เกิดปัญหาการขับเคลื่อน นโยบายภาครัฐด้านพัฒนาทักษะแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อนำไปใช้ในการ ปรับปรุงพระราชบัญญัติส่งเสริมการพัฒนาฝีมือแรงงาน พ.ศ. 2545 และ (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2557 ให้มีความ สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคม และระบบเศรษฐกิจในปัจจุบัน

2) ควรมีการศึกษาเพื่อประเมินผลการจัดหลักสูตรฝึกอบรมด้านการพัฒนาทักษะแรงงานต่าง ๆ และวิเคราะห์ผลตอบแทนทางสังคม (Social Return on Investment: SROI) ให้สามารถวัดผลประโยชน์ของหลักสูตรที่มีคุณค่าต่อการขับเคลื่อนระบบเศรษฐกิจ และสังคมของประเทศ รวมทั้งเป็นแนวทางเพื่อปรับปรุงและพัฒนาหลักสูตรให้มีคุณภาพ โดยสามารถเพิ่มศักยภาพฝีมือแรงงานให้เข้าสู่มาตรฐานสากลได้

3) ควรเพิ่มกลุ่มเป้าหมายในการเก็บรวบรวมข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์ผู้แทนจากกลุ่มแรงงานวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม (SMEs) เพื่อให้ทราบถึงขีดความสามารถในการพัฒนาทักษะด้านแรงงาน และความต้องการที่แท้จริง อันนำไปสู่การได้ข้อเสนอแนะที่หลากหลายและมีความครอบคลุมทุกมิติ ตั้งแต่ผู้ประกอบการ SMEs สมาคมหรือองค์กรที่เกี่ยวข้องธุรกิจ SMEs หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องกับนโยบายการพัฒนาทักษะแรงงาน SMEs นักวิชาการหรือผู้เชี่ยวชาญด้านการพัฒนาทักษะแรงงาน SMEs และแรงงาน SMEs

เอกสารอ้างอิง

- กรมพัฒนาฝีมือแรงงาน. (2565). แผนการพัฒนาทักษะแรงงานแห่งชาติ พ.ศ. 2565-2570. กรุงเทพมหานคร: กระทรวงแรงงาน.
- ฐิตา เภกานนท์, (2562). **ปลดล็อก SMEs ไทย ปรับตัวอย่างไรให้เติบโต**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.prachachat.net/columns/news-276203>
- ธนาคารพัฒนาวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อมแห่งประเทศไทย และสถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจศศินทร์ แห่งจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2566). **ความเชื่อมั่นของผู้ประกอบการ SMEs ต่อเศรษฐกิจและธุรกิจในไตรมาสที่ 3/2566 และคาดการณ์อนาคต**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก https://smeone.info/storage/app/public/uploads/files/2566/230929_SME_Sentiment%20Q3_2566.pdf
- นภาพ วัชรี บุญธิดา เสงี่ยมเนตร และชมพูนุท มนต์ชัยตระกูล, (2562). **นโยบายส่งเสริม SMEs: เราไปถึงสิ่งที่คาดหวังหรือยัง**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.pier.or.th/abridged/2019/05/>
- ประเวศน์ มหารัตน์สกุล. (2564). **การประเมินผลนโยบายการพัฒนาทักษะแรงงาน**. กรุงเทพมหานคร: เอ็กสเปอร์เน็ท.
- บุญญวิชัย เศรษฐ์สมบูรณ์ และคณะ. (2564). **นัยของการพัฒนาทักษะแรงงานต่อความเหลื่อมล้ำของค่าจ้าง: มุมมองจากตลาดแรงงานภูมิภาค**. กรุงเทพมหานคร: ธนาคารแห่งประเทศไทย.
- สมคิด บางโม. (2564). **การบริหารจัดการ SMEs**. กรุงเทพมหานคร: วิทย์พัฒน์.
- สุมาลี สันติพลวุฒิ. (2565). **การวิเคราะห์นโยบายแรงงานของประเทศไทย**. วารสารเศรษฐศาสตร์ประยุกต์, 16(1), 1-20.
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2560). **SMEs ไทยในปัจจุบัน**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <http://www.sme.go.th/th/download.php?modulekey=224>
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2566). **จำนวนวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ปี 2566**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก https://opendata.sme.go.th/dataset/msme/resource/6e6ab89a-5347-458c-b975-ed220aca4?view_id=7441b606-9f67-496e-9601-74b0a444007f
- สำนักงานส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม. (2567). **แผนการส่งเสริมวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม ฉบับที่ 5 (พ.ศ. 2566 – 2570)**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 พฤศจิกายน 2567 จาก <https://www.sme.go.th/uploads/file/download-20230412083828.pdf>

การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร

Development of Political Participation of People Samut Sakhon Province

ประสิทธิ์ ห่อทอง¹ สถิตย์ นิยมญาติ² ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ³ และกมลพร กัลยาณมิตร^{4*}
(Prasit Hawthong¹, Satit Niyomyah², Nattawat Siriphornwut³ and Kamolporn Kalyanamitra^{4*})

^{1*}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Degree of Doctor of Public Administration, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

²⁻⁴คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร

²⁻⁴Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: Paewza13@hotmail.com

Article history:

Received 14 April 2025

Revised 17 May 2025

Accepted 19 May 2025

SIMILARITY INDEX = 19.82 %

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1)) ศึกษาสภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร 3) เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร รูปแบบการวิจัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ 25 ท่าน โดยการคัดเลือกแบบเจาะจง แบ่งเป็น 4 กลุ่ม ใช้แบบ สัมภาษณ์กึ่งโครงสร้าง เป็นเครื่องมือในการวิจัย การสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญแบบตัวต่อตัว โดยการ สัมภาษณ์เชิงลึก และเอกสาร ข้อมูลที่เก็บได้มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย 1) สภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า มีความสนใจและเคลื่อนไหวในทาง การเมืองมากขึ้นอย่างต่อเนื่อง มีกระบวนการการกล่อมเกลாதทางการเมืองใน มีอุดมการณ์ทางการเมืองแบบ ประชาธิปไตย 2) ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ทุกปัจจัยมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วม ทางการเมือง 3) แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมือง ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้ง ออนไลน์ ออฟไลน์ สนับสนุนให้มีการจัดตั้งและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเมือง มีกิจกรรมหรือ โครงการที่เป็นการเมืองแนวใหม่ สร้างการเมืองภาคพลเมืองที่เข้มแข็ง มีหน่วยงานติดตามตรวจสอบการ ดำเนินงานของนักการเมือง ปลูกฝังแนวความคิด จิตสำนึก จิตอาสา สร้างค่านิยมทางการเมือง

คำสำคัญ: การพัฒนา การมีส่วนร่วม การเมือง

ABSTRACT

The research aimed to 1) study the general conditions of political participation of people Samut Sakhon Province 2) study the factors that influenced political participation of people in Samut Sakhon Province 3) Find guidelines for developing of political participation of people Samut Sakhon Province. The research design was qualitative research. Twenty-five key informants were purposively selected and divided into four groups: Group 1, 10 representatives of eligible voters; Group 2, 5 representatives of community leaders; Group 3, 5 representatives of politicians; and Group 4, 5 experts. A semi-structured interview was used as the research tool. Key informants were interviewed face-to-face using in-depth interviews and documents. The collected data were analyzed for content.

The research results: 1) The general condition of political participation found that. There was continuously interested and political movement, there was a process of political acculturation in, and there was a democratic political ideology. 2) Factors influencing of political participation. It was found all had an influence on political participation. 3) Guidelines for developing political participation should creating various public relations media both online and offline, support for the establishment and participation in political groups, have activities or projects that was new political approaches, create strong civic politics, have been an agency to monitor and inspect the performance of politicians, instill ideas, consciousness, volunteerism, and create political values.

Keywords: Developing, Participation, Politics

1. บทนำ

รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 หมวด 16 ว่าด้วยเรื่องการปฏิรูปประเทศ มาตรา 258 (1) ได้บัญญัติเรื่องการปฏิรูปประเทศด้านการเมือง โดยให้ประชาชนมีความรู้ ความเข้าใจที่ถูกต้อง เกี่ยวกับการปกครองในระบอบประชาธิปไตย อันมีพระมหากษัตริย์ทรงเป็นประมุข ประชาชนมีส่วนร่วมใน กิจกรรมทางการเมือง ตรวจสอบการใช้อำนาจอธิปไตย รู้จักยอมรับในความเห็นทางการเมือง โดยสุจริตที่แตกต่าง กัน และให้ประชาชนใช้สิทธิเลือกตั้งและออกเสียง ประชามติโดยอิสระ ปราศจากการครอบงำ รัฐธรรมนูญแห่ง ราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 ได้ให้สิทธิประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง ดังนี้ (สำนักงาน เลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

1) สิทธิออกเสียงเลือกตั้ง การเลือกตั้งเป็นสิทธิและหน้าที่ของประชาชนชาวไทยทุกคน ที่มีอายุครบ 18 ปี บริบูรณ์ เพื่อไปทำหน้าที่คัดเลือกตัวแทนของตนเข้าไปออกกฎหมายและเข้าไปบริหารประเทศ ดังนั้น ประชาชนจะต้องมีส่วนร่วมในการเลือกตั้ง และทำให้การเลือกตั้งสุจริตและเที่ยงธรรม (สุรัชย์ เลี้ยงบุญเลิศชัย, 2558)

2) สิทธิจัดตั้งพรรคการเมือง การรวมกลุ่มของบุคคลที่มีความเชื่อทางการเมืองคล้ายคลึงกัน มี เป้าหมายหลักอยู่ที่การส่งสมาชิกลงสมัครรับเลือกตั้งเพื่อไปทำหน้าที่ทั้งฝ่ายบริหาร นิติบัญญัติ อย่างไรก็ตาม การเข้ามารวมตัวกันในรูปแบบพรรค การเมืองยังมีเป้าหมายอื่นอีก เช่น การให้การศึกษาทางการเมืองแก่ ประชาชน การดูแลและรักษาผลประโยชน์ของส่วนร่วม การสร้างผู้นำทางการเมือง การควบคุมและติดตาม ตรวจสอบทางการเมือง ฯลฯ (สุรัชย์ เลี้ยงบุญเลิศชัย, 2558)

3) สิทธิเข้าชื่อเสนอกฎหมาย เป็นการให้สิทธิกับประชาชนมีส่วนร่วมในการริเริ่มเสนอแนะ (initiatives) การเสนอร่างกฎหมายของประชาชนนับเป็นสิทธิของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมือง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2540 ซึ่งเรียกกันว่าเป็นรัฐธรรมนูญฉบับประชาชน โดยได้มี การกำหนดบทบัญญัติรองรับสิทธิและเสรีภาพของประชาชนในการมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยให้ประชาชนมี สิทธิเข้าชื่อเสนอกฎหมายได้เป็นครั้งแรก โดยกำหนดให้ผู้มีสิทธิเลือกตั้งไม่น้อยกว่า 50,000 คน สามารถเข้าชื่อ ร้องขอต่อประธานรัฐสภาในการเสนอกฎหมาย ต่อมารัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยพุทธศักราช 2550 ได้ ลดจำนวนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งในการเข้าชื่อเสนอกฎหมายจาก 50,000 คน เป็นไม่น้อยกว่า 10,000 คน เพื่อเป็นการส่งเสริมการใช้สิทธิของประชาชนในการเสนอร่างกฎหมายให้สะดวกขึ้น ทั้งนี้เพื่อให้เป็นไปตาม สิทธิและหน้าที่ตามระบอบประชาธิปไตย และให้โอกาสประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองได้มากขึ้น (สุนทรภัก วรรณทรัพย์, 2567)

4) สิทธิออกเสียงประชามติ เป็นการแสดงความเห็นของประชาชน ด้วยการออกเสียงลงคะแนน เพื่อ ตัดสินใจว่าจะให้ความเห็นชอบหรือไม่เห็นชอบ ในเรื่องที่มีความสำคัญ และมีผลกระทบต่อประโยชน์ได้เสีย ของประเทศชาติหรือกระทบต่อสิทธิหรือเสรีภาพ ของประชาชน และถือเป็นการถ่วงดุลอำนาจขององค์กรหรือ สถาบันที่เป็นตัวแทนของประชาชนมิให้ดำเนินการใด ๆ โดยพลการ

5) สิทธิการมีส่วนร่วมในกระบวนการแก้ไขรัฐธรรมนูญ การมีส่วนร่วมลงคะแนนออกเสียง เพื่อ ตัดสินใจว่าจะให้ความเห็นชอบหรือไม่เห็นชอบ ในเรื่องที่มีความสำคัญและมีผลกระทบต่อประโยชน์ได้เสียของ ประเทศชาติ หรือกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของประชาชน ก่อนที่จะนำมติหรือการตัดสินใจนั้นออกเป็น กฎหมายหรือนำไปปฏิบัติเพื่อบังคับให้เป็นการทั่วไป (สุรัชย์ เลี้ยงบุญเลิศชัย, 2558)

6) สิทธิการมีส่วนร่วมของประชาชน ในการปกครองท้องถิ่น การมีส่วนร่วมของประชาชนถือเป็น รากฐานสำคัญของหลักการปกครองแบบประชาธิปไตย เช่นเดียวกับการปกครองในระดับท้องถิ่นที่มีการมีส่วน

ร่วมของประชาชนก็มีความสำคัญอย่างมากเช่นกันเพราะเป็นสถาบันที่ฝึกหัด ให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมืองทำให้ประชาชนมีความรู้สึกเป็นเจ้าของท้องถิ่นอันเป็นที่อยู่ของตนเอง เกิดความห่วงแหนและความรับผิดชอบต่อชุมชนท้องถิ่นเป็นผลให้ประชาชนมีความรู้สึกที่ดีต่อการปกครองในระบอบประชาธิปไตย (องค์การบริหารส่วนตำบลโพนแพง, ม.ป.ป.)

7) สิทธิตรวจสอบองค์กรอิสระตามรัฐธรรมนูญ การมีส่วนร่วมในการตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐของประชาชนสามารถใช้สิทธิผ่านองค์กรอิสระต่าง ๆ เช่น ผู้ตรวจการแผ่นดิน ซึ่งมีอำนาจหน้าที่ดำเนินการเมื่อมีการร้องเรียนของประชาชน หรือมีผลกระทบต่อความเสียหายของประชาชนส่วนรวมหรือเพื่อคุ้มครองประโยชน์สาธารณะ ผู้ตรวจการแผ่นดินอาจพิจารณาและสอบสวนโดยไม่มีการร้องเรียนได้ (สุรัชย์ เลียงบุญเลิศชัย, 2558)

8) สิทธิสมัครรับเลือกเป็นสมาชิกวุฒิสภา การสมัครรับเลือกให้เป็น สว. เปิดกว้างให้ทุกคนเข้ามามีส่วนร่วมสมัคร ให้ประชาชนทุกคน ทุกอาชีพ มีส่วนร่วมทางการเมืองโดยตรง เป็นเรื่องของประชาชนอย่างแท้จริง เพราะสมาชิกมาจากการสมัครของประชาชนเอง และมาจากการเลือกกันเองของบุคคลที่มีความรู้ความสามารถ (สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง, 2567)

ประชาชนผู้เป็นเจ้าของอำนาจอธิปไตย ต้องมีคุณสมบัติที่เอื้อหรือสนับสนุนต่อหลักการประชาธิปไตย เช่น มีความสนใจที่จะเข้ามีส่วนร่วมในการปกครองระบอบประชาธิปไตย โดยมีส่วนร่วมทางการเมือง หรือติดตาม ควบคุม และตรวจสอบการทำงานของรัฐบาลอย่างจริงจัง หรืออาจกล่าวอีกนัยหนึ่งว่า ประชาชนต้องมีวัฒนธรรมทางการเมืองตามทัศนะที่ว่า “กิจกรรมทางการเมืองการปกครองเป็นหน้าที่ที่ทุกคนต้องเอาใจใส่รับผิดชอบ จะหลีกเลี่ยงหรือปฏิเสธให้พ้นความรับผิดชอบของตนหาได้ไม่” เพราะการมีส่วนร่วมทางการเมืองการปกครองของประชาชน เป็นหัวใจสำคัญในการเสริมสร้างความเข้มแข็งของระบอบประชาธิปไตยแบบผู้แทน เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้แสดงทัศนะและมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในเรื่องต่าง ๆ ที่จะส่งผลต่อชีวิตความเป็นอยู่ของประชาชน นอกจากจะช่วยให้การตัดสินใจของผู้เสนอโครงการหรือรัฐบาลมีความรอบคอบ และสอดคล้องกับปัญหาและความต้องการของประชาชนมากยิ่งขึ้นแล้ว ยังเป็นการควบคุมการบริหารงานของรัฐบาล ให้มีความโปร่งใสตอบสนองต่อปัญหาและความต้องการของประชาชนและมีความรับผิดชอบหรือสามารถตอบคำถามของประชาชนได้ซึ่งเท่ากับเป็นการส่งเสริมการปกครองระบอบประชาธิปไตยให้สมบูรณ์มากยิ่งขึ้น (สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร, 2561)

การมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร โดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการเลือกตั้งที่ผ่านมา พ.ศ.2566 มีผู้มาใช้สิทธิเลือกตั้ง 350,008 คนจากผู้มีสิทธิ 446,411 คน คิดเป็นร้อยละ 78.40 (กกต. จังหวัดสมุทรสาคร, 2566) ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนในจังหวัดสมุทรสาคร มีส่วนร่วมทางการเมืองอยู่ในระดับสูง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อที่จะให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้น

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร
3. เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวคิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

ถวิลวดี บุรีกุล (2561) เมื่อพิจารณาการมีส่วนร่วมของประชาชนที่ปรากฏในรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยแล้ว จะพบว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนได้พัฒนาอย่างชัดเจนเมื่อมีรัฐธรรมนูญฉบับ พ.ศ. 2540 ซึ่งเป็นรัฐธรรมนูญที่ได้วางรากฐานการมีส่วนร่วมของประชาชนในด้านต่าง ๆ และก่อให้เกิดรูปแบบการเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมดังปรากฏในกฎหมายฉบับอื่น ๆ อีกด้วย สำหรับรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.2560 ได้บัญญัติเรื่องการมีส่วนร่วมไว้หลาย มาตราด้วยกัน ซึ่งสามารถสรุปสาระสำคัญเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในกระบวนการต่าง ๆ ทุกขั้นตอน ตั้งแต่การริเริ่มกระทำการรับรู้ การแสดงความคิดเห็น การพิจารณาหรือร่วมปรึกษาหารือและตัดสินใจร่วมดำเนินการ การฟ้องร้องรัฐ การติดตามประเมินผล การรับผลและการได้รับการเยียวยาจากรัฐ การมีส่วนร่วมเป็นองค์ประกอบสำคัญของธรรมาภิบาล และในรัฐธรรมนูญนี้มีประเด็นการมีส่วนร่วมหลายมาตรา เป็นการมีส่วนร่วมที่เป็นการเปิดโอกาสให้ประชาชนสามารถ 1) ริเริ่มกฎหมาย เสนอแนะให้รัฐดำเนินการ 2) รับรู้ข้อมูลข่าวสารในด้านต่าง ๆ เช่น ด้านสุขภาพ ประชาชนต้องได้รับคำชี้แจงก่อน อนุมัติ อนุญาต รับรู้ข้อมูลสาธารณะ เรื่องการปกครอง กฎหมายและอันตรายจากทุจริต 3) แสดงความคิดเห็น ประชาชนมีโอกาสดแสดงความคิดเห็นต่อรัฐก่อนการดำเนินการ ออกกฎหมาย และทำหนังสือสัญญา เป็นต้น 4) พิจารณาตัดสินใจ โดยประชาชนมีส่วนร่วมในการพิจารณาข้อเสนอแนะของ ประชาชน และตัดสินใจทางการเมือง 5) ดำเนินการ ประชาชนและชุมชนมีส่วนร่วมในการอนุรักษ์ ป่าไม้ ส่งเสริมภูมิปัญญา ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พัทธศึกษา พัฒนาประเทศ ต่อต้านการทุจริต เป็นต้น และยังเปิดโอกาสให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและเอกชนมีส่วนร่วมดำเนินการ เช่น การดูแลเด็ก เป็นต้น 6) ฟ้องร้อง ประชาชนมีสิทธิในการฟ้องร้องรัฐ 7) ติดตาม ตรวจสอบ ประเมินผล ประชาชนมีส่วนร่วมในการติดตาม ประเมิน ผลสัมฤทธิ์กฎหมาย ตรวจสอบการใช้อำนาจรัฐ เป็นต้น 8) การเยียวยา ประชาชนย่อมมีสิทธิได้รับการเยียวยาความเดือดร้อนเสียหายจากผลกระทบ และ 9) รับผลประโยชน์

พฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน นั้นจะพิจารณาได้หลากหลาย ขึ้นอยู่กับว่าจะสนใจศึกษาในประเด็นบ้าง ประเด็นที่น่าสนใจในงานวิจัยครั้งนี้ คือ

1. ด้านความสนใจทางการเมือง การเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมืองโดยให้ความสนใจในการเมืองมากขึ้น เพื่อใช้สิทธิใช้เสียงของตนในทางการเมือง รวมไปถึงการเคลื่อนไหวทางการเมืองอย่างจริงจัง ยกตัวอย่างเช่น การไปใช้สิทธิเลือกตั้ง การแสดงความคิดเห็นทางการเมือง การเข้าไปมีส่วนร่วมในการชุมนุมทางการเมือง เป็นต้น

2. ด้านพฤติกรรมทางการเมือง การมีส่วนร่วมในกิจกรรมโดยที่ประชาชนแสดงหรือกระทำที่มีความเกี่ยวข้องและส่งผลกระทบต่อการทำงานของประเทศ เช่น การลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง การเข้ามีส่วนร่วมในกิจกรรมหรือองค์กรทางการเมือง การมีความสัมพันธ์ติดต่อกับนักการเมือง การอภิปรายหรือแสดงออกในปัญหาการเมือง รวมถึงการติดตามข่าวสารทางการเมือง ซึ่งลักษณะการแสดงพฤติกรรมที่ออกมาต่างกันหลายระดับ เริ่มตั้งแต่ การสังเกตการณ์ทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง และการเข้าเป็นหุ้นส่วนทางการเมือง (ศักดิ์สิน อุดมวิทย์ไพศาล, 2562)

3. ด้านการกล่อมเกลางานทางการเมือง เป็นกระบวนการที่ทำให้สมาชิกในสังคมได้เรียนรู้แบบแผนแนวทางการสร้างควมมีสำนึกทางการเมืองเมื่อเป็นการเรียนรู้ที่ถ่ายทอดทักษะจากคนหนึ่งไปสู่อีกคนหนึ่ง กระบวนการนี้เกิดขึ้นตลอดชีวิตของสมาชิกในสังคมแทบเท่าที่ยังอยู่ในสภาพแวดล้อมของสังคมมนุษย์ และกระบวนการนี้จะเป็นตัวกลางในการเชื่อมโยงพฤติกรรมของสมาชิกในสังคม

4. ด้านค่านิยมทางการเมือง เป็นค่านิยมที่กำกับพฤติกรรมของคนในเรื่องการแสวงหาและการใช้อำนาจ ตลอดจนการแบ่งปันผลประโยชน์ ค่านิยมที่ดีต้องมีเหตุผล ยอมรับเรื่องสิทธิหน้าที่ ความเป็นจริงในทางสังคม เคารพในตัวเอง เคารพในศีลธรรมและประโยชน์ร่วมกันของส่วนรวม

5. ด้านอุดมการณ์ทางการเมือง เป็นส่วนหนึ่งที่ทำให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง โดยสังเกตได้จากบุคคลที่มีอุดมคติทางการเมืองที่แรงกล้าจะมีส่วนร่วมทางการเมืองมากกว่าบุคคลที่ไม่ได้สนใจทางการเมืองเท่าไรนัก และหากมีการเปลี่ยนแปลงทางการเมือง ผู้ที่มีอุดมการณ์ทางการเมืองที่แรงกล้าเหล่านี้ มักเป็นนักเคลื่อนไหวทางการเมืองแนวหน้า เป็นแกนนำการชุมนุม (จิตรภรณ์ จันทิมา, 2564)

สรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมทางการเมืองเป็นอำนาจ สิทธิ และหน้าที่ของประชาชน การมีส่วนร่วมทางการเมืองสามารถกระทำได้อย่างอิสระ ภายใต้กฎหมายรัฐธรรมนูญ การพิจารณาว่าประชาชนมีส่วนร่วมทางการเมืองมากน้อยเพียงใด สามารถพิจารณาจากความสนใจทางการเมือง พฤติกรรมทางการเมือง การกล่อมเกลากิจกรรมทางการเมือง ค่านิยมทางการเมือง และอุดมการณ์ทางการเมือง

2.2 แนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน

Conway (2000) เสนอว่าปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง สามารถแบ่งตัวแปรที่มีอิทธิพล ดังนี้ 1) ปัจจัยทางด้านลักษณะทางเศรษฐกิจ ได้แก่ ลักษณะส่วนบุคคล เช่น อายุ เพศ รายได้ การศึกษา 2) ปัจจัยทางด้านจิตวิทยา ได้แก่ ความคิด ทศนคติความเชื่อ ค่านิยม 3) ปัจจัยสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ได้แก่ ระบบพรรคการเมือง ปัญหาทางการเมือง วัฒนธรรมทางการเมือง การเคลื่อนไหวทางการเมือง

Rush (1992) ได้สำรวจข้อเขียนเชิงทฤษฎีและเชิงประจักษ์เกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองในระยะที่ผ่านมา พบว่า งานเขียนเหล่านี้อธิบายการมีส่วนร่วมทางการเมืองของ ประชาชนโดยอาศัยอย่างน้อยที่สุดปัจจัยใดปัจจัยหนึ่งจาก 4 ปัจจัยหลัก กล่าวคือ แรงกระตุ้นทางการเมือง สถานะทางสังคม ลักษณะส่วนตัว และสภาพแวดล้อมทางการเมือง

อรรถสิทธิ์ พานแก้ว (2564) กล่าวถึงรูปแบบ Civic Voluntarism model เป็นรูปแบบของการอธิบายถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในทางการเมือง โดยขึ้นอยู่กับ 3 ปัจจัย ดังนี้

1. ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของบุคคล (Socioeconomic characteristics) ลักษณะทางด้านสังคมและเศรษฐกิจของบุคคลโดยทั่วไป หมายถึง สถานะ ของตัว บุคคล เช่น เพศ ระดับการศึกษา รายได้ เป็นต้น

2. การเป็นส่วนหนึ่งของกลุ่ม (group effects) การรวมกลุ่มของบุคคลนั้น เน้นไปที่ความเป็นพลเมือง และหน้าที่ของการเป็นพลเมืองที่ดีซึ่งเป็นแรงกระตุ้นให้เกิดการกระตือรือร้นเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองของบุคคล รวมทั้งอิทธิพลของกลุ่มยังส่งผลต่อทางด้าน จิตวิทยาของบุคคลให้เกิดการมีส่วนร่วมทางการเมือง คือ ความรู้สึกเป็นหนึ่งเดียวกับกลุ่ม ที่ทำให้บุคคลเกิดการตัดสินใจที่จะเข้าร่วมหรือไม่เข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง เพื่อให้ได้รับการยอมรับจากกลุ่ม

3. ทศนคติทางการเมืองส่วนบุคคล (political attitudes effects) ทศนคติ ที่เกี่ยวข้องกับจุดยืนทางการเมือง และค่านิยมทางการเมืองของบุคคล เป็นส่วนหนึ่งในการผลักดันให้ บุคคลเข้าไปมีส่วนร่วมในทางการเมือง สามารถอธิบายได้ว่าบุคคลจะออกไปมีส่วนร่วมทางการเมือง เพื่อแสดงจุดยืนทางการเมืองและค่านิยมของบุคคลนั้น

การศึกษาปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร ในครั้งนี้ ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่

1. ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ความรู้ความเข้าใจทางการเมืองการปกครองเป็นการรับรู้ของบุคคลเกี่ยวกับเรื่องการเมือง ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบการเมืองการปกครอง โครงสร้างสถาบันตลอดจนความเคลื่อนไหวทางการเมืองของประเทศ

2. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร การรับรู้เป็นกระบวนการที่ทำให้เรารู้เกี่ยวกับสิ่งแวดล้อม โดยการเลือกการจัดระบบระเบียบและการแปลความหมายสิ่งต่าง ๆ จากความรู้สึกลึกซึ้ง (Kagan and Segal, 1992) การสื่อสารทางการเมืองเป็นการสื่อสารที่มีวัตถุประสงค์เกี่ยวกับเรื่องทางการเมือง ซึ่งอาจสื่อสารได้ในหลายรูปแบบ อาทิ การใช้วงจภาษา อวัจนภาษา หรือสัญลักษณ์ต่าง ๆ ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น สื่อมวลชน หรือสื่อบุคคล เพื่อวัตถุประสงค์ทางการเมือง (McNair, 1999) การรับรู้ข่าวสารจะแตกต่างกันไปตามลักษณะการรับรู้ข่าวสารและการวิเคราะห์ข่าวสารเป็นสำคัญในสังคมประชาธิปไตยประชาชนส่วนใหญ่จะมีสิทธิในการแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจที่มีผลกระทบต่อวิถีชีวิตของประชาชน (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564)

3. ด้านสิ่งรื้อทางการเมือง เป็นการพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง ทั้งการเมืองระดับชาติและระดับท้องถิ่น ทั้งทางตรงและทางอ้อม การมีเวทีเสวนาทางการเมืองรูปแบบการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง เช่น โปสเตอร์ วิทยุ โทรทัศน์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต การเป็นสมาชิกในองค์กรที่เกี่ยวข้องกับการเมือง การเปิดโอกาสให้ประชาชนได้มีส่วนร่วมทางการเมืองโดยตรงตามที่รัฐธรรมนูญกำหนดการยอมรับและความผูกพันกับผู้นำทางการเมือง การสนับสนุนและส่งเสริมจากรัฐบาลในการทำกิจกรรมทางการเมือง (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564)

4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง หมายถึง ระบบการเมือง กฎของการเลือกตั้ง กลวิธีการหาเสียง ประเด็นและอุดมการณ์ทางการเมือง กฎระเบียบทางการเมือง สถาบันการเมือง ข้าราชการการเมือง สมาชิกสภาผู้แทนราษฎร พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ สื่อมวลชน และประชาชน สิ่งต่าง ๆ ทางการเมืองที่อยู่รอบตัวประชาชนซึ่งจะส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564)

5. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ หมายถึง สภาพทางสังคม วัฒนธรรม ขนบธรรมเนียมประเพณีทำให้เกิดกระบวนการกล่อมเกลางานทางการเมือง ส่งผลต่อความคิด ความเชื่อทางการเมืองและพฤติกรรมทางการเมือง รวมถึงการได้รับการกระจายรายได้และทรัพยากรด้วยความเป็นธรรมจากภาครัฐ (เรืองวิทย์ ครองยุติ, 2564) และ Takayuki and Koichi (2015) ได้นำเสนอปัจจัยทางสังคมอันได้แก่ ปัจจัย ด้านศาสนาและปัจจัยทางเศรษฐกิจว่ามีผลต่อพฤติกรรมการออกเสียงเลือกตั้งหรือไม่อย่างไร โดยศึกษาพฤติกรรมการเลือกตั้งในการเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร ปี ค.ศ. 1999 – 2004 ในอินโดนีเซียผล การศึกษาพบว่า 1) ตำบลจะยังคงเลือกพรรคที่สนับสนุนศาสนาอิสลามแบบอนุรักษนิยม 2) ตำบลที่มีอัตราการเติบโตทางเศรษฐกิจต่อหัวในระดับสูง จะสนับสนุนพรรคที่กำลังบริหารประเทศ

สรุปได้ว่าการที่ประชาชนจะตัดสินใจเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมืองนั้น ขึ้นอยู่กับเงื่อนไขและปัจจัยหลาย ประการได้แก่ ความรู้ความเข้าใจทางการเมือง การรับรู้ข้อมูลข่าวสาร สิ่งรื้อทางการเมือง สิ่งแวดล้อมทางการเมือง สังคมและเศรษฐกิจ นอกจากนั้นแล้วจะต้องเกิดจากจิตใจที่ต้องการเข้าร่วม เพื่อให้เกิดผลต่อความต้องการของตนที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตทางสังคม

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพผู้ให้ข้อมูลสำคัญ จำนวน 25 คน แบ่งเป็น 4 กลุ่ม มีรายละเอียดดังนี้

กลุ่มที่ 1 ตัวแทนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 10 ท่าน (เป็นผู้ที่มาใช้สิทธิเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2566)

กลุ่มที่ 2 ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 ท่าน (เป็นผู้ดำรงตำแหน่ง กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน สมาชิก อบต.หรือเทศบาล)

กลุ่มที่ 3 ตัวแทนนักการเมือง จำนวน 5 ท่าน (เป็นตัวแทนผู้สมัครรับเลือกตั้งในปี พ.ศ. 2566)

กลุ่มที่ 4 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (ตัวแทน กกต.จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2 ท่าน, ตัวแทนผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด จำนวน 2 ท่าน, ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน) จำนวน 5 ท่าน

3.2 ขอบเขตการศึกษา ศึกษาสภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร และปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร

3.2 เครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ เป็นแบบสัมภาษณ์ ผู้วิจัยได้สร้างขึ้นมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ปริญญาอาจารย์ที่ปรึกษาและผู้เชี่ยวชาญ แล้วนำมาปรับปรุงแก้ไข การวิจัยในครั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้แบบสัมภาษณ์จำนวน 2 ฉบับ ดังนี้

ฉบับที่ 1 ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นตัวแทนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้ง จำนวน 10 ท่าน ตัวแทนผู้นำชุมชน จำนวน 5 ท่าน และตัวแทนนักการเมือง จำนวน 5 ท่าน แบบการสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure) โดยผลของการวิเคราะห์ข้อมูลในฉบับที่ 1 จะนำไปเป็นประเด็นในข้อสัมภาษณ์ฉบับที่ 2 แบ่งเป็น 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 สภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบการเปิดกว้างในการตอบ

ส่วนที่ 2 ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร เป็นอย่างไร ซึ่งผู้วิจัยจะใช้การสัมภาษณ์แบบการเปิดกว้างในการตอบประเด็น ใน 5 ประเด็น ได้แก่ ด้านความรู้ ความเข้าใจทางการเมือง ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านสิ่งรื้อทางการเมือง ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ด้านสังคมและเศรษฐกิจ

ส่วนที่ 3 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร

ฉบับที่ 2 ใช้สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญที่เป็นกลุ่มผู้เชี่ยวชาญ (ตัวแทน กกต.จังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 2 ท่าน, ตัวแทนผู้ว่าราชการจังหวัดหรือผู้ที่ได้รับมอบหมาย ซึ่งเป็นผู้บริหารระดับสูงของจังหวัด จำนวน 2 ท่าน, ผู้เชี่ยวชาญด้านรัฐประศาสนศาสตร์ จำนวน 1 ท่าน) จำนวน 5 ท่าน แบบการสัมภาษณ์เป็นแบบกึ่งโครงสร้าง (Semi structure) โดยนำผลการวิเคราะห์จากการสัมภาษณ์ในฉบับที่ 1 มาเป็นประเด็นในการสัมภาษณ์ เพื่อหาแนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวม ดังนี้

1. ทำหนังสือขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากมหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี ถึงผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อขอความอนุเคราะห์ในการให้สัมภาษณ์
2. เมื่อได้รับการยินยอมในการให้สัมภาษณ์ ผู้วิจัยทำการนัดวัน เวลา และสถานที่กับผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Informants) เพื่อสัมภาษณ์ตามที่กำหนดไว้
3. ดำเนินการสัมภาษณ์ตามวัน เวลาและสถานที่ที่กำหนดนัดไว้ จนครบทุกประเด็นโดยขออนุญาตใช้วิธีการจดบันทึกและการบันทึกเสียงประกอบการสัมภาษณ์ โดยสัญญาว่าจะรักษาเป็นความลับไม่ให้เกิดผลกระทบต่อผู้ให้ข้อมูล และการสังเกตการณ์ ผู้วิจัยใช้วิธีการสังเกตแบบไม่มีส่วนร่วม เพื่อเป็นการไม่รบกวนและเก็บรายละเอียดของข้อมูลแล้วจดบันทึกโดยไม่ต้องตีความหมาย เพื่อป้องกันความมีอคติ
4. นำข้อมูลที่ได้มารวบรวมเพื่อวิเคราะห์

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลซึ่งมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

- 1) การจัดระเบียบข้อมูล (Reduction) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการลงสนามเพื่อสัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ซึ่งเริ่มต้นด้วยการจัดระเบียบข้อมูลเพราะข้อมูลที่เก็บรวบรวมมาจากภาคสนามนั้นมักไม่ได้อยู่ในรูปที่พร้อมจะนำไปวิเคราะห์ได้ทันที โดยการจัดสร้างแฟ้มข้อมูล และการจัดข้อมูลเข้าแฟ้ม
- 2) การวิเคราะห์ข้อมูล (Data analysis) ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้ดำเนินการจัดระเบียบข้อมูลมาทำการวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้โปรแกรม ATLAS.ti เพื่อวิเคราะห์เนื้อหา (Content analysis) และสังเคราะห์เนื้อหา (Synthesis analysis) จากนั้นผู้วิจัยอ่านข้อมูลทั้งหมดเพื่อให้เข้าใจภาพรวมของข้อมูลก่อนโดยพยายามขจัดอคติและการตัดสินล่วงหน้าทำความเข้าใจความหมายผ่านข้อมูลที่มีการอ่านทำหลายรอบโดยมีการมุ่งหมายเพื่อเข้าใจการมองเห็นภาพรวมของความคิดและประสบการณ์ของผู้ให้ข้อมูลหลักแต่ละราย และเนื่องจากวิธีการเชิงคุณภาพไม่เน้นการใช้เครื่องมือเพื่อเก็บบันทึกรวบรวมข้อมูลจึงต้องมีการเขียนบันทึก การสังเกต เพื่อสามารถนำมาใช้ประกอบวิเคราะห์ข้อมูล
- 3) การตรวจสอบข้อมูล เพื่อตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูล ผู้วิจัยดำเนินการตรวจสอบโดยการนำข้อมูล กลับไปให้ผู้ให้ข้อมูลสำคัญตรวจสอบ (Member Checks) ว่า ข้อมูลตรงตามความหมายของผู้ให้ข้อมูลสำคัญหรือไม่
- 4) การแสดงข้อมูล (Data Display) เมื่อผู้วิจัยได้ดำเนินการตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลจนมั่นใจได้ว่ามีน่าเชื่อถือ จากนั้นผู้วิจัยจึงจะดำเนินการนำหมวดหมู่ที่สร้างไว้มาเปรียบเทียบดูเพื่อที่จะเชื่อมโยงความสัมพันธ์ระหว่างหมวดหมู่ทั้งหมด โดยผู้วิจัยได้ผสมผสานเอาหมวดหมู่หลายหลายหมวดหมู่เข้าไว้ประเด็นหลักและประเด็นย่อยตามคุณสมบัติของหมวดหมู่ซึ่งการที่ผู้วิจัยสามารถสร้างประเด็นหลักที่จะบรรจุประเด็นย่อย ๆ และหมวดหมู่เข้าไว้ภายในได้ แล้วจัดทำข้อสรุปชั่วคราวและตัดทอนข้อมูลด้วยการลองเขียนข้อสรุปแต่ละเรื่องซึ่งช่วยในการลดขนาดข้อมูลและช่วยกำจัดข้อมูลที่ไม่ต้องการออก
- 5) การหาข้อสรุปการตีความ (Meaning) หลังจากทำข้อสรุปชั่วคราวและข้อสรุปได้รับการตรวจสอบยืนยันจากข้อมูลหลายๆ ด้านจนเชื่อมั่นได้ว่าจะมีความน่าเชื่อถือเพียงพอ นำข้อสรุปย่อยมาปะติดปะต่อเข้าด้วยกันเพื่อเชื่อมโยงข้อมูลให้เห็นถึงความสัมพันธ์ขององค์ประกอบต่าง ๆ จนครอบคลุมเรื่องราวที่ศึกษาและตอบคำถามการวิจัยได้เมื่อได้ข้อสรุปแล้วผู้วิจัยนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลตามความมุ่งหมายการวิจัย

