

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

Journal of Administration and Social Science Review

กำหนดการเผยแพร่

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ กำหนดเผยแพร่ ปีละ 6 ฉบับ (2 เดือน/1ฉบับ)

วัตถุประสงค์

เพื่อเป็นช่องทางการเผยแพร่ผลงานวิชาการ และผลงานวิจัยทางสหวิทยาการสังคมศาสตร์ของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไป และแขนงวิชาที่เกี่ยวข้อง ซึ่งเป็นผลงานในเชิงบูรณาการทางสังคมศาสตร์ รัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารการศึกษา พระพุทธศาสนาและปรัชญา ตลอดจน บทความวิเคราะห์ที่เสนอทางออกให้กับปัญหาที่อยู่ในความสนใจของสังคม

บรรณาธิการ

นางสาวสุธามาศ สุขไมตรี

กองบรรณาธิการ

พระเมธาวิเชียร (สุเทพ พุทธจรรยา), รศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.สมบูรณ์ วัฒนะ	มหาวิทยาลัยมหิดล
ผศ.ดร.อนุวัต กระสังข์	มหาวิทยาลัยกรุงเทพธนบุรี
ผศ.ดร.วันชัย สุขตาม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสุรินทร์
ผศ.ดร.จักรวาล สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
อาจารย์พรพิมล ศิริวัฒน์	จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย
อาจารย์ปารมี วชิรปทุมมุตต์	โรงเรียนแม่จันวิทยาคม

เลขานุการ : นายภูริช สุขไมตรี

ศิลปกรรม : นายปิยพงษ์ สันธนะกุล

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

เครือข่ายส่งเสริมงานวิชาการทางสังคมศาสตร์

สำนักการบริหารและสังคมศาสตร์ 157/17 หมู่ที่ 7 ต.กระทุ่มล้ม อ.สามพราน จ.นครปฐม 73220

โทรศัพท์ : 063-3484828 E-mail: sukmaintree1945@gmail.com

จัดพิมพ์โดย: เจ.ปรีณ เลขที่ 94 พระบรมมหาราชวัง เขตพระนคร กรุงเทพมหานคร 10200

ผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรองบทความ (Peer Review)

พระมหาบุญเลิศ อินทปญโญ, ศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
พระครูปลัดกวีวัฒน์ (ธีรวิทย์ สุคนธวรรณ), ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
พระมหาวิโรจน์ คุณติโร, ผศ.ดร.	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
รศ.ดร.โกนิษฐ์ ศรีทอง	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.สุรพล สุยะพรหม	มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย
รศ.ดร.โชติ บดีรัฐ	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.ภาสกร ดอกจันทร์	มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม
รศ.ดร.สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ	มหาวิทยาลัยเกริก
รศ.ดร.สุขพัฒน์ อนันต์จารย์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.ตระกูล ชำนาญ	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ผศ.ดร.ชาญชัย จิตรเหล่าอาพร	มหาวิทยาลัยสยาม
ผศ.ดร.ชุมพล รอดแจ่ม	มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา
ผศ.ดร.ฐิติมา ไห้ลายอง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลรัตนโกสินทร์
ผศ.ดร.ณัฐพงศ์ บุญเหลือ	มหาวิทยาลัยรามคำแหง
ผศ.ดร.ธรา อังสกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผศ.ดร.ธีรภัทร์ ลอยวิรัตน์	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม
ผศ.ดร.พิมพ์พีจี้ บรรจงปรุ	มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา
ผศ.ดร.ภัทรพร พงศาปรมัตถ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
ผศ.ดร.ศุภกฤษฎี นวัตกรรมกุล	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีสุรนารี
ผศ.ดร.สุทิดา รัตนวิชา	มหาวิทยาลัยเกริก
ผศ.ดร.สุขุมพงศ์ ขาญนวงศ์	มหาวิทยาลัยเกริก
ผศ.นฤมลวรรณ สุขไมตรี	มหาวิทยาลัยราชภัฏเทพสตรี
ผศ.สุริวัตร จันทรโสภา	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.เพ็ญฟ้า ปัญญา	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.วงศ์ชนก จำเริญสาร	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.วิญญู กินแสน	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.สาธิต รักษิตัญญู	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.สุนทรีย์ ตั้งศรีวงศ์	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.อดิศักดิ์ โชติธรรมธรา	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.อุดมลักษณ์ ศรีซัซม	มหาวิทยาลัยนเรศวร
อ.ดร.กรรณา มธุรารังสรรค์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
อ.ดร.อุเทน ลาพิงค์	มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
ร้อยโท ดร.วัชชัย คำยอด	มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี
อ.สุตทัย ครูส่ง	มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี
อ.อาภาภรณ์ จวนสา	มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม

อ.ธนรัสมิ์ อีรธนาเกียรติ
อ.สุพรรณิ บุญหนัก
Totsaporn Intarabumrung

สถาบันการจัดการปัญญาภิวัฒน์
มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย
Roxbury Community College

บทบรรณาธิการ

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ฉบับนี้เป็นวารสาร ปีที่ 6 ฉบับที่ 1 เดือนมกราคม-กุมภาพันธ์ 2566 ที่ได้รับการรับรองคุณภาพวารสารจากศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (Thai Journal Citation Index-TCI) เพื่อรักษาคุณภาพของบทความให้เป็นไปตามเงื่อนไขและกติกาสากล กองบรรณาธิการได้พิจารณาบทความ โดยเสนอบทความต่อคณะกรรมการผู้ทรงคุณวุฒิกลั่นกรอง (Peer Review) จำนวน 2-3 คน พิจารณาตรวจสอบแก้ไขเพื่อความสมบูรณ์ของบทความก่อนการลงตีพิมพ์ และคัดเลือก กลั่นกรองบทความให้เกิดความสมบูรณ์และมีคุณภาพมากที่สุด ควรค่าแก่การตีพิมพ์เผยแพร่ รวมถึง เพื่อให้เกิดประโยชน์สูงสุดทางวิชาการ และเป็นการพัฒนาศักยภาพทางด้านการสร้างสรรค์ผลงานทางวิชาการ สำหรับเนื้อหาของวารสารฉบับนี้ ถือได้ว่ามีความโดดเด่นที่เน้นกระบวนการวิจัยที่เข้มข้น โดยภาพรวมหลักเป็นการพัฒนาจากงานวิจัยที่ศึกษาเฉพาะกรณีในแต่ละบทความได้เน้นกระบวนการวิจัยเชิงลึกในหลายรูปแบบทั้งในรูปแบบของการสอบถาม การสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม กอปรกับบทความส่วนใหญ่แสดงถึงการทำงานร่วมกันของผู้นิพนธ์ในลักษณะทีมงาน ทำให้บทความมีความละเอียด รอบคอบ ถี่ถ้วน มีการวิเคราะห์ถึงปัญหาและข้อเสนอแนะได้อย่างสมบูรณ์ น่าสนใจ

ขอขอบพระคุณคณาจารย์ นิสิต นักศึกษา และผู้สนใจทั่วไปทุกท่านที่ให้ความสนใจร่วมส่งบทความเผยแพร่ ในวารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ และขอขอบพระคุณกองบรรณาธิการ ผู้ทรงคุณวุฒิพิจารณาถ้อยแถลงบทความทุกท่านมา ณ โอกาสนี้

นางสาวสุธามาศ สุขไมตรี
บรรณาธิการ

สารบัญ (Content)

	หน้า
กองบรรณาธิการ.....	(1)
คณะกรรมการกลั่นกรองบทความ.....	(2-3)
บทบรรณาธิการ.....	(4)
สารบัญ (Content).....	(5)-(6)
รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย..... <i>ศุภกานต์ ดิดขำ, เขวฤทธิ์ จันจัน, หยกแก้ว กมลวรรณ</i>	1-12
การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่ อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด..... <i>รชพล ศรีขาวรส, วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ</i>	13-24
โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) กับการพัฒนาชุมชนด้าน ผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้าน วังหว่า ตำบลวังหว่า อำเภอแกลง จังหวัดระยอง..... <i>รติมา พงษ์อริยะ, สุภาคีพรรณ ตั้งตรงไพโรจน์</i>	25-38
ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของ ผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร..... <i>ศุภกศรี ศรีคงแก้ว</i>	39-52
Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิง สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่..... <i>ฉวีวรรณ สุวรรณภา, อภิชา สุขจีน, พัฒน์นรี อัฐวงศ์</i>	53-66
วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่ การศึกษามัธยมศึกษา..... <i>ชินวิทย์ จันทร์เพ็ญ, คชาเทพ จันทร์เจริญ, เปี่ยมพร สุทินฤกษ์</i>	67-78
ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูใน สถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3..... <i>เรวัฒน์ ไชยบาล, วีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์, จำนงค์ แจ่มจันทร์วงษ์</i>	79-90
การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน สัมมาชีพในจังหวัดแพร่..... <i>อรอนงค์ วุวงศ์, ฉวีวรรณ สุวรรณภา, เกียรติศักดิ์ พองคำ, นวัชรโรจน์ อินเต็ม</i>	91-104
แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทย: การวิเคราะห์และ สังเคราะห์องค์ความรู้จากการวิจัย..... <i>กัลยา สว่างคง</i>	105-116

	หน้า
การมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก..... รุ่งโรจน์ ฝ่ายเยื่อ, ไชยรัตน์ ศรินคร	117-126
คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด..... วัชรกร หนูเกื้อ, สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ	127-140
พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอมือง จังหวัดสมุทรปราการ..... ณพิชญา หนูเกื้อ, สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ	141-154
การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุของชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร..... ธีรเดช สอนทองทวีพร	155-164
การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565..... แสงจันทร์ ทองนาค, ยุวัฒน์ วุฒิเมธี	165-174
การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี..... มนสิกาญจน์ รักษาชื่อ, ชัยอนันต์ สิริเบญจานนท์	175-188
ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอมือง จังหวัดปทุมธานี..... สามารถ รักษาชื่อ, ชัยอนันต์ สิริเบญจานนท์	189-198
สมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี..... ลภภัสร์ ภคณานา, นราเขต ยิ้มสุข	199-212
นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง..... สมพิศ สายบุญชื่น, ชัยรินทร์ ชิตบุญ, ชำนาญ ชูเที่ยง, กัมปนาท วงศ์วัฒนพงษ์	213-224
นโยบายผู้สูงอายุกับการส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี..... ศักดิ์ชัย แก้วเอี่ยม, พระครูใบฎีกาสราวุฒิ เกตุเมฆ, พรชัย จิตศรีณกุล, โชติ บดีรัฐ	225-234
แนวทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศ..... ภาณุวัฒน์ จรูญสนองกิจ, ชวลวิทย์ เกตุรัตน์, นวรัตน์ ไวยมกุ	235-246
ภาคผนวก..... หลักเกณฑ์การเสนอบทความและคำแนะนำสำหรับผู้นิพนธ์	247-252

รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

A Model for Promoting the Bilateral Network of Sukhothai Vocational College

ศุภกานต์ ดิดขำ¹ ชาวฤทธิ์ จันจัน² หยกแก้ว กมลวรเดช³
Supakan Didkum, Chaowarit Chancheen, Yokkaew Kamolvoradej

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี สร้างรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี และเพื่อประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย การวิจัยนี้เป็นการใช้วิธีวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods Research) ประชากร ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 66 คน นักศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีการศึกษา 2564 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 22 คน สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์ และซัพพลายเชน จำนวน 60 คน ประเภทวิชาอุตสาหกรรมการท่องเที่ยว สาขาวิชาการโรงแรม จำนวน 17 คน และสถานประกอบการที่ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย ปีการศึกษา 2564 จำนวน 5 แห่ง รวมทั้งหมด 175 คน และผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 18 คน ในการเก็บรวบรวมข้อมูลใช้แบบสอบถาม และวิเคราะห์เนื้อหา

ผลการวิจัย พบว่า 1. สภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่าอันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากร รองลงมา คือ ด้านการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการวัดผลประเมินผลและ 2.รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย มี 5 องค์ประกอบ คือ ด้านบุคลากร ด้านการบริหารจัดการ ด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านการวัดผลประเมินผล 3. ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

คำสำคัญ (Keywords) : รูปแบบ; การส่งเสริมเครือข่าย; เครือข่ายระบบทวิภาคี

Received: 2022-10-17 Revised: 2022-11-01 Accepted: 2022-11-02

¹ สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ Education Administration Uttaradit Rajabhat University. E-mail: Supakan8299@gmail.com

² คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ Faculty Education Uttaradit Rajabhat University. E-mail: CHAOWARIT.CHA@live.ur.ac.th

³ คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏอุดรดิตถ์ Faculty Education Uttaradit Rajabhat University. E-mail: YOKKAEW.KAM@live.ur.ac.th

Abstracts

This study aimed to study the problems of promoting bilateral networks; to establish the bilateral networks; and to evaluate the appropriateness of the bilateral network of Sukhothai Vocational College. A mixed research method was used this study. Population consisted of 5 school administrators, 66 teachers and educational staff, as well as 60 students in the high vocational certificate program (business administration) from the marketing department. at the 2021 academic year at Sukhothai Vocational College Also, there were 60 people from the programs (industrial, tourism, and hotel) from the logistics and supply chains in management department, and 5 entrepreneurs with MOUs in the bilateral studies with Sukhothai Vocational College, totally 175 people and 18 experts. The questionnaire was used for data collection; the content analysis for qualitative descriptions.

The research findings showed the following. 1.The problem of promoting the bilateral vocational network at Sukhothai Vocational College was generally at the high level. With consideration of each aspect, the first rank was personnel, followed by teaching and management. The last rank was evaluation. 2.The model for promoting the bilateral network of Sukhothai Vocational College consisted of five components: personnel, management, curricula, instructions, and assessments 3.Evaluation results on the suitability of the model was generally at the highest level.

Keywords: model; network promotion; bilateral system network.

บทนำ (Introduction)

พระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 นิยามความหมายของการศึกษาว่า การศึกษาเป็นกระบวนการเรียนรู้เพื่อความเจริญงอกงามของบุคคลและสังคม โดยการถ่ายทอดความรู้ การฝึก การอบรม การสืบสานทางวัฒนธรรม การสร้างสรรค์จรรโลงความก้าวหน้าทางวิชาการ การสร้างองค์ความรู้ขึ้นเกิดจากการจัดสภาพแวดล้อม สังคมการเรียนรู้ และปัจจัยเกื้อหนุนให้บุคคลเรียนรู้อย่างต่อเนื่องตลอดชีวิต ซึ่งการศึกษาตลอดชีวิตเป็นการศึกษาที่สามารถเกิดขึ้นได้ในทุกสถานที่ และตลอดระยะเวลา เป็นการศึกษาที่เกิดจากการผสมผสานระหว่างการศึกษาในระบบ การศึกษานอกระบบ และการศึกษาตามอัธยาศัย เพื่อให้สามารถพัฒนาคุณภาพชีวิตได้อย่างต่อเนื่อง เป็นการศึกษาที่มีความยืดหยุ่นในการกำหนดจุดมุ่งหมาย รูปแบบ วิธีการจัดการศึกษา ระยะเวลาของการศึกษา การวัดผลประเมินผล โดยเนื้อหาและหลักสูตรจะต้องมีความเหมาะสม สอดคล้องกับความต้องการของแต่ละกลุ่ม จึงทำให้รัฐบาลปัจจุบันได้ตระหนักถึงความสำคัญของการอาชีวศึกษา โดยนายกรัฐมนตรีในฐานะหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติได้ประกาศคำสั่งหัวหน้าคณะรักษาความสงบแห่งชาติเพื่อพัฒนาคุณภาพการอาชีวศึกษาและแก้ไขปัญหาภาพลักษณ์ของนักเรียนอาชีวศึกษา โดยกำหนดนโยบายด้านอาชีวศึกษาใน 5 เรื่องคือ 1) การสร้างค่านิยมอาชีวศึกษา 2) การจัดการเรียนการสอนทวิภาคีร่วมกับสถานประกอบการและเพิ่มบทบาทของสถานประกอบการในการเสนอแนะเพื่อพัฒนาหลักสูตรและการจัดการเรียนการสอนให้ตรงกับความต้องการของตลาดแรงงาน 3) การแก้ไขปัญหาทะเลาะวิวาทของนักเรียนนักศึกษาให้เจ้าหน้าที่รัฐและผู้ปกครองนักเรียนมีส่วนร่วมในการแก้ไขปัญห 4) การ

ส่งเสริมอาชีวศึกษาให้มีความเป็นเลิศเฉพาะด้าน โดยเฉพาะกลุ่มวิทยาลัยเทคโนโลยีฐานวิทยาศาสตร์ และ 5) การจัดการศึกษาอาชีวศึกษาสู่มาตรฐานสากล นโยบายและคำสั่งดังกล่าวเกื้อกูลต่อการแก้ไขปัญหาด้านคุณภาพและภาพลักษณ์ของการอาชีวศึกษา (สถานิติบัญญัติแห่งชาติ, 2559: 1)

แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ.2560-2579 ที่สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาได้จัดแผนพัฒนาการอาชีวศึกษาขึ้นมาที่มีความสอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติระยะ 20 ปี (พ.ศ.2560-2580) แผนการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ.2560-2579 และแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ.2560-2564) มีสาระสำคัญ ประกอบด้วยแนวคิดการจัดการอาชีวศึกษา ค่านิยมอาชีวศึกษา วิสัยทัศน์ พันธกิจ วัตถุประสงค์ เป้าหมาย ยุทธศาสตร์กลยุทธ์ แผนงาน โครงการ ตัวชี้วัด และการขับเคลื่อนแผนพัฒนาการอาชีวศึกษาสู่การปฏิบัติ(สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา, 2560: 1)

ปัจจุบันนี้จะพบว่าการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีเป็นการศึกษาที่ยังคงมีข้อจำกัดอีกหลายประการ เช่น ปัญหาจากเครือข่ายของผู้ประกอบการ งบประมาณสำหรับการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีไม่เพียงพอ สถานที่ตั้งของสถานศึกษาห่างไกลจากสถานประกอบการ พฤติกรรมของนักศึกษาที่มีต่อสิ่งเร้าต่าง ๆ ทำให้ไม่สามารถรับผิดชอบงานได้อย่างเต็มที่ และทัศนคติของผู้ปกครองที่เชื่อว่านักศึกษาที่เรียนระบบทวิภาคีนั้นเป็นกลุ่มเด็กที่มาจากครอบครัวยากจน ซึ่งสอดคล้องกับปัญหาของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย ในฐานะที่ผู้วิจัยดำรงตำแหน่งหัวหน้างานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ได้พบปัญหาระบบการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี คือ เรื่องงบประมาณสำหรับการจัดการศึกษาระบบทวิภาคี การฝึกอาชีพในสถานประกอบการไม่ตรงกับสาขาวิชาของผู้เรียน สถานประกอบการไม่มีความพร้อมในการสอนนักศึกษา เนื่องจากเป็นสถานประกอบการขนาดเล็ก ขาดครูฝึก ไม่มีการประสานงานระหว่างครูนิเทศ และครูฝึกสถานประกอบการไม่มีความรู้ความเข้าใจเรื่องการใช้สิทธิลดหย่อนภาษี สถานที่ตั้งของสถานศึกษาที่ห่างไกลจากสถานประกอบการส่งผลให้ผู้เรียนต้องไปฝึกอาชีพนอกพื้นที่ พฤติกรรมของนักศึกษา และความทัศนคติของผู้ปกครอง

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษารูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เพื่อเป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัยให้มีคุณภาพมากยิ่งขึ้นต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย
2. เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย
3. เพื่อประเมินความเหมาะสมและความเป็นไปได้ของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่อง รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เป็นการวิจัยแบบผสมผสาน (Mixed Methods) มีรายละเอียดของการดำเนินการ ดังนี้

1. ขอบเขตการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

เนื้อหาที่ศึกษา ได้แก่ ข้อมูลแนวคิดการส่งเสริมเครือข่าย แนวทางการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี องค์ประกอบในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี และแนวคิดเกี่ยวกับรูปแบบ

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยศึกษากับประชากร จำนวนทั้งสิ้น 175 คน โดยแบ่งการศึกษาออกเป็น 3 ตอน ตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ดังต่อไปนี้

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการแจกแบบสอบถาม

ประชากรกลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 66 คน นักศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย หลักสูตรประกาศนียบัตรวิชาชีพชั้นสูง (ปวส.) ปีการศึกษา 2564 ประเภทวิชาบริหารธุรกิจ สาขาวิชาการตลาด จำนวน 22 คน สาขาวิชาการจัดการโลจิสติกส์และซัพพลายเชน จำนวน 60 คน ประเภทวิชาอุตสาหกรรม การท่องเที่ยว สาขาวิชาการโรงแรม จำนวน 17 คน และสถานประกอบการที่ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย ปีการศึกษา 2564 จำนวน 5 แห่ง รวมทั้งหมด 175 คน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 2 เพื่อสร้างรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ ในการสัมภาษณ์เชิงลึก

กลุ่มเป้าหมายที่ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 คือ บุคลากรศูนย์อาชีวศึกษา ทวิภาคี ภาคเหนือ 2 จำนวน 2 คน ตัวแทนสถานประกอบการ จำนวน 2 คน และตัวแทนผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 3 คน หัวหน้างานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีจำนวน 2 คน หัวหน้าสาขาวิชาที่เปิดสอนระบบทวิภาคี จำนวน 2 คน ครูนิเทศจำนวน 3 คน ครูฝึก จำนวน 2 คน นักศึกษาจำนวน 2 คน รวมทั้งหมด 18 คน

วัตถุประสงค์ของการวิจัยข้อที่ 3 ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ในการแจกแบบสอบถาม

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ได้แก่ ผู้บริหารสถานศึกษา จำนวน 5 คน ครูและบุคลากรทางการศึกษา จำนวน 66 คน สถานประกอบการที่ทำบันทึกข้อตกลงความร่วมมือ (MOU) ในการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีกับวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย ปีการศึกษา 2564 จำนวน 5 แห่ง รวมทั้งหมด 76 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การศึกษาวิจัยนี้ ได้ทำการวิจัยตั้งแต่ สิงหาคม 2564 - สิงหาคม 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ระยะที่ 1 ศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม สภาพปัญหาของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

ระยะที่ 2 สร้างรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสัมภาษณ์

ระยะที่ 3 ประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบประเมิน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 เก็บรวบรวมข้อมูลเชิงปริมาณ เกี่ยวกับสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี โดยนำแบบสอบถามไปสอบถามกลุ่มตัวอย่างในวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

3.2 ผู้วิจัยดำเนินการติดต่อและทำการสัมภาษณ์กับผู้ทรงคุณวุฒิตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 เพื่อกำหนดนัดหมายวันเวลาในการสัมภาษณ์

3.3 การเก็บรวบรวมข้อมูลในการตรวจสอบรูปแบบ โดยนำแบบสัมภาษณ์ไปสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบรูปแบบตามมาตรฐานความถูกต้องครอบคลุม พร้อมแสดงความคิดเห็นว่ารูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี นั้นมีความ “เหมาะสม” “ไม่เหมาะสม”

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ ดังนี้

4.1 การวิเคราะห์ข้อมูล สภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี โดยหาค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ข้อมูลจากการสัมภาษณ์ สังเคราะห์ข้อมูลโดยการวิเคราะห์เนื้อหา

4.3 การวิเคราะห์ข้อมูลการตรวจสอบรูปแบบ ดำเนินการโดยนำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 18 คน มาทำการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) และสรุปผลการสัมภาษณ์ผู้ทรงคุณวุฒิเพื่อตรวจสอบความถูกต้องของรูปแบบที่ได้สร้างขึ้น

ผลการวิจัย (Research Results)

ผู้วิจัยขอเสนอผลการศึกษาสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย ดังนี้

วัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ผลการวิเคราะห์สภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่าอันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการวัดผลประเมินผล

วัตถุประสงค์ข้อที่ 2 ผลการวิจัย พบว่า รูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

1. ด้านบุคลากร พบว่า การจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่รับผิดชอบทั้งในสถานศึกษาและสถานประกอบการ การกำหนดแนวทางในการปฏิบัติงานอย่างเหมาะสมโดยยึดนโยบายของหน่วยงาน

2. ด้านการบริหารจัดการ พบว่า การบริหารจัดการ การวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระยะยาวร่วมกับสถานประกอบการกำหนดและวางแผนนโยบายการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม กำหนดกรอบบทบาทหน้าที่ของสถานศึกษา และสถานประกอบการที่ชัดเจนพัฒนาการใช้เทคโนโลยี และนวัตกรรม ร่วมกันระหว่าง สถานศึกษาและสถานประกอบการ

3. ด้านหลักสูตร พบว่า หลักสูตรฝึกอบรมตามรูปแบบการบริหารจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ที่เกิดจากข้อตกลงระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการในการจัดหลักสูตร การจัดการเรียนการสอน การจัดการฝึกอาชีพ และการวัดผลและการประเมินผล และกระบวนการที่ดำเนินการจัดทำแผนการเรียนและแผนการฝึกอาชีพโดยสองฝ่าย (สถานศึกษาและสถานประกอบการ) กระทำร่วมกัน โดยต้องเป็นไปตามโครงสร้างหลักสูตร และหลักเกณฑ์การใช้หลักสูตร ดำเนินงานเริ่มตั้งแต่แต่งตั้งคณะกรรมการในการทำงาน วิเคราะห์ กำหนดจุดประสงค์ จัดทำเกณฑ์การประเมินสมรรถนะ โดยหลักสูตรที่จะนำมาใช้ต้องผ่านความเห็นชอบของคณะกรรมการสถานศึกษาก่อน

4. ด้านการจัดการเรียนการสอน พบว่า เป็นการกำหนดรายวิชาตามโครงสร้างหลักสูตรที่จะดำเนินการจัดการเรียนการสอนและการฝึกในสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ โดยประสานงานร่วมกับสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐ เพื่อพิจารณากำหนดภาคเรียนที่จัดฝึกอาชีพ รวมทั้งกำหนดรายวิชาหรือกลุ่มวิชาที่ตรงกับลักษณะงานของสถานประกอบการ รัฐวิสาหกิจ หรือหน่วยงานของรัฐที่นำไปร่วมฝึกอาชีพในภาคเรียนนั้นๆ

5. ด้านการวัดผลประเมินผล จากผลการสัมภาษณ์ด้านการวัดผลประเมินผล พบว่า กระบวนการในการวัดประเมินความรู้ความสามารถของผู้เรียน ด้วยวิธีการและเครื่องมือที่หลากหลายโดยครูผู้สอนและครูฝึกในสถานประกอบการ ทำการประเมินซึ่งประกอบด้วยการประเมินผลรายวิชา และการประเมินมาตรฐานฝีมือ

วัตถุประสงค์ข้อที่ 3 ผลการประเมินความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัย เรื่องรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคีของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย มีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากสภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้าน โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่าอันดับที่ 1 คือ ด้านบุคลากร รองลงมาคือ ด้านการจัดการเรียนการสอน ด้านหลักสูตร ด้านการบริหารจัดการ และอันดับสุดท้าย คือ ด้านการวัดผลประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัย ญัฐวิทย์ มุงเมือง และบุญสม สราเอกศิริ(2560) ได้ศึกษาสภาพความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยการอาชีพในภาคเหนือตอนบน พบว่า ตามองค์ประกอบ 5 ด้าน ได้แก่ การค้นหาปัญหา การวางแผนการพัฒนา การตัดสินใจพัฒนาและแก้ปัญหา การทำงานร่วมกัน และการติดตามและประเมินผล มีความสำคัญอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาในรายองค์ประกอบ พบว่า สิ่งที่ต้องให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก คือ ด้านการติดตามและประเมินผล ด้านการตัดสินใจพัฒนา แก้ปัญหา และการทำงานร่วมกัน ปัจจัยที่มีผลต่อความร่วมมือในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ตามองค์ประกอบ 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการบริหาร ด้านหลักสูตร ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านบุคลากร โดยแยกเป็นรายด้าน ดังนี้

1.1 ด้านบุคลากร โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับหนึ่ง คือมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่รับผิดชอบทั้งในสถานศึกษาและสถานประกอบการ รองลงมาคือจัดให้มีปฏิทินการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ และควบคุม ให้มีการดำเนินการตามที่

กำหนด มีการวางแผนการจัดการบุคลากรของอาชีวศึกษา ระยะยาวร่วมกับสถานประกอบการ มีการมอบหมายงานให้แก่บุคลากร ที่รับผิดชอบงาน ด้านการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องวางแผนต่อบุคคลทั่วไปอย่างเหมาะสม กับตำแหน่งหน้าที่ ที่ได้รับมอบหมาย จัดประชุมชี้แจงให้กับบุคลากรเพื่อทราบเป้าหมาย การดำเนินการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี อันดับสุดท้ายคือมีการสนับสนุนงบประมาณ ทรัพยากร และบุคลากร ในการประกันคุณภาพการศึกษา ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ รัชต์ ไตรมาลัย(2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเพื่อความเป็นเลิศของสถาบันการอาชีวศึกษาเพื่อรองรับการเป็นประเทศไทย 4.0 การเสริมสร้างประสิทธิภาพและประสิทธิผลการดำเนินงานเป็นทีมของผู้บริหาร คณาจารย์ บุคลากรของสถาบัน เพราะต้องมีการจัดบุคลากรให้เหมาะสมกับหน้าที่ที่รับผิดชอบทั้งในสถานศึกษาและสถานประกอบการ โดยจัดให้มีปฏิทินการปฏิบัติงานด้านต่าง ๆ และควบคุม ให้มีการดำเนินการตามที่กำหนด และต้องมีการวางแผนการจัดการและพัฒนาบุคลากรของอาชีวศึกษา ระยะยาวร่วมกับสถานประกอบการ

1.2 ด้านการบริหารจัดการ โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับหนึ่งคือสถานศึกษามีการประสานงานกับสถานประกอบการ รองลงมาคือเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนด นโยบาย ยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ และวางแผนการ จัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี มีระบบการติดต่อสื่อสารของผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษาและสถานประกอบการ และอันดับสุดท้ายคือสถานประกอบการให้ความร่วมมือในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิชา มารแพ้ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคนิคสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาวิธีการดำเนินงานประกอบไปด้วยรูปแบบการวางแผนความร่วมมือ รูปแบบการวางแผนการจัดหลักสูตร รูปแบบการวางแผนการจัดการเรียนการสอน/ฝึกอาชีพ รูปแบบการวางแผนการวัดและประเมินผลการเรียน เพราะสถานศึกษาควรมีการประสานงานกับสถานประกอบการในระดับจังหวัดและระดับประเทศสถานศึกษาควรเปิดโอกาสให้ผู้เกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนด นโยบาย ยุทธศาสตร์ วิสัยทัศน์ และวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี เพื่อให้เกิดประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น จัดให้มีระบบการติดต่อสื่อสารของผู้มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ในสถานศึกษา และสถานประกอบการ เพื่อให้มีประสิทธิภาพและทันต่อสถานการณ์ปัจจุบัน

1.3 ด้านหลักสูตรโดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับหนึ่งคือ มีการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี รองลงมาคือ สถานศึกษากับสถานประกอบการร่วมกันจัดแผนการ เรียนตลอดหลักสูตร ความชัดเจนเหมาะสมของหลักสูตร ในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีมีการพัฒนาความรู้ ทักษะด้านการพัฒนาหลักสูตร ให้กับครูผู้สอน และครูฝึกในสถานประกอบการ และอันดับสุดท้ายคือ เปิดโอกาสให้นักเรียน นักศึกษา ได้ศึกษาค้นคว้า ก่อนลงมือปฏิบัติงานจริง และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดมศักดิ์ มีสุข(2560) ได้ศึกษา รูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สาขาช่างอุตสาหกรรม ประกอบด้วยปัจจัยการจัดการเรียนการสอนการจัดทำหลักสูตร การประชาสัมพันธ์และการประสานงาน การนิเทศการศึกษา และการวัดและประเมินผล ทางการศึกษา เพราะสถานศึกษามีการจัดทำแผนพัฒนาคุณภาพการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สถานศึกษากับสถานประกอบการร่วมกันจัดแผนการเรียนตลอดหลักสูตร มีความชัดเจน เหมาะสม ของหลักสูตร ในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี

1.4 ด้านการจัดการเรียนการสอนโดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับหนึ่งคือมีการพัฒนา ทักษะการสอน การใช้จิตวิทยาการศึกษา ให้กับครูผู้สอน และครูฝึกในสถานประกอบการ รองลงมาคือสถานศึกษาและสถานประกอบการร่วมกันจัดทำแผนการเรียน และอันดับสุดท้ายคือ มีการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาที่ทันสมัย ประกอบการเรียนการสอนของรายวิชาต่าง ๆ สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุวิทย์ สวัสดิ์ และชัยยุทธ ศิริสุทธิ์ (2564) ได้ศึกษากลยุทธ์การจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษาอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาประสงค์โดยรวมอยู่ในระดับมากที่สุด เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า สภาพที่พึงประสงค์ปฏิบัติในระดับมากที่สุดทุกด้าน โดยเรียงข้อที่มีค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ได้ดังนี้ ด้านการนิเทศ ด้านการวัดและประเมินผล ด้านการจัดการเรียนการสอน และด้านความร่วมมือกับสถานประกอบการ เพราะสถานศึกษามีการพัฒนา ทักษะการสอน การใช้จิตวิทยาการศึกษา ให้กับครูผู้สอน และครูฝึกในสถานประกอบการ โดยสถานศึกษาและสถานประกอบการร่วมกันจัดทำแผนการเรียน มีการชี้แจงรายละเอียดของแผนการสอนของรายวิชาก่อนสอนทุกรายวิชา

1.5 ด้านการวัดผลประเมินผล โดยภาพรวมนั้นอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาตามรายด้านโดยเรียงจากค่าเฉลี่ยมากไปหาน้อย พบว่า อันดับหนึ่งคือสถานศึกษา และสถานประกอบการร่วมกัน ประชุม สัมมนา เพื่อปรับปรุงเกณฑ์การวัดผลประเมินผล รองลงมาคือมีการนิเทศ แนะนำ กำกับ ติดตาม การวัดผลและการประเมินผล สถานศึกษาและสถานประกอบการร่วมกัน วัดผล ประเมินผล รายวิชาภาคปฏิบัติ แจ้งผลการเรียนให้นักเรียน นักศึกษา ผู้ปกครอง และสถานประกอบการ ทราบทุกครั้งที่มีการ ประเมิน และอันดับสุดท้ายคือมีการกำหนดเกณฑ์การประเมินผล การฝึกวิชาชีพใน สถานประกอบการ สอดคล้องกับ งานวิจัยของ อุดมศักดิ์ มีสุข (2560) ได้ศึกษารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สาขาช่างอุตสาหกรรม ประกอบด้วยปัจจัยการจัดการเรียนการสอนการจัดทำหลักสูตร การประชาสัมพันธ์และการประสานงาน การนิเทศการศึกษา และการวัดและประเมินผล เพราะสถานศึกษา และสถานประกอบการร่วมกัน ประชุม สัมมนา เพื่อปรับปรุงเกณฑ์การวัดผลประเมินผล มีการนิเทศ แนะนำ กำกับ ติดตาม การวัดผลและ การประเมินผล สถานศึกษาและสถานประกอบการร่วมกัน วัดผล ประเมินผล รายวิชาภาคปฏิบัติ

2. ผลจากการวิเคราะห์การสร้างรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี วิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย

2.1 ด้านบุคลากรมีการมอบหมายงานให้แก่บุคลากร ที่รับผิดชอบงานด้านการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีมีการสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนางานให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและเทคโนโลยีใหม่ๆ จัดให้มีปฏิทินการปฏิบัติงานด้านต่างๆและควบคุมให้มีการดำเนินการตามที่กำหนดมีสมุดบันทึกการนิเทศ นักเรียนนักศึกษา ที่สถานประกอบการส่งเสริม สนับสนุน ให้มีการปฏิบัติงานแบบมุ่งเน้นผลงานจัดให้มีการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของ นันทิชา มารแพ (2561) ได้ทำการวิจัยเรื่อง การนำเสนอรูปแบบการวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคนิคสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษาความสำเร็จของรูปแบบประกอบด้วย นโยบาย ผู้เรียน ครูและบุคลากร สถานศึกษา สถานประกอบการ ผู้ปกครอง ผลการประเมินรูปแบบเชิงคุณลักษณะตามความคิดเห็นของผู้ทรงคุณวุฒิ 15 ท่าน มีความเห็นว่างถูกต้องตามมาตรฐานความถูกต้องครอบคลุมทุกองค์ประกอบ ส่วนการประเมินในภาพรวมด้านความเหมาะสมความเป็นไปได้ การนำไปใช้ประโยชน์ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เพราะการมอบหมายงานให้แก่บุคลากร ที่รับผิดชอบงานด้านการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีมีการสนับสนุนให้บุคลากรพัฒนางานให้ทันกับการเปลี่ยนแปลงทางการศึกษาและเทคโนโลยีใหม่เพื่อเพิ่มศักยภาพด้านบุคลากรมากขึ้น

2.2 ด้านการบริหารจัดการ ต้องมีการวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระยะยาวร่วมกับสถานประกอบการกำหนด และวางแผนนโยบายการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนและเหมาะสม เปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องมีส่วนร่วมในการกำหนดเป้าหมายของการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีร่วมกันในหลายภาคส่วน กำหนดเกณฑ์การวัดผล ประเมินผลการฝึกวิชาชีพในสถานประกอบการ สอดคล้องกับงานวิจัยของ บุญลือ ทองเกตุน้อย (2559) ได้ศึกษาเรื่อง การบริหารการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 3 มีวัตถุประสงค์ ศึกษาการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 3 พบว่า การวัดผลประเมินผลการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีเป็นกระบวนการสำคัญที่สถานศึกษาใช้ในการควบคุมคุณภาพโดยใช้เทคนิควิธีการ ที่หลากหลาย ทั้งนี้ขึ้นอยู่กับวัตถุประสงค์ของการติดตาม เช่นการตรวจเยี่ยมและการ สังเกตการณ์ในชั้น เรียน การสอนแนะ (Coaching) การตรวจแผนการจัดการเรียนรู้การบันทึก รายงานหลังการสอน การประเมินผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนการประเมินผลการฝึกอาชีพ เพราะการวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระยะยาวร่วมกับสถานประกอบการกำหนด และวางแผนนโยบายการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจนจะทำให้ด้านการบริหารจัดการมีประสิทธิภาพ

2.3 ด้านหลักสูตร การจัดหลักสูตรตามมาตรฐานวิชาชีพและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน คือ กำหนดจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาชีพพื้นฐานได้อย่างเหมาะสมกำหนดจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาชีพเฉพาะได้อย่างเหมาะสมกำหนดจำนวนหน่วยกิต หมวดวิชาเลือกเสรีได้อย่างเหมาะสม สถานประกอบการฝึกวิชาชีพให้กับนักเรียน นักศึกษาได้ตรงตามสมรรถนะรายวิชา และมาตรฐานวิชาชีพนักเรียน นักศึกษา ได้รับประสบการณ์ ด้านทักษะ ความรู้ และทัศนคติ จากการฝึกวิชาชีพ ตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน สอดคล้องกับงานวิจัยของ สุระชัย ลาพิมพ์ (2563) ได้ศึกษาเรื่อง การพัฒนาแนวทางการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความเป็นเลิศ ของวิทยาลัยสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดอุดรธานี มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาแนวทางการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความเป็นเลิศ ของวิทยาลัยสังกัดอาชีวศึกษาจังหวัดอุดรธานี พบว่าคุณภาพการบริหารจัดการมีผลการประเมินความเหมาะสมข้อมูลสารสนเทศเกี่ยวกับการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีมาใช้ในการประชาสัมพันธ์การวางแผนพัฒนาสถานศึกษา แผนปฏิบัติการประจำปี และงบประมาณ พัฒนาระบบฐานข้อมูล ระบบสำรองข้อมูลสารสนเทศของสถานศึกษา ฝึกอบรมเพื่อพัฒนาบุคลากรให้มี ความรู้ ความเข้าใจ ทักษะเกี่ยวกับวิธีการจัดการเรียนรู้ที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญจัดประชุม คณะกรรมการบริหารงานอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารงาน พัฒนาระบบการจัดการหลักสูตร การวัดผลและประเมินผล และการบริหารจัดการ ด้านการศึกษาความรู้ เพื่อให้มีความสอดคล้องกับรายวิชาที่เรียน เพราะต้องมีการจัดทำหลักสูตรให้ตรงตามมาตรฐานวิชาชีพและตรงตามความต้องการของตลาดแรงงาน

2.4 ด้านการจัดการเรียนการสอน สถานศึกษาและสถานประกอบการร่วมกันจัดแผนการเรียนตลอดหลักสูตร มีการจัดประชุมสัมมนาทุกสิ้นภาคเรียนเพื่อการวางแผนพัฒนาการจัดการอาชีวศึกษาระบบรูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี มีการพัฒนาความรู้ทักษะด้านการพัฒนาหลักสูตรให้กับครูผู้สอน และครูฝึก มีการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาที่ทันสมัยประกอบการเรียนการสอนของรายวิชาต่าง ๆ มีการจัดทำแผนการสอนของครูผู้สอน สอดคล้องกับงานวิจัยของ ศานติกรดี วงศ์เขียว และอนุชา กอนพวง (2561) ได้ศึกษา รูปแบบการบริหารเพื่อส่งเสริมมาตรฐานการเรียนร่วมของโรงเรียนเรียนรวม สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน ซึ่งประกอบด้วย 4 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) ปัจจัยนำเข้า ประกอบด้วย เครือข่ายภายในและเครือข่ายภายนอก 2) กระบวนการ ประกอบด้วย การวางแผน การจัดองค์กร การส่งเสริม

สนับสนุน การประสานงาน การควบคุม และการรายงานผล 3) ผลผลิต ประกอบด้วย มาตรฐานด้านผู้เรียน มาตรฐานด้าน การเรียนการสอน มาตรฐานด้านการบริหารจัดการเรียนร่วม และ มาตรฐานด้านการสร้าง สังคมแห่งการเรียนรู้ และ 4) เงื่อนไขความสำเร็จ ประกอบด้วย เงื่อนไขภายในและเงื่อนไขภายนอกส่วนที่สาม แนวทางการนำรูปแบบไปใช้ และส่วนที่สี่ เงื่อนไขความสำเร็จ เพราะสถานศึกษาและสถานประกอบการควรมี การร่วมกันจัดแผนการเรียนตลอดหลักสูตร มีการจัดประชุมสัมมนาทุกสิ้นภาคเรียนเพื่อการวางแผนพัฒนาการ จัดการอาชีวศึกษาระบบรูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี มีการพัฒนาความรู้ทักษะด้านการพัฒนา หลักสูตรให้กับครูผู้สอนและครูฝึก

2.5 ด้านการวัดผลประเมินผล ประชุมสัมมนาเพื่อปรับปรุงเกณฑ์การวัดผลประเมินผลมีการใช้ เทคโนโลยีทางการศึกษาที่ทันสมัยประกอบการเรียนการสอนของรายวิชาต่างๆ กำหนดรูปแบบการฝึกวิชาชีพ ในแต่ละสาขาวิชาที่ชัดเจนมีการประเมินผลระหว่างเรียนอย่างสม่ำเสมอมีระบบการติดต่อสื่อสารของผู้มีหน้าที่ เกี่ยวข้องกับการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษาและสถานประกอบการมีการกำหนดและ วางแผนนโยบายการปฏิบัติงานได้อย่างชัดเจน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อุดมศักดิ์ มีสุข (2560) ได้ศึกษา รูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สาขาช่างอุตสาหกรรม ประกอบด้วยปัจจัยการจัดการเรียน การสอนการจัดทำหลักสูตร การประชาสัมพันธ์และการประสานงาน การนิเทศการศึกษา และการวัดและ ประเมินผล ทางการศึกษา เพราะสถานศึกษาควรมีการจัดประชุมสัมมนาเพื่อปรับปรุงเกณฑ์การวัดผล ประเมินผลมีการใช้เทคโนโลยีทางการศึกษาที่ทันสมัยประกอบการเรียนการสอนของรายวิชาต่างๆ กำหนด รูปแบบการฝึกวิชาชีพ ในแต่ละสาขาวิชาที่ชัดเจน

3. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความเหมาะสมของรูปแบบการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากที่สุดแสดงให้เห็นว่ารูปแบบการส่งเสริมเครือข่าย ระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย มีความเหมาะสมที่จะนำไปเป็นแนวทางการส่งเสริม เครือข่ายระบบทวิภาคี สอดคล้องกับงานวิจัยของ จินตนา รวมชมรัตน์ (2558) เรื่อง รูปแบบการจัดการ อาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา ผลการวิจัย พบว่าการประเมินรูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงาน คณะกรรมการการอาชีวศึกษา ด้วยวิธีพิจารณาในรูปแบบการวิจัยเชิงอนาคตเทคนิคชาติพรรณวรรณ พบว่า ทุกองค์ประกอบ มีความถูกต้อง มีความเหมาะสม และการนำไปใช้ประโยชน์ เพราะรูปแบบการจัดการ อาชีวศึกษาระบบทวิภาคี เป็นแนวทางในการจัดการศึกษาในระบบทวิภาคี

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้ พบว่า สภาพปัญหาการส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี และความเหมาะสมของรูปแบบ การส่งเสริมเครือข่ายระบบทวิภาคี ของวิทยาลัยอาชีวศึกษาสุโขทัย อยู่ในระดับมาก ประกอบด้วย 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านบุคลากร 2) ด้านการบริหารจัดการ 3) ด้านหลักสูตร 4) ด้านการจัดการเรียนการสอน 5) ด้าน การวัดผลประเมินผล

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ควรนำองค์ประกอบของรูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี ทั้ง 5 องค์ประกอบ ไปประยุกต์ใช้ในกระบวนการบริหารการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษา และสถานประกอบการเพื่อจัดการศึกษาได้อย่างมีคุณภาพ

1.2 ผู้บริหารและหน่วยงานที่รับผิดชอบควรนำองค์ประกอบเกี่ยวกับ ด้านการมีส่วนร่วมในการบริหารจัดการศึกษาระบบทวิภาคี นำไปประยุกต์ใช้สำหรับการจัดการศึกษาอาชีวศึกษาระหว่างสถานศึกษากับสถานประกอบการ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาวิจัยพัฒนารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

2.2 ควรศึกษาวิจัยรูปแบบสมรรถนะของผู้บริหารสถานศึกษาที่มีประสิทธิภาพในการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา

เอกสารอ้างอิง (References)

- จินตนา รวมชมรัตน์. (2558). รูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีในวิทยาลัยอาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- ณัฐวิทย์ มุงเมือง และบุญสม สราเอกศิริ. (2560). ความร่วมมือการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยการอาชีพในภาคเหนือตอนบน. หลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการพัฒนา คณะสังคมศาสตร์และศิลปศาสตร์. มหาวิทยาลัยนอร์ท-เชียงใหม่.
- นันทิชา มารแพ. (2561). การนำเสนอรูปแบบการวางแผนการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของวิทยาลัยเทคนิค สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะครุศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนครศรีอยุธยา.
- บุญลือ ทองเหตุแก้ว. (2559). การบริหารการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษาในสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง 3. การพัฒนาหลักสูตร พัฒนานักบริหารระดับสูง กระทรวงศึกษาธิการ (นบส.ศธ.) รุ่นที่ 6 สถาบันพัฒนาครู คณาจารย์ และบุคลากรทางการศึกษา สำนักงานปลัดกระทรวงศึกษาธิการ.
- รัชต์ ไตรมาลัย. (2561). การพัฒนารูปแบบการบริหารจัดการเพื่อความเป็นเลิศของสถาบันการอาชีวศึกษาเพื่อรองรับการเป็นประเทศไทย 4.0. วิทยานิพนธ์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาอุดมศึกษา ภาควิชา นโยบายการจัดการและความเป็นผู้นำทางการศึกษา. คณะครุศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- ศานติกรศรี วงศ์เขียว และอนุชา กอนพวง. (2561). รูปแบบการบริหารเพื่อส่งเสริมมาตรฐานการเรียนรู้ร่วมของโรงเรียนเรียนรวม สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยนครสวรรค์.

- สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. (2560). แผนพัฒนาการอาชีวศึกษา พ.ศ. 2560-2579. กรุงเทพฯ. สำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา.
- สภานิติบัญญัติแห่งชาติ. (2559). รายงานการพิจารณา เรื่อง แนวทางในการจัดการศึกษา อาชีวศึกษา ระบบทวิภาคี. กรุงเทพฯ: สภานิติบัญญัติแห่งชาติ.
- สุระชัย ลาพิมพ์. (2563). การพัฒนาแนวทางการจัดการศึกษาระบบทวิภาคีสู่ความเป็นเลิศ. ศึกษาศาสตร์ มหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารและพัฒนาการศึกษา. มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- สุวิทย์ สวัสดิ์ และชัยยุทธ ศิริสุทธิ์. (2564). กลยุทธ์การจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคีของสถานศึกษา อาชีวศึกษา สังกัดสำนักงานคณะกรรมการการอาชีวศึกษา. หลักสูตรศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยภาคตะวันออกเฉียงเหนือ.
- อุดมศักดิ์ มีสุข.(2560). การพัฒนารูปแบบการจัดการอาชีวศึกษาระบบทวิภาคี สาขาช่างอุตสาหกรรม ใน สถานศึกษาสังกัดสถาบันการอาชีวศึกษาภาคกลาง.ปริญญาเอก สาขาวิชาอาชีวศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.

**การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น
ในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด**
**Implementation of the Strategic Development at Local Administrative
Organizations in Phon Thong District Area, Roi Et Province**

รชพล ศรีขาวรส¹ วราภรณ์ รุ่งเรืองกลกิจ²
Rachapol Srikhaoros, Waraporn Rungreungkolkich

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด 2) เพื่อเปรียบเทียบการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้านและกรรมการหมู่บ้านในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำนวน 1,740 ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถาม วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติพื้นฐาน ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจและสังคม การอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี และด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบ การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธิ์ทอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ทุกด้านไม่แตกต่างกัน

คำสำคัญ (Keywords) : การดำเนินงานการพัฒนา; แผนยุทธศาสตร์; องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น

Abstract

This purpose research were: 1) to study the level Implementation of the strategic development at the local administrative organizations, in Phon Thong district area, Roi Et province; and 2) to compare the Implementations of the strategic development at the local administrative organizations, in Phon Thong district area, Roi Et province. The population of 1,740 people were officers, personnel, Kamnans, village headmen and village committees of

Received: 2022-09-04 Revised: 2022-11-03 Accepted: 2022-11-05

¹ ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ผู้อำนวยการหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา Assistant Professor Dr., Director of Master of Public Administration Nakhonratchasima College. E-mail: Ratchapol.nmc@gmail.com

² รองศาสตราจารย์ ดร., อาจารย์ประจำหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต วิทยาลัยนครราชสีมา Associate Professor Dr., Lecturer of Master of Public Administration Nakhonratchasima College. E-mail: Ratchapol.nmc@gmail.com

the local administrative organizations in Phon Thong district, Roi Et province. The sample were of 325 people. The research instrument was questionnaires. Frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test and F-test were used to analyze by computer program

The results of research were:

1. The Implementation of the strategic development on local administrative organizations, in Phon Thong district area, Roi Et province total were at moderate level with consideration of each aspect from the most to the least ranks economic and social, conservation of natural resources and environment, Infrastructure, education, religion and cultural traditions and tourism and sports, respectively.

2. The results from the comparative analysis of the Implementation of the strategic development at the local administrative organizations, in Phon Thong district area, Roi Et province classified by personal factors had no significant difference.

Keywords: development implementation; strategic plan; local administrative organization

บทนำ (Introduction)

การปกครองท้องถิ่นของไทย ได้วิวัฒนาการขึ้นภายหลังการเปลี่ยนแปลงการปกครองระบอบสมบูรณาญาสิทธิราชย์ มาเป็นการปกครองในระบอบประชาธิปไตย เมื่อ ปี พ.ศ. 2475 ในอดีตการบริหารงานภาครัฐ อำนาจการบริหารงานมาจากส่วนกลาง คือ การกำหนดนโยบาย ทิศทาง แผนงาน โครงการต่าง ๆ เริ่มที่ส่วนกลาง จึงไม่สามารถตอบสนองต่อความต้องการของประชาชนได้อย่างแท้จริง ภาครัฐจึงมีการปรับเปลี่ยนการบริหารงานจากภาครัฐเป็นศูนย์กลางเปลี่ยนแปลงไปสู่ “การดำเนินการโดยประชาชน” เป็นการกระจายอำนาจไปสู่ประชาชนอย่างแท้จริง รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทย พุทธศักราช 2560 มาตรา 78 ได้กำหนดการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นพึ่งตนเองและตัดสินใจในกิจการของท้องถิ่นได้เอง ส่งเสริมให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นดำเนินการตามแนวนโยบายพื้นฐานแห่งรัฐ พัฒนาเศรษฐกิจของท้องถิ่น และระบบสาธารณูปโภคและสาธารณูปการ ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานตามแผนยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาท้องถิ่น ให้ทั่วถึงและเท่าเทียมกันทั่วประเทศ รวมทั้งพัฒนาจังหวัดที่มีความพร้อมให้เป็นองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่ โดยคำนึงถึงเจตนารมณ์ของประชาชนในจังหวัดนั้น และพัฒนาระบบงานภาครัฐ โดยมุ่งเน้นการพัฒนาคุณภาพ คุณธรรม และจริยธรรมของเจ้าหน้าที่ของรัฐ ควบคู่ไปกับการปรับปรุงรูปแบบและวิธีการทำงาน เพื่อให้การบริหารราชการแผ่นดินเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ และประสิทธิผล ส่งเสริมให้หน่วยงานของรัฐใช้หลักการบริหารกิจการบ้านเมืองที่ดี เป็นแนวทางในการปฏิบัติราชการรวมถึงจัดระบบงานราชการและงานของรัฐอย่างอื่น เพื่อให้การจัดทำและการให้บริการสาธารณะเป็นไปอย่างรวดเร็ว โปร่งใส และตรวจสอบได้ โดยคำนึงถึงการมีส่วนร่วมของประชาชน (วุฒิสภา ต้นไชย, 2556: 25-29)

พระราชบัญญัติกำหนดแผนและขั้นตอนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น พ.ศ. 2542 กำหนดให้มีแผนการกระจายอำนาจให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น โดยยึดหลักการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน มีกระบวนการที่ยืดหยุ่นและสามารถปรับวิธีการให้สอดคล้องกับสถานการณ์และการเรียนรู้จากประสบการณ์ เพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชนภายในเขตขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น จึงทำให้งบประมาณและทรัพยากรในการบริหารการพัฒนาประเทศลงไปสู่ระดับท้องถิ่นมากขึ้น การผลักดันเพื่อให้เกิดการมีส่วนร่วมของประชาชน จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการพัฒนาท้องถิ่นอันจะนำไปสู่การพัฒนา

ประชาธิปไตยที่เข้มแข็ง แนวความคิดเกี่ยวกับการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ โดยเฉพาะระดับท้องถิ่น ถือเป็น การผสมผสานกันระหว่างการใช้อำนาจรัฐและอำนาจประชาชน เพื่อแสวงหาแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นใน รูปแบบของการพัฒนาที่ยั่งยืน และนำไปสู่การสร้างเสริมความเข้มแข็งให้แก่ชุมชน ซึ่งแต่เดิมที่ผ่านมาการจัดทำ แผนงานและโครงการต่าง ๆ จะถูกกำหนดขึ้นโดยหน่วยงานจากส่วนกลางและส่วนภูมิภาค (Top-down) โดย องค์การปกครองส่วนท้องถิ่นไม่ได้กำหนดแนวทางการพัฒนาท้องถิ่นตนเอง ทำให้การพัฒนาที่ผ่านมาไม่ สอดคล้อง หรือตรงกับความต้องการของประชาชนในท้องถิ่นเท่าที่ควร ดังนั้น การบริหารจัดการของ หน่วยงาน หรือองค์การปกครองส่วนท้องถิ่น ซึ่งถือว่าเป็นหน่วยงานที่ใกล้ชิดกับประชาชนมากที่สุด และเป็น พื้นฐานที่สำคัญที่จะทำให้คนในท้องถิ่นได้เรียนรู้บทบาทและหน้าที่ความเป็นพลเมืองของตน เช่น การเข้าร่วม ประชามติ เพื่อเสนอแนะความคิดเห็นเสนอปัญหาและแนวทางแก้ไข ปัญหา ตลอดจนการเข้าร่วมกำกับ ติดตาม ตรวจสอบการปฏิบัติงานขององค์กรเพื่อให้เกิดความโปร่งใสในการทำงาน (เมธาวี ฐานกุล, 2557: 12-16)

องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ถือว่าเป็นองค์กรปกครอง ส่วนท้องถิ่นขนาดใหญ่แบ่งการปกครองออกเป็น 6 เทศบาล กับ 9 องค์การบริหารส่วนตำบล รวมทั้งสิ้น 15 แห่ง ซึ่งประกอบไปด้วย 1.เทศบาลตำบลโพธารอง ครอบคลุมพื้นที่บางส่วนของตำบลแวงและบางส่วนของ ตำบลสระนกแก้ว 2.เทศบาลตำบลโคกสูง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโคกสูงทั้งตำบล 3.เทศบาลตำบลโคก กกกมัว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโคกกกกมัวทั้งตำบล 4.เทศบาลตำบลโนนชัยศรี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโนนชัยศรี ทั้งตำบล 5.เทศบาลตำบลโพธิ์ทอง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโพธิ์ทองทั้งตำบล 6.เทศบาลตำบลแวง ครอบคลุม พื้นที่ตำบลแวง (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลโพธารอง) 7.องค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม ครอบคลุมพื้นที่ ตำบลนาอุดมทั้งตำบล 8.องค์การบริหารส่วนตำบลสว่าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสว่างทั้งตำบล 9.องค์การ บริหารส่วนตำบลหนองใหญ่ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลหนองใหญ่ทั้งตำบล 10.องค์การบริหารส่วนตำบล โพธิ์ศรีสว่าง ครอบคลุมพื้นที่ตำบลโพธิ์ศรีสว่างทั้งตำบล 11.องค์การบริหารส่วนตำบลอู่เม่า ครอบคลุมพื้นที่ ตำบลอู่เม่าทั้งตำบล 12.องค์การบริหารส่วนตำบลคำนาดี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลคำนาดีทั้งตำบล 13.องค์การ บริหารส่วนตำบลพรมสวรรค์ ครอบคลุมพื้นที่ตำบลพรมสวรรค์ทั้งตำบล 14.องค์การบริหารส่วนตำบล สระนกแก้ว ครอบคลุมพื้นที่ตำบลสระนกแก้ว (เฉพาะนอกเขตเทศบาลตำบลโพธารอง) และ 15.องค์การบริหาร ส่วนตำบลวังสามัคคี ครอบคลุมพื้นที่ตำบลวังสามัคคีทั้งตำบล การที่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจะพัฒนาไปใน ทิศทางใด จำเป็นต้องมีการกำหนดวิสัยทัศน์ หรือแผนงานในอนาคตและแปลงมาสู่การปฏิบัติ ดังนั้น ระเบียบ กระทรวงมหาดไทยว่าด้วยการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น พ.ศ. 2548 จึงได้กำหนดประเภทของแผนพัฒนาของ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นไว้ 2 ประเภท คือ แผนยุทธศาสตร์การพัฒนา เป็นแผนพัฒนายาว และ แผนพัฒนาสามปี ซึ่งเป็นแผนพัฒนาแบบหมุนเวียน (Rolling Plan) ที่ต้องมีการทบทวนและจัดทำทุกปี และ จะนำไปสู่กระบวนการการจัดทำงบประมาณรายจ่ายประจำปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การวางแผน ยุทธศาสตร์การพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นจึงเป็นกระบวนการกำหนดทิศทางในอนาคตขององค์กร ปกครองส่วนท้องถิ่น โดยกำหนดสภาพการณ์ที่ต้องการบรรลุและแนวทางในการบรรลุบนพื้นฐานของการ รวบรวมและวิเคราะห์ข้อมูลอย่างรอบด้านและเป็นระบบ ทั้งนี้ จะต้องสอดคล้องกับศักยภาพของท้องถิ่น และ ปัญหา/ความต้องการของประชาชนในท้องถิ่น

ด้วยเหตุผลที่กล่าวมาข้างต้น ผู้วิจัยเป็นนักวิชาการ ซึ่งสนใจที่จะศึกษาการดำเนินงานการพัฒนาตาม แผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษาจะนำไป แนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด
2. เปรียบเทียบการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล

สมมติฐานในการวิจัย (Research Hypothesis)

1. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
2. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
3. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน
4. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ผู้วิจัยได้กำหนดกรอบแนวในการวิจัยไว้ ดังนี้
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา เป็นการศึกษาตามกรอบแนวคิด ได้แก่ 5 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน 2) ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี 3) ด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง 4) ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม 5) ด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง ประชากรที่ใช้ ในการศึกษาครั้งนี้ได้แก่เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้าน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด จาก 15 ตำบล 145 หมู่บ้าน จำนวน 1,740 คน โดยใช้สูตรคำนวณของทาโร ยามาเน่ (Taro Yamane, 1967: p.98 อ้างถึงใน สุรพล พรหมกุล, 2554: 77) ได้ขนาดกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน กำหนดระดับความเชื่อมั่นที่ 95% หรือมีค่านัยสำคัญไม่เกิน 0.05% เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย คือ แบบสอบถามวิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้คอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติหาค่าร้อยละ ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ใช้การทดสอบ t-test และ F-test
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ประกอบไปด้วยเทศบาลตำบล 6 แห่ง และองค์การบริหารส่วนตำบล 9 แห่ง รวม 15 แห่ง มี 145 หมู่บ้าน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มเก็บข้อมูลตั้งแต่ เดือน มกราคม – เมษายน 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaires) แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ส่วน ได้แก่ ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น และข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในงานวิจัยครั้งนี้ โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บข้อมูล 90 วัน โดยผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปทำการแจกและทำการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างในเขตพื้นที่การศึกษาที่กำหนดไว้ ในที่นี้ คือ องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด จาก 15 ตำบล 145 หมู่บ้าน กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 325 คน โดยมีวิธีการเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

3.1 จัดเตรียมแบบสอบถามที่จะใช้ในการเก็บข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่าง

3.2 ลงพื้นที่เก็บข้อมูลในเขตพื้นที่ ที่กำหนดไว้ ได้แก่ เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้าน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

3.3 เก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้อง เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลในขั้นตอนต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

โดยใช้หลักสถิติเชิงพรรณนา (Description Statistics) ในการวิเคราะห์โดยใช้สถิติพื้นฐาน ประกอบด้วย ความถี่ (Frequency) ร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ใช้ในการวิเคราะห์วัดระดับการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัย เรื่อง การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำเสนอผลการศึกษได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม จำแนกตามเพศ พบว่า จำนวนผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศชาย จำนวน 180 คน คิดเป็นร้อยละ 58.25 รองลงมาเป็น เพศหญิง 145 คน คิดเป็นร้อยละ 44.61 ส่วนใหญ่มีอายุ 20-45 ปี จำนวน 168 คน คิดเป็นร้อยละ 51.17 รองลงมามีอายุ 46-55 ปี จำนวน 138 คน คิดเป็นร้อยละ 42.46 และอายุ 55 ปีขึ้นไป จำนวน 19 คน คิดเป็นร้อยละ 5.84 ส่วนใหญ่มีการศึกษาระดับปริญญาตรี จำนวน 258 คน เป็นร้อยละ 79.38 รองลงมาต่ำกว่าปริญญาตรี จำนวน 45 คน คิดเป็นร้อยละ 13.85 ส่วนใหญ่มีอาชีพรับข้าราชการและพนักงานรัฐวิสาหกิจ จำนวน 128 คน คิดเป็นร้อยละ 39.38 รองลงมาเป็นอาชีพเกษตรกรกรรม จำนวน 120 คน คิดเป็นร้อยละ 36.92 และรับจ้าง/อาชีพอิสระ จำนวน 77 คน คิดเป็นร้อยละ 36.69 ตามลำดับ

2. ผลจากการวิเคราะห์ การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวมทุกด้าน อยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$) = 3.13) เมื่อพิจารณารายด้าน โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจและสังคม อยู่ในระดับปานกลาง

เป็นลำดับแรก ($\bar{X}$) = 3.21) รองลงมาได้แก่ ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ($\bar{X}$) = 3.19) ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ($\bar{X}$) = 3.15) ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี ($\bar{X}$) = 3.13) และด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ($\bar{X}$) = 2.98) ตามลำดับ

ผลการทดสอบสมมติฐาน การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ดังนี้

1. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการหมู่บ้านที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นส่วน ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน

2. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน

3. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน

4. เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน

ข้อเสนอแนะอื่น ๆ

1. ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ควรขยายไฟฟ้า น้ำประปาเพื่อบริโภคและอุปโภคในพื้นที่ให้ทั่วถึงทุกหมู่บ้าน

2. ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ควรมีการรณรงค์ให้ประชาชนอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมให้คงอยู่กับท้องถิ่น ต่อไป

3. ด้านการศึกษา ศาสนาวัฒนธรรมประเพณี ควรมีโครงการฝึกอบรมคุณธรรม จริยธรรมสำหรับเยาวชนและประชาชนทั่วไป

4. ด้านเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง ควรจัดสรรงบประมาณในการช่วยเหลือผลผลิตทางการเกษตรที่ตกต่ำ สร้างงานสร้างอาชีพเสริมให้แก่ประชาชน สร้างจิตสำนึกให้กับประชาชนได้รู้ และเข้าใจเจตนารมณ์ของการกระจายอำนาจในการปกครองท้องถิ่นให้มากยิ่งขึ้น

5. ด้านการท่องเที่ยว และการกีฬา ควรจัดให้มีโครงการงานกีฬาประจำปีสำหรับเด็กเยาวชน และประชาชนทั่วไป เช่น งานกีฬาด้านยาเสพติด หรืองานเดิน หรือวิ่งเพื่อสุขภาพอนามัยของชุมชน เป็นต้น

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการสรุปผลการวิจัย การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด โดยภาพรวม พบว่า อยู่ในระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ด้านเศรษฐกิจและสังคมอยู่ในระดับปานกลางเป็นลำดับแรก รองลงมาได้แก่ ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ด้านโครงสร้าง ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม

ประเพณี และด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ตามลำดับ ที่ผลการวิจัยออกมาเช่นนี้ แสดงให้เห็นถึงการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่เป็นไปตามเป้าหมาย และไม่สอดคล้องกับเจตนารมณ์ของการกระจายอำนาจสู่การปกครองท้องถิ่น ซึ่งยุคหลังรัฐธรรมนูญฉบับปี 2540 ต่อเนื่องมาถึงฉบับปัจจุบันมีการประกาศใช้ และให้อำนาจหน้าที่อย่างกว้างขวางแก่คณะผู้บริหารท้องถิ่น โดยไม่เพียงแต่จะมีหน้าที่ในการให้บริการสาธารณะพื้นฐานแก่ประชาชนในท้องถิ่นเท่านั้น แต่ยังขยายบทบาทหน้าที่ออกไปรวมถึงการพัฒนาคุณภาพชีวิต และการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของท้องถิ่นด้วย ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐพงษ์ สัมฤทธิ์เดชขจร (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง “การจัดระบบบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี : ศึกษาเฉพาะเขตอำเภอเมือง” ผลการศึกษา พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด และไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัมปนาท ปราบนอก (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่องความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า การพัฒนาด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับมากเกือบจะทุกข้อ ซึ่งมีรายละเอียดที่จะอภิปรายผลในแต่ละด้าน ดังนี้

1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านโครงสร้างพื้นฐาน พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยก็ยัง พบว่า อยู่ในระดับปานกลางในทุกๆ ข้อ เช่น มีการปรับปรุงท่อระบายน้ำให้สามารถใช้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ เช่น โดยการขุดลอกเป็นประจำ เพื่อไม่ให้เกิดปัญหาขยะอุดตันให้น้ำสามารถไหลได้อย่างสะดวกลดปัญหาน้ำท่วมขังอยู่ในระดับปานกลางลำดับแรก รองลงมาได้แก่ มีการส่งเสริมการและพัฒนาแหล่งน้ำสำหรับสร้างประปาหมู่บ้าน การติดตั้งไฟฟ้าสาธารณะ ภายในเขตพื้นที่ให้ได้มาตรฐานและทั่วถึงเพื่อความปลอดภัยในชีวิตและทรัพย์สินของประชาชน มีการปรับปรุงผังเมืองและจัดเขตการใช้ที่ดินที่פקอาศัย พาณิชยกรรม เกษตรกรรม ให้มีความชัดเจน และมีสัดส่วนที่เหมาะสม เป็นต้น ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ รชพล ศรีขาวรส (2557: บทคัดย่อ) เรื่องการมีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา: เทศบาลตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการการศึกษา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมากถึงมากที่สุดเกือบทุกด้านโดยเฉพาะด้านโครงสร้างพื้นฐานอยู่ในระดับมากทุกด้าน

1.2 ด้านการศึกษา ศาสนา วัฒนธรรมและประเพณี ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการศึกษา ศาสนา และวัฒนธรรมประเพณี พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.13$) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยก็ยัง พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกๆ ข้อ เช่น มีการส่งเสริมและสนับสนุนการศึกษาในเขตพื้นที่การปกครองอย่างทั่วถึง รองลงมาได้แก่ มีการจัดตั้งศูนย์พัฒนาเด็กเล็กพร้อมทั้งส่งเสริมและสนับสนุนให้เด็กได้มีโอกาสรับการศึกษาที่มีคุณภาพเท่าเทียมกับ โรงเรียนรัฐและโรงเรียนเอกชนทั่วไป มีบุคลากรทางการศึกษาที่มีคุณวุฒิตรงสายงานมาดูแลควบคุมในการจัดการเรียนสอนให้เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ เป็นต้น ผลการวิจัยออกมา เช่นนี้ ในมุมมองของผู้วิจัยจากการลงพื้นที่เพื่อแจกแบบสอบถาม และพูดคุยกับคนในพื้นที่บอกว่า การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด คณะผู้บริหารท้องถิ่นได้ดำเนินการไปได้ในระดับหนึ่งแล้วปล่อยไว้ หมายความว่า เป็นการดำเนินการที่ไม่ต่อเนื่องเพราะขาดงบประมาณที่แต่ละปีมีจำกัด และมีโครงการต่างๆ หลายโครงการที่รอการพัฒนา ซึ่งไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ วิเชียร มุลตะกร (2560: บทคัดย่อ) การค้นคว้าอิสระ มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม ศึกษาเรื่อง ทศนคติของประชาชนต่อบทบาท

การพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม ผลการวิจัย พบว่า ทักษะคติของประชาชนต่อบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ถึงมากที่สุดเกือบด้าน

1.3 ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ผลการวิเคราะห์การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง แต่เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยก็ยัง พบว่า ทุกๆ ข้ออยู่ในระดับปานกลาง เช่น มีการจัดตั้งขยะรองรับขยะมูลฝอยอย่างเพียงพอ และมีการเก็บขนขยะมูลฝอยทุกวัน เพื่อส่งเข้าทำลายด้วยระบบฝังกลบไม่มีขยะตกค้างรองลงมาได้แก่ ท้องถิ่นมีบ่อเก็บขยะที่เพียงพออยู่ห่างไกลชุมชน และสร้างได้มาตรฐานถูกสุขอนามัยไม่มีมลพิษในเรื่องกลิ่น มีการดูแลรักษาสิ่งแวดล้อมและสภาพภูมิทัศน์ภายในเขตพื้นที่ให้มีความสะอาดดูเป็นระเบียบเรียบร้อยสวยงาม ท้องถิ่นมีโครงการปลูกป่าเพื่อทดแทนในที่ป่าเสื่อมโทรม เพื่อปลูกจิตสำนึกให้เด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป เกิดการอนุรักษ์และฟื้นฟูทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ท้องถิ่นมีหน่วยงานดูแลและรับผิดชอบเกี่ยวกับการรักษาทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ซึ่งแสดงให้เห็นถึงการบริหารงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ยังจะต้องปรับปรุงแก้ไขและให้ความสำคัญให้มากกว่าที่เป็นอยู่ปัจจุบัน ซึ่งผลของการวิจัยนี้ ไม่สอดคล้องกับการศึกษาของ เทวกร แก้วเพ็ญศรี (2562: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขาม อำเภอแก้งคร้อ จังหวัดชัยภูมิ ซึ่งผลการศึกษา พบว่า โดยรวมทุกๆ ด้านอยู่ในระดับมาก แสดงให้เห็นถึงวิสัยทัศน์และศักยภาพของผู้บริหารท้องถิ่นนั้นๆ เป็นที่ยอมรับของประชาชน

1.4 ด้านเศรษฐกิจและสังคม ผลการวิเคราะห์ผลการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพนทอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านเศรษฐกิจและสังคม พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 3.21$) แต่เมื่อพิจารณารายข้อโดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อยก็ยังพบว่า ทุกข้อ อยู่ในระดับปานกลาง เช่น ท้องถิ่นมีการส่งเสริม สนับสนุนให้มีการจัดตั้งกองทุนเพื่อพัฒนาการผลิตภัณฑ์การแปรรูปผลิตภัณฑ์การเกษตรให้มีมูลค่าเพิ่มขึ้นให้กับประชาชนในพื้นที่ อยู่ในระดับแรก รองลงมาได้แก่ มีการส่งเสริมการประกอบอาชีพและเพิ่มพูนรายได้ให้แก่ประชาชนในท้องถิ่น เช่น จัดตั้งกลุ่มพืชผักปลอดสารพิษ มีการส่งเสริมและจัดให้มีสถานที่จำหน่ายสินค้าตลาดกลางในชุมชน มีการปรับปรุงระบบเสียงตามสายและหอกระจายข่าวอย่างเป็นระบบและครอบคลุมพื้นที่เป้าหมาย สามารถบริการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ มีการป้องกันและกำจัดลูกน้ำยุงลาย พาหะนำโรคไข้เลือดออก โดยการพ่นสารเคมีกำจัดยุงลายสม่ำเสมอ และครอบคลุมทุกพื้นที่ มีการให้ความรู้กับกลุ่มเป้าหมาย คือ เด็กและเยาวชนที่เสี่ยงต่อการติดยาเสพติด พร้อมทั้งจัดกระบวนการประชาสัมพันธ์หมู่บ้านเพื่อแก้ปัญหาเสพติดและ มีการควบคุม และป้องกันไม่ให้มีแหล่งอบายมุขในท้องถิ่น ได้แก่ บ่อนการพนันต่าง ๆ เป็นต้น ผลของการวิจัยออกมาสะท้อนให้เห็นถึงความเป็นอยู่ของประชาชนในพื้นที่ ทั้งด้านเศรษฐกิจและสังคมถึงจะอยู่ในระดับปานกลาง แต่มีใช้ว่าจะถึงขั้นวิกฤติเสียทีเดียว เพียงแต่คณะผู้บริหารท้องถิ่นมีการส่งเสริมและดูแลประชาชนในเรื่องเศรษฐกิจและสังคมให้ทั่วถึงและทำอย่างต่อเนื่องก็จะดีขึ้นตามลำดับ ซึ่งไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ รชพล ศรีขาวรส (2562: บทคัดย่อ) ศึกษาเรื่อง ทักษะคติของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลน้ำย้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด ผลการศึกษา พบว่า ด้านโครงสร้างพื้นฐาน อยู่ในระดับมากที่สุด

1.5 ด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ผลการวิเคราะห์ การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา พบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง มีค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.98$) แต่เมื่อพิจารณารายข้อ โดยเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย พบว่า ทุกๆ ข้อ อยู่ในระดับปานกลาง เช่น ท้องถิ่นได้มีการส่งเสริมพัฒนาให้การสนับสนุนและให้ความสำคัญกับแหล่งท่องเที่ยวทุกแห่งในเขตพื้นที่อันดับแรก รองลงมา มีถนน เข้า-ออก สถานที่ท่องเที่ยวแต่ละแห่งให้มีความสะดวกและมีป้ายบอกทางที่ชัดเจน จัดให้มีมีคฤศุเทศ์ที่ได้รับการอบรมจากหน่วยงานภาครัฐคอยบริการนักท่องเที่ยวที่มาจากต่างถิ่น มีพนักงานรักษาความปลอดภัยให้กับสถานที่ท่องเที่ยวในเขตพื้นที่อย่างทั่วถึง มีสถานที่ท่องเที่ยวที่เป็นจุดเด่นที่สร้างแรงจูงใจนักท่องเที่ยว และภาครัฐมีงบประมาณในการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ท้องถิ่นมีโครงการสร้างทุนและมอบทุนให้กับนักกีฬาเยาวชนทุกประเภทที่สามารถสร้างชื่อเสียงให้กับท้องถิ่นเช่นทุนเรียนฟรี เป็นต้น รองลงมาได้แก่ ท้องถิ่นได้มีการส่งเสริมพัฒนาสนับสนุนในเรื่องการกีฬาอย่างต่อเนื่อง เช่น การแข่งขันกีฬาในระดับท้องถิ่นด้วยกัน หรือระดับอำเภอและระดับจังหวัด เป็นต้น และจัดให้มีโครงการงานกีฬาประจำปีสำหรับเด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป เช่นงานกีฬาด้านยาเสพติด เป็นต้น ซึ่งผลการวิจัยออกมาในระดับเดียว คือ ระดับปานกลาง เช่นเดียวกันทุกๆ ด้าน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ธัญธรณ์ โกสกุล (2563: บทคัดย่อ) ได้ศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังขาว อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์ โดยภาพรวมและรายด้าน อยู่ในระดับปานกลาง โดยเฉพาะด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ค่าเฉลี่ย ($\bar{X} = 2.77$) ซึ่งเรื่องนี้คณะผู้บริหารหน่วยการปกครองท้องถิ่นต้องให้ความสำคัญและพัฒนาอย่างจริงจัง ทั้งนี้เพื่อสร้างรายได้ให้กับประชาชนในท้องถิ่นและจะเป็นการลดรายจ่ายให้ภาครัฐอีกส่วนหนึ่งด้วย

2. ผลการเปรียบเทียบการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า โดยภาพรวมไม่แตกต่างกัน มีรายละเอียด ดังนี้

2.1 เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และคณะกรรมการหมู่บ้านที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้ เป็นเพราะว่าการพัฒนาทั้ง 5 ด้าน ไม่ว่าจะเป็นด้านโครงสร้างพื้นฐาน ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรม ด้านเศรษฐกิจสังคมและการเมือง ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม และด้านการท่องเที่ยวและการกีฬา ซึ่งทุกๆ ด้านที่กล่าวมาล้วนเป็นสิ่งที่จำเป็นต่อการดำเนินชีวิตของประชาชนทุกคน และประชาชนทุกเพศต่างมีความคาดหวังและต้องการ ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของวัฒนา ชัตติยะนนท์ (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริหารงานของเทศบาลตำบล : ศึกษากรณีเทศบาลตำบลบึงเลิศจังหวัดร้อยเอ็ด ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการบริหารงานของเทศบาลตำบลบึงเลิศจังหวัดร้อยเอ็ดเกี่ยวกับโครงสร้างพื้นฐาน ทั้ง 5 ด้าน ไม่แตกต่างกัน

2.2 เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอายุต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของกัมปนาท ปราบนอก (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม ไม่แตกต่างกัน

2.3 เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของนริทธิ์ สุขอำไพจิตร (2556: บทคัดย่อ) ศึกษาความคาดหวังของประชาชน ต่อการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานของเทศบาลตำบลทับช้าง อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี ผลทดสอบสมมติฐาน พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกัน มีความคาดหวังต่อการให้บริการโครงสร้างพื้นฐาน ไม่แตกต่างกัน

2.4 เจ้าหน้าที่ บุคลากร กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และกรรมการหมู่บ้านที่มีอาชีพต่างกัน มีความคิดเห็นต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับการศึกษาของกัมปนาท ปราบนอก (2557: บทคัดย่อ) ศึกษาความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผลทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกัน มีความพึงพอใจต่อการบริหารขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม ไม่แตกต่างกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ได้ข้อมูลการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ทั้ง 5 ด้าน ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด
2. ได้ทราบข้อเปรียบเทียบระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลต่อการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด
3. ผลการวิจัยจะใช้เป็นแนวทางในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

จากผลการวิจัย เรื่อง การดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในเขตพื้นที่อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด ผู้วิจัยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ด้านโครงสร้างพื้นฐาน องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรติดตั้งสัญญาณอินเทอร์เน็ตให้ทั่วถึงทุกชุมชนและเพียงพอต่อการให้บริการประชาชน
 - 1.2 ด้านการศึกษา ศาสนาและวัฒนธรรมประเพณี องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีโครงการฝึกอบรม ปฏิบัติธรรม สำหรับเยาวชนและประชาชนทั่วไป เพื่อปลูกจิตสำนึกในเรื่องคุณธรรมและจริยธรรม
 - 1.3 ด้านเศรษฐกิจ สังคมและการเมือง องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรมีการควบคุม และป้องกันไม่ให้มีแหล่งอบายมุขในท้องถิ่น ได้แก่ บ่อนการพนันต่าง ๆ สถานที่มั่วสุมของวัยรุ่น หรือสถานที่สุ่มเสี่ยงที่อาจจะก่อให้เกิดอาชญากรรม เป็นต้น
 - 1.4 ด้านการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดให้มีระบบการดูแลและบำรุงรักษาทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่น เช่น แหล่งน้ำ ห้วย หนอง คลองบึง ให้อยู่ในสภาพที่สมบูรณ์ พร้อมที่จะเอื้อประโยชน์ให้กับประชาชน
 - 1.5 ด้านการกีฬาและการท่องเที่ยว องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ควรจัดให้มีโครงการงานกีฬาประจำปีสำหรับเด็กเยาวชนและประชาชนทั่วไป เช่น งานกีฬาด้านยาเสพติด หรืองานเดิน หรือวิ่งเพื่อสุขภาพอนามัยของชุมชน เป็นต้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรวิจัยเรื่องเกี่ยวกับบทบาทของผู้บริหารในการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ในเขตอำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด หรืออำเภออื่นที่ใกล้เคียงกัน

2.2 ควรวิจัยเรื่องการดำเนินงานการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในพื้นที่อำเภออื่นที่ใกล้เคียง ซึ่งผลการวิจัยจะได้นำมาเปรียบเทียบและใช้เป็นแนวทางในการพัฒนาท้องถิ่นต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัมปนาท ปรานอก. (2557). ความพึงพอใจของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลนาอุดม อำเภอโพธารอง จังหวัดร้อยเอ็ด. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานภาครัฐ. วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- ณัฐพงษ์ สัมฤทธิ์เดชขจร. (2557). การจัดระบบบริการสาธารณะขององค์การบริหารส่วนจังหวัดราชบุรี : ศึกษาเฉพาะเขตอำเภอเมือง จังหวัดราชบุรี. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเนชั่น.
- เทวกร แก้วเพ็ญศรี. (2562). บทบาทการพัฒนาท้องถิ่นขององค์การบริหารส่วนตำบลหนองขาม อำเภอแก่งศรีภูมิ จังหวัดชัยภูมิ. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนครราชสีมา.
- ธัญธรณ์ โกสกุล. (2563). ความคิดเห็นของประชาชนต่อการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์การบริหารส่วนตำบลวังขาว อำเภอน้ำหนาว จังหวัดเพชรบูรณ์. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต. วิทยาลัยนครราชสีมา.
- นริทธิ์ สุขอำไพจิตร. (2556). ความคาดหวังของประชาชนที่มีต่อการให้บริการโครงสร้างพื้นฐานของเทศบาลตำบลทับช้าง อำเภอสอยดาว จังหวัดจันทบุรี. สารนิพนธ์ รัฐประศาสนศาสตร์. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยบูรพา.
- เมธาวิ ฐานกุล. (2557). แนวทางการสร้างองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่เป็นเลิศในด้านการบริหารจัดการที่ดี. คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยมหิดล.
- รชพล ศรีขาวรส. (2557). การมีส่วนร่วมในการพัฒนาตามแผนยุทธศาสตร์ขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น กรณีศึกษา: เทศบาลตำบลเมยวดี อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด. ดุษฎีนิพนธ์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์. มหาวิทยาลัยเวสเทิร์น.
- รชพล ศรีขาวรส. (2562). ทศนคติของประชาชนต่อการบริหารงานขององค์การบริหารส่วนตำบลผาน้ำย้อย อำเภอหนองพอก จังหวัดร้อยเอ็ด. สารนิพนธ์ สาขารัฐประศาสนศาสตร์. คณะรัฐประศาสนศาสตร์ วิทยาลัยนครราชสีมา.
- วัฒนา ขัตติยะนนท์. (2557). ศึกษาความคิดเห็นของประชาชนต่อการให้บริการงานของเทศบาลตำบล : ศึกษากรณีเทศบาลตำบลบึงเล็ด อำเภอเมยวดี จังหวัดร้อยเอ็ด. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารงานภาครัฐ. บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเทคโนโลยีสยาม.
- วิเชียร มุลตะกร. (2560). ทศนคติของประชาชนต่อบทบาทการพัฒนาท้องถิ่นของสมาชิกสภาองค์การบริหารส่วนตำบลหนองบอน อำเภอโกสุมพิสัย จังหวัดมหาสารคาม. การค้นคว้าอิสระ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตร์ สาขาการบริหารงานภาครัฐ. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

วุฒิสาร ตันไชย. (2556). การกระจายภารกิจไปสู่องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นยุคใหม่. คณะรัฐศาสตร์
มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

สุรพล พรหมกุล. (2554). ระเบียบวิธีวิจัยทางรัฐศาสตร์. กรุงเทพฯ: โอเดียนสโตร์

โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T)
กับการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ : กรณีศึกษาเปรียบเทียบ ชุมชนบ้านทะเลน้อย
ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว อำเภอเกลอง จังหวัดระยอง
University To Tambon (U2T) and Community's OTOP Development:
Comparative Case Study in Ban Talay Noi, Thang Kwian Subdistrict and Ban
Wong Wa, Wong Wa Subdistrict, Klaeng District, Rayong Province

รติมา พงษ์อริยะ¹ สุภาศพรณ ตั้งตรงไพโรจน์²
Ratima Pongariya, Supaphan Tangtrongpairoj

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาบทบาทและกระบวนการทำงานของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว จังหวัดระยอง 2) ศึกษาพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังห้วหลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ U2T 3) ศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังห้ว หลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีกลุ่มตัวอย่างในการให้ข้อมูล ได้แก่ ชาวบ้าน คณะทำงานโครงการ U2T และเจ้าหน้าที่รัฐในพื้นที่ศึกษา รวมถึงนักวิจัยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการ ด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ซึ่งกำหนดวิธีเลือกโดยการเจาะจง จำนวน 27 คน และใช้วิธีการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหา

ผลการวิจัยพบว่า 1) การทำงานของโครงการมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ตั้งแต่การสำรวจปัญหาที่เกิดขึ้นในชุมชน คัดกิจกรรมการอบรมที่ชาวบ้านต้องการเพื่อตอบสนองและแก้ไขปัญหา โดยเฉพาะความรู้เกี่ยวกับด้านผลิตภัณฑ์ 2) พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนดีขึ้น ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม และผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการช่วยเหลือของโครงการ 3) ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชนหลังดำเนินการตามโครงการ คือ ความรู้ความสามารถ การเอาใจใส่ต่อโครงการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชน การมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน ความร่วมมือจากชาวบ้าน การมีทุนทรัพยากรธรรมชาติและทรัพยากรมนุษย์ และการสร้างการมีส่วนได้ให้ชุมชน ซึ่งสิ่งเหล่านี้เป็นปัจจัยที่ช่วยให้โครงการดำเนินการได้อย่างราบรื่น

คำสำคัญ (Keywords) : โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล; การพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์;
ชุมชนบ้านทะเลน้อย; ชุมชนบ้านวังห้ว

Received: 2022-10-27 Revised: 2022-11-06 Accepted: 2022-11-07

¹ นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาพัฒนามนุษย์และสังคม จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Master Degree Student in Master of Arts, Human and Social Development, Chulalongkorn University. E-mail: ratima.pongariya@gmail.com

² สถาบันเอเชียศึกษา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย Institute of Asian Studies, Chulalongkorn University. E-mail: supaphan.t@gmail.com

Abstract

The purposes of this research were: 1) to study the role and working process of the University To Tambon (U2T), contributing to the development of the community in terms of products. In Ban Talay Noi and Ban Wong Wa, Rayong Province 2) to study the product development of these communities after the project implementation and 3) to study the factors affecting the success of community product development by a comparative study between these two communities after the project implementation. The sample groups were villagers, the U2T project working group, and government officials in the study area, as well as researchers in charge of the project evaluations. There were 27 specific people for the in-depth interview. The content analysis was used.