3.5 ขั้นตอนดำเนินการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยมีขั้นตอนดำเนินการวิจัยดังนี้

1. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 1 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 1
2. วิเคราะห์ สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ จากแบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 1
3. นำผลการสังเคราะห์เสนอผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 2
4. สัมภาษณ์ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ กลุ่มที่ 2 โดยใช้แบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 2
5. วิเคราะห์ สังเคราะห์ผลการสัมภาษณ์ จากแบบสัมภาษณ์ฉบับที่ 2
6. ประมวลข้อมูล และนำเสนอผลการวิจัยตามความมุ่งหมายการวิจัยด้วยวิธีการพรรณนา

4. ผลการวิจัย

1. สภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองระดับชาติของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร มีรายละเอียด ดังนี้

ด้านความสนใจทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร มีความตื่นตัวทางการเมือง มีการเคลื่อนไหว และความสนใจในทางการเมืองอย่างจริงจังต่อเนื่อง “มีความสนใจในการเมืองมากขึ้น มีส่วนร่วมทางการเมืองในการแสดงออก มีการชุมนุมเรียกร้องรูปแบบต่าง ๆ”

โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่ในปัจจุบันมีการแสดงออกทางการเมืองผ่านการมีส่วนร่วมในรูปแบบต่าง ๆ และการเข้าไปมีส่วนร่วมทางการเมือง “มีความสนใจทางการเมืองมากขึ้นโดยจะเห็นได้จากกรณีของการชุมนุมเรียกร้องประชาธิปไตยของกลุ่มนักเรียน นักศึกษาและประชาชน”

ด้านพฤติกรรมทางการเมือง มีการพูดคุยกันในเรื่องที่เกี่ยวกับการเมือง มีการเข้าไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งผู้แทนมากขึ้นเพราะอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ มีความรู้ทางด้านการเมืองมากยิ่งขึ้น และหันมาสนใจการศึกษาทางการเมือง การเข้าถึงของอินเทอร์เน็ตทำให้การศึกษาหาความรู้ในปัจจุบันเกี่ยวกับเรื่องราวทางการเมือง และสถานการณ์ทางการเมืองได้อย่างง่าย มีความสะดวกสบาย มีความอิสระเสรี ทำให้การเข้ามามีบทบาททางการเมืองมากขึ้น “คนส่วนมากมักใช้ชีวิตอยู่กับสื่อออนไลน์ ทำให้ได้รับข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ผ่านสื่อแทบจะทุกวันทุกชั่วโมง และเป็นไปอย่างอิสระ เสรี ส่งผลให้พฤติกรรมทางการเมืองเปลี่ยนไป คือเข้ามามีส่วนร่วมมากขึ้น” มีการแสดงออกเมื่อมีความรู้สึกถูกรบกวนและสูญเสียผลประโยชน์ “มีการรวมกลุ่มทางการเมืองเพื่อรักษาผลประโยชน์”

ด้านการกล่อมเกลางานทางการเมือง มีการติดตามข่าวสารทางการเมืองผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ประชาชนสามารถเข้าถึงสื่อได้มากขึ้น ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการออกไปใช้สิทธิเลือกตั้ง “สื่อต่าง ๆ สอนให้รู้ถึงหน้าที่ของพลเมืองให้กับประชาชนในสังคม” ประชาชนกล้าที่จะแสดงความคิดเห็นในทางการเมือง ทำได้โดยผ่านสื่อต่าง ๆ แต่ต้องสร้างด้วยความถูกต้อง อย่าให้มีการบิดเบือน มีสำนึกความเป็นพลเมืองมากขึ้นจากกระบวนการเรียนรู้ทางการเมืองตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบันนี้ได้มีพฤติกรรมแสดงออกถึงความรับผิดชอบต่อสังคมมากขึ้น กระบวนการการกล่อมเกลางานทางการเมืองในปัจจุบันถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ “การเรียนรู้ทางการเมืองมีการส่งผ่านวัฒนธรรมทางการเมือง จากรุ่นสู่รุ่นผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ”

ด้านค่านิยมทางการเมือง มีการให้ความช่วยเหลือประชาชน ได้แก่ การสอบถาม การรับเรื่องช่วยเหลือ ช่วยงาน เข้าพื้นที่เพื่อพบปะประชาชนในพื้นที่อยู่เป็นประจำและสม่ำเสมอ แก้ปัญหาตรงจุด ตรงใจประชาชนทำตนให้เป็นประโยชน์แก่ส่วนร่วม ไปร่วมงาน เป็นประธานให้กับงานของประชาชน และประพฤติตนอยู่ในศีลธรรมไม่ว่าวันการเมืองจะอยู่พรรคไหน เข้าถึงง่าย เข้าถึงประชาชนพบปะประชาชนเป็นประจำ ไม่ถือ

ตัว “ให้ความช่วยเหลือประชาชน ไม่ว่านักการเมืองจะอยู่พรรคไหน ได้เป็นผู้แทนหรือไม่ได้เป็น ทำงานเป็นจิตอาสา ช่วยเหลือ ช่วยงานเป็นประจำ”

ด้านอุดมการณ์ทางการเมือง มีอุดมการณ์หรือจุดยืนที่ชัดเจน คำนึงถึงความรับผิดชอบต่อตนเอง ประเทศชาติหรือประชาชน คำนึงถึงศักดิ์ศรี เกียรติยศ และชื่อเสียงเป็นสำคัญ ไม่กล่าววาจาหรือถ้อยคำด้อยค่า มีอุดมการณ์ทางการเมืองแบบประชาธิปไตย ตระหนักในเรื่องสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาค เคารพในสิทธิเสรีภาพของตนเองและผู้อื่น ไม่ลุแก่อำนาจหรือละเมิดสิทธิ คำนึงถึงผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ โปร่งใส ตรวจสอบได้ รวมถึงการรู้จักในหน้าที่ของตนเอง มีจิตสำนึกในเชิงศีลธรรมในการรับใช้ชาติบ้านเมือง โดยไม่อาศัยเวทีทางการเมืองเพื่อแสวงหาโชคลาภและเกียรติยศชื่อเสียงให้กับวงศ์ตระกูลเพียงอย่างเดียว มุ่งมั่นในการรักษาชาติบ้านเมืองให้บังเกิดความสงบเรียบร้อยและความเจริญก้าวหน้าอย่างต่อเนื่อง หลีกเลี่ยงการทะเลาะเบาะแว้งระหว่างกัน ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายรัฐบาลหรือฝ่ายค้าน ให้ทุกภาคส่วนมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางการเมือง “มีอุดมการณ์ทางการเมืองโดยมีหลักการที่มั่นคงมีจิตใจที่เข้มแข็ง ไม่ว่าจะเป็นฝ่ายบริหารหรือฝ่ายตรวจสอบ เป็นรัฐบาลหรือฝ่ายค้าน ที่สำคัญต้องยึดมั่นในระบบรัฐสภา รู้จักในหน้าที่ของความเป็นผู้แทน”

สรุปว่า ประชาชนจังหวัดสมุทรสาครมีความตื่นตัวทางการเมืองสูง โดยเฉพาะคนรุ่นใหม่แสดงออกและร่วมกิจกรรมทางการเมืองอย่างต่อเนื่อง พฤติกรรมการเมืองเปลี่ยนแปลงจากอิทธิพลของสื่อออนไลน์ซึ่งเอื้อต่อการเข้าถึงข้อมูลและการมีส่วนร่วม การกล่อมเกลางานการเมืองผ่านสื่อช่วยปลูกฝังค่านิยมประชาธิปไตย ความรับผิดชอบ และจิตสำนึกพลเมือง ขณะเดียวกัน นักการเมืองในพื้นที่มีบทบาทใกล้ชิดประชาชน ยึดหลักคุณธรรม โปร่งใส มีอุดมการณ์ประชาธิปไตย ยึดผลประโยชน์ส่วนรวมเป็นสำคัญ

2. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร รายละเอียด ดังนี้

ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองโดยการติดตามผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเองภายใต้การปกครองในระบอบประชาธิปไตย เคารพสิทธิเสรีภาพ และความเสมอภาคของตนและของบุคคลอื่น “การเมืองในระบอบประชาธิปไตย ประชาชนต้องเคารพสิทธิเสรีภาพ ของตนและคนอื่น” รวมทั้งมีความกระตือรือร้นที่จะเข้าไปมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ มีการติดตามความเคลื่อนไหวของพรรคการเมืองโดยการฟังปราศรัย การหาเสียง นโยบายต่าง ๆ ของนักการเมืองเพื่อใช้ตัดสินใจในการเลือกผู้แทน “มีส่วนร่วมในการลงคะแนนเสียงเลือกตั้งผู้แทน ฟังปราศรัย การหาเสียง ฟังนโยบาย”

ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีการติดตามข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ การใช้สื่อออนไลน์ในด้านของการเมืองเป็นช่องทางที่ใช้สำหรับเป็นช่องทางในการนำเสนอนโยบาย หรือแม้แต่จะเป็นการกำจัดการเมือง การอ่านเนื้อหาจากสื่ออื่น ๆ แล้วมีความเข้าใจอย่างถ่องแท้ จากการคิด การวิเคราะห์ และการพิจารณา สิ่งที่สื่อแนะนำเสนอนั้นส่งผลกระทบต่อตนเองและสังคม สามารถนำเนื้อหาที่ได้จากการรับรู้ข้อมูลข่าวสารมาวิเคราะห์ไปใช้ประโยชน์ ในการพิจารณาเลือกผู้แทนไปใช้สิทธิแทนในสภา “การรับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองส่วนใหญ่ผ่านสื่อออนไลน์”

ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง มีการพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองทั้งทางตรงและทางอ้อม การมีเวทีเสวนาทางการเมืองรูปแบบการประชาสัมพันธ์เกี่ยวกับกิจกรรมทางการเมือง เช่น ไปสเตอร์ วิทยู โทรทัศน์ เครือข่ายอินเทอร์เน็ต ในครอบครัวมีการพูดคุย สนทนาเกี่ยวกับการเมืองและคน

รอบตัว “มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนหรือถกเถียงประเด็น การเมืองในมุมมองที่แตกต่างกันในครอบครัว และเพื่อน”

ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งแวดล้อมทางการเมืองที่เชื่อมโยงกันมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมหรือกลุ่มคนที่มีความสนใจที่คล้ายกันเพื่อแลกเปลี่ยนความคิดเห็น การเสนอข้อมูล การแสดงความคิดเห็น กระบวนการต่าง ๆ ทางการเมือง เช่น สังคมทางการเมือง การเข้าร่วมทางการเมืองก็ดี ตลอดจนการเลือกผู้แทนต้องพึงพาอาศัยการสื่อสารทางการเมือง การรับรู้ข่าวสารทางการเมืองเป็นสิ่งแวดล้อมทางการเมืองที่ก่อให้เกิดความรู้ความเข้าใจ และกระตุ้นและจูงใจให้คนเข้าร่วมทางการเมืองมากยิ่งขึ้น “คน สื่อออนไลน์ และ สื่อต่าง ๆ เป็นสิ่งแวดล้อมที่สำคัญที่มีต่อการตัดสินใจในการมีส่วนร่วมทางการเมือง”

ด้านสังคมและเศรษฐกิจ สถานะทางการเงิน และการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของคนในรูปแบบต่าง ๆ มีความแตกต่างกันเนื่องจากพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองคนที่มีต้นทุน เงิน เวลา ทักษะต่าง ๆ จะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองเพื่อให้ได้รับประโยชน์จากการผลักดันนโยบายต่าง ๆ ในฐานะผู้มีส่วนได้ส่วนเสียในสังคม “ครัวเรือนอยู่ในกลุ่มที่มีรายได้น้อยจะมีความสนใจน้อยกว่ากลุ่มที่มีรายได้สูงเพราะไม่มีเวลาต้องทำงาน” การเข้าร่วมเครือข่ายทางสังคมของภาคประชาชนมีส่วนให้การเคลื่อนไหวทางการเมือง ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจส่งผลต่อพฤติกรรมการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน ความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจทำให้ประชาชนบางกลุ่มไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลข่าวสารทางการเมือง “ปัญหาเศรษฐกิจ ความยากจนและความเหลื่อมล้ำทำให้คนเข้าถึงการเมืองแตกต่างกันคนที่มีเงินสามารถอาสาเป็นผู้สมัครรับเลือกตั้ง แต่คนจนเป็นได้เพียงผู้เลือกตั้ง”

สรุปได้ว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจังหวัดสมุทรสาคร ได้แก่ ความรู้ ความเข้าใจเรื่องสิทธิและหน้าที่ในระบอบประชาธิปไตย การติดตามข่าวสารและนโยบายผ่านสื่อออนไลน์ การรับรู้ข้อมูลที่หลากหลายช่วยในการตัดสินใจเลือกผู้แทน การสนทนาในครอบครัวและสังคมนอกบ้านกระตุ้นให้เกิดความตื่นตัว ส่วนสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เช่น เครือข่ายออนไลน์และกิจกรรมทางสังคม ช่วยส่งเสริมการมีส่วนร่วม อย่างไรก็ตาม ปัญหาเศรษฐกิจและความเหลื่อมล้ำยังเป็นอุปสรรคสำคัญในการเข้าถึงทางการเมือง

3. แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร มีรายละเอียดดังนี้

ด้านความสนใจทางการเมือง ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ และออฟไลน์ เพื่อให้ประชาชนได้ทราบข่าวสารทางการเมืองอย่างสม่ำเสมอ “การประชาสัมพันธ์ทำให้ประชาชนได้ทราบข่าวสารทางการเมือง” มีการจัดกิจกรรมหรือรณรงค์ให้ประชาชนได้รับรู้ข่าวสารทางการเมือง และเปิดช่องทางการแลกเปลี่ยนพูดคุยและแสดงออกทางการเมือง สนับสนุนให้มีการจัดตั้งและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเมือง “การตัดสินใจออกไปเลือกตั้งเกิดจากการแลกเปลี่ยนเรียนรู้หรือการศึกษาค้นคว้าประกอบ”

ด้านพฤติกรรมทางการเมือง สนับสนุนให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้น มีกิจกรรมหรือโครงการที่เป็นการเมืองแนวใหม่ เช่น สร้างวิทยากรแกนนำในพื้นที่ การจัดตั้งกลุ่มผลประโยชน์ การสร้างวัฒนธรรมทางการเมืองประชาธิปไตยให้เป็นการเมืองภาคพลเมืองที่เข้มแข็ง เปิดโอกาสให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็น การประชาสัมพันธ์ ในการวางแผนโครงการหรือกิจกรรม การตรวจสอบการทำงาน และการบริหารเพื่อความโปร่งใส “การจัดเวทีเสวนา การเข้า

ร่วมประชุมปรึกษาหารือกันทางการเมือง ให้ประชาชนมีส่วนร่วมในการแสดงความคิดเห็นเพื่อประโยชน์โดยส่วนร่วม”

ด้านการกล่อมเกลາทางการเมือง การกล่อมเกลาโดยสถาบันทางสังคม ประกอบด้วยครอบครัว, กลุ่มเพื่อน, สถาบันการศึกษา, กลุ่มอาชีพ, สื่อมวลชน และองค์กรศาสนา โดยกระบวนการส่งผ่านการเรียนรู้แนวคิด ค่านิยม การกระทำ พฤติกรรมทางสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมทางสังคม “พัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองในการกล่อมเกลาทางการเมืองที่มีการส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่นจากสถาบันต่าง ๆ ในสังคม โดยกระทำเป็นกระบวนการ”

ด้านค่านิยมทางการเมือง ควรมีหน่วยงานติดตามตรวจสอบ การดำเนินงานของนักการเมือง การอบรมบ่มนิสัยทางการเมืองโดยกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง การปลูกฝังแนวความคิดทางการเมือง ปลูกจิตสำนึกในการทำงานจิตอาสาทำงานเพื่อผู้อื่น สร้างค่านิยมทางการเมือง การถ่ายทอดข่าวสาร ค่านิยม และวิธีปฏิบัติทางการเมือง โดยผู้มีหน้าที่โดยตรง เช่น ครู อาจารย์ ตามสถาบันการศึกษา สร้างจรรยาบรรณอาชีพนักการเมือง สร้างภาวะผู้นำและหลักธรรมาภิบาลให้เกิดกับนักการเมือง “ปลูกจิตสำนึก จิตอาสา มีกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง ด้วยการเรียนรู้ทางด้านอารมณ์ และการเรียนรู้จากการปลูกฝังแนวความคิดทางการเมือง”

ด้านอุดมการณ์ทางการเมือง สร้างให้ประชาชนมีจิตสำนึกทางการเมือง ตระหนักในเรื่องสิทธิเสรีภาพและความเสมอภาค เคารพในสิทธิเสรีภาพของตนเองและผู้อื่น มีเจตคติทางการเมืองที่ชัดเจน ให้ประชาชนมีสติไตร่ตรอง มีการวิเคราะห์ที่เฉียบแหลม ปราศจากอคติที่เกิดขึ้นจากอุดมการณ์ทางการเมืองหรือเหตุการณ์ทางการเมืองต่าง ๆ การร่วมกันอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมทางการเมืองที่ดีงาม การใช้เหตุผลตามหลักการประชาธิปไตย การเลือกตั้งอยู่กับหลักเหตุผลไม่ขึ้นกับผลประโยชน์

สรุปได้ว่า แนวทางพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนจังหวัดสมุทรสาครควรมุ่งเน้นการประชาสัมพันธ์อย่างต่อเนื่องผ่านสื่อทุกช่องทาง จัดกิจกรรมแลกเปลี่ยนความเห็น ส่งเสริมการจัดตั้งกลุ่มทางการเมือง สนับสนุนบทบาทประชาชนในกิจกรรมทางการเมือง และสร้างเวทีให้แสดงความคิดเห็นอย่างเปิดเผย ควรกล่อมเกลาด้วยบทบาทของครอบครัว สถาบันการศึกษา และสื่อมวลชน สร้างค่านิยมประชาธิปไตย ฝึกจิตอาสา และภาวะผู้นำ พร้อมปลูกฝังอุดมการณ์ทางการเมืองที่เคารพสิทธิเสรีภาพ มีเหตุผล และไร้อคติ

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

สภาพทั่วไปของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร ที่พบว่า ด้านความสนใจทางการเมือง มีความสนใจ และมีการเคลื่อนไหวทางการเมืองมากขึ้นอย่างจริงจังต่อเนื่อง ซึ่งแสดงให้เห็นว่าประชาชนมีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีการเปิดการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านพฤติกรรมทางการเมือง มีการพูดคุยกันในเรื่องที่เกี่ยวกับการเมือง มีการเข้าไปใช้สิทธิในการเลือกตั้งผู้แทนมากขึ้นเพราะอิทธิพลจากสื่อต่าง ๆ แสดงว่ามีการตอบสนองต่อสิ่งเร้าทางการเมือง และสิ่งแวดล้อมทางการเมือง จึงทำให้มีการแสดงพฤติกรรมทางการเมือง ด้านการกล่อมเกลาทางการเมือง กระบวนการการกล่อมเกลาทางการเมืองในปัจจุบันถ่ายทอดผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ ด้านค่านิยมทางการเมือง นักการเมืองมีการให้ความช่วยเหลือประชาชน เข้าพื้นที่เพื่อพบปะประชาชนในพื้นที่อยู่เป็นประจำ แสดงว่ามีการปลูกฝัง ส่งต่อจากรุ่นสู่รุ่น ผ่านสถาบันต่าง ๆ ซึ่งจะเห็นได้จากเด็กสมัยใหม่ จะเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้นทั้งการเข้าร่วมชุมนุม หรือ

เป็นแกนนำชุมชน มีการแสดงความคิดเห็นอย่างอิสระตามสื่อต่าง ๆ แสดงให้เห็นว่าคนรุ่นใหม่ มีความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีการรับรู้แลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารกันอย่างแพร่หลาย มีการสนองต่อสิ่งเร้าทางการเมือง และสิ่งแวดล้อมทางการเมือง และยังขาดในเรื่องเศรษฐกิจและสังคมเพราะยังต้องพึ่งพาครอบครัว ด้านค่านิยมทางการเมือง และด้านอุดมการณ์ทางการเมือง จะเกิดขึ้นได้หรือไม่ขึ้นอยู่กับปัจจัยเศรษฐกิจและสังคม เป็นหลัก เพราะยังเห็นถึงระบบอุปถัมภ์ ในการเมืองทั้งระดับท้องถิ่นหรือในระดับชาติ เช่น การซื้อสิทธิขายเสียง การให้สิ่งของแลกเปลี่ยน เป็นต้น สอดคล้องกับ รพีพร ธงทอง (2564) ที่ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมทางการเมืองสมัยใหม่ของเด็กและเยาวชน พบว่า ลักษณะการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเด็กและเยาวชน มีอยู่ 7 ส่วน คือ ด้านการเป็นสมาชิกกลุ่มทางสังคม ด้านความรู้ความเข้าใจการเมือง ด้านการพัฒนาทางการเมือง ด้านการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ด้านจิตสำนึกทางการเมือง ด้านอุดมการณ์ทางการเมือง และด้านความขัดแย้งทางการเมือง ซึ่งองค์ความรู้ที่ได้สามารถนำไปประยุกต์ใช้ให้เหมาะสม สอดคล้องกับสถานการณ์ทางการเมืองในขณะนั้นให้เกิดประสิทธิผลมากที่สุดในการลดความเสียหายที่เกิดขึ้น

ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเมือง มีความรู้ความเข้าใจทางการเมืองโดยการติดตามผ่านสื่อออนไลน์ต่าง ๆ เข้าใจถึงสิทธิและหน้าที่ของตนเองภายใต้การปกครองในระบอบประชาธิปไตย ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร มีการติดตามข่าวสารผ่านเครือข่ายสังคมออนไลน์ ด้านสิ่งเร้าทางการเมือง มีการพูดคุยเกี่ยวกับการเมือง การได้รับรู้ข้อมูลข่าวสารทางการเมืองทั้งทางตรงและทางอ้อม ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เครือข่ายสังคมออนไลน์เป็นสิ่งแวดล้อมทางการเมืองที่เชื่อมโยงกันมีการสร้างปฏิสัมพันธ์ในสังคมหรือกลุ่มคนที่มีทัศนคติ และความสนใจที่คล้ายกัน ด้านสังคมและเศรษฐกิจ สถานะทางการเงิน และการเข้าร่วมกิจกรรมทางสังคมของคนในรูปแบบต่าง ๆ มีความแตกต่างกัน สอดคล้องกับ เรืองวิทย์ ครองยุติ (2564) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาล จังหวัดสุราษฎร์ธานี พบว่า ปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลจังหวัดสุราษฎร์ธานี ประกอบด้วย ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ด้านสังคม ด้านความพอใจในนโยบายและการบริหารงาน ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ด้านสิ่งเร้าทางการเมือง ด้านเศรษฐกิจ ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเมือง เมื่อนำตัวแปรอิสระทั้ง 7 ตัวแปรเข้าสู่สมการพหุคูณแล้วสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 78.20 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และสอดคล้องกับ สมพงษ์ เกิดแก้ว (2565) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า เยาวชนส่วนใหญ่ติดตามข้อมูลข่าวสารทางอินเทอร์เน็ต หรือสื่อโซเชียลต่าง ๆ เมื่อพิจารณาถึงปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมือง พบว่า ปัจจัยด้านครอบครัวและเพื่อนที่ เยาวชนสามารถสื่อสารพูดคุยความคิดเห็นทางการเมือง และพรรคการเมืองที่สร้างอุดมการณ์ทางการเมืองผ่านข้อความหรือสื่อในทางอินเทอร์เน็ตนั้นมีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชน

แนวทางการพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร ตามที่ผู้เชี่ยวชาญได้แสดงความคิดเห็นว่า ด้านความสนใจทางการเมือง ควรจัดทำสื่อประชาสัมพันธ์ต่าง ๆ ทั้งออนไลน์ ออฟไลน์ สนับสนุนให้มีการจัดตั้งและการเข้าร่วมเป็นสมาชิกกลุ่มทางการเมือง ด้านพฤติกรรมทางการเมือง สนับสนุนให้ประชาชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางการเมืองมากขึ้น มีกิจกรรมหรือโครงการที่เป็นการเมืองแนวใหม่ สร้างการเมืองภาคพลเมืองที่เข้มแข็ง ด้านการกล่อมเกลາทางการเมือง การกล่อมเกลาโดยสถาบันทางสังคม โดยกระบวนการส่งผ่านการเรียนรู้ แนวคิด ค่านิยม การกระทำ พฤติกรรมทางสังคม ตลอดจนวัฒนธรรมทางสังคม ด้านค่านิยมทางการเมือง ควรมีหน่วยงานติดตามตรวจสอบการดำเนินงานของนักการเมือง การอบรมบ่มนิสัยทางการเมืองโดยกระบวนการเรียนรู้ที่ต่อเนื่อง การปลูกฝังแนวความคิด ปลูก

จิตสำนึกจิตอาสาในการทำงาน สร้างค่านิยมทางการเมือง สร้างจรรยาบรรณอาชีพนักการเมือง สร้างภาวะผู้นำและหลักธรรมาภิบาลให้แก่นักการเมือง ด้านอุดมการณ์ทางการเมือง สร้างให้ประชาชนมีจิตสำนึกทางการเมือง มีเจตคติทางการเมืองที่ชัดเจน ร่วมกันอนุรักษ์รักษาวัฒนธรรมทางการเมืองที่ดีงาม และการใช้เหตุผลตามหลักการประชาธิปไตย สอดคล้องกับ สภานิติบัญญัติแห่งชาติ (2564) ที่เสนอว่า การพัฒนาการเมืองมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการเลือกตั้งทั่วไปของจังหวัดภาคเหนือตอนล่างโดยบูรณาการตามหลักพุทธธรรม คือ กิจกรรมที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนเกี่ยวข้องหรือมีบทบาทสำคัญในกิจกรรมทางการเมือง เป็นต้นว่าการเข้าร่วมประชุมปรึกษาหารือกันทางการเมือง การมีความพร้อมเพียรกันลุกขึ้นป้องกันบ้านเมือง การยึดมั่นในหลักและอุดมการณ์ทางประชาธิปไตย

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยในเชิงนโยบาย

1. ด้านความรู้ความเข้าใจทางการเมือง ควรมีนโยบายการให้ความรู้ความเข้าใจในสิทธิหน้าที่ ความรับผิดชอบในฐานะพลเมืองในระบอบประชาธิปไตย ควรจัดบุคคลากรทั้งภาครัฐ และ คนในชุมชนผู้มีความรู้ส่งเสริมประชาธิปไตยและเข้าร่วมกิจกรรมทางการเมือง
2. ด้านการรับรู้ข้อมูลข่าวสาร ควรมีนโยบายให้ข้อมูลแก่ชุมชนและครอบครัว รับรู้ข่าวสารทางการเมืองผ่านแหล่งข้อมูลของรัฐและส่งเสริมสนับสนุนการประชาสัมพันธ์ที่ ทันสมัยเพื่อให้เข้าถึงผู้มีสิทธิการเลือกตั้ง ควรรณรงค์ทำความเข้าใจกับประชาชนและประชาสัมพันธ์ให้เข้า ถึงข้อมูลทางการเมืองอย่างทั่วถึง เช่น การเลือกตั้งล่วงหน้า การตรวจสอบบัญชีรายชื่อก่อนการเลือกตั้ง
3. ด้านสิ่งรื้อทางการเมือง ควรมีนโยบายสร้างจิตสำนึก ปลุกฝังค่านิยมเกี่ยวกับประชาธิปไตย และกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความต้องการให้มีคนดีที่มีความรู้ความสามารถเข้ามาบริหารประเทศ ควรให้ประชาชน ได้ออกมาแสดงความคิดเห็น ควรให้ประชาชนได้มีโอกาสในการดำเนินกิจกรรมทางการเมือง อย่างมีสิทธิและเสรีภาพ เท่าเทียมกัน
4. ด้านสิ่งแวดล้อมทางการเมือง ควรมีนโยบายการประชาสัมพันธ์การพัฒนาการเมืองมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนอย่างทั่วถึงและต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการเรียนรู้ในการปฏิบัติหน้าที่ของตนเองและต่อผู้อื่นเพื่อให้เกิดการเรียนรู้ร่วมกัน หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความรู้กับประชาชน ในการรับข้อมูลข่าวสารอย่างมีวิจารณญาณ และการใช้สื่อทุกประเภทอย่างถูกต้องเหมาะสม
5. ด้านสังคมและเศรษฐกิจ ควรมีนโยบายลดความเหลื่อมล้ำทางเศรษฐกิจ และชนชั้น สร้างความเท่าเทียมกันในสังคม และมีการจัดสรรทรัพยากรของรัฐให้เพียงพอ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรส่งเสริมการประกอบอาชีพ เพราะคนในสังคมมีฐานะความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น จึงจะสามารถหันมาสนใจเรื่องทางการเมืองได้

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. นักวิจัยควรมีการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมกับการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน เพื่อหาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรว่ามีความสัมพันธ์เชิงบวก หรือเชิงลบ และเพื่อเป็นแนวทางในปรับปรุงส่งเสริมปัจจัยที่ส่งผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชน
2. นักวิจัยควรศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร เช่น จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล เพื่อหาความแตกต่าง และหาสาเหตุ
3. นักวิจัยควรศึกษาปัญหาและอุปสรรค ของการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชน จังหวัดสมุทรสาคร เพื่อหาแนวทางแก้ไขปัญหาและอุปสรรค ทำให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วมทางการเมือง มากขึ้น

เอกสารอ้างอิง

- จิตราภรณ์ จันทิมา. (2564). ความตื่นตัวทางการเมืองของคนรุ่นใหม่. *วารสารภูมิวิเทศพัฒนาอย่างยั่งยืน*, 2(1), 41-52.
- ถวิลวดี บุรีกุล. (2561). *เสมอภาคสร้างได้ : การจัดทำงบประมาณที่คำนึงถึงมิติหญิงชาย*. กรุงเทพมหานคร: สถาบันพระปกเกล้า.
- รพีพร ธงทอง. (2564). การมีส่วนร่วมทางการเมืองสมัยใหม่ของเด็กและเยาวชน. *วารสารวิจัยและพัฒนามหาวิทยาลัยราชภัฏบุรีรัมย์*, 16(1), 27-39.
- เรืองวิทย์ ครองยุติ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในเขตเทศบาลจังหวัดสุราษฎร์ธานี. *วารสารวิชาการมหาวิทยาลัยปทุมธานี*, 13(2), 222-237.
- ศักดิ์สิน อุดมวิทย์ไพศาล. (2562). กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีพฤติกรรมทางการเมืองของประชาชน. *วารสารมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี*, 10(1), 293-306.
- สมพงษ์ เกิดแก้ว. (2565). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการมีส่วนร่วมทางการเมืองของเยาวชนในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวิชาการไทยวิจัยและการจัดการ*, 3(1), 55-65
- สุกัญญาณัฐ อบสิน. (2564). การพัฒนาการมีส่วนร่วมทางการเมืองของประชาชนในการเลือกตั้งทั่วไปของจังหวัดภาคเหนือตอนล่าง. *วารสารวิทยาลัยสงฆ์นครลำปาง*, 10(2), 165-175.
- สุนนภา วรรณทรัพย์. (2567). การมีส่วนร่วมในการเสนอกฎหมายของประชาชน. *วารสารชัยมงคลปริทรรศน์*, 4(1), 21-27.
- สุรัช เลียงบุญเลิศชัย. (2558). *การมีส่วนร่วมของประชาชนกับหลักประชาธิปไตยในสังคมไทย*. ในรายงานการอบรม หลักสูตรหลักนิติธรรมเพื่อประชาธิปไตย รุ่นที่ 3 วิทยาลัยรัฐธรรมนูญ, สำนักงานศาลรัฐธรรมนูญ.
- สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดสมุทรสาคร (กกต.จังหวัดสมุทรสาคร). (2566). *รายงานประจำปี พ.ศ. 2566*. สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้งประจำจังหวัดสมุทรสาคร.
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานคณะกรรมการการเลือกตั้ง. (2567). *สารความรู้ การเลือก สว.* [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568 จาก https://multi.dopa.go.th/ped/assets/modules/news/uploads/b1b49dd6_c3ade65af400fb80e11a2d12662b73c215689063369188603656290.pdf
- สำนักประชาสัมพันธ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร. (2561). *การมีส่วนร่วมทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย*. กรุงเทพมหานคร: สำนักการพิมพ์ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- องค์การบริหารส่วนตำบลโพ้นแพ่ง. (ม.ป.ป.). *การมีส่วนร่วมของประชาชน* กับการปกครองส่วนท้องถิ่น. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 มกราคม 2568 จาก <https://www.tambonponpang.go.th/fileupload/5770689388.pdf>
- อรรถสิทธิ์ พานแก้ว. (2564). *การเมือง อำนาจ ความรู้หลักรัฐศาสตร์เบื้องต้นสำนักธรรมศาสตร์*. กรุงเทพมหานคร: สยามปริทัศน์.
- Kagan, J. and Segal J. (1992). *Psychology an Introduction*. (7th. Ed). Florida: Harcourt Brace Jovanovich, Inc.
- McNair, B. (1999). *An Introduction to Political Communication*. London: Routledge Press.

- Conway, M. M. (2000). **Political Participation in the United States**. Washington D.C.: CQ Press.
- Rush, M. (1992). **An introduction to political sociology**. New York: Prentice Hall.
- Takayuki, H., and Koichi, K. (2015). **Voting behavior in Indonesia from 1999 to 2014: religious cleavage or economic performance? (No. 512)**. Institute of Developing Economies, Japan External Trade Organization (JETRO).

การพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ
(บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ
The Development of Investigation Procedures for the Anti-Corruption Division
(ACD) the Central Investigation Bureau Royal Thai Police

กฤตกานต์ จิราดาพัฒน์^{1*} และ ณัฐวัฒน์ สิริพรวุฒิ²
(Kittakarn Jiradapipat¹ and Nattawat Siriphornwut²)

^{1*}หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรดุษฎีบัณฑิต มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
The Degree of Doctor of Public Administration, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

²คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี กรุงเทพมหานคร
²Faculty of Political Science, Bangkokthonburi University, Bangkok, Thailand

*Corresponding author E-mail: K.jiradapipat@gmail.com

Article history:

Received 20 April 2025

Revised 19 May 2025

Accepted 23 May 2025

SIMILARITY INDEX = 12.33 %

บทคัดย่อ

การวิจัยมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาเกี่ยวกับงานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 2) ศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ และ 3) ให้ความรู้แนวทางในการปรับปรุงพัฒนางานสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ รูปแบบการวิจัยเป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยศึกษาเอกสารงานวิจัยที่เกี่ยวกับการพัฒนางานสอบสวนของพนักงานสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของเจ้าหน้าที่รัฐจากตำรา บทความ เอกสารวิจัยทั้งของประเทศไทยและต่างประเทศ และการสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล ประกอบด้วยผู้บริหารกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) ผู้บังคับบัญชาในฐานะหัวหน้าพนักงานสอบสวน และพนักงานสอบสวน รวมทั้งเจ้าหน้าที่สังกัดสำนักงาน ปปท. สำนักงาน ปปช. กรมสอบสวนคดีพิเศษ สำนักงานอัยการ รวมทั้งนักวิชาการ จำนวน 20 คน

ผลการวิจัย พบว่า 1) พนักงานสอบสวนสังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) มีฐานะเป็นข้าราชการมีได้เป็นอิสระในการทำงานแต่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาตามลำดับชั้น งานสอบสวนของพนักงานสอบสวนต้องดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบคำสั่ง และแนวคำพิพากษาที่เกี่ยวข้องในขณะเดียวกันต้องอยู่ภายใต้การถ่วงดุลของอัยการ 2) การทำงานของพนักงานสอบสวนสังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) มีปัญหาในเรื่องการขาดบุคลากรซึ่งไม่สอดคล้องกับงานที่เพิ่มขึ้น ความไม่เพียงพอของงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์ในการทำงานรวมทั้งการประสานงานกับหน่วยงานอื่นในบางกรณี 3) การพัฒนางานสอบสวนของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ระบบการบังคับบัญชาควรปฏิรูปเชิงโครงสร้างงานสอบสวนทั้งระบบ การสนับสนุนการปฏิบัติงานควรสนับสนุนทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ การพัฒนาและฝึกอบรมอย่างเพียงพอ ปริมาณงานควรมีจำนวนงานต่อคนอย่างเหมาะสม ความเชื่อมั่นในการทำงานควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการตรวจสอบการทำงาน ความเป็นอิสระในการทำงาน ควรให้พนักงานสอบสวนใช้ดุลพินิจได้อย่างเป็นอิสระ แนวทางการปฏิบัติงานควรมีคณะพนักงานสอบสวนเพื่อถ่วงดุลอำนาจ และป้องกันการแทรกแซง

คำสำคัญ: การพัฒนา การสอบสวน กองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ABSTRACT

The research aimed to 1) study the work of the Anti-Corruption Division (ACD), Central Investigation Bureau, Royal Thai Police 2) study the problems and obstacles in investigating corruption cases of the Anti-Corruption Division (ACD), Central Investigation Bureau, Royal Thai Police 3) obtain guidelines for improving and developing the work of investigating corruption cases of the Anti-Corruption Division (ACD), Central Investigation Bureau, Royal Thai Police. The research design was qualitative research. by studying documents that related to the development of the investigation work of corruption investigation officers of state officials from textbooks, articles, research documents from both Thailand and abroad, and individuals in-depth interviews consisting of executives of the Anti-Corruption Division (ACD), commanders as heads of investigation officers and investigation officers, including officers from the Office of the National Anti-Corruption Commission (PACC), the Office of the National Anti-Corruption Commission (ONACC), the Department of Special Investigation, the Office of the Attorney General, and academic professors , totaling 20 people.

The research results found that: 1) The Investigators under the Anti-Corruption Division (ACD) are civil servants that not independent in their work but are under the command of the hierarchy; on investigative work of investigators must be carried out under the law, regulations, orders, and relevant court decisions, while being under the checks and balances of the public prosecutor. 2) The work of investigators under the Anti-Corruption Division (ACD) has problems with a lack of personnel that is not consistent with the increased work, inadequate budget and equipment for work, and coordination with other agencies in some case. 3) Guidelines for improving the work of investigating corruption cases of the Anti-Corruption Division (ACD), Central Investigation Bureau, Royal Thai Police. The command system should reform the structure of the investigation work as a whole. Support for the work should support personnel, budget, development and adequate training. The amount of work should be an appropriate amount per person. Confidence in the work should allow the public to participate in inspecting the work. Independence in the work should allow investigators to exercise their discretion independently. The work guidelines should have a team of investigators to balance the power and prevent interference.