The results of the research showed that 1) the project contributed to the community development in terms of products: in-community problem survey, development of training activities needed by the villagers, and problem solving in the product knowledge. 2) There were improvements of the product development at the communities because of the participations in training activities and the project. 3) Factors affecting the success of community product development, after the implementation of the project, consisted of knowledge and ability, the teachers' engagement with the project, the strength of community leaders, collaborations of all sectors and villagers, as well as capitals in natural and human resources. These were the factors facilitating the project smoothly.

Keywords: University To Tambon; U2T; community products development;
Ban Talay Noi; Ban Wong Wa

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันการเปลี่ยนแปลงในด้านต่าง ๆ ทั่วโลกเป็นไปอย่างรวดเร็ว ความไม่แน่นอนสูง คาดเดาผลที่เกิดขึ้นได้ยาก สืบเนื่องมาจากความก้าวหน้าทางวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยีที่ได้รับการพัฒนาอย่างก้าวกระโดด ซึ่งก่อให้เกิดนวัตกรรมอย่างพลิกผัน (Disruption innovation) (ศศิมา สุขสว่าง, 2560) อันส่งผลให้เกิดความท้าทายต่อการพัฒนาประเทศในหลายมิติด้วยแนวโน้มในข้างต้น กระนั้นก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าการขาดประสิทธิภาพในภาคการผลิตทั้งในภาคบริการและภาคเกษตร เนื่องจากขาดการนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยเพิ่มประสิทธิภาพ รวมไปถึงการมีปัญหาด้านแรงงาน ปัญหาความยากจน ทำให้โครงสร้างเศรษฐกิจประเทศไทยที่ยังไม่สามารถขับเคลื่อนด้วยนวัตกรรมได้อย่างเต็มกำลัง ดังนั้น การที่จะสามารถรับมือและปรับตัวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วดังกล่าวได้อย่างมีประสิทธิภาพได้นั้น ภาครัฐจึงต้องมีการวางแผนการพัฒนาที่รอบคอบและครอบคลุม เพื่อเสริมสร้างคุณภาพชีวิตของประชาชนทุกภาคส่วน โดยการทำให้ประชาชนมีรายได้สูงขึ้นและแก้ปัญหาคอขวดอย่างยั่งยืน ภาคเกษตรและภาคบริการสามารถกระจายผลประโยชน์จากการพัฒนา

การพัฒนาในช่วง 5 ปี ตามแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) ซึ่งเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการพัฒนาบนฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์

เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนา และการพัฒนานวัตกรรม โดยนำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา เพื่อขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้เดิม ส่งผลให้สังคมไทยมีคุณภาพ และเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการฉีกกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน อันมีฐานคิดหลัก คือ เปลี่ยนจากการผลิตสินค้า “โภคภัณฑ์” ไปสู่สินค้าเชิง “นวัตกรรม” ซึ่งเปลี่ยนจากการขับเคลื่อนประเทศด้วยภาคอุตสาหกรรม ไปสู่การขับเคลื่อนด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม ทั้งยังมุ่งเน้นการสร้างความรู้เชิงบูรณาการที่ครอบคลุมทั่วถึง เพื่อเพิ่มขยายฐานกลุ่มประชากรชั้นกลางให้กว้างขึ้น โดยกำหนดเป้าหมายในการเพิ่มโอกาสทางเศรษฐกิจ โอกาสทางสังคม และรายได้ของกลุ่มประชากรรายได้ต่ำสุด ร้อยละ 40 ให้สูงขึ้น (ไทยรัฐออนไลน์, 2559)

บริบทดังกล่าวสอดคล้องกับนโยบายของรัฐบาลตามพระราชบัญญัติเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก พ.ศ. 2561 อันกำหนดให้มีเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (Eastern Economic Corridor Development: EEC) ได้แก่ จังหวัดระยอง จังหวัดชลบุรี และจังหวัดฉะเชิงเทรา โดยต้องการสร้างความเชื่อมั่นให้กับนักลงทุนต่างชาติ ในการเข้ามาลงทุนในพื้นที่ดังกล่าว เพื่อนำประเทศไทยเข้าสู่ Thailand 4.0 ซึ่งภาคตะวันออกเป็นพื้นที่ที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจสูง หากมีการพัฒนาพื้นที่อย่างต่อเนื่องเป็นระบบ จะช่วยเพิ่มขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศโดยรวม โดยเฉพาะอย่างยิ่งการส่งเสริมให้มีการประกอบพาณิชยกรรมและอุตสาหกรรมที่ใช้เทคโนโลยีขั้นสูง สร้างนวัตกรรมและเป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและการเกษตรกรรมดั้งเดิม ตลอดจนวิถีของชุมชนในพื้นที่ จึงเป็นเหตุผลที่ในการประกาศใช้พระราชบัญญัติฉบับนี้ และเนื่องจากเป็นจังหวัดที่อยู่ในเขตพัฒนาพิเศษภาคตะวันออก (EEC) ส่งผลให้มีงบประมาณลงไปพัฒนาและกระตุ้นเศรษฐกิจในจังหวัดอีกมหาศาล อีกทั้งอุตสาหกรรมในจังหวัดระยองมีหลากหลายประเภท เช่น การผลิตรถยนต์ ชิ้นส่วนอิเล็กทรอนิกส์ แปรรูปสินค้าเกษตร การผลิตไฟฟ้า และการผลิตสารเคมี เป็นต้น ซึ่งสร้างมูลค่ารวมในแต่ละปีเกือบ 1 ใน 3 ของงบประมาณรายจ่ายประเทศไทย (สำนักงานแรงงานจังหวัดระยอง, 2564)

อย่างไรก็ตาม ในปัจจุบันประเทศไทยและประเทศอื่น ๆ ทั่วโลกประสบปัญหาในเรื่องการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) ทำให้เกิดปัญหาทางเศรษฐกิจของประเทศ ประชาชนว่างงาน และบัณฑิตจบใหม่ไม่สามารถหางานทำได้ รวมถึงนักศึกษาที่ได้รับผลกระทบอย่างรุนแรง ประชาชนที่ว่างงานย้ายกลับถิ่นฐานจำนวนมาก จากการสืบค้นเกี่ยวกับสถานการณ์การว่างงานท่ามกลางสถานการณ์การแพร่ระบาดของไวรัสโควิด-19 พบว่า จำนวนผู้ว่างงานใน พ.ศ. 2564 มีจำนวนทั้งสิ้น 748.3 พันคน ซึ่งมากที่สุดในรอบ 10 ปี (สำนักงานสถิติแห่งชาติ, 2564) ดังนั้น รัฐจึงกำหนดนโยบายการฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมของประเทศ โดยมุ่งเน้นที่การฟื้นฟูเศรษฐกิจในระดับชุมชน ทั้งการสร้างงาน การพัฒนาอาชีพในชุมชน เพื่อให้ชุมชนสามารถพึ่งพาตนเองได้ตามปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียง จึงเกิดเป็น “โครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ หรือ โครงการ U2T” ขึ้นมา

โครงการนี้มีจุดเริ่มต้นมาจากปัญหาวิกฤติการณ์โควิด-19 ที่ได้ส่งผลกระทบต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก ปัญหาที่เห็นได้ชัดคือ ปัญหาการว่างงานเพิ่มสูงขึ้น ทำให้ประชาชนขาดรายได้ ส่งผลให้กระทรวงการอุดมศึกษา วิทยาศาสตร์ วิจัย และนวัตกรรม (อว.) จึงได้ส่งเสริมให้มีการจัดทำโครงการ U2T ขึ้น เพื่อเป็นการยกระดับและช่วยฟื้นฟูเศรษฐกิจและสังคมรายตำบลแบบบูรณาการและแก้ไขปัญหาดังกล่าว โดยส่งเสริมและสนับสนุนให้มหาวิทยาลัยใช้องค์ความรู้ งานวิจัย เทคโนโลยี นวัตกรรม และทรัพยากรของมหาวิทยาลัย ไปใช้ในการพัฒนาพื้นที่ผ่านการนำปัญหาของแต่ละพื้นที่มาสู่การพัฒนาศักยภาพทุนมนุษย์ พัฒนาองค์ความรู้ เทคโนโลยีและนวัตกรรมใหม่ ๆ เพื่อขับเคลื่อนประเทศสืบต่อไป

จังหวัดระยองเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีโครงการ U2T ลงไปดำเนินการพัฒนา โดยพบว่า มีโครงการ U2T ที่ดูแลพื้นที่ระยองอยู่ภายใต้การดูแลรับผิดชอบจาก 5 สถาบันอุดมศึกษา รวมทั้งสิ้น 34 ตำบล (อว. ส่วนหน้า จังหวัดชลบุรี, 2564) เพราะสถานการณ์โควิด - 19 ในจังหวัดระยองได้รับปัญหาเดียวกัน เห็นได้จากจำนวนผู้ว่างงานในจังหวัดระยอง สำหรับไตรมาส 1 ปี 2564 มีจำนวน 5,427 คน คิดเป็นอัตราการว่างงานเท่ากับร้อยละ 0.92 ของกำลังแรงงานทั้งหมด ซึ่งเมื่อเปรียบเทียบกับไตรมาสเดียวกันปีก่อน เพิ่มขึ้นร้อยละ 0.35 กล่าวคือ ไตรมาส 1 ปี 2563 มีอัตราการว่างงาน ร้อยละ 0.57 (สำนักแรงงานจังหวัดระยอง, 2564)

ภายหลังจากการดำเนินโครงการมาได้ระยะเวลา 1 ปี นับตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ พ.ศ.2564 พบว่ามี การจ้างงานทั่วประเทศ สูงสุดร้อยละ 97.5 และมีกิจกรรมในแง่ของการยกระดับเศรษฐกิจ ส่งผลให้มีเงินหมุนเวียนจากการจ้างงานมากกว่า 700 ล้านบาท (สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี, มปป.) ดังนั้น โครงการ U2T จึงมีส่วนช่วยแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจที่เกิดจากโควิด-19 โดยเฉพาะการสร้างงาน อาชีพให้แก่ประชาชน อันนำไปสู่การสร้างรายได้เพื่อหาเลี้ยงชีพให้แก่ครอบครัว และครอบคลุมไปถึงการแก้ไขปัญหาดังกล่าวใน อนาคต ดังวัตถุประสงค์โครงการข้างต้น กล่าวคือ การส่งเสริมให้ผู้เชี่ยวชาญหรือผู้มีองค์ความรู้ในฐานะ อาจารย์มหาวิทยาลัยมาเป็นผู้ส่งต่อความรู้เฉพาะทางให้แก่ชาวบ้านในชุมชนได้เรียนรู้โดยตรง โดยเฉพาะองค์ความรู้ที่ชาวบ้านไม่ชำนาญ เช่น ด้านเทคโนโลยี นวัตกรรม การใช้สื่อสังคม (social media) หรือการยกระดับสิ่งที่ชาวบ้านมีอยู่แต่เดิม ไม่ว่าจะเป็นผลิตภัณฑ์หรือสถานที่ท่องเที่ยว เพื่อให้ชาวบ้านได้เรียนรู้และนำความรู้ที่ได้รับไปต่อยอด เพิ่มรายได้ และนำไปสู่การมีสภาพความเป็นอยู่ที่ดีขึ้น ซึ่งจังหวัดระยองเป็นหนึ่งในพื้นที่ที่มีโครงการ U2T ลงไปดำเนินการกิจกรรมพัฒนาเช่นกัน อันเห็นได้จากจำนวนผู้ว่างงานในจังหวัดระยอง สำหรับไตรมาส 4 ปี 2564 (ตุลาคม-ธันวาคม) พบว่าจังหวัดระยองมีอัตราการว่างงานร้อยละ 0.89 เท่ากับ ไตรมาส 3 ที่ผ่านมา และลดลงเมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปีก่อน ซึ่งมีอัตราการว่างงานร้อยละ 0.92 ประกอบกับจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลระดับตำบล (TSI) จังหวัดระยอง พบว่า ภาพรวมการประเมินศักยภาพ ตำบลก่อนมีโครงการ U2T จังหวัดระยองมีตำบลมุ่งสู่ความยั่งยืน จำนวน 7 ตำบล แต่ภายหลังการเข้ามาของ โครงการ U2T เมื่อดำเนินการเสร็จสิ้น พบว่ามีจำนวนเพิ่มขึ้น 21 ตำบล คิดเป็นร้อยละ 75 (อว. ส่วนหน้า จังหวัดชลบุรี, 2564)

ผู้วิจัยจึงมีความสนใจว่าโครงการดังกล่าวมีกระบวนการ บทบาทในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ และพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ในชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว้า ตำบลวังหว้า อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง ก่อนและหลังโครงการ U2T เข้ามาดำเนินการในพื้นที่ ตลอดจนปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน โดยศึกษาเปรียบเทียบระหว่างสองชุมชน ทั้ง ก่อนและหลังจากการดำเนินการตามโครงการ U2T ซึ่งเหตุที่ผู้วิจัยตัดสินใจเลือกพื้นที่ดังกล่าวเป็นพื้นที่ กรณีศึกษา เนื่องจากเป็นพื้นที่ทางภูมิศาสตร์ที่มีความโดดเด่นทางด้านผลิตภัณฑ์มากกว่าพื้นที่อื่น ๆ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาบทบาทและกระบวนการทำงานของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว้า ตำบลวังหว้า อำเภอกาหลง จังหวัดระยอง

2. เพื่อศึกษาพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว่า ตำบลวังหว่า อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง หลังจากมีการดำเนินการตามโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T)

3. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน และศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว่า ตำบลวังหว่า อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง หลังจากมีการดำเนินการตามโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T)

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) ซึ่งทำการศึกษาด้านเนื้อหาและมีการสัมภาษณ์ในเชิงลึก โดยการศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) พื้นที่ที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา คือ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว่า ตำบลวังหว่า อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับกระบวนการทำงานของโครงการ U2T ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย และบ้านวังหว่า รวมไปถึงศึกษาพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์และปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน

1.2 ขอบเขตด้านกลุ่มเป้าหมาย ประกอบไปด้วย (1) ชาวบ้านที่อาศัยอยู่ในชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังหว่า (2) ผู้ที่ได้รับการจ้างงานจากโครงการ ทั้งคณะทำงานโครงการ U2T ในพื้นที่ศึกษา เช่น อาจารย์ นักศึกษา บัณฑิตจบใหม่ และชาวบ้านในพื้นที่ รวมถึงนักวิจัยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการประเมินโครงการ U2T (3) เจ้าหน้าที่รัฐที่มีหน้าที่เกี่ยวข้องกับการประสานงานทำโครงการ U2T ในพื้นที่ศึกษา เช่น องค์การบริหารส่วนตำบลทางเกวียน อ.กงหรา จ.ระยอง องค์การบริหารส่วนตำบลวังหว่า อ.กงหรา จ.ระยอง เป็นต้น

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ การศึกษาครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะกรณี (Case Study) พื้นที่ที่ผู้วิจัยได้เลือกศึกษา คือ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังหว่า ตำบลวังหว่า อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ช่วงเวลาในการศึกษารวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์สรุปผลการวิจัย อยู่ในระหว่างเดือนมกราคม ถึงเดือนตุลาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

2.1 แบบบันทึกข้อมูลจากการศึกษาเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ใช้ศึกษาเกี่ยวกับรายละเอียดและพัฒนาการของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) จากหนังสือ งานวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ หน่วยงานรัฐ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง และสื่ออิเล็กทรอนิกส์

2.2 แบบสังเกตแบบมีส่วนร่วม (participant observation) ผู้วิจัยจะสังเกตกระบวนการของคณะทำงานโครงการ U2T ต่อการดำเนินติดตามงานในส่วนของการช่วยพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ของชาวบ้าน เพื่อศึกษากระบวนการดำเนินงานของคณะทำงานโครงการ U2T ในทั้งสองพื้นที่ว่ามีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์อย่างไร ตลอดจนสังเกตพฤติกรรมของชาวบ้านที่แสดงออกถึงการรับรู้ต่อโครงการ และเจ้าหน้าที่ของหน่วยงานภาครัฐ ในขณะที่ผู้วิจัยลงพื้นที่ไปเก็บข้อมูล

2.3 แบบสัมภาษณ์ ใช้บันทึกข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนามด้านผลิตภัณฑ์ ด้วยการใช้เครื่องมือเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสัมภาษณ์แบบกึ่งโครงสร้าง (Semi-structured interview) ประกอบด้วยข้อคำถาม ซึ่งอธิบายปรากฏการณ์ในการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยแบ่งเป็น 3 ตอน ได้แก่

ตอนที่ 1 การดำเนินโครงการ U2T ของคณะทำงานโครงการ ในชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังห้ว โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์

ตอนที่ 2 พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว มีการเปลี่ยนแปลงอย่างไรเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนและหลังการเข้ามาของคณะทำงานโครงการ U2T

ตอนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน และศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว ซึ่งเปรียบเทียบกับก่อนและภายหลังการดำเนินการตามโครงการ U2T โดยศึกษาร่วมกับข้อคำถามปลายเปิด เพื่อให้ชาวบ้านได้แสดงความคิดเห็นเพิ่มเติม

โดยมีการจัดทำแบบสัมภาษณ์ (interview form) สำหรับใช้บันทึกข้อมูลจากการเก็บข้อมูลภาคสนาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนที่ 1 ข้อมูลส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสัมภาษณ์ ส่วนที่ 2 การดำเนินโครงการ U2T ของคณะทำงานโครงการ ในชุมชนบ้านทะเลน้อยและชุมชนบ้านวังห้ว โดยเฉพาะการดำเนินกิจกรรมการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนที่ 3 ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ของชุมชน

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาวิจัยเอกสาร (Documentary research) ใช้วิธีการเก็บข้อมูลเบื้องต้นผ่านการศึกษาข้อมูลจากแหล่งข้อมูลทุติยภูมิ ได้แก่ การค้นคว้าจากเอกสาร อาทิ หนังสือ งานวิจัย บทความวิชาการ วิทยานิพนธ์ หน่วยงานรัฐ หน่วยงานอื่น ๆ ที่เกี่ยวข้อง รวมถึงสื่ออิเล็กทรอนิกส์ เกี่ยวกับข้อมูลทั่วไปของพื้นที่ที่ศึกษา ปัจจัยที่มีผลต่อการพัฒนาชุมชน โดยเฉพาะด้านผลิตภัณฑ์ ส่วนการศึกษาวิจัยภาคสนาม (Field study research) แหล่งข้อมูล ได้แก่ ชาวบ้านในพื้นที่ที่ได้รับความช่วยเหลือในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ การทำงานของคณะทำงานโครงการ U2T ที่มีบทบาทในพื้นที่กรณีศึกษา สอบถามข้อมูลจากเจ้าหน้าที่รัฐที่เกี่ยวข้องกับการดำเนินโครงการ รวมไปถึงสอบถามข้อมูลและความคิดเห็นเกี่ยวกับกระบวนการประเมินและผลลัพธ์ของการพัฒนาชุมชนจากการดำเนินการตามภารกิจโครงการในมุมมองของนักวิจัยผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการประเมินโครงการ U2T

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ในการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลในลักษณะของการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) โดยผู้วิจัยจะทำการจัดประเภทของข้อมูล (categories) เพื่อเชื่อมโยงข้อมูล และอภิปรายประเด็นต่าง ๆ อันนำไปสู่ความเข้าใจปรากฏการณ์ที่ศึกษา ก่อนจะนำเสนอในรูปแบบของการอธิบายเชิงพรรณนา (descriptive method) เพื่อตอบคำถามการศึกษาที่กำหนดไว้และนำไปสู่การสร้างข้อสรุป ซึ่งการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนนี้จะใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหาจากการสัมภาษณ์ เพื่อมาวิเคราะห์ปรากฏการณ์สายตาและมุมมองของคณะทำงานต่อการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ในพื้นที่ รวมถึงปรากฏการณ์สายตาและมุมมองของชาวบ้านในชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการศึกษาพบว่าผลการวิจัยในแต่ละวัตถุประสงค์ของการวิจัยสามารถสรุปได้ ดังนี้

1. ศึกษาบทบาทและกระบวนการทำงานของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว ได้แก่

1.1 กระบวนการดำเนินงานของโครงการ U2T ในชุมชนบ้านทะเลน้อย ในช่วงระยะเวลา 1 ปี ของการทำงานช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปีพ.ศ.2564 มีกิจกรรมที่ดำเนินงานทั้งหมด 9 กิจกรรม จากการศึกษาพบว่ากิจกรรมและการอบรมที่ทางโครงการ U2T จัดขึ้นมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านทะเลน้อย โดยเฉพาะกิจกรรมและการอบรมเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องบรรจุภัณฑ์ เรื่องตราสินค้า เรื่องการตลาดออนไลน์ และการแปรรูปผลิตภัณฑ์ ซึ่งทำให้ชาวบ้านได้รับความรู้มาใช้อย่างต่อยอดพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ตนมีอยู่ได้ จนสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้ที่มากขึ้นเพื่อหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัว รวมถึงสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนได้

1.2 กระบวนการดำเนินงานของโครงการ U2T ในชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว ในช่วงระยะเวลา 1 ปี ของการทำงานช่วงที่ 1 ตั้งแต่เดือนมกราคมถึงเดือนธันวาคม ปีพ.ศ.2564 มีกิจกรรมที่ดำเนินงานทั้งหมด 9 กิจกรรมเช่นกัน และจากการศึกษาพบว่ากิจกรรมและการอบรมที่ทางโครงการ U2T จัดขึ้นจึงมีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ในชุมชนบ้านวังห้ว โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้ ส่วนแรก คือ การพัฒนาจากสิ่งเดิมที่มีอยู่เดิม ได้แก่ การออกแบบและพัฒนาบรรจุภัณฑ์ในสินค้าที่มีอยู่แล้ว เช่น น้ำพริกกระวานกรอบ ส่วนที่สอง คือ การคิดสิ่งใหม่ขึ้นมาเพื่อสะท้อนเอกลักษณ์ของสินค้าและผลิตภัณฑ์เดิมที่มี กล่าวคือ การนำสินค้ามาแปรรูปเพื่อเพิ่มมูลค่า ได้แก่ ข้าวเกรียบข้าวตัง ส่วนที่สาม คือ การแก้ไขปัญหาจากการนำเอาขยะหรือของเหลือใช้มาสร้างเป็นสินค้าใหม่ ได้แก่ กระถางและการด้ายสาจากเปลือกทุเรียน พรหมเช็ดเท้าจากเศษผ้า เป็นต้น รวมไปถึงกิจกรรมและการอบรมเกี่ยวกับการให้ความรู้เรื่องการใช้เทคโนโลยี M-Commerce การตลาดออนไลน์ ซึ่งทำให้ชาวบ้านได้รับความรู้มาใช้อย่างต่อยอดพัฒนาสินค้าผลิตภัณฑ์ที่ตนมีอยู่ได้ จนสามารถนำไปสู่การสร้างรายได้ที่มากขึ้นเพื่อหาเลี้ยงตัวเองและครอบครัว รวมถึงสามารถกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนได้มากขึ้น

2. เพื่อศึกษาพัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว หลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ U2T ได้แก่

2.1 พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านทะเลน้อย แบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม และ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการช่วยเหลือของโครงการ U2T ดังนี้

2.1.1 ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม คือ การที่ชาวบ้านได้เข้าร่วมเรียนรู้ และทำกิจกรรมที่ทางโครงการ U2T เป็นฝ่ายจัดขึ้น โดยมีจุดประสงค์เพื่อต้องการถ่ายทอดองค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์แก่ชุมชนบ้านทะเลน้อย แล้วได้นำเอาความรู้ที่ได้จากการทำกิจกรรมนั้นมาใช้อย่างต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวชาวบ้านเองสืบต่อไป โดยจากการสัมภาษณ์ชาวบ้านที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ที่จัดโดยโครงการ U2T ได้แก่ การทำคัพเค้กกล้วยตาก ยำผักกระชับกรอบ และกะป็น้ำปลาหวาน ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของชาวบ้านต่อการเข้าร่วมทำกิจกรรม 3 ประการ ดังนี้ (1) ได้ประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรมอย่างมาก เนื่องจากชาวบ้านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปใช้อย่างต่อยอดทำเป็นผลิตภัณฑ์ใหม่ของตัวเอง ส่งผลให้สามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้น (2) ได้ประโยชน์

จากการเข้าร่วมกิจกรรมบางส่วน คือ ชาวบ้านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากการทำกิจกรรมการแปรรูปผลิตภัณฑ์ไปใช้ต่อยอด ปรับปรุงกับผลิตภัณฑ์เดิมที่ชาวบ้านมีอยู่ก่อนแล้ว และ (3) ข้อจำกัดของการนำข้อมูลจากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ต่อยอด กล่าวคือ ความรู้ที่ได้มาจากกิจกรรมที่อบรมนั้น ไม่สามารถนำไปต่อยอดและทำอย่างเต็มประสิทธิภาพได้ในทุกคน เนื่องจากการมีต้นทุนทางอุปกรณ์ที่ไม่เท่ากัน รวมถึงพื้นฐานทางทักษะที่ต่างกัน

2.1.2 พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการช่วยเหลือจากโครงการ คือ ผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาขึ้น จากการเข้ามาช่วยเหลือของโครงการ U2T ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการขายให้ชาวบ้านสร้างรายได้เพิ่มขึ้น ได้แก่ (1) ขาไบขลุ่ บรรจุภัณฑ์เดิมของขาไบขลุ่เป็นเพียงการนำใบชาตากแห้งมาบรรจุใส่ถุงพลาสติกและใส่กล่องขายเพียงเท่านั้น แต่พอโครงการ U2T เข้ามาจึงมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยนำมาบรรจุใส่ถุงชา เพื่อให้ง่ายและสะดวกต่อการรับประทานมากขึ้น (2) กล้วยตาก เดิมบรรจุภัณฑ์เป็นการนำเอากล้วยตากมาบรรจุใส่ถุงพลาสติกและกล่องขายเพียงเท่านั้น แต่พอโครงการ U2T เข้ามาจึงมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยการทำสายคาดกล่องเพิ่มขึ้น (3) ผักกระชับ แต่เดิมชาวบ้านไม่ได้มีการขายทางไกล เพียงแค่นำใส่ถึงกระบะเล็ก ๆ วางขายที่บริเวณหน้าบ้านของตนหรือตลาดเพียงเท่านั้น พอโครงการ U2T เข้ามาจึงมีการปรับเปลี่ยนบรรจุภัณฑ์ใหม่โดยการนำมาบรรจุใส่ถุงพลาสติก เพื่อให้สะดวกในการจำหน่ายทางไกลมากขึ้นอันเป็นการเพิ่มช่องทางการขายและฐานลูกค้า ประกอบกับสอนเพิ่มมูลค่าด้วยการแปรรูปทำเป็นยาฝักกระชับกรอบ (4) กะปิ แต่เดิมชาวบ้านบรรจุกระปุกพลาสติกขายที่ตลาดเพียงเท่านั้น โครงการ U2T จึงแนะนำให้ชาวบ้านเพิ่มมูลค่าสินค้าโดยการนำกะปิไปแปรรูปเป็นกะปಿನ้ำปลาหวาน

2.2 พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านวังห้ว แบ่งออกเป็นผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม และ ผลิตภัณฑ์ที่พัฒนาจากการช่วยเหลือของโครงการ U2T ดังนี้

2.2.1 พัฒนาการด้านผลิตภัณฑ์ที่ได้จากการเข้าร่วมกิจกรรมอบรม ที่ชาวบ้านได้เข้าร่วมเรียนรู้และทำกิจกรรมที่ทางโครงการ U2T เป็นฝ่ายจัดขึ้น เพื่อนำเอาความรู้ที่ได้จากการทำกิจกรรมนั้นไปใช้ต่อยอดพัฒนาผลิตภัณฑ์ของตัวชาวบ้านเองสืบต่อไป โดยจากการสัมภาษณ์ชาวบ้านที่ได้เข้าร่วมกิจกรรมอบรมที่จัดโดยโครงการ U2T วังห้ว ทำให้ทราบถึงความคิดเห็นของชาวบ้านต่อการเข้าร่วมทำกิจกรรม 2 ประการ ดังนี้ (1) ได้ประโยชน์จากการเข้าร่วมกิจกรรม กล่าวคือชาวบ้านสามารถนำความรู้ที่ได้รับจากเข้าร่วมอบรมไปใช้ต่อยอดทำเป็นผลิตภัณฑ์ของตัวเอง สร้างอาชีพใหม่และรายได้ให้กับชาวบ้าน ทั้งยังนำความรู้ที่ได้จากการอบรมเรื่องการตลาดออนไลน์มาใช้ และได้รับแม่แบบบรรจุภัณฑ์และสติ๊กเกอร์ตราสินค้ามาใช้ด้วย (2) ข้อจำกัดของการนำข้อมูลจากการเข้าร่วมกิจกรรมไปใช้ต่อยอด เนื่องจากการมีต้นทุนทางอุปกรณ์ที่ไม่เท่ากัน ทักษะการเรียนรู้และนำไปใช้ รวมไปถึงขั้นตอนการแปรรูปที่มีความซับซ้อน ยากต่อการนำไปทำใช้ในชีวิตประจำวันได้จริง

2.2.2 ผลิตภัณฑ์ที่มีการเปลี่ยนแปลงพัฒนาขึ้น จากการเข้ามาช่วยเหลือของโครงการ U2T ไม่ว่าจะเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์จากการแปรรูปผลิตภัณฑ์ หรือการพัฒนาบรรจุภัณฑ์ให้มีความทันสมัยมากขึ้น เพื่อส่งเสริมการขายให้ชาวบ้านสามารถสร้างรายได้เพิ่มขึ้นจากการพัฒนาผลิตภัณฑ์ ได้แก่ (1) ข้าวเกรียบข้าวตัง ชุมชนบ้านวังห้วมีข้าวตังโบราณที่เป็นสินค้าโดดเด่นอยู่แต่เดิม เพราะมีเอกลักษณ์ที่ไม่เหมือนที่ไหน เนื่องจากมีน้ำจิ้มไว้สำหรับกินคู่กับข้าวตัง ปัญหาคือไม่สามารถเก็บไว้ได้นาน โครงการจึงพัฒนาแปรรูปให้กลายเป็นข้าวเกรียบข้าวตังแทน เพื่อเพิ่มระยะเวลาในการเก็บรักษา (2) น้ำพริกกระวานกรอบ เนื่องจากชุมชน

บ้านวังห้วมีกระวานเป็นสมุนไพรอยู่แล้ว โครงการ U2T ได้ช่วยคิดสูตรและสอนวิธีทำเพื่อเพิ่มมูลค่าสินค้าจนกลายเป็นน้ำพริกกระวานกรอบ ทั้งยังช่วยออกแบบพัฒนาบรรจุภัณฑ์พร้อมทั้งให้แม่แบบบรรจุภัณฑ์แก่ชาวบ้านที่สนใจต้องการนำไปขายต่อ (3) กระถางต้นไม้และกระดาดสาเปลือกทุเรียน หน้าเทศกาลเก็บผลไม้ทุกปีจะมีขยะที่เกิดจากเปลือกทุเรียนเป็นจำนวนมาก คณะทำงานโครงการจึงนำไปทำเป็นกระถางต้นไม้ และกระดาดสาจากเปลือกทุเรียนที่นอกจากจะเป็นการจัดการขยะแล้วยังเป็นการแปรรูปขยะเพื่อสร้างรายได้เพิ่มขึ้นได้อีกด้วย (4) บราวน์ทุเรียน คณะทำงานโครงการนำทุเรียนอ่อนไปทำเป็นผงแล้วนำไปใส่บราวน์เพื่อแปรรูปวัตถุดิบ และสามารถเพิ่มมูลค่าสินค้า (5) พรมเช็ดเท้า นำเอาเศษผ้าซึ่งเป็นขยะมาเพิ่มมูลค่าโดยแปรรูปเป็นพรมเช็ดเท้า ผ้ารองหม้อ ซึ่งนอกจากจะเป็นการกำจัดเศษผ้าเหลือใช้ที่เป็นขยะแล้ว ยังช่วยส่งเสริมการสร้างอาชีพให้แก่ผู้สูงอายุในชุมชนอีกด้วย

3. ปัจจัยที่มีผลต่อการประสบความสำเร็จในการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชน และศึกษาเปรียบเทียบระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว ภายหลังจากมีการดำเนินการตามโครงการ U2T

โครงการ U2T ได้มีการจัดการแข่งขันแฮกกาธอน (Hackathon) ซึ่งถือเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาทักษะแก่ผู้เข้าร่วมโครงการ U2T โดยเปิดโอกาสให้ผู้เข้าแข่งขันได้ระดมความคิดจากปัญหาและความต้องการในพื้นที่กว่า 3,000 ตำบลทั่วประเทศ โดยตำบลวังห้ว อำเภอแกลง จังหวัดระยอง ได้รับรางวัลชนะเลิศระดับภูมิภาค ภาคตะวันออก ในการประกวดกิจกรรมแฮกกาธอน ประจำปีพ.ศ. 2564 ด้วยการใช้แนวคิด “เปลือกทุเรียนมีค่าวังห้ว Go Green” ซึ่งนำเอาทุเรียนวังห้วอันมีจุดขายในการเป็นเกษตรอินทรีย์มาใช้ เพราะสามารถนำทุกส่วนของทุเรียนมาใช้แปรรูปเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ได้นั่นเอง (เพจ Facebook มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก) การได้รับรางวัลนี้จึงถือเป็นสิ่งที่รับประกันถึงความสำเร็จในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ของคณะทำงานโครงการ U2T ในชุมชนบ้านวังห้ว

ตารางที่ 1 เปรียบเทียบปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการ ระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว อำเภอแกลง จังหวัดระยอง

ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการ	ชุมชนบ้านทะเลน้อย	ชุมชนบ้านวังห้ว
1) ความรู้ความสามารถ และการเอาใจใส่ต่อโครงการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ	/	/
2) ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อโครงการ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน	/	/
3) การมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญา	/	/
4) การมีทุนทางทรัพยากรมนุษย์ การคัดเลือก และการบริหารคณะทำงาน	/	/
5) การสร้างการมีส่วนร่วมได้ให้ชุมชน		/
6) ความร่วมมือจากชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรม	/	/

จากตารางข้างต้น แสดงให้เห็นว่าปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จในการดำเนินโครงการ ระหว่างชุมชนบ้านทะเลน้อย และชุมชนบ้านวังห้ว มีปัจจัยที่สอดคล้องกัน 5 ปัจจัย ได้แก่ 1) ความรู้ความสามารถ และการเอาใจใส่ต่อโครงการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ 2) ความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนที่ส่งเสริมให้เกิดการมี

ส่วนร่วมของชุมชนต่อโครงการ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน 3) การมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญา 4) การมีทุนทางทรัพยากรมนุษย์ การคัดเลือก และการบริหารคณะทำงาน และ 5) ความร่วมมือจากชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรม ในขณะที่ปัจจัยเกี่ยวกับการสร้างการมีส่วนได้ให้ชุมชนเป็นประเด็นที่พบได้แค่ชุมชนบ้านวังห้ว แต่ไม่พบในชุมชนบ้านทะเลน้อย เนื่องจากโครงการ U2T ที่ดำเนินการในพื้นที่บ้านทะเลน้อยอาศัยความสมัครใจของชาวบ้านในการมาเข้าร่วมกิจกรรมการอบรมมากกว่าการให้ค่าตอบแทน ดังนั้น ประเด็นนี้จึงอาจจะเป็นสิ่งที่แสดงให้เห็นว่าการดำเนินการภายใต้โครงการ U2T บ้านวังห้ว ประสบความสำเร็จน้อยกว่าบ้านทะเลน้อย ซึ่งมีรางวัลชนะเลิศระดับภูมิภาค ภาคตะวันออกข้างต้นเป็นสิ่งที่รับประกันความสำเร็จของโครงการ U2T วังห้วอย่างเป็นที่ประจักษ์

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. โครงการ U2T เข้ามามีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ ถือเป็นการพัฒนาชุมชนด้านหนึ่งจากหลาย ๆ ด้าน ซึ่งสอดคล้องกับนิยามของคำว่า “พัฒนาชุมชน” ที่ บุญนำ ปานขำ (2543, 9) นิยามไว้ว่า การพัฒนาชุมชน หมายถึง การเปลี่ยนแปลงชุมชนให้ดีขึ้นหรือเจริญก้าวหน้าขึ้น ทั้งการพัฒนามนุษย์และสิ่งแวดล้อมควบคู่ไปด้วยกัน และสอดคล้องกับ โกวิท พวงงาม (2553 อ้างถึงใน ภิญญลักษณ์ วีรภัทรรัตน์วรา, 2557: 41-44) ที่ระบุว่า การพัฒนาชุมชน หมายถึง การเปลี่ยนแปลง การสร้างสรรค์ปรับปรุงอย่างมีกระบวนการ โดยมีโครงสร้างและแบบแผน หรือมีทิศทางเป้าหมายที่ชัดเจนแน่นอน เพื่อยกระดับคุณภาพชีวิตด้านต่าง ๆ ให้ดีขึ้น และสามารถพึ่งพาตนเองได้

2. หลักการดำเนินงานของโครงการ U2T สอดคล้องกับหลักการพัฒนาชุมชนในเรื่องลักษณะสำคัญของการพัฒนาชุมชนข้อ 4 ดังที่ สัญญา สัญญาวิวัฒน์ (2526: 11-13 อ้างถึงใน วิษุวัต ชีวะสารณ์, 2549: 16) กล่าวถึง ไว้ว่า การพัฒนาชุมชนเป็นการเปลี่ยนแปลงที่มีสมาชิกของชุมชนเข้าร่วม หรือการพัฒนาชุมชนเป็นงานที่ประชาชนเข้าไปมีส่วนร่วม และสอดคล้องกับหลักการมีส่วนร่วมของประชาชน หลักการพึ่งพาตนเองของชุมชน หลักการทำงานร่วมกันเป็นกลุ่ม และหลักการประสานงาน ดังที่ สัญญาและพัฒน์ กล่าวไว้ (สัญญา สัญญาวิวัฒน์, 2542 และพัฒน์ บุญยรัตนพันธุ์, 2549 อ้างถึงใน ภิญญลักษณ์ วีรภัทรรัตน์วรา, 2557: 44-46)

3. กระบวนการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ของโครงการ U2T สอดคล้องกับกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ ประไพศรี ไม่นธิ (2563) ระบุไว้ ซึ่งประกอบด้วย 1) การประเมินความพร้อมของผู้ประกอบการเพื่อขอรับบริการพัฒนาผลิตภัณฑ์ 2) กระบวนการจับคู่เพื่อการพัฒนาที่เหมาะสม 3) การวิจัยและพัฒนาผลิตภัณฑ์ และ 4) การส่งเสริมศักยภาพผลิตภัณฑ์ นวัตกรรมสู่เชิงพาณิชย์ ทั้งยังสอดคล้องกับ อัจฉรา มลิวงศ์ และ ขจรศักดิ์ วงศ์วิราช (2554: 300-304) ที่กล่าวถึงแนวทางในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ว่าต้องการให้สมาชิกกลุ่มมีความรู้ ความเข้าใจเกี่ยวกับกระบวนการในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ เพื่อเข้าสู่การรับรองมาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชน โดยได้รับคำแนะนำจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง และสอดคล้องกับ อมรรรัตน์ อนันต์วราพงษ์ (2557: 126-151) ที่กล่าวว่า การนำตราสัญลักษณ์ของชุมชนไปทำหน้าที่เป็นสื่อประชาสัมพันธ์บนฉลากสินค้าที่ชุมชนได้ผลิตขึ้นมาเป็นบรรจุภัณฑ์ สามารถช่วยส่งเสริมการขายด้วยเอกลักษณ์ของบรรจุภัณฑ์เอง ถือเป็นการประชาสัมพันธ์การสร้างจุดเด่นในตัวบรรจุภัณฑ์ และทำให้ผู้ซื้อสามารถทราบถึงข้อมูลรายละเอียดของผลิตภัณฑ์ ซึ่งสะดวกสำหรับการทราบถึงแหล่งขายและผู้จำหน่าย ทำให้ผู้ซื้อมีความมั่นใจในการตัดสินใจซื้อ

4. ข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์กลุ่มเป้าหมายพบข้อมูลเชิงประจักษ์ คือ ผลิตภัณฑ์ที่พบเห็นทุกกลุ่มเห็นตรงกันทั้งสองชุมชนว่า ผลิตภัณฑ์จากชุมชนมีคุณภาพสูงขึ้นเมื่อเปรียบเทียบกับก่อนและหลังการมีโครงการ

U2T เข้ามา โดยสิ่งที่เปลี่ยนไปอย่างเห็นได้ชัดเจนน คือ คุณภาพของผลิตภัณฑ์ ตราผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ ทำให้ถูกใจและดึงดูดลูกค้ามากขึ้น รวมถึงช่วยสอนและสร้างช่องทางการจำหน่ายให้ชุมชน ไม่ว่าจะเป็นช่องทางการจำหน่ายออนไลน์หรือการวางจำหน่ายตามงานแสดงสินค้า ตลาดสด ตลาดนัดสุดสัปดาห์ในที่ต่าง ๆ อันสามารถช่วยขยายกลุ่มลูกค้าเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม แม้ว่าผลิตภัณฑ์ชุมชนดังกล่าวจะมีตราผลิตภัณฑ์ และบรรจุภัณฑ์ที่สวยงามถูกใจผู้ซื้อก็ตาม แต่ก็ปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งดังกล่าวได้เพิ่มต้นทุนของผลิตภัณฑ์ ส่งผลให้ผลิตภัณฑ์มีราคาสูงขึ้นด้วยเช่นกัน

5. ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานตามโครงการ U2T มีหลายปัจจัยด้วยกัน ประกอบด้วย 1) ด้านความรู้ความสามารถ และการเอาใจใส่ต่อโครงการของอาจารย์ผู้รับผิดชอบโครงการ 2) ด้านความเข้มแข็งของผู้นำชุมชนที่ส่งเสริมให้เกิดการมีส่วนร่วมของชุมชนต่อโครงการ และการมีส่วนร่วมจากทุกภาคส่วน 3) ด้านการมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญา 4) ด้านการมีทุนทางทรัพยากรมนุษย์ การคัดเลือก และการบริหารคณะทำงาน 5) ด้านการสร้างการมีส่วนได้ให้ชุมชน และ 6) ด้านความร่วมมือจากชาวบ้านในการเข้าร่วมกิจกรรม ซึ่งปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จด้านที่ 1 และด้านที่ 2 สอดคล้องกับที่ สุธารวรรณ เทพอารักษ์ (2549: 11-12) กล่าวว่า ตัวแปรต้น ได้แก่ 1) บทบาทผู้นำด้านการประสานงาน 2) บทบาทผู้นำด้านการวางแผน 3) บทบาทผู้นำด้านการจูงใจ 4) บทบาทผู้นำด้านการให้คำแนะนำปรึกษา สัมพันธ์กับความสำเร็จในการพัฒนา โครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ และสอดคล้องกับการพัฒนา ผลิตภัณฑ์ชุมชนให้ประสบความสำเร็จที่ จุฑารัตน์ พรหมทัต (2564) กล่าวว่า มีหลักการและแนวคิด 5 ข้อ ดังนี้ 1) ผู้นำที่มีวิสัยทัศน์ (Leadership) 2) กระบวนการคิดการออกแบบ (Concept design) 3) การสร้างตราผลิตภัณฑ์ (Branding) ของชุมชน 4) บรรจุภัณฑ์สินค้า (Packaging) ที่ดี 5) การสร้างตราผลิตภัณฑ์และการท่องเที่ยวในชุมชนที่มีแนวความคิดเดียวกัน ประกอบกับการที่ชุมชนมีจุดแข็งของศักยภาพด้านปัจจัยการผลิต มีแหล่งทรัพยากรที่อุดมสมบูรณ์และเอกลักษณ์เฉพาะถิ่น รวมทั้งคนในชุมชนมีความเข้มแข็งช่วยเหลือซึ่งกันและกัน ซึ่งสอดคล้องกับปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานตามโครงการ U2T ด้านที่ 3 คือ การมีต้นทุนทางทรัพยากรธรรมชาติ และภูมิปัญญา ดังที่กล่าวไปข้างต้น ซึ่งปัจจัยดังกล่าวช่วยทำให้ชุมชนมีความเข้มแข็งพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ถึงแม้ว่าโครงการพัฒนาต่าง ๆ จะยุติโครงการไปแล้วก็ตาม

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ทราบเกี่ยวกับบทบาทและกระบวนการทำงานของโครงการมหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ (U2T) ที่มีส่วนช่วยในการพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ที่ตรงกับปัญหาและความต้องการของชุมชน ในชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง ซึ่งทำให้คุณภาพชีวิตของคนในชุมชนดีขึ้นกว่าเดิม

2. ทราบว่าชุมชนบ้านทะเลน้อย ตำบลทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ตำบลวังห้ว อำเภอกงหรา จังหวัดระยอง มีการพัฒนาด้านผลิตภัณฑ์อย่างไร ภายหลังได้รับความช่วยเหลือจากโครงการ U2T

3. ทราบถึงปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จ ปัญหาอุปสรรคในการดำเนินงาน การสร้างเครือข่าย (Networking) ที่เข้มแข็ง รวมไปถึงชุมชนแห่งการเรียนรู้เพื่อพัฒนาวิชาชีพหรือผลิตภัณฑ์ที่ได้รับ ซึ่งสิ่งเหล่านี้จะเป็นสิ่งที่ทำให้ธุรกิจด้านผลิตภัณฑ์ได้รับการพัฒนาอย่างยั่งยืนสืบต่อไป และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในธุรกิจด้านอื่น ๆ ของชุมชนได้อีกด้วย

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

1.1 โครงการได้ดำเนินการตามกระบวนการที่กำหนดไว้ทุกขั้นตอน แต่ขั้นตอนที่ชาวบ้านต้องการให้เพิ่มเติมมากขึ้นคือ เรื่องของช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์ รวมถึงให้โครงการมีการอบรมให้ความรู้เรื่องการตลาดออนไลน์ อย่างไรก็ตามโครงการ U2T ทั้งสองพื้นที่นั้นได้มีการอบรมให้ความรู้ในเรื่องดังกล่าวแล้ว แต่กระนั้นชาวบ้านบางคนก็ไม่มีทักษะในการใช้เทคโนโลยี ดังนั้น ช่องทางการของการจำหน่ายจึงควรมีให้หลากหลายช่องทางมากขึ้น

1.2 เรื่องของตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์เป็นสิ่งที่ชาวบ้านเห็นด้วยในการพัฒนา เพราะช่วยความสวยงาม แปกใหม่จะช่วยดึงดูดลูกค้ามากกว่าเดิม แต่กระนั้นปัญหาที่ตามมาคือต้นทุนที่สูงขึ้น ซึ่งทำให้ผลิตภัณฑ์ดังกล่าวอาจจะจำหน่ายได้ยากขึ้นในขณะเดียวกัน ดังนั้น โครงการอาจต้องประสานกับทางหน่วยงานหรือองค์กรที่ส่งเสริมการลงทุน ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนให้เข้ามาช่วยเหลือในเรื่องนี้ โดยอาจสนับสนุนตราสินค้าและบรรจุภัณฑ์ที่มีราคาไม่สูงมากนัก

1.3 การมีส่วนร่วมของชุมชน ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงของผู้นำชุมชน การประชาสัมพันธ์โครงการอย่างต่อเนื่องล้วนแล้วแต่เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของการดำเนินงานตามโครงการ ดังนั้น การดำเนินการในระยะต่อไปควรคำนึงถึงเรื่องดังกล่าวเป็นพิเศษ

1.4 โครงการควรเพิ่มเติมการถ่ายทอดความรู้เรื่องระบบบัญชีพื้นฐาน การวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริง อันรวมไปถึงต้นทุนแรงงาน ซึ่งจะช่วยให้ชาวบ้านสามารถวางแผนธุรกิจเบื้องต้นได้เป็นระบบมากขึ้น

1.5 โครงการนี้ได้รับการตอบรับเป็นอย่างดีจากชาวบ้านและหน่วยงานราชการ ดังนั้น ควรดำเนินการต่อไป และหากมีการดำเนินการต่อควรมีการประชาสัมพันธ์ให้รับรู้โดยทั่วกัน อีกทั้งยังไม่ควรทิ้งช่วงให้นานเกินไปในระหว่างช่วงต่อเนื่องของโครงการ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 การวิจัยครั้งนี้กำหนดขอบเขตการวิจัยเพียง 2 ชุมชน คือ ชุมชนบ้านทะเลน้อย ต.ทางเกวียน และชุมชนบ้านวังห้ว ต.วังห้ว อ.แกลง จ.ระยอง และศึกษาเฉพาะการมีส่วนร่วมช่วยพัฒนาชุมชนด้านผลิตภัณฑ์เท่านั้น ดังนั้น สำหรับการวิจัยครั้งต่อไปควรขยายพื้นที่และการมีส่วนร่วมช่วยชุมชนด้านอื่น ๆ เช่น ด้านการท่องเที่ยว ด้านการเกษตร หรือด้านอื่น ๆ ที่ชุมชนมีต้นทุนเดิมหรือมีความสนใจ เป็นต้น

2.2 ควรมีการศึกษาผลตอบแทนการลงทุนให้เห็นเป็นรูปธรรม โดยการวิเคราะห์ต้นทุนที่แท้จริงให้ครอบคลุมต้นทุนทั้งหมด ซึ่งรวมถึงต้นทุนแรงงาน ต้นทุนการเสียโอกาส เป็นต้น

2.3 ควรมีการพัฒนากระบวนการและกลไกการขับเคลื่อนชุมชนหรือเครือข่ายการเรียนรู้ เช่น สรรหาปราชญ์ชาวบ้านให้มาเป็นผู้ฝึกสอนหรือพี่เลี้ยงเพื่อสร้างคนรุ่นใหม่ที่จะสามารถเรียนรู้ทักษะ ขั้นตอนการทำผลิตภัณฑ์ เพื่อก่อให้เกิดการต่อยอดโครงการที่ยั่งยืนต่อไป

2.4 การพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนควรมีการพัฒนาให้เชื่อมโยงกับด้านอื่น ๆ ที่เป็นจุดเด่นของชุมชนร่วมด้วย เช่น การนำการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนไปเชื่อมโยงกับด้านท่องเที่ยว เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จุฑารัตน์ พรหมทัต. (2564). สร้างแบรนด์ชุมชน เสริมแกร่งให้เศรษฐกิจฐานราก. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.tpsoc.moc.go.th/sites/default/files/Sraangaebndchumchn_esrimaekrngai_hesrsthkicchthaa.pdf. สืบค้นเมื่อ 7 สิงหาคม 2565.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2559). ไชรทัส “ประเทศไทย 4.0” สร้างเศรษฐกิจใหม่ ก้าวข้ามกับดักรายได้ปานกลาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.thairath.co.th/content/613903>. สืบค้นเมื่อ 12 ตุลาคม 2564.
- บุญนำ ปานขำ. (2543). บทบาทของสถาบันอุดมศึกษาเพื่อการพัฒนาท้องถิ่น : การวิจัยรายกรณีสถาบันราชภัฏเพชรบุรี. คุรุศาสตร์มหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/67578>. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2564.
- ประไพศรี ไม้สนธิ์. (2563). นวัตกรรมกระบวนการพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรชุมชนที่ไม่ใช่อาหารและมีการส่งเสริมจากนโยบายหน่วยงานภาครัฐ. วิทยาศาสตร์สุขภาพบัณฑิต สาขาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม สหสาขาวิชาธุรกิจเทคโนโลยีและการจัดการนวัตกรรม. บัณฑิตวิทยาลัย จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- เพจ Facebook มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลตะวันออก. ขอแสดงความยินดีกับทีม #U2Tตำบลวังหว่า เปลือกทุเรียนมีค่าวังหว่า Go Green ทีมชนะเลิศระดับภูมิภาค ภาคตะวันออก ในการประกวดกิจกรรมแฮกกาธอน (U2T Hackathon 2021) ประจำปี 2564. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://pages.facebook.com/photo.php?%2B%3D>. สืบค้นเมื่อ 15 สิงหาคม 2565.
- ภิญญลักษณ์ วีรภัทรรัตน์วร. (2557). การพัฒนาชุมชนโดยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตามแนวคิดเศรษฐกิจสร้างสรรค์ : กรณีศึกษาชุมชนตลาดบ้านใหม่ จังหวัดฉะเชิงเทรา. ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://cuir.car.chula.ac.th/bitstream/123456789/44652/1/5587124420.pdf>. สืบค้น 5 พฤศจิกายน 2564.
- วิษุพัห์ ชีวะสาธน์. (2549). บทบาทขององค์กรธุรกิจในการส่งเสริมการประยุกต์หลักเศรษฐกิจพอเพียงในการพัฒนา : กรณีศึกษาความร่วมมือระหว่างชุมชนสะพลีกับชุมพรคานา รีสอร์ท. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/13132>. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2564.
- ศศิมา สุขสว่าง. (2560). VUCA World ความท้าทายสำหรับผู้ในยุคใหม่. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.sasimasuk.com/16768188/vuca-world-ความท้าทายสำหรับผู้ในยุคใหม่>. สืบค้นเมื่อ 5 กันยายน 2564.
- สัญญา สัญญาวิวัฒน์. (2526). การพัฒนาชุมชน. พิมพ์ครั้งที่ 3. กรุงเทพฯ: สำนักพิมพ์ไทยวัฒนาพานิช.
- สำนักงานแรงงานจังหวัดระยอง. (2564). รายงานสถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดระยอง ไตรมาส 1 ปี 2564. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://rayong.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/47/2021/05/สถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดระยอง-ไตรมาส-1-ปี-2564.pdf>. สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2565.

- สำนักงานแรงงานจังหวัดระยอง. (2564). รายงานสถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดระยอง ไตรมาส 4 ปี 2564. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://rayong.mol.go.th/wp-content/uploads/sites/47/2022/02/สถานการณ์ด้านแรงงานจังหวัดระยอง-ไตรมาส-4-ปี-2564.pdf>. สืบค้นเมื่อ 25 กุมภาพันธ์ 2565.
- สำนักงานสถิติแห่งชาติ. (2564). การสำรวจภาวะการทำงานของประชากรไตรมาสที่ 1 (มกราคม-มีนาคม) พ.ศ. 2564. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nso.go.th/sites/2014/DocLib13/2564/full_report_q1_64.pdf. สืบค้นเมื่อ 16 มกราคม 2565.
- สำนักเลขาธิการนายกรัฐมนตรี. (มปป.). อว.จ้างงาน U2T ระยะที่ 2 อีก 1.5 แสนคน ครอบคลุม 7,435 ตำบลทั่วประเทศฟื้นฟูประเทศหลังโควิด-19. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.u2t.ac.th/news/detail/37>. สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2565.
- สุธาวรรณ เทพอารักษ์. (2549). บทบาทผู้นำกับการพัฒนาโครงการหนึ่งตำบล หนึ่งผลิตภัณฑ์ในทัศนะของสมาชิกกลุ่ม : กรณีศึกษาจังหวัดลพบุรี. กรุงเทพฯ. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/12738>. สืบค้นเมื่อ 5 พฤศจิกายน 2564.
- อมรรัตน์ อนันต์วรพงษ์. (2557). รูปแบบการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบางหัวเสือ จังหวัดสมุทรปราการ ตามแนวคิดพระราชดำริเศรษฐกิจพอเพียง. วารสารศิลปกรรมศาสตร์วิชาการ วิจัย และงานสร้างสรรค์ ราชชมงคลธัญบุรี. 1(2): 126-151.
- อว.ส่วนหน้า จังหวัดชลบุรี. (2564). รายงานผลการดำเนินงานโครงการยกระดับเศรษฐกิจและสังคมแบบบูรณาการ (มหาวิทยาลัยสู่ตำบล สร้างรากแก้วให้ประเทศ : U2T) ในภาพรวมของจังหวัดระยอง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://pubhtml5.com/jlhg/dhty>. สืบค้นเมื่อ 2 มีนาคม 2565.
- อัจฉรา มลิวงศ์ และขจรศักดิ์ วงศ์วิราช. (2554). การพัฒนาผลิตภัณฑ์สมุนไพรสู่มาตรฐานผลิตภัณฑ์ชุมชนของกลุ่มวิสาหกิจชุมชน นวดแผนไทย บ้านแม่ทะ อำเภอมะนัง จังหวัดลำปาง. การประชุมวิชาการมหาวิทยาลัยขอนแก่น ประจำปี 2554 “การพัฒนาอนาคตชนบทไทย : ฐานรากที่มั่นคงเพื่อการพัฒนาประเทศอย่างยั่งยืน”. 27-29 มกราคม 2554. 300-304. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภค
ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร

Marketing Mix Factors Affecting Consumers' Decision on
Food Delivery Service in Samut Sakhon Province

ศุภกศรี ศรีคงแก้ว¹

Supakhasri Srikongkaew

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่องนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร 2) ศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ กลุ่มตัวอย่างในการศึกษาคือผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ Food delivery ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 524 คน ผลการวิจัย พบว่า

1. ผู้บริโภคมีระดับความคิดเห็นต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}=3.98$) เรียงลำดับจากค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล ด้านลักษณะทางกายภาพ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด โดยปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดดังกล่าว มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ รายได้ และระดับการศึกษา ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด; การตัดสินใจใช้บริการ; บริการจัดส่งอาหาร

Abstract

The objectives of this research were: 1) to study the marketing mix factors affecting consumers' decision of food delivery service in Samut Sakhon Province; 2) to study demographic factors, (gender, age, income and educational degree), with the decision on food delivery service in Samut Sakhon Province. It was a quantitative research. The sample in the study were the 524 consumers using the food delivery service in Samut Sakhon Province. This research results revealed that:

1. The consumers' decision on the food delivery service was in the highest level ($\bar{X} = 3.98$). The highest mean was the personal process, followed by physical appearance, product, price, distribution channel and marketing promotion respectively. The marketing mix

Received: 2022-11-02 Revised: 2022-11-10 Accepted: 2022-11-13

¹ อาจารย์ประจำคณะบริหารธุรกิจและเทคโนโลยี วิทยาลัยอินเตอร์เทคลำปาง Lecturer, Lampang Inter-Tech College. E-mail: nookiaw@gmail.com

factors affecting consumers' decisions on the food delivery service in Samut Sakhon Province were statistically significant at the .05 level.

2. The different demographic factor of gender, income and educational degree had no difference of food delivery use. The different age related significantly to the consumers' decisions of food delivery service at the .05 level.

Keywords: the marketing mix factors; consumers' decision; food delivery service

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันนี้ ธุรกิจ Food delivery มีแนวโน้มการเติบโตสูงมาก โดยพบว่าในช่วง 5 ปีที่ผ่านมา ธุรกิจนี้มีการขยายตัวต่อเนื่อง การเติบโตของธุรกิจบริการจัดส่งอาหารสอดคล้องกับโครงสร้างประชากรที่มีขนาดครัวเรือนที่เล็กลง พฤติกรรมของผู้บริโภคที่เน้นความสะดวกสบายและประหยัดเวลามากขึ้น ส่งผลให้ผู้ประกอบการร้านอาหารขนาดกลางและเล็ก สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้บริโภคได้ง่ายดายมากขึ้น ธุรกิจรับส่งอาหารเหล่านี้ เข้ามาลดข้อจำกัดในการส่งอาหารให้กับธุรกิจร้านอาหารต่าง ๆ และเพิ่มโอกาสให้เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายง่ายขึ้นและมากขึ้นตามสไตล์ของคนรุ่นใหม่ที่ต้องการความสะดวก รวดเร็ว ลดการเดินทาง ฯลฯ แต่ต้องการบริโภคอาหารอร่อยและมีคุณภาพ

ศูนย์วิจัยกสิกรไทย (2563) ฉบับที่ 3128 ได้ให้ข้อมูลว่า จากวิกฤติการระบาดของไวรัสโควิด-19 และการที่ทางการไทยต้องใช้มาตรการเข้มข้นในการปิดกิจการหรือจำกัดการให้บริการของภาคธุรกิจเป็นการชั่วคราว รวมถึงธุรกิจร้านอาหารที่เหลือเพียงช่องทางการซื้อกลับและการจัดส่งอาหารไปยังที่พัก (Food Delivery) ผ่านแอปพลิเคชันต่าง ๆ ซึ่งได้กลายเป็นช่องทางที่สำคัญของทั้งผู้ประกอบการธุรกิจร้านอาหารและผู้บริโภค จากข้อมูลของผู้ให้บริการแพลตฟอร์มออนไลน์ พบว่า มีจำนวนร้านอาหารขนาดเล็ก-กลาง สมัครเข้าร่วมกับแพลตฟอร์มจัดส่งอาหาร ไม่น้อยกว่า 20,000 ต่อสัปดาห์ ส่งผลทำให้ในช่วงครึ่งแรกของปี 2563 จำนวนครั้งของการจัดส่งอาหารไปยังที่พักเติบโตสูงถึงประมาณร้อยละ 150 เมื่อเทียบกับช่วงเวลาเดียวกันของปีก่อน

ปัจจุบันธุรกิจ Food delivery ที่ให้บริการในจังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวน 3 ราย คือ แกร็บฟู้ด (GRAB FOOD) ไลน์แมน (LINEMAN) และฟู้ดแพนด้า (FOODPANDA) ข้อมูลจังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวนประชากรตามทะเบียนราษฎร ณ เดือนพฤศจิกายน 2562 จำนวน 583,948 คน โดยอำเภอเมืองสมุทรสาคร มีประชากร 302,435 คน จัดเป็นอันดับที่ 43 ของประเทศ โดยเป็นจังหวัดปริณทลและเป็นเมืองแห่งเศรษฐกิจที่มีศักยภาพทั้งทางด้านการอุตสาหกรรม การประมงและการเกษตรกรรม ประชากรมีรายได้ต่อหัวประมาณปีละ 384,510 บาท/คน/ปี จัดอยู่ในลำดับที่ 8 จาก 77 จังหวัด (สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร, 2562: 4) ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร เพื่อเป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการในการพัฒนาธุรกิจ Food delivery เพื่อสนองความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร
2. เพื่อศึกษาปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษา ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร

การพัฒนารอบแนวคิดและสมมติฐานการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ผู้วิจัยได้พัฒนารอบแนวคิดในการวิจัยด้วยการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ดังนี้

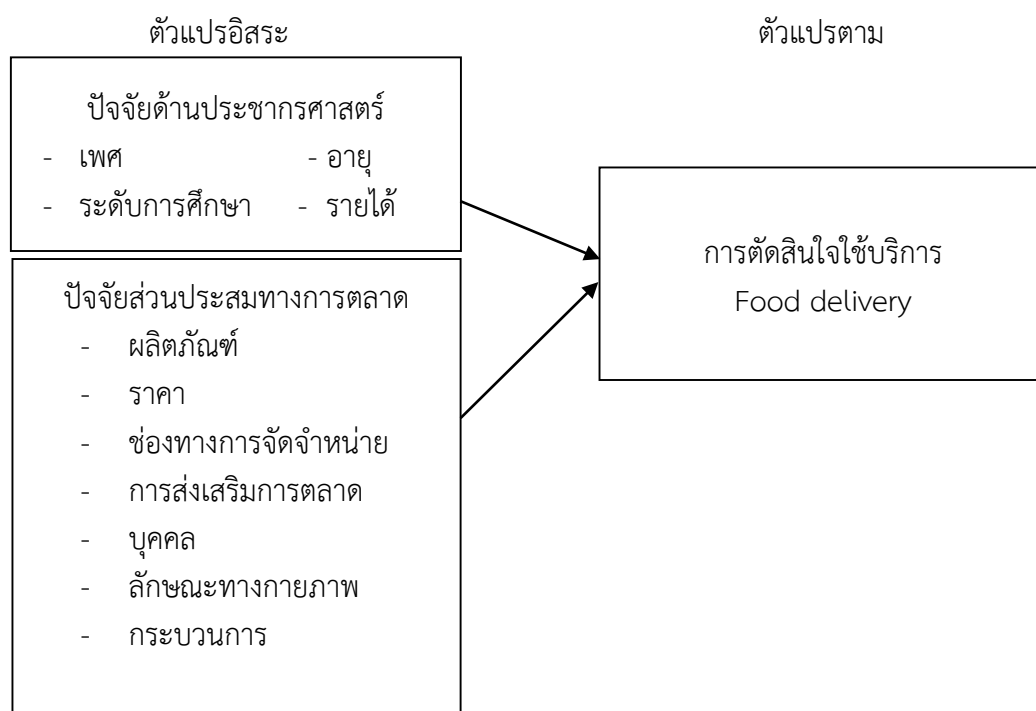
1. แนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ส่วนประสมทางการตลาด (Marketing Mix) หมายถึง ตัวแปรหรือเครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ บริษัทมักจะนำมาใช้ร่วมกันเพื่อตอบสนอง ความพึงพอใจและความต้องการของลูกค้าที่เป็นกลุ่มเป้าหมาย (Kotler, 1997: 92) แต่เดิมส่วนประสมการตลาดจะมีเพียงแค่ 4 ตัวแปรเท่านั้น (4Ps) ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ (Product) ราคา (Price) สถานที่หรือช่องทางการจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์ (Place) การส่งเสริมการตลาด (Promotion) ต่อมาเมื่อมีการคิดตัวแปรเพิ่มเติมขึ้นมา อีก 3 ตัวแปร ได้แก่ บุคคล (People) ลักษณะทางกายภาพ (Physical Evidence) และกระบวนการ (Process) เพื่อให้สอดคล้องกับแนวคิดที่สำคัญทางการตลาดสมัยใหม่ โดยเฉพาะอย่างยิ่งกับธุรกิจทางการบริการ ดังนั้นจึงรวมเรียกได้ว่าเป็นส่วนประสมทางการตลาดแบบ 7Ps

ธุรกิจ Food delivery เป็นแนวคิดใหม่ใช้เทคโนโลยีในการสร้าง Platform และสร้างระบบการบริการแบบเครือข่ายที่มีแอปพลิเคชันหรือเว็บไซต์เป็นตัวกลาง โดยที่เข้ามาตอบโจทย์ในการส่งอาหารให้กับผู้บริโภคลูกค้าอย่างมีประสิทธิภาพและคิดค่าบริการตามอัตราที่กำหนดทำให้ร้านอาหารไม่ต้องจัดการส่งอาหารด้วยเอง และผู้บริโภคได้รับความสะดวกและเสียค่าใช้จ่ายต่ำกว่าการซื้อผ่านช่องทางดั้งเดิม โดยกระบวนการเริ่มต้นจากลูกค้าส่งคำสั่งซื้อ ชำระเงิน ตลอดจนรับอาหาร ภายในเวลาที่กำหนด นอกเหนือจากการพัฒนาระบบการจัดส่งให้มีประสิทธิภาพ ลูกค้าได้รับอาหารสดใหม่ตรงเวลาแล้ว ผู้เล่นในธุรกิจแต่ละรายยังพยายามสร้างตัวเองให้เป็นศูนย์กลางของการส่งอาหารบนแอปพลิเคชัน โดยธุรกิจ Food delivery ที่ให้บริการในจังหวัดสมุทรสาคร มีจำนวน 3 ราย คือ แกร็บฟู้ด (GRAB FOOD) ไลน์แมน (LINEMAN) และฟู้ดแพนด้า (FOODPANDA)

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถสรุปเป็นกรอบแนวคิดและสมมติฐานในการวิจัยได้ ดังนี้

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery
2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery แตกต่างกัน

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีวิจัยในรูปแบบของการสำรวจ (Survey Research) ซึ่งการเก็บข้อมูลจะใช้เครื่องมือที่เรียกว่า แบบสอบถาม (Questionnaire) เพื่อเก็บรวบรวมข้อมูลและวิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการประมวลผล โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาครั้งนี้เนื้อหาที่ศึกษาประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7P) และปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ Food delivery ซึ่งมีจำนวนมากและไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา จำนวน 524 คน โดยได้คำนวณหาขนาดกลุ่มตัวอย่าง ด้วยการกำหนดค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 95% โดยใช้สูตรคำนวณกลุ่มตัวอย่างของยามาเน่ (Yamane, 1973: 727-728)
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ พื้นที่ที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้ คือ ผู้บริโภคที่เคยใช้บริการ Food delivery ในเขตจังหวัดสมุทรสาคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา ดำเนินการศึกษาตั้งแต่ เดือน สิงหาคม 2563 ถึง พฤษภาคม 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งออกเป็น 3 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ จำนวน 4 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question) โดยครอบคลุมข้อมูลเกี่ยวกับ เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ Food delivery จำนวน 10 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบหลายตัวเลือก (Multiple choices question)

ตอนที่ 3 ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery จำนวน 25 ข้อ ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้มาตรวัดแบบ Likert Scale 5 ระดับ จากมาตรวัดของ Rensis Likert ซึ่งกำหนดไว้ 5 ระดับ ดังนี้ 5 คือ ระดับความคิดเห็นมากที่สุด 4 คือ ระดับความคิดเห็นมาก 3 คือ ระดับความคิดเห็นปานกลาง 2 คือ ระดับความคิดเห็นน้อย 1 คือ ระดับความคิดเห็นน้อยที่สุด

การหาคุณภาพของเครื่องมือ โดยทดสอบหาความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถาม จำนวน 30 ชุด ด้วยวิธีการหาความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Method) โดยการหาค่าสัมประสิทธิ์อัลฟาของคอนบราค (Cronbach, 1990: 202-204) ใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ ซึ่งสามารถวิเคราะห์ความเชื่อมั่นของแบบสอบถาม เท่ากับ .95 (ซึ่งมีค่ามากกว่า .70) ดังนั้นแสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่น และเชื่อถือได้

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ดำเนินการจัดทำแบบสอบถามแบบออนไลน์เนื่องจากสถานการณ์โควิดจึงใช้แบบสอบถามแบบออนไลน์

3.2 เก็บแบบสอบถามกับกลุ่มตัวอย่าง จำนวน 524 คน

3.3 นำแบบสอบถามที่ได้รับมาวิเคราะห์ข้อมูล

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

หลังจากที่ทำการจัดเก็บข้อมูลจากแบบสอบถามเรียบร้อยแล้ว ผู้วิจัยได้ทำการตรวจสอบความครบถ้วนสมบูรณ์ของข้อมูลและนำมาวิเคราะห์โดยใช้สถิติในการวิเคราะห์เชิงสถิติพรรณนา (Descriptive Analysis) และทดสอบสมมติฐานการวิจัยด้วย T-Test การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบจำแนกทางเดียว (One-way ANOVA) สถิติวิเคราะห์ไคสแควร์ (Chi-Square) และการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธี The Sheffe's Post hoc Comparison (Sheffe')

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลด้านประชากรศาสตร์ของผู้ตอบแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง มีอายุไม่เกิน 20 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี และมีรายได้น้อยกว่า 15,000 บาทมากที่สุด

2. ข้อมูลด้านพฤติกรรมการใช้บริการ Food delivery กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่ใช้บริการ Food panda เหตุผลในการเลือกใช้บริการ Food delivery คือ มีความรวดเร็วและสะดวกสบาย ความถี่ในการใช้บริการ 2-3 ครั้ง/สัปดาห์ ส่วนใหญ่สั่งอาหารคาว ช่วงเวลาในการใช้บริการ คือ มื้อกลางวัน โดยสั่งอาหารเพื่อ

มาทานกับครอบครัว โอกาสในการรับประทานอาหาร เมื่ออยากรับประทานอาหาร ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย/ครั้ง ต่ำกว่า 300 บาท แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ คือ แหล่งอินเทอร์เน็ต มากที่สุด

3. ข้อมูลด้านปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery แสดงดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ของปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery

ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery	$\bar{X}$	S.D.	ระดับ
ด้านกระบวนการ	4.08	0.62	มาก
ด้านบุคคล	4.04	0.64	มาก
ด้านลักษณะทางกายภาพ	4.00	0.65	มาก
ด้านผลิตภัณฑ์	3.97	0.58	มาก
ด้านราคา	3.96	0.66	มาก
ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.96	0.63	มาก
ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.81	0.72	มาก
รวม	3.98	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery โดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าข้อที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดคือ ด้านกระบวนการ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.08) รองลงมาด้านบุคคล อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.04) อันดับสาม ด้านลักษณะทางกายภาพ อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 4.00) ลำดับสุดท้ายคือ ด้านการส่งเสริมการตลาด อยู่ในระดับมาก (ค่าเฉลี่ย = 3.81)

4. การทดสอบสมมติฐาน ในการวิจัยครั้งนี้มีสมมติฐาน 2 ข้อ ได้แก่

4.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน คือ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์มีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาในการใช้บริการ ปัจจัยด้านราคามีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่ายมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการและบุคคลที่รับประทานด้วย ปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ โอกาสในการใช้บริการ บุคคลที่รับประทานด้วยและค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ย ปัจจัยด้านบุคคลมีผลต่อเหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการและบุคคลที่รับประทานด้วย ปัจจัยด้านลักษณะทางกายภาพมีผลต่อความถี่และช่วงเวลาในการใช้บริการ ปัจจัยด้านกระบวนการมีผลต่อความถี่ในการใช้บริการ ประเภทอาหารและแหล่งข้อมูลประกอบการตัดสินใจใช้บริการ

4.2 ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา และรายได้ ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างกัน ผลการทดสอบสมมติฐาน พบว่า เป็นไปตามสมมติฐานบางส่วน โดยผู้บริโภครายที่มีเพศ ระดับการศึกษา และรายได้ที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่ไม่แตกต่างกัน ยกเว้นอายุที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 และเมื่อทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ด้วยวิธีการเปรียบเทียบพหุคูณ โดยวิธี The Sheffe's Post hoc Comparison (Sheffe') การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery

จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

โดยผลการทดสอบสมมติฐานแสดงดังตารางที่ 2 - ตารางที่ 4

ตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery

ปัจจัยส่วน ประสมทาง การตลาด	Chi-square prob								
	B1	B2	B3	B4	B5	B6	B7	B8	B9
ผลิตภัณฑ์	.002 มีผล	.396 ไม่มีผล	.000 มีผล	.126 ไม่มีผล	.039 มีผล	.365 ไม่มีผล	.111 ไม่มีผล	.272 ไม่มีผล	.766 ไม่มีผล
ราคา	.562 ไม่มีผล	.322 ไม่มีผล	.006 มีผล	.966 ไม่มีผล	.227 ไม่มีผล	.183 ไม่มีผล	.940 ไม่มีผล	.442 ไม่มีผล	.354 ไม่มีผล
ช่องทางการ จัดจำหน่าย	.318 ไม่มีผล	.394 ไม่มีผล	.000 มีผล	.097 ไม่มีผล	.514 ไม่มีผล	.042 มีผล	.378 ไม่มีผล	.591 ไม่มีผล	.086 ไม่มีผล
การส่งเสริม การตลาด	.502 ไม่มีผล	.134 ไม่มีผล	.004 มีผล	.471 ไม่มีผล	.220 ไม่มีผล	.029 มีผล	.031 มีผล	.003 มีผล	.209 ไม่มีผล
บุคคล	.151 ไม่มีผล	.522 ไม่มีผล	.007 มีผล	.493 ไม่มีผล	.791 ไม่มีผล	.045 มีผล	.988 ไม่มีผล	.797 ไม่มีผล	.164 ไม่มีผล
ลักษณะทาง กายภาพ	.223 ไม่มีผล	.935 ไม่มีผล	.044 มีผล	.262 ไม่มีผล	.025 มีผล	.134 ไม่มีผล	.972 ไม่มีผล	.906 ไม่มีผล	.223 ไม่มีผล
กระบวนการ	.329 ไม่มีผล	.368 ไม่มีผล	.011 มีผล	.042 มีผล	.204 ไม่มีผล	.079 ไม่มีผล	.677 ไม่มีผล	.826 ไม่มีผล	.022 มีผล

B1 = บริการ Food delivery ที่เลือกใช้

B2 = เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery

B3 = ความถี่ในการใช้บริการ Food delivery

B4 = ประเภทอาหารในการใช้บริการ Food delivery

B5 = ช่วงเวลาในการใช้บริการ Food delivery

B6 = บุคคลที่รับประทานอาหารด้วย

B7 = โอกาสในการใช้บริการ Food delivery

B8 = ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Food delivery

B9 = แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ

จากตารางที่ 2 ผลการทดสอบสมมติฐานปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน (Chi-Squared Test) พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทุกปัจจัย ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery กล่าวคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ส่งผลต่อบริการ Food delivery ที่เลือกใช้ ความถี่ในการใช้บริการ Food delivery และช่วงเวลาในการใช้บริการ Food

delivery ด้านราคา ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery และบุคคลที่รับประทานอาหารด้วย ด้านการส่งเสริมการตลาด ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery บุคคลที่รับประทานอาหารด้วย โอกาสในการใช้บริการ Food delivery และค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Food delivery ด้านบุคคล ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery และบุคคลที่รับประทานอาหารด้วย ด้านลักษณะทางกายภาพ ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery และช่วงเวลาในการใช้บริการ Food delivery และด้านกระบวนการ ส่งผลต่อความถี่ในการใช้บริการ Food delivery ประเภทอาหารในการใช้บริการ Food delivery และแหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจ

ตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐานการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์

ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์	Sig.	การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery	
		มีผล	ไม่มีผล
เพศ	.330		×
อายุ	.000	✓	
ระดับการศึกษา	.743		×
รายได้	.407		×

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบสมมติฐาน การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery จำแนกตามปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ ใช้สถิติทดสอบสมมติฐาน (One-way ANOVA) พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างกัน ผู้วิจัยจึงทำการทดสอบเปรียบเทียบรายคู่ โดยใช้วิธีการของเชฟเฟ (Scheffe Method) ดังแสดงในตารางที่ 4

ตารางที่ 4 เปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery จำแนกตามอายุ

อายุ	$\bar{X}$	SD.	ไม่เกิน 20 ปี	21 – 30 ปี	31 – 40 ปี	41 – 50 ปี	51 ปีขึ้นไป
ไม่เกิน 20 ปี	2.149	0.702	-	-0.198 (Sig.=0.241)	0.018 (Sig.=1.000)	0.227 (Sig.=0.276)	-0.469 (Sig.=0.098)
21-30 ปี	2.348	0.650	-	-	0.216 (Sig.=0.188)	0.426* (Sig.=0.002)	-0.487 (Sig.=0.080)
31-40 ปี	2.131	0.745	-	-	-	0.209 (Sig.=0.384)	0.986 (Sig.=0.067)
41-50 ปี	1.922	0.807	-	-	-	-	-0.697* (Sig.=0.004)
51 ปีขึ้นไป	2.619	0.740	-	-	-	-	-

จากตารางที่ 4 การเปรียบเทียบความแตกต่างรายคู่การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery จำแนกตามอายุ พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างจากผู้บริโภคที่

มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามเพศ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพุมพกา บุญนาพิรัชต์ (2560: 45) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากทุกเพศสามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้อย่างสะดวกรวดเร็วขึ้น และในชีวิตประจำวันมีความเร่งรีบมากขึ้น พฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนแปลง บริการ Food Delivery จึงสามารถตอบโจทย์ความต้องการความสะดวกสบายของผู้บริโภคทุกเพศได้ จึงอาจทำให้เพศที่แตกต่างกันนั้นไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ที่แตกต่างกัน

2. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามอายุ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุ 41-50 ปี มีการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ที่แตกต่างจากผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี และอายุ 51 ปีขึ้นไป อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยผู้บริโภคที่มีอายุ 21-30 ปี มีค่าเฉลี่ยในการตัดสินใจใช้บริการมากที่สุด เนื่องจากผู้บริโภคในระดับอายุดังกล่าวเป็นวัยช่วงเริ่มต้นการทำงาน มีการดำเนินชีวิตประจำวันที่เร่งรีบมากขึ้น จึงเป็นปัจจัยที่ทำให้ตัดสินใจใช้บริการ Food delivery มากที่สุด เนื่องจากช่วยให้เกิดความสะดวกสบายและประหยัดเวลาเดินทางได้ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพุมพกา บุญนาพิรัชต์ (2560: 46) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านอายุที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ที่แตกต่างกัน เนื่องจากอายุเป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อความคิด การดำเนินชีวิต ทัศนคติ และพฤติกรรมการบริโภคที่ต่างกัน ดังนั้น ผู้บริโภคที่มีอายุที่ต่างกัน จึงส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการที่ต่างกัน

3. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามระดับการศึกษา ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติอำพล สุตประเสริฐ และคณะ (2564: 106) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ของผู้บริโภคในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ไม่แตกต่างกัน ด้านความถี่ต่อเดือนในการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิมพุมพกา บุญนาพิรัชต์ (2560: 49-50) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อการใช้บริการ Food Delivery ไม่แตกต่างกัน เนื่องจากปัจจุบันทุกคนสามารถใช้สมาร์ตโฟนและอินเทอร์เน็ตในการเข้าถึงข้อมูลต่าง ๆ ได้ ไม่จำกัดระดับการศึกษา จึงเป็นไปได้ว่าระดับการศึกษาไม่ได้เป็นปัจจัยที่ส่งผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery

4. ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ จำแนกตามรายได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery สอดคล้องกับงานวิจัยของ กิตติอำพล สุตประเสริฐ และคณะ (2564: 107) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ของผู้บริโภคในตำบลคลองโยง อำเภอพุทธมณฑล จังหวัดนครปฐม พบว่า ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนแตกต่างกัน มีพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน

Grab Food ไม่แตกต่างกัน ด้านความถี่ต่อเดือนในการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่า การเข้าใช้บริการของผู้บริโภคสามารถเข้าใช้บริการได้ทั้งแอปพลิเคชันและเว็บไซต์ โดยไม่จำกัดรายได้ต่อเดือน ซึ่งไม่ว่ารายได้ต่อเดือนเท่าใดก็สามารถเข้าถึงการเข้าใช้บริการก็ครั้งก็ได้

5. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery

5.1 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน คือ 1) การตัดสินใจใช้บริการ Food delivery 2) ความถี่ในการใช้บริการ 3) ช่วงเวลาในการใช้บริการ Food delivery ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563: 124) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) ด้านผลิตภัณฑ์ มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมด้านความถี่ในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟน แสดงให้เห็นว่า ผลิตภัณฑ์มีผลต่อความถี่ในการซื้อเพราะเป็นตัวหลักสำคัญที่ผู้บริโภคจะเลือกใช้บริการนั้น ๆ ความน่าสนใจและคุณค่าของสินค้าเริ่มจากผลิตภัณฑ์เป็นสิ่งเริ่มต้นที่ส่งผลทำให้ลูกค้าเลือกใช้บริการสั่งอาหาร

5.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านราคา มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 1 ด้าน คือ ความถี่ในการใช้บริการ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ สันทวุฒิ ตูลารักษ์ (2563: 65) ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด (7Ps) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยในการใช้บริการแอปพลิเคชันต่อสัปดาห์ พบว่า ปัจจัยด้านราคา (Price) ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการเลือกใช้ออปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร จำแนกตามจำนวนครั้งเฉลี่ยการใช้บริการแอปพลิเคชันต่อสัปดาห์ ไม่แตกต่างกัน

5.3 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน คือ 1) ความถี่ในการใช้บริการ Food delivery 2) บุคคลที่รับประทานอาหารด้วย ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชุติพรณ แสนพันธ์ และคณะ (2561: 145) ที่ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีด้วย Mobile Application ของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีบน Mobile Application แตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการที่มีความถี่ในการใช้บริการแตกต่างกัน ให้ความสำคัญของปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ มีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

5.4 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 4 ด้าน คือ 1) ความถี่ในการใช้บริการ Food delivery 2) บุคคลที่รับประทานอาหารด้วย 3) โอกาสในการใช้บริการ 4) ค่าใช้จ่ายโดยเฉลี่ยในการใช้บริการ Food delivery ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ัญญลักษณ์ เพชรประดับสุข (2563: 124) ที่ศึกษาเรื่อง ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านส่วนประสมทางการตลาด (7P) ด้านการส่งเสริมการตลาด มีอิทธิพลต่อ

พฤติกรรมด้านจำนวนเงินสูงสุดเฉลี่ยในการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร แสดงให้เห็นว่า เมื่อใดก็ตามที่มีการจัดโปรโมชั่นในขณะที่ผู้บริโภคยังคงบริโภคเท่าเดิมนั้น ก็จะทำให้ใช้จำนวนเงินที่ใช้จ่ายออกไปน้อยลงได้

5.5 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านบุคคล มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน คือ 1) เหตุผลในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery 2) บุคคลที่รับประทานอาหารเช้า ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐฤกษ์ เชาวชาญกิจ (2562: 88) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ปัจจัยด้านบุคคลมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจในอนาคตจะเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

5.6 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านลักษณะทางกายภาพ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 2 ด้าน คือ 1) ด้านความถี่ในการใช้บริการ 2) ช่วงเวลาในการใช้บริการ Food delivery ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ชูลีพรรณ แสนพันธ์ และคณะ (2561: 145-146) ศึกษาเรื่อง พฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีด้วย Mobile Application ของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่ให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดแตกต่างกันจะมีพฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีบน Mobile Application แตกต่างกัน ในด้านความถี่ในการใช้บริการ และช่วงเวลาที่ใช้สั่งอาหารแตกต่างกัน โดยผู้ใช้บริการให้ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านส่งเสริมการตลาด ด้านบุคคลหรือพนักงาน ด้านการสร้างและนำเสนอลักษณะทางกายภาพ และด้านกระบวนการ ที่แตกต่างกัน

5.7 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดด้านกระบวนการ มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 จำนวน 3 ด้าน คือ 1) ความถี่ในการใช้บริการ 2) ประเภทอาหาร 3) แหล่งข้อมูลที่ใช้ประกอบการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ นภสร ทานต์พิมาน (2562: 11) ที่ศึกษาเรื่อง กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ด้านกระบวนการ มีผลต่อกระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งอาหารออนไลน์ทางแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร ประชากรในกรุงเทพมหานครให้ความสำคัญกับปัจจัยด้านกระบวนการ ในเรื่องของการได้รับความสะดวกสบาย ฟังก์ชันการใช้งานแอปพลิเคชัน เข้าใจง่าย และมีการเข้าถึงอย่างรวดเร็ว รวมถึง การประมวลผลที่รวดเร็วถูกต้องแม่นยำ สามารถตอบสนองความต้องการของผู้ใช้บริการได้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลการวิจัยครั้งนี้ได้องค์ความรู้ ดังนี้

1. ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภค
2. ปัจจัยประชากรศาสตร์ ด้านอายุมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery เพราะมีความแตกต่างกันในด้านความคิด การดำเนินชีวิต ทักษะคติ และพฤติกรรมการบริโภค เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 ผู้ประกอบการควรให้ความสนใจกับปัจจัยประชากรศาสตร์ในด้านอายุ เนื่องจากมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร โดยต้องปรับปรุงและพัฒนาปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดให้สอดคล้องกับผู้บริโภคที่มีช่วงอายุที่แตกต่างกัน

1.2 ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดในการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดสมุทรสาคร ที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดสามลำดับแรกคือ ด้านกระบวนการ ด้านบุคคล และด้านลักษณะทางกายภาพ ดังนั้น ผู้ประกอบการต้องให้ความสำคัญกับการพัฒนาแอปพลิเคชันให้มีการติดตั้งแอปพลิเคชันได้ง่าย ใช้งานง่าย การจัดส่งอาหารที่รวดเร็วและตรงเวลาที่กำหนด การให้บริการของพนักงานต่อลูกค้าด้วยความสุภาพอ่อนโยน เป็นมิตร เพื่อให้ผู้ใช้บริการเกิดความประทับใจ กลับมาซื้อซ้ำ และมีระบบการชำระเงินหลายวิธีเพื่ออำนวยความสะดวกให้กับผู้ใช้บริการ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากการวิจัยครั้งนี้ เป็นการศึกษาเฉพาะผู้ใช้บริการในจังหวัดสมุทรสาครเท่านั้นขอบเขตการศึกษาอาจไม่สะท้อนถึงกลุ่มพื้นที่อื่น จึงควรขยายขอบเขตงานวิจัยให้กว้างขึ้นทั้งในระดับภูมิภาคหรือระดับประเทศ

2.2 ควรศึกษาปัจจัยอื่น ๆ ที่อาจมีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food delivery เช่น ทัศนคติ พฤติกรรมการซื้อ รูปแบบการดำเนินชีวิต เป็นต้น เพื่อนำผลที่ได้ไปใช้ในการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- กิตติอำพล สุตประเสริฐ และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่าน Grab Food ของผู้บริโภคในตำบลคลองโยง อำเภอกุสุมาลย์ จังหวัดนครปฐม. วารสารบริหารธุรกิจ เทคโนโลยีมหานคร. 18(20): 87-113.
- ชุลีพรรณ แสนพันธ์ และลีลา เตี้ยสูงเนิน. (2561). พฤติกรรมการเลือกใช้บริการฟู้ดเดลิเวอรีด้วย Mobile Application ของผู้บริโภคในเขตนนทบุรี. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต.
- ณัฐกฤษ์ เชาว์ชาญกิจ. (2562). การตัดสินใจเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งอาหารออนไลน์ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ธัญลักษณ์ เพชรประดับสุข. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการใช้บริการสั่งอาหารผ่านแอปพลิเคชันบนสมาร์ตโฟนของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- นภสร ทานต์พิมาน. (2562). กระบวนการตัดสินใจเลือกใช้บริการสั่งซื้ออาหารออนไลน์ผ่านแอปพลิเคชันในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- พิมพุมผกา บุญธนาพิรัชต์. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจใช้บริการ Food Delivery ในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สันทวุฒิ ตุลารักษ์. (2563). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้บริการแอปพลิเคชันสั่งและจัดส่งอาหารของผู้บริโภคในกรุงเทพมหานคร. กรุงเทพฯ: สถาบันเทคโนโลยีไทย-ญี่ปุ่น.