Keywords: Development, Investigation, Anti-Corruption and Misconduct Division

1. บทนำ

ปัญหาคอร์รัปชันถือได้ว่าเป็นปัญหาใหญ่ที่เกิดขึ้นในประเทศต่าง ๆ ทั่วโลก ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วหรือประเทศที่ด้อยพัฒนา และการคอร์รัปชันได้กลายมาเป็นปัญหาที่มีความสำคัญที่สุดปัญหาหนึ่งของหลายประเทศ โดยปัญหานี้ยังไม่มีทีท่าว่าจะหมดไป อีกทั้งยังทวีความรุนแรงและซับซ้อน มากขึ้นเรื่อย ๆ แม้ว่าหลายประเทศได้ก้าวเข้าสู่ความทันสมัย มีระบบการบริหารราชการสมัยใหม่ มีการรณรงค์จากองค์กรของรัฐหรือองค์กรอิสระต่าง ๆ อย่างเช่น องค์กรสหประชาชาติธนาคารโลก และภาคประชาชน ที่ต่างเห็นพ้องกันว่า การคอร์รัปชันเป็นปัญหาที่นำไปสู่ความยากจน และเป็นอุปสรรคที่ขัดขวางการพัฒนาอย่างแท้จริง ดังนั้นจึงมีคำนิยามคำว่า คอร์รัปชัน คือการทุจริตโดยใช้หรืออาศัยตำแหน่งหน้าที่ อำนาจและอิทธิพลที่มีอยู่เพื่อประโยชน์แก่ตนเองหรือผู้อื่น การเห็นแก่ญาติพี่น้อง กินสินบน ฉ้อราษฎร์บังหลวง การใช้ระบบอุปถัมภ์และความไม่เป็นธรรมอื่น ๆ ที่ข้าราชการหรือบุคคลใดใช้เป็นเครื่องมือในการลิดรอนความเป็นธรรม (เศรษฐพร หนูหนู, 2560)

การดำเนินคดีการทุจริตและประพฤติมิชอบซึ่งถือเป็นคดีอาญาประเภทหนึ่ง ได้มีกฎหมายหลายฉบับกำหนดให้เป็นอำนาจหน้าที่ของหน่วยงานรัฐในหลายองค์กร แต่ในส่วนการดำเนินคดีอาญากับเจ้าหน้าที่ของรัฐ กฎหมายกำหนดหลักเกณฑ์และวิธีการที่แตกต่างออกไปตามกฎหมายของแต่ละหน่วยงาน โดยมีคณะกรรมการ ป.ป.ช. หรือคณะกรรมการ ป.ป.ท. เป็นผู้ดำเนินการไต่สวนข้อเท็จจริงเพื่อพิจารณาวินิจฉัยชี้มูลความผิดของเจ้าหน้าที่ของรัฐ และสรุปสำนวนส่งให้พนักงานอัยการฟ้องคดีต่อศาลตามหลักเกณฑ์และวิธีการที่กำหนดในพระราชบัญญัติประกอบรัฐธรรมนูญว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต พ.ศ.2542 หรือพระราชบัญญัติมาตรการของฝ่ายบริหารในการป้องกันและปราบปรามการทุจริต พ.ศ. 2551 (ณรงค์ ใจหาญ, 2556) ในส่วนของสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ซึ่งมีหน้าที่รับผิดชอบในการดำเนินคดีอาญาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และตามความผิดที่กำหนดในประมวลกฎหมายอาญารวมทั้งกฎหมายพิเศษอื่น ๆ ได้แก่ พระราชบัญญัติว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับการเสนอราคาต่อหน่วยงานของรัฐ พ.ศ. 2542 และพระราชบัญญัติการจัดซื้อจัดจ้างและการบริหารพัสดุภาครัฐ พ.ศ. 2560 เป็นต้น ได้มีนโยบายในการจัดทำยุทธศาสตร์สำนักงานตำรวจแห่งชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) พร้อมทั้งจัดทำแผนปฏิบัติการระยะ 5 ปี และแผนปฏิบัติการประจำปี เพื่อนำไปสู่การปฏิบัติตามภารกิจรับผิดชอบในการเป็นองค์กรบังคับใช้กฎหมายที่ประชาชนเชื่อมั่นศรัทธา (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2560)

กองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) เป็นหน่วยงานทางการป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติมีอำนาจสอบสวนคดีอาญาความผิดฐานทุจริตต่อหน้าที่ ความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ราชการ หรือความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ในการยุติธรรม และความผิดตามกฎหมายว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับการเสนอราคาต่อหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งความผิดอาญาที่เกี่ยวข้องเนื่องด้วยราชอาณาจักร ได้แก่ คดีที่คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติมีมติมอบหมายให้ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต คดีที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ได้รับมอบหมายจากคณะกรรมการป้องกัน และปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ เป็นต้นทั้งนี้ หากพิจารณาสถิติการจับกุมคดีทุจริตที่อยู่ในความรับผิดชอบตั้งแต่ปี 2565-2566 ของหน่วยงานสังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ มีดังนี้ 1) กองกับการ 1 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2566 จำนวน 10 ราย 10 คน ในปี 2565 จำนวน 3 ราย 3 คน 2) กองกับการ 2 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2566 จำนวน 10 ราย 10 คน ในปี 2565 จำนวน 5 ราย 6 คน 3) กองกับการ 3 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2565 จำนวน 3 ราย

3 คน 4) กองกับการ 4 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2566 จำนวน 30 ราย 30 คน ในปี 2565 จำนวน 10 ราย 10 คน 5) กองกับการ 5 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2566 จำนวน 11 ราย 11 คน ในปี 2565 จำนวน 14 ราย 56 คน 6) กองกับการ 6 ได้ดำเนินการจับกุมผู้ต้องหาคดีทุจริต ในปี 2566 จำนวน 24 ราย 24 คน ในปี 2565 จำนวน 71 ราย 511 คน (บก.ปปป., 2567)

อย่างไรก็ดี แม้ว่ากองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) จะมีผลงานเป็นที่น่าพอใจก็ตาม แต่ก็มิใช่ว่าอุปสรรคหลายประการในการปฏิบัติตามหน้าที่ กล่าวคือ ประการแรก พนักงานสอบสวนขาดหลักประกันเรื่องความเป็นอิสระ ซึ่งมักถูกแทรกแซงจากผู้บังคับบัญชาและผู้มีอิทธิพลได้ง่าย ในบางครั้งพนักงานสอบสวนมักถูกแทรกแซงในการทำงานจากผู้มีอำนาจ เพื่อให้เกิดการเปลี่ยนรูปคดี เช่น ให้มีการเปลี่ยนพยานหลักฐาน หรืออาจไม่ปฏิบัติหน้าที่อย่างตรงไปตรงมา เป็นต้น ประการที่สอง งานสอบสวนถูกแทรกแซงจากนโยบายลด เลือกรับคดี ไม่ได้รับความร่วมมือจากฝ่ายงานอื่นในหลายครั้งที่พนักงานสอบสวนถูกแทรกแซงในการปฏิบัติหน้าที่ ซึ่งในบางครั้งมีการเพิกเฉยอยู่หลายครั้งเพื่อให้คดีจบเร็วหรือเพื่อให้ไม่มีการรับคดีเป็นต้น การแทรกแซงดังกล่าวทำให้คดีหลายคดีไม่ได้ผ่านกระบวนการยุติธรรมและหากเป็นคดีที่ประชาชนได้รับผลกระทบจากกระทำความผิดย่อมส่งผลกระทบต่อความเชื่อมั่นของประชาชนต่อเจ้าหน้าที่ตำรวจและประการที่สาม การทำงานของพนักงานสอบสวนไม่ได้รับการสนับสนุนอย่างเพียงพอ ทั้งด้านบุคลากรงบประมาณ การพัฒนาและฝึกอบรมจึงขาดประสิทธิภาพและขวัญกำลังใจในหลายกรณีที่พนักงานสอบสวนต้องออกค่าใช้จ่ายส่วนตัวในการปฏิบัติงานเพื่อให้งานบรรลุตามเป้าหมาย นอกจากนี้ พนักงานสอบสวนยังขาดบุคลากรที่สามารถให้ความช่วยเหลือในการปฏิบัติงาน เช่น ตำแหน่งผู้ช่วยพนักงานสอบสวนเพื่อให้แบ่งเบาภาระงานบางอย่างที่ไม่ต้องการความเชี่ยวชาญของพนักงานสอบสวนเพื่อให้ปฏิบัติงานได้อย่างรวดเร็วและคล่องตัวมากขึ้น

เนื่องจากผู้เขียนเป็นพนักงานสอบสวนสังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ กองบัญชาการสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ จึงมีสนใจที่จะศึกษาการพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) สังกัดกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางให้มีประสิทธิภาพ เพื่อนำผลการศึกษามาใช้ปรับปรุงการพัฒนางานสอบสวนคดีทุจริตให้ประสิทธิภาพต่อไปในอนาคต

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

1. เพื่อศึกษางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ
2. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคในการสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ
3. เพื่อหาแนวทางในการปรับปรุงพัฒนางานสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

2. เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

2.1 แนวความคิดเกี่ยวกับการทุจริตคอร์รัปชันของเจ้าหน้าที่รัฐ

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (2566) ในปัจจุบันการทุจริตในระบบราชการเกิดขึ้นในรูปแบบที่แตกต่างจากเดิมและมีจำนวนเพิ่มมากขึ้น และจำนวนเรื่องที่เจ้าหน้าที่ของรัฐในหน่วยงานต่าง ๆ ถูกร้องเรียนก็มีปริมาณเพิ่มขึ้นมาก โดยจะเห็นได้จากเรื่องร้องเรียนต่าง ๆ ที่เข้ามาในสำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติเพิ่มมากขึ้น จากสถิติค่ากล่าวหาเรื่องร้องเรียนที่เข้ามาสู่สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (สำนักงาน ป.ป.ช.) ในปีงบประมาณ พ.ศ. 2566 (ตั้งแต่ 1 ตุลาคม 2565-30 เมษายน 2566) จำนวนทั้งสิ้น 4,894 เรื่อง พิจารณาจากแหล่งที่มาของค่ากล่าวหา พบว่า ค่ากล่าวหาส่วนใหญ่เป็นค่ากล่าวหาที่ร้องเรียนมายังสำนักงาน ป.ป.ช. โดยตรง จำนวน 3,438 เรื่อง (ร้อยละ 70.25) รองลงมาเป็นค่ากล่าวหาจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ จำนวน 646 เรื่อง (ร้อยละ 13.20) และสำนักงาน ป.ป.ท. จำนวน 523 เรื่อง (ร้อยละ 10.69) ตามลำดับ

วัชรภรณ์ จุ้ยลำเพ็ญ (2558) สาเหตุของปัญหาการทุจริตในระบบราชการสามารถจำแนกเป็นแต่ละด้านได้ดังนี้ 1. ด้านเศรษฐกิจและการครองชีพ ได้แก่ ราษฎรบางคนมีการซื้อความสะดวกจากเจ้าหน้าที่ของรัฐ และเจ้าหน้าที่ของรัฐรายได้ไม่เพียงพอเมื่อเทียบกับรายจ่าย รวมทั้งราษฎรบางคนวิ่งเต้นเพื่อให้ได้ครอบครองทรัพยากรที่มีจำนวนจำกัด 2. ด้านระบบบริหารราชการ ได้แก่ ผู้บังคับบัญชาบกพร่องไม่กำกับดูแลให้เป็นไปตามระเบียบวินัย ทำให้เกิดการทุจริตและการขาดดุลแห่งอำนาจในการบริหารราชการส่วนกลาง ส่วนภูมิภาค และส่วนท้องถิ่น ทำให้การควบคุมดูแลไม่ทั่วถึงเกิดการทุจริตในวงราชการได้ง่าย รวมทั้งการเกรงใจและเกรงกลัวผู้บังคับบัญชา รวมถึงผู้บังคับบัญชาใช้อำนาจหน้าที่แสวงหาผลประโยชน์ไม่ศึกษาและปฏิบัติตามระเบียบแบบแผนของทางราชการ 3. ด้านสังคม วัฒนธรรมและศีลธรรม ได้แก่ เจ้าหน้าที่ของรัฐขาดธรรมประจำใจ เจ้าหน้าที่ของรัฐชั้นผู้ใหญ่ทุจริตแล้วไม่ถูกดำเนินคดีจึงเป็นตัวอย่างให้เจ้าหน้าที่ของรัฐชั้นผู้น้อยทำตาม และสังคมไทยมีการเน้นวัตถุนิยมมากกว่าศีลธรรม ความดีงาม รวมทั้งเจ้าหน้าที่ของรัฐใช้จ่ายฟุ่มเฟือยทางด้านอุปโภคบริโภค จึงต้องดิ้นรนด้วยวิธีการทุจริต 4. ด้านกฎหมายและวิธีพิจารณา ได้แก่ การลงโทษทางวินัยซึ่งมีความยุ่งยากในการหา พยานหลักฐานเพราะมีระเบียบขั้นตอนมากมายในการสอบสวนเพื่อพิสูจน์การทุจริต รวมทั้งต้องมีหลักฐาน อย่างชัดเจนซึ่งยากแก่การพิสูจน์

2.2 แนวคิดเกี่ยวกับการดำเนินคดีอาญาทั่วไปตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

Claus Roxin (2014) หลักการและแนวคิดทฤษฎีของกระบวนวิธีพิจารณาความอาญาเป็น “หลักการตรวจสอบค้นหาความจริง” (Examination Principle) เป็นการตรวจสอบค้นหาความจริงแท้ เพื่อนำไปสู่การพิสูจน์ “ความผิดหรือบริสุทธิ์” ของบุคคลในการกระทำความผิดอาญาหรือไม่ และนำไปสู่การใช้ดุลพินิจของผู้พิพากษาในการกำหนดโทษเพื่อให้ผลกับบุคคลนั้น

คณิต ณ นคร (2561) การพิพากษาลงโทษบุคคลต้องคำนึงถึง “การลงโทษที่เหมาะสมกับบุคคลนั้น” เป็นหัวใจหรือเป้าหมายของกระบวนกรยุติธรรมทางอาญา ดังนั้น “กระบวนกร” ที่จะทำให้บรรลุเป้าหมายจึงเป็นสิ่งสำคัญอย่างมาก ระบบของกระบวนกรยุติธรรมทางอาญา มี 2 ระบบคือ ระบบไต่สวนกับระบบกล่าวหา กล่าวคือ

1. ระบบไต่สวน (Inquisitorial System) เป็นระบบที่มีมาดั้งเดิมไม่มีการแยก “หน้าที่ สอบสวนฟ้องร้อง” กับ “หน้าที่พิพากษาพิพากษา” ออกจากกัน โดยให้องค์กรเดียวกันทำหน้าที่เป็นผู้นำหน้าที่ทั้งสอง

ประการ กรณีจึงมีแต่ “ผู้ไต่สวน” และ “ผู้ถูกไต่สวน” เท่านั้น ผู้ถูกกล่าวหาจะตกอยู่ในฐานะเป็น “กรรมในคดี” ดังตัวอย่างเช่นการพิจารณาคดีของเปาปุ่นจีน เป็นต้น

2. ระบบกล่าวหา (Accusatorial System) เป็นระบบที่แยกหน้าที่แยกอำนาจ “สอบสวนฟ้องร้อง” และ อำนาจหน้าที่ “พิจารณาพิพากษา” ออกจากกัน ให้องค์กรที่ต่างหากจากกันคนละองค์กรเป็นผู้ทำหน้าที่ และยกฐานะของผู้ถูกกล่าวหาขึ้นเป็น “ประธานในคดี” ระบบกล่าวหาจึงเป็นระบบการพิจารณาคดีสมัยใหม่เพราะสอดคล้องกับมาตรฐานสากลในการพิจารณาคดีอย่างเป็นธรรม (International Covenant on Civil, and Political Rights. (ICCPR)) ภายใต้หลักการต่าง ๆ เช่น หลักนิติธรรม หลักสันนิษฐานว่าเป็นผู้บริสุทธิ์ (Presumption of innocent) หลักศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ เป็นต้น ปัจจุบันจึงเป็นที่ยอมรับอย่างแพร่หลาย อันสามารถนำไปสู่ “การลงโทษที่เหมาะสมกับบุคคล” (Individualization of Punishment) ได้เป็นอย่างดี

หลักเกณฑ์วิธีพิจารณาความอาญามีความสำคัญและเป็นหลักในการกำหนดทิศทางอันนำไปสู่ระบบพิจารณาคดีอาญาที่ดีซึ่งมีหลักหลายประการ ที่สำคัญได้แก่ หลักการค้นหาความจริงในเนื้อหา การตรวจสอบค้นหาความจริงเป็นหน้าที่ของกระบวนการยุติธรรมทางอาญาเพื่อพิสูจน์ความจริงแท้ในวัตถุแห่งคดีอาญาให้ปรากฏให้ได้ ผู้มีหน้าที่ ได้แก่ (คณิต ณ นคร อ้างถึงใน อิงครัต ตลเจิม, 2563)

1. พนักงานสอบสวนมีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหา โดยไม่ผูกมัดกับคำขอหรือคำร้องของผู้ใดตามหลักการในประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มาตรา 131 มาตรา 98 และมาตรา 138 พนักงานสอบสวนมีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหา เพื่อทราบความผิดหรือบริสุทธิ์อย่างสมบูรณ์ในในวัตถุแห่งคดีอาญาสองประการ คือ ข้อเท็จจริงในการกระทำความผิดและข้อเท็จจริงของตัวผู้กระทำความผิด

2. พนักงานอัยการมีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหาตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา มีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหาในการตรวจสอบสำนวนจากพนักงานสอบสวน ค้นหาความจริงแท้ในความผิดหรือบริสุทธิ์ของผู้ต้องหา พนักงานอัยการมีอำนาจสั่งตามที่เห็นควร ให้พนักงานสอบสวนดำเนินการสอบสวนเพิ่มเติม

3. ศาลก็มีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหาเช่นเดียวกัน ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงแท้ของเรื่องจนเป็นที่เพียงพอต่อการใช้ดุลพินิจพิพากษาคดีตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

สรุปการดำเนินคดีอาญาทั่วไปตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เป็นกระบวนการตรวจสอบค้นหาความจริง เริ่มด้วยการที่พนักงานสอบสวนมีหน้าที่ต้องตรวจสอบค้นหาความจริงในเนื้อหา และส่งผลการตรวจสอบให้พนักงานอัยการมีอำนาจสั่งตามที่เห็นควร

2.3 แนวความคิดเกี่ยวกับการสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา

รัชชัย ชัยนันท (2564) การสอบสวนของพนักงานสอบสวนนั้น มีมากมายหลายประการ เริ่มตั้งแต่การรับแจ้งความร้องทุกข์ พนักงานสอบสวนจะต้องพิจารณาว่าตนเองมีอำนาจรับคำร้องทุกข์ทำการสอบสวนหรือไม่ เมื่อพิจารณาแล้วว่า มีอำนาจรับคำร้องทุกข์ พนักงานสอบสวนจะต้องทำการสอบสวนโดยมิชักช้า และจะต้องทำการสอบสวน ต่อเนื่อง และเป็นธรรมไปจนสรุปสำนวนและส่งให้อัยการพิจารณาตามกฎหมาย ซึ่งขั้นตอนในการปฏิบัติของ พนักงานสอบสวน รัฐธรรมนูญ กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา กฎหมายอาญา และระเบียบการตำรวจ เกี่ยวกับคดีได้กำหนดอย่างชัดเจนและเหมาะสม เป้าหมายของการสอบสวนคือการรวบรวมพยานหลักฐานทุก ชนิด เพื่อให้ได้ความจริงที่ถูกต้องที่สุดน่าเชื่อถือที่สุดเท่าที่จะทำได้ เพื่อเป็นการให้หลักประกันแก่ผู้ถูกกล่าวหา และสังคม การสอบสวนของพนักงานสอบสวน จึงมีความสำคัญในการดำเนินการอำนวยความยุติธรรมแก่ ประชาชน

ศรันยา สีม่า (2564) กระบวนการยุติธรรมทางอาญาของประเทศไทยในปัจจุบันใช้ระบบกล่าวหา อีกทั้งรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยได้บัญญัติให้ความคุ้มครองสิทธิของผู้ถูกกล่าวหาในคดีอาญาไว้ โดยให้สันนิษฐานไว้ก่อนว่าผู้ต้องหาหรือจำเลยเป็นผู้บริสุทธิ์จนกว่าจะมีคำพิพากษาถึงที่สุดว่าผู้นั้นกระทำความผิด ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของรัฐที่จะต้องทำการพิสูจน์ข้อเท็จจริงให้ปราศจากข้อสงสัยว่าผู้ต้องหาหรือจำเลยกระทำความผิดอาญาจริงตามที่ถูกกล่าวหา ทั้งนี้เนื่องจากผลของกระบวนการยุติธรรมทางอาญาอาจทำให้ผู้ถูกกล่าวหาว่ากระทำความผิดนั้น ถูกลงโทษจำคุกหรือประหารชีวิต ซึ่งเป็นการกระทบต่อสิทธิและเสรีภาพของผู้ถูกกล่าวหาอย่างร้ายแรง การสอบสวนซึ่งกระทำโดยพนักงานสอบสวนในเบื้องต้น จึงมีความสำคัญอย่างยิ่งในการรวบรวมพยานหลักฐานทั้งปวงและกลั่นกรองข้อเท็จจริงอย่างรอบคอบ เพื่อพิจารณาว่าข้อกล่าวหาอันมีมูลหรือไม่เพียงใด ก่อนเสนอพนักงานอัยการยื่นฟ้องผู้ถูกกล่าวหาต่อศาลเพื่อพิจารณาคดีต่อไป ในการสอบสวนพนักงานสอบสวนจะต้องดำเนินการสอบสวนตามขั้นตอนและวิธีการที่กฎหมายกำหนด มิฉะนั้น การสอบสวนจะไม่ชอบด้วยกฎหมาย ส่งผลให้การฟ้องคดีและการพิจารณาคดีในชั้นศาลเสียไปได้ เนื่องจากประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญากำหนดห้ามไม่ให้พนักงานอัยการยื่นฟ้องคดีต่อศาลโดยไม่ได้มีการสอบสวนในความผิดนั้นก่อน การสอบสวนที่ไม่ชอบด้วยกฎหมายจึงมีผลเท่ากับว่าไม่เคยมีการสอบสวน ทำให้พนักงานอัยการไม่มีอำนาจยื่นฟ้องคดี และหากคดีขึ้นสู่การพิจารณาคดีของศาลแล้ว ศาลต้องมีคำพิพากษายกฟ้อง การสอบสวนเพื่อการค้นหาข้อเท็จจริงหรือหลักฐานของคดีเพื่อให้ได้ข้อยุติตามความเป็นจริงซึ่งไม่ว่าข้อเท็จจริงหรือหลักฐานนั้นจะเป็นผลดี หรือผลร้ายของผู้เสียหายหรือผู้ถูกกล่าวหาก็ตาม พนักงานสอบสวนต้องนำเข้ามาในคดี เพื่อพิสูจน์ความจริงให้ได้ แบ่งออกได้ 6 กรณี คือ 1) การฟังความทุกฝ่าย 2) การตรวจสอบสถานที่เกิดเหตุให้ละเอียด 3) การตรวจสอบพิสูจน์หลักฐานทางวิทยาศาสตร์ 4) การนำชี้ที่เกิดเหตุประกอบคำรับสารภาพ 6) การจัดให้พยานหรือผู้เสียหายทำการชี้ตัวผู้ต้องหาในทันที และ 7) การใช้วิธีการสืบสวนก่อนการกระทำความผิดเกิดขึ้น

สง่า ดวงอัมพร และ ประดิษฐ์ กล้าณรงค์ (อ้างถึงใน รัชชัย ชัยนันท, 2564) ในการสอบสวนนั้น พนักงานสอบสวนต้องทำตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา, ระเบียบ และข้อบังคับที่เกี่ยวข้องโดยเคร่งครัด ซึ่งประมวลระเบียบการตำรวจเกี่ยวกับคดีได้กำหนดหลักทั่วไปว่าด้วยการสอบสวน 1. พนักงานสอบสวนต้องทำใจเป็นกลาง ทรงไว้ซึ่งความยุติธรรม ฉะนั้นการถามควรระวังอย่าให้เป็นการโน้มน้าวให้ผู้ให้ถ้อยคำคล้อยตาม หรือชี้ช่องอย่างใดอย่างหนึ่งในการถาม 2. การสอบสวนต้องกระทำโดยมิชักช้า แม้กฎหมายจะให้อำนาจโดยให้ร้องขอต่อศาลได้ก็ตาม แต่การสอบสวนที่ล่าช้าจะทำความเดือดร้อนให้แก่คู่กรณีและพยานรวมทั้งอาจทำให้ข้อเท็จจริงผันแปรไป 3. การอ้างเหตุขออำนาจศาล จะขอในเมื่อมีความจำเป็นจริง ๆ แม้ศาล

จะอนุญาตหากภายหลังปรากฏว่า เหตุที่ขอไม่สมควร ก็ต้องรับผิดชอบทางวินัย 4. ผู้สอบสวนต้องให้ความสะดวกแก่พยานในคดี 5. เป็นหน้าที่ของผู้สอบสวนจะต้องติดตามและทำการสอบสวนให้เสร็จสิ้นโดยเร็ว 6. ถ้าสำนวนใดส่งไปยังพนักงานอัยการขอให้ฟ้อง พนักงานสอบสวนก็ต้องหมั่นไปติดตามกับพนักงาน อัยการ เพื่อจะได้ทราบว่ามีข้อบกพร่องอย่างไร เพื่อพนักงานอัยการจะได้สั่งตามสมควรและเพื่อให้เกิดผลดีแก่คดี

สรุปการสอบสวนถือเป็นเงื่อนไขสำคัญในการยื่นฟ้องคดีอาญาของพนักงานอัยการ ถ้าหากยังไม่มี การสอบสวนผู้ต้องหา ก็ยังฟ้องไม่ได้ และการสอบสวนคดีอาญา ถือเป็นหัวใจของการดำเนินคดีอาญา การสอบสวนจะต้องทำด้วยความบริสุทธิ์เที่ยงธรรม สอดคล้องตามบทบัญญัติกฎหมาย ที่ห้ามมิให้พนักงานสอบสวนทำหรือจัดให้ทำการใด ๆ ในเรื่องที่ต้องหาขึ้น

3. วิธีดำเนินการวิจัย

3.1 ผู้ให้ข้อมูลสำคัญ ทั้งหมดจำนวน 20 ท่าน โดยจำแนกออกเป็นดังนี้

1) กลุ่มที่ 1 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) จำนวน 12 ท่าน ประกอบด้วย

1.1) พนักงานสอบสวน สังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) จำนวน 6 ท่าน

1.2) ผู้บังคับบัญชาในฐานะหัวหน้าพนักงานสอบสวน สังกัดกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) จำนวน 4 ท่าน

1.3) ผู้บริหารกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) จำนวน 2 ท่าน

2) กลุ่มที่ 2 กลุ่มผู้ให้ข้อมูลสังกัดหน่วยงานป้องกันและปราบปรามการทุจริตและคอร์รัปชันภาครัฐ จำนวน 6 ท่าน ประกอบด้วย

2.1) ตัวแทนสำนักงานคณะกรรมการ ป.ป.ท. จำนวน 2 ท่าน

2.2) ตัวแทนสำนักงาน ป.ป.ช. จำนวน 2 ท่าน

2.3) ตัวแทนสำนักงานอัยการ จำนวน 2 ท่าน

3) กลุ่มที่ 3 กลุ่มผู้เชี่ยวชาญ ประกอบด้วยอาจารย์ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ที่รับผิดชอบ กระบวนการยุติธรรมทางอาญาและอาจารย์สอนกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา จำนวน 2 ท่าน

3.2 ขอบเขตการศึกษา การพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ

3.2 เครื่องมือวิจัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) ซึ่งได้มาจากการศึกษา สังเคราะห์ และการกำหนดกรอบแนวคิดของการวิจัยเป็นการศึกษาเอกสาร หลักการ แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนางานสอบสวนของพนักงานสอบสวนคดีทุจริตของข้าราชการ เช่น นโยบาย มาตรการกฎหมาย ระเบียบปฏิบัติ เพื่อให้ได้กรอบแนวคิดของการวิจัยและตัวแปรที่ต้องการศึกษา จากนั้นนำไปสร้างแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เสนออาจารย์ที่ปรึกษาและปรับแก้ตามคำแนะนำ เพื่อให้ครอบคลุมประเด็นปัญหาในการวิจัย ซึ่งแบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-dept Interview) แบ่งออกเป็น 5 ส่วน คือ

ส่วนที่ 1 สอบถามปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับงานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับปัญหาและอุปสรรคในการสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ส่วนที่ 4 คำถามเกี่ยวกับการปรับปรุงพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ

ส่วนที่ 5 ความคิดเห็นเพิ่มเติม

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้ เพื่อให้ครอบคลุมความมุ่งหมายของการวิจัย ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัย โดยมีขั้นตอนดังนี้

1) ขออนุญาตจากสำนักงานบัณฑิตวิทยาลัย ถึงกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) และหน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ สำนักงานคณะกรรมการ ป.ป.ท. สำนักงาน ป.ป.ช. ผู้เชี่ยวชาญในการสอบสวนของกรมสอบสวนคดีพิเศษ (DSI) กระทรวงยุติธรรม พนักงานอัยการที่รับผิดชอบสำนวนคดีทุจริตคอร์รัปชัน และอาจารย์ด้านรัฐประศาสนศาสตร์ที่รับผิดชอบกระบวนการยุติธรรมทางอาญา เพื่อประสานขอความอนุเคราะห์ในการเก็บรวบรวมข้อมูล

2) การสัมภาษณ์แบบเจาะลึกรายบุคคล (In-depth Interview) เป็นการซักถามพูดคุยกันระหว่างผู้สัมภาษณ์และผู้ให้สัมภาษณ์เป็นการถามเจาะลึกเพื่อต้องการได้ข้อมูลที่ อยู่ในตัวผู้ให้สัมภาษณ์อย่างละเอียดถี่ถ้วน การถามนอกจากจะขอให้อธิบายความแล้ว จะต้องถามถึงเหตุผลด้วย การสัมภาษณ์แบบนี้ จะทำให้ผู้วิจัยได้ความรู้ ที่เป็นความรู้ฝังลึก (Tacit Knowledge) ประสบการณ์ (Experience) หรือมุมมอง (Viewpoint) รวมทั้งเจตคติ ความต้องการ ความเชื่อ และความคิดเห็นของผู้ให้สัมภาษณ์

3 การสังเกตแบบมีส่วนร่วม (Participant Observation) คือ การสังเกตชนิดที่ผู้สังเกตเข้าไปร่วมกับพนักงานสอบสวนท่านอื่นในคดีทุจริตคอร์รัปชันในฐานะพนักงานสอบสวนร่วมในคณะที่มีพนักงานสอบสวน ซึ่งให้ข้อมูลเป็นผู้รับผิดชอบสำนวน ทั้งนี้ การสังเกตแบบมีส่วนร่วมประกอบด้วยกระบวนการ 3 ขั้นตอน คือ การสังเกต การซักถาม และการจดบันทึกข้อมูล

3.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพเป็นขั้นตอนที่ผู้วิจัยกระทำอย่างต่อเนื่อง ตั้งแต่ก่อนการสัมภาษณ์ การเก็บข้อมูล และการวิเคราะห์ข้อมูล ในการวิเคราะห์ข้อมูลผู้วิจัยยึดหลักการตามแนวคิดของ Miles and Huberman (1994) แบ่งออกเป็น 3 ขั้นตอน (ชาย โพธิ์สิตา, 2554) คือ

1. การจำแนกและจัดระบบข้อมูล (Typology and Taxonomy) เป็นการนำข้อมูลที่ได้อาจจำแนกและจัดหมวดหมู่ออกเป็นระบบ ผู้วิจัยได้เรียบเรียงข้อมูลที่ได้จากการศึกษาเอกสาร บทสรุปที่ได้วิเคราะห์จากการบันทึกเสียงที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก ผู้ให้ข้อมูลสำคัญเกี่ยวกับ การพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) สังกัดกองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลางจำนวน 20 ท่าน มาทำการจัดเก็บข้อมูลให้เป็นระเบียบหมวดหมู่ สามารถนำมาใช้ได้สะดวก ตรวจสอบ

ความถูกต้องและความน่าเชื่อถือได้ง่าย นำข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วย่อหรือลดทอนข้อมูล (Data Reduction) ให้มีขนาดเล็กลง หรือเฉพาะส่วนที่จะนำไปวิเคราะห์ได้จริง

2. การแสดงข้อมูล (Data Display) ผู้วิจัยเชื่อมโยงข้อมูลที่จัดระเบียบแล้วเข้าด้วยกัน นำเสนอข้อมูลในรูปแบบการพรรณนา (Descriptive)

3. การหาข้อสรุปและการตีความ (Conclusion and Interpretation) ผู้วิจัยหาข้อสรุปและตีความจากปรากฏการณ์หรือข้อค้นพบที่ได้จากการแสดงข้อมูล รวมถึงตรวจสอบความถูกต้องของข้อมูลสามรูปแบบ คือ การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล การตรวจสอบสามเส้าด้านทฤษฎี และการตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล ซึ่งเป็นการใช้กระบวนการวิธีที่หลากหลายในการตรวจสอบและวิเคราะห์ข้อมูลประกอบด้วย ดังนี้

1) การตรวจสอบสามเส้าด้านข้อมูล (Data Triangulation) โดยการพิสูจน์ว่าข้อมูลที่ได้มานั้นถูกต้องหรือไม่ วิธีการตรวจสอบ คือ การตรวจสอบแหล่งข้อมูล ได้แก่ แหล่งเวลา แหล่งสถานที่ และแหล่งบุคคล

2) การตรวจสอบสามเส้าทฤษฎี (Theory Triangulation) โดยตรวจสอบว่า ถ้าผู้วิจัยใช้แนวคิดทฤษฎีที่ต่างไปจากเดิมจะทำให้การตีความข้อมูลแตกต่างกันมากน้อยเพียงใด

3) การตรวจสอบสามเส้าด้านวิธีการรวบรวมข้อมูล (Methodological Triangulation) โดยการใช้วิธีเก็บรวบรวมข้อมูลต่าง ๆ กัน เพื่อรวบรวมข้อมูลเรื่องเดียวกัน เช่น การใช้วิธีการสังเกตควบคู่กับการซักถามพร้อมกันนั้นก็ศึกษาข้อมูลจากเอกสารประกอบด้วย

4. ผลการวิจัย

1. งานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ พนักงานสอบสวนมีฐานะเป็นข้าราชการ มิได้เป็นอิสระในการทำงานแต่อยู่ภายใต้การบังคับบัญชาตามลำดับชั้น งานสอบสวนของพนักงานสอบสวนต้องดำเนินการภายใต้กฎหมาย ระเบียบคำสั่ง และแนวคำพิพากษาที่เกี่ยวข้องในขณะเดียวกันต้องอยู่ภายใต้การถ่วงดุลของอัยการ “ดูแลสำนวนการสอบสวน ให้คำแนะนำและความเห็นในการทำสำนวนและให้ความเห็นสั่งฟ้องหรือสั่งไม่ฟ้องต่อผู้บังคับบัญชา” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว ทำหน้าที่ในการสืบสวนสอบสวนดำเนินคดีความผิดที่ผู้กระทำผิดเป็นเจ้าหน้าที่ของรัฐ มีภารกิจเกี่ยวกับการป้องกันและปราบปรามการทุจริตในภาครัฐ “ป้องกันและปราบปรามการทุจริตของเจ้าหน้าที่รวมทั้งสนับสนุนการปราบปรามการกระทำที่เป็นการทุจริตภาครัฐขององค์กรภาครัฐอื่น ๆ” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว โดยแสวงหาข้อมูลและรวบรวมพยานหลักฐาน รวมทั้งได้สวนข้อเท็จจริงเพื่อดำเนินการทางวินัยและคดีกับผู้กระทำผิดตามกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ส่งเสริมและขับเคลื่อนธรรมาภิบาลในภาครัฐเชิงรุกแบบบูรณาการและสร้างความเข้มแข็งให้ภาคประชาชน และยกระดับการดำเนินการทางวินัยเจ้าหน้าที่ของรัฐอย่างรวดเร็ว และบริหารจัดการคดีทุจริตด้วยความรวดเร็ว เป็นธรรม โปร่งใสและมีประสิทธิภาพ “ขับเคลื่อนธรรมาภิบาล บูรณาการการป้องกันเชิงรุก และปราบปรามการทุจริตของเจ้าหน้าที่รัฐที่ได้รับการร้องเรียนและกล่าวโทษจากประชาชน” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว

2. ปัญหาและอุปสรรคในการสอบสวนคดีทุจริตคอร์รัปชันของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ในการทำงานของพนักงานสอบสวน มีปัญหาในเรื่องการขาดบุคลากรซึ่งไม่สอดคล้องกับงานที่เพิ่มขึ้น ความไม่เพียงพอของงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์ในการทำงาน “ยังขาดบุคลากรที่จะทำหน้าที่ตรวจสอบข้อเท็จจริงที่มีการร้องเรียนมากและยัง

ขาดเจ้าหน้าที่ด้านอำนาจการเพื่อทำหน้าที่จัดทำเอกสาร จัดหา เบิกจ่าย ดูแลด้านพัสดุ งานด้านบัญชี รวมทั้งผู้ช่วยพนักงานสอบสวน มีงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์ไม่เพียงพอ” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว รวมทั้งการประสานงานกับหน่วยงานอื่นในบางกรณี “มีอุปสรรคในการประสานงานกับ ปปท. ซึ่งเป็นหน่วยงานของรัฐเล็กน้อย ที่มักจะรับเรื่องมาแล้วมักจะมาโยนให้ บก.ปปป. ทำแทนโดยเฉพาะเรื่องการทำสำนวน แต่สำหรับ ปปช. และ ปปง. ไม่มีปัญหาในการประสานงานดังนั้น จึงควรพิจารณาปรับปรุงกฎหมายที่เกี่ยวข้องกับ ปปท.” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว

3. แนวทางการปรับปรุงพัฒนางานสอบสวนของกองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ ระบบการบังคับบัญชาควรปฏิรูปเชิงโครงสร้างงานสอบสวนทั้งระบบ “งานสอบสวนที่เป็นงานในสายงานกระบวนการยุติธรรมมากกว่างานป้องกันและปราบปรามอันเป็นงานหลักของตำรวจ ควรจัดตั้งองค์กรใหม่ที่มีความเป็นอิสระคือการปฏิรูปเชิงโครงสร้างงานสอบสวนทั้งระบบ”