- สำนักงานจังหวัดสมุทรสาคร. (2562). **แผนพัฒนาจังหวัด 5 ปี จังหวัดสมุทรสาคร**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.samutsakhon.go.th/_new/files/com_news_devpro/2020-06_33186312836c656.pdf สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กันยายน 2563.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2563). หลังโควิด-19 ธุรกิจ Food Delivery ขยายตัวบนการแข่งขันที่ยิ่งรุนแรงผู้ให้บริการแพลตฟอร์มรุกไปสู่ Super Application. **กระแสดัชนี** ฉบับที่ 3128. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.kasikornresearch.com/th/analysis/kecon/business/Pages/z3128-Food-Delivery.aspx> สืบค้นเมื่อวันที่ 1 กันยายน 2563.
- Cronbach, L. J. (1990). **Essential of psychological testing (5th ed.)**. New York: Harper Collins Publisher.
- Kotler, P. (1997). **Marketing management: Analysis, planning, implementation and control** (14th Global ed.). Upper Saddle River, NJ: Prentice-Hall.
- Yamane, Taro. (1973). **Statistics: an introductory analysis**. (3rd Ed). New York. Harper and Row Publications.



Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิง
สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่
Learning Center: Technique Knowledge and Learning Enhancement Process
with the Buddhist Creation Way for Increasing Community Product Value of
at the Right Livelihood Communities in Phrae Province

ฉวีวรรณ สุวรรณภา¹ อภิชา สุขจิน² พัฒน์นรี อัฐวงศ์³
Chaweewan Suwannapha, Aphicha Sukjeen, Patnaree Atawong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชน
สัมมาชีพในจังหวัดแพร่ 2) เพื่อพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน
สัมมาชีพในจังหวัดแพร่ 3) เพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน
สัมมาชีพในจังหวัดแพร่ 4) เพื่อสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชน
สัมมาชีพในจังหวัดแพร่ ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพ กลุ่มประชากรทั้งหมด 135 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย
คือ แบบสัมภาษณ์เชิงลึก แบบสนทนากลุ่ม และแบบสังเกตการณ์เชิงปฏิบัติการแบบมีส่วนร่วม

ผลการวิจัยสรุปได้ ดังนี้

1. การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่
เป็นการจัดการองค์ความรู้ 5 ด้าน ได้แก่ การกำหนดองค์ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดเก็บ
ความรู้ให้เป็นระบบ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยน และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์
2. การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพ เป็นการ
ออกแบบหลักสูตรเชิงรุกตามความต้องการของชุมชน ผ่านการระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญ มีทั้งหมด
2 หลักสูตร คือ 1) หลักสูตรสำหรับประชาชนเพื่อพัฒนาทักษะอาชีพ และ 2) หลักสูตรสำหรับนักเรียนใน
สถานศึกษา
3. การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพ
เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตจากการลงมือปฏิบัติจริง โดยการนำหลักสูตรที่ได้รับการพัฒนาเทคนิคและ
กระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดหลักสูตรให้กับเยาวชนและประชาชนในพื้นที่
4. การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมมาชีพ เป็น
การสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มสัมมาชีพ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและ
ภาคเอกชน

คำสำคัญ (Keywords) : การเรียนรู้วิถีพุทธ; ผลิตภัณฑ์ชุมชน; ชุมชนสัมมาชีพ

Received: 2022-10-25 Revised: 2022-11-14 Accepted: 2022-11-16

¹ ครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Bachelor of Education
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Phrae Campus. E-mail: yanasophano@gmail.com

² พุทธศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Bachelor of Buddhism
Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Phrae Campus. E-mail: Praanusorn-2009@hotmail.com

³ ครุศาสตรบัณฑิต มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Bachelor of Education Bachelor
of Education Mahachulalongkornrajavidyalaya University, Phrae Campus. E-mail: n_atawong@hotmail.com

Abstract

This study was conducted with its main objectives: 1. to manage the body of knowledge; 2. to develop techniques and product creation processes in order to increase product value; 3. to enhance learning skills with the creative Buddhist way; and 4. to build network and market mechanism to increase the product value of at the Right Livelihood Community in Phrae province. A qualitative research approach was used; the data were collected from 135 participants, using in-depth interview, focus group discussion, and behavior observation form concerning participatory action.

The results revealed as follows.

1. Knowledge management and product creation processes at the Right Livelihood Communities in Phrae province consisted of 5 elements: knowledge identification, knowledge creation and acquisition, knowledge organization, knowledge sharing, and knowledge utilization.

2. The development of techniques and creative production processes to increase value of the Right Livelihood Communities' products were a proactive curriculum design based on their needs and experts brainstorming. Two curricula were for people to advance their professional skills and for students.

3. Enhancement of the creative Buddhist-oriented learning for increasing the product value at the Right Livelihood Communities was regarded as lifelong learning and active learning. In order to encourage the learning engagement, the developed curriculum was distributed to youth and community members.

4. Building a network and market mechanism to raise the value of the products produced by the Right Livelihood Communities was the partnership establishment between the government and public organizations.

Keywords: Buddhist-Oriented Creation; Communities Products; Right Livelihood Community

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบัน สภาพปัญหาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นไทยมีปัญหาเกี่ยวกับงานและอาชีพจำนวนหนึ่งจะหายไปเนื่องจากถูกทดแทนได้ด้วยการใช้เทคโนโลยีและหรือเครื่องจักรกล ระบบอัจฉริยะ และคนไทยที่ไม่มีทักษะเพียงพอสำหรับการทำงานด้วยเทคโนโลยี ความคิดสร้างสรรค์ และนวัตกรรม จะสูญเสียงานให้กับคนต่างชาติที่มีความสามารถนั้น ปรากฏการณ์ทั้งสองนี้สามารถส่งผลให้เกิดปัญหาคนไทยว่างงาน ขาดรายได้ซึ่งจะกลับกลายเป็นปัญหาฉุดรั้งการก้าวพ้นกับดักรายได้ปานกลางของประเทศไทย รวมไปถึงปัญหาทางสังคมอีกมากมายหากประเทศไทยไม่มีแผนการพัฒนาคนไทย 4.0 ที่ดีพอ ปัญหาของโมเดล 4.0 คือ ความไม่พร้อมในการสร้างนวัตกรรมเพื่อการแข่งขันของผู้ประกอบการ อันเนื่องมาจากการขาดการสนับสนุนในระดับที่ต่อเนื่อง และการสนับสนุนเงินทุนจากภาครัฐที่ไม่เพียงพอต่อความต้องการของผู้ประกอบการ (นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และสุธี โกสิทธิ์, 2563 : 291)

การพัฒนาคนเพื่อให้คนในสังคมได้ดำเนินชีวิตที่ดีมีความสุข อยู่ร่วมกันอย่างสมานฉันท์ ในขณะที่ระบบเศรษฐกิจของประเทศก็เจริญเติบโตอย่างต่อเนื่องมีคุณภาพและมีเสถียรภาพ การกระจายความมั่งคั่งอย่างทั่วถึงและเป็นธรรมเป็นการเติบโตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม รักษาความหลากหลายทางชีวภาพชุมชนวิถีชีวิต ค่านิยม ประเพณีและวัฒนธรรม... ยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” (ไพศาล ไกรสิทธิ์, 2561) มุ่งสร้างคุณภาพชีวิตและสุขภาวะที่ดีสำหรับคนไทย พัฒนาคอนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์ มีวินัย ใฝ่รู้ มีความรู้ มีทักษะ มีความคิดสร้างสรรค์ มีทัศนคติที่ดี รับผิดชอบต่อสังคม มีจริยธรรมและคุณธรรม พัฒนาคอนทุกช่วงวัยและเตรียมความพร้อมเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพ รวมถึงการสร้างคนให้ใช้ประโยชน์และอยู่กับสิ่งแวดล้อมอย่างเกื้อกูล อนุรักษ์ฟื้นฟูใช้ประโยชน์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมอย่างเหมาะสม ในแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 มุ่งเน้นการนำความคิดสร้างสรรค์และการพัฒนา นวัตกรรมเพื่อทำให้เกิดสิ่งใหม่ที่มีมูลค่าเพิ่มทางเศรษฐกิจทั้งในเรื่องกระบวนการผลิตและรูปแบบผลิตภัณฑ์ และบริการใหม่ๆ รวมถึงการใช้นวัตกรรมสำหรับ การพัฒนาสินค้าและบริการทั้งในระดับพื้นบ้านจนถึงระดับสูงซึ่งมีผลต่อคุณภาพชีวิตและความเป็นอยู่ของประชาชนในวงกว้าง ดังนั้น จึงเป็นช่วงที่มุ่งเน้นการพัฒนามาตรฐานภูมิปัญญาที่เกิดจากการใช้ความรู้และทักษะการใช้วิทยาศาสตร์ เทคโนโลยี การวิจัยและพัฒนาและการพัฒนานวัตกรรมนำมาใช้ในทุกด้านของการพัฒนา การพัฒนาสอดคล้องกับกรอบเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน ขยายและสร้างฐานรายได้ใหม่ที่ครอบคลุมทั่วถึงมากขึ้นควบคู่ไปกับการต่อยอดฐานรายได้เดิมและเป็นการพัฒนาที่เกิดจากการผนึกกำลังในการผลักดันขับเคลื่อนร่วมกันของทุกภาคส่วน (Thailand 4.0) (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2559: 4) นอกจากนี้ ได้ให้ความสำคัญกับ การมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับกลุ่มอาชีพ ระดับภาคและระดับประเทศ ในทุกขั้นตอนของแผนฯ เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศ รวมทั้ง ร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนฯ เพื่อมุ่งสู่ “ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืน” จึงเป็นที่น่าสนใจเป็นอย่างยิ่งว่า “สัมมาชีพ บนทางสายกลางยุคไทยแลนด์ 4.0” อันเป็นสัมมาชีพตามหลักการพื้นฐานการดำเนินชีวิตให้มีความสุขบนทางสายกลางที่สอดคล้องกับวิถีชีวิตและวัฒนธรรมของคนไทยที่ ซึ่งรับการกล่อมเกลามาจากคำสอนของพระพุทธศาสนาและยังเป็นสัมมาชีพที่สอดคล้องกับหลักการการพัฒนาประเทศในยุค ไทยแลนด์ 4.0 “สัมมาชีพชุมชน” เป็นคำที่ที่เผยแพร่ไปในวงกว้างทั้งในทางวิชาการและทางวิชาชีพ ตามแนวคิดการยึด “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และยึด “คนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา” ดังความตอนหนึ่งที่ปรากฏใน แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2559-2564) ความว่า ... ยึด “หลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ต่อเนื่องมาตั้งแต่แผนพัฒนาฯ ฉบับที่ 9 เพื่อให้เกิดการบูรณาการการพัฒนาในทุกมิติอย่างสมเหตุสมผล มีความพอประมาณและมีระบบภูมิคุ้มกัน และการบริหารจัดการความเสี่ยงที่ดีซึ่งเป็นเงื่อนไขจำเป็นสำหรับการพัฒนาที่ยั่งยืนโดยมุ่งเน้นการพัฒนามาคนให้มีความเป็นคนที่สมบูรณ์

วิสัยทัศน์ของจังหวัดแพร่ “เศรษฐกิจดี ชุมชนเข้มแข็ง สุขภาพชีวิตและสังคมที่ดี” แต่จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลศักยภาพที่เกี่ยวข้อง ทั้งตัวแปรจากปัจจัยภายใน ข้อมูลพื้นฐานทั่วไปข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของจังหวัดแพร่ ปัจจัยภายนอก นโยบายของรัฐบาล ตัวชี้วัดการพัฒนาระดับประเทศ (งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่, 2560: 40) พบว่า จังหวัดแพร่มีทั้งโอกาสที่ควรพัฒนาต่อยอดและปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเรียงลำดับความสำคัญของศักยภาพและปัญหา โดยสามารถกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาจังหวัด ซึ่งจังหวัดแพร่ ได้จัดลำดับความสำคัญด้านจุดแข็งของจังหวัด 5 ลำดับ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) เป็นจังหวัดต้นน้ำของแม่น้ำยมซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญสายหนึ่งของภาคเหนือ

และมีลำน้ำสาขาครอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัด (2) มีศักยภาพเชิงภูมิศาสตร์ในการเป็นจุด Logistic ด้านการขนส่ง คมนาคมและการกระจายสินค้าไปสู่จังหวัดภาคเหนือตอนบนและภาคอื่นๆ และลำดับที่ 3 มีผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลายอย่างที่เป็นเอกลักษณ์ มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น ไม้สัก เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ผ้าห่อหุ้ม ผ้าทอ เครื่องจักสาน ในขณะที่เดียวกันก็จัดลำดับจุดอ่อนไว้ 7 ลำดับ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำขนาดใหญ่ ส่วนขนาดกลางมีไม่เพียงพอและขาดระบบชลประทานที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ ปัญหาอุทกภัยและภัยแล้ง ข้าชากต่อเนื่องทุกปี (2) ประชาชนมีฐานะยากจน มีรายได้ต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ ขาดความรู้ความเข้าใจในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตรที่เป็นสินค้าหลักและสำคัญของจังหวัด และ (3) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย โดยเฉพาะป่าไม้ มีการบุกรุกพื้นที่ป่าเพื่อเป็นพื้นที่ทำมาหากิน รวมทั้งประชาชนยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อม ส่วนด้านโอกาสจัดไว้ 6 ลำดับ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) รัฐบาลมีนโยบายในการบริหารจัดการน้ำ โดยการจัดหาแหล่งน้ำ การขุดลอก การสร้างฝาย การจัดทำแก้มลิงเพื่อให้มีแหล่งน้ำต้นทุนและมีน้ำสำรองไว้ใช้สำหรับ อุปโภค บริโภค และเพาะปลูกในฤดูแล้งรวมทั้งป้องกันน้ำท่วม ในฤดูน้ำหลาก (2) รัฐบาลมีนโยบายการสนับสนุนการพัฒนาศิลปหัตถกรรมและผลิตภัณฑ์ชุมชนเพื่อสร้างเอกลักษณ์ ทั้งการส่งเสริมองค์ความรู้ใหม่ เพื่อยกระดับมาตรฐานคุณภาพ และการเข้าถึงแหล่งเงินทุน การส่งเสริมการตลาด และ (3) รัฐบาลมีโครงการที่จะพัฒนาระบบการบริหารจัดการขนส่งสินค้าและบริการของประเทศ การขยายเส้นทางคมนาคมทางบก โดยเฉพาะทางรถยนต์ที่จะขยายเส้นทาง เชื่อมโยงกับจังหวัดต่าง ๆ ให้ได้มาตรฐานรวมทั้งการมีแผนที่จะก่อสร้างรถไฟทาง คู่สายเด่นชัย-เชียงราย-เชียงของ และแผนการก่อสร้างรถไฟความเร็วสูง (งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่, 2560: 66-67)

จากผลการวิเคราะห์และจัดลำดับความสำคัญดังกล่าวข้างต้น ทำให้เห็นว่า วิสัยทัศน์ของจังหวัดแพร่ที่เริ่มมาตั้งแต่ปี 2561 ยังไม่บรรลุเป้าหมายทั้งที่เป็นเศรษฐกิจ ชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตที่ดีและสังคมที่ดี ที่ปรารถนาของจังหวัด ทีมงานวิจัยได้สืบค้นข้อมูลพื้นฐานมาวิเคราะห์ประกอบเพิ่มเติม ทำให้ได้พบว่า เศรษฐกิจเกิดจากผลิตภัณฑ์ แต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นศิลปะแบบธรรมดา ยังไม่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้เป็นผลิตภัณฑ์เชิงศิลปะสร้างสรรค์ร่วมสมัย ถึงแม้แต่ก็น้อยมากหรือเกือบไม่มีเลย เนื่องจากประชาชนไม่มีความรู้ความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถ่องแท้และนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังในการผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จึงทำให้ชุมชนยังไม่เข้มแข็งเพียงพออย่างทั่วถึงเมื่อชุมชนไม่เข้มแข็ง คุณภาพชีวิตก็คลอนแคลน สังคมก็ยังไม่ดีตามที่ทางราชการตั้งเป้าหมายไว้

จากเหตุผลและความเป็นมาดังกล่าวข้างต้น คณะผู้วิจัยเห็นว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จักต้องร่วมกันสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนของจังหวัดแพร่ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพชีวิตและสังคมของจังหวัดแพร่ให้บรรลุเป้าหมายที่ทางราชการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยจึงได้จัดทำแผนงานวิจัย Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่ ชุดนี้ขึ้นโดยมีโครงการย่อยภายใต้โครงการจำนวน 4 โครงการย่อย ได้แก่ 1) การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ 2) การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ 3) การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ 4) การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่
2. เพื่อพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่
3. เพื่อเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่
4. เพื่อสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

การศึกษาวิจัยในชุดแผนงานโครงการเรื่อง Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ของชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาวิจัย ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

1.1.1 การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ของชุมชนสัมพันธ์ในจังหวัดแพร่ เป็นการจัดการองค์ความรู้ 5 ด้าน ได้แก่ การกำหนดองค์ความรู้ การสร้างและแสวงหาความรู้ การจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ การแบ่งปันและแลกเปลี่ยน และการนำความรู้ไปใช้ประโยชน์

1.1.2 การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ เป็นการออกแบบหลักสูตรเชิงรุกตามความต้องการของชุมชน ผ่านการระดมสมองจากผู้เชี่ยวชาญ มีทั้งหมด 2 หลักสูตร คือ 1) หลักสูตรสำหรับประชาชนเพื่อพัฒนาทักษะอาชีพ และ 2) หลักสูตรสำหรับนักเรียนในสถานศึกษา

1.1.3 การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมพันธ์ เป็นการเรียนรู้ตลอดชีวิตจากการลงมือปฏิบัติจริง โดยการนำหลักสูตรที่ได้รับการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์ ถ่ายทอดหลักสูตรให้กับเยาวชนและประชาชนในพื้นที่

1.1.4 การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมพันธ์ เป็นการสร้างเครือข่ายความร่วมมือทางการตลาดให้กับผลิตภัณฑ์กลุ่มสัมพันธ์ ระหว่างหน่วยงานภาครัฐและภาคเอกชน

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาเชิงคุณภาพ โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก ได้แก่ ผู้นำชุมชน จำนวน 12 คน ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ จำนวน 25 คน นักวิชาการด้านหลักสูตร จำนวน 3 คน ปราชญ์ท้องถิ่น จำนวน 10 คน ประชาชนในพื้นที่ จำนวน 20 คน รวมทั้งหมด 70 คน และสนทนากลุ่มย่อย ได้แก่ ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ จำนวน 10 คน ผู้นำชุมชน จำนวน 10 คน ตัวแทนหน่วยงานภาครัฐ จำนวน 5 คน และประชาชนในพื้นที่ จำนวน 40 คน รวม 65 คน รวมกลุ่มประชากรทั้งหมด 135 คน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยในชุดแผนงานโครงการเรื่อง Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ประกอบไปด้วย 1) ชุมชนสามมาชีพบ้านทุ่งไธสง อำเภอเมืองแพร่ จังหวัดแพร่ 2) ชุมชนสามมาชีพบ้านค่างาม อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ 3) ชุมชนสามมาชีพบ้านดอนมูล อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ และ 4) ชุมชนสามมาชีพบ้านบวโกโป่ง อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ตุลาคม 2564 ถึง กันยายน 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือการวิจัย ประกอบด้วย แบบสัมภาษณ์เชิงลึกและการประชุมกลุ่มย่อย (Focus Groups Discussion) เก็บข้อมูลภาคสนาม (Field work) รวมทั้งการใช้อุปกรณ์เทคโนโลยีในการเก็บ และวิเคราะห์ข้อมูล เช่น การวิเคราะห์จากปัญหาชุมชน และองค์กรหน่วยงานของรัฐ ทั้งนี้เป็นการศึกษาค้นคว้าตามกระบวนการที่เกี่ยวข้องกับกลุ่มตัวอย่างในชุมชน/องค์กร

2.1 แบบสัมภาษณ์ (Interviews) การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ชุมชนสามมาชีพในจังหวัดแพร่ และการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสามมาชีพ ในจังหวัดแพร่

2.2 แบบสนทนากลุ่ม (Focus groups Discussion) โดยสนทนากลุ่ม (Focus groups Discussion) การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสามมาชีพ ในจังหวัดแพร่

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การวิจัยเรื่อง Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามมาชีพ ในจังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) โดยการสัมภาษณ์เชิงลึก และการประชุมกลุ่มย่อย ดำเนินการวิจัยในลักษณะของการวิจัยในภาคสนาม (Field Study) ดังนี้

3.1 จัดประชุมทีมวิจัย โดยอธิบายรายละเอียดในการเก็บข้อมูลตลอดจนการใช้เครื่องมืออุปกรณ์ประกอบการวิจัย

3.2 ร่วมกันศึกษาวิเคราะห์ การจัดการองค์ความรู้และกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนสามมาชีพในจังหวัดแพร่ โดยศึกษาจากเอกสารและหลักฐานที่เกี่ยวข้อง หนังสือ รายงานการวิจัย รายงานการประชุม ภาพถ่าย เอกสารแสดงความสัมพันธ์ที่แสดงให้เห็นถึงความเป็นมา องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ไม้สักชุมชนของชุมชนสามมาชีพในจังหวัดแพร่

3.3 ลงพื้นที่ในการเก็บข้อมูลโดยประสานงานติดต่อกับนักวิจัยโครงการย่อยทั้ง 4 โครงการ ในพื้นที่เป้าหมายและสถานที่เก็บข้อมูล ตลอดจนผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องเพื่อชี้แจงรายละเอียดของการดำเนินงานวิจัย

3.4 เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้างแบบบันทึกการสังเกต (field note) เพื่อใช้ในการเก็บข้อมูล

3.5 คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนาม ร่วมกันโครงการย่อยทั้ง 4 โครงการ โดยปฏิบัติการตามแผนที่กำหนดไว้

3.6 ลงพื้นที่เพื่อหาข้อมูลเกี่ยวกับองค์ความรู้พื้นที่ศิลปะที่จะนำมาสังเคราะห์ให้ได้ข้อมูลที่ชัดเจน นำผลที่ได้มาสังเคราะห์ โดยเน้นการทำงานวิจัยแบบมีส่วนร่วม

3.7 สรุปลองค์ความรู้ การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่

3.8 คณะผู้วิจัยลงพื้นที่เก็บข้อมูลภาคสนามในพื้นที่ผลิตภัณฑ์ไม้สัก บ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำซำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่ ตามแผนปฏิบัติการที่กำหนดโดยการจัดประชุมทีมวิจัย เพื่อชี้แจงความรู้ความเข้าใจ และพัฒนากระบวนการสร้างกิจกรรมการสัมภาษณ์

3.9 การจัดประชุมสัมมนาทางวิชาการและกิจกรรมเชิงปฏิบัติการแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ชุมชนสามาชีพกับเครือข่ายจากผู้นำชุมชน/ผู้นำองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ประชาชนในชุมชน ร่วมกับหน่วยงานภาครัฐ

3.10 ประชุมสรุปลองค์ความรู้การพัฒนาเครือข่าย กลไก การตลาดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สักของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่

3.11 เผยแพร่ผลงาน Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่ผ่านสิ่งพิมพ์วารสาร/บทความและการจัดพิมพ์เอกสารรายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

การศึกษาวิจัยครั้งนี้ เป็นการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ โดยผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลตามเนื้อหา (Content analysis) แล้วสรุปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้ เมื่อได้รับข้อมูลจากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยจะนำข้อมูลจากการวิเคราะห์จากเอกสาร ประกอบกับข้อมูลที่ได้จากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) หลังจากนั้น ผู้วิจัยยืนยันความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยการให้บุคคลที่อยู่ในปรากฏการณ์ที่ศึกษาและบุคคลที่มีความรู้เกี่ยวกับเรื่องที่ทำการศึกษาตรวจสอบและรับรองความถูกต้อง ซึ่งการตรวจสอบความน่าเชื่อถือได้ของข้อมูลด้วยวิธีนี้ ผู้วิจัยใช้กับข้อมูลเบื้องต้นและข้อมูลที่เป็นส่วนที่ผู้วิจัยได้ตีความแล้วนำข้อมูลจากการสัมภาษณ์โดยผู้ให้ข้อมูลสำคัญ (Key Information) นำมาวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Presentation) และนำเสนอผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ผลการศึกษาการจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่

องค์ความรู้ในการจัดการองค์ความรู้ผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อมบ้านทุ่งโฮ้ง ผลิตภัณฑ์เครื่องจักสานบ้านค่างาม ผลิตภัณฑ์ไม้สักบ้านดอนมูล ผลิตภัณฑ์ไม้สักบ้านบวโกโป่ง ของชุมชนสามาชีพในจังหวัดแพร่ ในการจัดการความรู้ที่เป็นระบบโดยวิธีการการปรับเปลี่ยนความรู้ที่ฝังลึกในตัวบุคคล (Tacit Knowledge) ผ่านกระบวนการจัดการความรู้ใน 5 ประเด็น ดังนี้

การกำหนดความรู้ ชุมชนมีการพบปะพูดคุยกันอย่างสม่ำเสมอเพื่อสำรวจและทบทวนความรู้เกี่ยวกับการคิดและตัดสินใจจากการใช้วัตถุดิบและทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ รวมไปถึงความต้องการให้ชุมชนมีการสืบสานภูมิปัญญาท้องถิ่นที่มีแต่บรรพบุรุษ ซึ่งเป็นวิถีชีวิตปกติของชุมชน องค์

ความรู้สำคัญของผลิตภัณฑ์ที่สำคัญ ได้แก่ การใช้วัตถุดิบ/ทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างเป็นผลิตภัณฑ์ ภายใต้การรวมคิดและตัดสินใจของสมาชิกในชุมชน และการเสริมสร้างรายได้ให้แก่สมาชิก 2) การสร้างและแสวงหาความรู้ เป็นการสร้างและแสวงหาความรู้ภายในจากการเรียนรู้ซึ่งเกิดจากการเรียนรู้จากประสบการณ์ของชาวบ้านเอง การสอบถามผู้รู้ในชุมชนและการดูตัวอย่างของผลิตภัณฑ์อื่นๆ แล้วนำมาทดลองเรียนรู้และปฏิบัติอย่างต่อเนื่อง 3) การจัดเก็บความรู้ให้เป็นระบบ ส่วนใหญ่เป็นการจัดเก็บความรู้ในลักษณะของการจดจำผ่านตัวบุคคลในชิ้นงานที่ตนเองถนัดเป็นประสบการณ์ของบุคคล ซึ่งมีการแสดงออกมาเป็นรูปธรรมได้ ตั้งแต่กระบวนการจัดทำวัสดุอุปกรณ์ (ต้นน้ำ) กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ (กลางน้ำ) และกระบวนการจัดจำหน่าย (ปลายน้ำ) 4) การแบ่งปันและแลกเปลี่ยนความรู้ เป็นการแลกเปลี่ยนเรียนรู้จากบุคคลสู่บุคคลเป็นหลักโดยลักษณะของการปฏิบัติให้ดู ความรู้จากบุคคลสู่บุคคล ได้แก่การบอกเล่า การปฏิบัติให้ดู การสอนลูกหลานผ่านงานฝีมือเป็นชุมชนแห่งการเรียนรู้ รวมถึงการเชิญวิทยากรผู้ที่มีความเชี่ยวชาญมาช่วยในด้านการออกแบบ และช่องทางการจัดจำหน่าย 5) การนำความรู้ไปประยุกต์ เป็นการกำหนดความรู้และการแสวงหาความรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาที่ได้รับการถ่ายทอดจากบรรพบุรุษ ความรู้จากประสบการณ์ที่ผู้รู้ หรือปราชญ์ชุมชน ได้ลงมือปฏิบัติมาอย่างยาวนานจนเกิดทักษะความชำนาญ ได้ประยุกต์จากความรู้เดิมผสมผสานกับความรู้ใหม่ให้เกิดการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ในรูปแบบใหม่ ๆ โดยมีการพัฒนาผลิตภัณฑ์อยู่ตลอด เพื่อให้ตรงตามความต้องการของผู้ที่สนใจและเป็นการกระตุ้นเศรษฐกิจในชุมชนเพื่อเพิ่มมูลค่าเพิ่มของสินค้า รวมทั้งเป็นแหล่งเรียนรู้ ศึกษาดูงานของนักเรียน นักศึกษา นักวิจัยและผู้สนใจทั่วไป

2. การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ถูกออกแบบตามหลักของการใช้ความคิดที่จะผลักดันแนวความคิดที่สร้างสรรค์ให้นำออกมาใช้ให้มากที่สุด และสามารถนำไปสู่การหาผลของความคิดสร้างสรรค์ เพื่อนำไปใช้ในงานต่างๆ ได้อย่างมีประสิทธิภาพ ตามที่นายปฏิพล พรินทรากุล ปราชญ์ท้องถิ่น มีแนวคิดจากการนำเสนอผลงานช่างสิบหมู่ ตามพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรมสมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ซึ่งพระองค์ท่านได้ให้แนวคิดที่ว่าควรออกแบบช่างหุ่น เพราะเมืองแพร่ เป็นเมืองไม้ น่าจะมีเศษไม้เยอะ น่าจะนำเศษไม้มาทำช่างหุ่น ซึ่งเป็นพระราชดำริที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมสนทนามีแนวคิดว่าเป็นชุมชนบ้านบวโกโป่งทำไม้กันและมีเศษไม้พอที่จะนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอได้ สามารถเพิ่มมูลค่าสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ ได้ ซึ่งเป็นการเริ่มต้นที่ดีของชุมชน หัวใจสำคัญของการสร้างสรรค์ก็คือ แนวคิดหรือแนวปฏิบัติที่สร้างหรือเพิ่มมูลค่าของสินค้าและบริการโดยไม่ต้องใช้ทรัพยากรมากนัก ทว่าเพิ่มเติมและประยุกต์แนวคิดใหม่ ๆ องค์ความรู้ นวัตกรรม เทคโนโลยี เศรษฐกิจ สังคมและวัฒนธรรม มาออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือ เป็นลายล้านนา ให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ โดยมีการแกะสลัก ลงสี การแต่งลายเส้นดินลาย เป็นต้น และพัฒนาต่อยอดไปสู่แนวทางที่สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ต้นแบบลวดลายผลิตภัณฑ์เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้สักประกอบด้วย พานแปดเหลี่ยม บุซบก และก๊ ซึ่งมีการฉลุลวดลายลงบนไม้ ลงสี ผู้ประกอบการได้ต้นแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนสอดแทรกแนวคิดศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน

3. การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่

กระบวนการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ของชุมชนบ้านบวโกโป่งเป็นการเรียนรู้จากการลงมือปฏิบัติจริง ทั้งในการพยายามแก้ปัญหาที่เกิดขึ้นในชีวิตจริง หรือเกี่ยวข้องกับการทำมาหากิน หรือสภาพความเป็นอยู่ กิจกรรมที่ดำเนินอยู่นี้เป็นไปเพื่อสนองต่อการแก้ปัญหาและสอดคล้องกับแบบแผนการผลิตของชุมชน จึงเป็นพลังขับเคลื่อนให้เกิดพลวัตของการเรียนรู้ เมื่อได้มีการพูดคุยแลกเปลี่ยนความคิดเห็น วิเคราะห์ปัญหา หาแนวทางแก้ไขร่วมกัน เมื่อได้แนวทางแล้วสมาชิกนำกลับไปลงมือปฏิบัติ วิเคราะห์ผลเพื่อหาหนทางต่อไปอีก กระบวนการที่เกิดขึ้นซ้ำๆ นี้ เท่ากับยกระดับสติปัญญาของสมาชิกในชุมชน กล่าวได้ว่า ชุมชนบ้านบวโกโป่งมีกระบวนการเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้แบบมีส่วนร่วมและการเรียนรู้ที่เกิดจากภูมิปัญญาท้องถิ่นมีการถ่ายทอดความรู้จากรุ่นสู่รุ่น ในอดีตชาวบ้านบวโกโป่งอาศัยไม้สักในการทำที่อยู่อาศัยและมีส่ว (เป็นคำเรียกช่างไม้ในภาษาล้านนา) เป็นผู้คุมงานในการก่อสร้าง จากการคลุกคลีการทำไม้มาแต่อดีตทำให้เกิดการพัฒนา มาเป็นการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์เพื่อออกจำหน่าย ทักษะการสร้างสรรคชิ้นงานจึงเกิดจากการเรียนรู้ ทดลองลงมือทำ จนเกิดความชำนาญเฉพาะบุคคล ทำให้เกิดการแบ่งงานหรือการแยกชิ้นส่วนในการผลิตผลิตภัณฑ์

4. การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่

การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ เริ่มจากการสัมมนาทางวิชาการเพื่อแลกเปลี่ยนเรียนรู้องค์ความรู้เกี่ยวกับการพัฒนาศักยภาพของชุมชนสัมมาชีพเกี่ยวกับการออกแบบและการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนากิจกรรมเพื่อการส่งเสริมการเรียนรู้ การพัฒนาด้านการตลาดและช่องทางการจำหน่าย โดยเน้นความรู้ กระบวนการ และผลลัพธ์ของการดำเนินการ เพื่อพัฒนานวัตกรรมเสริมสร้างเครือข่ายและการขับเคลื่อนเครือข่าย กลไก การตลาดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ให้มีกระบวนการสร้างสรรค์ที่เหมาะสม และเป็นต้นแบบในการพัฒนาแก่ชุมชนอื่นๆ เกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สักของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ ให้ยั่งยืน การขับเคลื่อนเครือข่าย กลไกการตลาดผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสัมมาชีพในจังหวัดแพร่ อาศัยชุมชนในการมีส่วนร่วมในการคิด การตัดสินใจ ร่วมดำเนินการ ร่วมรับผลประโยชน์จากการดำเนินงานของกลุ่ม ตลอดจน หน่วยงานภาครัฐให้การสนับสนุนส่งเสริมการขับเคลื่อนดังกล่าว รวมทั้งสนับสนุนด้านการผลิต การพัฒนาผลิตภัณฑ์และการตลาดอย่างต่อเนื่อง ทั้งนี้จากสนับสนุนส่งเสริมระหว่างชุมชนกับหน่วยงานภาครัฐ จะส่งผลให้ชุมชนประสบความสำเร็จสามารถจัดการตนเองได้ อันจะนำไปสู่การเสริมสร้างชุมชนสัมมาชีพให้มีความเข้มแข็ง และพึ่งพาตนเองได้อย่างยั่งยืน ตลอดจนนำไปสู่การยกระดับรายได้สู่เศรษฐกิจชุมชน

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

การจัดการองค์ความรู้นั้น ถือเป็นกระบวนการหนึ่งของการพัฒนาคนและงานให้มีประสิทธิภาพ ซึ่งเป็นการรวบรวมองค์ความรู้ที่มีอยู่ในแต่ละส่วนที่กระจัดกระจายอยู่ในตัวบุคคลหรือเอกสารมาพัฒนาให้เป็นระบบ เพื่อให้ทุกคนในองค์กรหรือชุมชนสามารถเข้าถึงความรู้ และพัฒนาตนเองให้เป็นผู้รู้ รวมทั้งปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ อันจะส่งผลให้ชุมชนมีความสามารถในการพัฒนาฝีมือในด้านการผลิต การออกแบบและการจัดจำหน่าย เพื่อเป็นเพิ่มมูลค่าให้กับสินค้าผลิตภัณฑ์ของชุมชนให้มากยิ่งขึ้นกว่าเดิม สอดคล้องกับงานวิจัยของ เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ (2562: 137-141) ที่กล่าวว่า การสร้างและพัฒนาองค์ความรู้การสร้าง

คุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน ได้องค์ความรู้ 2 องค์ความรู้ คือ องค์ความรู้ การสร้างคุณค่าแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน

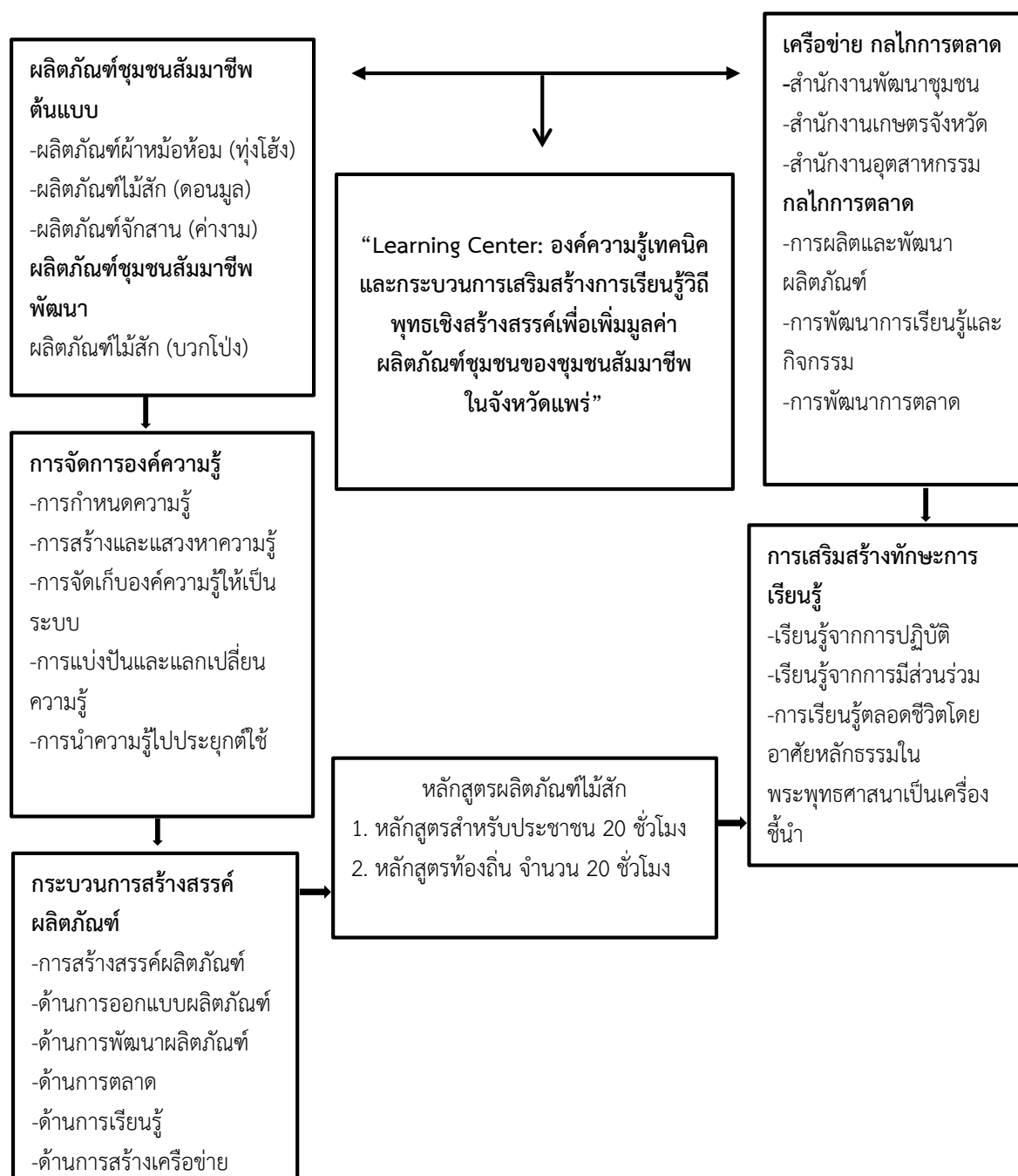
การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ เป็นการพัฒนามีเป้าหมายของการพัฒนา คือ การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้แก่ชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีคุณภาพชีวิตที่ดีขึ้น โดยสินค้าผลิตภัณฑ์นั้นจะต้องมีองค์ประกอบที่เป็นจุดเด่น เรียบร้อย เพื่อดึงดูดความต้องการของกลุ่มลูกค้า สอดคล้องกับงานวิจัยของ มาโนชญ์ นวลสระ และคณะ (2564: 119-133) ว่า แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าให้ได้มาตรฐานระดับสากล ผู้ประกอบการจำเป็นต้องดำเนินการเพื่อให้เกิดความเชื่อมโยง เพื่อการเพิ่มคุณค่าของผลิตภัณฑ์ที่ทำให้ผู้ซื้อยอมรับและยอมจ่ายเงินซื้อผลิตภัณฑ์ในด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การพัฒนาด้านบรรจุภัณฑ์ การสร้างตราสินค้า และการเชื่อมโยงการตลาด

การเสริมสร้างทักษะการเรียนรู้ ถ่ายทอดโดยการอบรมให้ความรู้ ทักษะการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนสมาชิก เป็นการแลกเปลี่ยนและการโยงองค์ความรู้ระหว่างปราชญ์ท้องถิ่น กับนักเรียนและชุมชนให้เกิดความรู้สึกร่วมกันในการจัดกิจกรรม ตามสภาพความต้องการของชุมชน และสอดคล้องกับวัฒนธรรมท้องถิ่นของชุมชน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของกนกกร จินา และอลงกรณ์ คูตระกูล (2561: 59-80) ที่กล่าวว่า กระบวนการถ่ายทอดความรู้ตั้งอยู่บนพื้นฐานของบทบาทต่างๆ ที่สลับสับเปลี่ยนกันได้ของผู้สร้างและผู้รับความรู้ โดยปฏิสัมพันธ์ระหว่างทั้งสองฝ่ายนี้เกิดขึ้นอย่างมีพลวัตในหลายรูปแบบได้แก่ การปฏิสัมพันธ์ทางสังคม การแปลงให้เป็นความรู้ชัดแจ้ง การรวมความรู้ และการแปลงความรู้สู่ภายในไปปรับใช้ในบริบทของตนเอง ในการถ่ายทอดความรู้ให้ประสบความสำเร็จต้องมีวิสัยทัศน์ร่วมกัน และมีวิธีคิดแบบเปิดใจ

การสร้างเครือข่าย กลไกการตลาดเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ เป็นการดำเนินงานร่วมกันของกลุ่มคนหรือองค์กรที่มีการรวมตัวกันเป็นกลุ่ม และมีเป้าหมายหรือมีวัตถุประสงค์ร่วมกันเป็นไปในทิศทางเดียวกัน มีโครงสร้างความสัมพันธ์ในลักษณะที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการ โดยมีการเชื่อมโยงและประสานงานร่วมกันในลักษณะพึ่งพาอาศัย ทำให้เกิดการแลกเปลี่ยนความรู้ ข้อมูลข่าวสารต่างๆร่วมกัน สอดคล้องกับเกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์ (2543: 63) ได้กล่าวไว้ว่า การสร้างเครือข่ายจำเป็นต้องอาศัยองค์ประกอบที่สำคัญของเครือข่าย คือ การรับรู้มุมมองร่วมกัน เพราะหากสมาชิกไม่มีความเข้าใจในการเข้าร่วมเป็นเครือข่าย จะมีผลทำให้การประสานงานและการขอความร่วมมือในการดำเนินการเป็นไปได้ยากลำบาก

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

สรุปองค์ความรู้จากการวิจัยเรื่อง “Learning Center: องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการ เสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิก ในจังหวัดแพร่”



ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้องควรสนับสนุนการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นให้มากขึ้น โดยมีการจัดหน่วยงานที่รับผิดชอบไว้อย่างชัดเจน เช่น การส่งเสริมด้านความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการจัดการความรู้ เป็นต้น ซึ่งการสนับสนุนดังกล่าวต้องเป็นรูปแบบการสนับสนุนให้กลุ่มสามารถปฏิบัติได้ด้วยตนเองเป็นหลัก

1.2 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรจัดกิจกรรมต่าง ๆ เพื่อส่งเสริมให้เจ้าหน้าที่ภาครัฐ ผู้ประกอบการ และคนในชุมชน มีส่วนร่วมในกระบวนการสร้างสรรค์ผลงาน พัฒนาผลิตภัณฑ์ของตนตามอัตลักษณ์ วัฒนธรรมและภูมิปัญญาท้องถิ่น เช่น องค์ความรู้เทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ การจัดหลักสูตรอบรมผู้ผลิตระดับท้องถิ่นให้เกิด ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ การออกแบบ การสร้างเครือข่าย และการตลาด เป็นต้น

1.3 หน่วยงานภาครัฐและผู้ประกอบการในท้องถิ่นควรร่วมมือกันสร้างสรรค์ พัฒนาผลิตภัณฑ์ สอดคล้องที่ตอบสนองความต้องการของตลาด โดยให้ความสำคัญกับการนำภูมิปัญญาท้องถิ่นมาผสมผสานกับ ศิลปะสร้างสรรค์แบบใหม่ลวดลายใหม่ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ

1.4 ชุมชนในแต่ละชุมชนควรสร้างอัตลักษณ์ของชุมชนด้านผลิตภัณฑ์ชุมชนหรือสินค้าที่เป็น ผลผลิตของชุมชนโดยนำมาประยุกต์กับการใช้เทคโนโลยีสมัยใหม่เข้ามาช่วยพัฒนาให้มีความทันสมัย เพื่อให้ ตรงกับความต้องการของผู้บริโภค รวมถึงมีการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อออนไลน์เพื่อเป็นช่องทางการ ประชาสัมพันธ์จำหน่ายสินค้า

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรมีการศึกษารูปแบบการจัดการความรู้ภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านในเชิงบูรณาการ เพื่อให้ สามารถนำรูปแบบการจัดการความรู้ไปใช้ในกลุ่มองค์กรชุมชนที่มีภูมิปัญญาท้องถิ่นในด้านอื่น ๆ ได้มากขึ้น

2.2 ควรมีกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ของชุมชนสามาชีพ ในบริบทที่กว้างขึ้นรวมถึงการนำกระบวนการจัดการความรู้ของแต่ละชุมชนหรือแต่ละพื้นที่ มาวิเคราะห์ เพื่อค้นหาชุมชนที่มีศักยภาพในการจัดการความรู้และนำไปสู่การเป็นศูนย์เรียนรู้ให้แก่ชุมชน อื่น ๆ ต่อไป

2.3 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่นำไปสู่ความสำเร็จของเทคนิคและกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้ วิถีพุทธเชิงสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ หรือหาแนวทางการปฏิบัติสู่การ ยกระดับรายได้สู่ชุมชน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กนกกร จีนา และละอองกรณ์ คูตระกูล. (2561). กระบวนการถ่ายทอดความรู้จากมหาวิทยาลัยสู่ชุมชน: กรณีศึกษาโครงการอนุรักษ์วิหารพระเจ้าพันองค์ วัดปงสนุก จังหวัดลำปาง. *วารสารรัฐศาสตร์และ รัฐประศาสนศาสตร์*. 9(1): 59-80.
- เกรียงศักดิ์ เจริญวงศ์ศักดิ์. (2543). *การจัดการเครือข่าย : กลยุทธ์สำคัญสู่ความสำเร็จของการปฏิรูป การศึกษา*. กรุงเทพฯ: ซัคเซสมิเดีย.
- งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่. (2560). *แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ (2561-2565)*.แพร่: เมืองแพร่การ พิมพ์.
- นฤมล อนุสนธิ์พัฒน์ และสุธี โกสิยสิทธิ์. (2563). รูปแบบการพัฒนาเศรษฐกิจชุมชนท้องถิ่นไทย 4.0. *วารสาร สังคมศาสตร์และมานุษยวิทยาเชิงพุทธ*. 5(2): 290-304.
- เบญจวรรณ ไสหวาน และคณะ. (2562). การจัดการความรู้เพื่อสร้างคุณค่าและมูลค่าเพิ่มแก่ผลิตภัณฑ์ชุมชน สำหรับวิสาหกิจชุมชน. *วารสารนาคบุตรปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครศรีธรรมราช*. 11(2) : 137-147.

- ไพศาล ไกรสิทธิ์. (2561). **นานาสาระเพื่อการพัฒนา**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: พัฒนสาระ http://paisarnkr.blogspot.com/2018/04/blog-post_9.html สืบค้นเมื่อ 20 ตุลาคม พ.ศ. 2565.
- มานิชย์ นวลสระ และคณะ (2564). แนวทางการพัฒนาผลิตภัณฑ์และตราสินค้าหนึ่งตำบลหนึ่งผลิตภัณฑ์ให้ได้มาตรฐานระดับสากล จังหวัดเชียงราย. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 15(1): 119-134.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2559). **แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (2560-2564)**. กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.



**วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียน
ในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา
Organizational Culture Affecting the Academic Administration
at the Schools under the Secondary Education Service Area Office Nan**

ชินวิทย์ จันทรเพ็ญ¹ คทาเทพ จันทรเจริญ² เปี่ยมพร สุทินฤกษ์³
Chinawit Janpen, Katatap Chanjarean, Piemporn Sutinruek

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา 2) การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา และ (3) วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา จำนวน 285 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มาตรฐานประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย วัฒนธรรมองค์กร และการบริหารงานวิชาการ ค่าความเชื่อมั่น เท่ากับ 0.939 0.911 และ 0.901 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า 1) ระดับวัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ 4.34 SD 0.19) 2) ระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X}$ 4.07 SD 0.28) และ 3) วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา คือ ด้านการยอมรับ (X_7) ด้านการมอบอำนาจ (X_2) และด้านความหลากหลายของบุคลากร (X_{10}) ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา โดยภาพรวม ($\hat{Y}_{tot}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการทำนายเท่ากับ 0.448 มีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 20.1 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย 0.25 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 2.543 + 0.192(X_7) + 0.102(X_2) + 0.063(X_{10})$$

คำสำคัญ (Keywords) : วัฒนธรรมองค์กร; การบริหารงานวิชาการของโรงเรียน

Received: 2022-11-03 Revised: 2022-11-15 Accepted: 2022-11-16

¹ สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Master of Educational Administration, Graduate School, Chiangrai College. E-mail: chinawit19@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Adviser in Educational Administration at Graduate School, Chiangrai College Corresponding author. E-mail: ckatatap@gmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Adviser in Educational Administration at Graduate School, Chiangrai College Corresponding author. E-mail: PiempornSu@gmail.com

Abstract

This research aimed to study: 1) organizational culture of schools under the Secondary Education Service Area Office Nan, 2) academic administration at the schools under the Secondary Education Service Area Office Nan, and 3) organizational culture affecting academic administration at the schools under the Secondary Education Service Area Office Nan. The sample size of 285 people consisted of administrators and teachers under the Secondary Education Service Area Office Nan. The instrument was the questionnaire. The assessment ratio with five levels included organizational culture and academic administration with the reliability is 0.939, 0.911 and 0.901 respectively. The statistics used in data analysis was percentage (%) mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D. and multiple regressions of Stepwise regression method.

The results showed that 1) organizational culture of school administrators and teachers under the Secondary Education Service Area Office Nan, as a whole and an individual, were at high level ($\bar{X}$ 4.34 SD 0.19; 2) academic administration of schools under the Secondary Education Service Area Office Nan, as a whole and an individual, were at high level ($\bar{X}$ 4.07 SD 0.28); and 3) organizational culture affecting academic administration of the schools under the Secondary Education Service Area Office Nan was a acceptance (X_7), empowerment (X_2) and a diversity of personnel (X_{10}). All factors affected the academic administrations of the schools under the Secondary Education Service Area Office Nan in overall ($\hat{Y}_{tot}$). Its statistical significance was at .01 level. The correlation coefficient was equal to 0.448. Effectiveness in the prediction was 20.1 % and the standard deviation of the prediction was 0.25. It was written as the following equation regression analysis.

$$\hat{Y}_{tot} = 2.543 + 0.192 (X_7) + 0.102 (X_2) + 0.063 (X_{10})$$

Keywords: organizational culture; the academic administration of the school

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันเป็นที่ยอมรับว่า วัฒนธรรมองค์กรเป็นปัจจัยด้านหนึ่งที่สามารถในเชิงการแข่งขัน (Competitive Advantage) ที่ยั่งยืนให้กับองค์กรได้ด้วยวัฒนธรรมองค์กรนั้น เป็นแบบแผนของความคิด ความรู้สึกที่สมาชิกได้รับการกำหนดร่วมกันภายในองค์กรเพื่อเป็นบรรทัดฐานให้สมาชิกประพฤติปฏิบัติและมีการสืบทอดไปสู่สมาชิกใหม่ขององค์กร ซึ่งมีผลให้สมาชิกองค์กรหนึ่งมีความแตกต่างไปจากสมาชิกของอีกองค์กรหนึ่ง วัฒนธรรมองค์กรจึงมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมของบุคคลในองค์กรหลายประการด้วยกัน คือ ช่วยให้เกิดความร่วมมือระหว่างสมาชิกในองค์กร เกิดการตัดสินใจในการสื่อสาร สมาชิกในองค์กรรู้สึกผูกพันต่อองค์กรมีการรับรู้ต่อสถานการณ์ต่าง ๆ ตรงกัน ตลอดจนช่วยให้เกิดการใช้เหตุผลในการแสดงพฤติกรรมที่เป็นที่ยอมรับ (วิรัช สงวนวงศ์วาน, 2550: 35) สำหรับวัฒนธรรมองค์กรของสถานศึกษาเป็นสิ่งสำคัญที่สามารถสะท้อนให้เห็นรูปแบบและกระบวนการคิด การตัดสินใจ การวางแผนยุทธศาสตร์ของสถานศึกษา วัฒนธรรมจะมีผลต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานศึกษา เนื่องจากสถานศึกษาแต่ละสถานศึกษามีวัฒนธรรมของตนเองที่

ซึ่งไม่มีความยืดหยุ่นก็จะทำให้วัฒนธรรมสถานศึกษานั้น กลายเป็นอุปสรรคหรือปัญหาต่อการเปลี่ยนแปลงของสถานศึกษา วัฒนธรรมของสถานศึกษาจึงเป็นกรอบบังคับหรือรูปแบบในการทำงานของบุคลากร ดังนั้น การสร้างวัฒนธรรมที่เหมาะสมจะทำให้บุคลากรในสถานศึกษามีความรู้สึก ปลอดภัย มั่นใจในการทำงาน ผู้บริหารจึงต้องใช้วัฒนธรรมเป็นตัวกำหนดในการสร้างวัฒนธรรมขององค์กรมากกว่าการใช้ระเบียบข้อบังคับต่าง ๆ เพื่อให้องค์กรเป็นไปในทิศทางเดียวกัน (ดร.ณัฐ รัตนสุนทร และคณะ, 2560: 375)

นอกจากนี้ การบริหารวิชาการก็เป็นงานที่สำคัญสำหรับผู้บริหารการศึกษาทุกระดับและเป็นงานหัวใจของภารกิจการบริหารสถานศึกษา การบริหารงานวิชาการเป็นภารกิจหลักแรกของการบริหารสถานศึกษาและมุ่งให้สถานศึกษามีอำนาจในการบริหารจัดการโดยตรงตามมาตรา 39 แห่งพระราชบัญญัติการศึกษาแห่งชาติ พ.ศ. 2542 แก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 2) พ.ศ. 2545 และแก้ไขเพิ่มเติม (ฉบับที่ 3) พ.ศ. 2553 การบริหารงานวิชาการเกี่ยวข้องกับกิจกรรมทุกอย่างในสถานศึกษาที่เกี่ยวกับการเรียนการสอน การพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้และการพัฒนาผู้เรียนให้เต็มประสิทธิภาพซึ่งเป็นจุดมุ่งหมายหลักของสถานศึกษาและเป็นเครื่องชี้วัดความสำเร็จการบริหารของผู้บริหารในสถานศึกษาที่ต้องมีรูปแบบหรือลักษณะที่ชัดเจนถูกต้องเหมาะสมกับบริบทของสถานที่นั้น ๆ ดังนั้น การบริหารสถานศึกษาจึงมีความสัมพันธ์กันกับการบริหารงานวิชาการเพราะส่งผลต่อผู้เรียนโดยตรง และผู้เรียนเป็นปัจจัยที่สำคัญต่อการวัดประสิทธิภาพในการบริหารงานว่าเป็นไปตามวัตถุประสงค์ที่ตั้งไว้หรือไม่ การบริหารด้านไหนดีหรือการบริหารในด้านไหนควรปรับปรุงและพัฒนาของหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การมีการวัดผลอยู่ตลอดเวลาเพื่อพัฒนารูปแบบการบริหารรวมถึงงานวิชาการต่าง ๆ ให้มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแนวทางและความทันสมัยของเทคโนโลยีที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา (ธีระภาพ เพชรมาลัยกุล, 2561: 139)

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฯ เป็นองค์กรทางการศึกษาที่จัดตั้งขึ้นตามประกาศกระทรวงศึกษาธิการเรื่องกำหนดเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา ทำหน้าที่ส่งเสริม สนับสนุน กำกับติดตามการบริหารจัดการศึกษาของโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานในเขตพื้นที่จังหวัดน่านให้เป็นไปตามมาตรฐานการศึกษาขั้นพื้นฐานสามารถจัดการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาเพื่อให้บริการประชาชนในจังหวัดน่านเป็นไปด้วยดีมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลตรงตามเป้าหมาย ได้มุ่งพัฒนาทางด้านวิชาการเป็นสำคัญหลัก เพื่อดำเนินการยกระดับคุณภาพและมาตรฐานการศึกษาทุกระดับ เพื่อให้ นักเรียนสามารถเรียนรู้ตามหลักสูตรการศึกษาอย่างเต็มตามศักยภาพและมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนที่ดีในทุกกลุ่มสาระการเรียนรู้ ซึ่งล้วนเกี่ยวข้องกับการบริหารงานด้านวิชาการโดยตรงเพื่อแสดงให้เห็นถึงความก้าวหน้าการบริหารงานวิชาการของสถานศึกษาต่อนักเรียนที่ยังไม่เกิดประสิทธิภาพเท่าที่ควร จากการทดสอบวัดระดับชาติขั้นพื้นฐาน (O-NET) ปีการศึกษา 2563 ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฯ พบว่า โดยภาพรวมแล้วผลการทดสอบมีระดับคะแนนต่ำกว่าเกณฑ์ที่กำหนดเมื่อเปรียบเทียบกับสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาอื่น ๆ จึงทำให้เห็นได้ว่าการบริหารและการจัดการศึกษาของสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฯ ไม่สามารถบรรลุเป้าหมายตามที่ตั้งไว้และอาจมีผลต่อเนื่องในอนาคต ดังนั้น จึงจำเป็นต้องมีการปรับปรุงการบริหารงานวิชาการโดยศึกษาจากต้นเหตุของปัญหาก่อนจึงสามารถนำข้อมูลไปใช้ประกอบแนวทางในการแก้ไขปัญหาในขั้นตอนต่อไป เมื่อมีการบริหารจัดการงานวิชาการมีความเหมาะสมก็ส่งผลให้การดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานวิชาการมีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น นักเรียนมีผลสัมฤทธิ์ทางการเรียนผ่านเกณฑ์ที่กำหนดส่งผลให้สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฯ สามารถบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้ตามไปด้วย (สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาฯ, 2565)

จากความสำเร็จและปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยในฐานะที่เป็นบุคลากรที่มีความเกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ ได้เล็งเห็นว่า การบริหารงานวิชาการที่มีคุณภาพและมีประสิทธิผลนั้นจำเป็นต้องมีวัฒนธรรมองค์กรที่ดีในการช่วยส่งเสริม จึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ ประกอบด้วยวัฒนธรรมองค์กรใน 10 ด้าน ได้แก่ ด้านความมุ่งมั่นประสงค์ ด้านการมอบอำนาจ ด้านการตัดสินใจ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความไว้วางใจ ด้านความมีคุณภาพ ด้านการยอมรับ ด้านความเอื้ออาทร ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความหลากหลายของบุคลากร (Patterson Jerry L., et.al, 1986: 50-51) โดยผลจากการศึกษาที่ได้จะสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนาการบริหารงานวิชาการ และโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้นและก้าวทันเทคโนโลยี

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับวัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่
2. เพื่อศึกษาระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่
3. เพื่อศึกษาวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีดำเนินการวิจัย ตามรายละเอียด ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ ของ แพตเตอร์สัน เพอร์กี และพาร์เกอร์ (Patterson Jerry L., et.al, 1986: 50-51) ประกอบด้วย วัฒนธรรมองค์กร 10 ด้าน คือ ด้านความมุ่งมั่นประสงค์ ด้านการมอบอำนาจ ด้านการตัดสินใจ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความไว้วางใจ ด้านความมีคุณภาพ ด้านการยอมรับ ด้านความเอื้ออาทร ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความหลากหลายของบุคลากร และศึกษาการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ ของ ศิริพร สระทองหน (2558: 55) ประกอบด้วย การบริหารงานวิชาการ 6 ด้าน คือ ด้านการจัดการหลักสูตร ด้านวัดผลประเมินผลและเทียบโอน ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ด้านการนิเทศ และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรของการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 30 โรงเรียน มีกลุ่มประชากรทั้งหมด จำนวน 1,042 คน และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 285 คน โดยกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครจซี และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D.W. 1970: 608) โดยการสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับสลาก

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ โรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 30 โรงเรียน ผู้บริหารและครู จำนวน 1,042 คน

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือนเมษายน พ.ศ. 2564 ถึง เดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยพิจารณาภายใต้กรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้สอดคล้องกับคำจำกัดความในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (check list) สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ รายได้ ตำแหน่ง และประสบการณ์ทำงาน ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับ วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 40 ข้อ และตอนที่ 3 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น จำนวน 30 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลถึงผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อขออนุญาตในใช้แบบสอบถามเก็บรวบรวมข้อมูล

3.2 นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจากผู้บริหารและครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองในช่วงเวลาที่กำหนด โดยใช้ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามประมาณ 1 เดือน

3.3 ผู้วิจัยเก็บรวบรวม ติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้รับคืน และแจกแบบสอบถามอีกครั้งในรายที่แบบสอบถามสูญหายหรือไม่สมบูรณ์

3.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ครบตามจำนวน 285 ชุด (ร้อยละ 100)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ รายได้ต่อเดือน การดำรงตำแหน่งในปัจจุบันและประสบการณ์ทำงาน วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 วัฒนธรรมองค์กร และการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดย การหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น วิเคราะห์ โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression of Stepwise Regression Method)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย เรื่อง วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น สรุปได้ ดังนี้

1. สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 76.5) มากกว่าเพศชาย (ร้อยละ 23.5) มีอายุระหว่าง 31-40 ปี (ร้อยละ 49.5) มีรายได้ต่อเดือนระหว่าง 15,001 - 20,000 บาท (ร้อยละ 31.2) การดำรงตำแหน่งในปัจจุบันเป็นครู (ร้อยละ 89.5) มีประสบการณ์การทำงานระหว่าง 6-10 ปี (ร้อยละ 46.0)

2. ระดับวัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.34$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามอันดับ คือ ด้านความเอื้ออาทร ($\bar{X} = 4.71$) รองลงมา ด้านความมีคุณภาพ ($\bar{X} = 4.49$) และด้านความมุ่งมั่นประสงค์ และด้านความไว้วางใจ ($\bar{X} = 4.43$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านความหลากหลายของบุคลากร ($\bar{X} = 4.03$) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับวัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น

วัฒนธรรมองค์กร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ด้านความมุ่งมั่นประสงค์	4.43	0.32	มาก
2. ด้านการมอบอำนาจ	4.30	0.44	มาก
3. ด้านการตัดสินใจ	4.35	0.36	มาก
4. ด้านความรู้สึกร่วมเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร	4.21	0.35	มาก
5 ด้านความไว้วางใจ	4.43	0.53	มาก
6. ด้านความมีคุณภาพ	4.49	0.53	มาก
7. ด้านการยอมรับ	4.32	0.51	มาก
8. ด้านความเอื้ออาทร	4.71	0.50	มากที่สุด
9. ด้านความซื่อสัตย์สุจริต	4.14	0.52	มาก
10. ด้านความหลากหลายของบุคลากร	4.03	0.53	มาก
รวม	4.34	0.19	มาก

3. ระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.07$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อยสามอันดับ คือ ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ($\bar{X} = 4.19$) รองลงมา ด้านวัดผลประเมินผลและเทียบโอน

($\bar{X} = 4.16$) และด้านการนิเทศ ($\bar{X} = 4.08$) ตามลำดับ ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด คือ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ($\bar{X} = 3.95$) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

การบริหารงานวิชาการ	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ด้านการจัดการหลักสูตร	4.06	0.46	มาก
2. ด้านวัดผลประเมินผลและเทียบโอน	4.16	0.53	มาก
3. ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้	4.19	0.49	มาก
4. ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา	3.95	0.43	มาก
5. ด้านการนิเทศ	4.08	0.52	มาก
6. ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา	4.00	0.49	มาก
โดยภาพรวม	4.07	0.28	มาก

4. วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์จะพบว่า ด้านการยอมรับ (X_7) ด้านการมอบอำนาจ (X_2) และด้านความหลากหลายของบุคลากร (X_{10}) สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เป็น 0.448 และมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 20.1 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.25 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value
ด้านการยอมรับ(X_7)	.192	.028	.366	6.854	.000
ด้านการมอบอำนาจ(X_2)	.102	.030	.184	3.386	.000
ด้านความหลากหลายของบุคลากร(X_{10})	.063	.029	.118	2.174	.000
ค่าคงที่ 2.543 ; Std.E = ± 0.25 ; R = 0.448 ; R ² = 0.201 ; F = 4.726 ; P-value < 0.01					

ซึ่งจะได้สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบคือ

$$\hat{Y}_{tot} = 2.543 + 0.192 (X_7) + 0.102 (X_2) + 0.063 (X_{10})$$

และคะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z} = 0.366 (X_7) + 0.184 (X_2) + 0.118 (X_{10})$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์กรของผู้บริหารและครูโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัศึกษานาน เมื่อพิจารณาในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก พิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับจากมากไปน้อย พบว่า

ด้านความเอื้ออาทร อยู่ในระดับมากที่สุด รองลงมาด้านความมีคุณภาพ ด้านความมุ่งประสงค์และด้านความไว้วางใจ ด้านการตัดสินใจ ด้านการยอมรับ ด้านการมอบอำนาจ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความหลากหลายของบุคลากร ตามลำดับ สอดคล้องกับงานวิจัยของ กานต์นรี ประสพสุข (2563: 86) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนบางพระ พบว่า 1) วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนรายด้านอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ปรัชญานันท์ ไชยหล่อ และพรศักดิ์ สุจริตรักษ์ (2564:71) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมโรงเรียน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8 พบว่า วัฒนธรรมโรงเรียนรายด้านอยู่ในระดับมากโดยเรียงจากมากไปน้อย ได้แก่ การยอมรับนับถือ ความซื่อสัตย์ ความหลากหลายของบุคลากร ความมีคุณภาพ ความเชื่อถือไว้วางใจ ความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งของโรงเรียน วัตถุประสงค์ของโรงเรียน การตัดสินใจ ความเอื้ออาทร และการมอบอำนาจ จากผลการศึกษาดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่า ความแตกต่างของทัศนคติ ความคิดของบุคคลและบริบทแวดล้อมของสถานศึกษาส่งผลต่อความคิดเห็นเกี่ยวกับวัฒนธรรมองค์กรที่แตกต่างกันไปแล้วแต่ตัวบุคคล หากผู้บริหารสถานศึกษามีการสร้างมโนทัศน์ขององค์การที่ดี มีการเห็นอกเห็นใจ ความเข้าใจ มีความตระหนักรู้ และการอุทิศตนเพื่อพัฒนาคนภายในองค์กรก็จะส่งผลต่อทัศนคติที่ดีของบุคลากรที่มีต่อวัฒนธรรมองค์กรได้เหมือนกัน

2. การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ เมื่อพิจารณา ในภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณารายด้านเรียงลำดับจากมากไปหาน้อย คือ ด้านการพัฒนาระบบการเรียนรู้ ด้านวัดผลประเมินผลและเทียบโอน ด้านการนิเทศ ด้านการจัดการหลักสูตร ด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา และด้านการจัดการหลักสูตร สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชิตชัย ศรีใสคำ และหทัย น้อยสมบัติ (2565: 47) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 1 พบว่า ประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก โดยด้านการพัฒนาระบบการประกันคุณภาพภายในและมาตรฐานการพัฒนาการศึกษา ด้านการพัฒนาหลักสูตร ด้านการพัฒนาและใช้สื่อเทคโนโลยีทางการศึกษา ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริพร สระทองหน (2558: 55) ได้ศึกษาเรื่อง แนวทางการบริหารงานวิชาการในสถานศึกษาขนาดเล็กตามความคิดเห็นของครู สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 4 พบว่า โดยภาพรวมมีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีระดับการปฏิบัติอยู่ในระดับมากทุกด้าน ทั้งนี้ อาจเกิดขึ้นจากรูปแบบการบริหารของผู้บริหาร ผู้บริหารที่มีทักษะและบทบาท ความรับผิดชอบ และการเอาใจใส่ และทุ่มเทต่อการบริหารงานวิชาการจะส่งผลให้งานวิชาการเกิดประสิทธิภาพสูงสุด ต่อองค์กร และตัวบุคคล

3. วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ วัฒนธรรมองค์กร จะพบว่า ด้านการยอมรับ ด้านการมอบอำนาจ และด้านความหลากหลายของบุคลากรส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาขนาดใหญ่ โดยภาพรวม สอดคล้องกับงานวิจัยของพิชิตชัย ศรีใสคำ และหทัย น้อยสมบัติ (2565: 41-52) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยภูมิ เขต 1 พบว่า วัฒนธรรมด้านการยอมรับ ด้านการมอบอำนาจ ส่งผลต่อประสิทธิผลการบริหารงานวิชาการ และเนื่องจากโรงเรียนในสังกัด

สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น มีความหลากหลายของบุคลากร เช่น ความเชื่อ สัญชาติ ศาสนา รวมถึงบุคลิกภาพ ความหลากหลายทางความคิด ความกระตือรือร้น เป็นต้น จึงทำให้วัฒนธรรมด้านหลากหลายของบุคลากรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการด้วยเช่นกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญัฐธัญญา โคทั้งคะ และคณะ (2561: 46) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22 โดยรวมอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ฉัตรวิมล เข้มพันธ์ และสัมมา ธนินธ์ (2560: 1764) ได้ศึกษาเรื่อง วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 ได้พบว่า วัฒนธรรมองค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกต่อประสิทธิผลในการบริหารงานบุคคล ความสุขในการทำงานของครู รวมถึงการบริหารงบประมาณ จากผลการวิจัยดังกล่าวทำให้เห็นได้ว่าวัฒนธรรมขององค์กรล้วนมีความสำคัญต่อการบริหารด้านต่าง ๆ รวมถึงความรู้สึกรู้สึกและการปฏิบัติงานของบุคลากรด้วย เนื่องจากวัฒนธรรมก่อให้เกิด 1) การผูกพันและการมีส่วนร่วมในองค์กร 2) การปรับตัวที่เหมาะสมกับการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมทั้งภายในและภายนอกองค์กร 3) การประพฤติปฏิบัติได้สม่ำเสมอ ซึ่งจะทำให้เกิดการทำงานที่ประสานกันและสามารถคาดการณ์พฤติกรรมต่าง ๆ ที่เกิดขึ้นได้ และ 4) มีวิสัยทัศน์และภารกิจขององค์กรที่เหมาะสมทำให้องค์การมีกรอบและทิศทางการดำเนินงานที่ชัดเจน ดังนั้น วัฒนธรรมองค์การจะส่งผลต่อประสิทธิผลของการบริหารงานในองค์กรเป็นอย่างยิ่งในการสนับสนุนให้องค์การบรรลุวิสัยทัศน์ จุดมุ่งหมายเป้าประสงค์และภารกิจที่กำหนดอย่างเหมาะสม โดยผู้บริหารสถานศึกษามีส่วนรวมในการพัฒนาองค์กรในทุก ๆ ด้านให้บรรลุถึงความสำเร็จและความมุ่งหมายของการบริหารเพื่อสถานศึกษามีประสิทธิภาพและประสิทธิต่อการเดินการกิจกรรมในการศึกษาที่ดี

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1. วัฒนธรรมองค์การของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ซึ่งประกอบด้วย 10 ด้าน ด้านความมุ่งประสงค์ ด้านการมอบอำนาจ ด้านการตัดสินใจ ด้านความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กร ด้านความไว้วางใจ ด้านความมีคุณภาพ ด้านการยอมรับ ด้านความเอื้ออาทร ด้านความซื่อสัตย์สุจริต และด้านความหลากหลายของบุคลากร
2. การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น 6 ด้าน ประกอบด้วย ด้านการจัดการหลักสูตร ด้านวัดผลประเมินผลและเทียบโอน ด้านการพัฒนากระบวนการเรียนรู้ ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา ด้านการนิเทศ และด้านการพัฒนาระบบประกันคุณภาพภายในสถานศึกษา
3. วัฒนธรรมองค์การที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ด้านความหลากหลายของบุคลากร พบว่า มีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการสนับสนุนให้ยอมรับความแตกต่างระหว่างบุคคลและเปิดโอกาสให้ครูได้ใช้ความรู้ความสามารถในการปฏิบัติงานได้อย่างเต็มที่เพื่อให้การดำเนินงานมีประสิทธิภาพ

1.2 การบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น ด้านการวิจัยเพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา พบว่ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารควรให้ความสำคัญในการวิจัยเพื่อจะได้นำผลการวิจัยมาใช้ประโยชน์ในการพัฒนาคุณภาพการศึกษา

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างวัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาตอนต้น กับจังหวัดอื่น

2.2 ควรศึกษาหาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อการบริหารงานวิชาการ เช่น ภาวะผู้นำของผู้บริหาร การมีส่วนร่วมของชุมชน ครู ผู้ปกครอง การพัฒนาของบุคลากร เป็นต้น

2.3 ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนเพื่อให้ได้องค์ความรู้ในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กานต์นรี ประสพสุข. (2563). วัฒนธรรมองค์กรของโรงเรียนบางพระ. การค้นคว้าอิสระ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาบริหารการศึกษา. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปกร.
- ฉัตรวิมล เข้มพันธ์ และสัมมา รณิธย์. (2560). วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารโรงเรียนมัธยมศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 42 จังหวัดนครสวรรค์. วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย สาขามนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(3): 1758-1768.
- ณัฐณิชา โคทังคะ ศิกานต์ เพียรธัญญกรณ์ และสุรพล บุญมีทองอยู่. (2561). วัฒนธรรมองค์กรที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 22. วารสารการบริหารการศึกษาและภาวะผู้นำ มหาวิทยาลัยราชภัฏสกลนคร. 6(24): 41-51.
- ดร.ณิ รัตนสุนทร อินทร์ จันทร์เจริญ และวีรพันธุ์ ศิริฤทธิ์. (2560). วัฒนธรรมองค์กรที่มีผลต่อการบริหารการศึกษาของสำนักงานส่งเสริมการศึกษานอกระบบและการศึกษาตามอัธยาศัย จังหวัดเชียงราย. วารสาร Veridian E-Journal, Silpakorn University ฉบับภาษาไทย มนุษยศาสตร์ สังคมศาสตร์ และศิลปะ. 10(2): 365-378.
- ธีระภาพ เพชรมาลัยกุล. (2561). รูปแบบการบริหารงานวิชาการและการจัดการเรียนรู้เพื่อเสริมสร้างคุณลักษณะและทักษะในศตวรรษที่ 21 ในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน: การวิเคราะห์เชิงปริมาณผลงานเชิงคุณภาพ. วารสารศึกษาศาสตร์ มสธ. 11(1): 126-145.

- ปรัชญานันท์ ไชยหล่อ และพรศักดิ์ สุจริตรักษ์. (2564). ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อวัฒนธรรมโรงเรียน ของโรงเรียนในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 8. **วารสารศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาสารคาม**. 15(1): 71-83.
- พิชิตชัย ศรีไสคำ และหทัย น้อยสมบัติ. (2565). วัฒนธรรมโรงเรียนที่ส่งผลต่อประสิทธิภาพการบริหารงานวิชาการของโรงเรียนประถมศึกษาขนาดเล็ก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาชัยโสธร เขต 1. **วารสารพุทธปรัชญาวิวัฒน์**. 6(2): 41-52.
- วิรัช สงวนวงศ์วาน. (2550). **การจัดการและพฤติกรรมองค์กร**. กรุงเทพฯ : ซีเอ็ดดูเคชั่น.
- ศิริพร สระทองหน. (2558). **แนวทางการบริหารวิชาการในสถานศึกษาขนาดเล็กตามความคิดเห็นของครูสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรีเขต 4**. วิทยานิพนธ์ปริญญาครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาอำนาจ. (2565). **สรุปผลการทดสอบทางการศึกษาระดับชาตินี้พื้นฐาน (O-NET)**. [Online]. แหล่งที่มา: https://www.spmnan.go.th/academic_work/o-net63 สืบค้นเมื่อ 22 มีนาคม 2565.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). Determining Sample Size for Research Activities. **Educational and Psychological Measurement**. 30(3): pp. 607-610.
- Patterson, J. L., Purkey, S. C. and Parker, J. V. (1986). **Guiding Beliefs of Our School District. Productive School System for a Nonrational Word**. New York: McGraw-Hill Book Company. pp. 50-51.



ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครู
ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3
Creative Leadership of School Administrators Affecting to Core Competency
of Teachers at the School Under the Chiang Rai Primary Educational Service
Area Office 3

เรวัฒน์ ไชยบาล¹ วีรพันธ์ ศิริฤทธิ์² จามงค์ แจ่มจันทรวงษ์³
Rewat Chaiban, Weeraphan Siririth, Chamnong Chamchantharawong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษา 1) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา 2) สมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา และ 3) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 จำนวน 328 คน ด้วยการสุ่มอย่างง่าย เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม มาตราส่วนประเมินค่า 5 ระดับ ประกอบด้วย ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ และสมรรถนะหลักของครู ค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ 0.979 0.984 และ 0.988 ตามลำดับ สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ประกอบด้วย ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ 4.52 SD 0.49) 2) ระดับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา โดยรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ 4.63 SD 0.40) และ 3) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 คือ ด้านจินตนาการ (X_1) ด้านความยืดหยุ่น (X_2) และ ด้านวิสัยทัศน์ (X_3) ที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 โดยภาพรวม ($\hat{Y}_{tot}$) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 มีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณในการทำนายเท่ากับ 0.704 มีประสิทธิภาพการทำนาย ร้อยละ 49.6 และความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการทำนาย 0.26 ซึ่งสามารถเขียนเป็น สมการวิเคราะห์การถดถอย ได้ดังนี้

$$\hat{Y}_{tot} = 2.175 + 0.233 (X_3) + 0.161 (X_1) + 0.150 (X_2)$$

Received: 2022-11-05 Revised: 2022-11-16 Accepted: 2022-11-17

¹ สาขาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Master of Educational Administration, Graduate School, Chiangrai College. E-mail: Renick2557@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Adviser in Educational Administration at Graduate School, Chiangrai College Corresponding author. E-mail: dr.w.siririth@gmail.com

³ อาจารย์ที่ปรึกษา สาขาวิชาบริหารการศึกษา บัณฑิตวิทยาลัย วิทยาลัยเชียงราย Adviser in Educational Administration at Graduate School, Chiangrai College Corresponding author. E-mail: ChamnongCham@gmail.com

คำสำคัญ (Keywords) : ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์; สมรรถนะหลักของครู

Abstract

This research aimed to study 1) creative leadership of school administrators, 2) core competency of teachers at the schools, and 3) creative leadership of the school administrators affecting the core competency of teachers at the schools under the Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 3. The sample size of 328 people consisted of administrators and teachers under the Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 3. The questionnaire included the level of creative leadership of school administrators and core competency of teachers at the schools with the reliability is 0.979, 0.984 and 0.988 respectively. The statistics used in data analysis was percentage (%) mean ($\bar{X}$), standard deviation (S.D.), and multiple regressions of Stepwise regression method.

The results showed that 1) creative leadership of the school administrators, as a whole and an individual, were at high level ($\bar{X}$ 4.52 SD 0.49); 2) core competency of teachers at the schools, as a whole and an individual, were at high level ($\bar{X}$ 4.63 SD 0.40); and 3) creative leadership of the school administrators affecting core competency of teachers at the schools under the Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 3 was imagination (X_1), flexibility (X_2), and vision (X_3). All factors affected the core competency of teachers at the schools under the Chiang Rai Primary Educational Service Area Office 3 in overall ($\hat{Y}_{tot}$). Its statistical significance was at .05 level. The correlation coefficient was equal to 0.704; effectiveness in the prediction was 49.6 %; and the standard deviation of the prediction was 0.26. It was written as the following equation regression analysis.

$$\hat{Y}_{tot} = 2.175 + 0.233 (X_3) + 0.161 (X_1) + 0.150 (X_2)$$

Keywords: creative leadership; core competency of teachers

บทนำ (Introduction)

ผู้นำจะต้องให้ความสำคัญแก่ การบริหารจัดการองค์กรท่ามกลางการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ เทคโนโลยี ข้อมูลข่าวสาร สังคม แห่งการเรียนรู้ และกระแสการเปลี่ยนแปลงพัฒนาการศึกษาภายใต้การปฏิรูปการศึกษาในทศวรรษที่สอง (พ.ศ.2552-2561) ได้มีการปฏิรูป 4 มิติสำคัญ ได้แก่ มิติการปฏิรูปนักเรียน ยุคใหม่ การปฏิรูปครูยุคใหม่ การปฏิรูปโรงเรียนหรือแหล่งการเรียนรู้ยุคใหม่และการปฏิรูประบบการบริหาร จัดการยุคใหม่ ซึ่งต้องอาศัยผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นสำคัญ ซึ่งผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะเป็นผู้บริหารที่มีการแสดง พฤติกรรมที่ตอบสนองเชิงจินตนาการโดยการคิดไตร่ตรองอย่างละเอียดถี่ถ้วนในสถานการณ์ต่าง ๆ และ ประเด็นต่าง ๆ ที่ท้าทาย ซึ่งสถานศึกษาเป็นองค์กรแห่งการเรียนรู้ (Learning Organization) มีเป้าหมายหลัก คือการเรียนรู้ของนักเรียน จัดกิจกรรมการเรียนรู้ให้กับนักเรียนได้มีโอกาสขยายความรู้ ความสามารถอย่าง สร้างสรรค์และประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่อง (ไพฑูริย์ สีนลารัตน์, 2561: 6-16)

มีนักการศึกษาได้กล่าวถึงภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ อาทิ (จักรกฤษณ์ โปตาพล, 2557: 5) ให้เห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นคุณลักษณะที่สำคัญในยุคปัจจุบันและอนาคตของทุก ๆ องค์การจากความเปลี่ยนแปลงทางสภาพสังคมเศรษฐกิจและทรัพยากรธรรมชาติสิ่งแวดล้อมซึ่งการนำพาองค์กรไปสู่ความสำเร็จได้นั้นจึงต้องมีการแก้ไขปัญหาที่จะเข้ามากระทบหรือเป็นการมองหาโอกาสที่องค์กร จะได้รับเพื่อสร้างความเป็นผู้นำขององค์กรเอาไว้ ล้วนต้องอาศัยความสร้างสรรค์เพื่อผลักดันให้เป็นไปตามเป้าหมายที่ต้องการ สอดคล้องกับ (กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์, 2555: 10) กล่าวว่าเมื่อสังคมปัจจุบันและที่กำลังจะเกิดขึ้นในอนาคตเห็นชัดว่ามีการเปลี่ยนแปลงอย่างกว้างขวาง การเปลี่ยนแปลงที่เห็นชัดเจนคือ การแข่งขันที่เกิดขึ้นในสถานการณ์สภาพแวดล้อมที่มีความสลับซับซ้อนและไร้ทิศทาง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะเป็นสิ่งที่สร้างความแตกต่างของการเปลี่ยนแปลงนั้น ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ คือ การแสดงออกของผู้นำที่ตอบสนองความต้องการของบุคลากรในด้านความสามารถในการนำความสร้างสรรค์ และกระตุ้นให้เกิดความสร้างสรรค์ สอดคล้องกับ (สุภาพ ฤทธิ์บำรุง, 2557: 56-58) กล่าวว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นความสามารถในการจูงใจหรือนำบุคคลอื่น ๆ อย่างมีวิสัยทัศน์กระตุ้นและสนับสนุนให้เกิดการทดลองภายในองค์กรเพื่อที่จะทำให้อุบัติการณ์สามารถคิดนอกกรอบกล้าคิดกล้าตัดสินใจมีความคิดสร้างสรรค์หาแนวทางใหม่ ๆ ในการบริหารและการสื่อสารภายในองค์กรมีความสามารถในการปรับตัวและกระบวนการทำงานต่าง ๆ ในองค์กรให้มีความง่ายคล่องตัวและยืดหยุ่นเข้ากับสถานการณ์ต่าง ๆ ได้ดีมากขึ้นสอดคล้องกับที่ (ดวงแข ข่านอก, 2559: 17) ได้ให้ความเห็นว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ หมายถึง ความสามารถพิเศษของผู้นำที่แสดงออกถึงการมีความรู้ความสามารถ การแก้ปัญหาและการดำเนินกิจกรรมต่าง ๆ ได้อย่างเหมาะสมกับสถานการณ์มีการติดต่อประสานงานและพัฒนาความสามารถของผู้ร่วมงานอย่างมีศักยภาพ กระตุ้นให้เกิดความคิดสร้างสรรค์มีความสามารถในการนำหรือจูงใจผู้อื่นอย่างมีวิสัยทัศน์ ทำให้เกิดการเรียนรู้ในองค์กร สมาชิกตระหนักในวิสัยทัศน์ การกิจ จนทำให้การปฏิบัติงานบรรลุเป้าหมาย ที่วางไว้

ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคคลสำคัญที่จะต้องรับผิดชอบต่อการทำงานของบุคลากรภายในโรงเรียน (James and Connolly, 2000: 140) หน้าที่หลักของผู้บริหารสถานศึกษา คือ สนับสนุนให้มีการจัดทำหลักสูตร กำหนดเป้าหมายการเรียนการสอน สนับสนุนผู้ปกครองหน่วยงานภาครัฐและเอกชนให้เข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารโรงเรียน และจัดสภาพแวดล้อมที่เอื้อต่อการเรียนการสอน นอกจากนี้ผู้บริหารสถานศึกษายังถูกกำหนดให้อยู่ในฐานะผู้นำที่ต้องดูแลรับผิดชอบตามตำแหน่ง ที่เป็นตัวกำหนดความเป็นผู้นำ แม้ว่าผู้นำไม่จำเป็นต้องเป็นผู้บริหารแต่ผู้บริหารก็ควรจะเป็นผู้นำ (Hoy and Miskel, 2001: 379) ดังนั้น เพื่อให้สอดคล้องกับสถานการณ์ของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป ภาวะผู้นำจึงมีความสำคัญอย่างยิ่ง จะเห็นได้ว่าผู้บริหารสถานศึกษาเป็นบุคคลหลักที่จะต้องรับผิดชอบต่อการส่งเสริมพัฒนาครูให้มีสมรรถนะ ดังนั้นภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา เป็นปัจจัยหนึ่งที่ส่งผลต่อการส่งเสริมพัฒนาครูให้มีสมรรถนะหลักของครูตามเกณฑ์การประเมินสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน

ครูมีความจำเป็นต้องได้รับการพัฒนาสมรรถนะให้สอดคล้องกับสมรรถนะทางวิชาชีพครูตามเกณฑ์การประเมินของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2553: 1-2) เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานหรือดำเนินกิจกรรมในวิชาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ และตรงตามความต้องการขององค์การบริหารการศึกษา ตั้งแต่สถานศึกษา เขตพื้นที่การศึกษา และกระทรวงศึกษาธิการ การที่ครูจะมีสมรรถนะมากน้อยอย่างไรนั้น ผู้บริหารสถานศึกษาเป็นกุญแจสำคัญในการทำให้เกิดผลสัมฤทธิ์ กล่าวคือ ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีภาวะผู้นำ โดยเฉพาะภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรม

และการปฏิบัติงานของครู อาจารย์ และบุคลากรในสถานศึกษา ซึ่งเกี่ยวข้องโดยตรงกับการพัฒนาผู้เรียนให้เป็นไปตามเป้าหมายของการจัดการศึกษาเพื่อพัฒนาคุณภาพของคนไทย บุคคลทุกระดับทุกฝ่าย (กรองทิพย์ นาควิเชตร, 2551: 9-18) ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์จึงเป็นภาวะผู้นำอีกรูปแบบหนึ่งที่ ผู้บริหารสถานศึกษาควรมี มีลักษณะหรือพฤติกรรมในการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างแรงจูงใจ สร้างบรรยากาศในการคิดนอกกรอบ โดยใช้วิธีการใหม่ๆ นำไปสู่การสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ทำให้ผู้บริหารสถานศึกษามีความคิดสร้างสรรค์ มีจินตนาการ ช่วยสร้างสรรค์สิ่งแปลกใหม่หรือนวัตกรรม

จากเหตุผลดังกล่าวผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา ที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ตามความคิดเห็นของผู้บริหารสถานศึกษาและครู ผลการวิจัยในครั้งนี้คาดว่า จะสามารถนำไปพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาเพื่อให้ผู้บริหารสามารถใช้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้อย่างมีประสิทธิภาพและสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา นำไปสู่การบริหารสถานศึกษาให้มีคุณภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3
2. เพื่อศึกษาระดับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3
3. เพื่อศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) โดยมีวิธีดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ประกอบด้วยขอบเขตเนื้อหา ดังนี้ ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ของ กิตติกาญจน์ ปฏิพันธ์ (2555: 21) ประกอบด้วย ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น และด้านวิสัยทัศน์ และศึกษา สมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ตามเกณฑ์การประเมินของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษา ขั้นพื้นฐาน (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2553: 1-2) ประกอบด้วยสมรรถนะหลัก 5 สมรรถนะ คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน การบริการที่ดี การพัฒนาตนเอง การทำงานเป็นทีม และ จริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู

1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง

ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง ประชากรของการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เขต 3 จำนวน 139 สถานศึกษา ผู้บริหารจำนวน 139 คน ครู จำนวน 1,869 คน รวมทั้งสิ้นจำนวนรวม 2,008 คน ในปีการศึกษา 2564 และมีกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัย คือ ผู้บริหารและครู ของสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เขต 3 จำนวน 328 คน โดยกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของ เครจซี และมอร์แกน (Krejcie, R. V. & Morgan, D.W. 1970: 608) โดยการสุ่มอย่างง่ายด้วยการจับสลาก

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ผู้วิจัยใช้พื้นที่ในการวิจัย คือ สถานศึกษาในสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 3 จำนวน 139 สถานศึกษา ผู้บริหารและครู จำนวน 2,008 คน ในปีการศึกษา 2564

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

การวิจัยครั้งนี้ดำเนินการระหว่าง เดือน พฤศจิกายน พ.ศ. 2564 ถึงเดือน กุมภาพันธ์ พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ผู้วิจัยสร้างขึ้นโดยพิจารณา ภายใตกรอบแนวคิดเชิงทฤษฎีที่ได้จากการศึกษา วิเคราะห์ วรรณกรรมและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งให้ สอดคล้องกับคำจำกัดความในการวิจัยที่ได้กำหนดไว้ โดยแบ่งแบบสอบถามออกเป็น 3 ตอน ประกอบด้วย ตอนที่ 1 เป็นแบบสำรวจรายการ (check list) สอบถามเกี่ยวกับสถานภาพของผู้ตอบแบบสอบถาม ประกอบด้วย เพศ อายุ ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ทำงาน ระดับการศึกษา ที่อยู่ของสถานศึกษา และขนาด สถานศึกษา ตอนที่ 2 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับ ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 จำนวน 29 ข้อ และ ตอนที่ 3 แบบสอบถามประเมินค่า (Rating Scales) 5 ระดับ เกี่ยวกับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 จำนวน 50 ข้อ

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยมีขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากบัณฑิตวิทยาลัยขอความอนุเคราะห์เก็บข้อมูลถึงผู้อำนวยการ สถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 เพื่อขออนุญาต ใช้แบบสอบถาม เก็บรวบรวมข้อมูล และผ่านระบบออนไลน์

3.2 นำแบบสอบถามพร้อมหนังสือขอความอนุเคราะห์ไปยังผู้อำนวยการสถานศึกษา สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 เพื่อขออนุญาตในการเก็บรวบรวมข้อมูลจาก ผู้บริหารและครูที่เป็นกลุ่มตัวอย่าง และขอรับแบบสอบถามคืนด้วยตนเองในช่วงเวลาที่กำหนด โดยใช้ ระยะเวลาในการเก็บแบบสอบถามประมาณ 1 เดือนหรือส่งผ่านระบบออนไลน์

3.3 ผู้วิจัยเก็บรวบรวม ติดตามแบบสอบถามที่ยังไม่ได้รับคืน และแจกแบบสอบถามอีกครั้งใน รายที่แบบสอบถามสูญหายหรือไม่สมบูรณ์

3.4 นำแบบสอบถามที่ได้รับคืนมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของแบบสอบถาม ครบตาม จำนวน 328 ชุด (ร้อยละ 100)

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ประกอบด้วยข้อคำถามเกี่ยวกับ เพศ อายุ ตำแหน่งหน้าที่ ประสบการณ์ทำงาน ระดับการศึกษา ที่อยู่ของสถานศึกษา และขนาดสถานศึกษา วิเคราะห์ข้อมูลโดยการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.2 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา และสมรรถนะหลักของครู ในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ผู้วิจัยดำเนินการวิเคราะห์โดยใช้สถิติการแจกแจงความถี่ ร้อยละ และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน

4.3 การวิเคราะห์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 วิเคราะห์ โดยใช้สถิติการถดถอยพหุคูณแบบขั้นตอน (Multiple Regression of Stepwise Regression Method)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากผลการวิจัย เรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 สรุปได้ ดังนี้

1. สถานภาพและข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง ส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง (ร้อยละ 57.9) มีอายุระหว่าง 31-40 (ร้อยละ 49.1) มีประสบการณ์ในการทำงานระหว่าง 10-20 ปี (ร้อยละ 58.5) ระดับการศึกษาปริญญาตรี (ร้อยละ 54.6) และเป็นโรงเรียนขนาดเล็ก (ร้อยละ 75.0)

2. ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ 4.52) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านความยืดหยุ่น ($\bar{X}$ 4.56) รองลงมาคือ ด้านวิสัยทัศน์ ($\bar{X}$ 4.52) และด้านที่น้อยที่สุด คือ ด้านจินตนาการ ($\bar{X}$ 4.50) ดังตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	ระดับ
1. ด้านจินตนาการ	4.50	0.52	มากที่สุด
2. ด้านความยืดหยุ่น	4.56	0.47	มากที่สุด
3. ด้านวิสัยทัศน์	4.52	0.50	มากที่สุด
รวม	4.52	0.49	มากที่สุด

3. ระดับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3 โดยภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมากที่สุด ($\bar{X}$ 4.63) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงจากมากไปหาน้อย คือ ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู ($\bar{X}$ 4.75) รองลงมาคือ ด้านการบริการที่ดีและด้านการทำงานเป็นทีม ($\bar{X}$ 4.69) ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน ($\bar{X}$ 4.54) และด้านที่น้อยที่สุดคือ ด้านการพัฒนานตนเอง ($\bar{X}$ 4.51) ดังตารางที่ 2

ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3

สมรรถนะหลักของครู	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน	แปลผล
1. ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน	4.54	0.44	มากที่สุด
2. ด้านการบริการที่ดี	4.69	0.39	มากที่สุด
3. ด้านการพัฒนาตนเอง	4.51	0.42	มากที่สุด
4. ด้านการทำงานเป็นทีม	4.69	0.40	มากที่สุด
5. ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู	4.75	0.37	มากที่สุด
โดยภาพรวม	4.63	0.40	มากที่สุด

4. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 เมื่อพิจารณาค่าสัมประสิทธิ์การถดถอยของตัวพยากรณ์จะพบว่า ด้านวิสัยทัศน์ (X_3) ด้านความยืดหยุ่น (X_2) และด้านจินตนาการ (X_1) สามารถพยากรณ์ได้อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์พหุคูณ เป็น 0.704 และมีประสิทธิภาพในการทำนายร้อยละ 49.6 มีความคลาดเคลื่อนมาตรฐานในการพยากรณ์เท่ากับ ± 0.26 ดังตารางที่ 3

ตารางที่ 3 ผลวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อพยากรณ์ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3

ตัวแปร	b	SE _b	β	t	p-value
ด้านวิสัยทัศน์ (X_3)	0.233	.061	.319	3.816	.000
ด้านความยืดหยุ่น (X_2)	0.150	.062	.196	2.411	.016
ด้านจินตนาการ (X_1)	0.161	.055	.230	2.929	.004
ค่าคงที่ 2.175 ; Std.E = ± 0.26 ; R = 0.704 ; R ² = 0.496 ; F = 5.815 ; P-value < 0.05					

ซึ่งจะได้สมการถดถอยในรูปคะแนนดิบคือ

$$\hat{Y}_{tot} = 2.175 + 0.233 (X_3) + 0.161 (X_1) + 0.150 (X_2)$$

และคะแนนมาตรฐาน คือ

$$\hat{Z} = 0.319 (X_3) + 0.230 (X_1) + 0.196 (X_2)$$

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผู้วิจัยนำเสนอการอภิปรายผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านความยืดหยุ่น ด้านวิสัยทัศน์ ด้านจินตนาการ ตามลำดับ ทั้งนี้อาจเนื่องมาจากผู้บริหารมีพฤติกรรมแสดงออกถึงความเข้าใจในสถานการณ์ต่างๆที่เกิดขึ้นได้ดีขึ้นมีการเปิดกว้างรับสิ่งใหม่ๆ มีความยืดหยุ่น ปรับตัวต่อสถานการณ์ต่างๆที่มีการเปลี่ยนแปลงตลอดเวลาได้อย่างรวดเร็ว ไม่อยู่ภายใต้กรอบ กฎเกณฑ์ หรือความคุ้นเคยเดิม สามารถปรับเปลี่ยนความคิดหรือวิธีการได้ตามสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีการมองภาพในอนาคตที่กว้างไกล มี

วิสัยทัศน์ที่จะนำสถานศึกษาไปสู่ความสำเร็จหรือเป้าหมายได้อย่างชัดเจน มีการกำหนดเป้าประสงค์ กลยุทธ์ของสถานศึกษามุ่งหลักความเป็นจริง กล้าเปลี่ยนแปลง เข้าใจสถานศึกษาอย่างลึกซึ้ง มีการเปิดโอกาสให้ทุกคนที่เกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วม มีจินตนาการ ความคาดหวังที่จะเกิดจากการสร้างภาพในสมอง มีการคิดสิ่งใหม่ๆ เพื่อนำไปส่งการสร้างนวัตกรรมหรือวิธีการแก้ไขปัญหา ตลอดจน อาจจะเป็นจุดกำเนิดของความคิดสร้างสรรค์หรือแนวทาง และการทำสิ่งใหม่ๆ ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ กฤษพล อัมระนันท์ (2559: 61) ได้ศึกษาเรื่อง การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอแม่वंก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 พบว่า ระดับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอแม่वंก สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 2 มีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ มณฑา ศิริวงษ์ (2559: 1) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูอำเภองครักษ์สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูอำเภองครักษ์ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายกมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ภาพรวมมีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก เช่นเดียวกัน

2. สมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 มีค่าเฉลี่ยมากที่สุดเรียงลำดับจากมากไปน้อย คือ ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู ด้านการบริการที่ดี ด้านการทำงานเป็นทีม ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน และด้านการพัฒนาตนเองตามลำดับ ทั้งนี้อาจเป็นเพราะ สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ให้ความสำคัญกับสมรรถนะหลักของครูตามกรอบการประเมินสมรรถนะครูของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานที่ประกอบไปด้วยสมรรถนะหลักและสมรรถนะประจำสายงานที่จำเป็นในการปฏิบัติงาน เพื่อให้บุคลากรทางการศึกษาสามารถเลื่อนวิทยฐานะ (สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน, 2553: 1-2) ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของ ญาณี ล้วนประเสริฐ (2553: 102) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสงขลา เขต 3 พบว่า ระดับสมรรถนะหลักในการปฏิบัติทั้ง 5 ด้านของบุคลากรทางการศึกษาตามความคิดเห็นของกลุ่มผู้บริหาร สรุปภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด คือ การมุ่งผลสัมฤทธิ์ และการบริการ ที่ดี ส่วนด้านที่มีค่าเฉลี่ยต่ำ ที่สุด คือ การส่งมอบความเชี่ยวชาญในอาชีพ และสอดคล้องกับงานวิจัยของสุธิ บุรณะแพทย์ (2557: 82-85) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3 พบว่า สมรรถนะหลักทั้ง 4 ด้านของครู โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก ส่วนสมรรถนะประจำสายงานทั้ง 5 ด้าน โดยภาพรวมมีการปฏิบัติอยู่ในระดับมาก และสอดคล้องกับงานวิจัยของ พรชกรณ์ มุลวงศ์ (2558: 103) ได้ศึกษาเรื่อง สมรรถนะของครูโรงเรียนในกลุ่มวิชาการที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1 พบว่า โดยรวมและรายข้ออยู่ในระดับมาก โดยเรียงจากค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย 3 อันดับแรก คือ มุ่งมั่นและแสวงหาโอกาสเพื่อพัฒนาตนเองด้วยวิธีการที่หลากหลาย ศึกษาค้นคว้าหาความรู้ เพื่อพัฒนาวิชาชีพอย่างต่อเนื่อง และเชื่อมโยงประสบการณ์การเรียนรู้เพื่อจัดกิจกรรมที่เน้นผู้เรียนเป็นสำคัญ และอันดับสุดท้ายคือ สร้างเครือข่ายการเรียนรู้เพื่อพัฒนาตนเองในและนอกสถานศึกษา

3. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 เห็นว่าตัวแปรที่ได้รับการคัดเลือกเข้าสมการ คือ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น และด้านวิสัยทัศน์ และด้านที่มีค่ามากที่สุดคือด้านความยืดหยุ่น อาจ

เนื่องจาก สถานศึกษาอยู่ในกำกับดูแลของสำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐานที่มีการบริหารที่ขึ้นอยู่กับผู้บริหารสถานศึกษาต้องใช้ความยืดหยุ่นในการบริหารที่มีการปรับตัวให้เข้ากับสถานการณ์ที่เปลี่ยนแปลง มีการคิดนอกกรอบ มีการบริหารเชิงบูรณาการที่หลากหลาย เปิดโอกาสและรับฟังความคิดเห็น และนำข้อเสนอแนะของบุคคลที่เกี่ยวข้องมาปรับใช้ในการพัฒนาสถานศึกษา ร่วมสร้างบรรยากาศที่ดีในการทำงานร่วมกันของครูและเสริมสร้างความร่วมมือ ร่วมใจในการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับ สุรศักดิ์ ปาเฮ (2553 :1) ได้กล่าวว่า การยืดหยุ่นเป็นการปรับตัวเพื่อเปลี่ยนแปลง (Adapt to Change) โดยการปรับตัวตามบทบาทหน้าที่ ความรับผิดชอบและบริบทตามช่วงเวลาที่กำหนด ปรับตัวเพื่อการเปลี่ยนแปลง บรรยากาศของการทำงานในองค์กรที่ดีขึ้นเกิดความยืดหยุ่นในการทำงาน (Be Flexible) โดย สามารถหลอมรวมผลสะท้อนของงานได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผู้นำที่สร้างสรรค์ให้เกิดผลบวกกับ การทำงาน และมีความรู้ความเข้าใจ ในการสร้างความสมดุลและความเสมอภาคอย่างรอบด้าน เพื่อก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงในเชิงสร้างสรรค์ของการทำงาน และสอดคล้องกับงานวิจัยของ สุภาพ ฤทธิ์บำรุง (2557: 16-17) ได้ศึกษาเรื่อง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษากับความมีประสิทธิภาพของโรงเรียน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา มัธยมศึกษา เขต 30 พบว่า ผู้บริหารควรมีภาวะผู้นำเชิงสร้างด้านความยืดหยุ่น มากที่สุด และสอดคล้องกับงานวิจัยของ ทวีภรณ์ วรชิน (2559: 146-164) ได้ศึกษาเรื่อง รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 24 พบว่า ผู้บริหารมีภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ด้านความยืดหยุ่น มากที่สุด เช่นเดียวกัน

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาแนวคิด ทฤษฎี วิจัยที่เกี่ยวข้อง และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้จากการวิจัย ดังนี้

1. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ประกอบด้วย 3 ด้าน คือ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น และด้านวิสัยทัศน์
2. สมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ประกอบด้วย 5 ด้าน คือ ด้านการมุ่งผลสัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงาน ด้านการบริการที่ดี ด้านการพัฒนาตนเอง ด้านการทำงานเป็นทีม และ ด้านจริยธรรมและจรรยาบรรณวิชาชีพครู
3. ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 ด้านจินตนาการ พบว่ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารควรมีการบริหาร หน่วยงานโดยใช้แนวคิดเชิงระบบที่ช่วยสนับสนุนการเปลี่ยนแปลง และควรนำผลการคิดวิเคราะห์มา สร้างสรรค์งานใหม่ๆ ให้กับหน่วยงาน
 - 1.2 สมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา เชียงราย เขต 3 ด้านการพัฒนาตนเอง พบว่ามีค่าเฉลี่ยน้อยที่สุด ดังนั้น ผู้บริหารและครูจะต้องร่วมกันส่งเสริม

ให้ครูมีการแสวงหาความรู้ที่หลากหลายเพื่อใช้เป็นข้อมูลประกอบการแก้ปัญหา พัฒนาตนเอง พัฒนางานได้อย่างเหมาะสมเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของผู้เรียน

1.3 ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 พบว่าทั้ง 3 ด้าน คือ ด้านจินตนาการ ด้านความยืดหยุ่น และด้านวิสัยทัศน์ ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครู ดังนั้น สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงรายเขต 3 ควรส่งเสริมผู้บริหารสถานศึกษาให้ได้รับการฝึกทักษะ ทั้ง 3 ด้าน เพื่อให้เกิดมุมมองใหม่ ๆ มาใช้ในการบริหารงาน และนำมากำหนดนโยบายและแผนงานลงสู่การปฏิบัติจริง โดยจะส่งผลต่อการปฏิบัติงานของครูสู่การเป็นครูที่มีสมรรถนะต่อไป

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ควรศึกษาเปรียบเทียบความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาเชียงราย เขต 3 กับเขตอื่น หรือจังหวัดอื่น

2.2 ควรศึกษาหาปัจจัยอื่น ๆ ที่ส่งผลต่อสมรรถนะหลักของครู เช่น พฤติกรรมของผู้บริหาร การพัฒนาของบุคลากร เป็นต้น

2.3 ควรศึกษาวิจัยในเชิงคุณภาพที่เกี่ยวข้องกับสมรรถนะหลักของครูในสถานศึกษา เพื่อให้ได้องค์ความรู้ในเชิงลึกมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรองทิพย์ นาควิเชตร. (2551). ภาวะผู้นำแบบสร้างสรรค์เพื่อพัฒนาคุณภาพการศึกษา. *วารสารศึกษาศาสตร์มหาวิทยาลัยขอนแก่น*. 31(4): 9-18
- กฤษพล อัมระนันท์. (2559). การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาในอำเภอ แม่वंงก์ สังกัด สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษา นครสวรรค์ เขต 2. การค้นคว้าอิสระ ศึกษา ศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครสวรรค์.
- กิตติกาญจน์ ปฎิพันธ์. (2555). โมเดลสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา อาชีวศึกษา. ปริญญาดุษฎีนิพนธ์ ปริญญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น
- จักรกฤษณ์ โปตาพล. (2557). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของนักศึกษาบัณฑิตศึกษาด้านการบริหารการศึกษา. รายงานการวิจัย. เลย: มหาวิทยาลัยมหามกุฏราชวิทยาลัย วิทยาเขตศรีล้านช้าง.
- ญาณิ ล้วนประเสริฐ. (2553). สมรรถนะหลักในการปฏิบัติงานของบุคลากรทางการศึกษา สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาสงขลา เขต 3 วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการศึกษาเพื่อพัฒนาทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยทักษิณ.
- ดวงแข ข่านอก. (2559). การศึกษาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษานครราชสีมา เขต 6. วิทยานิพนธ์ การศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏนครราชสีมา.
- ทวีภรณ์ วรชิน. (2559). รูปแบบการพัฒนาภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษา สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษา เขต 24. วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาการบริหารจัดการการศึกษา. มหาวิทยาลัยราชภัฏมหาสารคาม.

- พรพรหม ภูววงศ์. (2558). **สมรรถนะของครูโรงเรียนในกลุ่มวิชาการที่ 4 สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาฉะเชิงเทรา เขต 1** วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา คณะศึกษาศาสตร์. มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ไพฑูรย์ สีนารัตน์. (2561). **ความเป็นผู้นำทางการศึกษา**. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- มณฑา ศิริวงษ์. (2559). **ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาตามความคิดเห็นของครูอำนวยการสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษานครนายก. วิทยานิพนธ์ ศึกษาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. มหาวิทยาลัยปทุมธานี.**
- สำนักงานคณะกรรมการการศึกษาขั้นพื้นฐาน. (2553). **คู่มือการประเมินสมรรถนะครู**. กรุงเทพฯ : โรงพิมพ์คุรุสภาลาดพร้าว.
- สุธี บุรณะแพทย์. (2557). **สมรรถนะของครูในสถานศึกษาขั้นพื้นฐาน สังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษากาญจนบุรี เขต 3** วิทยานิพนธ์ ครุศาสตรมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยราชภัฏกาญจนบุรี.
- สุภาพ ฤทธิ์บำรุง. (2557). **ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ของผู้บริหารสถานศึกษาที่ส่งผลต่อความมีประสิทธิภาพของโรงเรียนสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษามัธยมศึกษาเขต 30. วิทยานิพนธ์ การศึกษามหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยขอนแก่น.**
- สุรศักดิ์ ปาเฮ. (2553). **ผู้บริหารโรงเรียน: บทบาทและความท้าทายในยุคปฏิรูปการศึกษาไทยในทศวรรษที่สอง (พ.ศ. 2552-2561)**. แพร์: สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาแพร่เขต2.
- Hoy, W. K. and Miskel, C. G. (2001). **Educational Administration: Theory, Research and Practice**. 6th ed. McGrawHill International Edition 2001.
- James, C.,& Connolly, U. (2000). **Effective change in school**. London: Routledge Falmer.
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement**. 30(3): pp. 607-610.



การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน
สัมมาชีพในจังหวัดแพร่

Technique Development and Creative Processes for Increasing Product
Values at the Right Livelihood Community in
Phrae Province

อรอนงค์ วูวงศ์¹ ฉวีวรรณ สุวรรณภา² เกรียงศักดิ์ ฟองคำ³ นวัชรโรจน์ อินเต็ม⁴

Onanong Woowong, Chaweewan Suwannapha, Kreingsak Fongkum, Nawascharose Intem

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อพัฒนาหลักสูตรผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ 2) เพื่อพัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ และ 3) เพื่อนำเสนอหลักสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (R & D) ผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้นำชุมชน นักวิชาการศึกษา/ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร ปรากฏการณ์ประชาชนในชุมชน รวมทั้งสิ้น 25 คน

ผลการวิจัยพบว่า

1. การพัฒนาหลักสูตรผลิตภัณฑ์ชุมชนสัมมาชีพพบว่ามีขั้นตอนดังนี้ 1) วิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของชุมชน 2) กำหนดเป้าหมาย จุดมุ่งหมายและจุดประสงค์ 3) การเลือกและการจัดเนื้อหาจะต้องมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่กำหนด 4) การเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้ในการฝึกอบรม 5) การกำหนดเวลาของหลักสูตรอบรม 6) ร่างหลักสูตรอบรมสำหรับประชาชน และ 7) วิพากษ์หลักสูตร

2. เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ มีเทคนิคกระบวนการดังนี้ 1) ศึกษาความต้องการผลิตภัณฑ์ของชุมชน 2) การออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ 3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ 4) การนำผลิตภัณฑ์ไปสู่กลไกตลาด 5) การถ่ายทอดการเรียนรู้ 6) การสร้างเครือข่าย

3. การนำเสนอหลักสูตรชุดฝึกอบรมมี 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักและหลักสูตรชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สัก อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาตนเอง พัฒนาผู้อื่นและบริบทสิ่งแวดล้อมในชุมชนมีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning ให้ผู้เข้าร่วมใน

Received: 2022-10-25 Revised: 2022-11-17 Accepted: 2022-11-19

¹ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus. E-mail: dony44@hotmail.com

² มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus. E-mail: Wee_MCU@hotmail.com

³ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus. E-mail: nawatrot_kaw@hotmail.com

⁴ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย วิทยาเขตแพร่ Mahachulalongkornrajavidyalaya University Phrae Campus. E-mail: kriengsakfong@gmail.com

การเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ มีการเสนอแนะวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์พานแปดเหลี่ยม บุษบก และก่ี ให้เป็นต้นแบบที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อื่นๆ

คำสำคัญ (Keywords) : พัฒนา; เทคนิคและกระบวนการ; สร้างสรรค์

Abstract

The purposes of this study were: 1. to develop a curriculum for the products of at the Right Livelihood Community; 2. to improve techniques and creative processes for increasing product values; and 3. to present a product development curriculum A research and development (R&D) approach was used; the 25 key informants consisted of community leaders, scholars and specialists in education and curriculum design, local sages, and people living in the community.

The results indicated as follows.

1. The development steps of the Right Livelihood Community products were: 1.problem and community need analysis; 2.determination of curriculum goals and objectives; 3.selection and organization of content curriculum aligning with its goals and objectives; 4.selection of training program's activities and experiences; 5. determination of training program duration; 6. curriculum draft; and 7. curriculum review.

2. The techniques and product creation processes for increasing product values at the Right Livelihood Community were: 1. investigating the needs of community products; 2. designing product patterns; 3. developing products prototype; 4. bringing products to market; 5. transferring knowledge and skills; and 6. networking.

3. In terms of the presentation regarding the training program curriculum, it consisted of two training programs: the creative teak products and the creation of traditional Thai teak tray. The curriculum was based on developing self and others, including community contexts and environment. Active learning, which learners learn through self-practice, was integrated into activities. In order to be prototypes for other product expansions, the making processes of octagonal trays, movable thrones, and traditional Thai trays were presented.

Keywords: development; techniques and processes; creation

บทนำ (Introduction)

แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ.2561-2580, 2561: 4) มุ่งเน้นให้ประเทศไทยสามารถยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ประเทศ “มั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน” ตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียงซึ่งได้กำหนดประเด็นยุทธศาสตร์ไว้ 6 ด้าน โดยมีประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 1 ด้านความมั่นคงซึ่งมีประเด็นที่สำคัญประการหนึ่งคือ ต้องการให้ประชาชนมีความมั่นคงในชีวิต มีงาน และรายได้ที่มั่นคงพอเพียงกับการดำรงชีวิต ประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 4 ด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม ที่

ต้องการลดความเหลื่อมล้ำ สร้างความเป็นธรรมในทุกมิติรวมทั้งประเด็นยุทธศาสตร์ที่ 5 ด้านการสร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิต ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ที่มุ่งให้เกิดความยั่งยืน โดยไม่ใช้ทรัพยากรธรรมชาติเกินพอดี ไม่สร้างมลภาวะต่อสิ่งแวดล้อม ซึ่งเป็นพื้นฐานนำมาสู่การจัดทำแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ ฉบับที่ 12 ที่สอดคล้องกับยุทธศาสตร์ชาติ ดังกล่าวข้างต้นคือ ยุทธศาสตร์ที่ 2 การสร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในสังคม เพื่อลดปัญหาความเหลื่อมล้ำด้านรายได้ของกลุ่มคนที่มีฐานะทางเศรษฐกิจที่แตกต่างกัน และแก้ไขปัญหาความยากจน เพิ่มโอกาสการเข้าถึงบริการพื้นฐานทางสังคมของภาคีรัฐรวมทั้งเพิ่มศักยภาพชุมชนและเศรษฐกิจฐานรากให้มีความเข้มแข็ง สำนักส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน (2562: 11)

จากข้อมูลการวิเคราะห์ผลศักยภาพที่เกี่ยวข้อง ทั้งตัวแปรจากปัจจัยภายใน ข้อมูลพื้นฐานทั่วไป ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับศักยภาพของจังหวัดแพร่ ปัจจัยภายนอก นโยบายของรัฐบาล ตัวชี้วัดการพัฒนาระดับประเทศ พบว่า จังหวัดแพร่มีทั้งโอกาสที่ควรพัฒนาต่อยอดและปัญหาสำคัญที่ต้องได้รับการแก้ไขอย่างเร่งด่วน โดยเรียงลำดับความสำคัญของศักยภาพและปัญหา โดยสามารถกำหนดเป็นยุทธศาสตร์ ในการพัฒนาจังหวัด ซึ่งจังหวัดแพร่ได้จัดลำดับความสำคัญด้านจุดแข็งของจังหวัด 5 ลำดับ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) เป็นจังหวัดต้นน้ำของแม่น้ำยมซึ่งเป็นแม่น้ำสายสำคัญสายหนึ่งของภาคเหนือและมี ลำน้ำสาขารอบคลุมทุกพื้นที่ในจังหวัด (2) มีศักยภาพเชิงภูมิศาสตร์ในการเป็นจุด Logistic ด้านการขนส่ง คมนาคมและการกระจายสินค้าไปสู่จังหวัดภาคเหนือตอนบนและภาคอื่น ๆ และลำดับที่ 3 มีผลิตภัณฑ์จากภูมิปัญญาท้องถิ่น ภูมิปัญญาท้องถิ่นมีหลายอย่างที่เป็นเอกลักษณ์ มีคุณภาพและมีชื่อเสียงเป็นที่รู้จัก เช่น ไม้สัก เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ผ้าหม้อห้อม ผ้าทอ เครื่องจักสาน ในขณะที่เดียวกันก็จัดลำดับจุดอ่อนไว้ 7 ลำดับ 3 ลำดับแรก ได้แก่ (1) ไม่มีแหล่งกักเก็บน้ำขนาดใหญ่ ส่วนขนาดกลางมีไม่เพียงพอ และขาดระบบชลประทาน ที่ครอบคลุมทุกพื้นที่ จึงทำให้เกิดปัญหาการขาดแคลนน้ำ ปัญหาอุทกภัยและภัยแล้ง ข้าขาดต่อเนื่องทุกปี (2) ประชาชนมีฐานะยากจน มีรายได้ต่ำกว่าค่ากลางของประเทศ ขาดความรู้ความเข้าใจในการเพิ่มมูลค่าของสินค้าโดยเฉพาะสินค้าทางการเกษตรที่เป็นสินค้าหลักและสำคัญของจังหวัด และ (3) ทรัพยากรธรรมชาติและสิ่งแวดล้อมถูกทำลาย โดยเฉพาะป่าไม้ มีการบุกรุกพื้นที่ป่าเพื่อเป็นพื้นที่ทำมาหากิน รวมทั้งประชาชนยังขาดจิตสำนึกในการอนุรักษ์ทรัพยากรธรรมชาติ และสิ่งแวดล้อม งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่ (2560: 66-67) ทำให้เห็นว่าวิสัยทัศน์ของจังหวัดแพร่ที่เริ่มมา ตั้งแต่ปี 2561 ยังไม่บรรลุเป้าหมายทั้งที่เป็นเศรษฐกิจชุมชนเข้มแข็ง คุณภาพชีวิตที่ดี และสังคมที่ดี ที่ปรารถนาของจังหวัด ที่งานวิจัยได้สืบค้นข้อมูลพื้นฐานมาวิเคราะห์ประกอบเพิ่มเติม ทำให้ได้พบว่า เศรษฐกิจเกิดจากผลิตภัณฑ์ผ้าหม้อห้อม เฟอร์นิเจอร์ไม้สัก ผ้าตีนจก หัตถกรรมงานจักสาน แต่ผลิตภัณฑ์ส่วนใหญ่เป็นศิลปะแบบธรรมดา ยังไม่ได้พัฒนาผลิตภัณฑ์เหล่านั้นให้เป็นผลิตภัณฑ์เชิงศิลปะสร้างสรรค์ร่วมสมัย ถึงแม้แต่น้อยมากหรือเกือบไม่มีเลย เนื่องจากประชาชนไม่มีความรู้ความเข้าใจหลักปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงอย่างถ่องแท้ และนำไปปฏิบัติอย่างจริงจังในการผลิตภัณฑ์หัตถกรรม จึงทำให้ชุมชนยังไม่เข้มแข็งเพียงพออย่างทั่วถึง เมื่อชุมชนไม่เข้มแข็ง คุณภาพชีวิตก็คลอนแคลน สังคมก็ยังไม่ดีตามที่ทางราชการตั้งเป้าหมายไว้ และปัจจุบันยังเกิดผลกระทบที่เกิดจากไวรัสโคโรนา (COVID 19) ทำให้ภาวะสิ่งแวดล้อม ทั้งเศรษฐกิจและวิถีชีวิตของประชาชนได้เปลี่ยนไปตามยุคตามสมัย

นอกจากนั้น จังหวัดแพร่ มีศิลปวัฒนธรรมอันเป็นอัตลักษณ์เอกลักษณ์เฉพาะตนอีกมากมาย โดยเฉพาะศิลปะหัตถกรรมยี่นานวันยิ่งจะหาคนสืบทอดได้ยาก ที่มีอยู่เป็นการสานแบบพื้น ๆ ธรรมดา ไม่มีการพัฒนาลดทอนศิลปะลงบนผลิตภัณฑ์ ถ้าหากมีการออกแบบ จัดรูปแบบ พัฒนารูปลักษณ์ให้มีศิลปะร่วมสมัยหรือศิลปะสร้างสรรค์ที่บ่งบอกถึงอัตลักษณ์ เช่น ความหมายของเศรษฐกิจพอเพียง หลักธรรมทาง

พระพุทธศาสนา ศิลปะเมืองแพร่ ฯลฯ เข้าไปในผลิตภัณฑ์ด้วยจะเป็นอีกหนึ่งผลิตภัณฑ์ในการเสริมสร้างเศรษฐกิจ เพิ่มรายได้แก่ชุมชนที่จัดทำและส่งเสริมอาชีพให้นักเรียน นำความผาสุกสู่ชุมชนและครอบครัวได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งชุมชนที่เป็นแหล่งท่องเที่ยวและยุคของการเปลี่ยนแปลงทางสังคมในปัจจุบันทางด้านเศรษฐกิจจะต้องมีการส่งเสริมอาชีพให้กับเยาวชน ผู้สูงอายุ เพื่อให้เกิดรายได้

จากเหตุผลดังกล่าว คณะผู้วิจัยเห็นว่า มีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องร่วมกันสร้างความร่วมมือกับทุกภาคส่วนของจังหวัดแพร่ พัฒนาเศรษฐกิจชุมชน คุณภาพชีวิตและสังคมของจังหวัดแพร่ให้บรรลุเป้าหมายที่ทางราชการกำหนดไว้ในแผนพัฒนาจังหวัดแพร่ คณะผู้วิจัยจึงมีความสนใจที่จะศึกษาการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ไม้สัก เชิงสร้างสรรค์ของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ เพื่อหาวิธีพัฒนาหลักสูตรและเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนให้มีความยั่งยืนและนำเสนอหน่วยงานที่เกี่ยวข้องต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อพัฒนาหลักสูตรผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิก ในจังหวัดแพร่
2. เพื่อพัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิก ในจังหวัดแพร่
3. เพื่อนำเสนอหลักสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิก ในจังหวัดแพร่

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ มีดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักเชิงสร้างสรรค์สมาชิกในจังหวัดแพร่ เป็นการวิจัยเพื่อพัฒนา (Research and Development) (R & D)
 - 1.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การวิจัยครั้งนี้ได้กำหนดขอบเขตเนื้อหาในการค้นคว้าองค์ความรู้เทคนิคกระบวนการ วิธีการพัฒนาหลักสูตรอบรม และเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ เช่น วิเคราะห์ผลิตภัณฑ์ที่สนองความต้องการการใช้งานของผู้บริโภค ออกแบบลวดลายและเทคนิค กระบวนการผลิต ผลิตภัณฑ์ต้นแบบ โครงสร้างหลักสูตรอบรม
 - 1.3 ขอบเขตด้านผู้ให้ข้อมูลสำคัญ

ผู้ให้ข้อมูล จำนวน 25 คน ประกอบด้วย ผู้นำชุมชน จำนวน 5 คน นักวิชาการศึกษา/ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร จำนวน 5 คน ประชาชนท้องถิ่น จำนวน 5 คน และประชาชนในชุมชนจำนวน 10 คน
 - 1.4 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ที่ใช้การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ จำนวน 1 พื้นที่ คือ บ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่

1.5 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ขอบเขตด้านระยะเวลาในการเก็บรวบรวมข้อมูลการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ ระยะเวลาดำเนินการ 1 ปี

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่ ประกอบด้วย

2.1 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interviews) เป็นการเก็บรวบรวมข้อมูลกับผู้ให้ข้อมูลหลักในเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก และข้อมูลพื้นฐานของชุมชน เป็นแบบสัมภาษณ์ผู้วิจัยได้มีการพัฒนาขึ้นตามกรอบของการพัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ เป็นแบบสัมภาษณ์แบบมีโครงสร้าง เกี่ยวกับข้อมูลพื้นฐานในการพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างหลักสูตรอบรมระยะสั้นผลิตภัณฑ์ไม้สักให้กับชุมชน

2.2 แบบการสนทนากลุ่มย่อย (Focus Groups Discussion) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักและกำหนด หลักสูตรชุดอบรมและทำผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

2.3 แบบประเมินความสอดคล้องของหลักสูตร ผู้วิจัยได้ทำการสร้างแบบประเมินความสอดคล้องของหลักสูตร เพื่อใช้ในการประเมินหลักสูตรชุดอบรม เพื่อให้มีความสอดคล้องกัน โดยให้นักวิชาการศึกษาช่วยประเมินหลักสูตรชุดอบรม เพื่อให้มีประสิทธิภาพในการใช้ในการฝึกอบรมของประชาชนในชุมชนและนักเรียนต่อไป

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ระยะที่ 1 การเตรียมการวิจัยเรื่อง พัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่

1. การศึกษาข้อมูลหลักสูตรชุมชน สร้างความสัมพันธ์รู้จัก และเข้าใจว่า การมาทำวิจัยครั้งนี้เพื่อต้องการศึกษาเรื่องอะไร ชุมชนจะมีบทบาทต่อการศึกษายังไง สภาพของชุมชนในด้านต่าง ๆ เช่น เศรษฐกิจ สังคม วัฒนธรรม และการเมือง การประกอบอาชีพไม้สัก ตั้งแต่อดีตตลอดจนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นในช่วงต่าง ๆ ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนและสิ่งแวดล้อมต่าง ๆ ในชุมชนตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน

2. ดำเนินการประสานงานผู้ให้ข้อมูลหลัก ได้แก่ ผู้นำชุมชน นักวิชาการศึกษา/ผู้เชี่ยวชาญด้านหลักสูตร และปราชญ์ท้องถิ่น ประชาชน เตรียมเครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ซึ่งประกอบด้วยแบบสัมภาษณ์แบบไม่มีโครงสร้าง แบบบันทึกสังเกต และตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ระยะที่ 2 ดำเนินการออกแบบลวดลายเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน

1. วิเคราะห์บริบทเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ไม้สักในชุมชนบ้านบวกโป่ง

2. ศึกษาความต้องการหรือความคาดหวังในการพัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ไม้สัก

3. ศึกษาแนวทางการออกแบบหรือรูปแบบลวดลายในการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สัก เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ในชุมชนแบบยั่งยืน

4. ให้ผู้เข้าร่วมประชุมแสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสมาชิกในจังหวัดแพร่

5. เมื่อได้ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบแล้วนำมาเขียนหลักสูตรอบรมระยะสั้น จำนวน 2 หลักสูตร คือ หลักสูตรสำหรับประชาชนและหลักสูตรท้องถิ่น

6. นำหลักสูตรชุดอบรมมาวิพากษ์หลักสูตรอบรม

ระยะที่ 3 นำเสนอหลักสูตรชุดอบรมให้นักวิจัย หน่วยงานของรัฐและเอกชน

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลเชิงคุณภาพ

4.1 วิเคราะห์ข้อมูลได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึก (In-depth interview) ผู้วิจัยได้นำข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์เจาะลึกมาใช้ในการวิเคราะห์และประมวลผลข้อมูล โดยวิธีการวิเคราะห์ตามแนวทางการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยพิจารณาจากประเด็นหลัก (Major themes) ที่พบข้อมูลที่ได้จากการสัมภาษณ์ทั้งหมด จากนั้นจึงนำประเด็นหลักมาแยกย่อยเป็นประเด็นย่อย และเริ่มการวิเคราะห์จากภาพรวมไปสู่การวิเคราะห์ประเด็นย่อย เพื่อให้ได้ข้อมูลที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนากระบวนการและเทคนิคการพัฒนาหลักสูตร

4.2 วิเคราะห์จากการสนทนากลุ่มข้อมูลเชิงปฏิบัติหลักสูตร เป็นการวิเคราะห์กระบวนการจัดทำหลักสูตรชุดอบรมสำหรับประชาชนและหลักสูตรชุดอบรมสำหรับนักเรียน หลักสูตรชุดสำหรับประชาชนจะทำการศึกษาลักษณะของไม้ เนื้อไม้ การออกแบบผลิตภัณฑ์ลวดลายที่จะผลิต หลักสูตรชุดอบรม ศึกษาบริบทการประกอบอาชีพของชาวบ้าน การอนุรักษ์สืบทอดอาชีพ การเปลี่ยนแปลงอย่างไร ปู่ย่าตายายมีองค์ความรู้อะไร มาประมวลผลข้อมูลเพื่อนำไปสู่การพัฒนาหลักสูตรชุดอบรมและผลิตภัณฑ์ต้นแบบ

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการวิเคราะห์งานวิจัย เรื่อง การพัฒนาเทคนิคและกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามัคคีในจังหวัดแพร่ สรุปผลการวิจัย ดังนี้

1. พัฒนาหลักสูตรผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามัคคี ในจังหวัดแพร่ พบว่าชุมชนต้องการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เกิดความยั่งยืน และอนุรักษ์สืบทอดจึงได้พัฒนาหลักสูตรชุดอบรมทั้งสองหลักสูตร คือ หลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักและ หลักสูตรท้องถิ่นชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ไม่สักสำหรับนักเรียน จากการสนทนากับนักวิชาการศึกษาควรมีการพัฒนาหลักสูตรอบรมตามขั้นตอน ดังนี้

1.1 ขั้นการวิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของ ชุมชนบ้านบวโกโป่งที่จะช่วยในการตัดสินใจในการพัฒนาหลักสูตรอบรมทั้งของประชาชนและของนักเรียน ซึ่งพบว่าชุมชนบ้านบวโกโป่งยังขาดการจัดทำหลักสูตรอบรมให้เป็นรูปธรรม เพราะที่ผ่านมาในชุมชนจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่ในตัวของบุคคล จะส่งต่อจากรุ่นต่อรุ่น แต่ในปัจจุบันเริ่มลดน้อยถอยลง ดังนั้นเพื่อให้อาชีพ ผลิตภัณฑ์ไม้สัก อยู่แบบยั่งยืนควรมีหลักสูตรที่เป็นรูปธรรม มุ่งเน้นสำหรับประชาชนและนักเรียน

1.2 กำหนดเป้าหมาย จุดมุ่งหมายและจุดประสงค์ หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานแล้วนำมาพิจารณากำหนดความมุ่งหมายของการศึกษาอบรมของหลักสูตร

1.3 การเลือกและการจัดเนื้อหาจะต้องมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ในหลักสูตรอบรมสำหรับประชาชนและหลักสูตรท้องถิ่นสำหรับนักเรียน มีความสอดคล้องกับความสนใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความเหมาะสมกับช่วงวัย เนื้อหาที่กำหนดมีความเหมาะสมกับวัยของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เนื้อหาต้องมีประโยชน์ต่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม เนื้อหาสามารถจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ ทั้งด้านเวลา ผู้สอน อุปกรณ์การฝึกอบรมต่างๆ

1.4 มีการเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้ในการฝึกอบรม การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงใช้เทคนิคและกระบวนการสอน การเลือกใช้สื่อในการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การฝึกอบรม จัดสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมในการฝึกอบรมได้อย่างเหมาะสม และดึงดูดความสนใจ

1.5 มีการกำหนดเวลาของหลักสูตรอบรมทั้งสองหลักสูตร หลักสูตรละ 20 ชั่วโมง ให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกิจกรรม สร้างหลักเกณฑ์ในการวัดผลประเมินการอบรม

1.6 หลังจากมีการร่างหลักสูตรอบรมสำหรับประชาชน และหลักสูตรท้องถิ่น สำหรับนักเรียน และส่งร่างหลักสูตรให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบข้อบกพร่องและนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะมาดำเนินการแก้ไขต่อไป

1.7 นำหลักสูตรอบรมที่แก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วทำการวิพากษ์หลักสูตรทั้งสองหลักสูตรโดยการสนทนากลุ่มของชุมชน ซึ่งมีตัวแทนครู ครูภูมิปัญญา ผู้นำชุมชน ประชาชน/ผู้ประกอบการในหมู่บ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ เพื่อลงความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรที่ได้ทำการพัฒนาเรียบร้อยแล้ว มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน

2. พัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสัมมาชีพ ในจังหวัดแพร่ พบว่า การพัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่า ดังนี้

2.1 ศึกษาความต้องการ ผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านบวโกโป่งโดยการสนทนากลุ่มใน ด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนซึ่งในปัจจุบันชุมชนจะมีการผลิตผลิตภัณฑ์ของขึ้นใหญ่ ส่วนของขึ้นเล็กหรือของที่ระลึกยังไม่มีในชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่คนทั่วไปสามารถซื้อและจับต้องได้ในปัจจุบันมีความต้องการสูงซึ่งจากการสนทนากลุ่ม ผู้ประกอบจะรับสินค้า เช่น บุชบก พาน ที่ตั้งมีถั่ว มาจากจังหวัดลำพูน เชียงใหม่ มาขายกันเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า แต่ราคาจะสูง แต่ถ้าผลิตเองทำให้ต้นทุนลดลงในกลุ่มผู้นำ ผู้ประกอบการแม้กระทั่งผู้บริหารสถานศึกษา มีความเห็นตรงกันว่าถ้ามีการเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ และฝึกปฏิบัติมีความเป็นไปได้สูงมาก แม้กระทั่งผู้ประสานงานของพัฒนาชุมชนก็เสนอให้จัดทำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำพิธีกรรมทางศาสนา เช่น พานแปด เหลี่ยม บุชบก ก็

2.2 การออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์ ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือ เป็นลายล้านนาภาคเหนือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอออกแบบ ลวดลายเป็นลายเอววัลย์ ซึ่งลวดลายมีความสอดคล้องกับชุมชนและความต้องการของผู้บริโภค ในการสนทนากลุ่มผู้เข้าร่วมสนทนาให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ ซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านมีประสบการณ์ในการออกแบบลวดลาย ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านศิลป์ ได้นำเสนอในลวดลายที่เป็นเอกลักษณ์การแกะสลักโดยต้องอาศัยประสบการณ์ในการออกแบบ ให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ โดยมีการแกะสลัก ลงสี การแต่งลายเส้นเดินลาย เป็นต้น จึงได้นำเสนอลายเครือเอววัลย์ ซึ่งเป็นลายที่มีลักษณะลายล่านนา ที่ประยุกต์มาจากลายกนก เพื่อให้สอดคล้องกับชุมชน ผลิตภัณฑ์ที่ออกแบบจะเป็นผลิตภัณฑ์ที่ใช้เศษไม้ที่เหลือใช้ ที่มีอยู่ในหมู่บ้านมาประยุกต์ นำมาผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้ขนาดเล็กและเป็นที่ต้องการของตลาดหรือลูกค้าและเป็นสินค้าที่สามารถจำต้องได้ในราคาย่อมเยาให้สอดคล้องกับภาวะเศรษฐกิจในช่วงของยุคโควิด แต่การผลิตสินค้าขนาดเล็กจะต้องอาศัยความละเอียดอ่อน จิตใจต้องรักจริงจึงจะทำให้ชิ้นงานที่ออกมาสวยงาม

2.3 พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า การพัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจึงออกแบบลวดลายผลิตภัณฑ์เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้สักประกอบด้วย พานแปดเหลี่ยม บุชบก และกั

ซึ่งมีการฉลุลวดลายลงบนไม้ ลงสี ผู้ประกอบการได้ต้นแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนสอดแทรกแนวศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน และสามารถนำผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดเป็นสินค้าที่หลากหลาย เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการในการออกแบบ สร้างสรรค์สามารถบูรณาการความรู้ทุกด้านตั้งแต่การออกแบบ แนวโน้ม ความคิดสร้างสรรค์ การใช้ทุนทางวัฒนธรรม สร้างอัตลักษณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค ทั้งในกระบวนการเทคนิคการผลิต การเลือกใช้วัตถุดิบ การสื่อสารทางการตลาด

2.4 การนำผลิตภัณฑ์ไปสู่กลไกด้านการตลาด พบว่าการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้สักขนาดเล็ก ควรมีอัตลักษณ์ของชุมชน โดยผสมผสานกับเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกับการพัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ผู้บริโภคสามารถพกพาในการเดินทางได้สะดวก ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างสรรคเพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน เมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์ได้แล้วจะต้องมองถึงการตลาด กลไกการตลาดที่เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การปรับตัวเข้ากับการขายรูปแบบใหม่ ผู้ประกอบการในชุมชนมีการส่งสินค้าไปทั่วทุกจังหวัด ในการจำหน่ายสินค้าส่วนมากจะมีทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ซึ่งในยุคปัจจุบันเกิดสถานการณ์โควิด การสั่งซื้อลดลงสั่งซื้อก่อนหน้านี้จะเป็นการโทรศัพท์มาสั่งซื้อ มาสั่งซื้อด้วยตนเอง แต่ในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการซื้อ-ขายกันออนไลน์ ส่วนมากจะทำตามออเดอร์ (order) ที่ลูกค้าสั่งเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กที่ผลิตจากเศษไม้ในชุมชนก็มีขายแต่ไม่มีการผลิตเอง ส่วนมากจะรับซื้อมาจากจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และน่านมาทาสี เอง ผู้นำชุมชนกล่าวว่า ถ้ามีการผลิตเองได้ในชุมชนก็จะเป็นการดีมาก ส่วนการตลาดทางผู้นำชุมชนจะช่วยกันประชาสัมพันธ์กันในช่องทางสื่อเทคโนโลยี Facebook online และจะสนับสนุนงบประมาณพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่ง เพื่ออบรมการทำผลิตภัณฑ์อีกหลายๆ รูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า

2.5 ด้านการถ่ายทอดการเรียนรู้ พบว่า การถ่ายทอดการเรียนรู้ในอาชีพผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนเพื่อให้คงอยู่กับครอบครัวในชุมชน ส่วนมากจะมีการส่งต่อรุ่นต่อรุ่นมาเป็นเวลาช้านานแล้วแต่ในยุคปัจจุบัน เด็กรุ่นใหม่ส่วนมากจะไปประกอบอาชีพอื่นกันเป็นส่วนใหญ่ และมีบางครอบครัวยังส่งต่อรุ่นลูกหลานอยู่ ตลอดจนให้ความรู้กับเด็กที่สนใจจะเรียนรู้ในอาชีพผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยไม่มีหลักสูตรแต่ทำด้วยประสบการณ์ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเป็นการปลูกฝังรักในอาชีพ การเรียนรู้หรือการสืบทอดอาชีพของคนในชุมชนมาจากความสนใจส่วนงบประมาณยังไม่ได้รับการสนับสนุนจากส่วนใดแต่ผู้ประกอบการในชุมชนพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนที่มีความสนใจจริงๆ เพื่อให้เขาสามารถผลิตเองและทำรายได้ให้กับครอบครัวได้

2.6 การสร้างเครือข่าย ในชุมชนต้องจับกลุ่มสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สักขนาดเล็ก และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จากการสนทนากลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สักขนาดเล็กคนที่ทำจะต้องมีใจรักและมีความละเอียดอ่อนต้องมีการคัดเลือกและสมัครใจของคนในชุมชนซึ่งผู้สนทนาในชุมชนส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการทำผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ความละเอียดอ่อนไม่ค่อยมี จึงเสนอให้ในแต่ละหมู่บ้านคัดเลือกคนที่อยู่ในชุมชนที่ว่าง หรือผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำอาชีพทำไม้ขนาดใหญ่ ให้จับกลุ่มมาทำผลิตภัณฑ์ไม้ขนาดเล็ก และนำเสนอให้สร้างเครือข่ายในชุมชน ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ขนาดเล็กถ้าผลิตได้ตามที่ตลาดต้องการผู้ประกอบการในชุมชนบางรายที่เป็นพ่อค้าอยู่แล้วจะรับสินค้าที่ผลิตไปจำหน่ายเอง

3. นำเสนอหลักสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่

การนำเสนอหลักสูตรอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำชำ อำเภอสองแคว จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชน ซึ่งมีการพัฒนาหลักสูตรให้กับชุมชนจำนวน 2 หลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย

3.1 หลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ไม้สัก เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไม้สัก เพื่อการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ออกแบบผลิตภัณฑ์และชิ้นงานต่างๆ พัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวน 20 ชั่วโมง ซึ่งมีจุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไม้สักเพื่อการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ 2) เพื่อพัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สักเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน 3) เพื่อให้สามารถออกแบบผลิตภัณฑ์ และชิ้นงานต่างๆ ได้ 4) เพื่อพัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม

3.2 หลักสูตรท้องถิ่นชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ไม้สักสำหรับนักเรียนเป็น ปัจจัยหนึ่งซึ่งส่งผลให้การศึกษาที่มีคุณภาพเป็นการจัดการเรียนการสอนให้สอดคล้องกับความต้องการอัน หลากหลายของท้องถิ่น ทำให้ผู้เรียนเกิดความรัก และความภาคภูมิใจเกี่ยวกับท้องถิ่นของตน การจัดทำ หลักสูตรท้องถิ่นส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์จากไม้สัก เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมาให้กับนักเรียน ยังเป็นแนวทางในการส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ อันจะเป็นการส่งเสริมให้ครอบครัวของนักเรียนให้คุณภาพชีวิต ดีขึ้น รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกที่ดี ต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการฝึกให้ มีความคิดสร้างสรรค์ ฝึกสมาธิให้กับผู้เรียนด้วย หลักสูตรอบรมระยะสั้นได้กำหนดไว้ 20 ชั่วโมง ซึ่งมี จุดมุ่งหมายเพื่อ 1) เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับความเป็นมาของชุมชน 2) เพื่อสร้างความตระหนักให้ นักเรียนเห็นความสำคัญของการนำทรัพยากรธรรมชาติในท้องถิ่นมาใช้ให้เกิดประโยชน์ 3) เพื่อให้ นักเรียนนำ ความรู้ที่ได้รับไปประยุกต์ใช้ในชีวิตประจำวัน 4) ฝึกการทำงานกระบวนการกลุ่ม 5) เพื่อให้ นักเรียนมีทักษะ มีความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ใฝ่เรียนรู้เพื่อพัฒนาคุณภาพชีวิต

สรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของหลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ไม้สัก และ หลักสูตรชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ไม้สัก อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาตนเอง พัฒนา ผู้อื่นและบริบทสิ่งแวดล้อมในชุมชน (Self Other Context) มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning ซึ่งผู้เข้าร่วมในการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ (Learning by Doing) มีการเสนอแนะวิธีการผลิต ผลิตภัณฑ์พานแปดเหลี่ยม บุซบก และก๊ ให้เป็นต้นแบบที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อื่นๆ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

พัฒนาหลักสูตรผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่ พบว่าการพัฒนาหลักสูตรอบรม ทั้งสองหลักสูตร คือ หลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรคผลิตภัณฑ์ไม้สักและ หลักสูตรท้องถิ่นชุดอบรมส่งเสริม การเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ที่ไม้สักสำหรับนักเรียน จากการสนทนาควมมีการพัฒนาหลักสูตรอบรมแต่ละ ขั้นตอน ประกอบด้วย **ขั้นการวิเคราะห์ปัญหา และความต้องการของชุมชนบ้านบวโกโป่งที่จะช่วยในการ ตัดสินใจ** ในการพัฒนาหลักสูตรอบรมทั้งของประชาชนและของนักเรียน ซึ่งพบว่าชุมชนบ้านบวโกโป่งยังขาด การจัดทำหลักสูตรอบรมให้เป็นรูปธรรม เพราะที่ผ่านมาในชุมชนจะเป็นการถ่ายทอดองค์ความรู้ที่มีอยู่ใน ตัวตนของบุคคล จะส่งต่อจากรุ่นต่อรุ่น แต่ในปัจจุบันเริ่มลดน้อยถอยลง ดังนั้นเพื่อให้อาชีพ ผลิตภัณฑ์ไม้สัก

อยู่แบบยั่งยืนควรมีหลักสูตรที่เป็นรูปธรรม มุ่งเน้นสำหรับประชาชนและนักเรียน **กำหนดเป้าหมาย จุดมุ่งหมายและจุดประสงค์** หลังจากที่ได้ทำการวิเคราะห์ข้อมูลพื้นฐานแล้วนำมาพิจารณากำหนดความมุ่งหมายของหลักสูตร **การเลือกและการจัดเนื้อหา** จะต้องมีความสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายที่กำหนดไว้ในหลักสูตรอบรมสำหรับประชาชนและหลักสูตรท้องถิ่นชุดอบรมสำหรับนักเรียน มีความสอดคล้องกับความสนใจของผู้เข้ารับการฝึกอบรม มีความยากง่ายเหมาะสมกับช่วงวัย เนื้อหาที่กำหนดมีความเหมาะสมกับวัยของผู้เข้ารับการฝึกอบรม เนื้อหาต้องมีประโยชน์ต่อผู้เข้ารับการฝึกอบรม เนื้อหาสามารถจัดให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมได้ ทั้งด้านเวลา ผู้สอน อุปกรณ์การฝึกอบรมต่างๆ **การเลือกและจัดประสบการณ์การเรียนรู้ในการฝึกอบรม** การจัดกิจกรรมต่างๆ ให้ผู้เข้ารับการฝึกอบรมเกิดการเรียนรู้ได้อย่างรวดเร็ว รวมถึงใช้เทคนิคและกระบวนการสอน การเลือกใช้สื่อในการฝึกอบรมให้สอดคล้องกับวัตถุประสงค์การฝึกอบรม จัดสถานที่หรือสิ่งแวดล้อมในการฝึกอบรมได้อย่างเหมาะสม และดึงดูดความสนใจ **การกำหนดเวลาของหลักสูตรอบรม** ทั้งสองหลักสูตร หลักสูตรละ 20 ชั่วโมง ให้เหมาะสมกับเนื้อหาและกิจกรรม สร้างหลักเกณฑ์ในการวัดผล ประเมินการอบรม **ร่างหลักสูตรอบรมสำหรับประชาชน และหลักสูตรท้องถิ่นสำหรับนักเรียน** และสร้างหลักสูตรให้กับผู้เชี่ยวชาญได้ตรวจสอบข้อบกพร่องและนำข้อเสนอแนะจากผู้เชี่ยวชาญเสนอแนะมาดำเนินการแก้ไขต่อไป นำหลักสูตรอบรมที่แก้ไขจากผู้เชี่ยวชาญแล้วทำการ**วิพากษ์หลักสูตร** มีความสอดคล้องกับ ทฤษฎีของทาบ่า Taba (1962: 12) การพัฒนาหลักสูตรเป็นงานของความคิดที่มีลำดับคือการวินิจฉัยความต้องการ (cyanosis of need) สำรวจความต้องการและความจำเป็นต่างๆ ของสังคมกำหนดจุดประสงค์ (formulation of objective) กำหนดจุดประสงค์ที่ชัดเจนและเข้าใจตรงกันตามสังคมต้องการการเลือกเนื้อหาสาระ (selection of content) ที่ต้องนำมาสอนให้ตรงกับความต้องการและความจำเป็นของสังคมจัดเนื้อหาสาระ (organization of content) จัดระเบียบ จัดลำดับแก้ไขปรับปรุงเนื้อหาสาระที่คัดเลือกไว้ในขั้นที่ 3 เลือกประสบการณ์เรียนรู้ (selection of learning experiences) คัดเลือกประสบการณ์เพื่อการเรียนรู้ ซึ่งจะนำมาเสริมเนื้อหาสาระให้สมบูรณ์ การจัดประสบการณ์การเรียนรู้ (organization of learning experiences) จัดระเบียบจัดลำดับแก้ไขปรับปรุงประสบการณ์ต่างๆ การตัดสินใจว่ามี เนื้อหาสาระ ประสบการณ์อะไรที่จะต้องประเมินผลว่าได้มีการเรียนรู้ตรงจุดประสงค์ที่กำหนดไว้หรือไม่ เพียงใด และกำหนดด้วยว่าจะใช้วิธีประเมินผลอย่างไร มีอะไรที่จะช่วยในการประเมินผลได้บ้าง การพัฒนาทั้งสองหลักสูตรได้มีการสนทนากลุ่มของชุมชน ซึ่งมีตัวแทนครู ครูภูมิปัญญา ผู้นำชุมชน ประชาชน/ผู้ประกอบการในหมู่บ้าน บวกโป่ง ตำบลน้ำขำ อำเภอสว่างเม่น จังหวัดแพร่ เพื่อลงความคิดเห็นเกี่ยวกับหลักสูตรที่ได้ทำการพัฒนาเรียบร้อยแล้ว มีความเหมาะสมและสอดคล้องกับบริบทของชุมชน

พัฒนาเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่ พบว่า ผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยชุมชนมีส่วนร่วมในการนำเสนอผลิตภัณฑ์และลดสายการออกแบบผลิตภัณฑ์ให้ตรงตามความต้องการของตลาด มีเทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ คำนึงถึง 1) ความต้องการผลิตภัณฑ์ของชุมชนบ้านบวกโป่งในด้านผลิตภัณฑ์ของชุมชนซึ่งในปัจจุบันชุมชนจะมีการผลิตผลิตภัณฑ์ของชิ้นใหญ่ ส่วนของชิ้นเล็กหรือของที่ระลึกยังไม่มีในชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการได้ให้ข้อคิดเห็นเกี่ยวกับสินค้าที่คนทั่วไปสามารถซื้อและจับต้องได้ในปัจจุบันมีความต้องการสูงซึ่งจากการสนทนากลุ่มผู้ประกอบการจะรับสินค้า เช่น บุซบก พาน ที่ตั้งมือถือ มาจากจังหวัดลำพูน เชียงใหม่ มาขายกันเพื่อสนองความต้องการของลูกค้า แต่ราคาจะสูง แต่ถ้าผลิตเองทำให้ต้นทุนลดลงซึ่งสอดคล้องกับ สิ่งทอ อินทรีชูโต (2552: 8) การออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สร้างผลกำไรให้กับองค์กรโดยการนำกระแสความ

ต้องการสินค้า และบริการที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมมาใช้เป็นจุดเด่นในการสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภค ลดต้นทุนค่าใช้จ่ายในการผลิตจากการลดปริมาณวัตถุดิบ หีบห่อ การใช้พลังงานในการผลิตสินค้าและบริการ นำวัสดุหรือชิ้นส่วนกลับมาใช้ได้ใหม่โดยการปรับปรุงผลิตภัณฑ์จากการออกแบบ ในกลุ่มผู้นำ ผู้ประกอบการ แม้กระทั่งผู้บริหารสถานศึกษา มีความเห็นตรงกันว่าถ้ามีการเชิญวิทยากรมาให้ความรู้ และฝึกปฏิบัติมีความ เป็นไปได้สูงมาก แม้กระทั่งผู้ประสานงานของพัฒนาชุมชนก็เสนอให้จัดทำผลิตภัณฑ์ที่เกี่ยวข้องกับการทำ พิธีกรรมทางศาสนา เช่น พานแปดเหลี่ยม บุษบก ก็ สอดคล้องกับสัมภาษณ์นายปฏิพล พรินทรากุล ปราชญ์ ท้องถิ่น มีแนวคิดจากการนำเสนอผลงานช่างสิบหมู่ ตามพระราชดำริของสมเด็จพระกนิษฐาธิราชเจ้า กรม สมเด็จพระเทพรัตนราชสุดาฯ ซึ่งพระองค์ท่านได้ให้แนวคิดว่าจะออกแบบช่างหุ่น เพราะเมืองแพร่ เป็นเมือง ไม้ น่าจะมีเศษไม้เยอะ น่าจะนำเศษไม้มาทำช่างหุ่น ซึ่งเป็นพระราชดำริที่เป็นแรงจูงใจให้ผู้เข้าร่วมสนทนามี แนวคิดว่าเป็นชุมชนบ้านบวักโป่งทำไม้กันและมีเศษไม้พอที่จะนำมาผลิตผลิตภัณฑ์ที่นำเสนอได้ สามารถเพิ่ม มูลค่าสินค้าให้สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า และสามารถนำไปประยุกต์ใช้ในงานต่างๆ ได้ ซึ่งเป็นการ เริ่มต้นที่ดีของชุมชน

2) การออกแบบลดทลายผลิตภัณฑ์ที่เป็นเอกลักษณ์ของชุมชนหรือ เป็นลายล้านนา ภาคเหนือ ชุมชนมีส่วนร่วมในการเสนอออกแบบ ลดทลายเป็นลายเถาว์วัลย์ ซึ่งลดทลายมีความสอดคล้องกับ ชุมชนและความต้องการของผู้เข้าร่วมสนทนาให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญในการออกแบบ ซึ่งเป็นปราชญ์ชาวบ้านมี ประสบการณ์ในการออกแบบลดทลาย ซึ่งมีความรู้ความเชี่ยวชาญทางด้านศิลป์ ได้นำเสนอในลดทลายที่เป็น เอกลักษณ์การแกะสลักโดยต้องอาศัยประสบการณ์ในการออกแบบ ให้ผลิตภัณฑ์โดดเด่นและเป็นเอกลักษณ์ โดยมีการแกะสลัก ลงสี การแต่งลายเส้นเดินลาย เป็นต้น จึงได้นำเสนอลายเครือเถาว์วัลย์ซึ่งเป็นลายที่มี ลักษณะลายล่านนาที่ประยุกต์มาจากลายกนก เพื่อให้สอดคล้องกับชุมชน

3) พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบ พบว่า ผลิตภัณฑ์ของชุมชนส่วนใหญ่จะเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ที่มีขนาดใหญ่ ซึ่งลดทลายผลิตภัณฑ์ที่ชุมชนมีอยู่ส่วนมากจะ เป็นแบบที่อยู่ดั้งเดิม และผลิตตามที่ลูกค้าต้องการ ผู้ประกอบการขายสินค้าหรือผลิตภัณฑ์ชิ้นเล็ก หรือ ผลิตภัณฑ์ที่ลูกค้าจับต้องได้ส่วนใหญ่จะสั่งซื้อมาจากที่อื่น เพื่อสนองความต้องการของลูกค้าเป็นส่วนใหญ่ การ พัฒนาผลิตภัณฑ์ต้นแบบจึงออกแบบลดทลายผลิตภัณฑ์เกิดจากกระบวนการสร้างสรรค์ผลงานผลิตภัณฑ์ที่ทำ ด้วยไม้สักประกอบด้วย พานแปดเหลี่ยม บุษบก และกั๊ ซึ่งมีการฉลุลวดลายลงบนไม้ ลงสี ผู้ประกอบการได้ ต้นแบบที่เป็นอัตลักษณ์ของชุมชนสอดแทรกแนวศิลปะ เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ของชุมชน และสามารถนำ ผลิตภัณฑ์ไปต่อยอดเป็นสินค้าที่หลากหลาย สอดคล้องกับพัชรา วงศ์แสงเทียน (2559: 1447-1461) พัฒนา รูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านผลิตภัณฑ์ยึดความเป็นเอกลักษณ์ของท้องถิ่นนำเทคนิคมาใช้ เพื่อเพิ่มมูลค่าของผลิตภัณฑ์ เพื่อสร้างความสามารถในการแข่งขัน ต้องมีการพัฒนาผู้ประกอบการในการ ออกแบบ สร้างสรรค์สามารถบูรณาการความรู้ทุกด้านตั้งแต่การออกแบบ แนวโน้ม ความคิดสร้างสรรค์ การใช้ ทุนทางวัฒนธรรม สร้างอัตลักษณ์การออกแบบผลิตภัณฑ์ให้โดดเด่น ดึงดูดความต้องการของผู้บริโภค ทั้งใน กระบวนการเทคนิคการผลิต การเลือกใช้วัตถุดิบ การสื่อสารทางการตลาด

4) การนำผลิตภัณฑ์ไปสู่กลไก

ด้านการตลาด การพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้สักขนาดเล็กควรมีอัตลักษณ์ของชุมชน โดยผสมผสานกับ เทคนิคกระบวนการสร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชน เพื่อนำไปสู่การเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ ชุมชน ซึ่งผู้ประกอบการต้องเข้าใจความต้องการของลูกค้า เพื่อผลิตสินค้าให้ตรงกลุ่มเป้าหมาย พร้อมกับการ พัฒนาผลิตภัณฑ์ไม้สักที่ผู้บริโภคสามารถพบพาในการเดินทางได้สะดวก ซึ่งถือว่าเป็นการสร้างสรรคเพื่อ เพิ่มมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน เมื่อมีการผลิตผลิตภัณฑ์ได้แล้วจะต้องมองถึงการตลาด กลไกการตลาดที่ เหมาะสมกับสถานการณ์ในปัจจุบัน ซึ่งต้องอาศัยเทคโนโลยีสมัยใหม่ การปรับตัวเข้ากับการขายรูปแบบใหม่

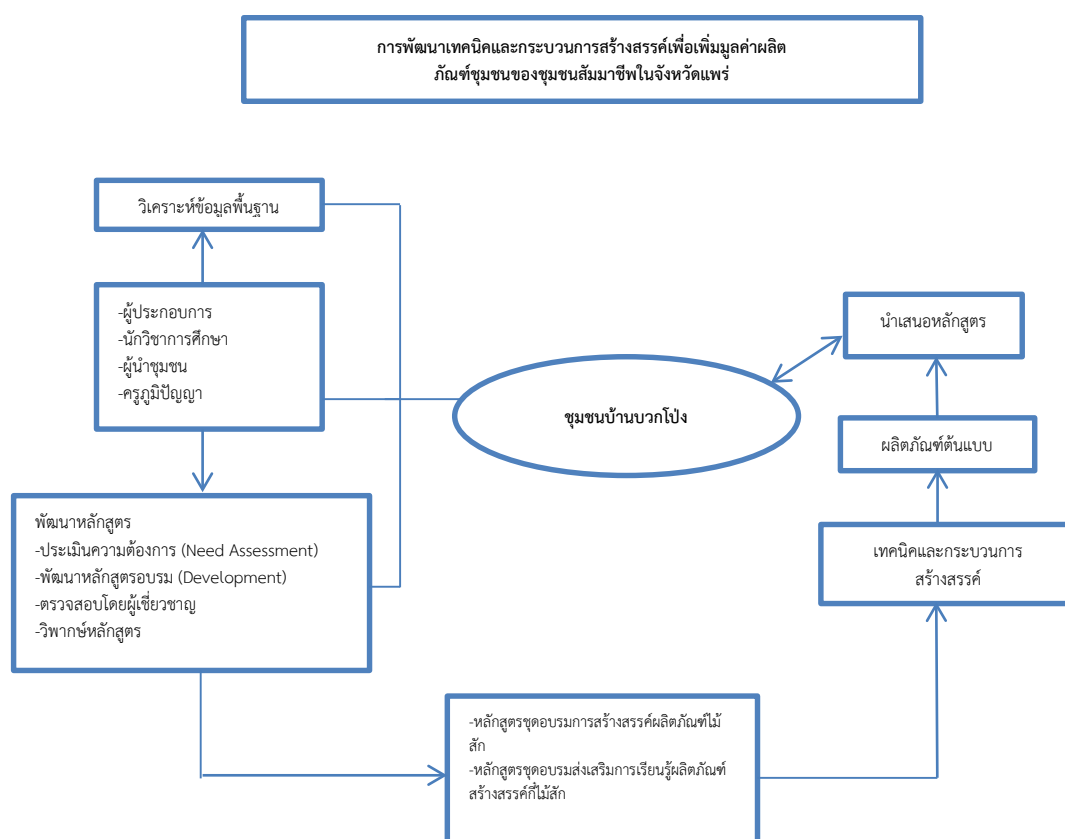
ซึ่งจากการสัมภาษณ์ผู้ประกอบการในชุมชนมีการส่งสินค้าไปทั่วทุกจังหวัด ในการจำหน่ายสินค้าส่วนมากจะมีทั้งลูกค้าเก่าและลูกค้าใหม่ ซึ่งในยุคปัจจุบันเกิดสถานการณ์โควิด การสั่งซื้อลดลง สั่งซื้อก่อนหน้านี้จะเป็นการโทรศัพท์มาสั่งซื้อ มาสั่งซื้อด้วยตนเอง แต่ในปัจจุบันได้มีเทคโนโลยีเข้ามาช่วยในการซื้อ-ขายกันออนไลน์ ส่วนมากจะทำตามออเดอร์ (order) ที่ลูกค้าสั่งเป็นส่วนใหญ่ ส่วนใหญ่สินค้าที่ทำกันอยู่ในปัจจุบันจะเป็นสินค้าประเภท โต๊ะ เก้าอี้ บานหน้าต่าง โครงหน้าต่าง บานประตู ส่วนตลาดขายส่วนมากจะเป็นลายดั้งเดิมที่เคยทำกันอยู่แล้ว แต่ก็มีบางกรณีที่ลูกค้าออกแบบตลาดมาให้ก็รับออเดอร์ (order) และให้ผู้ที่มีความเชี่ยวชาญแกะลายให้ ส่วนผลิตภัณฑ์ที่มีขนาดเล็กที่ผลิตจากเศษไม้ในชุมชนก็มีขายแต่ไม่มีการผลิตเอง ส่วนมากจะรับซื้อมาจากจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน และนำมาทาสี เอง จากการสัมภาษณ์ผู้นำชุมชน ถ้ามีการผลิตเองได้ในชุมชนก็จะเป็นการดีมาก ส่วนการตลาดทางผู้นำชุมชนจะช่วยกันประชาสัมพันธ์กันในช่องทางสื่อเทคโนโลยี Facebook online และจะสนับสนุนงบประมาณการพัฒนาผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนอีกทางหนึ่งสอดคล้องพัชรา วงศ์แสงเทียน (2559:1447-1461) พัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่น ด้านการส่งเสริมการตลาดได้แก่ การประชาสัมพันธ์ ใช้การเผยแพร่ในสื่อต่างๆ ที่ไม่มีค่าใช้จ่ายและส่งเสริมการขายในรูปแบบต่างๆ เพื่ออบรมการทำผลิตภัณฑ์อีกหลายๆ รูปแบบที่สอดคล้องกับความต้องการของลูกค้า 5) **ด้านการถ่ายทอดการเรียนรู้** พบว่า การถ่ายทอดการเรียนรู้ในอาชีพผลิตภัณฑ์ไม้สักของชุมชนเพื่อให้คงอยู่กับครอบครัวในชุมชน ส่วนมากจะมีการส่งต่อรุ่นต่อรุ่นมาเป็นเวลาช้านานแล้วแต่ในยุคปัจจุบัน เด็กรุ่นใหม่ส่วนมากจะไปประกอบอาชีพอื่นกันเป็นส่วนใหญ่ และมีบางครอบครัวยังส่งต่อรุ่นลูกหลานอยู่ ตลอดจนให้ความรู้กับเด็กที่สนใจจะเรียนรู้ในอาชีพผลิตภัณฑ์ไม้สักโดยไม่เสียค่าเล่าเรียนแต่ทำด้วยประสบการณ์ลงมือปฏิบัติจริง เพื่อเป็นการปลูกฝังรักในอาชีพ การเรียนรู้หรือการสืบทอดอาชีพของคนในชุมชนมาจากความสนใจส่วนงบประมาณยังไม่ได้มีการสนับสนุนจากส่วนใดแต่ผู้ประกอบการในชุมชนพร้อมที่จะถ่ายทอดความรู้ให้กับเยาวชนที่มีความสนใจจริงๆ เพื่อให้เขาสามารถผลิตเองและทำรายได้ให้กับครอบครัวได้ 6) **การสร้างเครือข่าย** ในชุมชนต้องจับกลุ่มสร้างเครือข่ายการผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สักขนาดเล็ก และมีการแลกเปลี่ยนเรียนรู้ซึ่งกันและกัน จากการสนทนารวบรวมกลุ่มผู้ผลิตผลิตภัณฑ์ไม้สักขนาดเล็กคนที่ทำจะต้องมีใจรักและมีความละเอียดอ่อนต้องมีการคัดเลือกและสนใจของคนในชุมชนซึ่งผู้สนทนาในชุมชนส่วนมากจะเป็นผู้ประกอบการทำผลิตภัณฑ์ขนาดใหญ่ ความละเอียดอ่อนไม่ค่อยมี จึงเสนอให้ในแต่ละหมู่บ้านคัดเลือกคนที่อยู่ในชุมชนที่ว่าง หรือผู้สูงอายุที่ไม่ได้ทำอาชีพทำไม้ขนาดใหญ่ ให้จับกลุ่มมาทำผลิตภัณฑ์ไม้ขนาดเล็ก และนำเสนอให้สร้างเครือข่ายในชุมชน ถ้าเป็นผลิตภัณฑ์ไม้ขนาดเล็กถ้าผลิตได้ตามที่ตลาดต้องการ ผู้ประกอบการในชุมชนบางรายที่เป็นพ่อค้าอยู่แล้วจะรับสินค้าที่ผลิตไปจำหน่ายเอง

นำเสนอหลักสูตรพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนของชุมชนสามาชีพ ในจังหวัดแพร่ โดยการนำเสนอหลักสูตรอบรมการพัฒนาผลิตภัณฑ์ชุมชนบ้านบวโกโป่ง ตำบลน้ำคำ อำเภอสูงเม่น จังหวัดแพร่ ซึ่งเป็นหลักสูตรที่ได้มีการพัฒนาขึ้นมาเพื่อพัฒนาผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์เพื่อเพิ่มมูลค่าให้กับชุมชนซึ่งมีการพัฒนาหลักสูตรให้กับชุมชนจำนวน 2 หลักสูตร หลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก เป็นหลักสูตรอบรมผลิตภัณฑ์พานแปดเหลี่ยม และบุษบก หลักสูตรชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สักเป็นหลักสูตรอบรมการทำก็ การจัดทำหลักสูตรครั้งนี้เพื่อเป็นการเป็นการเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ให้กับชุมชนและเพื่อให้เด็กเรียนมีองค์ความรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ที่ทำจากไม้สักหรือเศษไม้สัก เพื่อใช้เวลาว่างให้เป็นประโยชน์ หลักสูตรที่นำเสนอทั้ง 2 หลักสูตร ซึ่งประกอบด้วย 1 หลักสูตรอบรมสำหรับประชาชนหรือผู้ประกอบการ เพื่อให้มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับไม้สักเพื่อการประกอบอาชีพได้อย่างมีประสิทธิภาพ พัฒนาเทคนิค กระบวนการสร้างสรรค์

ผลิตภัณฑ์ไม้สักเพื่อเพิ่มมูลค่าผลิตภัณฑ์ชุมชน ออกแบบผลิตภัณฑ์และชิ้นงานต่างๆ พัฒนาทักษะให้สอดคล้องกับศักยภาพของตนเอง ชุมชน สังคม และสิ่งแวดล้อม ระยะเวลาการฝึกอบรม จำนวน 20 ชั่วโมง 2 หลักสูตร ชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สัก เป็นหลักสูตรที่พัฒนาขึ้นมาให้กับนักเรียน ยังเป็นแนวทางใน การส่งเสริมการพัฒนาอาชีพ อันจะเป็นการส่งเสริมให้ครอบครัวของนักเรียนให้คุณภาพชีวิตดีขึ้น รวมถึงการสร้างความรู้ความเข้าใจและสร้างจิตสำนึกที่ดี ต่อการรักษาสิ่งแวดล้อม อีกทั้งยังเป็นการฝึกให้มีความคิดสร้างสรรค์ ฝึกสมาธิให้กับผู้เรียนด้วย หลักสูตรอบรมระยะสั้นได้กำหนดไว้ 20 ชั่วโมง

สรุปได้ว่าการจัดกิจกรรมการเรียนรู้ของหลักสูตรชุดอบรมการสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ไม้สัก และหลักสูตรชุดอบรมส่งเสริมการเรียนรู้ผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ไม้สัก อยู่บนพื้นฐานของการพัฒนาตนเอง พัฒนาผู้อื่นและบริบทสิ่งแวดล้อมในชุมชน (Self Other Context) มีการจัดกิจกรรมการเรียนรู้แบบ Active Learning ซึ่งผู้เข้าร่วมในการเรียนรู้ผ่านการลงมือปฏิบัติ (Learning by Doing) มีการเสนอแนะวิธีการผลิตผลิตภัณฑ์พานแปดเหลี่ยม บุซบก และกี ให้เป็นต้นแบบที่สามารถนำไปพัฒนาต่อยอดผลิตภัณฑ์อื่นๆ

องค์ความรู้ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)



ภาพที่ 1 กรอบองค์ความรู้ใหม่

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลวิจัยไปใช้

ควรมีการจัดกลุ่มในชุมชนในการพัฒนาผลิตภัณฑ์ที่ใช้เศษไม้สัก ผลิตสินค้าที่จับต้องได้และเป็นของฝาก เพื่อให้สอดคล้องนโยบายการท่องเที่ยว เสริมสร้างกลไกการตลาด โดยประสานความร่วมมือจากภายในชุมชน เพื่อเสริมสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ของชุมชน วางแผนและนโยบายในการขับเคลื่อนการผลิตผลิตภัณฑ์จากเศษไม้สักภายในชุมชนโดยการประสานความร่วมมือภายในและภายนอกชุมชน เพื่อขอรับการสนับสนุนจากองค์กรภาครัฐและเอกชน และจัดแหล่งรองรับผลิตภัณฑ์ภายในชุมชน เพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็ง

2. ข้อเสนอแนะการทำวิจัยครั้งต่อไป

ควรศึกษาการสร้างเครือข่ายผลิตภัณฑ์สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ใช้เศษไม้สัก และศึกษาการส่งเสริมการมีส่วนร่วมของชุมชนในการส่งเสริมธุรกิจของชุมชนแบบยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

- งานยุทธศาสตร์การพัฒนาจังหวัดแพร่. (2560). **แผนพัฒนาจังหวัดแพร่ (2561-2565)**.แพร่: เมืองแพร่การพิมพ์.
- ปฐวิมล พรินทรากุล. (9 กุมภาพันธ์ 2565). สัมภาษณ์.
- พัชรา วงศ์แสงเทียน. (2559). การพัฒนารูปแบบการจัดการตลาดกับภูมิปัญญาท้องถิ่นด้านหัตถกรรมการจักสานไม้ไผ่ เพื่อสร้างความเข้มแข็งของชุมชนดงเดือย อำเภอกงไกรลาส จังหวัดสุโขทัย. **การประชุมวิชาการและนำเสนอผลงานวิจัยระดับชาติและนานาชาติ ครั้งที่ 7**. 25-26 มีนาคม 2559. หน้า 1447-1461. กรุงเทพฯ: มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา.
- ยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี พ.ศ. 2561-2580. (2561, 13 ตุลาคม) .**ราชกิจจานุเบกษา**. เล่ม 82ก ตอนที่ 135.
- สำนักส่งเสริมสร้างความเข้มแข็งชุมชน. (2562). **การส่งเสริมสัมมาชีพชุมชนสู่การพัฒนาที่ยั่งยืน**. ม.ป.ท. : กรม พัฒนาชุมชน.
- สิงห์ อินทรชูโต. (2552). **ศิลปะการคืนชีวิตให้ขยะ**. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์พาบุญมา.
- Taba, H. (1962). **Curriculum Development: Theory and Practice**. New York: Harcourt, Brace & world.

**แนวทางการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทย:
การวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากการวิจัย**
**Tourism Development Guidelines for Disabled People in Thailand:
An Analysis and Synthesis of Research Knowledge**

กัลยา สว่างคง¹
Kanlaya Swangkong

บทคัดย่อ (Abstract)

การท่องเที่ยวสำหรับคนพิการเป็นรูปแบบการท่องเที่ยวที่องค์การการท่องเที่ยวโลกให้ความสำคัญเป็นอย่างมาก แต่งานวิจัยที่เกี่ยวข้องโดยตรงกับการท่องเที่ยวของคนพิการยังมีจำนวนจำกัด ทำให้ขาดองค์ความรู้ที่จะใช้ในการพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับคนพิการ ดังนั้นบทความวิจัยเรื่องนี้จึงมีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) สรุปรงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี และ 2) วิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี งานวิจัยนี้เป็นงานวิจัยเชิงเอกสารโดยรวบรวมข้อมูลจากฐานข้อมูลวิชาการ เพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลเชิงเนื้อหาและใช้สถิติเชิงพรรณนาในการนำเสนอข้อมูล

ผลการวิจัยพบว่า งานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยมีจำนวนจำกัดโดยส่วนใหญ่เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพที่เลือกศึกษาคนพิการทางการเคลื่อนไหวในเขตกรุงเทพฯ และปริมณฑล ส่วนการวิเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่ผ่านมา สามารถจำแนกออกได้เป็น 4 ประเด็นหลัก ได้แก่ 1) ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการ 2) การจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ 3) พฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนพิการ และ 4) ประเด็นอื่น ๆ เช่น การตลาด และการใช้สื่อออนไลน์ ทั้งนี้หน่วยงานและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถนำองค์ความรู้นี้ไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการต่อไปได้

คำสำคัญ (Keywords): การพัฒนาการท่องเที่ยว; การท่องเที่ยว; คนพิการ

Abstract

Disabled tourism is a form of tourism that is highly regarded by the World Tourism Organization. But research directly related to tourism for people with disabilities is still limited, resulting in a lack of knowledge to be used in tourism development to support people with disabilities. Therefore, this research article aims to 1) explore research on tourism for the disabled in Thailand in the past 10 years, and 2) analyze and synthesize knowledge from research on tourism for the disabled in Thailand in the past 10 years. This research is a

Received: 2022-11-21 Revised: 2022-11-30 Accepted: 2022-12-01

¹ ผู้อำนวยการศูนย์วิจัย (ทีม B) สายงานวิจัยและพัฒนา มหาวิทยาลัยธุรกิจบัณฑิต Director of Research Center (Team B), Research and Development Affairs, Dhurakij Pundit University, Bangkok, Thailand. E-mail: kanlaya.swa@dpu.ac.th

documentary research by collecting data from academic databases for analyzing content. Descriptive statistics were used to present the data.

According to the findings, there are limited research studies on tourism for people with disabilities in Thailand, most of which are qualitative studies on people with mobility disabilities in Bangkok and its vicinity. For research synthesis, all studies can be divided into 4 main issues, namely 1) problems and obstacles in traveling for disabled people, 2) tourism management to accommodate tourists with disabilities, 3) tourism behavior and motivation for disabled tourists, and 4) others issues such as marketing and using online media. Relevant agencies and entrepreneurs can apply this knowledge as a guideline for tourism development to support disabled tourists in the future.

Keywords: Tourism development; Tourism; Disabled

บทนำ (Introduction)

การท่องเที่ยวเป็นอุตสาหกรรมที่มีความสำคัญต่อระบบเศรษฐกิจของประเทศไทยเป็นอย่างมาก การพัฒนาองค์ประกอบต่างๆ เพื่อให้ครอบคลุมความต้องการของนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มจึงเป็นสิ่งจำเป็น ทั้งนี้ จำนวนประชากรโลกที่เป็นผู้สูงอายุมีจำนวนมากขึ้น และอายุที่มากขึ้นมีความสัมพันธ์กับการเกิดความพิการที่มากขึ้นด้วย โดยองค์การอนามัยโลก (World Health Organization) มีการคาดการณ์ว่าตัวเลขคนพิการและผู้สูงอายุในยุโรปอาจมีมากถึง 160 ล้านคนในปี 2025 (Bowell, 2015: 203-222) อย่างไรก็ตามก็มีข้อมูลที่แสดงว่ากิจกรรมการท่องเที่ยวเป็นกิจกรรมที่มีส่วนช่วยส่งเสริมคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุและคนพิการ รวมทั้งยังมียานวิจัยที่เกี่ยวข้องพบว่าร้อยละ 70 ของคนพิการในยุโรปมีความพร้อมทั้งทางด้านร่างกายและความพร้อมทางการเงินในการเดินทางท่องเที่ยว และนักท่องเที่ยวคนพิการยังมีการใช้จ่ายมากกว่านักท่องเที่ยวปกติอีกด้วย (Van Horn, 2002)

การท่องเที่ยวสำหรับคนพิการเป็นแนวคิดที่ได้รับการยอมรับอย่างกว้างขวางโดยหลักจรรยาบรรณการท่องเที่ยวโลกได้ระบุว่า ไม่ควรมีอุปสรรคใดๆ ที่จะกีดกันความคาดหวังของบุคคลในการเข้าถึงความรื่นรมย์จากทรัพยากรโลกอันเป็นสิทธิที่เท่าเทียมกันของผู้ที่อาศัยในโลกนี้ทั้งหมด และองค์ประกอบที่เกี่ยวข้องกับการเดินทางท่องเที่ยวควรได้รับการพัฒนาและสนับสนุนจากหน่วยงานของรัฐ รวมทั้งนักท่องเที่ยวทุกกลุ่มไม่ว่าจะเป็นกลุ่มครอบครัว เยาวชน ผู้สูงอายุ คนพิการ หญิงตั้งครรภ์ ควรได้รับการส่งเสริมและอำนวยความสะดวก (ธีร์ ตรงจิตพิทักษ์, 2556) จากหลักการดังกล่าวผนวกกับความต้องการเดินทางท่องเที่ยวของกลุ่มคนพิการทำให้รัฐบาลไทยมีแนวนโยบายที่เกี่ยวข้องและสนับสนุนการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับคนพิการอย่างต่อเนื่องทั้งในด้านการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก การออกแบบเส้นทางการท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับคนพิการ การออกนโยบายสนับสนุนการเดินทางของคนพิการ (เมฆินทร์ เมธาวิกุล, 2562: 181-188)

มีงานวิจัยหลายเรื่องที่ทำให้แนวคิดที่คล้ายคลึงกันว่ากลุ่มคนพิการยังคงมีความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และกลุ่มคนพิการที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองมีอยู่ 3 กลุ่มหลัก คือ คนพิการทางการเคลื่อนไหว คนพิการทางการได้ยิน และคนพิการทางการมองเห็น ซึ่งคนพิการทั้งสามรูปแบบนี้จัดเป็นคนพิการกลุ่มใหญ่สุดในกลุ่มคนพิการทั้งหมด (กัลยา สว่างคง, 2560: 81-98) โดยข้อมูลจากกรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ (2565) รายงานว่าประเทศไทยมีจำนวนคนพิการทั้งหมด 2,138,155 คน โดยคนพิการ

ทั้งสามประเภทดังกล่าวมีจำนวนรวมกันมากถึง 1,666,977 คน (ข้อมูล ณ วันที่ 30 กันยายน 2565) ทั้งนี้กลุ่มคนพิการจึงจัดเป็นตลาดนักท่องเที่ยวกลุ่มใหม่ที่มีจำนวนมากขึ้นทุกปี

เนื่องจากความสำคัญของคนพิการที่มีต่อการท่องเที่ยว ทั้งในด้านจำนวนที่เพิ่มมากขึ้น ความต้องการเดินทางท่องเที่ยว และความสามารถในการจ่าย ทำให้ผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องให้ความสนใจและให้ความสำคัญกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการมากขึ้นเพื่อสร้างสิทธิที่เท่าเทียมกัน และลดข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของคนทุกกลุ่ม อย่างไรก็ตามผู้ประกอบการที่มีประสบการณ์และความรู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการยังมีจำนวนน้อย ทำให้การจัดบริการต่างๆ ให้กับคนพิการยังเป็นไปอย่างจำกัด และบางครั้งการให้บริการนั้นๆ ยังไม่ตรงกับความต้องการของคนพิการ ส่งผลให้คนพิการจำนวนไม่น้อยเลือกที่จะไม่เดินทางท่องเที่ยว (Bowell, 2015: 203-222)

จากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทย พบว่างานวิจัยที่เกี่ยวข้องยังมีจำนวนจำกัดทั้งในด้านพื้นที่ที่เลือกศึกษา ประเภทของความพิการที่ศึกษา และองค์ความรู้จากการศึกษา โดยงานวิจัยส่วนใหญ่เป็นการเลือกศึกษาเพียงด้านใดด้านหนึ่งเท่านั้นยังขาดการศึกษาแบบบูรณาการระหว่างศาสตร์ต่างๆ เพื่อนำความรู้ที่ได้มาใช้ในการวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการอย่างจริงจัง ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะรวบรวมงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของคนพิการในประเทศไทยเพื่อนำมาวิเคราะห์ประเด็นต่างๆ ที่เคยมีการศึกษาไปแล้ว และสังเคราะห์เพื่อขยายองค์ความรู้ที่มีให้กว้างขวางขึ้น อันจะเป็นประโยชน์ต่อผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการการท่องเที่ยวทั้งในส่วนของภาครัฐและเอกชนที่จะนำองค์ความรู้ที่สังเคราะห์ได้ไปใช้ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี
2. เพื่อวิเคราะห์และสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

งานวิจัยนี้มุ่งเน้นเอกสารงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี โดยเน้นการศึกษาในประเด็นของ รูปแบบการทำวิจัย ผลการวิจัย รวมทั้งข้อเสนอแนะ เพื่อสังเคราะห์ออกมาเป็นองค์ความรู้ที่เป็นประโยชน์ต่อการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการต่อไป

1.2 ขอบเขตด้านพื้นที่

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารโดยการสำรวจบทความวิจัยฉบับเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TIC: Thailand Citation Index) และ Google Scholar

1.3 ขอบเขตด้านระยะเวลา

งานวิจัยนี้เป็นการวิจัยเชิงเอกสารโดยการสำรวจบทความวิจัยฉบับเต็มทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษที่เผยแพร่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา (พ.ศ. 2555-2565) โดยผู้วิจัยเริ่มสืบค้นและรวบรวมข้อมูลตั้งแต่วันที่ 1 มิถุนายน จนถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยได้สร้างแบบสำรวจข้อมูล (Survey Form) ขึ้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง (อัศวิน แสงพิบูล, 2556: 113-126; วิริยา โพธิ์ขวาง และคณะ, 2562: 194-212) และได้ปรับปรุงเนื้อหาเพื่อให้ตรงกับวัตถุประสงค์การวิจัยในครั้งนี้ โดยผู้วิจัยได้ทดลองใช้แบบสำรวจนี้กับงานวิจัยจำนวน 5 เรื่อง พบว่าแบบสำรวจนี้สามารถเก็บข้อมูลที่ใช้ในการวิจัยได้เหมาะสมตามวัตถุประสงค์การวิจัย

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูลสำคัญจากบทความวิจัย เช่น ชื่อเรื่อง วัตถุประสงค์การวิจัย ระเบียบวิธีการวิจัย ผลการวิจัย และข้อเสนอแนะ โดยสืบค้นข้อมูลจากบทความฉบับเต็มที่อยู่ในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (TIC: Thailand Citation Index) และ Google Scholar สำหรับคำสำคัญที่ใช้ในการสืบค้นประกอบไปด้วยคำว่า คนพิการ การท่องเที่ยว การท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ โดยสืบค้นทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

งานวิจัยนี้ใช้การวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis) เพื่อวิเคราะห์และสรุปประเด็นเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ โดยแบ่งเนื้อหาออกเป็นประเด็นต่าง ๆ เพื่อรวบรวมและสังเคราะห์องค์ความรู้ที่ได้ไปใช้ประโยชน์ในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการต่อไป ทั้งนี้ผู้วิจัยได้ใช้สถิติเชิงพรรณนา (Descriptive Statistics) เพื่อนำข้อเสนอข้อมูลในรูปของความถี่และร้อยละ

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการสำรวจงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยในรอบ 10 ปี ผู้วิจัยได้รวบรวมและจำแนกรายละเอียดออกมาเป็นประเด็นต่างๆ ดังนี้

ตารางที่ 1 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามประเภทงานวิจัย

ประเภทงานวิจัย	จำนวนงานวิจัย	ร้อยละ
งานวิจัยเชิงปริมาณ	10	33.35
งานวิจัยเชิงคุณภาพ	14	46.65
งานวิจัยเชิงผสมผสาน	6	20
รวม	30	100

จากตารางที่ 1 พบว่า จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในภาพรวมมีทั้งสิ้น 30 เรื่อง โดยแบ่งเป็นงานวิจัยเชิงปริมาณจำนวน 10 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.35 งานวิจัยเชิงคุณภาพจำนวน 14 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 46.65 และงานวิจัยเชิงผสมผสานจำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 20

ตารางที่ 2 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามประเภทของความพิการ

ประเภทของความพิการ	จำนวนงานวิจัย	ร้อยละ
ความพิการทางการเคลื่อนไหว	15	50
ความพิการทางการได้ยิน	1	3.34
ความพิการทางการมองเห็น	3	10
ความพิการมากกว่าหนึ่งด้าน	11	36.66
รวม	30	100

จากตารางที่ 2 พบว่า จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามประเภทของความพิการแบ่งออกเป็น งานวิจัยเกี่ยวกับความพิการทางการเคลื่อนไหวจำนวน 15 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 50 งานวิจัยเกี่ยวกับความพิการทางการได้ยินจำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.34 งานวิจัยเกี่ยวกับความพิการทางการมองเห็นจำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10 งานวิจัยเกี่ยวกับความพิการมากกว่าหนึ่งด้านจำนวน 11 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 36.66

ตารางที่ 3 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามพื้นที่ที่ศึกษา

พื้นที่ที่ศึกษา	จำนวนงานวิจัย	ร้อยละ
ภาคเหนือ	4	13.33
ภาคอีสาน	3	10
ภาคใต้	1	3.34
กรุงเทพฯ และปริมณฑล	12	40
ทั่วประเทศ	10	33.33
รวม	30	100

จากตารางที่ 3 พบว่า จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามพื้นที่ที่ศึกษา แบ่งออกเป็น ภาคเหนือจำนวน 4 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 13.33 ภาคอีสานจำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10 ภาคใต้จำนวน 1 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 3.34 กรุงเทพฯ และปริมณฑลจำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 40 และเลือกศึกษาในภาพรวมของประเทศไทยจำนวน 10 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 33.33

ตารางที่ 4 แสดงจำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามประเด็นที่ศึกษา

ประเด็นการวิจัย	จำนวนงานวิจัย	ร้อยละ
ปัญหา และข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยว	12	40
การจัดการแหล่งท่องเที่ยว	8	26.66
พฤติกรรมนักท่องเที่ยว แรงจูงใจ	7	23.34
อื่น ๆ	3	10
รวม	30	100

จากตารางที่ 4 พบว่า จำนวนงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ จำแนกตามประเด็นของการวิจัย แบ่งออกเป็น ประเด็นการจัดการท่องเที่ยว รูปแบบการท่องเที่ยว ปัญหา ข้อจำกัดจำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 40 ประเด็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยว จำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 26.66

ประเด็นพฤติกรรมการท่องเที่ยว แรงจูงใจ จำนวน 7 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.34 ประเด็นอื่น ๆ เช่น การตลาด การสื่อสาร จำนวน 3 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 10

การสังเคราะห์องค์ความรู้จากงานวิจัยเพื่อพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ

จากการทบทวนข้อมูลจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา พบองค์ความรู้ที่สำคัญและเป็นประโยชน์ต่อการวางแผนทางในการพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ โดยสามารถแยกออกเป็นประเด็นต่าง ๆ ที่สำคัญได้ 4 ประเด็น ดังนี้

1. ประเด็นปัญหาและข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ

ปัญหาและข้อจำกัดในการเดินทางเป็นปัจจัยหลักที่ทำให้คนพิการไม่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเท่าเทียมกับคนปกติ โดยผลจากงานวิจัยแสดงให้เห็นทิศทางเดียวกันว่าปัญหาส่วนใหญ่ไม่ได้เกิดจากสภาพความพิการของคนพิการ แต่เกิดจากสิ่งอำนวยความสะดวกที่ไม่เอื้อต่อการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการ รวมทั้งทัศนคติของคนในสังคมที่มีมองคนพิการเป็นผู้ด้อยความสามารถ ทั้งนี้สามารถจำแนกปัญหาหลักของคนพิการในการเดินทางท่องเที่ยวคือ สิ่งอำนวยความสะดวกสำหรับคนพิการมีไม่เพียงพอ หรือออกแบบมาไม่เหมาะสมสำหรับการใช้งาน การไม่สามารถเข้าถึงข้อมูลทางการท่องเที่ยว บุคลากรทางการท่องเที่ยวขาดทักษะและความรู้ในการให้บริการ และมีทัศนคติเชิงลบต่อนักท่องเที่ยวคนพิการ ที่พักรวมและร้านอาหารบางแห่งไม่สามารถให้บริการคนพิการได้ รวมทั้งกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อรองรับคนพิการ (กัลยา สว่างคง และพิทักษ์ ศิริวงศ์, 2560: 30-49; นุชรา แสงสุข และคณะ, 2565: 50-68) โดยสุภาภรณ์ ประสงค์ทัน (2560: 298-312) ได้ระบุว่าข้อจำกัดเชิงโครงสร้างเป็นอุปสรรคสำคัญในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการ ในขณะที่ข้อจำกัดส่วนบุคคลและข้อจำกัดระหว่างบุคคลเป็นอุปสรรครองลงมาตามลำดับ

โดยสรุปแล้วคนพิการมีความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวในระดับมากและความพิการไม่ใช่อุปสรรคสำคัญในการท่องเที่ยว หากแต่เป็นข้อจำกัดเชิงโครงสร้าง และสิ่งอำนวยความสะดวกต่าง ๆ ที่เป็นอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยว เช่น เส้นทางท่องเที่ยว ทางลาด ห้องน้ำ รถเข็น ป้ายสื่อความหมาย เป็นต้น

นอกจากนี้ ยังมีงานวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงมุมมองของผู้ที่เกี่ยวข้องกับการจัดการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ เช่น มัคคุเทศก์ และผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว โดยในส่วนของมัคคุเทศก์นั้นพบว่า มัคคุเทศก์ที่มีหน้าที่หลักในการดูแลนักท่องเที่ยวในส่วนใหญ่อยู่ว่าขาดความรู้และทักษะในการสื่อสารและดูแลคนพิการแต่ละประเภท และจำนวนมัคคุเทศก์ต่อการเดินทางแต่ละครั้งมีไม่เพียงพอที่จะดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้อย่างทั่วถึง รวมทั้งยังไม่มีเครื่องมือที่ช่วยอำนวยความสะดวกในการดูแลคนพิการ ทำให้มัคคุเทศก์ต้องทำงานหนักมากขึ้นหากต้องดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการในขณะที่บริษัทนำเที่ยวหลายแห่งไม่สามารถให้ค่าตอบแทนที่มากขึ้นได้ ทำให้มัคคุเทศก์จำนวนไม่น้อยเลือกที่จะปฏิเสธงาน เนื่องจากกังวลว่าจะดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้ไม่ดีพอ (กัลยา สว่างคง, 2563: 145-158)

สำหรับมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวนั้นพบว่า การจัดการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการมีปัญหที่สามารถแยกออกได้เป็น 1) ปัญหาและอุปสรรคก่อนการจ้ดนำเที่ยว ได้แก่ การขาดความรู้ในการเลือกแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมสำหรับคนพิการ การขาดประสบการณ์ในการจ้ดนำเที่ยวให้กับคนพิการ การไม่สามารถ เข้าถึงตลาดนักท่องเที่ยวคนพิการ การไม่สามารถจัดหามัคคุเทศก์เพื่อดูแลคนพิการระหว่างการท่องเที่ยวได้ และ 2) ปัญหาและอุปสรรคระหว่างการจ้ดนำเที่ยว ได้แก่ ปัญหาในการนำคนพิการเข้าถึงแหล่ง

ห้องเที่ยว ความขัดแย้งระหว่างนักท่องเที่ยวปกติและนักท่องเที่ยวคนพิการ การขาดสิ่งอำนวยความสะดวก และการไม่สามารถจัดมัคคุเทศก์ให้มีจำนวนที่เพียงพอต่อการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้ อย่างไรก็ตาม ผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยวส่วนใหญ่เห็นด้วยที่ควรสนับสนุนให้คนพิการเดินทางท่องเที่ยว แต่ต้องการให้ภาครัฐสนับสนุนอย่างเป็นรูปธรรมทั้งในส่วนของผู้ประกอบการเอง และส่วนอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง (กัลยา สว่างคง, 2561: 2937-2949)

2. ประเด็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ

งานวิจัยหลายเรื่องศึกษาเกี่ยวกับการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับคนพิการซึ่งโดยสรุปพบว่า แหล่งท่องเที่ยวควรออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกและกิจกรรมการท่องเที่ยวให้สามารถรองรับคนพิการแต่ละรูปแบบได้ โดยในแหล่งท่องเที่ยวธรรมชาติ และแหล่งท่องเที่ยวเชิงเกษตรหลายแห่งมีการจัดการที่ค่อนข้างดี ทำให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการได้อย่างเหมาะสม โดยเน้นในเรื่องการมีส่วนร่วมของคนในชุมชนในการให้บริการที่เหมาะสมแก่นักท่องเที่ยวคนพิการ รวมทั้งการปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวก การเข้าถึงพื้นที่ และการจัดป้ายสื่อความหมาย (สุรีย์ เข้มทอง และสุริพัฒน์ ชาญกิจ, 2564: 168-190) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวประเภทอุทยานแห่งชาตินั้นควรจำแนกพื้นที่ตามประสบการณ์ที่นักท่องเที่ยวควรได้รับโดยต้องพิจารณาออกแบบเพื่อคนทั้งมวลเพื่อให้คนพิการทุกประเภทสามารถใช้พื้นที่ได้อย่างเท่าเทียม ทั้งนี้ต้องแบ่งพื้นที่ในอุทยานเป็นระดับต่าง ๆ เพื่อพัฒนาพื้นที่ได้อย่างถูกต้องเหมาะสม โดยระดับที่ 1 พื้นที่ธรรมชาติสันโดษ เน้นการอนุรักษ์ธรรมชาติ การจำกัดจำนวนผู้เข้าถึงแหล่งท่องเที่ยว และไม่จำเป็นต้องมีสิ่งอำนวยความสะดวก ระดับที่ 2 พื้นที่ธรรมชาติกึ่งพัฒนา จัดสิ่งอำนวยความสะดวกตามความจำเป็นโดยเน้นให้กลมกลืนกับธรรมชาติ และระดับที่ 3 พื้นที่มีการพัฒนา ต้องเน้นการจัดสิ่งอำนวยความสะดวกแก่คนพิการทุกประเภทโดยต้องกลมกลืนกับธรรมชาติ (ชุมเขต แสงเจริญ และคณะ, 2560: 95-117) ในขณะที่แหล่งท่องเที่ยวประเภทวัดส่วนใหญ่ยังขาดสิ่งอำนวยความสะดวกที่สำคัญในการรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ เช่น ที่จอดรถ ทางเดินสำหรับคนพิการทางสายตา (Braille block) รถเข็นคนพิการ (Wheelchair) ไฟบอกทาง จุดพักผ่อน สถานที่สักการะบูชาสิ่งศักดิ์สิทธิ์ และควรปรับปรุงสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ โดยใช้แนวทางอารยสถาปัตย์ (นครปรังฤทธิ์ และคณะ, 2565: 74-110) สำหรับแหล่งท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์และพิพิธภัณฑ์นั้นมีการนำสื่อเพื่อทดแทนการมองเห็นและแบบจำลองมาใช้ค่อนข้างมากเพื่อให้คนพิการทางสายตาสัมผัสพื้นผิวได้ทั้งรูปแบบนูนต่ำและลอยตัว โดยใช้ประกอบกับอักษรเบรลล์เพื่อให้คนพิการรับรู้และเข้าใจได้มากขึ้น อย่างไรก็ตามก็ควรคำนึงถึงการปกป้องชิ้นงานหรือสถานที่ด้วย ดังนั้น จึงควรเลือกใช้หลักการออกแบบเพื่อทุกคน (Universal design) เพื่อแก้ปัญหาดังกล่าว (ทอปัด วงชาลังการ, 2562:37-45) ทั้งนี้ในการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการนั้น ปัจจัยสำคัญคือผู้นำองค์กรหรือชุมชนที่เข้มแข็งและสามารถบูรณาการความรู้ได้ โดยต้องสามารถนำแนวคิดไปสู่การปฏิบัติได้อย่างเป็นรูปธรรม โดยประเด็นสำคัญคือผู้นำต้องปรับทัศนคติว่าการท่องเที่ยวเป็นเรื่องของสิทธิความเท่าเทียมของมนุษย์ทุกคน ไม่ใช่เรื่องการทำเพื่อการสงเคราะห์ นอกจากนี้ยังต้องจัดฝึกอบรมและให้ความรู้แก่บุคลากรทางการท่องเที่ยวให้สามารถช่วยเหลือนักท่องเที่ยวคนพิการประเภทต่างๆ ได้อย่างถูกต้องและเหมาะสม รวมทั้งต้องออกแบบกิจกรรมภายในแหล่งท่องเที่ยวให้คนพิการสามารถมีส่วนร่วมได้ โดยควรเป็นกิจกรรมที่ไม่ต้องเคลื่อนไหวมากนัก เน้นการสื่อสารและทักษะด้านปัญญา และต้องคำนึงถึงสิ่งอำนวยความสะดวกและการดูแลความปลอดภัย โดยสามารถจัดกลุ่มองค์ประกอบสิ่งอำนวยความสะดวกออกเป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและการสื่อสาร 2) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างอาคาร และ 3) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวก

พิเศษที่เกี่ยวข้องกับเครื่องจักร ทั้งนี้หากแหล่งท่องเที่ยวสามารถจัดการบริการต่างๆ และสิ่งอำนวยความสะดวกเหล่านี้ได้ นอกจากจะช่วยลดปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการแล้ว ยังเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีและส่งเสริมอุตสาหกรรมท่องเที่ยวของประเทศในภาพรวมอีกด้วย (สิริรัตน์ ขอบขาย และคณะ, 2560: 131-158)

3. ประเด็นพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนพิการ

งานวิจัยส่วนใหญ่ที่ศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมของนักท่องเที่ยวคนพิการพบว่าคนพิการมีการวางแผนการเดินทางไว้ล่วงหน้าในระดับมาก และมีการเตรียมตัวก่อนการเดินทางด้วยตัวเองทั้งในเรื่องของการหาข้อมูลเกี่ยวกับการเดินทาง แหล่งท่องเที่ยว กิจกรรมการท่องเที่ยว และที่พัก โดยงานวิจัยในช่วงแรกระบุว่าคนพิการจะหาข้อมูลการเดินทางจากคำแนะนำของเพื่อนและคนรู้จักแนะนำ แต่งานวิจัยในช่วงหลังมีข้อมูลที่แตกต่างกันไปว่าคนพิการจะหาข้อมูลจากสื่อออนไลน์ต่างๆ ค่อนข้างมาก แต่ก็ยังคงรับฟังคำแนะนำจากเพื่อนและคนในครอบครัว ทั้งนี้คนพิการมีระดับความต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกและความคาดหวังต่อองค์ประกอบทางการท่องเที่ยวในระดับมาก และมีการวางแผนการเดินทางในระดับมากเช่นกัน นอกจากนี้สถานที่ที่คนพิการนิยมเดินทางไปท่องเที่ยว 3 อันดับแรก คือ แหล่งท่องเที่ยวตามธรรมชาติ วัด และแหล่งซื้อของ โดยจะเดินทางท่องเที่ยวประมาณ 1-3 ครั้งต่อปี และเลือกเดินทางท่องเที่ยวภายในประเทศเพราะมีความมั่นใจในการหาข้อมูลการเดินทางและการสื่อสารกับคนท้องถิ่น โดยใช้เวลาในการเดินทางท่องเที่ยวแต่ละครั้งอยู่ที่ 2-3 วัน ส่วนใหญ่เลือกเดินทางแบบส่วนตัวกับครอบครัวหรือเพื่อนครั้งละประมาณ 3-4 คน เนื่องจากต้องการคนดูแล กิจกรรมการท่องเที่ยวที่ชื่นชอบคือกิจกรรมที่ทำให้ได้รับความรู้ การถ่ายภาพและการโพสต์ภาพ คนพิการส่วนใหญ่เลือกเข้าพักในโรงแรมหรือรีสอร์ทเพราะสามารถค้นหาข้อมูลได้ง่าย และที่พักมีสิ่งอำนวยความสะดวกครบครัน และต้องการสิ่งอำนวยความสะดวกหรือกิจกรรมในแหล่งท่องเที่ยวที่เหมาะสมกับประเภทของความพิการ ทั้งนี้สิ่งอำนวยความสะดวกที่นักท่องเที่ยวคนพิการต้องการสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 กลุ่ม คือ 1) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพื้นฐานและการสื่อสาร 2) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวกที่เกี่ยวข้องกับโครงสร้างอาคาร และ 3) กลุ่มสิ่งอำนวยความสะดวกพิเศษที่เกี่ยวข้องกับเครื่องมือ เครื่องจักรต่าง ๆ อย่างไรก็ตามคนพิการส่วนใหญ่ไม่เลือกใช้บริการการท่องเที่ยวจากบริษัทนำเที่ยว เพราะเคยพบปัญหาการเดินทางร่วมกับคนปกติและมัคคุเทศก์ไม่มีความรู้ในการดูแลคนพิการแต่ละประเภทอย่างถูกต้อง (อิสระ อุบัติ, 2561: 87-103; สิริรัตน์ ขอบขาย และคณะ, 2560: 131-158; สุภาภรณ์ ประสงค์ทัน, 2560: 298-312; กัลยา สว่างคง, 2563: 145-158; ชุตติกาญจน์ แจ่มเสนาะ, 2563: 27-40)

สำหรับเรื่องแรงจูงใจในการเดินทางท่องเที่ยวนั้นคนพิการส่วนใหญ่มีความต้องการในการทำกิจกรรมยามว่างไม่แตกต่างจากคนทั่วไป โดยเฉพาะคนพิการที่มีสุขภาพร่างกายแข็งแรงต้องการเดินทางท่องเที่ยวได้อย่างเท่าเทียมกับคนทั่วไปเพราะเชื่อว่าการเดินทางทำให้เห็นคุณค่าของการมีชีวิต และหากเดินทางได้ก็เท่ากับว่าความพิการนั้นเป็นเรื่องเล็ก ๆ เท่านั้น และยังสามารถแสดงให้เห็นคนในสังคมเห็นได้ด้วยว่าถึงแม้ร่างกายจะพิการแต่ก็สามารถใช้ชีวิตได้ตามปกติ ดังนั้นการท่องเที่ยวจึงเป็นการเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนพิการได้เป็นอย่างดี สำหรับปัจจัยที่ผลักดันให้คนพิการต้องการเดินทางท่องเที่ยวคือ ความต้องการพักผ่อน ความต้องการท่องเที่ยวกับครอบครัว และความต้องการฟื้นฟูสุขภาพ ส่วนปัจจัยดึงดูดในการท่องเที่ยวของคนพิการคือ ความงดงามของแหล่งท่องเที่ยว ความแปลกใหม่ของแหล่งท่องเที่ยว การให้ข้อมูลและการบริการด้านความปลอดภัยของแหล่งท่องเที่ยว ส่วนปัจจัยที่ส่งเสริมการตัดสินใจท่องเที่ยวของคนพิการมากที่สุดคือ ด้านความพร้อมในการรองรับคนพิการในด้านต่างๆ ด้านการประชาสัมพันธ์แหล่งท่องเที่ยว และด้านราคา

4. ประเด็นอื่น ๆ เช่น การตลาด และการใช้สื่อออนไลน์

ในประเด็นของการตลาดนั้นมีผลจากงานวิจัยที่ระบุว่าปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 6 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ด้านการส่งเสริมการตลาด ด้านบุคลากร ด้านกายภาพ และด้านกระบวนการให้บริการ ล้วนแล้วแต่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจเลือกเส้นทางท่องเที่ยวของคนพิการทั้งสิ้น (ปฐมพงษ์ บำเรบ, 2564: 59-78) โดยคนพิการส่วนใหญ่จะหาข้อมูลทางการท่องเที่ยวผ่านสื่อทางอินเทอร์เน็ต และญาติพี่น้อง ครอบครัวมากที่สุด โดยการหาข้อมูลผ่านเอกสารแผ่นพับ ใบปลิวได้รับความนิยมน้อยที่สุด นอกจากนี้ยังพบว่ามีงานวิจัยที่ศึกษาเกี่ยวกับคนพิการทางสายตาและการจองบริการเดินทางผ่านระบบออนไลน์ซึ่งผลการวิจัยพบว่า คุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของบริการการจองการเดินทางผ่านระบบออนไลน์โดยรวมอยู่ในระดับพอใช้เท่านั้น ในขณะที่องค์ประกอบด้านความน่าเชื่อถือและการตอบสนองอยู่ในระดับดี (ณัฐศิริ กิจกุล และพิสิฐ พฤกษ์สถาพร, 2562: 236-249)

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลการศึกษาพบว่าในช่วง 10 ปีที่ผ่านมาคือตั้งแต่ พ.ศ. 2555-2565 ยังมีนักวิชาการให้ความสนใจศึกษาเรื่องที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในวงจำกัด โดยรูปแบบการวิจัยเชิงคุณภาพเป็นรูปแบบที่นักวิจัยนิยมนำมาใช้ในการศึกษามากที่สุด เพราะทำให้นักวิจัยได้ข้อมูลเชิงลึกในประเด็นต่าง ๆ ได้อย่างครบถ้วน ทั้งนี้ประเภทของคนพิการที่นักวิจัยเลือกศึกษาจะมี 3 ประเภท คือ คนพิการทางการเคลื่อนไหว คนพิการทางการมองเห็น และคนพิการทางการได้ยิน เพราะคนพิการทั้งสามกลุ่มนี้มีจำนวนมากที่สุดและเป็นกลุ่มที่สามารถเดินทางท่องเที่ยวได้ด้วยตัวเองได้ (กัลยา สว่างคง, 2560: 81-98) โดยงานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษากับคนพิการทางการเคลื่อนไหวซึ่งมีจำนวนมากที่สุด เนื่องจากนักวิจัยสามารถเข้าถึงและเก็บข้อมูลได้สะดวกกว่าคนพิการประเภทอื่น ทำให้ยังขาดองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องกับคนพิการประเภทอื่น สำหรับด้านพื้นที่ที่ทำการศึกษา พบว่าพื้นที่ส่วนใหญ่ยังเป็นในกรุงเทพฯ และปริมณฑล ในขณะที่ในภูมิภาคอื่นพื้นที่ที่ศึกษาจะเป็นในเมืองใหญ่ เช่น เชียงใหม่ นครราชสีมา อุบลราชธานี เท่านั้น ทำให้องค์ความรู้ที่มียังไม่ครอบคลุมถึงการจัดการแหล่งท่องเที่ยวในทุกพื้นที่ของประเทศ

สำหรับองค์ความรู้ที่ได้รับจากการวิเคราะห์งานวิจัยที่เกี่ยวข้องในรอบ 10 ปีที่ผ่านมา พบว่างานวิจัยส่วนใหญ่ศึกษาในเรื่อง ปัญหาและข้อจำกัดในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการ การจัดการแหล่งท่องเที่ยว และพฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการตามลำดับ ทำให้มีองค์ความรู้ในประเด็นดังกล่าวพอสมควร แต่พื้นที่ในการศึกษาและกลุ่มคนพิการที่เลือกศึกษายังไม่ครอบคลุมทั้งหมด ทั้งนี้นงานวิจัยของ อีร์ ตรงจิตพิทักษ์ (2556) พบว่าอุปสรรคที่สำคัญที่สุดในการท่องเที่ยวของคนพิการคือด้านกายภาพ เนื่องจากสิ่งอำนวยความสะดวกและแหล่งท่องเที่ยวไม่ได้ถูกออกแบบมาเพื่อคนพิการ ดังนั้นจึงควรเพิ่มการศึกษาในพื้นที่ท่องเที่ยวให้ครอบคลุมรวมทั้งควรเพิ่มการศึกษาในกลุ่มคนพิการทางการมองเห็น และคนพิการทางการได้ยินเพิ่มขึ้นเพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่ครอบคลุมทั้งส่วนของพื้นที่ทางการท่องเที่ยวและประเภทของความพิการเพื่อนำไปสู่การวางแผนพัฒนาการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการได้อย่างถูกต้องเหมาะสม

ประเด็นที่น่าสนใจอีกประการคือการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการนั้นเป็นหัวข้อที่ไม่ได้จำกัดว่าจะต้องเป็นนักวิจัยในสาขาการท่องเที่ยวเท่านั้น แต่นักวิจัยในสาขาอื่น เช่น เทคโนโลยี สถาปัตยกรรม การตลาด บริหารธุรกิจ และอื่น ๆ สามารถทำวิจัยในหัวข้อนี้ได้ซึ่งจะทำให้มีองค์ความรู้เกี่ยวกับการจัดการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการได้อย่างครอบคลุม และส่งผลดีทั้งต่อคนพิการ หน่วยงาน ธุรกิจ และผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้อง

ที่จะนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ได้อย่างกว้างขวางขึ้น สอดคล้องกับงานวิจัยของ อัครวิน แสงพิกุล (2556: 113-126) ที่ได้อธิบายว่าการมีนักวิจัยในศาสตร์ต่างๆ ศึกษาวิจัยในประเด็นเดียวกันจะเป็นประโยชน์ต่อการนำองค์ความรู้ไปใช้ในการพัฒนาสังคมและประเทศชาติได้เป็นอย่างมาก

องค์ความรู้ที่ได้จากงานวิจัย (Research Knowledge)

งานวิจัยนี้ พบว่า การท่องเที่ยวสำหรับคนพิการเป็นประเด็นวิจัยที่นักวิจัยยังให้ความสนใจศึกษากันไม่มากนัก งานวิจัยยังขาดการบูรณาการจากหลากหลายสาขาวิชา และเมื่อนำผลการวิจัยมาวิเคราะห์และสังเคราะห์พบองค์ความรู้สำคัญอยู่ 4 ประเด็น ได้แก่ 1) ปัญหาและอุปสรรคในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการ 2) ประเด็นการจัดการแหล่งท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ 3) ประเด็นพฤติกรรมและแรงจูงใจทางการท่องเที่ยวของนักท่องเที่ยวคนพิการ และ 4) ประเด็นอื่น ๆ เช่น การตลาด และการใช้สื่อออนไลน์ ซึ่งองค์ความรู้ทั้ง 4 ประเด็นนี้หน่วยงานและผู้ประกอบการที่เกี่ยวข้องสามารถนำไปใช้เป็นแนวทางพัฒนาการท่องเที่ยวเพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการต่อไปได้

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

1.1 หน่วยให้ทุนต่าง ๆ สามารถนำผลการวิจัยที่แสดงให้เห็นถึงความต้องการองค์ความรู้ในด้านต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวของคนพิการไปกำหนดเป็นแนวทางในการให้ทุนสนับสนุนการวิจัยเพื่อสร้างองค์ความรู้ที่เกี่ยวข้องให้ครอบคลุมประเด็นที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการได้

1.2 นักวิจัย หรือนักวิชาการที่สนใจศึกษาเกี่ยวกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการ สามารถนำองค์ความรู้ที่เคยศึกษามาแล้วไปศึกษาต่อยอดเพื่อพัฒนาความรู้ และปัจจัยต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการได้

1.3 หน่วยงานที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องกับการท่องเที่ยวโดยเฉพาะการดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการ สามารถนำองค์ความรู้ที่รวบรวมมาจากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องไปออกแบบการฝึกอบรมเพื่อปรับทัศนคติและเพิ่มพูนความรู้ และทักษะในการให้ความช่วยเหลือดูแลนักท่องเที่ยวคนพิการได้

1.4 ผู้ดูแลแหล่งท่องเที่ยวต่าง ๆ สามารถนำองค์ความรู้ที่ได้ไปประยุกต์ใช้ในการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวก และกิจกรรมการท่องเที่ยวเพื่อให้สามารถรองรับนักท่องเที่ยวได้ทุกกลุ่ม

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 เนื่องจากงานวิจัยนี้เป็นการรวบรวมงานวิจัยที่เผยแพร่ในรูปแบบบทความฉบับเต็มในฐานข้อมูลของศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย และ Google Scholar เท่านั้น จึงควรขยายขอบเขตการศึกษาให้ครอบคลุมงานวิจัยที่เผยแพร่ในรูปแบบอื่น เช่น รายงานการวิจัยฉบับเต็ม วิทยานิพนธ์ เพื่อให้ได้ข้อมูลที่หลากหลายมากขึ้น

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบการท่องเที่ยวสำหรับคนพิการในประเทศไทยกับต่างประเทศ เพื่อให้ได้องค์ความรู้ที่กว้างขวางและครบถ้วนมากขึ้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตคนพิการ. (2565). รายงานข้อมูลสถานการณ์ด้านคนพิการในประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://dep.go.th/images/uploads/files/situation_sep65.pdf สืบค้นเมื่อ 30 ตุลาคม 2565.
- กัลยา สว่างคง และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). เรื่องเล่าการท่องเที่ยวของผู้พิการทางสายตาในสังคมไทย. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม**. 7(2): 30-49
- กัลยา สว่างคง. (2560). การท่องเที่ยวเพื่อคนพิการ: ความท้าทายสำหรับอุตสาหกรรมการท่องเที่ยวไทย. **วารสารวิทยาลัยราชสุดา เพื่อการวิจัยและพัฒนาคนพิการ**. 13(1): 81-98.
- กัลยา สว่างคง. (2561). การจัดทำเที่ยวสำหรับคนพิการในมุมมองของผู้ประกอบการธุรกิจนำเที่ยว. **วารสาร Veridian E-Journal, SU**. 11(3): 2937-2949.
- กัลยา สว่างคง. (2563). การศึกษาสภาพปัญหาในการจัดทำเที่ยวและความต้องการพัฒนาทักษะของมัคคุเทศก์เพื่อรองรับนักท่องเที่ยวคนพิการ. **วารสารวิทยาการจัดการปริทัศน์**. 22(1): 145-158.
- ชุดิกายุจน์ แจ่มเสนาะ. (2563). การพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนทั้งมวล กรณีศึกษา โรงละครสยามนิรมิตและพิพิธภัณฑ์ศิลปะไทยร่วมสมัย MOCA. **สารศาสตร์**. 3(1): 27-40.
- ชุมเขต แสงเจริญ ธรรมณี เอ็มพันธุ์ และกำธร กุลชล. (2560). แนวทางการออกแบบสิ่งอำนวยความสะดวกเพื่อคนทั้งมวลในอุทยานแห่งชาติ. **วารสารสิ่งแวดล้อมสรรค์สร้างวินิจัย**. 16(2): 95-117.
- ณัฐศิริ กิจกุล และพิสิฐ พุกษ์สถาพร. (2562). มุมมองของผู้พิการทางการเห็นชาวไทยที่มีต่อคุณภาพการบริการทางอิเล็กทรอนิกส์ของบริการจองการเดินทางผ่านระบบออนไลน์. **วารสารวิทยาลัยดุสิตธานี**. 13(1): 236-249.
- ทอปัด วงชาลังการ. (2562). งานออกแบบสื่อให้ข้อมูลผู้พิการทางสายตา กรณีศึกษาพิพิธภัณฑ์และสถานที่ท่องเที่ยวเชิงประวัติศาสตร์ในสหพันธรัฐรัสเซีย. **วารสารสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์แห่งรัตนโกสินทร์**. 1(1): 37-45.
- ธีร์ ตรงจิตพิทักษ์. (2556). พฤติกรรมการท่องเที่ยวของคนพิการทางการเคลื่อนไหวในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. ปริญญานิพนธ์วิทยาศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์การกีฬา คณะวิทยาศาสตร์การกีฬา จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- นคร ปรงฤทธิ์ ธีรทัต แจ้ใจ และประทีป พิษทองกลาง. (2565). นวัตกรรมจัดการแหล่งท่องเที่ยววัดตามแบบอารยสถาปัตย์ในจังหวัดเชียงใหม่. **วารสารปณิธาน**. 18(1): 74-110.
- นุชรา แสงสุข และคณะ. (2565). การจัดการท่องเที่ยวสำหรับกลุ่มนักท่องเที่ยวคนพิการทางการเคลื่อนไหว. **วารสารวิจัยราชภัฏธนบุรีรับใช้สังคม**. 8(1): 50-68.
- ปฐมพงษ์ บำเร็บ. (2564). ปัจจัยส่วนประสมทางด้านการตลาดบริการที่มีผลต่อการเลือกเส้นทางท่องเที่ยว ย่านริมฝั่งธนบุรีของกลุ่มนักท่องเที่ยวผู้พิการทางการเคลื่อนไหว. **วารสารเกษตรศาสตร์ธุรกิจประยุกต์**. 15(23): 59-78.
- เมฆินทร์ เมธาวิกุล. (2562). ทศวรรษของพัฒนาการส่งเสริมคุณภาพชีวิตคนพิการในประเทศไทย 2550-2560. **วารสารการวิจัยการบริหารการพัฒนา**. 9(2): 181-188.
- วิริยา โพธิ์ขวาง และคณะ. (2562). การเตรียมรายงานวิจัยต้นฉบับและการประเมินคุณภาพงานวิจัยทางกายภาพและสาธารณสุข. **วารสารวิทยาลัยบรมราชชนนี นครราชสีมา**. 25(2): 194-212.

- สิริรัตน์ ขอบขาย สันติภาพ คำสะอาด และพิทักษ์ ศิริวงศ์. (2560). ข้อเสนอแนะเพื่อพัฒนาศักยภาพการท่องเที่ยวสำหรับผู้พิการทางการเคลื่อนไหวและผู้สูงอายุของจังหวัดอุบลราชธานี. **วารสารอารยธรรมศึกษา โขง-สาละวิน**. 8(2): 131-158.
- สุภาภรณ์ ประสงค์พัน. (2560). การศึกษาข้อจำกัดทางการท่องเที่ยวและความตั้งใจในการเดินทางท่องเที่ยวของคนพิการในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล. **วารสารสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ**. 20: 298-312.
- สุรีย์ เข้มทอง และภุณีพัฒน์ ชาญกิจ. (2564). การพัฒนาผลิตภัณฑ์การท่องเที่ยวเชิงเกษตรวิถีชุมชนเพื่อคนทั้งมวลของชุมชนตำบลถ้ำสิงห์ในจังหวัดชุมพร. **วารสารอิเล็กทรอนิกส์การเรียนรู้ทางไกลเชิงนวัตกรรม**. 11(2): 168-190.
- อัศวิน แสงพิกุล. (2556). การวิเคราะห์งานวิจัยด้านการท่องเที่ยวและการโรงแรมของประเทศไทยในรอบทศวรรษ (พ.ศ. 2543-2553). **BU Academic Review**. 12(1): 113-126.
- อิสระ อุดดี. (2561). แรงจูงใจ การเปิดรับข่าวสาร การตัดสินใจ และรูปแบบการเดินทางท่องเที่ยวของผู้พิการ. **วารสารนิเทศศาสตร์และนวัตกรรมการนิเทศ**. 5(2): 87-103.
- Bowell, J. (2015). Assessing the value and market attractiveness of the accessible tourism industry in Europe: a focus on major travel and leisure companies. **Journal of Tourism Futures**. 1 (3): 203-222.
- Van Horn, L. (2002). **Travellers with disabilities: market size and trends**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://ncped.org/access/isu-travel.html> สืบค้นเมื่อ 18 กันยายน 2565.

การมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชน:
กรณีศึกษาตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก
Public Participation in Community Planning: A case study of
Wang Itok Subdistrict Bang Rakam District, Phitsanulok Province

รุ่งโรจน์ ฝ้ายเยื่อ¹ ไชยรัตน์ ศิรินคร²
Rungrote Faiyuea, Chaiyarat Sirinkorn

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก 2) เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ใช้รูปแบบการวิจัยเชิงปริมาณ ได้ค่าความเชื่อมั่น 0.97 ประชากรทั้งหมดจำนวน 4,481 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือ ผู้นำชุมชนและประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก จำนวน 354 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ แบบสอบถาม การวิเคราะห์ข้อมูลใช้ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนความเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์ความแปรปรวน

ผลการวิจัย พบว่า

1. การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดแผนชุมชนของตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.12)
2. ผลการเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน ด้านเพศที่แตกต่างกันไม่มีผลต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน ด้านอายุแตกต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแตกต่างกัน ด้านระดับการศึกษาแตกต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ และการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ไม่แตกต่างกัน แต่ในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผลแตกต่างกัน และด้านอาชีพที่ต่างกัน การมีส่วนร่วมจัดทำแผนชุมชนแตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

คำสำคัญ (Keywords) : การมีส่วนร่วม; การทำแผนชุมชน; ตำบลวังอิทก

Received: 2022-11-25 Revised: 2022-12-08 Accepted: 2022-12-10

¹ อาจารย์ประจำ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Lecturer at the Faculty, of Faculty of Social Sciences and Local Development, Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: rungrote.f@psru.ac.th

² อาจารย์ประจำ คณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Lecturer at the Faculty, of Faculty of Social Sciences and Local Development, Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: chaiyarat@psru.ac.th

Abstract

The objectives of this research article were 1) to study the level of public participation in Community Planning at Wang Itok Subdistrict, Bang Rakam District, Phitsanulok Province; and 2) to study and compare the level of public participation in Community Planning classified by personal factors. It was quantitative research using a questionnaire with a reliability of .97 The total population was 4,481 people and the sample included 354 community leaders and people the Wang Itok area. The research tools were questionnaires. The data were analyzed by using percentage, mean, standard deviation, and variant analysis.

The findings revealed that

1. The public participation in Community Planning at Wang Itok Subdistrict, Bang Rakam District, Phitsanulok Province overall was at a moderate level ($\bar{X}=3.12$)
2. The comparative result of public participation in Community Planning regarding genders, did not show differences in the public participation in Community Planning; in terms of different ages, there was no differences in decision making; however, there were differences in the operation, benefit receiving, and evaluation. The educational levels did not show the different decision making; nonetheless, they resulted in the participation in operation and in the evaluation difference. The different careers resulted in the public participation in the community planning with a significant difference at 0.05.

Keywords: Participation; Community Planning; Wang Itok Subdistrict

บทนำ (Introduction)

แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 พ.ศ. 2560-2564 ได้ให้ความสำคัญกับปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง การพัฒนาที่ยั่งยืน และคนเป็นศูนย์กลางการพัฒนา และยึดหลักการเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจที่ลดความเหลื่อมล้ำและขับเคลื่อนการเจริญเติบโตจากการเพิ่มผลิตภาพการผลิตบนฐานการใช้ภูมิปัญญาและนวัตกรรม ซึ่งมีความสอดคล้องกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 11 โดยการมีส่วนร่วมของภาคีการพัฒนาทุกภาคส่วน ทั้งในระดับชุมชน ระดับภาค และระดับประเทศ อย่างกว้างขวางและต่อเนื่อง เพื่อร่วมกันกำหนดวิสัยทัศน์และทิศทางการพัฒนาประเทศรวมทั้ง ร่วมจัดทำรายละเอียดยุทธศาสตร์ของแผนพัฒนาฯ เพื่อมุ่งสู่ “สังคมอยู่ร่วมกันอย่างมีความสุข ด้วยความเสมอภาค เป็นธรรม และมีภูมิคุ้มกันต่อการเปลี่ยนแปลง” ประกอบกับแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 9-10 เน้นให้ชุมชนเป็นศูนย์กลางการพัฒนามาอย่างต่อเนื่อง แผนชุมชนจึงมีความสำคัญมากขึ้น แต่ส่วนใหญ่ยังขาดความเข้าใจและประชาชนยังให้ความสำคัญต่อการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนอยู่ในระดับต่ำกว่าที่ควรจะเป็น ขาดความร่วมมือที่จะสนับสนุนให้เกิดประชาคม เพื่อบูรณาการแผนในระดับตำบล ที่ใช้หลักการมีส่วนร่วมของประชาชน อันจะเป็นการแก้ไขปัญหาของชุมชน และตอบสนองความต้องการของชุมชนไปสู่การปฏิบัติอย่างแท้จริง (สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2560: 8)

การส่งเสริมให้หมู่บ้านใช้แผนชุมชนเป็นเครื่องมือเสริมสร้างขีดความสามารถของชุมชน ในการแก้ไขปัญหาของชุมชนด้วยตนเองบนพื้นฐานของข้อมูล การคิด การตัดสินใจและการลงมือ ทำของคนในชุมชน มีการวางรากฐานวิถีชีวิตตามแนวปรัชญาเศรษฐกิจพอเพียงของประชาชนในหมู่บ้าน ทั้งในส่วนที่ชุมชนช่วยกันทำด้วยตนเอง ชุมชนเสนอขอความร่วมมือและขอรับการสนับสนุนงบประมาณจากหน่วยงานอื่น เช่น องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น อำเภอ จังหวัด หรือ หน่วยงานอื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง ในปี พ.ศ. 2554 กรมการพัฒนาชุมชน กระทรวงมหาดไทย ได้กำหนดส่งเสริมให้ศูนย์ประสานงานองค์การชุมชนตำบล (ศอช.ต.) ซึ่งเป็นเครือข่ายภาคประชาชนในระดับตำบลมีภารกิจในการบูรณาการแผนชุมชน/แผนพัฒนาหมู่บ้านทุกหมู่บ้านในตำบลให้เป็นแผนชุมชน บูรณาการระดับตำบลไปสู่แผนพัฒนาท้องถิ่น ตลอดจน นำไปสู่การจัดทำข้อบัญญัติ งบประมาณประจำปีขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ใช้ในการบูรณาการแผนระดับอำเภอ ส่งต่อสู่แผนระดับจังหวัด ตลอดจนส่งต่อให้หน่วยงานภาคี ทั้งภาครัฐและภาคเอกชนพิจารณาสนับสนุน งบประมาณต่อไปอีกด้วย (สถาบันการพัฒนาและบูรณาการแผนชุมชน, 2553: 4-5)

จากความสำคัญของการจัดทำแผนชุมชนซึ่งถือเป็นกระบวนการเสริมสร้างการเรียนรู้ของคนในชุมชน ทำให้รู้จักตัวตนของตนเองและชุมชน สร้างพลังความสามัคคีในชุมชน ทำให้ชุมชนใช้ประสบการณ์และความรู้ร่วมกันกำหนดทิศทาง แนวทาง กระบวนการจัดทำแผนชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพ สามารถดำเนินการเพื่อตอบสนองความต้องการที่เหมาะสมกับสภาพพื้นที่ และสถานการณ์มีกระบวนการแก้ไขปัญหาและกำหนดระยะเวลาเพื่อความสำเร็จที่ชัดเจน เชื่อมโยงรองรับนโยบายการพัฒนาของประเทศ และกำหนดระยะเวลาเพื่อความสำเร็จของเป้าหมายในการดำเนินการได้ ทั้งยังใช้เป็นเครื่องมือในการพัฒนาและการเชื่อมประสานภาคีการพัฒนาทั้งภาครัฐและเอกชนในการสนับสนุนงบประมาณและวิชาการอื่นๆ ได้ด้วยนั้น

จากความสำคัญและที่มาของปัญหาข้างต้น ผู้วิจัยจึงต้องการศึกษาถึงระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชน และเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ เพื่อนำผลที่ได้จากการศึกษาไปพัฒนาและส่งเสริมให้การจัดทำแผนชุมชนมีประสิทธิภาพ

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

การวิจัยนี้เป็นการศึกษาเชิงปริมาณ (Quantitative Research) เชิงสำรวจเพื่อตรวจสอบตัวแปรมุ่งศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชนตำบลวังอิทก และเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก จำแนกตามเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการวิจัยไว้ ดังนี้

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ในการวิจัยครั้งนี้ มุ่งศึกษาระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ตามแนวคิดทฤษฎีเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของ Cohen and Uphoff (1980: 219-222) โดยมีตัวแปรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 4 ด้าน ได้แก่ การมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ การมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ การมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ และการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ นายก อบต. รองนายก อบต. สมาชิก อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชนที่อาศัยอยู่ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก จำนวน 4,481 คน (องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก, 2561: 5)

กลุ่มตัวอย่าง จำนวน 354 คน ได้จากการคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างโดยใช้ตารางสำเร็จรูปของเครชชีและมอร์แกน (Krejcie & Morgan, 1970: 608) ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 หรือยอมให้มีความคลาดเคลื่อนร้อยละ 5 และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

จำนวน 11 หมู่บ้าน ในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ประกอบด้วย หมู่ที่ 1 บ้านกรับพวง หมู่ที่ 2 บ้านกระทุ่มยอดน้ำ หมู่ที่ 3 บ้านวังอิทก หมู่ที่ 4 บ้านหนองเต่าดำ หมู่ที่ 5 บ้านวัดกลางสุริยวงศ์ หมู่ที่ 6 บ้านคลองกรับพวง หมู่ที่ 7 บ้านวังใหญ่ หมู่ที่ 8 บ้านพันต่างเฉลิมพระเกียรติ หมู่ที่ 9 บ้านใหม่ชัยมงคล หมู่ที่ 10 บ้านพวงทอง และหมู่ที่ 11 บ้านใหม่อยู่เจริญ

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ทำการศึกษาตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ ถึงเดือนกันยายน พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูล คือ แบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ซึ่งประกอบด้วย 2 ตอน ดังนี้

ตอนที่ 1 ข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบ เป็นแบบสอบถามสามารถเลือกตอบได้ตามรายการ (Check list)

ตอนที่ 2 ระดับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก เป็นแบบสอบถามที่ให้แสดงการมีส่วนร่วมตามระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ เกณฑ์การให้คะแนนตามมาตราส่วนประมาณค่า 5 ระดับ (Rating scale) จำนวน 20 ข้อ จำแนกออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการร่วมในการปฏิบัติ ด้านการร่วมในผลประโยชน์ และด้านการร่วมในการประเมินผล

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการศึกษาครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลตามขั้นตอน ดังนี้

3.1 ผู้วิจัยขอหนังสือจากคณะสังคมศาสตร์และการพัฒนาท้องถิ่น เพื่อขอความอนุเคราะห์เก็บรวบรวมข้อมูลในพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก

3.2 ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลจำนวน 354 ชุด โดยผู้วิจัยเก็บข้อมูลจากนายก อบต. รองนายก อบต. สมาชิก อบต. กำนัน ผู้ใหญ่บ้าน และประชาชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก ซึ่งเป็นประชากรกลุ่มตัวอย่างที่จะศึกษา โดยนำแบบสอบถามเก็บด้วยตัวเองและผู้ช่วยนักวิจัย พร้อมทั้งชี้แจงรายละเอียด

3.3 จากการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยได้แจกแบบสอบถามไปจำนวน 354 ชุด ได้รับแบบสอบถามกลับคืนมา 354 ชุด คิดเป็น 100 เปอร์เซ็นต์

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 วิเคราะห์ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ใช้สถิติเชิงพรรณนา โดยการหาค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)

4.2 ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.)

4.3 การทดสอบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระกับตัวแปรตาม โดยใช้สถิติ t-test สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 2 กลุ่มและใช้สถิติ One-way ANOVA สำหรับเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างตัวแปรอิสระที่มี 3 กลุ่มขึ้นไป และหากพบว่ามี ความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับนัยสำคัญ 0.05

ผลการวิจัย (Research Results)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน และระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก จำแนกรายด้าน

การมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการมีส่วนร่วม	อันดับ
1. ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ	3.43	0.93	ปานกลาง	1
2. ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ	3.02	0.82	ปานกลาง	3
3. ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์	3.21	0.90	ปานกลาง	2
4. ด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล	2.81	0.91	ปานกลาง	4
รวม	3.12	0.89	ปานกลาง	-

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมในการทำแผนชุมชนของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก ในภาพรวมรายด้านอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}$ =3.12, S.D.= 0.89) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านเรียงลำดับค่าเฉลี่ย ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ($\bar{X}$ =3.43, S.D.= 0.93) ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ($\bar{X}$ =3.21, S.D.= 0.90) ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ($\bar{X}$ =3.02, S.D.= 0.82) และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล ($\bar{X}$ =2.81, S.D.= 0.91)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก

ตารางที่ 2 ผลการเปรียบเทียบความแปรปรวนระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนการจัดทำแผนชุมชน จำแนกตามเพศ

เพศ	จำนวน	$\bar{X}$	S.D.	T	Sig
ชาย	182	3.16	.48	1.11	.52
หญิง	172	3.11	.48		

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 2 พบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก ไม่แตกต่างกัน และผลเปรียบเทียบเพศชายและเพศหญิง พบว่า ค่า $t = 1.11$ และค่า Sig. = .52 ซึ่งไม่แตกต่างกัน ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนที่มีเพศต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน ไม่แตกต่างกัน

ตารางที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแปรปรวนระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนการจัดทำแผนชุมชน จำแนกตามอายุ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	3	5.68	1.89	8.63	.00*
ภายในกลุ่ม	350	76.75	.21		
รวม	353				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 3 พบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกัน และผลวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างอายุของประชาชนกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน พบว่า ค่า $F = 8.63$ และค่า Sig. = .00 แตกต่างกัน ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 4 ผลการเปรียบเทียบความแปรปรวนระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนการจัดทำแผนชุมชน จำแนก ระดับการศึกษา

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	4	2.85	.71	3.13	.01*
ภายในกลุ่ม	349	79.58	.22		
รวม	353				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 4 พบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกัน และผลวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างระดับการศึกษาของประชาชนกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน พบว่า ค่า $F = 3.13$ และค่า Sig. = .01 แตกต่างกัน ประชาชนที่มีระดับการศึกษาต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

ตารางที่ 5 ผลการเปรียบเทียบความแปรปรวนระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนการจัดทำแผนชุมชน จำแนกตามอาชีพ

แหล่งความแปรปรวน	df	SS	MS	F	Sig
ระหว่างกลุ่ม	4	8.86	2.21	10.51	.00*
ภายในกลุ่ม	349	73.57	.21		
รวม	353				

** มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

จากตารางที่ 5 พบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก แตกต่างกัน และผลวิเคราะห์ความแปรปรวนระหว่างอาชีพของประชาชนกับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน พบว่า ค่า $F = 10.51$ และค่า $Sig. = .00$ แตกต่างกัน ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชน แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

สรุปผลการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก สามารถสรุปผลการศึกษาดังต่อไปนี้

1. ผลการศึกษาค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 สามารถสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน พบว่า โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า อยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับ ดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล

2. ผลการศึกษาค้นพบตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 สามารถสรุปได้ว่า การเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน จำแนกตามเพศ พบว่า ไม่แตกต่างกัน และจำแนกตาม อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ พบว่า แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. จากการวิจัยการมีส่วนร่วมในการทำแผนชุมชนของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก ในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ผลการศึกษาค้นพบ การมีส่วนร่วมในการทำแผนชุมชนของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก พบว่า ภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งสอดคล้องกับศราวุฒิ ดาวกรงแก้ว (2563: 81) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร พบว่า โดยรวมอยู่ระดับปานกลาง เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่าอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน เรียงลำดับดังนี้ ด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในผลประโยชน์ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล สอดคล้องกับงานวิจัยของลัดดาวรรณ นนปะติ (2559: 290) ได้ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม ผลการวิจัยพบว่า ระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นอยู่ในระดับปานกลาง และเมื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่น ตามปัจจัยคุณลักษณะพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศ อายุ อาชีพ ระยะเวลาที่มีภูมิลำเนาในพื้นที่ รายได้มีผลต่อระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นในระดับที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับการศึกษาของอดิสรณ์ ขัดสีโส (2551: บทคัดย่อ) ที่พบว่า การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นในอำเภอยางตลาด จังหวัดเชียงใหม่ แม้จะกำหนดให้ประชาชนมีส่วนร่วมในกิจกรรมต่างๆ ได้แก่ การตัดสินใจคัดเลือกโครงการ กิจกรรม เสนอปัญหา มีส่วนร่วมในกิจกรรมการพัฒนาท้องถิ่น การทำประชาคม มีส่วนร่วมในการให้บริการสาธารณะ มีส่วนร่วมในการติดตามประเมินผล ตรวจสอบการทำงานขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น แต่ทั้งหมดประชาชนก็ทำในบางครั้งเท่านั้น

2. การเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน จำแนกตาม เพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ

2.1 ผลการศึกษาวิจัย ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมในการทำแผนชุมชนของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก ไม่แตกต่างกัน ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของ กัญญาณีย์ กาฬภักดี (2557: 48) เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูดตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีเพศต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

2.2 ผลการศึกษาวิจัย ประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการตัดสินใจ ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐวิภา วาบา (2553: 48) ในการศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนชุมชน: ศึกษากรณี ตำบลยะรมอำเภอบาง จังหวัดยะลาการวิเคราะห์ความแปรปรวนเพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างระดับการมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนชุมชน ตำบลยะรม ตามตัวแปรอายุ พบว่า ผู้นำชุมชนที่มีอายุต่างกันมีระดับการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .06 และประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาณีย์ กาฬภักดี (2557: 49) เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีอายุต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด ไม่แตกต่างกัน

2.3 ผลการศึกษาวิจัย ประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ และด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ ไม่แตกต่างกัน และประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนที่มีอายุแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของอภิวัฒน์ ปะกัทธ (2553: 68) ศึกษาเรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์ ผลการศึกษพบว่า ประชาชนที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนในเขตเทศบาลแตกต่างกัน ความคิดเห็นของผู้วิจัย อาจเป็นเพราะประชาชนที่มีช่วงการศึกษาต่างกัน ทำให้เรื่องของคุณรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับจัดทำแผนชุมชน และคุณประโยชน์ของการจัดทำแผนชุมชนไม่เท่ากัน

2.4 ผลการศึกษาวิจัย ประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนที่มีอาชีพแตกต่างกัน มีระดับการมีส่วนร่วมในด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ ด้านการมีส่วนร่วมในการปฏิบัติ ด้านการมีส่วนร่วมในการรับผลประโยชน์ และด้านการมีส่วนร่วมในการประเมินผล แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของกัญญาณีย์ กาฬภักดี (2557: 54) เรื่อง การมีส่วนร่วมของประชาชนในจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด ผลการวิจัยพบว่า ประชาชนที่มีอาชีพต่างกันมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอลองใหญ่ จังหวัดตราด แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

การศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตพื้นที่ตำบลวังอิทก อำเภอบางระกำ จังหวัดพิษณุโลก จากการศึกษาเปรียบเทียบการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน

จำแนกตามเพศ ไม่แตกต่างกัน และอายุ ระดับการศึกษา อาชีพแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ข้อค้นพบจากการศึกษาการมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน พบว่า ส่วนใหญ่ประชาชนให้ความสำคัญกับประเด็นด้านการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจในการจัดทำแผนชุมชน ดังนั้น การมีส่วนร่วมของประชาชนเป็นหัวใจของงานพัฒนาชุมชนท้องถิ่น โดมนัยหลักของการมีส่วนร่วมโดยเฉพาะการมีส่วนร่วมในการตัดสินใจ สามารถนำข้อมูลที่ได้รับนำไปสู่การปฏิบัติส่งเสริมสนับสนุนโครงการหรือกิจกรรมในแผนชุมชนที่เป็นประโยชน์ที่ประชาชนจะได้รับต่อไป

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัย พบว่า การวิจัยการมีส่วนร่วมในการจัดทำแผนชุมชนของประชาชนในเขตพื้นที่องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทกในภาพรวมอยู่ในระดับปานกลาง องค์การบริหารส่วนตำบลควรให้ความสำคัญในการสร้างเวทีประชาคมให้ประชาชนมีส่วนร่วมรับรู้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับแผนพัฒนาของชุมชน และให้ประชาชนมีส่วนร่วมทั้งในด้านการตัดสินใจ ปฏิบัติ การรับผลประโยชน์ และการประเมินผล

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ควรมีการวิจัยเชิงคุณภาพเพื่อให้ได้ข้อมูลเชิงลึกขึ้นโดยการสัมภาษณ์ เพื่อให้ได้คำตอบที่สะท้อนถึงปัญหาและอุปสรรคของการเข้ามามีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในภาพรวมอย่างแท้จริง

เอกสารอ้างอิง (References)

- กัญญาณัณย์ กาฬักดี. (2557). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนบ้านไม้รูด ตำบลไม้รูด อำเภอกลองใหญ่ จังหวัดตราด. รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการภาครัฐและภาคเอกชน. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ณัฐวิภา วาบา. (2553). การมีส่วนร่วมของผู้นำชุมชนในการจัดทำแผนชุมชน: ศึกษากรณีตำบลยะรม อำเภอบาง จังหวัดยะลา. งานนิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารทั่วไป. วิทยาลัยการบริหารรัฐกิจ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- ลัดดาวรรณ นนปะติ. (2559). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาขององค์การปกครองส่วนท้องถิ่น : กรณีศึกษาองค์การบริหารส่วนตำบลวัดละมุด อำเภอนครชัยศรี จังหวัดนครปฐม. วารสารการบริหารปกครอง (Governance Journal). 5(2): 289-305.
- ศราวดี ดาวกรงแก้ว. (2563). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชน: กรณีศึกษาเขตประเวศ กรุงเทพมหานคร. วารสารรัชต์ภาคย์ สถาบันรัชต์ภาคย์. 14(37): 80-93.
- สถาบันการพัฒนาและบูรณาการแผนชุมชน. (2553). แนวคิดทฤษฎี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://digital_collect.lib.buu.ac.th/dcims/files/55930235.pdf. สืบค้นเมื่อวันที่ 3 เมษายน 2565.
- สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2560). แผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564). กรุงเทพฯ: สำนักงานคณะกรรมการพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ.
- อดิสรณ์ ขัดสีโส. (2551). การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนพัฒนาท้องถิ่นในอำเภอเชียงดาว จังหวัดเชียงใหม่. รัฐประศาสนศาสตร บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- อภิวัฒน์ ปะกิทัง. (2553). **การมีส่วนร่วมของประชาชนในการจัดทำแผนชุมชนในเขตเทศบาลเมืองกาฬสินธุ์**. วิทยานิพนธ์รัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานโยบายสาธารณะ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยมหาสารคาม.
- องค์การบริหารส่วนตำบลวังอิทก. (2561). **แผนพัฒนาท้องถิ่น (พ.ศ.2561-2565)**. อบต.วังอิทก: พิษณุโลก.
- Cohen, J. M., & Uphoff, N. T. (1980). **Participations place in rural development: Seeking clarity through specificity**. New York: World Developments
- Krejcie, R. V. & Morgan, D. W. (1970). **Determining Sample Size for Research Activities**. Educational and Psychological Measurement, 30(3), pp. 607-610.

**คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน
บริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด**
**Quality of Work Life Affecting Organizational Commitment of Employees
of Jet Steel and Service Company Limited**

วัชรกร หนูเกื้อ¹ สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ²
Watcharakorn Nookue, Sutham Lertpongprasert

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด 2) ศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด 3) ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด และ 4) ศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม ประชากรที่ใช้ในการวิจัยจำนวน 54 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (One-Way ANOVA) ทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ การทดสอบความสัมพันธ์ด้วยสถิติการวิเคราะห์ถดถอยพหุคูณ

ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตการทำงานโดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน ระดับความผูกพันต่อองค์กรพบว่า โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน

ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุ ระดับการศึกษาและสถานภาพสมรส ที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ส่วนคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานด้าน โอกาสการพัฒนาใช้ศักยภาพของบุคคลและความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กร

คำสำคัญ (Keywords) : คุณภาพชีวิตการทำงาน; ความผูกพันต่อองค์กร; พนักงานบริษัท

Abstract

The purposes of the research article were: to 1) study the quality of work life of employees of Jet Steel and Service Company Limited; 2) study the level of organizational commitment of employees of Jet Steel and Service Company Limited; 3)

Received: 2022-11-25 Revised: 2022-12-10 Accepted: 2022-12-12

¹ นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก Master Degree Student in Master of Arts, Department of Organization Management, Krirk University. E-mail: watcharakorn.eak@gmail.com.

² อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก Advisor and Fulltime Lecturer, Master of Art Program, Faculty of Liberal of Arts, Krirk University. E-mail: sutham 2498@hotmail.com.

study the personal factors on organizational commitment of employees of Jet Steel and Service Company Limited; and 4) study the quality of work life that affects the organizational commitment of employees of Jet Steel and Service Company Limited. The research instrument was a questionnaire. The population used in this research was 54 employees. The statistical methods used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test (One-Way ANOVA), Scheffe's and multiple regression analysis.

The results of the research found that the overall level of quality of work life was at a high level. With consideration of each aspect, it was found that at a high level in all aspects. The level of commitment to the organization overall was at a high level. With consideration of each aspect, it was a high level in all aspects.

The hypothesis testing results revealed that individual factors (age, education level, and marital status) had different effects on organizational commitments. The employees' work life quality in terms of opportunities, development of human potential, and the work balance with other aspects affect organizational commitment.