การสนับสนุนการปฏิบัติงานควรสนับสนุนทั้งด้านบุคลากร งบประมาณ การพัฒนาและฝึกอบรมอย่างเพียงพอ ปริมาณงานควรมีจำนวนงานต่อคนอย่างเหมาะสม “ความรับผิดชอบพนักงานสอบสวนแต่ละนายในความเป็นจริงแล้ว มากกว่าเกณฑ์มาตรฐานที่สำนักงานตำรวจแห่งชาติตั้งไว้มาก เห็นว่าการที่พนักงานสอบสวนมีจำนวนน้อยไม่เพียงพอกับปริมาณงาน” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว และอีกท่านกล่าวว่า “สวัสดิการสำหรับพนักงานสอบสวนที่ยังขาดอยู่ เช่น ที่พักอาศัย สถานที่ทำงานไม่สะดวกสบาย คอมพิวเตอร์สำหรับพิมพ์สำนวน การสอบสวน รถยนต์สำหรับออกตรวจสถานที่เกิดเหตุหรือการค้นหาคดีตามพยานหลักฐาน พนักงานสอบสวนส่วนใหญ่จึงต้องออกค่าใช้จ่ายเองซื้อคอมพิวเตอร์มาใช้ในการส่วนตัว เพื่อความสะดวกรวดเร็วในการทำสำนวนการสอบสวน ซื้อมีเอง จ่ายเงินให้กลับสายสืบในการทำงาน รวมทั้งซื้อรถยนต์เพื่อใช้ในงานราชการ เมื่อรัฐไม่ให้เงินสนับสนุนดังกล่าว พนักงานสอบสวนต้องใช้เงินต้องทำงาน เมื่อไม่มีเงินเป็นปัจจัย จึงเกิดพฤติกรรมที่เรียกว่า “ตีเมืองขึ้น” ในท้องที่รับผิดชอบ” ความเชื่อมั่นในการทำงานควรเปิดโอกาสให้ประชาชนเข้ามามีส่วนร่วม ในการตรวจสอบการทำงาน “การสอบสวนรวบรวมพยานหลักฐาน เพื่อพิสูจน์ความผิดหรือความบริสุทธิ์ของผู้ต้องหาที่เป็นข้าราชการ ประชาชนมักไม่ยอมรับ ประชาชนขาดความเชื่อมั่นความศรัทธาต่อกระบวนการสอบสวน” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว ความเป็นอิสระในการทำงาน ควรให้พนักงานสอบสวนใช้ดุลพินิจได้อย่างเป็นอิสระ “การสอบสวนโดยพนักงานสอบสวนฝ่ายตำรวจซึ่งไม่มีความเป็นอิสระในการสอบสวนรวบรวมพยานหลักฐานตามขั้นตอนและกรอบของกฎหมายย่อมส่งผลกระทบต่อกระบวนการสอบสวนที่ไม่เป็นไปตามหลักกฎหมาย” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว แนวทางการปฏิบัติงานควรมีคณะพนักงานสอบสวนเพื่อถ่วงดุลอำนาจ และป้องกันการแทรกแซง “หากพบว่ากระทำความผิดและบุคคลดังกล่าวเป็นข้าราชการระดับสูง หรือผู้มีอิทธิพล ก็จะขอตั้งคณะพนักงานสืบสวนสอบสวนเพื่อให้ มีมติว่าจะดำเนินการเกี่ยวกับเรื่องนั้น ๆ อย่างไรบ้างเพื่อเป็นการป้องกันตัวเอง ทำให้บุคคลภายนอกจะไม่สามารถมากดดันความเห็นในทางคดีของคณะฯ ได้” ผู้ให้ข้อมูลกล่าว

5. สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุป และอภิปรายผล

กองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.) เป็นหน่วยงานทาง การป้องกันและปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ กองบัญชาการตำรวจสอบสวนกลาง สังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติ มีอำนาจสอบสวนคดีอาญาความผิดฐานทุจริตต่อหน้าที่ ความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ราชการ หรือความผิดต่อตำแหน่งหน้าที่ในการยุติธรรม และความผิดตามกฎหมายว่าด้วยความผิดเกี่ยวกับการเสนอ

ราคาต่อหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งความผิดอาญาที่เกี่ยวข้องเนื่องทั่วราชอาณาจักร ได้แก่ คดีที่คณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติและสำนักงานปปท.ได้มีมติมอบหมายให้ดำเนินการตามกฎหมายว่าด้วยการป้องกันและปราบปรามการทุจริต โดยจากการศึกษาพบว่า บก.ปปป. มีปัญหาด้านปัจจัยด้านการบริหารงานบุคคล (Staffing) เป็นปัจจัยการบริหารที่มีความสำคัญที่สุดต่อการบริหารงานสอบสวนอย่างมีประสิทธิภาพ กล่าวคือ จำนวนบุคลากรไม่สอดคล้องกับปริมาณงาน รองลงมาเป็นปัจจัยด้านการจัดการงบประมาณ (Budgeting) และปัจจัยด้านการอำนวยการ (Directing) รวมทั้งการประสานงานกับองค์กรปราบปรามการทุจริตอื่น เช่น สำนักงาน ปปท. เป็นต้น ในเรื่องของการโอนความรับผิดชอบในการทำสำนวนคดีอาญาและการขาดความร่วมมือในการเข้ามาเป็นพยานเนื่องจากเป็นผู้รวบรวมข้อเท็จจริงในคดี เป็นต้น แต่หากเป็นเรื่องการร่วมมือกันจับกุมและแถลงผลงานการจับกุมต่อสื่อมวลชนจะมีตัวแทนขององค์กรเหล่านี้ร่วมอยู่ด้วยตามลำดับ โดยมีปัจจัยการบริหารด้านการรายงานผลการปฏิบัติ (Reporting) เพียงด้านเดียวที่ผู้ให้ข้อมูลสำคัญมีความเห็นไปในทิศทางเดียวกันน้อยที่สุด ในส่วนของปัจจัยประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานสอบสวน พบว่า ทางด้านผู้บังคับบัญชาใน บก.ปปป. ได้ให้ความร่วมมือและให้คำแนะนำในการทำสำนวนด้านความเป็นธรรมของกระบวนการสอบสวน พบว่า ระยะเวลาการดำเนินคดีมีอยู่อย่างตามกฎหมายมีอยู่จำกัด อาจจะทำให้สำนวนคดีอาญาไม่ครบถ้วนสมบูรณ์ส่งผลต่อความเป็นธรรมได้ ด้านความโปร่งใสของกระบวนการสอบสวน พบว่า เนื่องจากการสืบสวนสอบสวนเป็นกระบวนการลับไม่ได้เปิดเผยต่อสาธารณชนได้ ทำให้บุคคลที่เกี่ยวข้องในคดีอาญาจะเกิดความไม่ไว้วางใจในการดำเนินการสอบสวนได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของ ชยุตมารยาท (2565) วิจัยเรื่องการพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานสอบสวนของสถานีตำรวจในสังกัดตำรวจภูธรจังหวัดปทุมธานี พบว่าปัญหาและอุปสรรคในการบริหารจัดการงานสอบสวน แบ่งออกเป็น 4 ด้าน คือ ด้านบุคลากร ด้านงบประมาณ ด้านวัสดุ อุปกรณ์/เทคโนโลยีและสารสนเทศ และด้านการบริหารจัดการ

หากพิจารณาในด้านกฎหมายซึ่งเป็นประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาที่ให้อำนาจแก่พนักงานสอบสวนสังกัด บก.ปปป. และพนักงานสอบสวนสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติจะเห็นได้ว่า ระบบสอบสวนคดีอาญาไทยแบ่งออกเป็นขั้นตอนการสอบสวนของตำรวจ และขั้นตอนการออกคำสั่งฟ้องร้องของอัยการแยกออกจากกันเด็ดขาด โดยมีประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญาบัญญัติเกี่ยวกับบทบาทอำนาจหน้าที่ของตำรวจในฐานะพนักงานสอบสวน และพระราชบัญญัติตำรวจแห่งชาติ พ.ศ. 2565 บัญญัติเกี่ยวกับการบริหารงานสอบสวนของสำนักงานตำรวจแห่งชาติหากแต่ตัวอย่างคดีความผิดอาญาที่เกิดจากใช้อำนาจสอบสวนของตำรวจ และตัวอย่างเหตุการณ์ที่เกิดจากการบริหารงานสอบสวนของสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่ผ่านมา บทบัญญัติรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 แผนการปฏิรูปประเทศด้านกระบวนการยุติธรรม ข้อเสนอจากงานวิจัย และความเห็นของนักวิชาการต่างเสนอให้ปฏิรูปและปรับปรุงการดำเนินคดีอาญาขึ้นตำรวจสะท้อนให้เห็นว่าระบบสอบสวนคดีอาญาไทยในความรับผิดชอบของสำนักงานตำรวจแห่งชาติยังมีปัญหาขัดข้องไม่สามารถประกาศความยุติธรรมให้แก่ประชาชนผู้มีอรรถคดีอาญาได้มีดังเจตนารมณ์ของกฎหมายสอดคล้องกับงานวิจัยของ สันติ ผิวทองคำ (2565) ศึกษาเรื่องการพัฒนากระบวนการสอบสวนคดีอาญาในบทบาทพนักงานสอบสวน ได้ข้อสรุปว่าการพัฒนาระบบสอบสวนคดีอาญาในบทบาทพนักงานสอบสวนให้เหมาะสมกับประเทศไทยจำเป็นต้องปรับปรุงพัฒนาด้านบทบาทอำนาจหน้าที่ของพนักงานสอบสวนตามประมวลกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา และด้านการบริหารงานสอบสวนตามพระราชบัญญัติตำรวจ พ.ศ.2565 ควบคู่กัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐฐิ จำปาโพธิ์ (2562) ศึกษาเรื่องปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการสอบสวนคดีอาญาโดยพนักงานสอบสวน ในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติประเทศไทย พบว่ามีปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการสอบสวนคดีความผิดทางอาญาโดยพนักงาน

สอบสวนในสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่สำคัญสามประการด้วยกัน ได้แก่ ประการแรก ปัญหาเกี่ยวกับความเชี่ยวชาญในการสอบสวนคดีอาญาตามกฎหมายเฉพาะซึ่งอยู่ในอำนาจของหน่วยงานของรัฐแห่งอื่น นอกเหนือจากสำนักงานตำรวจแห่งชาติ ประการที่สอง ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการแจ้งข้อกล่าวหาในคดีอาญาที่ไม่ตรงกับข้อเท็จจริง และประการที่สาม ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการตรวจสอบถ่วงดุลการสอบสวนความผิดในคดีอาญาของพนักงานสอบสวน

5.2 ข้อเสนอแนะในการนำผลวิจัยในเชิงนโยบาย

1. การพัฒนาการสอบสวนด้านการบริหาร บก.ปปป. ในส่วนของบุคลากรโดยเฉพาะพนักงานสอบสวนรวมทั้งบุคคลกรที่เกี่ยวข้องกับงานด้านอำนวยการ และผู้ช่วยพนักงานสอบสวน สำนักงานตำรวจแห่งชาติควรมีนโยบายเพิ่มบุคลากรด้านนี้ให้สอดคล้องกับปริมาณที่เพิ่มขึ้น
2. การพัฒนาการสอบสวนด้านงบประมาณและวัสดุอุปกรณ์ สำนักงานตำรวจแห่งชาติควรมีนโยบายพิจารณาเพิ่มงบประมาณให้สอดคล้องกับปริมาณงานที่เพิ่มขึ้น เนื่องจากปัญหาการทุจริตและประพฤติมิชอบเป็นเรื่องเร่งด่วนของประเทศไทยที่ต้องรีบดำเนินการแก้ไข
3. การพัฒนาการสอบสวนด้านการสอบสวน สำนักงานสอบสวนคดีอาญา เป็นหน่วยงานธุรการของพนักงานสอบสวน คดีอาญา ต้องมีความเป็นอิสระในการบริหารงานตามที่กฎหมายกำหนด ไม่อยู่ภายใต้การกำกับ ควบคุมดูแลของฝ่ายการเมืองละฝ่ายบริหาร ควรมีนโยบาย หรือบทลงโทษสำหรับผู้ที่แทรกแซงการทำงาน
4. การพัฒนาการสอบสวนด้านคณะกรรมการพนักงานสอบสวนคดีอาญา สำนักงานตำรวจแห่งชาติ ควรมีนโยบายในการกำหนดคุณสมบัติของคณะกรรมการให้เป็นไปตามร่างพระราชบัญญัติพนักงานสอบสวนคดีอาญา ซึ่งเป็นองค์กฤษฎีตามกฎหมายย่อมจะเป็นหลักประกันความเป็นธรรม ความเจริญก้าวหน้า และความมั่นคงในอาชีพของพนักงานสอบสวนคดีอาญาที่จะปฏิบัติหน้าที่ได้มีเกียรติ มีศักดิ์ศรี

5.3 ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในครั้งต่อไป

1. ผู้ที่สนใจควรศึกษาความคิดเห็นของพนักงานสอบสวนสังกัดสำนักงานตำรวจแห่งชาติที่สังกัดสถานีตำรวจนครบาลและภูธร ที่มีต่อการพัฒนาการสอบสวนและรูปแบบที่เหมาะสมในการพัฒนาการสอบสวนในอนาคต เพื่อให้ได้ความเห็นที่เป็นของพนักงานสอบสวนทั่วประเทศซึ่งจะสามารถกำหนดแนวทางการพัฒนาได้อย่างถูกต้อง
2. นักวิจัยควรศึกษาความต้องการมีส่วนร่วมของประชาชนในงานสอบสวนและรูปแบบที่เหมาะสมในการมีส่วนร่วม เพื่อจะได้มีนโยบายให้ประชาชนเข้าร่วม เพื่อลดช่องว่างความเชื่อถือต่อพนักงานสอบสวน

เอกสารอ้างอิง

- กองบังคับการป้องกันปราบปรามการทุจริตและประพฤติมิชอบ (บก.ปปป.). (2567). **สถิติค่ากล่าวหา ร้องเรียน**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.cib.go.th/departments/corruption>
- คณิต ฌ นคร. (2561). **กฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา**. (พิมพ์ครั้งที่ 9, แก้ไขเพิ่มเติม). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- ชยุต มารยาทธร. (2565). การพัฒนาประสิทธิภาพการบริหารจัดการงานสอบสวนของสถานีตำรวจในสังกัด ตำรวจภูธรจังหวัดปทุมธานี. **วารสารวิชาการอาชีวศึกษาและนิติวิทยาศาสตร์**, 8(2), 116–135.
- ชาย โพธิ์สิตา. (2554). **ศาสตร์และศิลป์แห่งการวิจัยเชิงคุณภาพ**. (พิมพ์ครั้งที่ 5). กรุงเทพมหานคร: อมรินทร์พริ้นท์ พับลิชชิ่ง.
- ณรงค์ ใจหาญ. (2556). **หลักกฎหมายวิธีพิจารณาความอาญา เล่ม 1**. กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.
- ณัฐวุฒิ จำปาโพธิ์. (2562). ปัญหาทางกฎหมายเกี่ยวกับการสอบสวนคดีอาญาโดยพนักงานสอบสวน ในสังกัด สำนักงานตำรวจแห่งชาติประเทศไทย. **วารสารวิชาการเฉลิมกาญจนา**, 6(1), 27–38.
- รัชชัย ชัยนันท. (2564). พนักงานสอบสวนในอุดมคติของประชาชน. **วารสารวิชาการรัตนบุศย์**, 3(1), 46–56.
- วัชรภรณ์ จัตุลคำเพ็ญ. (2558). **การปฏิรูปเพื่อแก้ไขปัญหาการทุจริต: ภาคส่วนราชการ**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567 จาก https://cdc.parliament.go.th/ewtadmin/ewt/parliament_parcy/ewt_dl_link.php?nid=31187&filename=house2558
- ศรัณยา สีสมา. (2564). **การสอบสวนในคดีอาญา**. กรุงเทพมหานคร: สำนักวิชาการ สำนักงานเลขาธิการสภาผู้แทนราษฎร.
- เศรษฐพร หนูนชู. (2560). **ธรรมาภิบาล : การแก้ปัญหาคอร์รัปชันในสังคมไทย**. **วารสารมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย**, 8(1), 1–11.
- สันติ ผิวนทองคำ. (2565). **การพัฒนาระบบสอบสวนคดีอาญาในบทบาทพนักงานสอบสวน**. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารกระบวนการยุติธรรม คณะนิติศาสตร์, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2566). **เกร็ดความรู้...สู่ทุจริต เรื่อง สถิติการตรวจรับค่ากล่าวหา ปีงบประมาณ พ.ศ.2566 (1 ตุลาคม 2565–30 เมษายน 2566)**. [ออนไลน์] ค้นเมื่อ 25 ตุลาคม 2567 จาก <https://www.nacc.go.th/categorydetail/2021110415414676/20230807114215?>
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2560). **ประกาศ กฎหมาย กฎ ระเบียบปฏิบัติที่เกี่ยวข้อง**. กรุงเทพมหานคร: สำนักงานยุทธศาสตร์ตำรวจ สำนักงานตำรวจแห่งชาติ.
- อิงครัต ดลเจิม. (2563). **หลักการแนวคิดทฤษฎีและการบริหารจัดการกระบวนการยุติธรรมทางอาญา**. **วารสารกฎหมายและสังคมรังสิต**, 2(1), 69–85.
- Roxin, C. (2014). **Strafprozessordnung** [Criminal Procedure Code]. (50th ed), C.H. Beck Verlag.
- Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). **Qualitative data analysis: An expanded sourcebook** (2nd ed.). Sage Publications, Inc.

คำแนะนำในการเตรียมต้นฉบับ

1. บทนำ

ต้นแบบ (template) จัดเตรียมได้โดยใช้ทั้งโปรแกรม Ms Word และบันทึกอยู่ในรูปของไฟล์ต้นแบบนามสกุล .docx และ .doc เพื่อให้ผู้เขียนบทความนำไปใช้ และทราบถึงรูปแบบ (format) ต่างๆ ที่ใช้ในการจัดทำบทความต้นฉบับ โดยส่วนประกอบต่างๆ ของบทความจะต้องมีลักษณะที่เหมือนกัน เพื่อให้วารสารมีความเป็นระเบียบเรียบร้อย

บทความจะต้องประกอบด้วยส่วนต่างๆ ตามลำดับต่อไปนี้ คือ ส่วนนำ ประกอบด้วย ชื่อเรื่องภาษาไทย ชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ ชื่อผู้เขียนบทความ ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน ที่อยู่ E-mail เฉพาะของผู้เขียนผู้รับผิดชอบบทความ (Corresponding author) บทคัดย่อภาษาไทย คำสำคัญ บทคัดย่อภาษาอังกฤษ และคำสำคัญภาษาอังกฤษ ในส่วนเนื้อเรื่อง แบ่งออกเป็น 2 ประเภทตามลักษณะของบทความดังนี้

1. บทความวิจัย เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) บทนำ วัตถุประสงค์ในการศึกษา/การวิจัย สมมติฐานในการศึกษา/การวิจัย (ถ้ามี) (2) เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง/กรอบแนวคิด (3) วิธีดำเนินการศึกษา/การวิจัย (4) ผลการศึกษา/การวิจัย (5) สรุปผลการศึกษา/การวิจัย อภิปรายผลการศึกษา/การวิจัย ข้อเสนอแนะ (6) กิตติกรรมประกาศ (ถ้ามี) (7) เอกสารอ้างอิง

2. บทความทางวิชาการ เนื้อเรื่อง ควรประกอบด้วย (1) ความนำ/บทนำ (2) วัตถุประสงค์ของบทความ (3) เนื้อเรื่อง/เนื้อหาของบทความ (4) บทสรุป (5) เอกสารอ้างอิง

2. คำแนะนำในการเขียนต้นฉบับบทความ

2.1 การจัดหน้ากระดาษ

บทความที่จะใช้ภาษาไทยเป็นหลัก (และอาจจะมีคำภาษาอังกฤษแทรกได้) ตามรูปแบบที่กำหนดขนาดของบทความจะอยู่ในพื้นที่ของกระดาษ A4 พิมพ์แนวตั้ง (portrait) โดยตั้งค่าหน้ากระดาษ (page setup) ทุกด้านให้มีระยะขอบ (margins) ด้านละ 1 นิ้วเท่ากันทั้งหมด และความยาวของบทความ (รวมหน้าบทคัดย่อ) ไม่ควรเกิน 12 หน้า

ทั้งนี้ต้นแบบนี้จะบอกรายละเอียดของรูปแบบของบทความที่ถูกต้อง เช่น ขนาดของกรอบ ความกว้างของคอลัมน์ระยะห่างระหว่างบรรทัด และรูปแบบของตัวอักษร ห้ามปรับเปลี่ยนให้ต่างไปจากที่ระบุ กรุณาระลึกเสมอว่าบทความของท่านจะถูกนำไปรวมกับบทความอื่นๆ ในวารสารฯ ไม่ใช่เอกสารที่พิมพ์เดี่ยวๆ ดังนั้นบทความทั้งหมดควรที่จะต้องอยู่ในรูปแบบเดียวกัน อย่าขยายขนาดระยะห่างระหว่างบรรทัดเมื่อจะขึ้นย่อหน้าใหม่