Keywords: quality of work life; commitment to organization; employees

บทนำ (Introduction)

คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานเป็นความรู้สึกของบุคลากรหรือพนักงานในองค์กร ซึ่งได้รับมาจากประสบการณ์ในการทำงานของพวกเขา ถ้าพวกเขาได้รับประสบการณ์เชิงบวกจะทำให้พวกเขามีความพึงพอใจและมีความสุขในการทำงานและมีสุขภาพจิตที่สมบูรณ์ ดังนั้น คุณภาพชีวิตในการทำงานจึงเป็นการตอบสนองความต้องการและความคาดหวังของบุคลากร ซึ่งจะส่งผลต่อองค์กรในรูปแบบต่าง ๆ กล่าวคือหากองค์กรใดมีสมาชิกที่มีคุณภาพชีวิตในการทำงานต่ำย่อมจะก่อให้เกิดปัญหาตามมามากมาย เช่น ความไม่พึงพอใจในตัวเอง การถ่วงงาน การลดลงของผลผลิตมีพฤติกรรมในองค์กรเป็นไปในทางลบ ตลอดจนถึงมีการลาออกจากองค์กร ซึ่งก่อให้เกิดความสูญเสียต่อองค์กรในทางตรงกันข้ามหากมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดีบุคลากรจะเกิดความรู้สึกพึงพอใจในการปฏิบัติงานและปฏิบัติอย่างมีประสิทธิภาพ (Rose, beh, Uli & Idris, 2006: 61-67)

ความผูกพันต่อองค์กรก็คือทัศนคติทางความรู้สึกของบุคคลที่มีต่อองค์กรโดยมีการยอมรับในเป้าหมายต่าง ๆ ค่านิยมขององค์กรพร้อมที่จะทุ่มเทความสามารถเพื่อองค์กรมีความจงรักภักดีจะแสดงพฤติกรรมที่บุคลากรในองค์กรมีค่านิยมที่กลมกลืนกันสมาชิกอื่น ๆ ได้แสดงตนเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันกับองค์กรและเต็มใจที่จะอุทิศกำลังกายและกำลังใจเพื่อเข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ที่องค์กรได้จัดขึ้น (สุพานี สฤกษ์วานิช, 2559: 25) ความผูกพันเป็นทัศนคติที่สำคัญอย่างยิ่งสำหรับองค์กร ไม่ว่าจะเป็นองค์กรแบบใด เพราะความผูกพันเป็นตัวเชื่อมระหว่างมโนภาพของการจินตนาการของมนุษย์กับจุดหมายขององค์กร ทำให้ผู้ปฏิบัติงานมีความรู้สึกเป็นส่วนหนึ่งขององค์กรและเป็นผู้ที่มีส่วนเสริมสร้างสุขภาพและความเป็นอยู่ที่ดีของคนในองค์กร (Buchanan, 1974: 533-546) ดังนั้น การส่งเสริมให้บุคลากรมีความผูกพันต่อองค์กรเกิดจากปัจจัยที่แตกต่างกัน สำหรับความผูกพันต่อองค์กรด้านจิตเจ้านั้น

เกิดจากประสบการณ์ทางบวกในการทำงาน ได้แก่ สภาพการทำงานและการบรรลุในความคาดหวัง ส่วนความผูกพันด้านความคงอยู่นั้นมีปัจจัยที่ส่งผลก็คือบุคลากรมีความผูกพันต่อองค์การด้านการคงอยู่จะคำนึงถึงสวัสดิการที่ได้รับจากการทำงานในองค์การและตำแหน่งที่ว่างในองค์การและปัจจัยที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การด้านบรรทัดฐานก็คือ เป็นความสำนึกในภาวะผูกพันต่อองค์การมาจากค่านิยมส่วนบุคคล

การที่พนักงานในองค์การมีคุณภาพชีวิตการทำงานที่ดีจะก่อให้เกิดความผูกพันต่อองค์การ (Hackman and Suttle, 1977: 123-138; Huse and Cumming, 1985: 135-143; Eisenberger, 1990: 52) คือ สร้างความพึงพอใจในการทำงานของพนักงานในทุกระดับไม่ว่าจะเป็นระดับปฏิบัติการหรือระดับผู้บริหารที่มีต่อองค์การ อันเป็นผลมาจากการดูแลเอาใจใส่และให้ความสำคัญต่อพนักงานในฐานะเป็นทรัพยากรมนุษย์ที่สำคัญ ซึ่งคุณภาพชีวิตการทำงานคือ สภาพการทำงานที่ส่งผลต่อความรู้สึกของผู้ปฏิบัติงานอยู่ภายใต้การทำงานที่เหมาะสมกับความรู้ความสามารถของตนเอง รวมถึงสภาพแวดล้อมการทำงานที่ดี มีความปลอดภัยอันจะส่งผลต่อขวัญและกำลังใจในการทำงาน ทำให้เกิดการทำงานอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และมีความผูกพันต่อองค์การด้วย

บริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ซึ่งเป็นบริษัทผู้ผลิตและจัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์เหล็ก วัสดุอุปกรณ์และงานก่อสร้าง ตั้งอยู่ในเขตจังหวัดสมุทรปราการ เป็นบริษัทหนึ่งที่คำนึงถึงความสำคัญของคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน เพราะบริษัทถือว่าพนักงานทุกคนทุกระดับที่ปฏิบัติงานภายในบริษัทนั้นเป็นกำลังสำคัญในการผลักดันให้บริษัทเจริญเติบโตต่อไป ซึ่งนอกเหนือจากการเสริมสร้างกำลังใจให้พนักงาน การปรับเงินเดือน การเลื่อนตำแหน่งหรือพิจารณาให้เงินพิเศษประจำปีแล้วสิ่งสำคัญประการหนึ่งที่จะทำให้พนักงานสามารถปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและได้ประสิทธิผลคือพนักงานมีคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ดี

จากเหตุผลดังกล่าวข้างต้น ผู้ศึกษาในฐานะที่เป็นประธานบริษัท จึงสนใจที่จะศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ว่ามีคุณภาพชีวิตในการทำงานอยู่ในระดับใด และมีปัจจัยใดบ้างที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตในการทำงาน ซึ่งจะส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์การ เพื่อที่จะเป็นแนวทางในการส่งเสริมและพัฒนาคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ที่ต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
2. เพื่อศึกษาระดับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
3. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด
4. เพื่อศึกษาคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

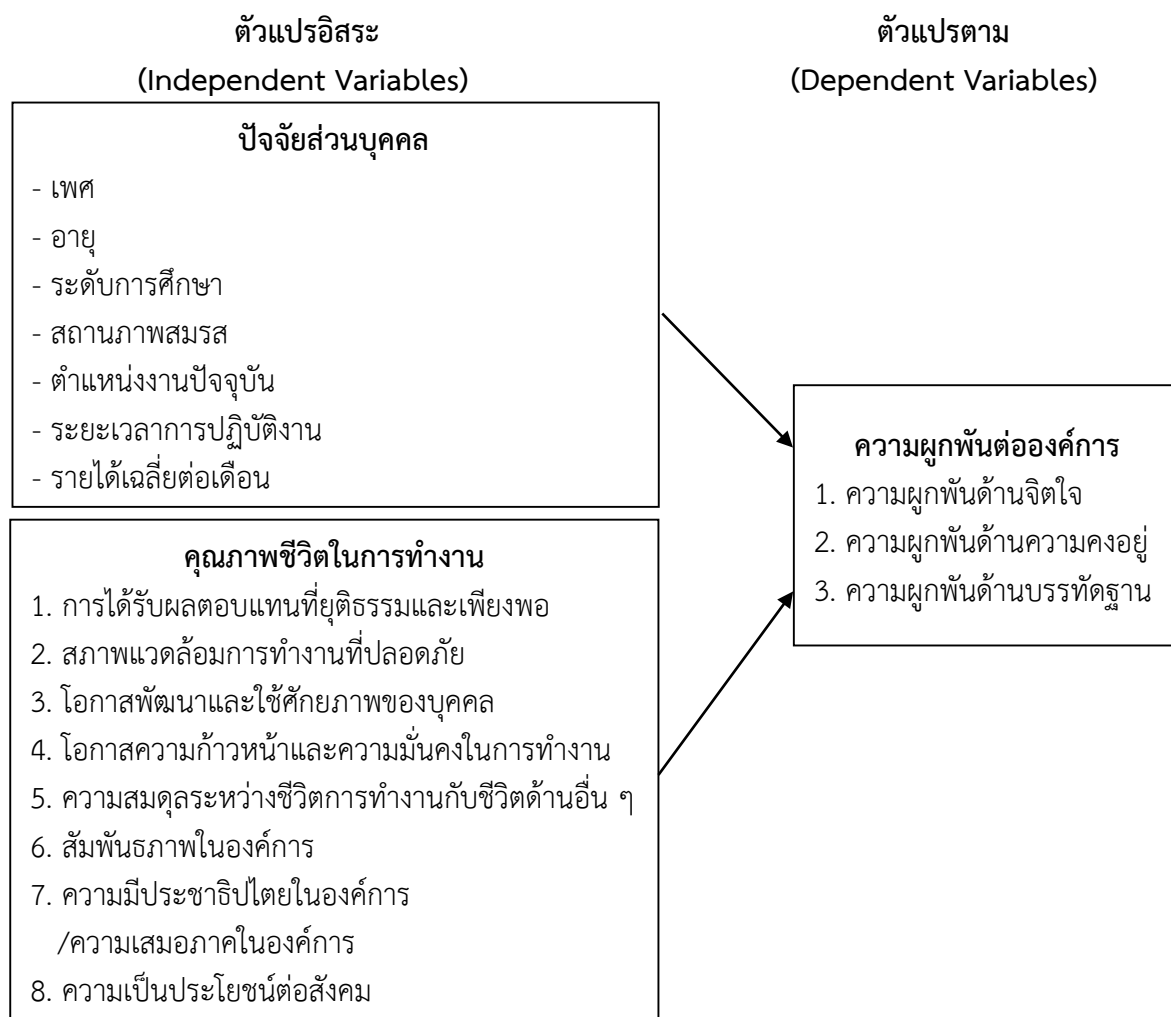
สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานข้อที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกัน ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานข้อที่ 2 คุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

กรอบแนวคิดการวิจัย (Conceptual Framework)

การศึกษาเรื่อง คุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ผู้วิจัยได้ศึกษาแนวคิด ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ผู้วิจัยได้นำเอาแนวคิด และทฤษฎีของ Richard E. Walton (1974: 12-16) และ Mayer & Allen (1997: 201-209) มาสร้างเป็นกรอบแนวคิดการวิจัยได้ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลและปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

1.2 ขอบเขตด้านประชากร

การศึกษานี้ศึกษาจากประชากรทั้งหมด คือ พนักงานทุกระดับของบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ทั้งหมด 54 คน โดยไม่มีการกำหนดขนาดของกลุ่มตัวอย่างและการสุ่มตัวอย่าง

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ผู้ศึกษาทำการเก็บข้อมูลจากพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด ในเขตพื้นที่อำเภอบางพลี จังหวัดสมุทรปราการ

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา การศึกษาวิจัยครั้งนี้ดำเนินการตั้งแต่วันที่เดือนเมษายน ถึงเดือนมิถุนายน พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยคือแบบสอบถาม (Questionnaires) โดยแบ่งออกเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งปัจจุบัน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน ได้แก่ ผลตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ สภาพแวดล้อมการทำงานที่มีความปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ โอกาสการพัฒนาและใช้ศักยภาพของบุคคล โอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงาน ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ สัมพันธภาพในองค์กร การมีประชาธิปไตยในองค์กร/ความเสมอภาค และความเป็นประโยชน์ต่อสังคม ลักษณะแบบสอบถาม เป็นแบบชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับประยุกต์มาจาก Likert Scale

การกำหนดค่าของระดับความสำคัญของระดับคุณภาพชีวิตการทำงาน

คะแนน	ระดับความสำคัญ
5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง น้อยที่สุด

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร ได้แก่ ความผูกพันด้านจิตใจ ความผูกพันด้านการคงอยู่ ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ลักษณะแบบสอบถามเป็นแบบชนิดมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) มี 5 ระดับ ซึ่งประยุกต์มาจาก Likert Scale

การกำหนดค่าของระดับความสำคัญของความผูกพัน

คะแนน	ระดับความผูกพัน
5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก

3	หมายถึง	ปานกลาง
2	หมายถึง	น้อย
1	หมายถึง	น้อยที่สุด
เกณฑ์การแปลความหมายของค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$)		
ระดับ	ช่วงคะแนน	ระดับความสำคัญ
5	4.21 – 5.00	มากที่สุด
4	3.41 – 4.20	มาก
3	2.61 – 3.40	ปานกลาง
2	1.81 – 2.60	น้อย
1	1.00 – 1.80	น้อยที่สุด

ที่มา: ธาณินทร์ ศิลป์จารุ (2553: 75)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ผู้วิจัยดำเนินการเก็บข้อมูลโดยการแจกแบบสอบถามให้กับพนักงานของบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด รวมจำนวนทั้งสิ้น 54 ชุด พร้อมทั้งเก็บรวบรวมแบบสอบถามกลับคืนด้วยตนเอง

3.2 ผู้วิจัยรวบรวมแบบสอบถามที่ได้รับกลับคืนมา ตรวจสอบความเรียบร้อยและความสมบูรณ์ถูกต้องแล้วนำไปดำเนินการวิเคราะห์ข้อมูลและสรุปผลการวิจัยต่อไป

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ลงรหัสข้อมูลแบบสอบถามที่ผ่านการตรวจสอบ

4.2 วิเคราะห์แบบสอบถามโดยใช้คอมพิวเตอร์ด้วยโปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติ

4.3 นำผลการวิเคราะห์ข้อมูลมาสรุปและนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางและความเรียงสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (μ) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (σ)

สถิติที่ใช้ทดสอบสมมติฐาน เป็นสถิติเชิงอนุมาน ได้แก่ t-test Independent, F-test (One-Way ANOVA) ในกรณีพบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ จึงทำการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีของเชฟเฟ (Scheffe's Method) การทดสอบความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระหลายตัว ที่มีผลต่อตัวแปรตามตัวเดียว โดยใช้สถิติการวิเคราะห์ความถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ปัจจัยส่วนบุคคลของพนักงาน	ร้อยละ (ส่วนใหญ่)
เพศชาย	77.78
อายุ 20 - น้อยกว่า 30 ปี	40.74
การศึกษาต่ำกว่าปริญญาตรี	53.70
สถานภาพโสด	57.40
ตำแหน่งงานปัจจุบัน พนักงานทั่วไประดับปฏิบัติการ	77.78
ระยะเวลาการปฏิบัติงาน 1 - น้อยกว่า 5 ปี	88.89
รายได้เฉลี่ยต่อเดือน น้อยกว่า 14,000 บาท	48.15

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ เป็นเพศชาย อายุ 20 - น้อยกว่า 30 ปี การศึกษาระดับต่ำกว่าปริญญาตรี สถานภาพโสด ตำแหน่งงานปัจจุบัน เป็นพนักงานทั่วไประดับปฏิบัติการ ระยะเวลาในการปฏิบัติงานตั้งแต่ 1 - น้อยกว่า 5 ปี และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนน้อยกว่า 14,000 บาท

2. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน

ตารางที่ 2 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด

ข้อ	ปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงาน	ระดับคุณภาพชีวิต		
		μ	σ	ระดับ
1	ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ	3.44	0.87	มาก
2	สภาพสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ	3.92	0.85	มาก
3	โอกาสพัฒนาและใช้ศักยภาพของบุคคล	3.81	0.80	มาก
4	โอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน	3.58	0.82	มาก
5	ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ	4.19	0.57	มาก
6	สัมพันธภาพในองค์กร	4.08	0.74	มาก
7	ความมีประชาธิปไตย/ความเสมอภาคในองค์กร	3.43	0.84	มาก
8	ความมีประโยชน์ต่อสังคม	3.86	0.65	มาก
	รวม	3.79	0.58	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญเกี่ยวกับคุณภาพชีวิตการทำงาน โดยรวมมีค่าเฉลี่ย 3.79 อยู่ในระดับมาก และพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า อยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ ค่าเฉลี่ย 4.19 รองลงมาคือ สัมพันธภาพในองค์กร ค่าเฉลี่ย 4.08 ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพ ค่าเฉลี่ย 3.92 ด้านความมีประโยชน์ต่อสังคม ค่าเฉลี่ย 3.86 ด้านโอกาสพัฒนาและใช้ศักยภาพของบุคคลค่าเฉลี่ย 3.81 ด้านโอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในงาน ค่าเฉลี่ย 3.58 ด้าน

ค่าตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ค่าเฉลี่ย 3.44 และด้านสุดท้ายคือ ด้านความมีประชาธิปไตย/ความเสมอภาคในองค์กร ค่าเฉลี่ย 3.43 ตามลำดับ

3. การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับความผูกพันต่อองค์กร

การวิเคราะห์ข้อมูลเกี่ยวกับการผูกพันต่อองค์กรโดยพิจารณาจากค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน สามารถสรุปผล ดังนี้

ตารางที่ 3 แสดงภาพรวมค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานด้านความผูกพันต่อองค์กร

ข้อ	ความผูกพันต่อองค์กร	ระดับความผูกพัน		
		μ	σ	ระดับ
1	ด้านจิตใจ	3.74	1.01	มาก
2	ด้านการคงอยู่	3.92	0.82	มาก
3	ด้านบรรทัดฐาน	3.88	0.84	มาก
	รวม	3.85	0.87	มาก

จากตารางที่ 3 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้ความสำคัญเกี่ยวกับความผูกพันโดยรวมอยู่ในระดับมาก ค่าเฉลี่ย 3.85 เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือด้านการคงอยู่ค่าเฉลี่ย 3.92 รองลงมาคือ ด้านบรรทัดฐาน ค่าเฉลี่ย 3.88 และด้านสุดท้ายคือ ด้านจิตใจ ค่าเฉลี่ย 3.74 ตามลำดับ

4. ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน อายุที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน การศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน ตำแหน่งงานปัจจุบันที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน ระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน

5. ผลการทดสอบสมมติฐานด้านปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน พบว่า ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเองและความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ สามารถร่วมกันอธิบายความแปรปรวนของความผูกพันต่อองค์กรได้ร้อยละ 50 อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพตนเองมีค่า Sig 0.000 รองลงมาคือความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ มีค่า Sig 0.045 ค่า b ด้านโอกาสในการพัฒนาและการใช้ศักยภาพของตนเอง (0.613) หมายความว่าเมื่อค่าโอกาสในการพัฒนาและใช้ศักยภาพของตนเองเพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.613 หน่วย ค่า b ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ (0.356) หมายความว่าเมื่อค่าความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นๆ เพิ่มขึ้น 1 หน่วย มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรเพิ่มขึ้น 0.356 หน่วย

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากการศึกษาวิจัยคุณภาพชีวิตการทำงานที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สติล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด สามารถอภิปรายผลการวิจัยได้ ดังนี้

1. การศึกษาระดับคุณภาพชีวิตการทำงานของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด พบว่า พนักงานให้ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานในภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของ พิชัย บังหมัด (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานที่ปฏิบัติงานในธุรกิจสำรวจและผลิตปิโตรเลียม ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงาน โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก

2. ระดับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของบรรเทิง ศรีอาจ (2558) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอสเคโพลีเมอร์ จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอสเคโพลีเมอร์ จำกัด ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก

3. การวิเคราะห์สมมติฐานปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา สถานภาพสมรส ตำแหน่งงานปัจจุบัน ระยะเวลาการปฏิบัติงาน และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ที่แตกต่างกันมีผลต่อความผูกพันที่แตกต่างกัน มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

3.1 ด้านเพศ ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า เพศของพนักงานที่ต่างกันมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของปาริชาติ เปียรักใคร่ (2561) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการ บริษัท เอ็น อี ซี โทคิน อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า พนักงานที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศที่ต่างกัน ส่งผลให้ระดับความผูกพันต่อองค์กรไม่แตกต่างกัน เป็นการปฏิเสธสมมติฐานทั้งนี้เพราะว่าไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชายต้องปฏิบัติงานตามหน้าที่ที่ตนเองรับผิดชอบด้วยความตั้งใจและตั้งใจให้งานเป็นไปตามเป้าหมายขององค์กรที่วางไว้ทุกเพศล้วนมีเป้าหมายเดียวกันคือต้องการให้องค์กรประสบความสำเร็จและต้องการเห็นองค์กรเจริญเติบโตเพื่อความยั่งยืนในชีวิตการทำงาน

3.2 อายุที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อุดมบุษรา (2556) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพิมพ์อาสารักขาตินแดน กรมการปกครอง ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอายุที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 อาจเป็นเพราะพนักงานที่มีอายุมากจะมีวุฒิภาวะและการตัดสินใจที่สุ่มรอบคอบมากกว่า มีความรับผิดชอบในหน้าที่การงานมากกว่า รวมถึงความต้องการความมั่นคงที่มากกว่า อีกทั้งมีสถานภาพทางเศรษฐกิจและครอบครัวแล้วทำให้พนักงานที่มีอายุมากเกิดความรู้สึกผูกพันกับองค์กรและต้องการใช้ความรู้ความสามารถที่มีอยู่ให้กับองค์กรอย่างเต็มกำลังและไม่ต้องการที่จะออกจากองค์กรเพื่อไปเป็นสมาชิกร่วมกับองค์กรอื่น

3.3 ระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อุดมบุษรา (2556) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพิมพ์อาสารักขาตินแดน กรมการปกครอง ผลการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระดับการศึกษาที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์กรที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่กำหนดไว้ ทั้งนี้เป็นเพราะว่าวุฒิการศึกษาแตกต่างกัน จะมีตำแหน่งหน้าที่งานที่แตกต่างกัน ซึ่งแต่ละตำแหน่งหน้าที่ก็เป็นไปตามความสามารถและความถนัดของแต่ละบุคคล

3.4 สถานภาพสมรสที่แตกต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 สอดคล้องกับงานวิจัยของพาสนา เจื่อนาค (2555) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงาน: กรณีศึกษาสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ทหาร (ฝ่ายสหรัฐอเมริกา) พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 โดยพนักงานที่มีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกทาง มีระดับความผูกพันต่อองค์การสูงที่สุด อาจเป็นเพราะพนักงานที่สมรสแล้วและมีสถานภาพหม้าย/หย่าร้าง/แยกทาง มีความต้องการความมั่นคงในอาชีพและมีสภาพเศรษฐกิจในครอบครัวที่ต้องรับผิดชอบเพิ่มมากขึ้นไม่ต้องการให้องค์การเลิกกิจการเพราะจะทำให้ตนเองและครอบครัวขาดรายได้จนเจอหรือไปเป็นสมาชิกใหม่ให้องค์การอื่น ซึ่งเป็นการเริ่มต้นใหม่ทุกอย่าง ส่วนคนที่มีสถานภาพโสดนั้นมีความเป็นอิสระของสถานภาพส่วนบุคคลมีความเป็นส่วนตัวมากและอาจมีสภาพเศรษฐกิจในครอบครัวที่ไม่ต้องรับผิดชอบต่อใคร ไม่มีการผูกพันกับบุคคลอื่น มีสภาพคล่องตัวสูง

3.5 ตำแหน่งงานปัจจุบันที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภรัฐ อัครวิฑูรวงศ์ (2559) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ซินโดม อิเล็กทรอนิกส์ อินดัสตรี จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านตำแหน่งของพนักงานที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะการมีตำแหน่งงานแต่ละตำแหน่งที่แตกต่างในแต่ละระดับต่างก็ปฏิบัติหน้าที่ของตนตามตำแหน่งที่ได้รับการแต่งตั้งอย่างเต็มความสามารถและทุ่มเทให้กับองค์การเพื่อความก้าวหน้าถึงแม้จะมีตำแหน่งที่ต่างกันแต่ความผูกพันต่อองค์การนั้นมีแนวทางการปฏิบัติงานและบริหารเป็นไปในทิศทางเดียวกันคือความสำเร็จขององค์การ

3.6 ระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของศุภรัฐ อัครวิฑูรวงศ์ (2559) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์การของพนักงานบริษัท ซินโดม อิเล็กทรอนิกส์ อินดัสตรี จำกัด ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การ ไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะระยะเวลาในการปฏิบัติงานที่ต่างกัน ไม่ได้เป็นอุปสรรคในการเรียนรู้ การใช้เครื่องมืออุปกรณ์ในการทำงานและกระบวนการปฏิบัติงานและโรงงานมีการควบคุมคุณภาพมาตรฐานของสินค้าและเวลาในการควบคุมการผลิตจึงส่งผลให้ระยะเวลาการปฏิบัติงานที่ต่างกัน มีความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน

3.7 รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีผลต่อความผูกพันต่อองค์การไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐธยาน์ พฤษชัยนิมิต (2560) ศึกษาเรื่องคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานที่มีผลต่อความภักดีในองค์การของบริษัท กรณีศึกษาผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีความคิดเห็นต่อคุณภาพชีวิตการทำงานที่ส่งผลต่อความภักดีในองค์การโดยรวมและรายด้านไม่แตกต่างกัน ทั้งนี้อาจเป็นเพราะพนักงานยอมรับในผลตอบแทนที่ได้รับจากงานที่ตนเองรับผิดชอบและเกิดความพึงพอใจในผลตอบแทนหรือเงินเดือนค่าจ้างแต่อย่างใด และมีความคำนึงถึงความเหมาะสมและยุติธรรมเป็นหลัก จึงเกิดความผูกพันต่อองค์การอย่างไม่มี ความแตกต่างกันในแต่ละระดับรายได้

4. ผลการวิเคราะห์สมมติฐานปัจจัยคุณภาพชีวิตการทำงานมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เจ็ท สตีล แอนด์ เซอร์วิส จำกัด มีประเด็นที่สามารถนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

จากผลการวิจัยพบว่า ด้านโอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเองและความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่นมีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน ดังนี้

โอกาสในการพัฒนาศักยภาพของตนเองที่มีผลต่อความผูกพันต่อองค์กรอาจกล่าวได้ว่าเป็นเพราะงานที่พนักงานของบริษัท โดยส่วนใหญ่ปฏิบัติงานอยู่เป็นที่ยึดประจำอยู่ ซึ่งต้องอาศัยการฝึกฝนหรือได้รับการสอนงานในช่วงแรก ซึ่งต่อจากนั้นก็ทำเป็นประจำเพื่อให้เกิดความชำนาญในงาน ซึ่งเมื่อพนักงานทำไปนาน ๆ อาจจะเป็นงานที่รู้สึกว่ามันไม่ท้าทายและพนักงานทำอยู่ในส่วนงานนั้นตลอดไม่ได้มีการเปลี่ยนงานหรือหมุนเวียนงานหรือสลับหน้าที่ในงานใหม่ ๆ ที่ยังไม่เคยทำ ซึ่งอาจทำให้เกิดความรู้สึกว่าทำงานซ้ำซาก ไม่มีโอกาสในการพัฒนาหรือใช้ศักยภาพของตนเองในงานที่ทำผลของการวิจัย สอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อุดมบุษรา (2556) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงพิมพ์อสาารักชาติดินแดน กรมการปกครอง ผลจากการวิจัยพบว่าคุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์ทางบวกกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน

ความสมดุลระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่น อาจกล่าวได้ว่า การทำงานและการใช้ชีวิตส่วนตัวในระดับใกล้เคียงกันในเวลาว่างพวกพนักงานพร้อมที่จะทุ่มเทแรงกายแรงใจในการทำงานอย่างเต็มความสามารถเพื่อก่อนเหนือจากเวลาทำงานแล้วหวังว่าจะมีเวลาได้พักผ่อนส่วนตัวให้เวลากับครอบครัวและในสิ่งที่ชอบส่วนตัวอื่น ๆ ตามความต้องการส่วนบุคคลและตระหนักดีว่าการดำเนินชีวิตนั้นงานคือสิ่งสำคัญแต่ก็ไม่ใช่ทุกสิ่งทุกอย่างของการดำเนินชีวิต ซึ่งผลการวิจัยสอดคล้องกับงานวิจัยของณรงค์ อุดมบุษรา (2556) ได้ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน โรงพิมพ์อสาารักชาติดินแดน กรมการปกครอง ผลจากการวิจัยพบว่า คุณภาพชีวิตในการทำงานมีความสัมพันธ์กับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.01

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ความสำคัญของปัจจัยต่างๆ ที่ทำให้เกิดคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในองค์กร
2. ความคาดหวังต่อปัจจัยคุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานในองค์กรทุกระดับ
3. ปัจจัยด้านคุณภาพชีวิตในการทำงานกับระดับของความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานทุกระดับ

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ผลการวิจัยครั้งนี้ผู้ศึกษามีข้อเสนอแนะสำหรับผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการนำผลของการวิจัยไปใช้พัฒนาคุณภาพชีวิตการทำงานและความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานมี ดังนี้

คุณภาพชีวิตการทำงาน

1. ด้านผลตอบแทนที่ยุติธรรมและเพียงพอ ผู้บริหารควรพิจารณาทบทวนในเรื่องของการจ่ายค่าตอบแทนให้เหมาะสมกับค่าใช้จ่ายในสภาพเศรษฐกิจปัจจุบันที่พนักงานเผชิญอยู่

2. ด้านสภาพสิ่งแวดล้อมการทำงานที่ปลอดภัยและส่งเสริมสุขภาพผู้บริหารควรทบทวนและให้ความสำคัญเกี่ยวกับการดูแลสภาพแวดล้อมของสถานที่ทำงานให้มีความสะอาด เป็นระเบียบเรียบร้อยไม่มีมลพิษต่อสุขภาพอยู่เสมอ เพื่อสุขภาพที่ดีของพนักงาน

3. ด้านโอกาสการพัฒนาและใช้ศักยภาพของบุคคล ผู้บริหารควรให้การสนับสนุนบุคลากรที่ได้ใช้ฝีมือในการทำงาน ได้รับการพัฒนาทักษะความรู้ให้เกิดความเชี่ยวชาญยิ่งขึ้น เพื่อที่จะปรับปรุงกระบวนการทำงานเป็นการเพิ่มคุณภาพให้งานมากขึ้น และยังเป็นการช่วยลดต้นทุนของงานในด้านต่าง ๆ และลดระยะเวลาการทำงานที่จะเสียไป โดยไม่ต้องไปเพิ่มเวลาการทำงานล่วงเวลาอีกทั้งยังเป็นการช่วยเพิ่มผลกำไรได้อีกด้วย

4. ด้านโอกาสความก้าวหน้าและความมั่นคงในการทำงานผู้บริหารควรทบทวนในเรื่องของการสร้างความรู้สึกรักของพนักงานให้เกิดความรู้สึกรักว่าบริษัท ตำแหน่งงาน หน้าที่การงานที่ทำรวมไปถึงรายได้ที่ได้รับอยู่มีความมั่นคง

5. ด้านความสมดุล ระหว่างชีวิตการทำงานกับชีวิตด้านอื่น ผู้บริหารควรทบทวนและพิจารณาในเรื่องการจัดงานให้กับพนักงานให้เกิดการสมดุลระหว่างงานกับเวลาที่พนักงานต้องใช้เวลากับชีวิตส่วนตัวและครอบครัว โดยไม่เป็นอุปสรรคต่อการดำเนินชีวิตครอบครัวของพนักงาน ลดการเกิดปัญหาของครอบครัวและปัญหาส่วนตัวของพนักงาน

6. ด้านสัมพันธภาพในองค์กร ผู้บริหารควรทบทวนและให้ความสำคัญกับการมีสัมพันธภาพที่ดีต่อกันของพนักงานกับเพื่อนร่วมงาน เพื่อให้เกิดความสามัคคีกันปราศจากความขัดแย้งส่วนบุคคลและในงานที่ต้องมีการปฏิบัติร่วมกัน

7. ด้านความมีประชาธิปไตย/ความเสมอภาคในองค์กร ผู้บริหารควรให้ความสำคัญต่อความเป็นประชาธิปไตยของพนักงานในการเสนอเรื่องราวต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับงานที่ทำ สามารถแสดงความคิดเห็นต่าง ๆ ได้และการประเมินผลการปฏิบัติงานของพนักงานต้องเป็นไปอย่างยุติธรรมและมีความเท่าเทียมกัน

8. ด้านความมีประโยชน์ต่อสังคม ผู้บริหารควรทบทวนและควรให้ความสำคัญในเรื่องของการที่พนักงานควรมีโอกาสได้เข้าร่วมในกิจกรรมต่าง ๆ ของบริษัทที่เป็นประโยชน์ต่อสังคมอย่างสม่ำเสมอ

ความผูกพันต่อองค์กร

1. ความผูกพันด้านจิตใจ ผู้บริหารควรพิจารณาและให้ความสำคัญต่อความรู้สึกของพนักงานในด้านจิตใจ โดยเฉพาะอย่างยิ่งในเรื่องของความผูกพันและภักดีต่อองค์กร โดยไม่มองว่ารายได้ที่ได้รับเป็นอุปสรรคต่อการดำรงชีวิตและเกิดความคิดในทางที่ติดต่อกับองค์กร โดยถึงแม้ว่ามีบริษัทอื่น ๆ ที่ให้ผลตอบแทนสูงกว่าก็ไม่คิดที่จะออกไปทำงานกับบริษัทนั้น ๆ

2. ความผูกพันด้านการคงอยู่ ผู้บริหารควรทบทวนและปรับปรุงบรรยากาศในบริษัท ให้พนักงานเกิดความรู้สึกผูกพันกับบริษัทเป็นอย่างมากจนทำให้พนักงานทุกคนมีความพยายามที่จะทำงานให้กับบริษัทอย่างเต็มที่ โดยไม่คิดที่จะโยกย้ายไปทำงานที่อื่น ๆ

3. ความผูกพันด้านบรรทัดฐาน ผู้บริหารควรทบทวนและสร้างแนวทางและบรรยากาศที่ดีในบริษัทให้ประโยชน์ตอบแทนอย่างเต็มที่พนักงานไม่ต้องร้องขอด้วยความเอาใจใส่ต่อพนักงาน ทำให้พนักงานนั้นคิดเสมอว่าบริษัทนี้มีความหมายกับพวกเขามาก โดยที่พวกเขาไม่คิดจะเปลี่ยนที่ทำงานอยากจะทำงานอยู่บริษัทแห่งนี้จนเกษียณอายุตนเอง

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

2.1 ในการวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้แบบสอบถามและเป็นการประเมินจากการรับรู้ของพนักงาน ดังนั้น ในการวิจัยครั้งต่อไปควรทำการวิจัยเชิงคุณภาพ โดยใช้วิธีการสัมภาษณ์และมีการสังเกตพฤติกรรมของพนักงานไปด้วย ซึ่งอาจจะทำให้ผลการวิจัยที่ได้มีความสมบูรณ์มากขึ้น

2.2 ควรศึกษาเปรียบเทียบพนักงานในบริษัทอื่นที่ประกอบธุรกิจมีลักษณะใกล้เคียงกันด้วย เพื่อเปรียบเทียบผลการวิจัยในลำดับต่อไป

เอกสารอ้างอิง (References)

- ณรงค์ อุดมบุษรา. (2556). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานโรงพยาบาลอาสารักษาดินแดน กรมการปกครอง. การค้นคว้าอิสระปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทรัพยากรมนุษย์. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- ณัฐธยาน์ พฤษชัยนิมิตร. (2560). คุณภาพชีวิตในการทำงานของพนักงานที่ส่งผลต่อความภักดีในองค์กรของบริษัทกรณีศึกษา. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ธานีพร ศิลปจารุ. (2553). การวิจัยและวิเคราะห์ข้อมูลทางสถิติ SPSS. กรุงเทพฯ: วีอินเตอร์พรีนท์.
- บรรเทิง ศรีอาจ. (2558). คุณภาพชีวิตในการทำงานที่ส่งผลต่อความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท เอส เคโพลิเมอร์ จำกัด. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- ปาริชาติ เปียรักไคร้. (2561). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตในการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานฝ่ายปฏิบัติการบริษัท เอ็นอีซี โทคิน อิเล็กทรอนิกส์ ประเทศไทย จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- พาสนา เจื่อนาค. (2555). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงาน : กรณีศึกษาสถาบันวิจัยวิทยาศาสตร์การแพทย์ทหาร (ฝ่ายสหรัฐอเมริกา). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีปทุม.
- พิชัย บังหมัด. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างคุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ท่าอากาศยานไทย จำกัด (มหาชน) สำนักงานใหญ่ (ดอนเมือง). การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลธัญบุรี.
- ศุภรัฐ อัครวิฑูรวงศ์. (2559). คุณภาพชีวิตการทำงานกับความผูกพันต่อองค์กรของพนักงานบริษัท ซินโดม อิเล็กทรอนิกส์อินดัสตรี จำกัด. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏวไลยอลงกรณ์ในพระบรมราชูปถัมภ์.
- สุพานี สฤกษ์วานิช. (2559). พฤติกรรมองค์การสมัยใหม่ : แนวคิดและทฤษฎี. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.

- Buchanan, B. (1974). **Building Organizational Commitment: The Socialization of Managers in Work Organization**. *Administrative Science Quarterly*, 19: 533-546.
- Eisenberger, R. (1990). Perceived Organization Support and Employee Diligence Commitment and Innovation. *Journal of Psychology*. 75(1): 52.
- Hackman, R.J., & Suttle, L.J. (1977). **Improving Life at Work: Behavioral Science Approach to Organization Change**. Santa Monica, CA: Goodyear Publishing.
- Huse, E.F., & Cumming, T.G. (1985). **Organizational Development and Change**. (3rd ed.). St. Paul, MN: West.
- Mayer, J.P. & Allen, N.J. (1997). **Commitment in the Workplace: Theory, Research and Application**. Thousand Oak, CA: Sage Publication.
- Richard, E. Walton. (1974). Improving Quality of Work Life. *Harvard Business Review*. 15(5): 12-16.
- Rose, R.C., Beh, L.S., Uli, J. & Idris, K. (2006). Quality of Work Life: Implication of Career Dimension. *Journal of Social Sciences*. 2(2): 61-67.

พฤติกรรมและการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง
จังหวัดสมุทรปราการ

Behaviors and Decision in Buying Cosmetics of Consumers
in Mueang District, Samut Prakan Province

ณพิชญา หนูเกื้อ¹ สุธรรม เลิศพงษ์ประเสริฐ²
Napitchaya Nookue, Sutham Lertpongprasert

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 2) ศึกษาปัจจัยทางการตลาดกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ 3) เปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อ 4) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือแบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน, t-test, F-test (One-Way ANOVA) วิเคราะห์หาคู่ด้วยวิธี LSD, Chi-square และ Gramer's V.

ผลจากการวิจัยพบว่า 1) พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อ 1 ครั้ง/เดือน ครั้งละไม่เกิน 200 บาท รู้จักเครื่องสำอางจากสื่อโทรทัศน์ ซื้อเพราะเสริมบุคลิกภาพ ซื้อเครื่องสำอางประเภทแป้ง/แป้งฝุ่น ซื้อจากร้านค้าทั่วไป 2) ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านปัจจัยทางการตลาด โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก 3) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ส่วนใหญ่มีระดับการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน 4) ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลางถึงระดับต่ำ

คำสำคัญ (Keywords) : พฤติกรรมผู้บริโภค; การตัดสินใจ; เครื่องสำอาง

Abstract

The purposes of this research article were: 1) to study the cosmetics buying behavior of consumers in Mueang District, Samut Prakan Province; 2) to study the marketing factors and decision levels of consumers in buying cosmetics in Mueang District, Samut Prakan Province; 3) to compare the buying decision levels in buying cosmetics of consumers in Mueang District, Samut Prakan Province, classified by personal factors and buying

Received: 2022-11-25 Revised: 2022-12-10 Accepted: 2022-12-12

¹ นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก Master Degree Student in Master of Arts, Department of Organization Management, Krirk University. E-mail: napitchaya19@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก Advisor and Fulltime Lecturer, Master of Art Program, Faculty of Liberal of Arts, Krirk University. E-mail: sutham 2498@hotmail.com.

behavior; and 4) to study the relationship between personal factors and buying behavior of consumers in Mueang District, Samut Prakan Province. The research instrument was a questionnaire. The sample group consisted of 385 consumers. Statistics used in research were frequency, percentage, standard deviation, t-test, F-test (One-Way ANOVA), LSD, Chi-square and Gramer's V.

The results of the research revealed that 1) the consumers spent the most 200 bath a time on buying cosmetics once a month. They knew cosmetics information from televisions. They bought them for personality enhancements. Also, they bought press and loose powder types at general stores. 2) The consumers had a decision level to buy in terms of marketing mix, overall at a high level. 3) Most of consumers with different personal factors and cosmetics buying behavior had no different levels of buying decision. 4) The personal factors of consumers had a correlation with cosmetics buying behavior from the moderate to low level.

Keywords: consumer behavior; decision making; cosmetics

บทนำ (Introduction)

เครื่องสำอางทั้งในอดีตและปัจจุบันตลอดจนในอนาคตจะเข้ามามีส่วนร่วมและส่วนประกอบในการบริโภคในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นเพศชาย เพศหญิง หรือบุคคลทั่วไป เพราะด้วยกระแสความรักสวยรักงามได้มีมากยิ่งขึ้นกับทุกเพศและทุกวัย ถึงแม้จะเกิดภาวะวิกฤตอะไรก็ตามที่ต้องเผชิญ ไม่ว่าจะเป็นเรื่องของสถานะของเศรษฐกิจหรือภาวะของโรคระบาดอุบัติใหม่ คือ โรคโควิด 19 ก็ตาม แต่ชีวิตก็ต้องดำเนินต่อไปอย่างระมัดระวังและไม่ประมาทในชีวิตประจำวัน การดูแลรักษาตนเองให้ดูดีก็ยังคงต้องปฏิบัติต่อไปภายใต้การมีสุขภาพที่ดีและยังคงต้องอยู่กับความรักสวยรักงามด้วยเช่นกัน เรื่องของในด้านความรักสวยรักงามก็ต้องอาศัยเครื่องสำอางเป็นหลัก

ตลาดผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางมีความหลากหลายทั้งในเรื่องของคุณภาพ ราคาหรือการจัดการส่งเสริมการขายต่าง ๆ ที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ จากมูลค่าตลาดอุตสาหกรรมเครื่องสำอางไทยในปี 2564 มีมูลค่าสูงถึง 2.5 แสนล้านบาท ซึ่งเป็นตลาดในประเทศมูลค่า 1.4 แสนล้านบาท (สยามธุรกิจ, 2564: ออนไลน์) ตลาดของเครื่องสำอางนำเข้ามีมูลค่า 1.1 แสนล้านบาท (กระทรวงอุตสาหกรรม, 2564: ออนไลน์) และมูลค่าการนำเข้าเครื่องสำอางมีอัตราขยายตัวเพิ่มขึ้นร้อยละ 18 (ศูนย์วิจัยกสิกรไทย, 2564: ออนไลน์) เครื่องสำอางโดยทั่วไปสามารถแบ่งเป็น 2 ประเภทใหญ่ ๆ คือ 1) ประเภทไม่แต่งสีของผิวเพื่อใช้ทำความสะอาดผิวหน้า ใช้บำรุงรักษา เช่น สบู่ แชมพู โฟมล้างหน้า ครีมทาผิว น้ำยาช่วยกระชับผิวให้เต่งตึง เป็นต้น 2) ประเภทแต่งสีผิวเพื่อใช้ตกแต่งสีของผิวให้มีสีสวยสดเพิ่มเติมจากผิวธรรมชาติที่เป็นอยู่ เช่น ลิปสติก แป้งแต่งหน้า อายแชโดว์ บลัชออน เป็นต้น (จันทิมา ทองคำดี, 2561: ออนไลน์) ซึ่งเครื่องสำอางแต่งผิวหน้าได้ถูกจัดอยู่ในประเภทแต่งสีของผิว และเครื่องสำอางก็มีหลากหลายแบรนด์ ซึ่งสามารถแบ่งออกได้เป็น 3 เกรด คือ เครื่องสำอางเกรดเอหรือเครื่องสำอางระดับบน ส่วนใหญ่เป็นเครื่องสำอางที่นำเข้าจากต่างประเทศ เครื่องสำอางเกรดบีหรือเครื่องสำอางระดับกลาง เป็นเครื่องสำอางที่มีคุณภาพในราคาที่จับต้องได้ ไม่แพงมาก

นัก และเครื่องสำอางเกรดซีหรือเครื่องสำอางแบรนด์ระดับล่าง เป็นเครื่องสำอางที่วางขายตามท้องตลาด ไม่ค่อยมีนวัตกรรมราคาถูกลง (ยูนิลีเวอร์, 2564: ออนไลน์)

อำเภอเมืองสมุทรปราการ จังหวัดสมุทรปราการ เป็นอำเภอหนึ่งที่มีศักยภาพทางเศรษฐกิจ ทั้งด้านอุตสาหกรรมโรงงาน การประมง และการเกษตร มีประชากรจำนวน 542,881 คน และเป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจที่สำคัญของจังหวัดสมุทรปราการ ในอำเภอเมืองสมุทรปราการมีสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางมากกว่า 50 ร้านค้า สถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางส่วนใหญ่เป็นสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางหลากหลายตราสินค้า โดยมีสถานที่จำหน่ายตามแหล่งชุมชนขนาดใหญ่หรือตลาดและมีทั้งลักษณะเป็น Shop ที่ตั้งอยู่ในห้างสรรพสินค้าหรือตามแหล่งชุมชนจำหน่ายเครื่องสำอางแบรนด์เดียว และเมื่อพิจารณาจากตลาดในการจำหน่ายเครื่องสำอางแต่ละแห่งในอำเภอเมืองสมุทรปราการ สถานที่จำหน่ายเครื่องสำอางมีการแข่งขันค่อนข้างสูง ดังนั้น บริษัทหรือห้างร้านต่าง ๆ ที่เป็นสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง จะต้องทราบความต้องการของผู้บริโภคในอำเภอเมืองสมุทรปราการ เพื่อสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะศึกษาเกี่ยวกับพฤติกรรมและปัจจัยทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ เพื่อนำผลของการวิจัยใช้เป็นแนวทางสำหรับผู้ประกอบการธุรกิจจำหน่ายเครื่องสำอางในการวางแผนการตลาดและแผนกลยุทธ์ทางการตลาดให้สามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้อย่างเหมาะสม

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

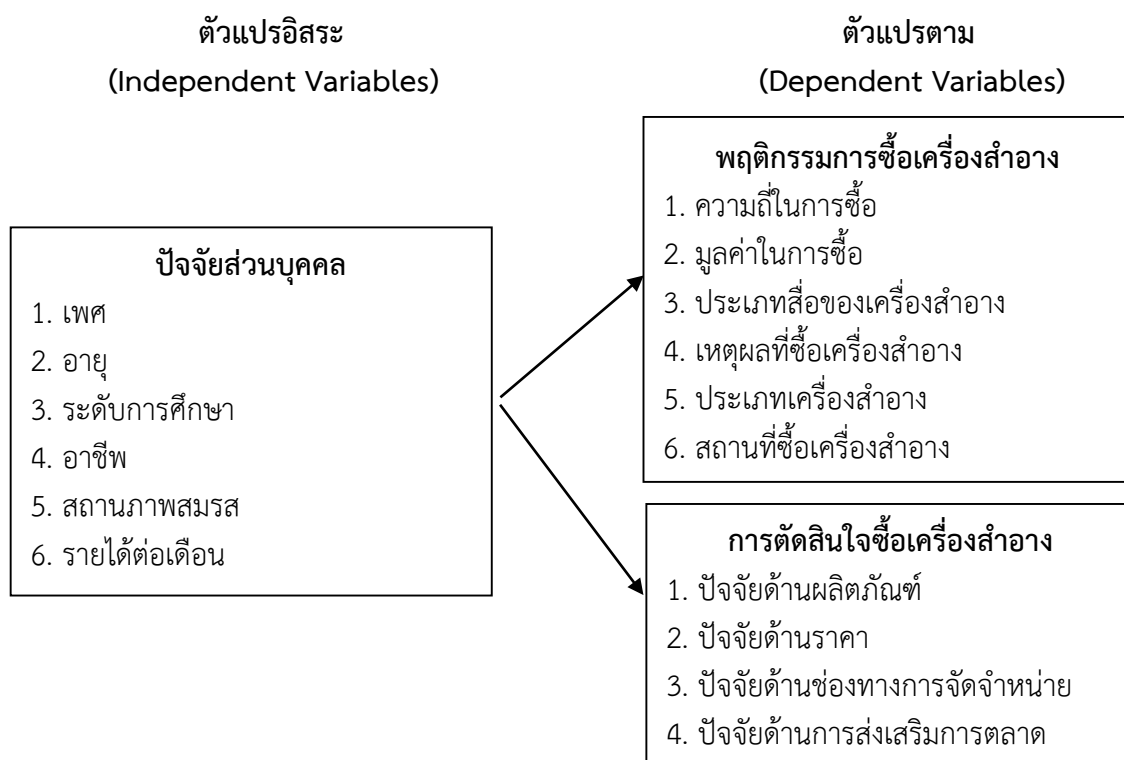
1. เพื่อศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
2. เพื่อศึกษาปัจจัยทางการตลาดกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
3. เพื่อเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคลและพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค
4. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน
2. ผู้บริโภคที่มีพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจที่แตกต่างกัน
3. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ

กรอบแนวคิดในการวิจัย (Conceptual Framework)

จากการศึกษาแนวคิดทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องผู้วิจัยสามารถสร้างกรอบแนวคิดการวิจัยในรูปของตัวแปรที่ศึกษา โดยใช้แนวคิดและทฤษฎีของ Kotler and Armstrong (2013: 120) และแนวคิดและทฤษฎีของ Schiffman & Kanuk (2007: 98) ดังนี้



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา มุ่งศึกษาถึงพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคและปัจจัยทางการตลาดกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการศึกษาค้นครั้งนี้คือ ประชากรที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ จำนวน 542,881 คน (สำนักงานทะเบียนอำเภอเมืองสมุทรปราการ, 2565)

กลุ่มตัวอย่างจำนวน 385 คน ได้จากการคำนวณหาขนาดของกลุ่มตัวอย่างจากสูตรคำนวณของ W.G. Cochran, 1977 (อ้างในอภินันท์ จันตะนี, 2550: 89) เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรผู้ซื้อเครื่องสำอางที่แน่นอน
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

สถานที่ใช้ในการเก็บข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้คือเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ
 - 1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

เริ่มทำการศึกษาค้นตั้งแต่วันที่ 1 เดือนเมษายน ถึงเดือน มิถุนายน พ.ศ. 2565
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือแบบสอบถาม ซึ่งแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 คำถามเกี่ยวกับข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 คำถามเกี่ยวกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง ซึ่งเป็นคำถามให้ผู้ตอบเลือกเพียงคำตอบเดียว จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 3 คำถามเกี่ยวกับระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จากปัจจัยทางการตลาดประกอบด้วยด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมทางการตลาด มีจำนวน 24 ข้อ โดยคำถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ดังนี้

คะแนน	ความหมาย
5	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมากที่สุด
4	หมายถึง ระดับการตัดสินใจมาก
3	หมายถึง ระดับการตัดสินใจปานกลาง
2	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อย
1	หมายถึง ระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

เกณฑ์การแปลความหมายจากคะแนนเฉลี่ย ($\bar{X}$)

ระดับ	คะแนนเฉลี่ย	การแปลผล
5	4.21 – 5.00	มีผลต่อการตัดสินใจมากที่สุด
4	3.41 – 4.20	มีผลต่อการตัดสินใจมาก
3	2.61 – 3.40	มีผลต่อการตัดสินใจปานกลาง
2	1.81 – 2.60	มีผลต่อการตัดสินใจน้อย
1	1.00 – 1.80	มีผลต่อการตัดสินใจน้อยที่สุด

ส่วนที่ 4 ข้อเสนอแนะเพิ่มเติมในการซื้อเครื่องสำอางเป็นคำถามลักษณะปลายเปิด (Open Ended)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการสำรวจกลุ่มตัวอย่างโดยการแจกแบบสอบถามด้วยตนเอง จำนวน 385 ชุด ให้กับกลุ่มตัวอย่างตามสถานที่จัดจำหน่ายเครื่องสำอางในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการและรอรับกลับคืนด้วยตนเอง

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ได้จากการศึกษาค้นคว้าและรวบรวมข้อมูลจากเอกสารต่างๆ ที่เกี่ยวข้องเช่นตำราเอกสารทางวิชาการ นิตยสาร สื่อสิ่งพิมพ์และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

นำข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามมาวิเคราะห์ประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติเพื่อการวิจัยในการวิเคราะห์ข้อมูล สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) t-test, F-test (One-Way ANOVA) การทดสอบความเป็นอิสระต่อกันด้วยไคสแควร์ (Chi-square : χ^2) และค่า Gramer's V ซึ่งเป็นการวัดความเข้มข้นของความสัมพันธ์ทางสถิติโดย

ค่า V = 0	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวไม่มีความสัมพันธ์กัน
ค่า V = 0.01 – 0.25	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ
ค่า V = 0.26 – 0.55	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับปานกลาง
ค่า V = 0.56 – 0.75	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับสูง
ค่า V = 0.76 – 0.99	หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันในระดับสูงมาก

ค่า $V = 1$

หมายความว่าตัวแปร 2 ตัวมีความสัมพันธ์กันอย่างสมบูรณ์

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภค พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 35 ปีขึ้นไป การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพข้าราชการ/ลูกจ้างภาครัฐ สถานภาพโสด รายได้ต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-15,000 บาท

2. พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอาง 1 ครั้ง/เดือน ซื้อเครื่องสำอางครั้งละไม่เกิน 200 บาท รู้จักเครื่องสำอางจากสื่อโทรทัศน์ เหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางเพราะเสริมบุคลิกภาพ ใช้เครื่องสำอางประเภทแป้งพับ/แป้งฝุ่น และซื้อเครื่องสำอางจากร้านค้าทั่วไป

3. ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากปัจจัยทางการตลาดประกอบด้วย ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด โดยหาค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน แสดงผลในตารางที่ 1

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคจากปัจจัยทางการตลาด โดยภาพรวม

ปัจจัยทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	3.88	0.54	มาก
2.ด้านราคา	3.79	0.76	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	3.69	0.65	มาก
4.ด้านการส่งเสริมทางการตลาด	3.83	0.71	มาก
โดยรวม	3.80	0.55	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคจากปัจจัยทางการตลาดโดยภาพรวมมีระดับการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.80$ และ S.D. = 0.55) เมื่อวิเคราะห์เป็นรายด้านพบว่า ผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมากทุกด้าน ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดอยู่ในระดับมากเป็นอันดับแรกคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 3.88$) รองลงมาคือด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.83$) ด้านราคา ($\bar{X} = 3.79$) และด้านสุดท้ายคือ ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 3.69$) ตามลำดับ

4. ผลการเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางจากปัจจัยทางการตลาดจำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

4.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

4.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

4.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาแตกต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

4.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

4.5 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

4.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

5. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคจากปัจจัยทางการตลาด จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อ พบว่า

5.1 ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการซื้อที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

5.2 ผู้บริโภคที่มีมูลค่าในการซื้อที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ที่แตกต่างกัน

5.3 ผู้บริโภคที่มีประเภทสีของเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านราคา และด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

5.4 ผู้บริโภคที่มีเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด แตกต่างกัน

5.5 ผู้บริโภคที่มีประเภทเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาด ไม่แตกต่างกัน

5.6 ผู้บริโภคที่มีสถานที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา และด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ไม่แตกต่างกัน

6. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า

6.1 เพศ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง เรื่องประเภทสีของเครื่องสำอางอยู่ในระดับปานกลาง และประเภทเครื่องสำอางและสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6.2 อายุ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง เรื่องของค่าในการซื้อประเภทสีของเครื่องสำอาง ประเภทเครื่องสำอาง และสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6.3 ระดับการศึกษา มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง เรื่องสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนค่าในการซื้อ มูลค่าในการซื้อและประเภทของเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6.4 อาชีพ มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง ในเรื่องของค่าในการซื้อ มูลค่าในการซื้อ ประเภทสีของเครื่องสำอาง และสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6.5 สถานภาพสมรส มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง เรื่องของประเภทเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับปานกลาง ส่วนเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางและสถานที่ซื้อ มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

6.6 รายได้ต่อเดือน มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอาง ในเรื่องของค่าในการซื้อ มูลค่าในการซื้อ ประเภทสีของเครื่องสำอาง ประเภทเครื่องสำอาง และสถานที่ซื้อเครื่องสำอาง มีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. จากการศึกษาพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอาง 1 ครั้ง/เดือน สอดคล้องกับงานวิจัยของสายพิน วรณีย์ (2556) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคกรณีศึกษาพนักงานกลุ่มอุตสาหกรรมเจริญสิน ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอาง 1 เดือนต่อครั้ง ส่วนการซื้อแต่ละครั้งไม่เกิน 200 บาท อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีงบประมาณจำกัดในแต่ละเดือนและตามความจำเป็น รู้จักเครื่องสำอางจากสื่อโทรทัศน์ สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนา ชิตา ภัทรคำประสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภครู้จักและเชื่อมั่นต่อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางจากสื่อโทรทัศน์ ส่วนเหตุผลที่ซื้อเพราะเสริมบุคลิกภาพ อาจเป็นเพราะผู้บริโภคมีความรู้สึว่าการตกแต่งด้วยเครื่องสำอาง จะช่วยให้บุคลิกดูดีและบ่งบอกถึงความเอาใจใส่ตนเอง ส่วนการใช้เครื่องสำอางเลือกใช้ประเภทแป้งพัฟ/แป้งฝุ่น สอดคล้องกับงานวิจัยของนันทลิน จันทรจรัสวัฒนา (2558) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรสาคร ในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า ผลจากการวิจัยพบว่า ประเภทของเครื่องสำอางที่ผู้หญิงเลือกใช้คือประเภทแป้งพัฟ/แป้งฝุ่น ส่วนการซื้อเครื่องสำอางส่วนใหญ่ซื้อจากร้านค้าทั่วไป สอดคล้องกับงานวิจัยของอรอนงค์ ยัมละมัย (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยของผู้บริโภคในเขตอำเภอเขาชะเมา จังหวัดระยอง ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคส่วนใหญ่ซื้อเครื่องสำอางจากร้านซูเปอร์มาร์เก็ตหรือร้านค้าทั่วไปใกล้บ้าน

2. ระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคจากปัจจัยทางการตลาด พบว่า ระดับการตัดสินใจซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ทุกด้านอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับงานวิจัยของณัฐกาญจน์ สุวรรณธรา (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอางตราสินค้าไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า ระดับการตัดสินใจและความพึงพอใจในภาพรวม อยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน

3. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า

3.1 ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะกลุ่มผู้ให้ความสนใจเกี่ยวกับการซื้อและการใช้เครื่องสำอางไม่ว่าจะเป็นเพศหญิงหรือเพศชาย ให้ความสนใจที่เหมือนกันในเรื่องความสวยความงาม ดังนั้น ผลการศึกษาจึงไม่พบความคิดเห็นที่แตกต่างกัน ระหว่างเพศหญิงและเพศชาย สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนา ชิตา ภัทรคำประสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีระดับของการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน

3.2 ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะส่วนใหญ่กลุ่มเป้าหมายที่ใช้เครื่องสำอางจะมีอายุ 29-34 ปี ซึ่งเป็นช่วงที่ให้ความสนใจเกี่ยวกับความสวยความงามเท่าเทียมกัน ดังนั้น จึงมีการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพัฒนา ชิตา ภัทรคำประสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกัน

3.3 ผู้บริโภคที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน ทั้งนี้ อาจเป็นเพราะกลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่จบการศึกษาระดับปริญญาตรี และจะเห็นได้ว่ากลุ่มตัวอย่างที่มีระดับการศึกษาที่ต่างกันมาก ดังนั้นจึงมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกันตามความรู้ของแต่ละระดับการศึกษา สอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัฐ พัฒนาพรหมมาส (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยด้านประชากรศาสตร์ที่มีความแตกต่างกันและส่งผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศด้านระดับการศึกษาที่ต่างกันส่งผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศที่มีความแตกต่างกัน

3.4 ผู้บริโภคที่มีอาชีพต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะแต่ละอาชีพต่างมีโอกาสในการรับทราบข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางที่ไม่แตกต่างกันมาก และการมีผลิตภัณฑ์เกี่ยวกับความสวยความงามจำหน่าย ทำให้การรับรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวรรณ พิสิฐเวช (2556) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า อาชีพที่ต่างกันให้ความสำคัญส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

3.5 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีสถานภาพโสดเป็นส่วนใหญ่ ส่วนผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสแล้ว ก็มีการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางเช่นกัน เพราะมีความรักสวยรักงามที่ไม่แตกต่างกัน จึงทำให้เกิดการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของพนัสนิศา ภัทรคำประสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี ผลจากการวิจัยพบว่า สถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ ไม่แตกต่างกัน

3.6 ผู้บริโภคที่มีรายได้ต่อเดือนที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะรายได้ในแต่ละระดับก็สามารถเข้าถึงราคาของเครื่องสำอางได้เพราะราคาของเครื่องสำอางมีตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาแพง แต่ผู้บริโภคก็สามารถซื้อได้ เครื่องสำอางมีตั้งแต่ราคาถูกจนถึงราคาแพง แต่ผู้บริโภคก็สามารถซื้อได้เครื่องสำอางจึงได้รับความสนใจจากผู้บริโภคไม่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวรรณ พิสิฐเวช (2556) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า รายได้ต่างกันให้ความสำคัญส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานครไม่แตกต่างกัน

4. การเปรียบเทียบระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง จำแนกตามพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางพบว่า

4.1 ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านผลิตภัณฑ์และด้านช่องทางการจัดจำหน่ายที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคถือว่าการใช้เครื่องสำอางเป็นการเสริมความงามของใบหน้าและส่วนของร่างกายเพื่อสร้างความมั่นใจในตนเอง จึงต้องดูแลเอาใจใส่ตนเอง จึงมีการซื้อเครื่องสำอางอย่างสม่ำเสมอ ในผลิตภัณฑ์เดิม ๆ ช่องทางการจำหน่ายที่ใช้เป็นประจำ แต่ขณะเดียวกันผู้บริโภคบางคนอาจมีการเปลี่ยนแปลงตัวผลิตภัณฑ์และช่องทางการจัดจำหน่ายที่ไม่จำเป็นต้อง

เป็นช่องทางเดิมก็ได้ จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพันธุ์ชิตา ภัทรคำประสิทธิ์ (2555) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมและปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดชลบุรี พบว่า ผู้บริโภคที่มีความถี่ในการซื้อที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

4.2 ผู้บริโภคที่มีมูลค่าในการซื้อที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดแตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีอำนาจการเข้าถึงหรือการซื้อนั้นจะมีโอกาสในการตัดสินใจในแต่ละปัจจัยทางการตลาดหรือปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจที่มากกว่าและมีโอกาสทางกิจกรรมด้านการส่งเสริมการตลาดที่มากกว่า จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของไพลิน สัมฤทธิ์พันธุ์สุข (2555) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทแต่งสีบนหน้าที่มีราคาสูงของผู้หญิงในเขตทวีวัฒนา กรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีมูลค่าในการซื้อที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

4.3 ผู้บริโภคที่มีประเภทของเครื่องสำอางที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้ประกอบการเน้นการขายโดยใช้สื่อโทรทัศน์เพื่อสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและให้ผู้บริโภครู้จักเครื่องสำอางมากขึ้น ซึ่งในการส่งเสริมการตลาดเป็นกิจกรรมที่กระทำได้หลายรูปแบบ ทั้งการโฆษณา การขายโดยพนักงานขาย การประชาสัมพันธ์ จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวิภาวรรณ พิสิฐเวช (2556) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการซื้อเครื่องสำอางสำหรับผิวหน้าของผู้ชายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทของเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน

4.4 ผู้บริโภคที่มีเหตุที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้านการส่งเสริมการตลาดที่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีเหตุผลเพราะต้องการทดลองใช้เพื่อบำรุงผิวหน้าหรือผิวพรรณ รู้สึกปลอดภัยจากสารเคมีและเสริมบุคลิกภาพ มีการตัดสินใจซื้อมากกว่าเหตุผลอื่น ๆ จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของนันท์ลิณ จันทร์จรัสวัฒนา (2558) ศึกษาเรื่องส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า พบว่า ผู้บริโภคที่มีเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางที่แตกต่างกัน

4.5 ผู้บริโภคที่มีประเภทเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะผลิตภัณฑ์ที่ต้องใช้กับใบหน้า ซึ่งเป็นผิวพรรณที่บอบบาง จึงจำเป็นต้องระมัดระวังในการเลือกใช้ และผู้ใช้ทั่วไปมักจะให้ความสำคัญกับเรื่องความสวยความงาม โดยเฉพาะส่วนที่เป็นใบหน้า ดังนั้น ผู้บริโภคจึงเลือกที่จะซื้อผลิตภัณฑ์โดยคำนึงถึงเรื่องคุณภาพและส่วนผสมของเครื่องสำอาง จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อที่ไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจิรัชฎ์ พัฒนะพรหมมาส (2559) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล พบว่า ผู้บริโภคที่มีประเภทเครื่องสำอางที่ต่างกันมีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน

4.6 ผู้บริโภคที่มีสถานที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะสถานที่ซื้อเครื่องสำอางและการกระจายสินค้า หากพิจารณาในรายละเอียดพบว่า ผู้ประกอบการให้ความสำคัญต่อความสะดวกในการซื้อ ฉะนั้นสถานที่ในการซื้อเครื่องสำอางที่เหมาะสมกับ

ผู้บริโภคจะทำให้ผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางสามารถตอบสนองความต้องการของผู้บริโภคได้ดีขึ้น จึงทำให้ผู้บริโภคมีการตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของพัสมน อภิวิณทวงศ์ (2557) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางบนใบหน้าของผู้บริโภคตะวันออกและตะวันตก พบว่า ผู้บริโภคที่มีสถานที่ซื้อเครื่องสำอางที่ต่างกัน มีระดับการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่แตกต่างกัน

5. ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนบุคคลของผู้บริโภคกับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดสมุทรปราการ พบว่า เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้ต่อเดือน ของผู้บริโภคมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค อยู่ในระดับปานกลางและระดับต่ำ สามารถอธิบายได้ว่า ปัจจัยส่วนบุคคลทุกด้านนั้นมีความสัมพันธ์และไม่สัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อ ในด้านเพศนั้นปรากฏว่าไม่สัมพันธ์กับความถี่ในการซื้อ มูลค่าการซื้อและเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางแต่อย่างใด แต่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อกับประเภทสีของเครื่องสำอางระดับปานกลางเท่านั้น ประเภทเครื่องสำอางและสถานที่ซื้อเครื่องสำอางมีความสัมพันธ์อยู่ในระดับต่ำหรือแทบจะไม่มีความสัมพันธ์ ส่วนอายุไม่มีความสัมพันธ์กับมูลค่าในการซื้อ อาจเป็นเพราะการซื้อเครื่องสำอางนั้นไม่ขึ้นอยู่กับอายุแต่อย่างใด ระดับการศึกษากับพฤติกรรมการซื้อเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางกับประเภทเครื่องสำอางไม่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อแต่อย่างใด อาจเป็นเพราะระดับของการศึกษาไม่ว่าจะเป็นระดับใดก็ตามต่างก็มีแนวคิดของตนเองในการเลือกซื้อหรือเลือกใช้เครื่องสำอาง และให้ความสัมพันธ์ในด้านพฤติกรรมอื่น ๆ อยู่ในระดับปานกลางจนถึงต่ำ อาชีพของผู้บริโภคไม่มีความสัมพันธ์กับเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางและประเภทเครื่องสำอางและพฤติกรรมการซื้ออื่น ๆ อยู่ในระดับต่ำ อาจเป็นเพราะอาชีพแต่ละอาชีพจะมีความจำเป็นในการซื้อการใช้เครื่องสำอางที่มีความแตกต่างกันไปและมีพฤติกรรมก็อาจขึ้นอยู่กับสถานการณ์แต่ละสถานการณ์ สถานภาพสมรสไม่มีความสัมพันธ์กับการซื้อในด้านของความถี่ในการซื้อ มูลค่าในการซื้อ และประเภทของเครื่องสำอาง อาจเป็นเพราะทุกสถานภาพสมรสโดยจะสมรสแล้ว โสด หม้าย หย่าร้าง เป็นต้นนั้นมีอิสระของตนเองในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอาง รวมไปถึงด้านพฤติกรรมอื่น มีความสำคัญอยู่ในระดับปานกลางถึงต่ำ ในส่วนของรายได้มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้ออยู่ในเกณฑ์ต่ำเกือบทุกพฤติกรรมและพฤติกรรมการซื้อเหตุผลที่ซื้อเครื่องสำอางไม่มีความสัมพันธ์กับรายได้ของผู้บริโภค อาจเป็นเพราะผู้บริโภคที่มีรายได้ระดับใดก็ตามต่าง ๆ ก็มีแนวทางในการปฏิบัติเป็นของแต่ละระดับรายได้ปราศจากการเฉพาะเจาะจงในการซื้อเครื่องสำอาง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของโสภิตา สนแก้ว (2560) ศึกษาเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการซื้อเครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นของประชากรในจังหวัดปทุมธานี พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลส่วนใหญ่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภคในด้านปัจจัยทางการตลาด

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อ โดยออกมาจากความรู้สึกรู้สึกของผู้บริโภคซึ่งได้รับอิทธิพลมาจากลักษณะและกระบวนการการตัดสินใจของผู้บริโภค ซึ่งประกอบด้วย ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ ราคา ช่องทางการจัดจำหน่ายหรือสถานที่ และการส่งเสริมทางการตลาด
2. ปัจจัยด้านลักษณะส่วนบุคคลนั้นมีผลต่อพฤติกรรมหรือการแสดงในการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางไม่ว่าจะเป็นในเรื่องของความถี่ในการซื้อ มูลค่า ประเภทของเครื่องสำอาง รวมถึงสถานที่จำหน่ายเครื่องสำอาง เป็นต้น

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ด้านผลิตภัณฑ์ ผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญกับความหลากหลายของสินค้าที่มีให้เลือก และปรับปรุงบรรจุภัณฑ์ให้มีรูปแบบสวยงามและทันสมัยกว่าที่มีอยู่ในปัจจุบัน
 - 1.2 ด้านราคา ผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายควรพิจารณาในเรื่องของราคาที่ลูกค้าสามารถต่อรองได้และการมีมาตรการราคาค่าผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการจูงใจลูกค้าให้เกิดการซื้อหรือลูกค้าเก่าเกิดการซื้อซ้ำ
 - 1.3 ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายควรเพิ่มช่องทางการจัดจำหน่ายในร้านค้าทั่วไป ร้านเสริมสวย และร้านสะดวกซื้อให้มากกว่าเดิม และเพิ่มช่องทางที่สะดวกในการสั่งซื้อทางโทรศัพท์ทางอินเทอร์เน็ต และทางระบบขายตรงจะทำให้ลูกค้าสามารถเข้าถึงสินค้าได้ง่ายและรวดเร็วกว่าในปัจจุบัน
 - 1.4 ด้านการส่งเสริมการตลาด ผู้ประกอบการหรือผู้จำหน่ายควรให้ความสำคัญกับกิจกรรมการส่งเสริมการขายเช่น การลด แลก แจก แถม การชิงโชคเพื่อเป็นการกระตุ้นให้เกิดการซื้อ และให้ความสำคัญกับการโฆษณาผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น โทรทัศน์ วิทยุ นิตยสาร เป็นต้น เพื่อเป็นการเพิ่มยอดขายให้กับสถานประกอบการ
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรศึกษาเกี่ยวกับความพึงพอใจของผู้บริโภคผลิตภัณฑ์เครื่องสำอาง
 - 2.2 ควรศึกษารูปแบบคุณค่าตราสินค้าที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อผลิตภัณฑ์เครื่องสำอางในประเทศไทย
 - 2.3 ควรศึกษาเกี่ยวกับการเปรียบเทียบกลยุทธ์การใช้ส่วนประสมทางการตลาดเพื่อการจัดจำหน่ายเครื่องสำอางในจังหวัดอื่น ๆ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงอุตสาหกรรม. (2564). **สรุปภาวะเศรษฐกิจอุตสาหกรรม**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.ryt9.com/soie1570611>. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565.
- จิรัช วัฒนะพรหมมาส. (2559). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อการเลือกซื้อ/ใช้เครื่องสำอางต่างประเทศของคนไทยในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการเชิงกลยุทธ์. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- จันทิมา ทองคำดี. (2561). **ประวัติเครื่องสำอาง**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://jantima-117.blogspot.com>. สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2565.
- ณัฐกาญจน์ สุวรรณธารา. (2559). **ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อความพึงพอใจในการเลือกซื้อเครื่องสำอางตราสินค้าไทยของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพสุวรรณภูมิ.
- นันท์ลิน จันทร์จรัสวัฒนา. (2558). **ส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อผู้หญิงในอำเภอเมืองสมุทรสาครในการซื้อเครื่องสำอางแต่งหน้า**. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.

- ไพลิน สัมฤทธิ์พันธุ์สุข. (2555). ปัจจัยที่มีผลต่อพฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางประเภทตกแต่งสีส้น
ไบหน้าที่มีราคาสูงของผู้หญิงในเขตวัฒนา กรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศา
สตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง. สำนักวิชาวิทยาศาสตร์เครื่องสำอาง
มหาวิทยาลัยแม่ฟ้าหลวง.
- พัฒนชิตา ภัทรคำประสิทธิ์. (2555). พฤติกรรมการเลือกซื้อเครื่องสำอางแบรนด์ใหม่ของผู้บริโภคในเขต
อำเภอเมืองชลบุรี. งานนิพนธ์การจัดการมหาบัณฑิต สาขาการจัดการวิสาหกิจขนาดกลางและ
ขนาดย่อม. คณะการจัดการและการท่องเที่ยว มหาวิทยาลัยบูรพา.
- พัสดมน อภิวิวัฒน์วงศ์. (2557). การศึกษาพฤติกรรมการเลือกซื้อและใช้เครื่องสำอางบนไบหน้าของผู้
บริโภคตะวันออกและตะวันตก. การค้นคว้าอิสระปริญญาวิทยาศาตรมหาบัณฑิต สาขาวิชา
การตลาด. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ยูนิลีเวอร์. (2564). อาวียองซ์ผลิตภัณฑ์เกรด Hi-premium ของบริษัท ยูนิลีเวอร์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา:
<http://avianceare.blogspot.com/2021/06/hi-premium.html>. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2564.
- วิภาวรรณ พิสิฐเวช. (2556). พฤติกรรมและส่วนประสมการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการซื้อเครื่องสำอางสำหรับ
ผิวหน้าของผู้ขายวัยทำงานในเขตกรุงเทพมหานคร. ภาคนิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต
สาขาวิชาการจัดการทั่วไป. คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). เครื่องสำอางนำเข้าขยายตัวต่อเนื่องผู้ประกอบการไทยเร่งปรับตัว. [ออนไลน์].
แหล่งที่มา: <http://www.corehoononline.com/images/stories/pdf/2980-p.html>. สืบค้น
เมื่อ 4 เมษายน 2565.
- สยามธุรกิจ. (2564). ตลาดความงาม. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://www.siamturakit.commainnews_](http://www.siamturakit.commainnews_content.phpnt=4&nid=1680)
[content.phpnt=4&nid=1680](http://www.siamturakit.commainnews_content.phpnt=4&nid=1680). สืบค้นเมื่อ 3 เมษายน 2564.
- สายพิน วรรณ. (2556). ปัจจัยที่ส่งผลต่อพฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางของผู้บริโภค : กรณีศึกษาพนักงาน
กลุ่มอุตสาหกรรมเจริญสิน ในเขตอำเภอบ้านบึง จังหวัดชลบุรี. งานนิพนธ์ ปริญญาบริหารธุรกิจ
มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. วิทยาลัยพาณิชยศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- โสภิตา สนแก้ว. (2560). ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีความสัมพันธ์ต่อความพึงพอใจในการซื้อ
เครื่องสำอางนำเข้าจากประเทศญี่ปุ่นของประชากรในจังหวัดปทุมธานี. การค้นคว้าอิสระปริญญา
บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต วิชาเอกธุรกิจระหว่างประเทศ. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยี
ราชมงคลธัญบุรี.
- สำนักงานทะเบียนอำเภอเมืองสมุทรปราการ. (2565). จำนวนประชากร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: [http://](http://th.wikipedia.org/wiki/อำเภอเมืองสมุทรปราการ)
th.wikipedia.org/wiki/อำเภอเมืองสมุทรปราการ. สืบค้นเมื่อ 4 เมษายน 2565.
- อภินันท์ จันตะนี. (2550). การวิจัยทางธุรกิจ. กรุงเทพฯ: พิกซ์อักษร.
- อรอนงค์ ยิ้มละมัย. (2557). พฤติกรรมการซื้อเครื่องสำอางสมุนไพรไทยของผู้บริโภคในอำเภอเขาชะเมา
จังหวัดระยอง. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต แขนงวิชาบริหารธุรกิจ สาขา
วิทยาการจัดการ. มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- Cochran, W.G. (1977). *Sampling Techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons, New York: Harper.
- Kotler, P. and Armstrong, G. (2013). *Principle of Marketing* (15th ed.). New York: Pearson
College Div.

Schiffman, L.G., & Kanuk, L.L. (2007). **Consumer Behavior (9th ed.)**. Upper Saddle River, NJ : Pearson Prentice-Hall.

การมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุของชุมชนตลาดบางเขน
เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
Participations in the Elderly Health Care Promotion in Bang Khen Market
Community, Lak Si District, Bangkok

ธีรเดช สอนงทวิพร¹
Teeradej Snongtaweepon

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุของชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร 2) เปรียบความคิดเห็นของผู้ตอบแบบสอบถามเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล และ 3) เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ใช้กลุ่มตัวอย่างในการวิจัย คือ ผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวของผู้สูงอายุในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 81 คน เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้การวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ยส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test และ f-test (One way ANOVA)

ผลการวิจัยพบว่า 1) ระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง 2) ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ แตกต่างกัน มีส่วนร่วมในการส่งเสริมสุขภาพผู้สูงอายุไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน แตกต่างกัน มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 3) ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มีดังนี้ ในด้านปัญหาและอุปสรรค ส่วนใหญ่ พบว่า ผู้ดูแลขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ และขาดการประสานกับหน่วยงานภาครัฐที่ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ ให้คำปรึกษา สำหรับข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มีประเด็นสำคัญ คือ ชุมชนควรจัดอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ จัดหาคู่มือการดูแลผู้สูงอายุ สร้างเครือข่ายและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

คำสำคัญ (Keywords) : การมีส่วนร่วม; การดูแลสุขภาพ; ผู้สูงอายุ; ชุมชนตลาดบางเขน

Abstract

The aims of this research were to 1) study the level of participation in the elderly health care promotion in Bang Khen Market Community, Lak Si District, Bangkok; 2) compare the level of participation in the elderly health care promotion in Bang Khen Market Community, Lak Si District, Bangkok according to caregivers attitudes classified by personal factors; and 3) study the problems and suggestions for participation in the elderly health care promotion. The samples used in this research included 81 elderly caregivers. The research instrument was a questionnaire. Statistic

Received: 2022-11-26 Revised: 2022-12-12 Accepted: 2022-12-14

¹ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการองค์การยุคใหม่ มหาวิทยาลัยเกริก Full time lecturer, Ph.D. Program in Modern Organizational Management, Kirk University. Email: parinyaeak1@gmail.com

measurements used for data analysis were frequency, percentage, mean and standard deviation, t-test, f-test (One-way ANOVA). The results revealed that 1) the level of participation in the elderly health care promotion in Bang Khen Market Community, Lak Si District, Bangkok in overall, was at a moderate level; 2) the elderly caregivers with different genders, ages, educational levels and occupations had no different participations, while the elderly caregivers with diversity of marital statuses and average monthly income had different participations with the statistical significance at the 0.05 level; 3) problems and suggestions were as follows: for problems, caregivers were lacking of knowledge and understanding in caring for the elderly and lacking of coordination with government agencies with advisory provisions. For suggestions, there is an important issue: the community should provide caregivers with the elderly trainings and care manuals, establish networks and apply technology to promote care for the elderly.