การลำดับหัวข้อในเนื้อเรื่องให้ใส่เลขกำกับ โดยให้บทนำเป็นหัวข้อหมายเลข 1 และหากมีการแบ่งหัวข้อย่อย ก็ให้ใช้เลขระบบทศนิยมกำกับหัวข้อย่อย เช่น 2.1, 2.1.1 เป็นต้น

2.2 ขนาดตัวอักษรและการเว้นระยะ

2.2.1 ขนาดตัวอักษร

ตัวอักษรที่ใช้ในการจัดทำบทความนี้คือ “TH SarabunPSK” สำหรับชื่อเรื่องบทความ ให้ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 18 จุด (points) ชื่อผู้เขียนบทความ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด ชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียน และที่อยู่ E-mail ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 14 จุด ชื่อหัวข้อหลัก (เช่น 1., 2.) หัวข้อย่อย (เช่น 1.1, 1.2, ...) หรือหัวข้อย่อย (เช่น 1.1.1, 1.1.2, ...) ใช้ตัวอักษรแบบหนาขนาด 16 จุด บทคัดย่อและเนื้อความต่างๆ ใช้ตัวอักษรแบบธรรมดาขนาด 16 จุด รายละเอียดดังแสดงในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 รายละเอียดรูปแบบตัวอักษรสำหรับการจัดทำบทความต้นฉบับ

องค์ประกอบ	ตัวอักษร	รูปแบบอักษร	ขนาดอักษร (จุด)
ชื่อเรื่องบทความ	TH SarabunPSK	หนา	18
ชื่อผู้เขียน	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ชื่อหน่วยงานหรือสถาบัน ของ ผู้เขียน และที่อยู่ E- mail	TH SarabunPSK	ธรรมดา	14
หัวเรื่อง 1 (1.,2,...)	TH SarabunPSK	หนา	18
หัวเรื่อง 2 (1.1,1.2,...)	TH SarabunPSK	หนา	16
หัวเรื่อง 3 (1.1.1, ...)	TH SarabunPSK	หนา	16
เนื้อหาและบทคัดย่อ	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายรูป	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
คำอธิบายตาราง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16
ตัวแปรในสมการ **	**	**	**
เอกสารอ้างอิง	TH SarabunPSK	ธรรมดา	16

** จัดทำโดยใช้ MathType/ Ms Equation Object 3.0 ดูรายละเอียดเพิ่มเติมในหัวข้อที่ 2.5

2.2.2 การเว้นระยะ

เนื้อเรื่องในแต่ละบรรทัดให้จัดเรียงชิดซ้ายและขวาอย่างสวยงามโดยตั้งค่าการกระจายแบบไทย (Thai Distributed)

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 1 เช่น 1. และ 2. จะใช้ขนาดระยะ 14 จุด

การเว้นระยะระหว่างบรรทัดสำหรับหัวเรื่อง 2 และ 3 เช่น 2.1, 2.2 หรือ 2.2.1, 2.2.2 จะใช้ขนาดระยะ 8 จุด

กำหนดระยะในการย่อหน้า ย่อหน้าแรกอยู่ที่ 0.5 นิ้ว ย่อหน้าต่อไปย่อหน้าละ 0.25 นิ้ว (0.5, 0.75, 1.00,)

2.3 ชื่อเรื่อง ชื่อผู้แต่ง และหัวข้อ

การพิมพ์ชื่อเรื่อง ให้วางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ เริ่มจากชื่อเรื่องภาษาไทย ขึ้นบรรทัดใหม่เป็นชื่อเรื่องภาษาอังกฤษ (กรณีชื่อเรื่องเกิน 2 บรรทัดให้จัดในลักษณะสามเหลี่ยมกลับหัว) ชื่อผู้เขียนภาษาไทย และอังกฤษ สำหรับชื่อหน่วยงานหรือสถาบันของผู้เขียนและที่อยู่ Corresponding author : ให้พิมพ์ไว้ส่วนท้ายของหน้าแรกของงานที่นำเสนอ

2.4 การจัดทำรูปภาพ

รูปภาพที่ใช้จะต้องมีความคมชัดเพียงพอเพื่อให้ผู้อ่านสามารถเห็นรายละเอียดในรูปภาพได้ชัดเจน แต่ไม่ควรมีขนาดไฟล์ที่ใหญ่จนเกินไป เพราะจะทำให้ไฟล์บทความต้นฉบับมีขนาดใหญ่ตามไปด้วย โดยรูปภาพจะต้องวางไว้ตำแหน่งกลางหน้ากระดาษ ตัวอักษรทั้งหมดในรูปภาพ จะต้องมีความสูง 16 จุด เพื่อให้ผู้อ่านสามารถอ่านได้สะดวก โดยรูปภาพทุกรูปจะต้องมีหมายเลขแสดงลำดับและคำบรรยายได้ภาพ หมายเลขและคำบรรยายรวมกันแล้วควรจะมีขนาดไม่เกิน 2 บรรทัด และควรเว้นบรรทัด 1 บรรทัด เหนือขอบของรูปภาพและใต้ คำอธิบายภาพ

2.5 การเขียนสมการ

สมการที่ใช้ในบทความควรจะเป็นการสร้างจากโปรแกรม MathType หรือเป็นวัตถุของ Microsoft Equation มีขนาด 14 จุด และเป็นตัวอักษร “TH SarabunPSK” ขนาด 14 จุด สมการทุกสมการจะต้องมีหมายเลขกำกับอยู่ภายในวงเล็บ และเรียงลำดับที่ถูกต้อง ตำแหน่งของหมายเลขสมการ (ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด) และจะต้องจัดตำแหน่งของสมการให้มีความสวยงาม

2.6 การจัดทำตาราง

ตัวอักษรในตาราง ให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ขนาด 16 จุด สำหรับหัวข้อของตาราง และให้ใช้ตัวอักษร TH SarabunPSK ธรรมดาขนาด 16 จุด สำหรับเนื้อหา ควรตีเส้นกรอบตารางด้วยหมึกดำให้ชัดเจน (ทั้งนี้ผู้เขียนบทความอาจจะใช้ขนาดอักษรที่เล็กกว่า 16 จุดได้ โดยขึ้นอยู่กับเนื้อหาและความสวยงามของการจัดตาราง)

2.7 การอ้างอิงและเอกสารอ้างอิง

การอ้างอิงในบทความ กรณีที่ผู้เขียนต้องการระบุแหล่งที่มาของข้อมูลในเรื่องให้ใช้วิธีการอ้างอิงในส่วนเนื้อเรื่องแบบนาม-ปี (author-date in-text citation) โดยระบุ ชื่อผู้แต่ง และปีพิมพ์ของเอกสาร ไว้ข้างหน้าหรือข้างหลังข้อความที่ต้องการอ้าง เพื่อบอกแหล่งที่มาของข้อความนั้นและอาจจะระบุเลขหน้าด้วยก็ได้ เช่น มานะ รักยิ่ง (2555: 45) กล่าวว่าหรือ (มานะ รักยิ่ง, 2555: 45) ในกรณีที่ผู้แต่งตั้งแต่ 4 คนขึ้นไปให้ใช้ และคณะ เช่น มานะ รักยิ่ง และคณะ (2555: 51) หรือ (มานะ รักยิ่ง และคณะ, 2555: 51) ถ้าเป็นภาษาอังกฤษหรือภาษาใดๆ ที่เขียนด้วยตัวอักษรภาษาอังกฤษให้ใช้ et al. ต่อท้ายผู้แต่งคนแรก เช่น Schaad et al. (1992: 405) หรือ (Schaad et al., 1992: 405)

การอ้างอิงท้ายบทความ เป็นการรวบรวมรายการเอกสารทั้งหมดที่ผู้เขียนบทความได้ใช้อ้างอิงในการเขียนบทความจัดเรียงรายการตามลำดับอักษรชื่อผู้แต่ง ภายใต้หัวข้อ เอกสารอ้างอิง สำหรับบทความภาษาไทยหรือ Reference สำหรับบทความภาษาอังกฤษ โดยให้เรียงลำดับเอกสารอ้างอิงที่เป็นภาษาไทยขึ้นก่อนและตามด้วยภาษาอังกฤษหรือภาษาอื่นๆ และไม่ต้องใส่หมายเลขหน้า ให้แสดงเฉพาะเอกสารที่นำมาอ้างอิงในเรื่องเท่านั้น ไม่ควรอ้างอิงเอกสารใดๆ ที่ยังไม่ได้มีการตีพิมพ์ โดยเรียงลำดับตามตัวอักษร หากรายละเอียดของเอกสารอ้างอิงมีความยาวมากกว่าหนึ่งบรรทัดให้พิมพ์ต่อบรรทัดถัดไป โดยที่ย่อหน้าเว้นระยะจากขอบซ้ายของหน้ากระดาษ 0.5 นิ้ว โดยใช้รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association) ตัวอย่างการเขียนเอกสารอ้างอิงมีดังนี้

2.7.1 หนังสือหรือตำรา

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **ชื่อหนังสือ**. เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

นันทวัฒน์ บรมานันท์. (2545). การปกครองส่วนท้องถิ่นตามรัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พ.ศ.

2540. (พิมพ์ครั้งที่ 2). กรุงเทพมหานคร: วิญญูชน.

Tzeng, O.C.S. (1993). Measurement of love and intimate relations: Theories, scales and Applications for Love development, Maintenance, and dissolution. London: Praeger.

2.7.2 หนังสือหรือตำราที่มีบรรณาธิการ

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. ใน ชื่อบรรณาธิการ, **ชื่อหนังสือ**. (เลขหน้าบทความ). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

Hartley, J. T., Harker, J. O., & Walsh, D. A. (1980). Contemporary issues and new directions in adult development of learning and memory. In Poon, L. W. (Ed.), **Aging in the 1980s: Psychology issues** (239-252). Washington, DC: American Psychology Association.

2.7.3 วารสาร/ข่าวสาร/นิตยสาร

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์, เดือน). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**, ปีที่ (ฉบับที่), เลขหน้าบทความ. (ตัวอย่างเช่น)

ประหยัด หงษ์ทองคำ. (2544, เมษายน). อำนาจหน้าที่ของรัฐสภาตามบทบัญญัติรัฐธรรมนูญ พ.ศ. 2540. **รัฐสภาสาร**, 49 (4), 1-16.

2.7.4 วิทยานิพนธ์และดุษฎีนิพนธ์

รูปแบบ: ชื่อผู้เขียนวิทยานิพนธ์. (ปีที่วิจัยสำเร็จ). **ชื่อวิทยานิพนธ์**. วิทยานิพนธ์ปริญญา(ระดับ) ชื่อสาขาวิชาสังกัดของสาขาวิชา มหาวิทยาลัย. (ตัวอย่างเช่น)

เข็มทอง ศิริแสงเลิศ. (2540). การวิเคราะห์ระบบประกันคุณภาพการศึกษาของโรงเรียนอาชีวศึกษาเอกชน กรุงเทพมหานคร. ดุษฎีนิพนธ์ปริญญาครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัยจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

2.7.5 รายงานการวิจัย

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง. (ปีที่พิมพ์). **รายงานการวิจัยเรื่อง** . เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์. (ตัวอย่างเช่น)

ชวนพิศ สุทัศน์เสถียร. (2534). รายงานการวิจัยเรื่อง การใช้และไม่ใช้บริการ กฤตภาคของนักศึกษา มหาวิทยาลัยรามคำแหง. กรุงเทพมหานคร: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.

2.7.6 เอกสารอิเล็กทรอนิกส์

รูปแบบ: ชื่อผู้แต่ง .(ปี) .ชื่อเรื่อง. [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ [วัน เดือน ปี] จาก แหล่งสารสนเทศ.[หรือ URL]] (ตัวอย่างเช่น)

ภาควิชาบรรณารักษศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ (2552). การลงรายการบรรณานุกรม

ตามกฎ APA Style [ออนไลน์]. ค้นเมื่อ 1 มิถุนายน 2552 จาก

<http://www.human.cmu.ac.th/~lib/documents/Bliography.pdf>

Urmila, R. & Parlikar, M., S. (2002). **Organizational Citizenship Behaviors**. [Online]. Retrieved May 20, 2014, from <http://www.worktrauma.org>.

3. การส่งต้นฉบับ

ส่งต้นฉบับผ่านระบบ ThaiJO ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/JMSNPRU>
หรือส่งไฟล์ข้อมูลผ่าน E-mail: wisitson@webmail.npru.ac.th

“กองบรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม”

คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม

85 หมู่ 3 ถนนมาลัยแมน ต.นครปฐม อ.เมือง จ.นครปฐม 73000

โทรศัพท์. 0-3426-1021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 0-3426-1068

สอบถามรายละเอียดเพิ่มเติม ติดต่อ

นางสาวอุทัยวรรณ รุ่งทองนิรันดร์ โทร. 034-261021-36 ต่อ 3360 โทรสาร 034-261068

แบบฟอร์มการนำเสนอบทความ

วันที่.....เดือน..... พ.ศ.

เรียน บรรณาธิการวารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม
เรื่อง ส่งบทความ

สิ่งที่ส่งมาด้วย

1. บทความจำนวน 3 ชุด
2. ไฟล์ข้อมูลจำนวน 1 แผ่น

ข้าพเจ้า นาย/นาง/นางสาว ชื่อ..... นามสกุล.....

I, Mr./Mrs./Miss Name & Surname.....

ที่อยู่เพื่อการติดต่อโดยละเอียด บ้านเลขที่ตำบล/แขวง.....

อำเภอ/เขต..... จังหวัด

รหัสไปรษณีย์..... โทรศัพท์เคลื่อนที่.....

โทรศัพท์..... โทรสาร

อีเมล.....

บทความดังกล่าวเป็น

- ☐ บทความวิจัย
- ☐ บทวิจารณ์หนังสือ
- ☐ บทความปริทัศน์
- ☐ ไม่ได้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา
- ☐ เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษา ตามหลักสูตร.....

สาขา..... สถาบันการศึกษา.....

ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. ชื่อบทความภาษาไทย.....
2. ชื่อบทความภาษาอังกฤษ
3. เจ้าของผลงาน ตำแหน่งทางวิชาการ/ระบุตำแหน่งหน้าที่

ชื่อบทความภาษาไทย

คนที่ 1 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 2 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

คนที่ 3 ชื่อ

(ภาษาไทย).....

(ภาษาอังกฤษ).....

สถาบันการศึกษา/สถานที่ทำงาน.....

.....

สถานที่ติดต่อของผู้ติดต่อของผู้ส่งบทความ (ซึ่งกองบรรณาธิการสามารถติดต่อได้สะดวก)

ที่อยู่ (Contact Info).....แขวง/ตำบล (Sub district)

เขต/อำเภอ (District).....จังหวัด (Province).....

รหัสไปรษณีย์ (Postal code).....

โทรศัพท์ (Telephone).....

โทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile)

E-mail:

ข้าพเจ้าขอรับรองว่าบทความนี้ I hereby acknowledge this manuscript

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าแต่เพียงผู้เดียว (is my original work)

☐ เป็นผลงานของข้าพเจ้าและผู้ร่วมงานตามที่ระบุในบทความจริง

(is the original work of authors as indicated above)

โดยบทความดังกล่าวไม่เคยตีพิมพ์ และไม่อยู่ระหว่างการเสนอชื่อเพื่อตีพิมพ์ในวารสารใดมาก่อน

ข้าพเจ้ายินดีให้กองบรรณาธิการคัดเลือกผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อพิจารณาต้นฉบับบทความดังกล่าวได้ตาม
สมควร

This manuscript has never been previously published elsewhere for publication.

I acknowledge that the editorial board reserves the full right to select appropriate
peer reviewers to review my manuscript and to edit it for publication guidelines.

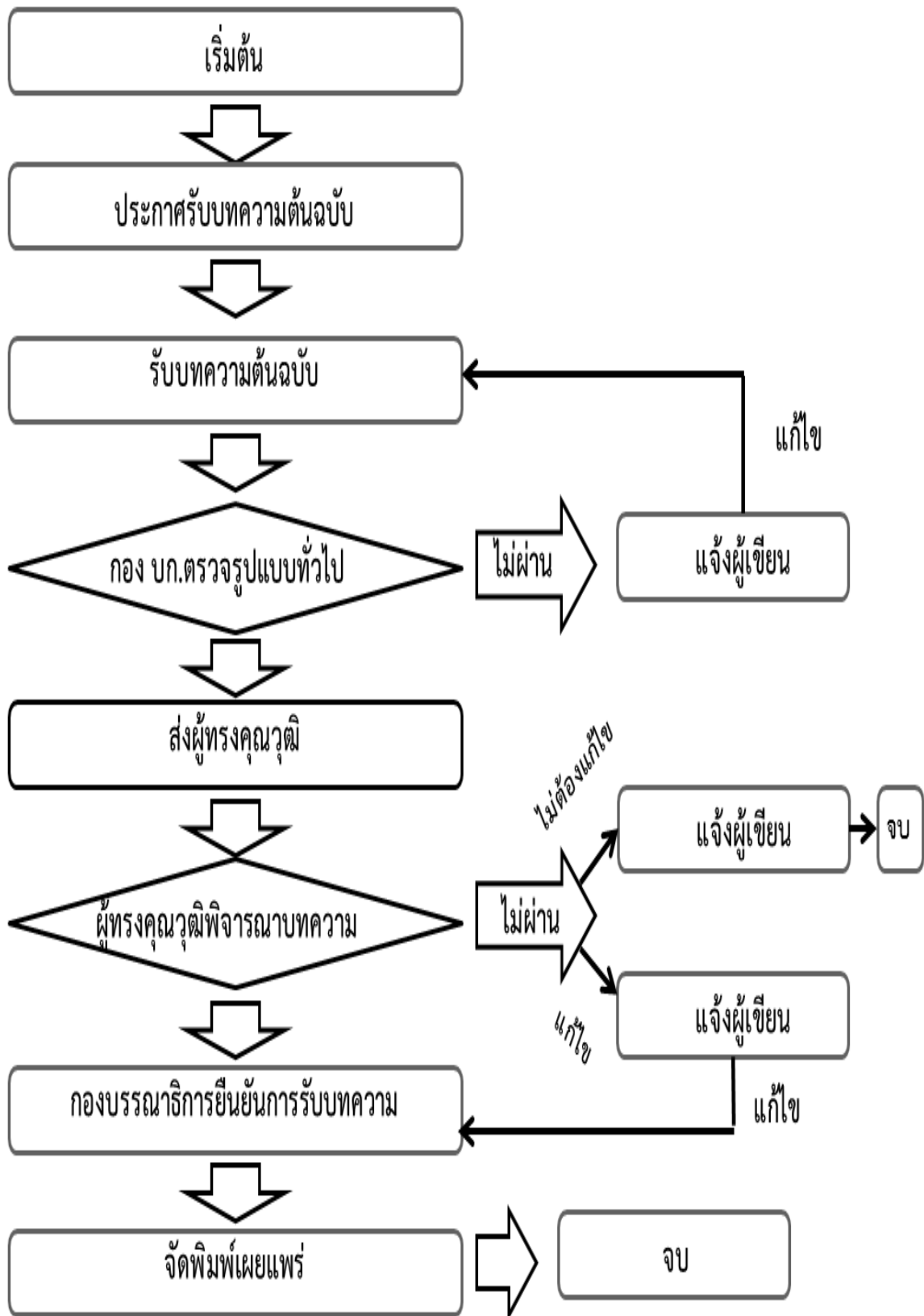
จึงขอส่งบทความมาเพื่อพิจารณา

ขอแสดงความนับถือ

ลงชื่อ

ผู้ส่งบทความ

ขั้นตอนการจัดทำ
วารสารวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม





Department of Research