Keywords: Participation; Health Care Promotion; the Elderly; Bang Khen Market Community

บทนำ (Introduction)

กระทรวงสาธารณสุขร่วมกับสำนักงานหลักประกันสุขภาพแห่งชาติ (สปสช.) และองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น ได้กำหนดเป้าหมายที่สำคัญในการดูแลผู้สูงอายุให้ได้รับการดูแลอย่างเหมาะสมไม่เป็นภาระแก่ครอบครัว โดยส่งเสริมให้ผู้สูงอายุ ญาติ ครอบครัว ผู้ดูแล มีทักษะสามารถดูแลตนเองได้ตามศักยภาพอย่างเหมาะสม การดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชน ได้แก่ ส่งเสริมให้ประชาชนร่วมกันจัดกิจกรรมด้านสุขภาพในรูปของชมรมด้านสุขภาพครอบครัวทุกชุมชน และหมู่บ้านโดยยึดแนวคิด “ใช้พื้นฐานบูรณาการทุกภาคส่วนสร้างกระบวนการเรียนรู้สู่วิถีชุมชน” อันจะทำให้เกิดการสร้างสุขภาพที่ยั่งยืนและถาวร (กระทรวงสาธารณสุข, 2563: 1)

สุขภาพมีความสำคัญมากต่อมนุษย์ การมีสุขภาพที่ดีประกอบด้วยสุขภาพกายและสุขภาพใจ สุขภาพกาย คือ การมีร่างกายที่แข็งแรง ปราศจากโรค ปราศจากความเจ็บป่วย ส่วนสุขภาพจิต คือ การมีจิตใจที่แจ่มใส มีความร่วมมือ มีความสุขปราศจากความเครียด ปราศจากความวิตกกังวล มีสติปัญญา และศักยภาพในการคิดสร้างสรรค์พัฒนาตนเองและสังคมให้เจริญก้าวหน้า สุขภาพทั้งกายและใจจะมีความสัมพันธ์กันและส่งผลต่อกันและกันทั้งทางบวกและทางลบ (Channuwong & Ruksat, 2022: 29-41)

จากประกาศกฎบัตรรอดตายที่ประเทศแคนาดา ปี 1985 ได้บัญญัติว่า การส่งเสริมสุขภาพ หรือ Health Promotion หมายถึง ขบวนการส่งเสริมให้ประชาชนเพิ่มสมรรถนะในการควบคุมและปรับปรุงสุขภาพของตนเองในการบรรลุซึ่งสุขภาพอันสมบูรณ์ทั้งทางร่างกายจิตใจและสังคม บุคคลและกลุ่มบุคคลจะต้องสามารถป้องกันและตระหนักถึงความมุ่งมาดปรารถนาของตนเองและสามารถตอบสนองต่อปัญหาของตนเองและสามารถเปลี่ยนแปลงสิ่งแวดล้อมหรือปรับตัวให้เข้ากับสิ่งแวดล้อมอีกทั้งยังสามารถควบคุมปัจจัยต่าง ๆ ที่มีผลต่อสุขภาพ เช่น ลดปัจจัยเสี่ยงที่ก่อให้เกิดมะเร็ง การขาดการออกกำลังกาย การขาดจิตสำนึกในเรื่องความปลอดภัยทำให้เกิดอุบัติเหตุ หลีกเลี่ยงจากสิ่งแวดล้อมที่เป็นพิษที่เป็นสาเหตุที่ทำให้สุขภาพเสื่อมโทรม ขณะเดียวกันก็ให้ความสำคัญหรือเน้นให้การเพิ่มในด้านปัจจัยส่งเสริมสุขภาพ เช่น การออกกำลังกายมากขึ้น รับประทานอาหารที่มีประโยชน์อยู่ในสิ่งแวดล้อมที่ดี (ลินศักดิ์ชื่นมณี อุณพรมมี 2556: 5) Channuwong et al. (2022: 166-172) และ ศิริสุข นาคะเสนีย์ (2561: 40) กล่าวว่า ปัจจุบัน ผู้สูงอายุประสบกับปัญหามากมายที่ต้องการให้รัฐช่วยเหลือและให้การสนับสนุน เช่น ปัญหาด้านเศรษฐกิจ เกือบครึ่งหนึ่งของผู้สูงอายุ มีรายได้ไม่เพียงพอต่อการดำรงชีพ บางคนต้องดิ้นรนต่อสู้และ

ทำงานรับจ้างโดยปราศจากคนเหลียวแล บางคนมีปัญหาสุขภาพกายเช่น ปวดหลัง ปวดเอว ปวดกล้ามเนื้อ เป็นความดัน เป็นโรคกระเพาะ และโรคหัวใจเป็นต้น บางคนมีปัญหาด้านสุขภาพจิต เช่น มีความเครียด วิตกกังวล คิดมาก และมีความทุกข์ใจ

อีกทั้ง ญัฐวุฒิ เพชรคง (2558: 91) ได้ศึกษาเรื่องผลของโปรแกรมนันทนาการที่มีผลต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโรงพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี พบว่า หลังจากการเข้าร่วมโปรแกรมนันทนาการ คุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุโรงพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรีดีกว่าก่อนเข้าร่วมโปรแกรมนันทนาการ

นอกจากนี้ เมื่อพิจารณาถึงชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เป็นชุมชนตลาดคนจีนมีประวัติศาสตร์ดั้งเดิม มานานกว่า 100 ปี แต่เดิมมีความเป็นอยู่และวัฒนธรรมแบบญาติพี่น้องช่วยเหลือดูแลกันมา เนื่องจากบรรพบุรุษเป็นคนจีนที่เข้ามาอาศัยอยู่ในประเทศไทยด้วยกัน ซึ่งมีไม่กี่ครอบครัว ปัจจุบัน มีจำนวนครอบครัว 150 ครอบครัว โดยมีครอบครัวที่มีผู้สูงอายุที่จำเป็นต้องมีผู้ดูแลใกล้ชิด จำนวน 81 ครอบครัว (สำนักงานเขตหลักสี่กรุงเทพมหานคร, 2564: 3) อีกทั้งยังพบว่า จากสถานการณ์ทางสังคมที่เปลี่ยนแปลงไปเป็นสังคมผู้สูงอายุ ประกอบกับเป็นสังคมแบบคนเมือง กรุงเทพมหานคร สภาพความเป็นอยู่ของแต่ละครอบครัว ต่างคนต่างอยู่ ในขณะที่มีผู้สูงอายุในชุมชนจำนวนมากช่วยเหลือตัวเองไม่ได้ เป็นผู้ป่วยติดเตียง ทำให้หน่วยงานภาครัฐจัดระบบเข้ามาดูแลผู้สูงอายุ โดยการอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุที่เป็นกลุ่มอาสาสมัครและเป็นลูกหลาน หรือญาติ แต่ก็พบว่า หลาย ๆ ครอบครัวผู้สูงอายุดังกล่าว ถูกทอดทิ้งไว้ลำพังเพราะลูกหลานออกไปทำงานนอกบ้าน หากไม่มีการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุโดยหลักการมีส่วนร่วม จะสร้างปัญหา เป็นภาระแก่ครอบครัวและส่งผลกระทบต่อสังคมในระยะยาว ผู้วิจัย จึงมีความสนใจที่จะศึกษาการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร เพื่อนำข้อมูลไปใช้ประโยชน์ในส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ตามนโยบายภาครัฐให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล

วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร
2. เพื่อเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรสและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน
3. เพื่อศึกษาปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

งานวิจัยนี้ เป็นการวิจัยเชิงสำรวจ มีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมดูแลสุขภาพผู้สูงอายุใน 4 ด้าน คือ ด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา ด้านการวางแผนดำเนินงานกิจกรรม ด้านการลงทุนและปฏิบัติงาน ด้านการติดตามประเมินผล

1.2 ขอบเขตด้านประชากร และกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยในครั้งนี้ ได้แก่ ครอบครัวผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 150 ครัวเรือน

กลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ครอบครัวผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร จำนวน 81 ครัวเรือน ได้มาโดยการเลือกแบบเจาะจงเฉพาะครัวเรือนที่มีผู้สูงอายุที่ต้องมีผู้ดูแลใกล้ชิด คือ เป็นผู้ป่วยติดเตียง ผู้สูงอายุที่ชราภาพมาก หรือผู้สูงอายุที่จ้างผู้ดูแลประจำบ้าน โดยมีผู้ให้ข้อมูล ได้แก่ ผู้ดูแลผู้สูงอายุ จำนวน 81 คน จาก 81 ครัวเรือน

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

พื้นที่ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

ระยะเวลาในการศึกษาวิจัย งานวิจัยนี้ ศึกษาและเก็บข้อมูลในช่วงระยะเวลาเดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2564

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเชิงปริมาณเป็นแบบสอบถาม แบ่งเป็น 3 ตอน

ตอนที่ 1 เป็นแบบสอบถามข้อมูลเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ของผู้ดูแลผู้สูงอายุ ได้แก่ เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรส และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน

ตอนที่ 2 เป็นแบบสอบถามปลายปิดเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมดูแลผู้สูงอายุในการสร้างเสริมสุขภาพ แบบสอบถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) โดยใช้เทคนิคการวัดระดับการมีส่วนร่วม 5 ระดับ ซึ่งผู้วิจัยได้กำหนดค่าน้ำหนักคะแนนและการแปลความหมาย (บุญชม ศรีสะอาด, 2545: 113) ไว้ดังนี้

5 หมายถึง	เห็นด้วยมากที่สุด
4 หมายถึง	เห็นด้วยมาก
3 หมายถึง	เห็นด้วยปานกลาง
2 หมายถึง	เห็นด้วยน้อย
1 หมายถึง	เห็นด้วยน้อยที่สุด

การแปลค่าคะแนนเฉลี่ย

4.21-5.00	เห็นด้วยอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	เห็นด้วยอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	เห็นด้วยในระดับปานกลาง
1.81-2.60	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	เห็นด้วยอยู่ในระดับน้อยที่สุด

ตอนที่ 3 เป็นการสอบถามปลายเปิด ความคิดเห็นและข้อเสนอแนะในการสร้างเสริมสุขภาพให้กับผู้สูงอายุ มีลักษณะข้อคำถามปลายเปิด (Open-Ended)

โดยการตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ดังนี้

ตรวจสอบข้อคำถาม โดยวิเคราะห์ความสอดคล้องของเนื้อหาโดยผู้เชี่ยวชาญ 3 คน แล้วเลือกข้อคำถามที่มีค่า (IOC: Index of item objective congruence) ที่มีความตรงเชิงเนื้อหา มีค่า IOC ระหว่าง 0.67-1.0

ตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของแบบสอบถามทั้งฉบับ โดยทำการทดลอง (Try out) กับกลุ่มทดลองซึ่งเป็นผู้ดูแลผู้สูงอายุในชุมชน ที่ไม่ใช่กลุ่มตัวอย่างในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 30 คน โดยใช้วิธีการหาค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach) ซึ่งแบบสอบถามฉบับนี้มีค่าความเชื่อมั่นเท่ากับ .91

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ในการเก็บรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บข้อมูลด้วยตนเอง โดยขอความอนุเคราะห์จากหัวหน้าชุมชนผู้ใหญ่บ้าน และ อสม.ในการแนะนำให้รู้จักกับผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว

4. การวิเคราะห์ข้อมูล และสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล

4.1 ปัจจัยส่วนบุคคล วิเคราะห์โดยการหาค่าความถี่ (Frequency) และร้อยละ (Percentage) นำเสนอในรูปแบบตารางประกอบการบรรยาย

4.2 ระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ วิเคราะห์โดยการหาค่าเฉลี่ย (mean) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) เป็นรายด้านรายข้อและโดยรวมแปลผลตามเกณฑ์ระดับคะแนนเฉลี่ย พร้อมทั้งนำเสนอข้อมูลในรูปแบบตารางประกอบคำบรรยาย

4.3 การวิเคราะห์เปรียบเทียบการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ จำแนกตามข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถาม ใช้การทดสอบค่าเฉลี่ยสำหรับ 2 กลุ่มตัวอย่างที่เป็นอิสระต่อกัน (Independent Samples t-test) และสำหรับค่าเฉลี่ยของกลุ่มตัวอย่างตั้งแต่ 3 กลุ่มขึ้นไป ใช้การวิเคราะห์ ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One way Analysis of Variance-ANOVA) และการทดสอบความแตกต่างเป็นรายคู่ด้วยวิธีการของเชฟเฟ (Scheffe's Method) กำหนดระดับนัยสำคัญที่ .05

4.4 วิเคราะห์ข้อมูลข้อเสนอแนะในการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ซึ่งเป็นคำถามปลายเปิด ด้วยการวิเคราะห์เชิงเนื้อหา (Content Analysis)

ผลการวิจัย (Research Results)

ระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ($\bar{X}=3.12$, S.D. =0.12) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับปานกลางทุกด้าน โดยเรียงลำดับค่าเฉลี่ยจากมากไปหาน้อย ดังนี้ ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา ($\bar{X}=3.31$, S.D. =0.19) รองลงมาคือ ด้านการวางแผนดำเนินงานกิจกรรม ($\bar{X}= 3.15$, S.D. =0.21) และค่าเฉลี่ยต่ำสุด คือ ด้านการลงทุนและปฏิบัติงาน ($\bar{X}= 3.00$, S.D. =0.29) ดังตาราง 1

ตาราง 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร

การมีส่วนร่วมในการเสริมสร้างสุขภาพ	$\bar{X}$	S.D.	แปลผล
ด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา	3.31	0.19	ปานกลาง
ด้านการวางแผนดำเนินงานกิจกรรม	3.15	0.21	ปานกลาง
ด้านการลงทุนและปฏิบัติงาน	3.00	0.29	ปานกลาง
ด้านการติดตามประเมินผล	3.01	0.19	ปานกลาง
รวม	3.12	0.12	ปานกลาง

ผลการเปรียบเทียบระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ตามความคิดเห็นของผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัว จำแนกตามปัจจัยส่วนบุคคล ประกอบด้วย เพศ อายุ ระดับการศึกษา อาชีพ สถานภาพสมรสและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน ดังนี้

1. ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ไม่แตกต่างกัน
2. ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน มีส่วนร่วมในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 เมื่อเปรียบเทียบรายคู่ มีจำนวน 7 คู่ ได้แก่ กลุ่มรายได้มากกว่า 20,000 บาท มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มากกว่า กลุ่มรายได้ 12,001-15,000 บาท กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท และกลุ่มรายได้ 7,000-12,000 บาท ตามลำดับ กลุ่มรายได้ 18,001-20,000 บาท มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ มากกว่า กลุ่มรายได้ 12,001-15,000 บาท กลุ่มรายได้ต่ำกว่า 7,000 บาท กลุ่มรายได้ 7,000-12,000 บาท และกลุ่มรายได้ 15,001-18,000 บาท ตามลำดับ ส่วนรายได้เฉลี่ยต่อเดือน (ของผู้ดูแลผู้สูงอายุ) กลุ่มอื่น ๆ มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ไม่แตกต่างกัน
3. ปัญหาอุปสรรคและข้อเสนอแนะ การมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุจากการวิจัยพบว่า ไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ผู้ดูแลผู้สูงอายุไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการค้นหาและสาเหตุของปัญหาในการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ และไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการติดตามประเมินผลการดูแลผู้สูงอายุ โดยมีข้อเสนอแนะว่า 1) ชุมชนควรจัดอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ 2) จัดหาคู่มือการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ 3) สร้างเครือข่ายและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

จากผลการวิจัยที่พบ มีประเด็นอภิปราย ดังนี้

จากผลการวิจัย ที่พบว่า ระดับการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร โดยรวมอยู่ในระดับปานกลาง ซึ่งด้านที่ค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ด้านการค้นหาสาเหตุของปัญหา และรองลงมาคือ ด้านการวางแผนดำเนินงานกิจกรรม นั้น อาจเป็นเพราะว่า ชุมชนไม่มีการเตรียมความพร้อมตามนโยบายการมีส่วนร่วมในการส่งเสริมดูแลผู้สูงอายุตามกระบวนการขับเคลื่อนนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุระยะยาวสู่การเป็นนโยบายสาธารณะเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริณี ศรีหาภาค และคณะ (2561: 144) ที่พบว่า ปัญหาอุปสรรคที่สำคัญในการดูแลผู้สูงอายุ คือ การเตรียมความพร้อมบุคลากรองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นที่ไม่เพียงพอและระเบียบปฏิบัติของทุกระบบการดูแลระยะยาวที่ไม่ชัดเจนในระยะเปลี่ยนผ่าน และภาระงานที่หนักเกินกำลังของผู้จัดการดูแลผู้สูงอายุ และกระบวนการขับเคลื่อนนโยบายการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุระยะยาวสู่การเป็นนโยบายสาธารณะเพื่อสร้างการมีส่วนร่วมของภาคประชาชนในการดูแลผู้สูงอายุ ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบหลัก ได้แก่ สนับสนุนการมีส่วนร่วมของชุมชน สร้างองค์ความรู้เพื่อการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ และบูรณาการทำงานร่วมกับหน่วยงานกำกับนโยบายในพื้นที่ สามารถนำไปสู่การผลักดันนโยบายสาธารณะสู่การปฏิบัติในพื้นที่ได้จริง โดยการมีส่วนร่วมของชุมชนเพิ่มขึ้นทุกองค์ประกอบ ซึ่งทำให้สามารถขับเคลื่อนกระบวนการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุระยะยาวสู่การปฏิบัติและทำให้ผู้สูงอายุที่มีภาวะพึ่งพิงสามารถเข้าถึงบริการระบบการดูแลระยะยาวเพิ่มขึ้น และช่วยสนับสนุนให้คุณภาพชีวิตของผู้ดูแลผู้สูงอายุดีขึ้น อีกทั้งการขับเคลื่อนนโยบายสาธารณะ

กองทุนการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวเป็นการเคลื่อนไหวทางสังคมเพื่อสร้างความร่วมมือของภาคีเครือข่าย โดยเฉพาะองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นและหน่วยงานสาธารณสุขในพื้นที่ให้สามารถขับเคลื่อนนโยบายภาครัฐที่มีความสำคัญให้สามารถนำสู่การปฏิบัติในพื้นที่ และนำไปสู่การพัฒนาระบบการดูแลผู้สูงอายุระยะยาวในชุมชนเพื่อรองรับสังคมผู้สูงอายุในอนาคต และยังสอดคล้องกับอภิญญา ขาวแพรกน้อย (2564: 15-22) ที่ศึกษาการมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุต่อกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเทศบาลตำบลหลักห้า อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร พบว่า ข้อเสนอแนะในการยกระดับการพัฒนาคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุให้สูงขึ้น คือ ควรมีการกำหนดนโยบายผู้สูงอายุให้สอดคล้องกับการพัฒนาในแต่ละด้านเพื่อนำมากำหนดโครงการที่มีงบประมาณสนับสนุน รวมถึงต้องมีการประชาสัมพันธ์เชิญชวนผู้สูงอายุให้เข้าร่วมกิจกรรมอย่างสม่ำเสมอ

ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีเพศ อายุ ระดับการศึกษา และอาชีพ ต่างกัน มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ไม่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 นั้น อาจเนื่องมาจากผู้ดูแลผู้สูงอายุในครอบครัวรับรู้และเข้าใจบทบาทหน้าที่ของตนเองในการดูแลผู้สูงอายุแม้ว่าจะมีสถานภาพที่แตกต่างกัน ในขณะที่ผู้ดูแลผู้สูงอายุที่มีสถานภาพสมรส รายได้เฉลี่ยต่อเดือน ต่างกัน มีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .05 ดังนั้น ชุมชนจำเป็นต้องหาแนวทางส่งเสริมให้เกิดความร่วมมือทุกฝ่าย โดยไม่ปล่อยให้เป็นการละเลยผู้ดูแลผู้สูงอายุในบ้านที่อาจมีรายได้น้อย มีสถานภาพหม้าย หย่าร้าง ทำให้ทำมาหาเลี้ยงชีพคนเดียว ไม่สามารถมีรายได้เพียงพอในการดูแลครอบครัว หน่วยงานเจ้าหน้าที่ของรัฐจึงต้องมีการวางแผนนโยบายด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนอย่างเข้มข้นขึ้น และผู้สูงอายุก็ต้องให้ความร่วมมือในการเข้าร่วมกิจกรรมสร้างเสริมสุขภาพกับผู้ดูแลและหน่วยงานเจ้าหน้าที่ของชุมชน มีการรับรู้เกี่ยวกับสุขภาพตนเอง โดยคนในครอบครัวต้องเป็นแบบอย่างที่ดีในการมีพฤติกรรมร่วมมือในการส่งเสริมสุขภาพกับเจ้าหน้าที่ในชุมชนด้วย เช่น ร่วมมือกับกลุ่มอาสาสมัครสาธารณสุข (อสม.) ในชุมชนที่เข้ามาทำหน้าที่ให้คำแนะนำช่วยเหลือให้ความรู้แก่ผู้ดูแลผู้สูงอายุ ให้ความรู้แก่ผู้สูงอายุในการดูแลสุขภาพตนเองซึ่งภายหลังจากการได้รับการดูแลและเห็นแบบอย่างการส่งเสริมสุขภาพแล้ว จะทำให้ผู้สูงอายุสามารถปรับเปลี่ยนพฤติกรรมมาเป็นการรู้จักส่งเสริมสุขภาพตนเองได้ สอดคล้องกับงานวิจัยของสุจินดา สุขรุ่ง และคณะ (2561: 159-176) ที่ได้ศึกษาการมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุโดยใช้กระบวนการ AIC: โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลปันแต อำเภอควนขนุน จังหวัดพัทลุง พบว่า ผู้สูงอายุมีระดับพฤติกรรมการสร้างเสริมสุขภาพ ก่อนและหลังเข้าร่วมกิจกรรม แตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยก่อนเข้าร่วมกิจกรรมผู้สูงอายุมีระดับพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพอยู่ในระดับปานกลาง และหลังเข้าร่วมกิจกรรมผู้สูงอายุมีระดับพฤติกรรมสร้างเสริมสุขภาพ อยู่ในระดับมาก และกิจกรรมที่ได้รับการคัดเลือกจากชุมชน 3 อันดับ ประกอบด้วย 1) กิจกรรมการให้ความรู้ ด้านการส่งเสริมสุขภาพ 2) กิจกรรมการนัดพบแบบรายสัปดาห์ และ 3) กิจกรรมการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ

ประเด็นปัญหาและข้อเสนอแนะการมีส่วนร่วมส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ที่พบว่า ไม่สามารถจัดหาอุปกรณ์อำนวยความสะดวกแก่ผู้สูงอายุ ผู้ดูแลผู้สูงอายุไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการค้นหาและสาเหตุของปัญหาในการสร้างเสริมสุขภาพผู้สูงอายุ และไม่มีความรู้ความเข้าใจเกี่ยวกับการติดตามประเมินผลการดูแลผู้สูงอายุ โดยมีข้อเสนอแนะว่า 1) ชุมชนควรจัดอบรมผู้ดูแลผู้สูงอายุ 2) จัดหาคู่มือการดูแลผู้สูงอายุ 3) สร้างเครือข่ายและเทคโนโลยีเพื่อส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ นั้น อาจเป็นเพราะว่า ชุมชนยังขาดความรู้ความเข้าใจในการสร้างความเข้มแข็งของชุมชนและบทบาทการแก้ปัญหาในชุมชนด้วยชุมชนเอง ทั้งนี้ เป็นหน้าที่ขององค์การภาครัฐที่จะเข้ามากำหนดแนวทาง

หรือนโยบายสาธารณะด้านสุขภาพชุมชนให้ชัดเจน สร้างผู้นำชุมชนและวางระบบสร้างชุมชนเข้มแข็ง ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของศิลป์ชัย เนตรทานนท์ และอุทัยวรรณ โคกตาทอง (2564: 18) ที่ศึกษาปัจจัยที่สนับสนุนและเอื้อต่อการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงานในชุมชน จากการประยุกต์ใช้แนวคิดทฤษฎีการเรียนรู้ทางปัญญาสังคม และโมเดลนิเวศวิทยาเชิงสังคม พบว่า รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงานในชุมชน ประกอบด้วย 5 องค์ประกอบ ดังนี้ 1) การเสริมสร้างความรอบรู้ด้านสุขภาพ 2) การมีแบบอย่างที่ดี 3) การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชน 4) การสร้างสิ่งแวดล้อมที่เอื้อต่อสุขภาพ 5) การสร้างนโยบายสาธารณะเพื่อสุขภาพ

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการศึกษาและทบทวนวรรณกรรม และผลการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัยในครั้งนี้ ซึ่งจำแนกแต่ละด้านดังนี้ คือ

1. ได้ทราบจุดอ่อน จุดแข็งของการมีส่วนร่วมส่งเสริมดูแลสุขภาพผู้สูงอายุเพื่อนำมากำหนดเป็นมาตรการในการเพิ่มประสิทธิภาพและคุณภาพในการส่งเสริมการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชนตลาดบางเขน เขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร ได้มากขึ้น
2. ในด้านปัญหาและอุปสรรค ส่วนใหญ่ ทำให้ทราบว่า ผู้ดูแลขาดความรู้ความเข้าใจในการดูแลผู้สูงอายุ และขาดการประสานกับหน่วยงานภาครัฐที่ให้คำแนะนำ ให้ความรู้ หรือให้คำปรึกษาที่ใกล้ชิด
3. ได้พัฒนาองค์ความรู้ทางวิชาการด้านการมีส่วนร่วมของชุมชนเกี่ยวกับการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ ในชุมชน เพื่อให้ชุมชนมีความเข้มแข็งและตอบสนองนโยบายภาครัฐในการบริหารจัดการสุขภาพชุมชน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ด้านการค้นหาและสาเหตุของปัญหาการค้นหาการเจ็บป่วยของผู้สูงอายุ และส่งเสริมการมีส่วนร่วมในการปรึกษาหารือกับผู้ทำกรรการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุให้มากยิ่งขึ้น ควรสนับสนุนงบประมาณในการจัดทำคู่มือการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุและควรส่งเสริมการใช้เทคโนโลยีเพื่อการช่วยเหลือดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ
 - 1.2 ชุมชนควรจัดอบรมและศึกษาดูงานในชุมชนที่เป็นตัวอย่างความสำเร็จการมีส่วนร่วมดูแลสุขภาพผู้สูงอายุ เพื่อให้มีแนวทางการปฏิบัติที่อาจไม่ต้องใช้การลงทุนด้านงบประมาณ
 - 1.3 ผู้ดูแลผู้สูงอายุ ควรมีความตระหนักต่อการจัดกิจกรรมส่งเสริมสุขภาพและเป็นแบบอย่างที่ดี เพื่อให้ขวัญกำลังใจ ส่งเสริมสุขภาพจิตของผู้สูงอายุ เช่น จัดกิจกรรมออกกำลังกายผ่อนคลาย เป็นต้น
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรมีการศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อสมรรถนะการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในการสร้างเสริมสุขภาพเพื่อเพิ่มศักยภาพผู้ดูแลผู้สูงอายุในชุมชน
 - 2.2 ควรมีการวิจัยพัฒนาเครือข่ายการมีส่วนร่วมดูแลสุขภาพผู้สูงอายุในการสร้างเสริมสุขภาพในสังคมเมืองและสังคมชนบทเพื่อหาจุดต่างจุดร่วมเพื่อบูรณาการในการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุได้อย่างเหมาะสม อาจทำทั้งวิจัยเชิงปริมาณและเชิงคุณภาพ
 - 2.3 ควรมีศึกษาพัฒนานโยบายแนวทางการส่งเสริมสมรรถนะการดูแลสุขภาพผู้สูงอายุของชุมชนให้สามารถช่วยเหลือและพึ่งพาตนเองได้

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงสาธารณสุข.(2563). การขับเคลื่อนนโยบายงานกลุ่มผู้สูงอายุ. นนทบุรี: สำนักอนามัย กรมอนามัย กระทรวงสาธารณสุข.
- ณัฐฤติ เพชรคง. (2558). ผลของโปรแกรมนันทนาการที่มีต่อคุณภาพชีวิตของผู้สูงอายุในชมรมผู้สูงอายุ โรงพยาบาลพระจอมเกล้า จังหวัดเพชรบุรี. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์มหาบัณฑิต สาขาการกีฬา นันทนาการและการท่องเที่ยว บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ กรุงเทพมหานคร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2545). การวิจัยเบื้องต้น พิมพ์ครั้งที่ 7. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ศิราณี ศรีหาคาศ และคณะ. (2561). รูปแบบการพัฒนานโยบายสาธารณะกองทุนดูแลผู้สูงอายุระยะยาวใน ชุมชนอีสาน ภายใต้กระบวนการมีส่วนร่วมของชุมชน. นนทบุรี: สถาบันวิจัยระบบสาธารณสุข กระทรวงสาธารณสุข.
- ศิลป์ชัย เนตรทานนท์ และอุทัยวรรณ โคกตาทอง. (2564). รูปแบบการส่งเสริมสุขภาพวัยทำงานในชุมชน. **วารสารสุขภาพประชาชน**. 16(2): 5-22.
- ศิริสุข นาคะเสนีย์. (2561). พฤติกรรมการดูแลสุขภาพตนเองของผู้สูงอายุในกรุงเทพมหานคร. **วารสารวิจัย ไร่ไพพรรณี**. 12(1): 39-48.
- สินศักดิ์ชนม์ อุ่นพรมมี. (2556). พัฒนาการสำคัญของการสร้างเสริมสุขภาพ. นนทบุรี: โครงการสวัสดิการ วิชาการสถาบันพระบรมราชชนก กระทรวงสาธารณสุข.
- สุจินดา สุขรุ่ง อารยา ปรานประวิตร และอารี พุ่มประไทย์.(2561). การมีส่วนร่วมของชุมชนในการสร้างเสริม สุขภาพผู้สูงอายุโดยใช้กระบวนการ AIC: โรงพยาบาลส่งเสริมสุขภาพตำบลปันแต อำเภอกวนขนุน จังหวัดพัทลุง. **วารสารการพัฒนาสุขภาพชุมชน มหาวิทยาลัยขอนแก่น**. 6(2): 159-176.
- สำนักงานเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร.(2564). **แผนปฏิบัติการประจำปีงบประมาณ พ.ศ.2564 สำนักงานเขตหลักสี่ กรุงเทพมหานคร**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเขตหลักสี่.
- อุกฤษฏ์ ชาวแพรกน้อย. (2564). การมีส่วนร่วมของผู้สูงอายุต่อกิจกรรมการพัฒนาคุณภาพชีวิตของเทศบาล ตำบลหลักห้า อำเภอบ้านแพ้ว จังหวัดสมุทรสาคร. **วารสารบัณฑิตศึกษา**. 18(80): 15-22.
- Channuwong, S., & Ruksat, S. (2022). Buddhist teachings for improving mental health during the COVID-19 Pandemic. **The Journal of Behavioral Science**. 17(2): 29-41.
- Channuwong, S., Ruksat, S., & Phra Srivinyaphon. (2022). The relationship between the four foundations of mindfulness (Satipatthana) and mental health development. **Kasetsart Journal of Social Science**. 43(1): 166-172.



การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.)

สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

Voters' Decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) Election from Pheu Thai Party in 2022

แสงจันทร์ ทองนาค¹ ยุวัฒน์ วุฒิเมธี²

Sangchan Tongnak, Yuwat Vuthimedhi

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์ 1) เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัครสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 2) เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 และ 3) เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ส.ก. งานวิจัยนี้เป็นการเชิงปริมาณ ประชากรและกลุ่มตัวอย่างคือประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้าน กรุงเทพมหานครในพื้นที่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี ที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการเก็บตัวอย่างแบบบังเอิญ จำนวน 400 คน โดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือในการวิจัย ผลการศึกษาพบว่า 1) การเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.05 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 2) ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจของผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งในการเลือกผู้สมัคร ส.ก.ที่สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.2565พบว่า ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ 3) ข้อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการใช้สิทธิในการเลือกตั้ง ส.ก. ได้แก่ การใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และผู้สมัครจำเป็นต้องมีการเลือกใช้ประเภทของสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายในการเลือกตั้ง

คำสำคัญ (Keywords) : การตัดสินใจในการเลือกตั้ง; สมาชิกสภากรุงเทพมหานคร; พรรคเพื่อไทย

Received: 2022-12-01 Revised: 2022-12-14 Accepted: 2022-12-17

¹ นักศึกษาหลักสูตรรัฐศาสตรมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยสยาม Student of Master of Political Science Program, Siam University. E-mail: stangia@hotmail.com

² อาจารย์ประจำบัณฑิตวิทยาลัยสาขารัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม Lecturer of Graduate School of Political Science, Siam University. E-mail: polsiamsu10@gmail.com

Abstract

The research's objectives were: 1) to compare personal factors and voters' decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) election from Pheu Thai Party in 2022; 2) to study factors related to voters' decisions in the Bangkok Metropolitan Councilor (BMC) election from Pheu Thai Party in 2022; and 3) to suggest ways to promote the exercise of the rights in BMC election. The research employed a quantitative research methodology. The population and the sample were residents with their names in the Bangkok household registration in Bangkok, Wang Thonglang, Dusit and Thonburi districts, and aged 18 years old and over. The research utilized an accidental sampling method to collect a sample of 400 members. A research tool was questionnaires. The result showed as followed. 1) The differences in sex and economic status were related to difference in the voters' decisions in the BMC election from Pheu Thai Party in 2022 at the statistical level of significance of 0.00, according to the assumptions, while age and occupation factors were not related to difference in voters' decisions in the BMC election from Pheu Thai Party in 2022 at the statistical level of significance of .05, not according to the assumptions. 2) The environmental factors, including political communication and marketing, were correlated with the BMC election decision of Pheu Thai Party in 2022 at the statistical significance level of 0.00, in accordance with the assumptions. 3) It was necessary for candidates to use appropriate media for election campaigns and target voters in the election.

Keywords: voting decision; Bangkok Metropolitan councilors; Pheu Thai Party

บทนำ (Introduction)

การจัดการเลือกตั้ง (Election) ถือเป็นขั้นตอนสำคัญประการหนึ่งของกระบวนการทางการเมืองในระบอบประชาธิปไตย เนื่องจากเป็นกระบวนการคัดกรองทางการเมืองเพื่อคัดสรรบุคคลเข้าเป็นตัวแทน (Representative) ในระบบประชาธิปไตยทางอ้อม (Indirect Democracy) ที่ตัวแทนหรือผู้แทนจะเข้าทำหน้าที่แทนประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งในสภา ซึ่งเป็นการแสดงบทบาทที่สำคัญของฝ่ายนิติบัญญัติ (Legislative) ดังพบว่า บทบาทของฝ่ายนิติบัญญัติทั้งในระบบรัฐสภา (Parliament) และประธานาธิบดี (President) ถือเป็นสิ่งสำคัญในกระบวนการทางการเมืองแบบประชาธิปไตย เนื่องจากมีบทบาทในการออกกฎหมาย (Initiative laws) ไปพร้อมๆ กับบทบาทการตรวจสอบการทำงานของฝ่ายรัฐบาล (Monitor) เพื่อให้ระบบการเมืองโดยรวมเกิดความโปร่งใส (Transparency) ซึ่งบทบาทเหล่านี้เป็นเรื่องพื้นฐานทางการเมืองที่ผู้แทนที่ได้รับเลือกตั้งจะต้องทำหน้าที่แทนประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้ง

ขณะเดียวกันเมื่อพิจารณาถึงระบบการเมืองไทยตลอดระยะเวลากว่า 20 ปีที่ผ่านมาย่อมเห็นว่า โครงสร้างทางการเมืองระดับชาตินั้นมีรูปแบบการปกครองในระบบรัฐสภาแบบประเทศอังกฤษ ขณะที่การปกครองส่วนท้องถิ่นของไทยกลับมีรูปแบบการปกครองส่วนท้องถิ่นแบบประธานาธิบดีแบบสหรัฐอเมริกา ซึ่งมีการได้มาซึ่งผู้นำรัฐบาลและอำนาจในการปกครองที่แตกต่างกัน ทั้งนี้กลับพบว่าบทบาทของสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรและสมาชิกสภาท้องถิ่น ซึ่งได้แก่ องค์การบริหารส่วนจังหวัด องค์การบริหารส่วนตำบล เทศบาล เมือง

พญา และกรุงเทพมหานคร ต่างก็ทำหน้าที่ในลักษณะเดียวกันคือการออกกฎหมายการตรวจสอบการทำงานของฝ่ายบริหารที่ได้รับการเลือกตั้งเข้ามา

นอกจากนี้ยังพบว่า การคัดสรรบุคคลเข้าสู่ตำแหน่งทางการเมืองจึงเป็นเรื่องที่สำคัญต่อระบบการเมืองอย่างยิ่ง โดยเฉพาะการเมืองในระดับท้องถิ่นซึ่งเป็นรูปแบบพิเศษอย่างกรุงเทพมหานคร เนื่องจากกรุงเทพมหานครเป็นพื้นที่ที่มีความสำคัญในหลายประการ อาทิ การเป็นเมืองหลวงที่เป็นศูนย์กลางทางเศรษฐกิจ สังคม และการเมือง รวมทั้งการเป็นมหานครขนาดใหญ่ที่มีปัญหาหลากหลายรูปแบบ จึงเห็นได้ว่ากรุงเทพมหานครเป็นเมืองที่ต้องการตัวแทนทางการเมืองที่มีความพร้อมในหลายด้านเพื่อเข้าไปมีบทบาทในการทำงานเพื่อประชาชน

อย่างไรก็ตาม การแข่งขันในการส่งผู้สมัครรับเลือกตั้ง ส.ก.จึงกลายเป็นประเด็นที่มีความสำคัญเพราะถือเป็นจุดเริ่มต้นที่สำคัญสำหรับพรรคการเมืองและว่าที่ผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรในกรุงเทพมหานครที่จะใช้การแข่งขันการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นนี้เป็นฐานทางการเมืองต่อไปในอนาคต จึงเห็นได้ว่าในส่วนของการพรรคการเมืองทั้งขนาดเล็กและขนาดใหญ่ต่างมีการส่งผู้สมัครในนามพรรคนั้นๆ ในการเลือกตั้ง ส.ก.เป็นจำนวนมาก โดยรวมถึงพรรคเพื่อไทยซึ่งถือว่าเป็นพรรคการเมืองที่มีพัฒนาการทางการเมืองและเคยมีฐานส.ก.มาแล้วหลายสมัยทั้งที่อยู่ในนามพรรคไทยรักไทย พรรคพลังประชาชน และพรรคเพื่อไทยในปัจจุบัน

ดังนั้นการศึกษาเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” นี้ จึงมุ่งศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล และปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ซึ่งย่อมนำไปสู่การวางแผนทางการตลาดทางการเมืองเพื่อใช้เป็นแนวทางการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทยในการเลือกตั้งระดับต่างๆ ในอนาคตต่อไป

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research objectives)

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565
2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565
3. เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Method)

รูปแบบการวิจัย

การวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” นี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ ซึ่งมีวิธีการดำเนินการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา

ขอบเขตด้านเนื้อหา โดยตัวแปรอิสระ ประกอบด้วย ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว และปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง รวมถึง ตัวแปรตาม ได้แก่ การตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากร ได้แก่ ประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านในเขตกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป ที่มีชื่ออยู่ในเขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี จำนวน 476,186 คน

กลุ่มตัวอย่าง โดยกลุ่มตัวอย่างได้จากประชาชนที่มีชื่ออยู่ในทะเบียนบ้านกรุงเทพมหานครที่มีอายุตั้งแต่ 18 ปีขึ้นไป โดยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) กับกลุ่มตัวอย่างที่พบเจอในเขตพื้นที่ที่ศึกษา จำนวน 400 คน ทั้งนี้ การศึกษานี้มีพื้นที่ในการศึกษา ซึ่งมาจากกลุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลาก (Lottery Sampling) จากรายชื่อเขตในกรุงเทพมหานครทั้งหมดตามจำนวนเขตที่กำหนดไว้ จำนวน 4 เขต ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่

ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่ เขตบางกะปิ เขตวังทองหลาง เขตดุสิต และเขตธนบุรี กรุงเทพมหานคร

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา

พฤษภาคม-กรกฎาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม (Questionnaire)

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ ใช้แบบสอบถาม (Questionnaire) เป็นเครื่องมือในการเก็บรวบรวมข้อมูล ในช่วงระยะเวลาในการศึกษา ตั้งแต่พฤษภาคม - กรกฎาคม พ.ศ. 2565 ซึ่งกลุ่มตัวอย่างมาจากสุ่มตัวอย่างด้วยวิธีการจับฉลาก (Lottery Sampling) จากรายชื่อเขตในกรุงเทพมหานคร

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำผลข้อมูลที่รวบรวมได้มาประมวลผล โดยใช้เครื่องคอมพิวเตอร์โปรแกรมสำเร็จรูป โดยใช้สถิติพื้นฐานในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน การทดสอบค่าที (t-test) การวิเคราะห์ความแปรปรวนแบบทางเดียว (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Moment Product Correlation)

ผลการวิจัย (Research Results)

จากการศึกษาวิจัยเรื่อง “การตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565” สามารถประมวลผลการวิจัย ดังนี้

ข้อมูลทั่วไป

ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคล พบว่า กลุ่มตัวอย่างที่แสดงความคิดเห็นเกี่ยวกับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 มีปัจจัยส่วนบุคคล ดังนี้

ด้านเพศส่วนใหญ่เป็น ชาย จำนวน 208 คน คิดเป็นร้อยละ 52.0 ด้านอายุ ส่วนใหญ่เป็น กลุ่ม 18-30 ปี จำนวน 152 คน คิดเป็นร้อยละ 38.0 ด้านอาชีพ ส่วนใหญ่เป็น กลุ่มนักเรียนหรือนักศึกษา จำนวน 140 คน คิดเป็นร้อยละ 35.0 และด้านสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว (รายได้เฉลี่ยต่อเดือน) ส่วนใหญ่เป็น กลุ่ม 20,001-40,000 บาท จำนวน 228 คน คิดเป็นร้อยละ 57.0 รองลงมา ได้แก่ กลุ่ม 40,001 บาทขึ้นไป จำนวน 108 คน คิดเป็นร้อยละ 27.0 และ กลุ่มไม่เกิน 20,000 บาท จำนวน 64 คน คิดเป็นร้อยละ 16.0

ปัจจัยแวดล้อม พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อมโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.67$, S.D.=0.44) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$, S.D.=0.84) รองลงมา ได้แก่ ปัจจัยการตลาดทางการเมืองโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.45$, S.D.=0.57)

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 0.43) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ด้านความนิยมในพรรคการเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.50) รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณสมบัติตัวผู้สมัครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.=0.53)

ระดับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่มีความคิดเห็นต่อปัจจัยแวดล้อม โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.60$, S.D.= 0.43) เมื่อพิจารณารายด้าน พบว่า ส่วนใหญ่มีความเห็นว่า ด้านความนิยมในพรรคการเมือง โดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.66$, S.D.= 0.50) รองลงมา ได้แก่ ด้านคุณสมบัติตัวผู้สมัครโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.55$, S.D.=0.53)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์การวิจัยได้ ดังนี้

1. เพื่อเปรียบเทียบปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ และสถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ แต่ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ อายุ และอาชีพที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ไม่แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งไม่เป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

2. เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565

ผลการศึกษา พบว่า ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 พบว่า ปัจจัยแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ เมื่อจำแนกรายปัจจัย พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ.

2565 ในระดับปานกลาง ($r = 0.399$) และระดับต่ำ ($r = -.141$) ตามลำดับ ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้

เพื่อเสนอแนะแนวทางในการส่งเสริมการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย ผลการศึกษา พบว่า การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเลือกตั้ง ส.ก. จำเป็นต้องมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง และการลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นส.ก.นั้น ผู้สมัครควรสังกัดพรรคการเมืองที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างฐานคะแนนเสียง จึงจะมีโอกาสได้เปรียบผู้สมัครที่ไม่สังกัดพรรคการเมือง

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

ผลการศึกษาจากงานวิจัยนี้ช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับการตลาดทางการเมืองในกระบวนการเลือกตั้งระดับท้องถิ่น (McNair, 2003) ซึ่งสะท้อนให้เห็นปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้งสมาชิกสภากรุงเทพมหานคร (ส.ก.) สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 อันเป็นข้อมูลที่ใช้ประกอบการวางแผนการเลือกตั้งในระดับท้องถิ่นหรือระดับประเทศต่อไป

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัวที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 แตกต่างกัน ที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว (2534: 157) และ Newman (1999) ที่ชี้ให้เห็นว่า สถานภาพทางเศรษฐกิจและสังคมกับอิทธิพลที่มีผลต่อการลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง ผู้ลงคะแนนเสียงเลือกตั้งมีความสนใจทางการเมืองน้อย จะตัดสินใจโดยไม่อิงกับประเด็นนโยบายทางการเมือง ด้านการชักจูงโน้มน้าวและอำิสสินจ้างจะมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจลงคะแนนเสียงเลือกตั้ง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ จิรัชยา เคล้าดี และคณะ (2564: 259-272) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา” พบว่า เพศที่ต่างกันมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจของประชาชนทุกวิถีทางในการลงคะแนนเสียงเลือกสภาผู้แทนราษฎร อายุที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจใช้สิทธิเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎร เฉพาะเกี่ยวกับการรับรู้ข่าวสารทางการเมือง ลักษณะของหัวหน้าพรรคการเมือง สถานภาพสมรส ระดับการศึกษาอาชีพและรายได้ต่อเดือนต่างกัน ไม่มีผลต่อการตัดสินใจใช้สิทธิเลือกตั้งสภาผู้แทนราษฎรทุกประการ

ปัจจัยแวดล้อมมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ จูดีรัตน์ จันทิมพะ (2547) ที่สะท้อนให้เห็นว่า ปัจจุบันมีเครื่องมือในสื่อสารการตลาดเพื่อการเมือง ประกอบไปด้วย สิ่งที่อยู่ในส่วนประสมทางการตลาดอยู่มากมาย อาทิ การโฆษณา (Advertising) เช่น สปอตการโฆษณาทางสื่อวิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร ป้ายโฆษณากลางแจ้งและสื่อสิ่งพิมพ์โฆษณาอื่นๆ เช่น ป้ายผ้า ธง แผ่นพับสติ๊กเกอร์ บัตรแนะนำตัว การประชาสัมพันธ์ (Public Relation) ได้แก่ ข่าวของผู้สมัครทางสื่อโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ เว็บไซต์ การสัมภาษณ์ผู้สมัครในรายการโทรทัศน์ วิทยุ หนังสือพิมพ์ นิตยสาร การใช้สื่อบุคคล (Personal Selling) ได้แก่ การปราศรัยหาเสียงของผู้สมัครในสถานที่ต่างๆ การเข้าไปแนะนำตัวในพื้นที่ การเข้าร่วมแสดงวิสัยทัศน์และนโยบายที่จัดโดยองค์กรต่างๆ และการตลาดทางตรง (Direct Marketing) เช่น การส่งสิ่งพิมพ์ทางไปรษณีย์ไปถึงประชาชน เช่น จดหมายแนะนำตัวผู้สมัคร บัตรอวยพรเทศกาลต่างๆ เอกสาร

อื่นๆ เช่น ประวัติพรรค นโยบายพรรค ใบสมัครสมาชิก เป็นต้น อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย มีสุข (2561: 47-55) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1” พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีรายได้ต่ำมีส่วนร่วมในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยามากกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่มีรายได้สูง แตกต่างจาก เอมวดี กาฬภักดี และ ประกิต กันยาบาล (2560: 115-131) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2557” พบว่า ประชาชนในเขตเทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี มีระดับปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งสูง จากการทดสอบสมมติฐานพบว่าตัวแปรทางด้านอาชีพ และ ภาพรวมของการเลือกตั้ง มีผลต่อการเลือกตั้ง เพศ อายุ ระดับการศึกษา รายได้ ไม่มีผลต่อการเลือกตั้ง

ปัจจัยการสื่อสารทางการเมืองมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ในระดับปานกลาง ($r = 0.399$) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ Almond and Coleman (1960: 145) ซึ่งเห็นว่า การสื่อสารทางการเมืองเป็นกิจกรรมการเผยแพร่ข้อมูลข่าวสารโดยทั่วไปในระบบการเมือง ซึ่งเป็นการทำหน้าที่ทั้งหลายของระบบการเมือง และเกี่ยวข้องกับกระบวนการเรียนรู้ทางการเมือง การสร้างเครือข่ายผลประโยชน์ การผสานประโยชน์ การออกกฎหมาย การประยุกต์ใช้กฎหมาย และการปรับเปลี่ยนกฎหมายต่างๆ ที่ล้วนแล้วดำเนินไปโดยอาศัยการสื่อสารเป็นเครื่องมือในกระบวนการนี้ (ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร, 2564: 24) อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ วิชัย มีสุข (2561: 47-55) ศึกษาเรื่อง “ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1” พบว่า ผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารมากมีส่วนร่วมในการไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาลนครพระนครศรีอยุธยามากกว่าผู้มีสิทธิเลือกตั้งที่ได้รับข้อมูลข่าวสารน้อย ผลการพิสูจน์สมมติฐานพบว่า มีความสัมพันธ์กับการไปใช้สิทธิเลือกตั้ง

ปัจจัยการตลาดทางการเมือง มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจในการเลือกตั้ง ส.ก.สังกัดพรรคเพื่อไทย พ.ศ. 2565 ในระดับต่ำ ($r = -0.141$) ที่นัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.00 ซึ่งเป็นไปตามสมมติฐานที่ตั้งไว้ สอดคล้องกับแนวคิดของ ปฐมาพร เนตินันท์ (2564) ที่เห็นว่า การตลาดทางการเมือง (Political Marketing) จึงมีนัยหมายถึง ลักษณะองค์กรทางการเมือง อาทิ พรรคการเมือง กลุ่มผลประโยชน์ องค์การการปกครองท้องถิ่น ได้นำเอาแนวคิดและเทคนิคทางการตลาดขององค์กรธุรกิจเข้ามาประยุกต์ใช้ในการค้นหาความต้องการของประชาชน การปรับเปลี่ยนพฤติกรรมองค์กรเพื่อตอบสนองความต้องการของประชาชน รวมทั้งการสื่อสารเพื่อนำเสนอ “ผลิตภัณฑ์” อย่างมีประสิทธิภาพ เพื่อให้บรรลุเป้าหมายทางการเมือง อีกทั้งยังสอดคล้องกับงานวิจัยของ เทอดศักดิ์ ไปจันทิก และคณะ (2563: 59-78) ศึกษาเรื่อง “การแข่งขันและปัจจัยที่มีผลต่อชัยชนะการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย” พบว่า งานวิจัยชิ้นนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร และความสัมพันธระหว่งนักการเมืองและพรรคการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลยระหว่างวันที่ 24 มีนาคม 2562 เก็บรวบรวมข้อมูลจากเอกสารและโดยวิธีการสัมภาษณ์ทั้งจากผู้สมัครรับเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎร, นักการเมืองท้องถิ่น หัวหน้าชน ผู้นำชุมชน ตลอดจนประชาชนผู้มีสิทธิเลือกตั้งทั่วไป ผลการวิจัย พบว่า การแข่งขันทางการเมืองในการเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย เป็นการ “ขับเคี่ยว” ระหว่างสาม

พรรคการเมือง ได้แก่ พรรคเพื่อไทย พรรคภูมิใจไทย และพรรคพลังประชารัฐ ปัจจัยที่ส่งผลต่อการได้รับเลือกตั้ง คือ การสังกัดพรรคการเมืองที่นิยมของชาวอีสาน

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

ประการแรก การส่งเสริมและสนับสนุนการจัดการเลือกตั้ง ส.ก. จำเป็นต้องมีการเลือกใช้สื่อให้เหมาะสมกับการรณรงค์การเลือกตั้ง

ประการที่สอง การลงสมัครรับเลือกตั้งเป็นส.ก.นั้น ผู้สมัครควรสังกัดพรรคการเมืองที่เอื้ออำนวยต่อการสร้างฐานคะแนนเสียง จึงจะมีโอกาสได้เปรียบผู้สมัครที่ไม่สังกัดพรรคการเมือง

ประการที่สาม ผู้สมัครจำเป็นต้องมีการเลือกใช้ประเภทของสื่อให้สอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่จะเป็นฐานคะแนนเสียงในการเลือกตั้ง

ประการที่สี่ พรรคการเมืองจำเป็นต้องให้การสนับสนุนผู้สมัครในนามของพรรคอย่างใกล้ชิด เพื่อช่วยให้ประชาชนผู้มีสิทธิออกเสียงเลือกตั้งเกิดความมั่นใจในตัวแทนของพรรคที่เป็นผู้สมัครมากขึ้น

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ประการแรก การวิจัยนี้เน้นศึกษา ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ อาชีพ สถานภาพทางเศรษฐกิจของครอบครัว เท่านั้น จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย ได้แก่ สถานภาพสมรส ความสนใจทางการเมือง และประเภทสื่อที่สนใจ เป็นต้น

ประการที่สอง การวิจัยนี้เน้นการศึกษา ปัจจัยแวดล้อม ได้แก่ ปัจจัยการสื่อสารทางการเมือง และปัจจัยการตลาดทางการเมือง เท่านั้น จึงควรศึกษาปัจจัยอื่นๆ ประกอบด้วย ได้แก่ การเรียนรู้ทางการเมือง ความเห็นทางการเมือง การมีส่วนร่วมทางการเมือง เป็นต้น

ประการที่สาม การศึกษานี้เน้นการศึกษาเฉพาะพรรคเพื่อไทยเท่านั้น จึงควรศึกษาพรรคการเมืองอื่นๆ ด้วย เช่น พรรคประชาธิปัตย์ พรรคประชากรไทย พรรคก้าวไกล เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง (References)

- จิรัชยา เกล้าดี และคณะ. (2564). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจไปใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรของประชาชนอำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา. *วารสารรัชต์ภาคย์*. 15(41): 259-272.
- ชาญชัย จิตรเหล้าอาพร. (2564). การตลาดทางการเมือง. กรุงเทพฯ: คณะรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยสยาม.
- ฐิติรัตน์ จันทิมพะ. (2547). การสื่อสารการตลาดที่มีต่อภาพลักษณ์ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรสตรีในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต สาขาวารสารศาสตร์. คณะวารสารศาสตร์และสื่อสารมวลชน มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- เทอดศักดิ์ ไปจันทิก และคณะ. (2563). การแข่งขันและปัจจัยที่มีผลต่อชัยชนะการเลือกตั้งทั่วไป พ.ศ. 2562 ของผู้สมัครสมาชิกสภาผู้แทนราษฎรจังหวัดเลย. *วารสารสถาบันพระปกเกล้า*. 18(3): 59-78.
- ปฐมาพร เนตินันท์. (2564). การตลาดเพื่อการเมืองกับประชาธิปไตยในยุคมวลชน: ศึกษาเฉพาะกรณีการรณรงค์หาเสียงเลือกตั้งในประเทศไทย. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.bu.ac.th/knowledgecenter/epaper/may_july2010/pdf/page86.pdf. สืบค้นเมื่อ 21 เมษายน 2564.

- พรศักดิ์ ผ่องแผ้ว. (2534). การเลือกตั้งกับการพัฒนาทางการเมือง ในเอกสารการสอนชุดวิชาปัญหาเกี่ยวกับการพัฒนาทางการเมืองไทย. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.
- วิชัย มีสุข. (2561). ปัจจัยอันมีผลต่อการมีส่วนร่วมของประชาชนในการใช้สิทธิเลือกตั้งสมาชิกสภาเทศบาล เทศบาลนครพระนครศรีอยุธยา อำเภอพระนครศรีอยุธยา จังหวัดพระนครศรีอยุธยา ศึกษาเฉพาะผู้มีสิทธิเลือกตั้ง ในเขตเลือกตั้งที่ 1. วารสารรัฐศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏสวนสุนันทา. 1(1): 47-55.
- เอมวดี กาฬภักดี และประกิต กันยาบาล. (2560). ปัจจัยที่มีผลต่อการเลือกตั้งนายกเทศมนตรี เทศบาลตำบลหนองกระทุ่ม อำเภอเดิมบางนางบวช จังหวัดสุพรรณบุรี : ศึกษาเฉพาะกรณีการเลือกตั้ง เมื่อวันที่ 20 เมษายน 2557. วารสารรัฐศาสตร์ปริทรรศน์ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์. 4(1): 115-131.
- Almond, Gabriel A. and Coleman, James S. (1960) *The Politics of the Developing Areas*. Princeton: Princeton University Press.
- McNair, B. (2003). *An Introduction to Political Communication*. New York, NY: Routledge.
- Newman, B. I. (1999). *The Mass Marketing of Political Democracy in The Age of Manufactured Images*. London: Sage.



การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่น
ผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี
Technology Acceptance and Marketing Communication Affecting the
Decision to Buy Fashion Clothes via Facebook Live of Consumers in
Nonthaburi Province

มนสิกาญจน์ รักษาชื่อ¹ ชัยอนันต์ สิริเบญจสานนท์²
Manasikan Ruksachue, Chaianun Siribensanont

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1.ศึกษาปัจจัยส่วนบุคคล 2.ศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี และ 3.ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ประชากรได้แก่ผู้ใช้เฟซบุ๊กที่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live อาศัยอยู่ในจังหวัดนนทบุรี ไม่ทราบจำนวนแน่นอน กลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัยได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ

ผลการวิจัยพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท การยอมรับเทคโนโลยีพบว่าในภาพรวมมีการยอมรับอยู่ในระดับมาก การวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อพบว่าในภาพรวมอยู่ในระดับมาก การทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ส่วนด้านอื่นๆ มีผลต่อการตัดสินใจซื้อ ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ และปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ ไม่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

คำสำคัญ (Keywords) : การยอมรับเทคโนโลยี; เสื้อผ้าแฟชั่น; Facebook Live

Abstract

This research article aimed to 1 .study personal factors, 2 .study the technology acceptance factors and 3.study the marketing communication factors affecting the decision to buy fashion clothes via Facebook Live of consumers in Nonthaburi Province. The population included Facebook users who used to buy various fashion clothes via Facebook Live in Nonthaburi of which the exact number was unknown. The sample included 400

Received: 2022-12-02 Revised: 2022-12-15 Accepted: 2022-12-18

¹ นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก Master Degree Student in Master of Arts, Department of Organization Management, Krirk University. E-mail: casnovy@hotmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก. Advisor and Fulltime Lecturer, Master of Arts, Faculty of Liberal of Arts, Krirk University. E-mail: chaianun.1169@gmail.com

people. The research instrument was a questionnaire. The statistical tools used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test (One-Way ANOVA) and multiple regression analysis.

The results of the research revealed that the majority of respondents were female, age 21 to 30 years, single status, bachelor's degree, private company employees, average monthly income 10,001-20,000 baht. The technology acceptance overall was at a high level. An analysis of marketing communication data affecting buying decisions revealed that it was overall at a high level. Hypothesis testing did not show that a gender as a personal factor had an impact on buying decisions, while other aspects affected them. The technology acceptance factor affected the buying decisions; and the marketing communication factors such as public relations and interactive communication had no impact on the decision in the fashion clothes buying via Facebook Live of consumers in Nonthaburi Province.

Keywords: technology acceptance; fashion clothes; Facebook Live

บทนำ (Introduction)

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศการสื่อสารและโทรคมนาคมได้พัฒนาไปจนถึงยุคแห่งการหลอมรวมเทคโนโลยี จนทำให้เกิดสื่อใหม่เช่นสื่อสังคมออนไลน์หรือ Social Media และได้เข้ามามีบทบาทต่อการดำเนินชีวิตประจำวันของผู้คนในสังคม จนทำให้จำนวนผู้ใช้สื่อสังคมออนไลน์เพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วและผู้ใช้ก็มีเสรีภาพในการกำหนดเนื้อหาสาระและรูปแบบการใช้ประโยชน์จากสื่อสังคมออนไลน์ผ่านช่องทางที่หลากหลายมากยิ่งขึ้น (สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.), 2564: เว็บไซต์)

เมื่อโลกหันหน้าเข้าสู่เทคโนโลยีอย่างเต็มรูปแบบสำหรับประเทศไทยนั้น ได้มีการผลักดันนโยบายไทยแลนด์ 4.0 หรือเศรษฐกิจดิจิทัล (Digital Economy) เพื่อขับเคลื่อนเศรษฐกิจยุคใหม่โครงสร้างพื้นฐานของประเทศถูกพัฒนาขึ้นด้วยเทคโนโลยีสมัยใหม่เพื่ออำนวยความสะดวกให้กับประชาชนได้ดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างสะดวกและรวดเร็ว และมีประสิทธิภาพเพิ่มมากขึ้นพฤติกรรมของประชาชนในสังคมก็เปลี่ยนแปลงให้เข้ากับยุคดิจิทัลมากขึ้นทั้งลักษณะของการดำเนินการต่าง ๆ ในชีวิตประจำวัน ประชาชนหันมาซื้อสินค้าและบริการบนอินเทอร์เน็ตเพิ่มมากขึ้นและมีแนวโน้มที่จะสูงขึ้นเรื่อย ๆ ด้วยความแพร่หลายของบริการทางอินเทอร์เน็ต ซึ่งได้ครอบคลุมไปทุกพื้นที่ของประเทศไม่ว่าจะเป็นแหล่งชุมชนและสังคมเครือข่ายของผู้ให้บริการด้านโทรศัพท์เคลื่อนที่ (Mobile Phone) ที่อินเทอร์เน็ต 3G-5G หรือบริการ Wi Fi ตามสถานที่ต่าง ๆ ทำให้ประชาชนส่วนมากเข้าถึงการซื้อขายสินค้าและบริการได้ ไม่ว่าจะอยู่ที่ไหน ในเวลาใด ก็จะได้รับความสะดวกรวดเร็ว รวดรับสินค้าได้ถึงหน้าบ้านของลูกค้า ซึ่งเรียกได้ว่าประชาชนเกือบทุกคนได้เปลี่ยนผ่านจากชีวิตประจำวันเดิม ๆ ไปสู่ชีวิตดิจิทัลอย่างเต็มรูปแบบ ซึ่งแสดงให้เห็นว่าผู้บริโภคต่าง ๆ ให้การยอมรับเทคโนโลยีโดยนำเทคโนโลยีมาใช้ในชีวิตประจำวันแทบจะทุกขณะของชีวิตก็ได้

สังคมออนไลน์มีอิทธิพลอย่างมากในขณะนี้คือ เฟซบุ๊ก (Facebook) เป็นสื่อสังคมออนไลน์ที่ได้รับความนิยมมากเป็นอันดับ 1 ของโลก เป็นแหล่งชุมชนของสังคมออนไลน์และเป็นเครื่องมือประเภทหนึ่งในการสื่อสารทางการตลาดที่ดี ต้นทุนต่ำ มีประสิทธิภาพสูง เข้าถึงกลุ่มเป้าหมายได้เป็นอย่างดี ทั้งขยายกลุ่มลูกค้าทั้ง

ใหม่ และลูกค้าเก่า ได้อย่างมีประสิทธิภาพและรวดเร็ว (ทำการตลาดบนเฟซบุ๊ก มีประโยชน์อย่างไร, 2563) Facebook สามารถโพสต์ข้อความ รูปภาพ วิดีโอ เพื่อเป็นการแบ่งปันให้กับกลุ่มเป้าหมายและการแสดงความคิดเห็นของกลุ่มเป้าหมายหรือกลุ่มลูกค้า ปัจจุบันนี้พบได้ว่าประชาชนใช้เวลาเข้าอินเทอร์เน็ตต่อวันมากที่สุดในโลกและในเขตกรุงเทพมหานครและปริมณฑล มีผู้ใช้ Facebook มากที่สุดในโลก (สถิติผู้ใช้ดิจิทัลทั่วโลก ไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยใช้ Facebook มากที่สุดในโลก: 2563) และด้วยการพัฒนาอย่างต่อเนื่องของ Facebook มักจะนำเสนอความแตกต่างและสร้างจุดเด่นด้วยการถ่ายทอดสดผ่านทาง Facebook หรือเรียกว่า Facebook Live โดยเสนอรูปแบบของวิดีโอซึ่งผู้ใช้งานสามารถชมผ่านการถ่ายทอดสด และสามารถโต้ตอบระหว่างผู้ถ่ายทอดสดกับผู้เข้าชมรายการ ณ เวลานั้นได้ทันที อีกทั้งเอื้ออำนวยต่อการดำเนินธุรกิจทำให้ Facebook Live กลายเป็นเครื่องมือสำคัญของกลุ่มผู้ขายสินค้าผ่านทางออนไลน์ (จิตาภา ทัดหอม, 2558: 52)

สินค้ายอดนิยมที่จำหน่ายใน Facebook Live ส่วนมากจะเป็นสินค้าแฟชั่นไม่ว่าจะเป็นสิ่งของเครื่องมือเครื่องใช้ เครื่องประดับและที่พบมากที่สุดคือสินค้าประเภทเสื้อผ้า แฟชั่นของทั้งหญิงและชายและพบว่าคนไทย 84% เริ่มต้นการช้อปปิ้งออนไลน์ด้วยโซเชียลมีเดียโดย 1 ใน 5 ซื้อเสื้อผ้าออนไลน์ โดย 67% ใช้อินเทอร์เน็ตเพื่อค้นหาแฟชั่นและสไตล์การแต่งตัว 55% ใช้สำหรับข้อมูลเกี่ยวกับเสื้อผ้าและ 46% ใช้อินเทอร์เน็ตอ่านสำหรับรีวิวความคิดเห็นจากคนอื่น ๆ ทั้งนี้คาดว่าจะยอดขายเสื้อผ้าออนไลน์ในไทยมีมูลค่า 6 พันล้านบาทภายในปี 2565 (กรุงเทพธุรกิจ, 2564: 6)

ผู้ประกอบการและร้านค้าเสื้อผ้าแฟชั่นในปัจจุบันหันมาใช้ Facebook Live ในการทำกิจกรรมทางการตลาด ซึ่งสามารถทำได้ตลอด 24 ชั่วโมงจากที่บ้าน ที่ทำงาน หรือที่ใด ๆ ก็ตามทีอินเทอร์เน็ตเข้าถึงเพราะลูกค้าสามารถประหยัดเวลาในการออกไปเลือกซื้อสินค้าเองตามห้างร้านหรือห้างสรรพสินค้าต่าง ๆ และยังเป็นตัวเลือกที่ดีสำหรับเหล่าบรรดานักช้อปปิ้งที่ไม่ค่อยมีเวลา อีกทั้งการซื้อสินค้าผ่านช่องทางออนไลน์ในปัจจุบันนี้มีความน่าเชื่อถือและมีประสิทธิภาพมากกว่าแต่เดิม มีระบบตรวจสอบการชำระเงินและสถานการณ์ จัดส่งสินค้าอีกด้วย และด้วยเหตุนี้ Facebook Live จึงเป็นช่องทางการขายที่กำลังได้รับความนิยมจากผู้ใช้งาน โดยเฉพาะกลุ่มเสื้อผ้าแฟชั่นสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษ ดังนั้น ผู้ประกอบการธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นสุภาพสตรีและสุภาพบุรุษจึงควรวิเคราะห์ตลาดและแนวโน้มกระแสนิยมของผู้บริโภคอย่างสม่ำเสมอเพื่อสามารถรองรับการเปลี่ยนแปลงได้อย่างทันทั่วทั้งที่ควบคู่กับการใช้เครื่องมือทางการตลาดคือการสื่อสารทางการตลาด (Marketing Communication) เข้ามาผสมผสานและการรับรู้และความสะดวกสบายทางธุรกิจที่แตกต่างจากร้านอื่น ๆ ในตลาดเสื้อผ้าแฟชั่น ด้วยสาเหตุดังกล่าวทำให้ผู้วิจัยจึงมีความสนใจศึกษาเรื่อง การยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่จะได้นำผลการวิจัยไปใช้ในการวางแผนกลยุทธ์ทางการตลาดเพื่อเป็นแนวทางให้กับผู้ประกอบการ อันจะส่งผลให้ธุรกิจดำเนินไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ เป็นผลให้ผู้ประกอบการมีขีดความสามารถในการแข่งขันในธุรกิจเสื้อผ้าแฟชั่นและประสบความสำเร็จในระยะยาวและเติบโตในธุรกิจได้อย่างยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาปัจจัยส่วนบุคคลที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

2. เพื่อศึกษาปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

3. เพื่อศึกษาปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

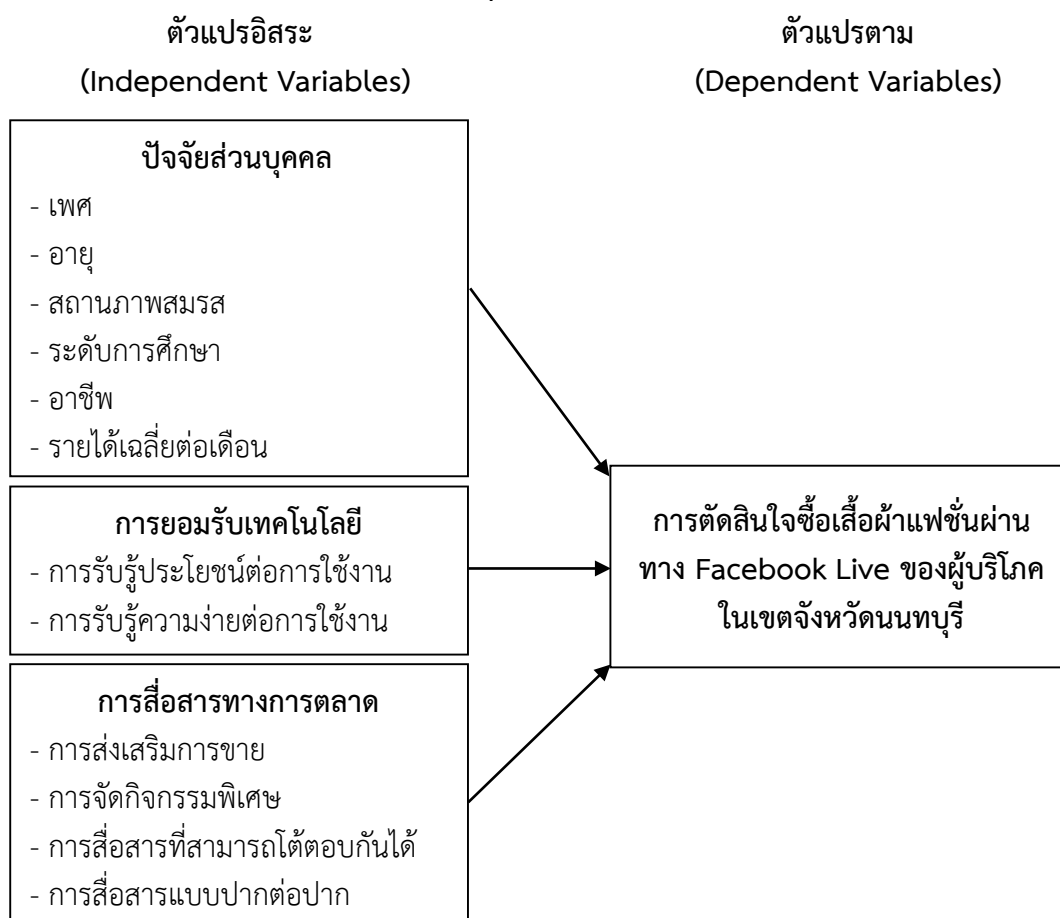
สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้ที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้และการสื่อสารแบบปากต่อปากมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี

กรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องการยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารทางการตลาดที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย

1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาเกี่ยวกับ Technology ด้านการสื่อสารใน internet โดยเฉพาะ Facebook Live และการยอมรับเทคโนโลยีของผู้บริโภค และศึกษาเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด ประกอบด้วย การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้และการสื่อสารแบบปากต่อปาก

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้คือ ประชากรทั้งเพศชายและเพศหญิงที่มีบัญชีผู้ใช้เฟสบุ๊คที่เคยซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live และอาศัยอยู่ในเขตจังหวัดนนทบุรี จำนวนทั้งสิ้น 1,288,637 คน (สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง, 2565) แต่ไม่ทราบจำนวนประชากรผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีที่เคยซื้อผ่านช่องทาง Facebook Live ที่แน่นอนได้

กลุ่มตัวอย่างที่ได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างโดยใช้สูตรของ W.G. Cochran, 1997 (อ้างในธีรฤทธิ เอกะกุล, 2553: 54) โดยไม่ทราบจำนวนประชากรผู้ใช้ที่แน่นอน จากการคำนวณได้กลุ่มตัวอย่างเป็นจำนวน 386.14 ตัวอย่าง เพื่อเพิ่มความเชื่อมั่นและลดความคลาดเคลื่อนของข้อมูลโดยเพิ่มจำนวนตัวอย่างเป็นจำนวน 400 ตัวอย่าง การสุ่มตัวอย่างใช้วิธีแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาวิจัยในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มตั้งแต่เดือนมีนาคม ถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลคือ แบบสอบถาม (Questionnaire) โดยแบ่งออกเป็น 4 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคลหรือข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ซึ่งมีลักษณะเป็นคำถามปลายปิด โดยมีลักษณะเป็นแบบตรวจสอบรายการ (Check-List) จำนวน 6 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับการยอมรับเทคโนโลยี โดยข้อความถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ ได้แก่

1. ด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ

2. ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน จำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับการสื่อสารทางการตลาด โดยข้อความถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวนคำถาม 15 ข้อ

ส่วนที่ 4 เป็นข้อความถามเกี่ยวกับการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยข้อความถามเป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า (Rating Scale) ระดับจำนวน 5 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามสำหรับส่วนที่ 2 ถึงส่วนที่ 4 ดังนี้

ระดับคะแนน

ระดับการยอมรับ

5

หมายถึง

มีการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด

4

หมายถึง

มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก

3	หมายถึง	มีการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีการยอมรับอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีการยอมรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด
ระดับคะแนน		ระดับการตัดสินใจ
5	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
4	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
3	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
2	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
1	หมายถึง	มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

เกณฑ์ในการแปลผลระดับการยอมรับเทคโนโลยีและการตัดสินใจ ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการยอมรับ
4.21-5.00	เท่ากับ มีการยอมรับอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	เท่ากับ มีการยอมรับอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	เท่ากับ มีการยอมรับอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	เท่ากับ มีการยอมรับอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	เท่ากับ มีการยอมรับอยู่ในระดับน้อยที่สุด
คะแนนเฉลี่ย	ระดับการตัดสินใจ
4.21-5.00	เท่ากับ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมากที่สุด
3.41-4.20	เท่ากับ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับมาก
2.61-3.40	เท่ากับ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับปานกลาง
1.81-2.60	เท่ากับ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อย
1.00-1.80	เท่ากับ มีการตัดสินใจอยู่ในระดับน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ เก็บรวบรวมข้อมูลภาคสนามกับผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรีที่เป็นกลุ่มตัวอย่างจำนวน 400 ตัวอย่าง ด้วยแบบสอบถามออนไลน์ โดยส่งแบบสอบถามให้กับกลุ่มตัวอย่างทางกล่องข้อความ (In Box) เฟซบุ๊กและโพสต์ (Post)

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ โดยผู้วิจัยศึกษาและรวบรวมข้อมูลเกี่ยวกับแนวคิดและทฤษฎีต่างๆ งานวิจัยที่เกี่ยวข้องจากแหล่งเอกสารทางวิชาการ

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้ในการวิจัย

ผู้วิจัยนำแบบสอบถามที่รวบรวมได้จากกลุ่มตัวอย่างมาทำการตรวจสอบความเรียบร้อยถูกต้องสมบูรณ์ แล้วนำมาประมวลผลโดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติทำการวิเคราะห์ข้อมูลตามขั้นตอน

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) t-test, F-test (One-Way ANOVA) และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) และการตรวจสอบความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรอิสระ (Multicollinearity) โดยใช้ Tolerance และ VIF (กัลยา วานิชย์บัญชา, 2558: 138)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุ 21-30 ปี สถานภาพโสด การศึกษาระดับปริญญาตรี อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือน 10,001-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการยอมรับเทคโนโลยี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของระดับของการยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวม

การยอมรับเทคโนโลยี	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการยอมรับ
1.ด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน	3.81	0.62	มาก
2.ด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน	3.98	0.64	มาก
รวม	3.90	0.58	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการยอมรับเทคโนโลยี โดยภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.90$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่าอยู่ในระดับมากทุกด้าน และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือด้านการรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.98$) รองลงมาคือด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน ($\bar{X} = 3.81$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการสื่อสารทางการตลาด

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานและระดับการตัดสินใจการยอมรับการสื่อสารทางการตลาด

การสื่อสารทางการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1.การส่งเสริมการขาย	3.77	0.59	มาก
2.การจัดกิจกรรมพิเศษ	3.94	0.65	มาก
3.การประชาสัมพันธ์	3.92	0.63	มาก
4.การสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้	3.93	0.64	มาก
5.การสื่อสารแบบปากต่อปาก	3.92	0.61	มาก
รวม	3.89	0.53	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจการยอมรับการสื่อสารทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 3.89$) เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษ ($\bar{X} = 3.94$) รองลงมาคือการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ ($\bar{X} = 3.93$) การประชาสัมพันธ์ ($\bar{X} = 3.92$) การสื่อสารแบบปากต่อปาก ($\bar{X} = 3.92$) และการส่งเสริมการขาย ($\bar{X} = 3.77$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 4 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อผลจากการศึกษาพบว่าผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าผ่าน Facebook Live ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่าอยู่ในระดับมากทุกข้อและข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ ในอนาคตท่านจะกลับมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live และข้อที่มีค่าเฉลี่ยอันดับท้ายสุดคือ ท่านตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live เป็นอันดับแรก

ส่วนที่ 5 ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 1 ปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ที่แตกต่างกัน พบว่า ปัจจัยด้านเพศที่แตกต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ที่ไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยด้านอายุ สถานภาพสมรส ระดับการศึกษา อาชีพ และรายได้เฉลี่ยต่อเดือน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ที่แตกต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 เป็นไปตามสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานที่ 3 ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ การประชาสัมพันธ์ การสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้และการสื่อสารแบบปากต่อปาก มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี พบว่า ปัจจัยการสื่อสารทางการตลาดในทุกด้าน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. ผลการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่ให้การยอมรับเทคโนโลยีในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ การรับรู้ถึงความง่ายต่อการใช้งาน รองลงมาคือด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของเมษาวรรณพิชัย (2558: 44) ศึกษาเรื่องความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่อการยอมรับเทคโนโลยีและการสื่อสารการตลาดของร้านค้าเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ที่ไม่มีหน้าร้านผลจากการวิจัยพบว่า ความง่ายต่อการใช้งานมีผลต่อการตัดสินใจซื้อมากที่สุด

2. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลจากปัจจัยทางการสื่อสารทางการตลาด พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจต่อการสื่อสารทางการตลาดในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด เป็นอันดับแรกคือ การจัดกิจกรรมพิเศษอาจเป็นเพราะการจัดกิจกรรมพิเศษเป็นกิจกรรมที่ดึงดูดผู้บริโภค จึงส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีของ Duncan (2005: 32-38) ได้อธิบายลักษณะของการจัดกิจกรรมพิเศษทางการตลาดว่าเป็นการส่งเสริมทางการตลาดที่ได้ออกแบบขึ้นเพื่อดึงดูดกลุ่มลูกค้าเป้าหมาย ให้เข้าร่วมกิจกรรมเพื่อที่จะได้สร้างความสัมพันธ์อันเป็นการเปิดโอกาสให้การใช้การติดต่อแบบสองทางเพื่อเสริมสร้างภาพลักษณ์การรับรู้ในเชิงบวก

3. ผลจากการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live พบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่มีการตัดสินใจซื้อในภาพรวมอยู่ในระดับมาก และข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือ อนาคตท่านจะกลับมาซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live สอดคล้องกับงานวิจัยของสรลาลี แดงกวา (2558: 47) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ ผลจากการวิจัยพบว่า ลูกค้าส่วนใหญ่มีความพึงพอใจ มีความต้องการใช้บริการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นออนไลน์ซ้ำอีกในอนาคต

4. ผลการทดสอบสมมติฐาน

สมมติฐานข้อที่ 1 พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ไม่แตกต่างกัน อาจเป็นเพราะไม่ว่าจะเป็นเพศใด ต่างก็ให้ความสำคัญในสินค้าที่มีแนวทางเดียวกันในด้านของความต้องการ สอดคล้องกับงานวิจัยของจิระพงษ์ วรรณสุทธิ์ (2560: 81) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook Live ผลจากการวิจัยพบว่า เพศที่ต่างกันมีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านอายุ พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของกาญจนาพร วิชา (2560: 57) ศึกษาเรื่องกระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุที่ต่างกัน ทำให้กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านช่องทางออนไลน์ที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของจุฑารัตน์ พิสนทิยะ (2562: 85) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมการเลือกซื้อสินค้าผ่าน Facebook Live ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า สถานภาพสมรสที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของรัชนิ ไพบาลวงศ์ดี และอิทธิกร ขำเดช (2556: 529-546) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าสตรีผ่านทางอินเทอร์เน็ต ของประชาชนในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยด้านระดับการศึกษาที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านอาชีพที่ต่างกัน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของลักษณารีย์ ยิ่งเกรียงไกร (2557: 1-12) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร พบว่า ปัจจัยส่วนบุคคลด้านอาชีพที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตั้งใจซื้อที่แตกต่างกัน ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน พบว่า มีผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน สอดคล้องกับงานวิจัยของ อภันตริ อักษรประจักษ์และคณะ (2562: 55) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook Live ของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยด้านรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่ต่างกัน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 พบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ด้านการรับรู้ประโยชน์การใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live สอดคล้องกับงานวิจัยของ Guritno and Siringoringo (2013: 212-216) ศึกษาเรื่องการรับรู้ประโยชน์ในการซื้อตัวเครื่องบินทางอินเทอร์เน็ต ผลจากการวิจัยพบว่า การรับรู้ประโยชน์มีอิทธิพลต่อทัศนคติในการซื้อตัวเครื่องบินของผู้บริโภค ส่วนด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภค โดยมีอิทธิพลมากเพราะการใช้งานเทคโนโลยี Facebook Live ในปัจจุบันเป็นเรื่องง่ายและไม่ต้องใช้ความพยายามหนัก สอดคล้องกับงานวิจัยของภาวิณี หึงห้อย (2561: 59) ศึกษาเรื่องการยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook ผลการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยีด้านการรับรู้ความง่ายในการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าของผู้บริโภคบน Facebook

สมมติฐานที่ 3 พบว่า ปัจจัยด้านการสื่อสารทางการตลาด ด้านการส่งเสริมการขายส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live สอดคล้องกับงานวิจัยของศิริลักษณ์ อ่อนลา และเสนีย์ พวงยามณี (2561: 1189-1199) ศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการผ่านสื่อดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นผู้หญิง (Generation Z) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า การสื่อสารทางการตลาดด้านการส่งเสริมการขาย มีผลต่อพฤติกรรมการตั้งใจซื้อเครื่องสำอาง

นำเข้าจากประเทศเกาหลี ส่วนด้านการจัดกิจกรรมพิเศษส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live สอดคล้องกับงานวิจัยของวรกร อัสวเริงยุทธ (2562: 33) ศึกษาเรื่องการสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของรถยนต์ฮอนด้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ Honda Thailand พบว่า การตลาดเชิงกิจกรรมพิเศษมีคนเข้ามาแสดงปฏิกิริยาตอบกลับแบบ Comment และ Share เยอะมากที่สุด ส่วนด้านการสื่อสารแบบปากต่อปากส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี สอดคล้องกับงานวิจัยของสุทธิธิดา จันทรโอกุล (2558: 57) ศึกษาเรื่องอิทธิพลของการสื่อสารแบบปากต่อปากที่กระทำผ่านอินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ ผลจากการวิจัยพบว่า การสื่อสารแบบปากต่อปากที่กระทำผ่านอินเทอร์เน็ต (E-Word of Mouth) มีอิทธิพลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคผ่านทางอินเทอร์เน็ตและเครือข่ายออนไลน์ ส่วนด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ทั้ง 2 ด้าน ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี อาจเป็นเพราะการสื่อสารทางการตลาดในด้านการส่งเสริมการขาย ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษและสื่อสารกันแบบปากต่อปาก ก็สามารถทำให้ผู้บริโภคเกิดการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live ได้อย่างเพียงพอแล้ว จึงอาจเป็นไปได้ว่าการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ จึงไม่ส่งผลหรือกระตุ้นให้เกิดการตัดสินใจซื้อเหมือนด้านอื่นๆ ซึ่งผลของการวิจัยด้านสมมติฐานในด้านการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ ไม่สอดคล้องกับงานวิจัยของผู้ใดในการศึกษาวิจัยครั้งนี้

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ประโยชน์ที่ได้จากการงานของเทคโนโลยีสมัยใหม่ที่มีความสะดวกไม่เกิดความยุ่งยากให้กับผู้บริโภค โดยเฉพาะอย่างยิ่งการสั่งซื้อสินค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต โดยการนำเสนอสินค้าด้วย Facebook Live
2. ความสำคัญของการสื่อสารทางการตลาดที่ต้องใช้ควบคู่กันไปในการกระตุ้นให้เกิดการซื้อบน Facebook

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 ปัจจัยการยอมรับเทคโนโลยี ได้แก่ การรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งานและการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งานส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี โดยมีข้อเสนอแนะ ดังนี้

ด้านการรับรู้ประโยชน์ต่อการใช้งาน ผู้ประกอบธุรกิจควรคำนึงถึงปัจจัยต่าง ๆ ที่ผู้บริโภคต้องการและเป็นสิ่งที่ผู้บริโภคคาดหวังเพื่อสร้างความเชื่อมั่นการรับรู้ประโยชน์และทัศนคติที่ดีต่อการสั่งซื้อสินค้าผ่านทาง Facebook Live ได้แก่ คุณภาพของสินค้าที่ตรงต่อความต้องการอย่างแท้จริง การออกแบบหรือการดีไซน์เสื้อผ้าแฟชั่นให้เป็นไปตามยุคตามสมัยอย่างเหมาะสมอันจะส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นของร้านค้านั้น ๆ อีกในอนาคต

ด้านการรับรู้ความง่ายต่อการใช้งาน ผู้ประกอบธุรกิจการจัดทำเนื้อหา (Content) เกี่ยวกับการสั่งซื้อสินค้าผ่าน Facebook Live เป็นอินโฟกราฟิกหรือ VDO และโพสต์ไว้ที่หน้าเพจ เฟซบุ๊ก เพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงขั้นตอนการสั่งซื้อและรายละเอียดคำสั่งซื้อ รวมไปถึงการชำระเงินที่ชัดเจน หลากหลายและ

ระหว่างการถ่ายทอดสดนั้นผู้ประกอบการธุรกิจร้านค้าควรแจ้งวิธีการสั่งซื้ออีกครั้งเพื่อให้ผู้บริโภคทราบถึงวิธีการสั่งซื้อ และควรใช้ระบบอัตโนมัติในการสรุปยอดสั่งซื้อ และแจ้งหมายเลขพัสดุหลังจากการส่งสินค้า ซึ่งมีความรวดเร็วและแม่นยำในการทำงาน

1.2 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ขายควรให้ความสำคัญกับการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ โดยเฉพาะการใช้ Facebook Live ในการขายสินค้าจะต้องสร้างความมั่นใจและความเชื่อถือของลูกค้ากับเจ้าของเพจ โดยสามารถทำให้ลูกค้ายืนยันจะซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่านทาง Facebook Live

1.3 การสื่อสารทางการตลาด ได้แก่ การส่งเสริมการขาย การจัดกิจกรรมพิเศษ และการสื่อสารแบบปากต่อปากส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี ส่วนการประชาสัมพันธ์และการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live โดยมีข้อเสนอแนะเกี่ยวกับด้านที่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อ ดังนี้

ด้านการส่งเสริมการขาย เป็นปัจจัยที่มีค่าน้ำหนักมากที่สุด ดังนั้นผู้ประกอบการควรจัดทำรายการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอต่อเนื่อง และมากที่สุด โดยเน้นในเรื่องการจัดสถิติการแต่งกายเป็นตัวอย่างให้ผู้บริโภคได้ชมผ่าน Facebook Live เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นได้เร็วขึ้น ส่วนข้อที่ผู้ประกอบการหรือผู้ขายต้องคำนึงถึงอีกเรื่องหนึ่งก็คือ การบริการจัดส่งฟรีสินค้าให้กับผู้บริโภค

ด้านการจัดกิจกรรมพิเศษ ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ขายควรต้องมีการให้ลูกค้ามีส่วนร่วมในกิจกรรม เช่น กด Like กด Share ขณะที่ผู้ขายทำการถ่ายทอดสดรับของรางวัลหรือกิจกรรมอื่น ๆ เพื่อสร้างการจดจำหรือติดตามดึงดูดความสนใจและเพิ่มโอกาสในการขายสินค้ามากขึ้นในอนาคต อีกข้อหนึ่งที่ผู้ประกอบการหรือผู้ขายควรคำนึงถึงก็คือ การมีการจัดกิจกรรมส่งภาพรีวิวเสื้อผ้าแฟชั่น เพื่อรับของรางวัลจากร้านที่ผู้บริโภคซื้อมา เพื่อให้มีส่วนร่วมในกิจกรรมพิเศษ

ด้านการสื่อสารแบบปากต่อปาก ผู้ประกอบการธุรกิจหรือผู้ขายต้องมีการสื่อสารและการบริการให้ผู้บริโภครับรู้ถึงคุณภาพของสินค้า ความเชื่อมั่นต่อร้านค้า หากลูกค้าเกิดความประทับใจพึงพอใจต่อตัวสินค้าและบริการก็จะเกิดการบอกต่อกัน เพราะคำบอกเล่าหรือรีวิวจากผู้ซื้อสินค้าจริงมีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้า เนื่องด้วยผู้บริโภคมีความคิดเห็นต่อเพื่อน คนที่รู้จักหรือคนในครอบครัว แนะนำร้านเสื้อผ้าแฟชั่นใน Facebook Live ให้ท่านมากที่สุดเป็นอันดับแรก และข้อที่ผู้ประกอบการหรือผู้ขายควรคำนึงถึงเมื่อนำมาปรับปรุง อีกเรื่องหนึ่งก็คือ คำวิจารณ์ที่ผู้บริโภคได้รับจากผู้บริโภคท่านอื่นที่แสดงความคิดเห็นรีวิวเสื้อผ้าแฟชั่น ขณะที่ร้านค้าทำการถ่ายทอดสด เมื่อเกิดคำวิจารณ์ในทางลบก็ควรต้องมีการปรับปรุงแก้ไขเพื่อให้ผู้บริโภคเกิดความมั่นใจต่อผู้ขายที่กำลังถ่ายทอดสดผ่าน Facebook Live

ด้านการประชาสัมพันธ์ ซึ่งเป็นด้านที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี แต่ก็มีข้อเสนอแนะให้มีการพิจารณาปรับปรุงก็คือ การสื่อสารกับผู้บริโภคที่เป็นการสร้างความสัมพันธ์ที่ดีและความรู้สึกเป็นกันเองในขณะถ่ายทอดสดขายเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live

ด้านการสื่อสารที่สามารถโต้ตอบกันได้ เป็นอีกหนึ่งที่ไม่ส่งผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผ่าน Facebook Live ของผู้บริโภคในเขตจังหวัดนนทบุรี แต่ก็มีข้อเสนอแนะให้ควรพิจารณาปรับปรุงคือการให้ผู้บริโภคสามารถติดต่อกับผู้ขายได้ตลอด 24 ชั่วโมง นอกเหนือจากเวลาการถ่ายทอดสด

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
ในการวิจัยครั้งต่อไปควรศึกษา
 - 2.1 การแพร่ภาพสดเพื่อขายสินค้าที่มีความเกี่ยวกันสูง เช่น สินค้า IT สินค้าเครื่องประดับ อัญมณี เป็นต้น
 - 2.2 กลยุทธ์การแพร่ภาพสดผ่าน Facebook Live ขายสินค้าแพชชันกับพฤติกรรมกระตุ้นใจของผู้บริโภค
 - 2.3 ศึกษาปัจจัยที่ทำให้ผู้บริโภคเกิดการซื้อซ้ำเพื่อให้ธุรกิจซื้อเสื้อผ้าแพชชันผ่าน Facebook Live เติบโตยิ่งขึ้น ควรมีการศึกษาตัวแปรอื่นเพิ่มเติมที่จะก่อให้เกิดการตัดสินใจซื้อ เช่น ความพึงพอใจในการซื้อสินค้า ส่วนประสมทางการตลาด เพื่อเป็นแนวทางในการทำกลยุทธ์ทางธุรกิจให้ยั่งยืน

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรุงเทพธุรกิจ. (2564). การตลาดบนโซเชียลเน็ตเวิร์ค. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.microbrand.co/> สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565.
- กัญญ์วรินทร์ สาทา. (2560). กระบวนการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแพชชันผ่านช่องทางออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยรามคำแหง.
- กัลยา วานิชย์บัญชา. (2558). การวิเคราะห์สถิติ : สถิติสำหรับผู้บริหารและวิจัย. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- จิตาภา ทัดหอม. (2558). การตลาดผ่านสังคมออนไลน์ ความไว้วางใจและคุณภาพของระบบสารสนเทศที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ (Facebook Live) ของผู้บริโภคออนไลน์ในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญามหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยนานาชาติแอดมฟอร์ด.
- จิระพงษ์ วรรณสุทธิ. (2560). การตัดสินใจซื้อสินค้าออนไลน์ผ่าน Facebook Live. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี.
- จุฑารัตน์ พิสนเทียะ. (2562). พฤติกรรมทางเลือกซื้อสินค้าผ่านทางออนไลน์บนเว็บไซต์ออนไลน์เฟซบุ๊ก. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรามคำแหง นครศรีธรรมราช.
- ทำการตลาดบน Facebook มีประโยชน์อย่างไร. (2563). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.nextrix.com/blog/32-the-advantages-of-facebook-marketing.html> สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565.
- ธีรภูมิ เอกะกุล. (2553). ระเบียบวิธีวิจัยทางพฤติกรรมศาสตร์และสังคมศาสตร์. อุบลราชธานี: มหาวิทยาลัยราชภัฏอุบลราชธานี.
- ภาวินัย หิงห้อย. (2561). การยอมรับเทคโนโลยี Facebook Live และความน่าเชื่อถือของเจ้าของ Page ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าบน Facebook. การค้นคว้าอิสระบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- เมษา วัฒนพิชัย. (2558). ความสัมพันธ์ระหว่างทัศนคติและความตั้งใจซื้อของผู้บริโภคต่อการสื่อสารและการตลาดของร้านค้าสินค้าแฟชั่นออนไลน์ที่ไม่มีหน้าร้าน. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

- รัชนี ไพศาลวงศ์ดี และอิทธิกร ขำเดช. (2556). ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าเสื้อผ้าสตรีทางอินเทอร์เน็ตของประชากรในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารการเงิน การลงทุน การตลาดและการบริหารธุรกิจ*. 3(1): 529-546.
- ลักษณารีย์ ยิ่งเกรียงไกร. (2557). ปัจจัยที่ส่งผลต่อความตั้งใจซื้อสินค้าแฟชั่นผ่านทางอินเทอร์เน็ตของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. *วารสารวไลยอลงกรณ์ปริทัศน์*. 4(1): 1-12.
- วรารกร อัสวเริงยุทธิ์. (2562). การสื่อสารทางการตลาดแบบบูรณาการของรถยนต์ฮอนด้าบนเครือข่ายสังคมออนไลน์เฟซบุ๊กแฟนเพจ: Honda Thailand. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยกรุงเทพ.
- ศิริลักษณ์ อ่อนลา และเสนีย์ พวงยาณี. (2561). การสื่อสารการตลาดแบบบูรณาการผ่านดิจิทัลมีผลต่อการตัดสินใจซื้อเครื่องสำอางของวัยรุ่นหญิง (Generation Z) ในจังหวัดพระนครศรีอยุธยา. ในการประชุมวิชาการระดับชาติ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ ประจำปีพ.ศ. 2561 วันที่ 27 เมษายน พ.ศ. 2561 (น. 1189-1199). พระนครศรีอยุธยา: มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลสุวรรณภูมิ.
- สถิตินักใช้ดิจิทัลทั่วโลกไทยใช้อินเทอร์เน็ตโดยใช้ Facebook มากที่สุดในโลก. (2563). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.brabdbuffet.in.th/2018/02/global-and-thailand-digital-report-2018/>. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม 2565.
- สราสี แดงกาวา. (2558). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสินค้าแฟชั่นออนไลน์. วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ. มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- สุทธิธิดา จันทรโกล. (2558). อิทธิพลการสื่อสารแบบปากต่อปากที่กระทำผ่านอินเทอร์เน็ตต่อความตั้งใจซื้อสินค้าของผู้บริโภคทางพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- สำนักทะเบียนกลาง กรมการปกครอง. (2565). จำนวนประชากร ณ ปี พ.ศ. 2564 ในจังหวัดนนทบุรี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.bora.dopa.go.th/index.php/th/> สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565.
- สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ (กสทช.). (2564). สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) ศูนย์ข้อมูลกลาง. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.nbtc.go.th/Home.aspx>. สืบค้นเมื่อ 10 มีนาคม 2565.
- อภันตริ อักษรประจักษ์ สมบูรณ์ ศรีอนุรักษวงศ์ และประภัศร วิเศษประภา. (2562). การตัดสินใจซื้อเสื้อผ้าแฟชั่นผู้หญิงผ่านช่องทางการถ่ายทอดสดเฟซบุ๊กไลฟ์ของประชากรในกรุงเทพมหานคร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.mmm.ro.ac.th/mmm/is/twin-6/sec1/6014154036.pdf>. สืบค้นเมื่อ 12 มีนาคม พ.ศ. 2565.
- Corchran, W.G. (1997). *Practical Nonpragmatic Statistic*. New York: John Wiley.
- Duncan, T. (2005). *Principles of Advertising & IMC*. (2nd ed.). Boston: McGraw-Hall.
- Guritno, S., & Siringingo, H. (2013). Perceived Usefulness, Ease of Use, and Attitude towards Online Shopping Usefulness towards Online Airlines Ticket Purchase. *Procardia-Social and Behavioral Sciences*. 83: 212-216.



ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

Marketing Mix Factors Affecting Consumer Buying Decision of Ready-to-Cook Frozen Seafood in Mueang District, Pathum Thani Province

สามารถ รักษาชื่อ¹ ชัยอนันต์ สิริเบญจสานนท์²
Samart Ruksachue, Chaianun Siribensanont

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยเรื่องนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ (1) ศึกษาการตัดสินใจซื้อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค (2) เปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค (3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภค และ (4) ศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ประชากรได้แก่ ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง โดยไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน โดยกำหนดกลุ่มตัวอย่างจำนวน 384 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ ค่าความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน t-test, F-test (One-Way ANOVA) และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน

ผลจากการวิจัยพบว่า (1) ระดับการตัดสินใจซื้อปัจจัยส่วนประสมการตลาดพบว่า ในภาพรวมอยู่ในระดับมาก ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกอยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ (2) ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลด้านเพศและรายได้ที่ต่างกันมีระดับตัดสินใจซื้อไม่แตกต่างกัน ส่วนปัจจัยส่วนบุคคลด้านอื่นๆ มีระดับการตัดสินใจซื้อที่แตกต่างกัน (3) ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทุกปัจจัยมีความสัมพันธ์ต่อการตัดสินใจซื้อในทิศทางเดียวกัน โดยมีปัจจัยที่ส่งผลมากที่สุดคือ ด้านส่งเสริมการตลาด และ (4) กระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคให้ระดับการตัดสินใจเกี่ยวกับความพึงพอใจภายหลังการบริโภคที่มีผลต่อการซื้อครั้งต่อไปมากที่สุด

คำสำคัญ (Keywords) : ปัจจัยส่วนประสมการตลาด; การตัดสินใจซื้อ; อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง

Abstract

This research article aimed to (1) study the decision-making level of marketing mix factors affecting consumer's decision to buy ready-to-cook frozen seafood; (2) compare the

Received: 2022-12-02 Revised: 2022-12-15 Accepted: 2022-12-18

¹ นักศึกษาปริญญาโท ศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารจัดการองค์การ มหาวิทยาลัยเกริก Master Degree Student in Master of Arts, Department of Organization Management, Krirk University. E-mail: kd.kidshop@gmail.com

² อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยเกริก. Advisor and Fulltime Lecturer, Master of Arts, Faculty of Liberal of Arts, Krirk University. E-mail: chaianun 1169@gmail.com

different between personal factors and consumer buying decision of ready-to-cook frozen seafood of customer; (3) study the relationship between marketing mix factors and consumer's decision to buy read-to-cook frozen seafood; and (4) study the decision making process to buy ready-to-cook frozen seafood of consumers in Mueang district Pathum Thani Province. The population consisted of consumers who bought ready-to-cook frozen seafood in Mueang District of an unknown population. The sample consisted of 384 persons. The research instrument was a questionnaire. Statistical tools used in the research were frequency, percentage, mean, standard deviation, t-test, F-test (One-Way ANOVA), and Pearson correlation coefficient.

The results of research revealed as following. (1) The level of decision-making factor in the marketing mix was overall at a high level; the aspect with the highest mean first in the highest level was in terms of products. (2) Consumer with different genders and incomes had no impact on buying decisions, but other personal factors did. (3) All marketing mix factors were related to buying decision in the same direction. The most influencing factor was marketing promotion. (4) The buying decision process of ready-to-cook frozen seafood was related to the post consumption satisfaction which would affect the future purchases.

Keywords: marketing mix factors; buying decision; ready-to-cook frozen seafood

บทนำ (Introduction)

อาหารเป็นปัจจัยที่สำคัญและเป็นหนึ่งในปัจจัยสี่นอกเหนือจากที่อยู่อาศัย เครื่องนุ่งห่มและยารักษาโรค เพราะฉะนั้นอาหารมีความสำคัญต่อร่างกาย ซึ่งมีส่วนทำให้ร่างกายสมบูรณ์ แข็งแรง มีสุขภาพดี ซ่อมแซมส่วนที่สึกหรอและทำให้มนุษย์สามารถดำเนินชีวิตประจำวันได้อย่างเป็นปกติสุข อาหารจึงมีความจำเป็นต่อการดำรงชีวิตมนุษย์และการเก็บรักษาอาหารเพื่อชะลอการเน่าเสียของอาหารและยังรักษาคุณค่าทางโภชนาการ สีสัน กลิ่นให้คงอยู่ จากความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีทำให้มีการเก็บรักษาอาหารในปัจจุบันคือการแช่แข็งอาหาร โดยทำให้อุณหภูมิของอาหารต่ำกว่าจุดเยือกแข็ง (-1 ถึง -40 องศาเซลเซียส) จะทำให้เนื้อเยื่อของอาหารแปรสภาพเป็นน้ำแข็ง

ในปัจจุบันอาหารแช่แข็งถือเป็นรูปแบบที่ได้รับความนิยมอย่างแพร่หลายทั้งในและต่างประเทศ มีมานานกว่า 50 ปี ไม่ว่าจะเป็นคนในประเทศญี่ปุ่น อเมริกา รวมทั้งประเทศในแถบยุโรป ในขณะที่ประเทศไทย ซึ่งเป็นประเทศที่มีชื่อเสียงการส่งออกอาหารแช่แข็งที่มีคุณภาพเป็นอันดับต้น ๆ ของโลก โดยเฉพาะอาหารทะเลแช่แข็ง ซึ่งการส่งออกอาหารแช่แข็งถือเป็นอุตสาหกรรมหลักที่ทำรายได้เข้าประเทศเป็นจำนวนมาก และอย่างต่อเนื่อง เพราะอาหารทะเลแช่แข็งของไทยได้มีการพัฒนาอุตสาหกรรมด้านนี้อย่างต่อเนื่องและสอดคล้องกับในปัจจุบัน อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงเข้ามามีบทบาทมากขึ้นในวิถีชีวิตของคนไทย ซึ่งจะเห็นได้จากวิวัฒนาการวิถีชีวิตของคนไทยในการเลือกซื้ออาหารทะเลสด โดยที่เมื่อก่อนจะซื้อที่ตลาดและนำมาทำการล้างทำความสะอาดและแล่นเนื้อเอง ต่อมาก็มีการบริการเสริมจากผู้ขาย โดยทำความสะอาดและแล่นเนื้อได้ตามความต้องการของลูกค้า ต่อมาระบบนี้ก็นำไปใช้ยังซูเปอร์มาร์เก็ตและโมเดิร์นเทรดต่าง ๆ

ในทุกวันนี้ประชาชนคนทำงานนอกบ้านบางคนทำงานหนักขึ้น มีเวลาจำกัดและด้วยวิถีชีวิตที่เร่งรีบขึ้นทำให้ไม่มีเวลาในการปรุงอาหาร ซึ่งปัจจัยเหล่านี้ทำให้ผู้บริโภคหันมาบริโภคอาหารสำเร็จรูปพร้อมรับประทานเพิ่มขึ้นตามเพราะช่วยลดเวลาในการเตรียมและการปรุงอาหารและมีความสะดวก ราคาไม่แพง และมีให้เลือกหลายประเภท ด้วยธุรกิจอาหารสำเร็จรูปแช่แข็ง รวมทั้งอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็วด้วยอัตราเฉลี่ยร้อยละ 35 เปอร์เซ็นต์ต่อปี และมีมูลค่าทางการตลาดสูง (ศูนย์วิจัยกิจการไทย, 2564: 8) เพราะเป็นอาหารสำเร็จรูปพร้อมปรุงแช่แข็ง (Ambient Foods) ที่ปรุงแล้วแต่ยังไม่ได้ทำให้สุกพร้อมรับประทานและแช่เย็น/แช่แข็งไว้เมื่อรับประทานต้องนำไปปรุงให้สุกก่อน เป็นอาหารที่เหมาะสมกับวิถีชีวิตของคนในปัจจุบัน โดยมีแนวโน้มว่าอาหารประเภทนี้ได้รับความนิยมมากยิ่งขึ้น จึงทำให้มีหลายบริษัทดำเนินการผลิตออกจำหน่ายมากขึ้น รวมทั้งการพัฒนาช่องทางการจัดจำหน่ายด้วย ไม่ว่าจะเป็นร้านโมเดิร์นเทรด ร้านสะดวกซื้อ รวมทั้งการขายส่งไปยังร้านอาหารและภัตตาคารโรงแรม เป็นต้น เพื่อเป็นการกระจายจุดจำหน่ายเพื่อให้เข้าถึงกลุ่มลูกค้าเป้าหมายให้มากยิ่งขึ้น

ธุรกิจอาหารทะเลแบบปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งเป็นอาหารพร้อมรับประทานพบว่า เป็นธุรกิจที่เติบโตอย่างรวดเร็ว โดยมีมูลค่าส่วนแบ่งทางการตลาดในปี 2564 มีมูลค่าขายอาหารทะเลแบบปรุงสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานอยู่ที่ 20% และมูลค่าการตลาดสูงถึง 1,200.45 ล้านบาท (ฝ่ายการตลาดบริษัท เจริญโภคภัณฑ์ อาหาร จำกัด (มหาชน), 2564: 10) พบว่าอาหารทะเลแช่แข็งปรุงเสร็จพร้อมรับประทานยอดขายภายในประเทศอันดับที่ 1 คือ บริษัท เจริญโภคภัณฑ์ อาหาร จำกัด (มหาชน) รองลงมาคือ บริษัท S & P สุปผล โปสเซนส์ฟู้ดส์ และบริษัท พรานทะเล (ฝ่ายการตลาดบริษัท เจริญโภคภัณฑ์ อาหาร จำกัด (มหาชน), 2564: 10)

จังหวัดปทุมธานีเป็นจังหวัดที่มีการเติบโตทางด้านเศรษฐกิจ รองจากกรุงเทพมหานคร มีทั้งภาคอุตสาหกรรมและการเกษตร มีศักยภาพทางเศรษฐกิจพอสมควร ประชากรส่วนใหญ่มีการศึกษาและระดับรายได้อยู่ในเกณฑ์ดี มีจำนวนประชากรทั้งหมด 1,190,060 คน (สำนักงานทะเบียนจังหวัดปทุมธานี, 2564) ประชาชนในเขตเมืองส่วนใหญ่ดำรงชีวิตประจำวันด้วยความรีบเร่งในการทำกิจกรรมต่าง ๆ เนื่องจากการแข่งขันและเวลาที่มีจำกัด รูปแบบชีวิตที่เคยเรียบง่ายต้องเปลี่ยนแปลงไปตามสังคมที่เปลี่ยนไป รวมถึงการบริโภคประจำวัน ซึ่งต้องการความสะดวกรวดเร็วและประหยัดเวลา จึงทำให้อาหารทะเลแช่แข็งเริ่มเข้ามามีบทบาทและเป็นทางเลือกอีกทางหนึ่งของประชาชนในจังหวัดปทุมธานี โดยเฉพาะในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี ซึ่งมีประชากรอาศัยอยู่ทั้งสิ้น 214,639 คน (สำนักงานทะเบียนราษฎร์ อำเภอเมืองปทุมธานี, 2564)

จากเหตุผลดังกล่าวทำให้ผู้ศึกษาซึ่งประกอบธุรกิจอยู่ในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี มีความสนใจที่จะศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง ของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมืองจังหวัดปทุมธานี เพื่อที่จะนำข้อมูลการศึกษามาใช้ให้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการธุรกิจอาหารทะเลแช่แข็งเพื่อเป็นแนวทางในการวางแผนการจัดการการตลาดเพื่อตอบสนองความต้องการของลูกค้า ตลอดจนสามารถขยายฐานลูกค้าได้อย่างต่อเนื่องและยั่งยืน

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับการตัดสินใจต่อปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

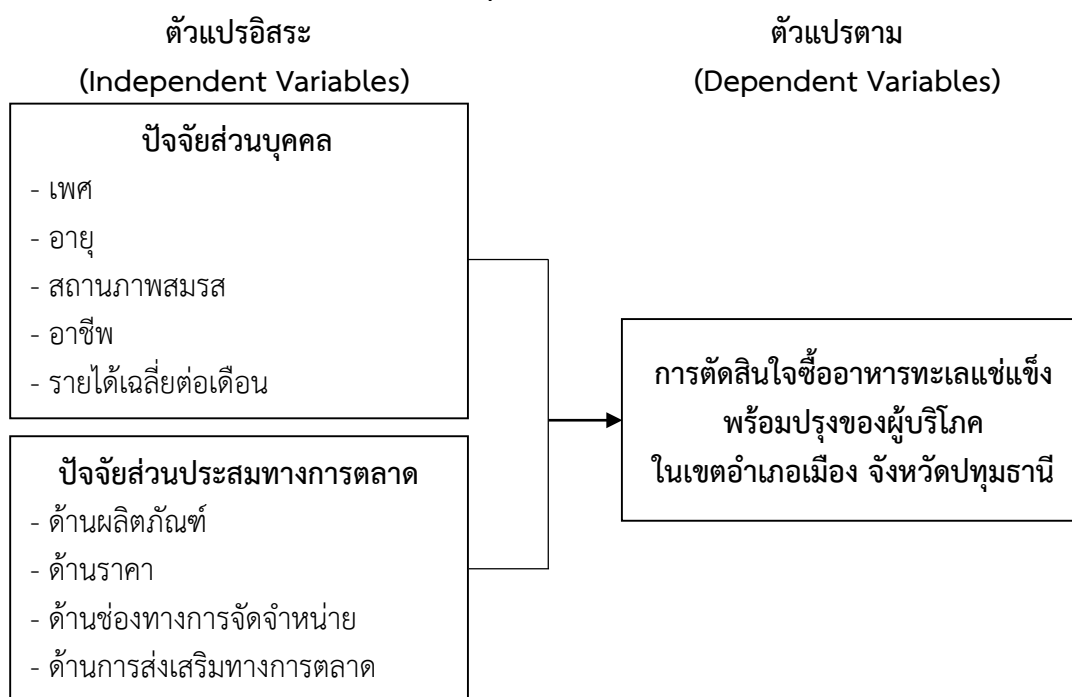
2. เพื่อเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี
4. เพื่อศึกษากระบวนการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่แตกต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง ที่แตกต่างกัน

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

กรอบแนวคิดของการวิจัย (Conceptual Framework)



ภาพกรอบแนวคิดของการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

การวิจัยเรื่องปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ผู้วิจัยได้กำหนดวิธีการวิจัย ดังนี้

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาด้านปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจคือ ปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดทั้ง 4 ด้าน คือ ด้านผลิตภัณฑ์ ด้านราคา ด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและด้าน

การส่งเสริมทางการตลาด ที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

1.2 ขอบเขตด้านประชากรและกลุ่มตัวอย่าง โดยประชากรคือ ผู้บริโภคที่ซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี โดยไม่ทราบจำนวนที่แน่นอน ส่วนกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการศึกษา มีจำนวน 384 คน ได้จากการคำนวณขนาดของกลุ่มตัวอย่างที่เนื่องจากไม่ทราบจำนวนประชากรที่แน่นอน จึงใช้สูตรคำนวณขนาดกลุ่มตัวอย่างของ W.G.Cochran, 1997 (อ้างในบุญชม ศรีสะอาด, 2560: 40) และใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบตามสะดวก (Convenience Sampling)

1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในกลุ่มตัวอย่างในพื้นที่เขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เริ่มศึกษาตั้งแต่เดือนมีนาคม จนถึงเดือนพฤษภาคม พ.ศ. 2565

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการเก็บรวบรวมข้อมูลการวิจัยในครั้งนี้เป็นแบบสอบถาม โดยแบ่งเป็น 3 ส่วน ดังนี้

ส่วนที่ 1 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนบุคคล ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพสมรส อาชีพและรายได้เฉลี่ยต่อเดือน คำถามเป็นหลายตัวเลือก โดยให้ผู้ตอบแบบสอบถามเลือกเพียงคำตอบเดียว มีจำนวน 5 ข้อ

ส่วนที่ 2 เป็นคำถามเกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง โดยได้กำหนดคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 21 ข้อ

ส่วนที่ 3 เป็นคำถามเกี่ยวกับการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงเป็นคำถามแบบประมาณค่า (Rating Scale) 5 ระดับ จำนวน 3 ข้อ

เกณฑ์การให้คะแนนแบบสอบถามสำหรับส่วนที่ 2 และส่วนที่ 3 ดังนี้

ระดับคะแนน	ระดับการตัดสินใจ
5	หมายถึง มากที่สุด
4	หมายถึง มาก
3	หมายถึง ปานกลาง
2	หมายถึง น้อย
1	หมายถึง มีน้อยที่สุด

การวัดระดับการแปลความหมายจากค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) โดยกำหนด ดังนี้

คะแนนเฉลี่ย	ระดับการตัดสินใจ
4.21-5.00 คะแนน	มีระดับการตัดสินใจมากที่สุด
3.41-4.20 คะแนน	มีระดับการตัดสินใจมาก
2.61-3.40 คะแนน	มีระดับการตัดสินใจปานกลาง
1.81-2.60 คะแนน	มีระดับการตัดสินใจน้อย
1.00-1.80 คะแนน	มีระดับการตัดสินใจน้อยที่สุด

3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

3.1 ข้อมูลปฐมภูมิ (Primary Data) ได้จากการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยผู้วิจัยเป็นผู้ดำเนินการแจกแบบสอบถามและรับกลับคืนมาเองทั้งหมด 384 ชุด โดยสถานที่ที่ใช้แจกแบบสอบถามคือ ห้างสรรพสินค้า และศูนย์การค้าต่างๆ รวมทั้งร้านสะดวกซื้อ

3.2 ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Data) ข้อมูลที่ได้จากการศึกษาค้นคว้าจากหนังสือ วารสาร สิ่งพิมพ์ต่างๆ เอกสารทางวิชาการ ผลงานการวิจัยและจากแหล่งอินเทอร์เน็ต

4. การวิเคราะห์ข้อมูลและสถิติที่ใช้

เมื่อเก็บรวบรวมข้อมูลที่ได้จากแบบสอบถามแล้วนำมาตรวจสอบความสมบูรณ์และถูกต้องแล้วนำข้อมูลทั้งหมดมาลงรหัสและประมวลผลด้วยคอมพิวเตอร์ โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปทางสถิติในการวิเคราะห์ข้อมูล ส่วนสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลได้แก่ ค่าความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean : $\bar{X}$) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation : S.D.) t-test, F-test (One-Way ANOVA) และสถิติค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson Product Moment Correlation Coefficient)

ผลการวิจัย (Research Results)

ส่วนที่ 1 ผลการวิเคราะห์ข้อมูลปัจจัยส่วนบุคคลของผู้ตอบแบบสอบถามจากผลการวิเคราะห์ข้อมูลพบว่า ผู้บริโภคที่ตอบแบบสอบถามส่วนใหญ่เป็นเพศหญิง อายุระหว่าง 31-40 ปี สถานภาพสมรสแล้ว อาชีพพนักงานบริษัทเอกชน รายได้เฉลี่ยต่อเดือนอยู่ระหว่าง 10,001-20,000 บาท

ส่วนที่ 2 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 1 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับความสำคัญต่อปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อระดับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงจำแนกเป็นรายด้าน

ปัจจัยส่วนประสมการตลาด	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1.ด้านผลิตภัณฑ์	4.22	0.54	มากที่สุด
2.ด้านราคา	4.17	0.65	มาก
3.ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย	4.07	0.73	มาก
4.ด้านการส่งเสริมการตลาด	3.78	0.83	มาก
รวม	4.06	0.54	มาก

จากตารางที่ 1 พบว่า โดยภาพรวมปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงอยู่ในระดับมาก ($\bar{X} = 4.06$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด อยู่ในระดับมากที่สุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ($\bar{X} = 4.22$) รองลงมาคือด้านราคา ($\bar{X} = 4.17$) ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ($\bar{X} = 4.07$) และอันดับสุดท้ายคือด้านการส่งเสริมการตลาด ($\bar{X} = 3.78$) ตามลำดับ

ส่วนที่ 3 ผลการเปรียบเทียบความแตกต่างของปัจจัยส่วนบุคคลกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานที่ 1 ผู้บริโภคที่มีปัจจัยส่วนบุคคลที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ต่างกัน ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงไม่แตกต่างกัน ส่วนผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีสถานภาพสมรสที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 ผู้บริโภคที่มีอาชีพที่ต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ต่างกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่

ระดับ 0.05 และผู้บริโภคมียุติรายได้เฉลี่ยต่อเดือนที่แตกต่างกัน มีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ไม่แตกต่างกัน

ส่วนที่ 4 ผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

สมมติฐานที่ 2 ปัจจัยส่วนประสมการตลาด มีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง ผลจากการทดสอบสมมติฐานพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 โดยมีความสัมพันธ์เชิงบวกค่อนข้างต่ำ

ส่วนที่ 5 ผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

ตารางที่ 2 แสดงค่าเฉลี่ย ($\bar{X}$) และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (S.D.) ของระดับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี

การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง	$\bar{X}$	S.D.	ระดับการตัดสินใจ
1.ต้องเตรียมอาหารสำหรับครอบครัว	3.74	0.97	มาก
2.ค้นหาข้อมูลเพื่อประเมินการตัดสินใจ	3.59	0.93	มาก
3.ความพอใจภายหลังการบริโภคที่มีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป	3.83	0.87	มาก
รวม	3.72	0.81	มาก

จากตารางที่ 2 พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมียุติการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงอยู่ในระดับมาก เมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า อยู่ในระดับมากทุกข้อ โดยข้อที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดเป็นอันดับแรกคือความพอใจภายหลังการบริโภคที่มีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป ($\bar{X} = 3.83$) รองลงมาคือต้องเตรียมอาหารสำหรับครอบครัว ($\bar{X} = 3.74$) และ สุดท้ายคือค้นหาข้อมูลเพื่อประเมินการตัดสินใจ ($\bar{X} = 3.59$) ตามลำดับ

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

ผลจากการวิจัยมีประเด็นที่น่าสนใจและนำมาอภิปรายผลได้ ดังนี้

1. จากผลการวิเคราะห์เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง พบว่า โดยภาพรวมมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ด้านที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุดคือ ด้านผลิตภัณฑ์ ทั้งนี้เนื่องจากอาหารทะเลแช่แข็ง เป็นอาหารแปรรูปที่จำเป็นต้องผ่านกระบวนการผลิตในการแปรรูปที่ได้มาตรฐาน และมีบรรจุภัณฑ์ที่ปลอดภัยต่อการบริโภค ดังนั้น ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์จึงเป็นปัจจัยที่สำคัญที่สุดที่ผู้บริโภคให้ความสำคัญเป็นอันดับแรก ซึ่งสอดคล้องกับงานวิจัยของวุฒิชัย ผลผิว (2555: 79) ศึกษาเรื่องปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยทางการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานภาพรวมพบว่า ผู้ตอบแบบสอบถามให้ความสำคัญด้านผลิตภัณฑ์มากที่สุดเป็นอันดับแรก และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของดวงกมล จันทร์ปลั่ง และปริญญ์ เทียนประดับ (2555: 50) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทย อำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี ผลการวิจัยพบว่า นักท่องเที่ยวให้

ความสำคัญกับปัจจัยส่วนประสมทางการตลาด 4P's มีค่าเฉลี่ยโดยรวมอยู่ในระดับมาก และปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ สำคัญมากที่สุดเป็นอันดับแรก

2. ปัจจัยส่วนบุคคลที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง ได้แก่ อายุ สถานภาพ และอาชีพ สอดคล้องกับแนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับพฤติกรรมผู้บริโภค ในเรื่องของปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภค ซึ่งปัจจัยต่าง ๆ ที่มีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อของผู้บริโภคประกอบด้วยปัจจัยสำคัญ 3 ประการคือ 1) ปัจจัยส่วนบุคคล การตัดสินใจของผู้ซื้อจะได้รับอิทธิพลจากปัจจัยส่วนบุคคลทางด้านต่าง ๆ ได้แก่ เพศ อายุ สถานภาพ รายได้ การศึกษา อาชีพ รูปแบบการดำรงชีวิตและแนวคิดส่วนบุคคล 2) ปัจจัยด้านจิตวิทยา การเลือกซื้อสินค้าของผู้บริโภคได้รับอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อและการใช้สินค้าและ 3) ปัจจัยภายนอกเป็นปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันและมีอิทธิพลต่อพฤติกรรมการซื้อ เป็นตัวกำหนดและควบคุมพฤติกรรมของมนุษย์ (ศิริวรรณ เสรีรัตน์, 2560: 45) และการศึกษาสอดคล้องกับงานวิจัยของกันธิดา แก้ววิชัย (2556: 53) ศึกษาเรื่องการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคร้านโพเรน พุดส์ บายกันธิดา ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีอายุต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งที่แตกต่างกัน ส่วนรายได้ต่อเดือนของผู้บริโภคที่ต่างกันมีการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งที่ไม่แตกต่างกัน และสอดคล้องกับงานวิจัยของวิมลรัตน์ เกตุโกมุท (2557: 48) ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อ อีซีโก ในเขตกรุงเทพมหานคร ผลการวิจัยพบว่า อายุ สถานภาพและอาชีพที่ต่างกัน มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อ อีซีโก ในเขตกรุงเทพมหานครที่แตกต่างกัน และยังสอดคล้องกับงานวิจัยของอัสลันชะห์ อาหะหมัด (2559: 56) ศึกษาเรื่องปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์ ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคที่มีเพศที่ต่างกัน มีปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งไม่แตกต่างกัน

3. จากผลการศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง พบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง โดยมีความสัมพันธ์ทางบวกในระดับค่อนข้างต่ำที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01 แสดงว่าปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงและเมื่อพิจารณาเป็นรายด้านพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ปัจจัย ได้แก่ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์ ปัจจัยด้านราคา ปัจจัยด้านช่องทางการจัดจำหน่าย และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาด มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงที่ระดับนัยสำคัญทางสถิติ 0.01 ทั้งนี้อาจเป็นเพราะอาหารเป็นสิ่งจำเป็นในการดำรงชีวิตของมนุษย์ โดยเฉพาะผู้บริโภคที่อาศัยอยู่ในเขตอำเภอเมือง เป็นสังคมที่ต้องเร่งรีบต้องแข่งกับเวลาต้องการความรวดเร็ว และความสะดวกสบาย ในการบริโภค โดยเฉพาะบรรดาคนรุ่นใหม่ที่ต้องทำงานจนไม่ค่อยมีเวลาในการเตรียมอาหารหรือครอบครัวยุคใหม่ที่ทั้งสามีและภรรยาต้องทำงานกันทั้งคู่ ดังนั้น อาหารแช่แข็งจึงเข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันมากขึ้น ซึ่งทำให้การตัดสินใจแต่ละครั้งนั้น ผู้บริโภคจำเป็นต้องมีการพิจารณาไตร่ตรอง ปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 ด้านประกอบกัน เพื่อให้สามารถตอบสนองต่อความต้องการได้ทุกด้าน และยังสอดคล้องกับรูปแบบการดำเนินชีวิตอีกด้วย ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดปัจจัยส่วนประสมทางการตลาดที่กล่าวไว้ว่า ส่วนประสมทางการตลาดคือ เครื่องมือทางการตลาดที่สามารถควบคุมได้ ซึ่งกิจการผสมผสานเครื่องมือเหล่านี้ ให้สามารถตอบสนองความต้องการและสร้างความพึงพอใจให้แก่กลุ่มลูกค้าเป้าหมาย (Kotler, 2014: 125) และผลการวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศศิธร พูนโสภิน (2555: 56) ได้ศึกษาเรื่องปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้ออีซีโก ของผู้บริโภคในเขต

กรุงเทพมหานคร ผลจากการวิจัยพบว่า ปัจจัยส่วนประสมการตลาดมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อของผู้บริโภคในทิศทางเดียวกัน อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.01

4. ผลจากการวิเคราะห์เกี่ยวกับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของผู้บริโภคในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี พบว่า โดยภาพรวมผู้บริโภคมีระดับการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงอยู่ในระดับมาก และเมื่อพิจารณาเป็นรายข้อพบว่า ข้อที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้อสูงสุดคือ ความพอใจหลังการบริโภคมีผลต่อการซื้อครั้งต่อไป สามารถอธิบายได้ว่าเมื่อผู้บริโภคได้บริโภคอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงแล้วเกิดความรู้สึกพึงพอใจในรสชาติของอาหาร รวมไปถึงความสะดวกสบายในการหาซื้อมาบริโภค อาจทำให้เกิดแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืน มีผลต่อการซื้อซ้ำของผู้บริโภคในที่สุด ซึ่งผลงานวิจัยยังสอดคล้องกับงานวิจัยของศิริลักษณ์ เตชาวรงค์ (2558) ศึกษาเรื่องพฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของคณวิทย์ทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการบริโภคอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน ผลจากการวิจัยพบว่า ผู้บริโภคมีความพึงพอใจหลังการบริโภคและมีผลต่อการซื้อซ้ำในครั้งต่อไป

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

1. ความสำคัญของส่วนประสมการตลาด (marketing mix) ที่มีต่อการดำเนินธุรกิจ
2. ผลกระทบที่มีคุณภาพ ราคาเหมาะสมจะได้รับความนิยมในการซื้อหาอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงอย่างมีความมั่นใจ เกิดความพึงพอใจหลังการบริโภค

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้
 - 1.1 การกำหนดส่วนประสมการตลาดด้านผลิตภัณฑ์บริษัทที่ผลิตอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงควรมีขนาดของบรรจุภัณฑ์ให้เลือกที่หลากหลาย และให้ความสำคัญเกี่ยวกับตราของสินค้าควรมีลักษณะที่จดจำได้ง่าย
 - 1.2 การกำหนดส่วนประสมทางการตลาดด้านราคาบริษัทที่ผลิตอาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงควรให้ความสำคัญกับราคาเหมาะสมกับปริมาณของสินค้าและควรมีราคาให้เลือกหลากหลายตามบรรจุภัณฑ์
 - 1.3 การกำหนดส่วนประสมการตลาดด้านช่องทางการจัดจำหน่าย ควรปรับปรุงการจัดวางสินค้าให้ง่ายต่อการเลือกซื้อและให้ความสำคัญกับการมีจำนวนสถานที่จำหน่ายสินค้าอย่างทั่วถึง เพื่อผู้บริโภคได้เข้าถึงผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง
 - 1.4 การกำหนดส่วนประสมการตลาดด้านการส่งเสริมการตลาดควรต้องมีการจัดการส่งเสริมการขายอย่างสม่ำเสมอและมีการจัดการแสดงการปรุงอาหารจากผลิตภัณฑ์เพื่อเป็นการกระตุ้นยอดขายให้เพิ่มขึ้น
2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป
 - 2.1 ควรทำการศึกษาพฤติกรรมผู้บริโภคร่วมด้วยเพื่อที่จะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้ประกอบการที่จะผลิตและพัฒนาผลิตภัณฑ์อาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงให้สอดคล้องกับพฤติกรรมและความต้องการของผู้บริโภคมากขึ้น
 - 2.2 เนื่องจากการศึกษาครั้งนี้ทำการศึกษาปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุงของประชากรที่อยู่ในเขตอำเภอเมือง จังหวัดปทุมธานี ในการศึกษาครั้งต่อไปควรศึกษาประชากรในอำเภออื่น ๆ หรือจังหวัดอื่น ๆ เพื่อให้ทราบว่าผู้บริโภคแต่ละพื้นที่ให้ความสำคัญกับ

ปัจจัยใดบ้างในการซื้ออาหารทะเลแช่แข็งพร้อมปรุง เพื่อให้เป็นแนวทางในการวางกลยุทธ์ต่าง ๆ ให้ตรงกับความต้องการของผู้บริโภคมากที่สุด

เอกสารอ้างอิง (References)

- กันธิชา แก้ววิชัย. (2556). การตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแช่แข็งของผู้บริโภคร้านโพรเซ้นฟูตส์ บาย. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยราชภัฏพระนคร.
- ดวงกมล จันทร์ปลั่ง และปริญญช เทียนประดับ. (2555). รายงานวิจัยเรื่องปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจเลือกบริโภคอาหารทะเลของนักท่องเที่ยวชาวไทยในอำเภอชะอำ จังหวัดเพชรบุรี. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- บุญชม ศรีสะอาด. (2560). การวิจัยเบื้องต้น. พิมพ์ครั้งที่ 10. กรุงเทพฯ: สุวีริยาสาส์น.
- ฝ่ายการตลาดบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน). (2564). การสำรวจการบริโภคอาหารทะเลสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทาน. กรุงเทพฯ: ฝ่ายการตลาดบริษัท เจริญโภคภัณฑ์อาหาร จำกัด (มหาชน).
- วิมลรัตน์ เกตุโกมุท. (2557). ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจของผู้บริโภคในการเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งยี่ห้อ อีซีโก ในเขตกรุงเทพมหานคร. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยรังสิต.
- วุฒิชัย ผลผิว. (2555). ปัจจัยทางการตลาดที่มีอิทธิพลต่อการบริโภคอาหารสำเร็จรูปแช่แข็งพร้อมรับประทานของผู้บริโภคในเขตเทศบาลนครขอนแก่น จังหวัดขอนแก่น. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- ศศิธร พูนโสภณ. (2555). ปัจจัยที่มีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์อาหารแช่แข็งยี่ห้อ อีซีโก ของผู้บริโภคในเขตกรุงเทพมหานคร. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- ศิริลักษณ์ เตชาวรงค์. (2558). พฤติกรรมตามแนวคิดการบริโภคอย่างยั่งยืนของคนวัยทำงานในอำเภอเมืองเชียงใหม่ต่อการบริโภคอาหารแช่แข็งพร้อมรับประทาน. การค้นคว้าอิสระปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. มหาวิทยาลัยเชียงใหม่.
- ศิริวรรณ เสรีรัตน์. (2560). การบริหารการตลาดยุคใหม่ (ฉบับปรับปรุง). กรุงเทพฯ: บริษัทธรรมสาร.
- ศูนย์วิจัยกสิกรไทย. (2564). มองเศรษฐกิจไทยฉบับที่ 2995. กรุงเทพฯ: ศูนย์วิจัยกสิกรไทย.
- สำนักงานทะเบียนจังหวัดปทุมธานี. (2564). จำนวนประชากรในจังหวัดปทุมธานี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/จังหวัดปทุมธานี>. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2565.
- สำนักงานทะเบียนราษฎร์ อำเภอเมืองปทุมธานี. (2564). จำนวนประชากรในเขตอำเภอเมืองปทุมธานี. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://th.wikipedia.org/wiki/อำเภอเมืองปทุมธานี>. สืบค้นเมื่อ 11 มีนาคม 2565.
- อัชลันชะห์ อาหะหมัด. (2559). ปัจจัยการตัดสินใจเลือกซื้ออาหารสำเร็จรูปแช่แข็งของผู้บริโภคในเขตอำเภอหัวหิน จังหวัดประจวบคีรีขันธ์. วิทยานิพนธ์ปริญญาบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต. บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยนานาชาติแสตมฟอร์ด.
- Cochran, W.G. (1997). *Practical Nonparametric Statistic*. New York: John Wiley.
- Kotler, P. (2014). *Marketing Management*. (11th ed.). NJ: Pearson Education Indochina.

สมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัด
สำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
Predictive Model for Crime Prevention Efficiency by Private Security
under the Office of Security, the War Veterans Organization of Thailand in
Nonthaburi Province

ลภภัสร์ ภคณานา¹ นราเขต ยิ้มสุข²
Lapaphat Pakanana, Narakate Yimsook

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับของบทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงาน และประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย 2) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่าง บทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย กับประสิทธิภาพการป้องกัน อาชญากรรม 3) ศึกษาสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และ 4) ศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ประชากรในการศึกษาได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การ สงเคราะห์ทหารผ่านศึกในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 773 คน และกลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ จำนวน 264 คน เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย ได้แก่ แบบสอบถาม สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ความถี่ ค่าร้อยละ ค่าเฉลี่ย ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน การวิเคราะห์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน และการ วิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน

ผลการวิจัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างส่วนใหญ่เป็นเพศชาย อยู่ในช่วงอายุ 40-50 ปี มีวุฒิการศึกษาใน ระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า มีตำแหน่งเป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และประกอบอาชีพนี้มา เป็นระยะเวลา 6-10 ปี มีระดับความคิดเห็นต่อบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและประสิทธิภาพ การป้องกันอาชญากรรมในระดับมากที่สุด ส่วนระดับความคิดเห็นต่อสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความ ปลอดภัยและการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก จากการทดสอบ พบว่า บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และการ สนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกัน อาชญากรรมอยู่ในระดับต่ำ องค์ประกอบการสร้างร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้าง ความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม สามารถทำนาย ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้ร้อยละ 21.5

คำสำคัญ (Keywords) : ประสิทธิภาพ; การป้องกันอาชญากรรม; เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

Received: 2022-12-09 Revised: 2022-12-23 Accepted: 2022-12-24

¹ หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Master of Arts, Faculty of Social Administration, Thammasat University. E-mail: lapapat22@gmail.com

² คณะสังคมสงเคราะห์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ Faculty of Social Administration, Thammasat University. E-mail: arm_conser@hotmail.com

Abstract

The purposes of this research were: to 1) examine the level of roles, welfare, work support, and the efficiency of crime prevention by the private security; 2) to examine the connection between the roles, welfare, and security officer support about the efficiency of crime prevention; 3) to examine the predictive model for crime prevention efficiency of the private security; and 4) to examine ways to improve the efficiency of crime prevention by the private security. The population of the study was the private security under the Office of Security, the War Veterans Organization of Thailand in the Nonthaburi province area 773 cases, and the sample group was 264 cases. Research instruments were the frequency, percentage, mean, standard deviation, Pearson correlation coefficients, and stepwise multiple regression analysis.

The results showed that the majority of the participants were men, aged around 40 to 50, with a lower secondary school diploma or an equivalent education. They held a position as the private security and had 6 to 10 years of experience in this field. The level of opinions about the role of the private security and the efficiency of crime prevention by the private security was extremely high; the level of the welfare of the private security and the support of private security was high. The private security role, welfare, and support had a weak connection with the efficiency of crime prevention by the private security. Collaboration with appropriate agencies, relationship building with local police departments, and participation in crime prevention networks had a capability for predicting crime prevention efficiency by 21.5 percent.

Keywords: Crime prevention; efficiency; private security

บทนำ (Introduction)

จากการสำรวจสถิติคดีอาญาโดยสำนักงานตำรวจแห่งชาติสะท้อนให้เห็นถึงปัญหาอาชญากรรมเพิ่มขึ้นในภาพรวม ซึ่งพบว่าในไตรมาส 3 ปี 2564 มีคดีอาญาเพิ่มขึ้นร้อยละ 10.3 เมื่อเทียบกับไตรมาสเดียวกันของปี 2563 (สำนักงานตำรวจแห่งชาติ, 2564) จากสถิติที่กล่าวอ้างมาได้สะท้อนให้เห็นถึงปัญหาอาชญากรรมที่จะต้องมีความจำเป็นในการป้องกันเพื่อช่วยลดความหวาดกลัวภัยอาชญากรรมในสังคมที่กำลังเพิ่มขึ้นและปัญหาภาระงานเกินกำลังของเจ้าหน้าที่ตำรวจซึ่งสมควรมีความจำเป็นต้องหาแนวทางแก้ไขปัญหาดังกล่าวเพื่อส่งเสริมประสิทธิภาพในการบรรเทาปัญหาอาชญากรรมในสังคม ด้วยการร่วมมือกับเครือข่ายอาชญากรรมที่สามารถส่งเสริมการทำงานของเจ้าหน้าที่ตำรวจได้และมีความใกล้ชิดกับประชาชน

เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยนับเป็นอีกหนึ่งอาชีพซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับการป้องกันอาชญากรรมในสังคมตามที่พระราชบัญญัติธุรกิจรักษาความปลอดภัย พ.ศ. 2558 ระบุว่า ธุรกิจการให้บริการรักษาความปลอดภัยมีความเกี่ยวข้องใกล้ชิดกับความปลอดภัยในชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของประชาชน และส่งผลต่อความสงบเรียบร้อยของสังคม แม้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยจะไม่ใช่อำนาจบังคับใช้กฎหมายของรัฐแต่ในการปฏิบัติหน้าที่ต้องดำเนินการป้องกันอาชญากรรม ความสูญเสีย หรือความเป็นอันตรายต่อบุคคล ทรัพย์สิน

หรือองค์กรเช่นเดียวกัน (Cunningham et al., 1990 as cited in Strom et al., 2011) ซึ่งถือเป็นการป้องกันอาชญากรรมโดยภาคเอกชนเพื่อส่งเสริมความมั่นคงปลอดภัยทางธุรกิจ (ASIS International, 2009 as cited in Strom et al., 2011) บทบาทหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีความคล้ายคลึงกับเจ้าหน้าที่ตำรวจตามที่ Strom และคณะ (2011) กล่าวว่า ภารกิจของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ตำรวจไม่ได้ขัดแย้งกัน แต่ในความเป็นจริงแล้วเป็นส่วนเสริมต่อกันและมักเกี่ยวข้องกันอย่างใกล้ชิด นอกจากนี้ การเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมด้วยความร่วมมือจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยยังต้องอาศัยการสนับสนุนจากหน่วยงานต้นสังกัดและการจัดสวัสดิการที่เหมาะสมกับบทบาทหน้าที่ ความเสี่ยงที่ต้องเผชิญในการปฏิบัติงาน ซึ่งจะเป็นอีกหนึ่งปัจจัยในการเพิ่มประสิทธิภาพการปฏิบัติงานแก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย (ชาติรี เพชรรัตน์ และ พงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์, 2563: 1-10)

โดยสรุปนั้น เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมีบทบาทหน้าที่คล้ายคลึงกับเจ้าหน้าที่ตำรวจในด้านการป้องกันอาชญากรรมที่จะเกิดแก่ชีวิต ร่างกาย และทรัพย์สินของผู้ว่าจ้างหรือในบริเวณที่ต้องรับผิดชอบ การส่งเสริมประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยและสนับสนุนให้เกิดการปฏิบัติหน้าที่ได้อย่างเต็มกำลังทั้งในด้านทรัพยากรและเครือข่ายในการป้องกันอาชญากรรม จะส่งผลในการเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมในภาพรวมและช่วยแบ่งเบาภาระหน้าที่ของเจ้าหน้าที่รัฐ ประกอบกับจังหวัดนนทบุรีซึ่งเป็นสถานที่ในการศึกษาถือเป็นหนึ่งใน 5 จังหวัดปริมณฑลที่มีเขตพื้นที่เชื่อมต่อกับกรุงเทพมหานคร ส่งผลให้จังหวัดนนทบุรีกลายเป็นเมืองรองรับการขยายตัวและการเจริญเติบโตของกรุงเทพมหานคร (สำนักงานจังหวัดนนทบุรี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด, 2561) ในปัจจุบันจังหวัดนนทบุรีมีอัตราการขยายตัวของชุมชนอย่างต่อเนื่อง จนกลายเป็นจังหวัดที่มีประชากรหนาแน่นเป็นอันดับ 2 ของประเทศ (กรมการปกครอง, 2565) จากปัจจัยที่กล่าวมาส่งผลให้นันทบุรีประสบกับปัญหาการขยายตัวของเมืองโดยเฉพาะปัญหาการจราจรและปัญหาอาชญากรรม ซึ่งจำต้องมีแนวทางดำเนินการเพื่อรับมือกับปัญหาที่มีแนวโน้มจะเพิ่มสูงขึ้น ดังนั้น ผู้วิจัยจึงมีความสนใจในการศึกษาสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี

วัตถุประสงค์การวิจัย (Research Objectives)

1. เพื่อศึกษาระดับของบทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงาน และประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
2. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
3. เพื่อศึกษาสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย
4. เพื่อศึกษาแนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

สมมติฐานการวิจัย (Research Hypothesis)

1. บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม
2. สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม
3. การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม

วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods)

1. ขอบเขตของการวิจัย
 - 1.1 ขอบเขตด้านเนื้อหา ทำการศึกษาเกี่ยวกับบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สวัสดิการซึ่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยได้รับการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และประสิทธิภาพจากการดำเนินการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย โดยใช้การศึกษาวิจัยเชิงพยากรณ์ (Predictive research)
 - 1.2 ขอบเขตด้านประชากร กลุ่มตัวอย่าง ได้แก่ เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 773 คน ส่วนกลุ่มตัวอย่างกำหนดด้วยสูตร Taro Yamane ผลจากการคำนวณได้ขนาดกลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 264 คน จากนั้นใช้วิธีการสุ่มแบบชั้นภูมิ (Stratified Random Sampling) แบบเป็นสัดส่วน โดยแบ่งกลุ่มตัวอย่างออกเป็น 6 กลุ่ม จาก 6 อำเภอ และใช้วิธีการสุ่มอย่างง่าย (Simple Random Sampling) ด้วยวิธีจับสลากตามสัดส่วนกลุ่มตัวอย่างในแต่ละชั้นภูมิ (อำเภอ) แบบไม่คืนกลับ
 - 1.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ทำการศึกษาในเขตพื้นที่จังหวัดนนทบุรี
 - 1.4 ขอบเขตด้านระยะเวลา เก็บรวบรวมข้อมูลในเดือนตุลาคม พ.ศ.2565 ถึง พฤศจิกายน พ.ศ. 2565
2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ คือ แบบสอบถาม (Questionnaire) ซึ่งประกอบด้วยคำถามแบบปลายปิด 5 ส่วน ในประเด็นบทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงาน ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และคำถามแบบปลายเปิด 1 ส่วน เกี่ยวกับข้อเสนอแนะเพิ่มเติม
3. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างโดยใช้แบบสอบถามซึ่งผ่านการทดสอบความเชื่อมั่นและความเที่ยงตรง จากนั้นติดตามเก็บคืนแบบสอบถามจากกลุ่มตัวอย่างและนำแบบสอบถามมาตรวจสอบความถูกต้องสมบูรณ์ของการตอบแบบสอบถามเพื่อใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลต่อไป
4. การวิเคราะห์ข้อมูล

ผู้วิจัยนำข้อมูลที่ได้จากการตอบแบบสอบถามของกลุ่มตัวอย่างในการศึกษามาวิเคราะห์โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูปสำหรับการวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Statistical Package for Social Sciences) ซึ่งสถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูลประกอบไปด้วย สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percent)

ค่าเฉลี่ย (Mean) ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation) ในการวิเคราะห์ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่างและแปลผลระดับคะแนน การวิเคราะห์สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน (Pearson's Product Moment Correlation Coefficient) เพื่อวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และการวิเคราะห์สมการถดถอยพหุคูณแบบเป็นขั้นตอน (Stepwise Multiple Regression Analysis) ในการวิเคราะห์อิทธิพลของตัวแปรอิสระที่ส่งผลต่อตัวแปรตาม จากนั้นนำตัวแปรที่มีนัยสำคัญมาสร้างสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ผลการวิจัย (Research Results)

1. ข้อมูลทั่วไปของกลุ่มตัวอย่าง

กลุ่มตัวอย่างเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ในพื้นที่จังหวัดนนทบุรี จำนวน 264 คน ส่วนใหญ่เป็นเพศชาย ร้อยละ 73.5 อยู่ในช่วงอายุ 40-50 ปี ร้อยละ 34.5 มีวุฒิการศึกษาในระดับมัธยมศึกษาตอนต้นหรือเทียบเท่า ร้อยละ 54.5 มีตำแหน่งในการปฏิบัติหน้าที่ส่วนมากเป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ร้อยละ 89.8 และประกอบอาชีพเป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยมาเป็นระยะเวลา 6-10 ปี ร้อยละ 40.2

2. ระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่าง

ตารางที่ 1 ตารางสรุปผลการประมวลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การรักษาความปลอดภัยของหน่วยงาน	4.76	.374	มากที่สุด
การอำนวยความสะดวกหน่วยงาน	4.55	.415	มากที่สุด
การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม	4.23	.454	มากที่สุด
รวม	4.44	.324	มากที่สุด

จากตารางที่ 1 พบว่า ระดับของบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ย 4.44 และหากพิจารณาเป็นรายองค์ประกอบจะพบว่า องค์ประกอบการรักษาความปลอดภัยของหน่วยงานมีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ 4.76 รองลงมาเป็นองค์ประกอบการอำนวยความสะดวกหน่วยงาน คือ 4.55 และสุดท้ายเป็นองค์ประกอบการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม คือ 4.23

ตารางที่ 2 ตารางสรุปผลการประมวลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
สิทธิในการลาโดยได้รับค่าจ้าง	4.05	.326	มาก
สวัสดิการพิเศษ	3.98	.313	มาก
สวัสดิการด้านสุขภาพและความมั่นคง	3.54	.350	มาก
รวม	3.79	.246	มาก

จากตารางที่ 2 ระดับของสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พบว่าอยู่ในเกณฑ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3.79 ในรายองค์ประกอบพบว่า องค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ สิทธิในการลาโดยได้รับ

ค่าจ้างโดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.05 รองลงมา คือ องค์ประกอบสวัสดิการพิเศษซึ่งมีค่าเฉลี่ย 3.98 และลำดับสุดท้าย คือ องค์ประกอบสวัสดิการด้านสุขภาพและความมั่นคงที่มีค่าเฉลี่ย 3.54

ตารางที่ 3 ตารางสรุปผลการประมวลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่	4.20	.433	มาก
การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานเกี่ยวข้อง	4.07	.313	มาก
การสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่	4.02	.328	มาก
รวม	4.08	.267	มาก

จากตารางที่ 3 ระดับของการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พบว่าอยู่ในเกณฑ์มาก โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.08 ส่วนในรายองค์ประกอบพบว่าองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด ได้แก่ การสร้างสัมพันธ์กับหน่วยงานในพื้นที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.20 รองลงมาคือองค์ประกอบการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.07 และสุดท้ายคือองค์ประกอบการสนับสนุนการปฏิบัติหน้าที่ โดยมีค่าเฉลี่ย 4.02

ตารางที่ 4 ตารางสรุปผลการประมวลค่าเฉลี่ยระดับความคิดเห็นของกลุ่มตัวอย่างต่อประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม

ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม	$\bar{x}$	S.D.	ระดับความคิดเห็น
การปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อม	4.33	.376	มากที่สุด
การตระหนักรู้	4.28	.352	มากที่สุด
การส่งเสริมความร่วมมือ	4.26	.317	มากที่สุด
การวางแผนและติดตามประเมินผล	4.18	.308	มาก
รวม	4.26	.249	มากที่สุด

จากตารางที่ 4 ระดับของประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม พบว่าอยู่ในเกณฑ์มากที่สุด โดยมีค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 4.26 ในรายองค์ประกอบพบว่าองค์ประกอบที่มีค่าเฉลี่ยมากที่สุด คือ องค์ประกอบการปรับเปลี่ยนสภาพแวดล้อมซึ่งมีค่าเฉลี่ย 4.33 รองลงมาคือองค์ประกอบการตระหนักรู้ โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.28 ตามด้วยองค์ประกอบส่งเสริมความร่วมมือ มีค่าเฉลี่ย 4.26 และสุดท้ายคือองค์ประกอบวางแผนและติดตามประเมินผล โดยมีค่าเฉลี่ยที่ 4.18

3. การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ตารางที่ 5 ตารางสรุปผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 1 บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .300$, $p\text{-value} < .01$)

สมมติฐานการวิจัย	ผลการทดสอบสมมติฐานการวิจัย
สมมติฐานการวิจัยที่ 2 สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .284, p\text{-value} < .05$)
สมมติฐานการวิจัยที่ 3 การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม	ยอมรับสมมติฐานการวิจัย ($r = .407, p\text{-value} < .05$)

จากตารางที่ 5 พบว่า บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 1 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .300 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .01 และจัดว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก ส่วนในด้านสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 2 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .284 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และจัดว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำมาก และด้านการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม จึงยอมรับสมมติฐานการวิจัยที่ 3 โดยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เท่ากับ .407 ซึ่งมีระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05 และจัดว่ามีความสัมพันธ์กันในระดับต่ำ

4. การสร้างสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม

ตารางที่ 6 ตารางแสดงค่าความสัมพันธ์ของตัวแปรอิสระในการพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม

ตัวแปร	R	R ²	Adjusted R ²	F	Sig F
การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	.384	.147	.144	45.316	<.001
การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่	.438	.192	.185	14.242	<.001
การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม	.463	.215	.206	7.614	.006

จากตารางที่ 6 จะพบว่าตัวแปรอิสระซึ่งสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้ประกอบไปด้วย การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ และการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม โดยตัวแปรการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้ร้อยละ 14.7 เมื่อเพิ่มตัวแปรการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่จะสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 19.2 และเมื่อเพิ่มตัวแปรการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรมจะสามารถพยากรณ์ได้ร้อยละ 21.5

ตารางที่ 7 ตารางรูปแบบสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม

ลำดับ	ตัวแปร	B	SE B	t
1	การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง	.189	.051	3.676***
2	การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่	.126	.037	3.356***
3	การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม	.086	.031	2.759**
ค่าคงที่		2.600	.204	12.753***

** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .01, *** คือ มีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ .001

จากตารางที่ 7 พบว่า สามารถนำตัวแปรมาสร้างสมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้ ดังนี้

ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม = $2.6 + .189$ (การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) + $.126$ (การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่) + $.086$ (การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม)

จากสมการจะเห็นได้ว่า หากกลุ่มตัวอย่างคนหนึ่งได้คะแนนจากแบบสอบถามการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง 4.07 คะแนน ได้คะแนนจากแบบสอบถามการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ 4.20 คะแนน และได้คะแนนจากแบบสอบถามการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม 4.23 คะแนน จะสามารถพยากรณ์คะแนนประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้โดยแทนค่าคะแนนจากแบบสอบถามทั้ง 3 ตัวแปรลงในสมการพยากรณ์ได้ ดังนี้

$$\begin{aligned}\text{ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม} &= 2.6 + .189(4.07) + .126(4.20) + .086(4.23) \\ &= 2.6 + .769 + .529 + .364 \\ &= 4.262\end{aligned}$$

ดังนั้น จากสมการทำนายประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมจะพบว่าผู้ที่มีคะแนนการสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเป็น .769 คะแนนการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ .529 และคะแนนการมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรมเท่ากับ .364 จะสามารถพยากรณ์คะแนนประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมได้เป็น 4.262

5. ข้อเสนอแนะเพิ่มเติม

จากข้อคำถามแบบปลายเปิดในส่วนที่ 6 ข้อเสนอแนะทั่วไป กลุ่มตัวอย่างได้ให้ข้อเสนอแนะต่าง ๆ ซึ่งสามารถแยกประเด็นไว้ได้ 3 ประเด็น ได้แก่ ประเด็นที่ 1 สร้างสวัสดิการที่คุ้มค่ากับการทำงาน รวดเร็วและทั่วถึง ประเด็นที่ 2 การสนับสนุนคุณภาพชีวิตการทำงาน และประเด็นที่ 3 การสนับสนุนจากหน่วยงาน เพื่อนร่วมงาน และเครือข่ายการป้องกันอาชญากรรมที่เหมาะสม

อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion)

1. การวิเคราะห์ระดับของบทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงาน และประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

จากการศึกษาระดับของบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับของบทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับ ผลการศึกษาโดยแสงทิพย์ จันทรรัตน์ (2545) ซึ่งพบว่า เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยทำงานมีประสิทธิภาพ แต่ยังขาดความรู้ความเข้าใจต่อกฎหมายป้องกันและความเข้าใจลักษณะอาชญากรรม และผลการศึกษาจาก Anicent (2014) ซึ่งพบว่า ระดับความร่วมมือและระดับการแบ่งปันข้อมูลระหว่างพนักงานรักษาความปลอดภัยและเจ้าหน้าที่ตำรวจพบว่ามีอยู่ในระดับต่ำ ประกอบกับผลการศึกษาโดยณัฐภูมิ ผิวบัวคำ (2563: 71-90) ซึ่งเสนอแนะว่าพนักงานรักษาความปลอดภัยควรมีการอบรมทบทวนความรู้เกี่ยวกับงานรักษาความปลอดภัยเพื่อการสนับสนุนต่อบทบาทการช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในการป้องกันอาชญากรรม ถัดมาเป็นระดับของสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับของสวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก

สอดคล้องกับ ผลการศึกษาของชาตรี เพชรรัตน์ และพงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์ (2563: 1-10) ซึ่งให้ข้อเสนอแนะว่าบริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการรักษาความปลอดภัย ควรมีรูปแบบในการเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้เกิดแก่นักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตมากยิ่งขึ้น และบทความโดยวริษฐา แซ่เจีย (2563) ซึ่งกล่าวว่า สวัสดิการที่ได้รับยังไม่คุ้มค่ากับความเสี่ยงชีวิตซึ่งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยต้องประสบ ส่วนในระดับของการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับของการสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอยู่ในระดับมาก สอดคล้องกับ แนวคิดการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กร (Perceived organizational support) (Eisenberger, et.al, 1986 as cited in Johnsen, 2018) ซึ่งกล่าวว่า ยิ่งเจ้าหน้าที่มีการรับรู้การสนับสนุนจากองค์กรเท่าใดประสิทธิภาพการทำงานจะยิ่งเพิ่มขึ้น นอกจากนี้ ผลการศึกษาจาก Anicent (2014) กล่าวว่า ตำรวจจะสามารถดำเนินการได้ดีขึ้นโดยใช้ทักษะและประสบการณ์ของพนักงานรักษาความปลอดภัยในกลยุทธ์การตำรวจชุมชน ในทำนองเดียวกัน พนักงานรักษาความปลอดภัยจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดีขึ้นหากร่วมมือกับตำรวจ เช่นเดียวกับทฤษฎีแนวคิดการตำรวจชุมชน ซึ่งต้องอาศัยความร่วมมือจากภาคประชาชนในการป้องกันอาชญากรรม และจากการศึกษาระดับของประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม พบว่า กลุ่มตัวอย่างมีระดับของประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมอยู่ในระดับมากที่สุด สอดคล้องกับทฤษฎีการป้องกันอาชญากรรมในชุมชน (Hope, 2017) ซึ่งมีหลักการพื้นฐาน คือ การแทรกแซงเพื่อเพิ่มความปลอดภัยของที่อยู่อาศัยโดยภาคเอกชน และผลการศึกษาโดยสันติ สารชาติ และนฤตลภัสสร จักษุเดโชวินิชย์ (2564: 69-80) ซึ่งพบว่า ระดับความคิดเห็นต่อสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตในประเทศไทย มีระดับสมรรถนะที่มีในปัจจุบันกับสมรรถนะที่เกี่ยวข้องกับการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตในประเทศไทยในสมรรถนะที่คาดหวัง มีความสัมพันธ์กันอย่างมีนัยสำคัญ

2. การอภิปรายสมมติฐานการวิจัย

จากการทดสอบสมมติฐานที่ 1 พบว่า บทบาทของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวม มีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาของแสงทิพย์ จันทรรัตน์ (2545) ซึ่งพบว่าเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยสามารถป้องกันอาชญากรรมได้ ทั้งยังสามารถประสานความร่วมมือและสนับสนุนตำรวจได้ดีในด้านการป้องกันอาชญากรรม สำหรับการทดสอบสมมติฐานที่ 2 พบว่า สวัสดิการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาวิจัยโดยชาตรี เพชรรัตน์ และพงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์ (2563: 1-10) ซึ่งค้นพบข้อเสนอแนะว่าควรมีรูปแบบในการเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้เกิดแก่นักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตมากยิ่งขึ้น เพื่อกระตุ้นให้เกิดพฤติกรรมในการปฏิบัติงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผล และในการทดสอบสมมติฐานที่ 3 พบว่า การสนับสนุนการทำงานของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยโดยรวมมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยรวม ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาโดย Koeppen (2019) ซึ่งพบว่า การดำเนินการสนับสนุนส่งผลกระทบต่อความพึงพอใจทางอารมณ์ของพนักงานรักษาความปลอดภัยและต่อระดับของความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการทำงาน เช่นเดียวกับผลการศึกษาจาก Chinwokwu (2017) กล่าวว่า การที่บริษัทรักษาความปลอดภัยและตำรวจมีความสัมพันธ์แบบร่วมมือกันจะส่งผลดีต่อการลดอาชญากรรม อีกทั้งพนักงานรักษาความปลอดภัยจะสามารถปฏิบัติหน้าที่ได้ดีขึ้นหากร่วมมือกับตำรวจ (Anicent, 2014)

3. การวิเคราะห์สมการพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม

ตัวแปรอิสระซึ่งสามารถพยากรณ์ประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรม ได้แก่ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง ซึ่งสอดคล้องกับทฤษฎีการป้องกันอาชญากรรมในชุมชน (Community crime prevention) กล่าวว่า การแลกเปลี่ยนข้อมูลข่าวสารระหว่างกันจะช่วยสร้างความปลอดภัยให้แก่ชุมชนอย่างครอบคลุม (Hope, 2017) เช่นเดียวกับแนวคิดตำรวจชุมชน (Community Policing) ซึ่งได้กล่าวถึงการส่งเสริมให้พัฒนาแผนป้องกันอาชญากรรมร่วมกันระหว่างชุมชนและหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ เช่นเดียวกับผลการวิจัยโดย Strom และคณะ (2011) และผลการวิจัยของ Chinwokwu (2017) ซึ่งกล่าวว่า การมีความร่วมมือระหว่างเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยกับตำรวจเพิ่มขึ้นจะส่งผลประโยชน์หลายประการ และจะส่งผลต่อการลดอาชญากรรมเช่นกัน ถัดมาเป็นการสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ ซึ่งสอดคล้องกับผลจากงานวิจัยโดยณัฐภูมิ ผิวบัวคำ (2563: 71-90) พบว่าความเห็นในเรื่องบทบาทการช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เชิงบวกกับปัจจัยด้านสิ่งแวดล้อมและปัจจัยด้านความรู้เรื่องการรักษาความปลอดภัย รวมทั้งจากทฤษฎีการป้องกันอาชญากรรมในชุมชน (Community crime prevention) ได้กล่าวถึงการสร้างปฏิสัมพันธ์กับหน่วยงานที่เป็นทางการและไม่เป็นทางการจะช่วยสร้างความปลอดภัยให้แก่ชุมชนอย่างครอบคลุม (Hope, 2017) อีกเช่นกัน และลำดับสุดท้าย คือ การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม สอดคล้องกับผลการวิจัยโดยสันติ สารชาติ และนฤตลภัสสร จักษุเดโชวิชย์ (2564: 69-80) ซึ่งพบว่า ตัวชี้วัดสมรรถนะวิชาชีพของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตในประเทศไทยประกอบไปด้วย 3 ด้าน คือ ความรู้การรักษาความปลอดภัย ทักษะการรักษาความปลอดภัย และทัศนคติในวิชาชีพรักษาความปลอดภัย โดยทั้ง 3 ด้านเป็นสมรรถนะที่จำเป็นต่อการประกอบวิชาชีพพนักงานรักษาความปลอดภัยในการป้องกันอาชญากรรม อีกทั้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยผู้มีทักษะความรู้ที่จำเป็นในการป้องกันอาชญากรรมจะสามารถช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจในการป้องกันอาชญากรรมได้ดีกว่าผู้ที่ไม่ได้ผ่านการฝึกอบรม ตามผลการวิจัยจากณัฐภูมิ ผิวบัวคำ (2563: 71-90)

4. แนวทางการเพิ่มประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

ประกอบไปด้วย 3 แนวทาง ได้แก่ แนวทางที่ 1 สร้างสวัสดิการที่คุ้มค่ากับการทำงาน รวดเร็วและทั่วถึง เนื่องจากการมีสวัสดิการซึ่งสามารถตอบสนองความต้องการของเจ้าหน้าที่ได้อย่างครอบคลุมและรวดเร็ว จะส่งผลให้ประสิทธิภาพในการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่ดีขึ้น ซึ่งสอดคล้องกับบทความโดย วริษฐา แซ่เจีย (2563) ซึ่งพบว่าสวัสดิการที่ได้รับมองว่ายังไม่เหมาะสมกับการปฏิบัติงาน และผลการศึกษาโดย ชาตรี เพชรรัตน์ และพงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์ (2563: 1-10) กล่าวว่า บริษัทที่ดำเนินธุรกิจด้านการให้บริการรักษาความปลอดภัยควรมีรูปแบบในการเสริมสร้างแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ให้เกิดแก่พนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตมากยิ่งขึ้น แนวทางที่ 2 การสนับสนุนคุณภาพชีวิตการทำงาน ซึ่งสอดคล้องกับผลการศึกษาโดยสันติ สารชาติ และนฤตลภัสสร จักษุเดโชวิชย์ (2564: 69-80) ที่พบว่า การพัฒนาสมรรถนะของพนักงานรักษาความปลอดภัยทำได้โดยการฝึกอบรมเพิ่มเติมจากหลักสูตรมาตรฐานที่คณะกรรมการกำกับธุรกิจรักษาความปลอดภัยกำหนด ประกอบกับการประเมินผลและการฝึกอบรมทบทวนที่สม่ำเสมอและมีประสิทธิภาพ เช่นเดียวกับบทความโดย วริษฐา แซ่เจีย (2563) กล่าวว่า อาชีพพนักงานรักษาความปลอดภัยสมควรได้รับการสนับสนุนคุณภาพชีวิตการทำงานยิ่งกว่าที่เป็นอยู่ ทั้งในด้านที่พักและการสนับสนุนด้านอื่น ๆ และแนวทางที่ 3 การสนับสนุนจากหน่วยงาน เพื่อนร่วมงาน และเครือข่ายการป้องกันอาชญากรรมที่เหมาะสม เพื่อให้การดำเนินงานป้องกันอาชญากรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ ซึ่งสอดคล้องกับ แนวคิดการรับรู้การสนับสนุนจาก

องค์กร แนวคิดการรับรู้การสนับสนุนทางสังคมจากเพื่อนร่วมงาน (Susskind et al., 2003 as cited in Cureton, 2014) เช่นเดียวกับผลการศึกษาโดย Koeppe (2019) ซึ่งพบว่า การดำเนินการสนับสนุนส่งผลกระทบอย่างมีนัยสำคัญต่อความผูกพันทางอารมณ์ของพนักงานรักษาความปลอดภัยและต่อระดับของความภาคภูมิใจและแรงจูงใจในการทำงาน และผลการศึกษาโดย Chinwokwu (2017) ซึ่งกล่าวว่า การที่บริษัทรักษาความปลอดภัยและตำรวจมีความสัมพันธ์แบบร่วมมือกันจะส่งผลดีต่อการลดอาชญากรรม

องค์ความรู้ที่ได้จากการวิจัย (Research Knowledge)

จากการวิจัยทำให้ทราบถึงระดับของบทบาท สวัสดิการ การสนับสนุนการทำงาน และประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยในปัจจุบัน ซึ่งพบว่าอยู่ในระดับมากขึ้นไป อีกทั้งพบว่า ปัจจัยทั้งสามมีความสัมพันธ์กับประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมอย่างมีนัยสำคัญ รวมถึงสามารถค้นหาสาเหตุซึ่งทำให้เกิดประสิทธิภาพในการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย อันได้แก่ การสร้างความร่วมมือกับหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง การสร้างความสัมพันธ์กับหน่วยงานตำรวจในพื้นที่ การมีส่วนร่วมในเครือข่ายป้องกันอาชญากรรม และค้นพบแนวทางทางการเพิ่มประสิทธิภาพดังกล่าว

ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions)

1. ข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้

มีการจัดตั้งคณะกรรมการรับผิดชอบอุตสาหกรรมรักษาความปลอดภัยโดยตรง ในการกำหนดกฎเกณฑ์มาตรฐาน ออกใบอนุญาตพนักงานรักษาความปลอดภัยและผู้ให้บริการรักษาความปลอดภัย จัดสรรงบประมาณ ทำการฝึกอบรมพนักงานรักษาความปลอดภัย และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างอุตสาหกรรมความปลอดภัยและหน่วยงานบังคับใช้กฎหมาย ภายใต้การกำกับดูแลโดยกระทรวงยุติธรรม ซึ่งสมาชิกประกอบไปด้วยตัวแทนสำคัญของอุตสาหกรรมความปลอดภัยทั้งนายจ้าง ลูกจ้าง ผู้ใช้บริการ และสาธารณชน อีกทั้ง ทางโรงเรียนรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก ทำการฝึกอบรมทักษะความรู้ที่เกี่ยวข้องเพิ่มเติมแก่เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ในด้านการมีส่วนร่วมในการป้องกันอาชญากรรมและความปลอดภัยชุมชน รวมทั้งมีการจัดอบรมร่วมกับหน่วยงานตำรวจในด้านการป้องกันอาชญากรรม ประกอบกับการจัดศึกษาดูงานเพื่อให้เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยได้เรียนรู้ทักษะการปฏิบัติงานเพิ่มขึ้นและนำมาปรับใช้กับการดำเนินงานได้ และทางสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก มีการปรับปรุงสวัสดิการให้ตรงความต้องการของเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย และให้การสนับสนุนอย่างเหมาะสมตามสถานการณ์ เพื่อให้การดำเนินงานป้องกันอาชญากรรมเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพ

2. ข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

ใช้วิธีการวิเคราะห์โมเดลสมการโครงสร้าง (Structural Equation Modeling Analysis) และทดสอบกับกลุ่มตัวอย่างที่เป็นเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยอื่น ๆ นอกเหนือจากเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย สังกัดสำนักงานรักษาความปลอดภัย องค์การสงเคราะห์ทหารผ่านศึก เพื่อเปรียบเทียบผลการศึกษามีความแตกต่างในการส่งผลต่อประสิทธิภาพการป้องกันอาชญากรรมโดยเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัยหรือไม่ รวมทั้งอาจใช้วิธีการวิจัยเชิงคุณภาพ เพื่อให้ได้มาซึ่งรายละเอียดในประเด็นต่าง ๆ โดยกำหนดให้กลุ่มตัวอย่างมีความหลากหลายยิ่งขึ้น มีทั้งเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย ผู้อำนวยการองค์กรหรือบริษัท และผู้วางนโยบายเกี่ยวกับเจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมการปกครอง. (2565). สถิติประชากรทางการทะเบียนราษฎร. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://stat.bora.dopa.go.th/> สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2565.
- ชาตรี เพชรรัตน์ และพงศ์กุลธร โรจน์วิรุฬห์. (2563). แรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์ในการปฏิบัติงานของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาต. *วารสารคุณภาพชีวิตกับกฎหมาย*. 16(2): 1-10. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.tci-thaijo.org/> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564.
- ณัฐวุฒิ ผิวบัวคำ. (2563). บทบาทการช่วยเหลือเจ้าหน้าที่ตำรวจของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตในการป้องกันอาชญากรรม. *วารสารวิชาการคณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์*. 12(1): 71-90. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://so01.tci-thaijo.org/index.php/truhusocjo/article/view/242210/167068> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564.
- วริษฐา แซ่เจีย. (2563). 'เจ้าหน้าที่รักษาความปลอดภัย' อาชีพที่เผชิญอันตรายกับสวัสดิการที่อาจได้ไม่คุ้มเสี่ยง?. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://thematter.co/social/security-guards-risks-and-welfare/100545> สืบค้นเมื่อ 19 ตุลาคม 2564.
- สันติ สารระชาติ และนฤตลภัสสร จักษุเดโชวิชย์. (2564). แนวทางการพัฒนาสมรรถนะของพนักงานรักษาความปลอดภัยรับอนุญาตในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ สถาบันวิทยาการจัดการแห่งแปซิฟิก*. 7(1): 69-80. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://library.tu.ac.th/th> สืบค้นเมื่อ 26 สิงหาคม 2564.
- สำนักงานคณะกรรมการกฤษฎีกา. (2560). พระราชบัญญัติธุรกิจรักษาความปลอดภัย พ.ศ. 2558. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://songmetta.com/security/law/law2558.pdf> สืบค้นเมื่อ 25 สิงหาคม 2564.
- สำนักงานจังหวัดนนทบุรี กลุ่มงานยุทธศาสตร์และข้อมูลเพื่อการพัฒนาจังหวัด. (2561). *บรรยายสรุปจังหวัดนนทบุรี*. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: http://www.nonthaburi.go.th/Downloads/brief_nonthaburi.pdf สืบค้นเมื่อ 13 กุมภาพันธ์ 2565.
- สำนักงานตำรวจแห่งชาติ. (2564). สถิติฐานความผิดคดีอาญา(คดี 4 กลุ่ม). [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.crimespolice.com/portal> สืบค้นเมื่อ 4 มกราคม 2565.
- แสงทิพย์ จันทรรัตน์. (2545). *ทัศนะของตำรวจสายตรวจสถานีตำรวจนครบาลพลับพลาไชย 1 และ 2 ที่มีต่อพนักงานรักษาความปลอดภัยของเอกชนในด้านการป้องกันอาชญากรรม*. สารนิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ. กรุงเทพฯ. มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc สืบค้นเมื่อ 2 กันยายน 2564.
- Anicent, T. N. (2014). *The Role of Private Security in Community Policing: Case of Kikuyu Sub County, Kiambu County, Kenya* (Master's thesis). Nairobi. University of Nairobi. Retrieved 17 February 2022, from <https://library.tu.ac.th/th>
- Chinwokwu, E. C. (2017). An assessment of the relationship between private security companies and the police in crime prevention in Lagos Metropolis, Nigeria. *International Journal of Police Science & Management*, 20(1), 80–93. Retrieved 18 December 2021, from <https://library.tu.ac.th/th>

- Cureton, S. S. (2014). **The Role of Exchange Ideology in Coworker Social Support and Work Engagement** (Doctoral dissertation). Mississippi, The University of Southern Mississippi. Retrieved 22 November 2021, from <https://www.proquest.com/index>
- Hope, T. (2017). **How to Measure the Effectiveness of Community Crime Prevention**. Retrieved 23 November 2021, from <https://www.researchgate.net/>
- Johnsen, S. (2018). **Internal and External Knowledge Sharing within the Norwegian Police Organization** (Master's thesis). Representralen, University of Oslo. Retrieved 18 November 2021, from <https://www.proquest.com/index>
- Koeppen, B. C. (2019). **Retail Security Guards' Experiences of, and Reactions to, Workplace Violence** (Doctoral dissertation). Leicester. The University of Leicester. Retrieved 18 December 2021, from <https://library.tu.ac.th/th>
- Strom, K. et al. (2011). **The Private Security Industry: A Review of the Definitions, Available Data Sources, and Paths Moving Forward**. Retrieved 17 February 2022, from <https://www.ojp.gov/pdffiles1/bjs/grants/232781.pdf>.



นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง

Economic Stimulus Policy: A Case Study of the 50:50 Co-payment Scheme

สมพิศ สายบุญชื่น¹ ชัชรินทร์ ชิตบุญ² ชำนาญ ชูเที่ยง³ กัมปนาท วงศ์วัฒนพงษ์⁴

Sompit Saibunchun, Chatcharin Chitboon,
Chamnarn Choothieng, Kampanart Wongwattanapong

บทคัดย่อ (Abstract)

บทความวิชาการเรื่อง นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง มีวัตถุประสงค์ 1. เพื่อศึกษาความสำเร็จของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” 2. เพื่อเสนอแนวทางในการพัฒนา นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” บทความวิชาการนี้ศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ บทความ งานวิจัย ข่าวสาร ที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่า ความสำเร็จของนโยบายคนละครึ่งเกิดจาก ด้านการสื่อสารของรัฐบาล ด้านผลประโยชน์ ด้านทรัพยากร ด้านการปฏิบัติ ด้านความยุติธรรม ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความสะดวก ด้านความโปร่งใส และด้านการใช้เทคโนโลยี แนวทางการพัฒนา แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านจำนวนสิทธิของผู้เข้าร่วมโครงการ และการลงทะเบียน ให้สิทธิแก่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติครบถ้วนได้เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องลงทะเบียน ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีกับประชาชนที่ลงทะเบียน และพัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายขึ้น 2.ด้านความเสมอภาค ให้บริการประชาชนในการลงทะเบียนผ่านหน่วยงานที่รับผิดชอบแทนการลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชัน(Application) ใช้บัตรประชาชนในการยืนยันสิทธิของผู้ซื้อสินค้าและบริการ 3.ด้านการป้องกันการทุจริต รัฐบาลต้องกำหนดให้มีมาตรการลงโทษสำหรับร้านค้า ประชาชน ที่มีการทุจริต โครงการคนละครึ่งเป็นโครงการที่กระตุ้นการใช้จ่ายทางเศรษฐกิจได้ผลเป็นรูปธรรม รัฐบาลควรมีโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านอื่นๆ ด้วย

ดังนั้น บทความวิชาการเรื่อง นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่งนี้ สร้างการรับรู้และกระตุ้นให้ประชาชนเกิดความสนใจ ประชาชนทราบประโยชน์และความจำเป็นการมีทักษะด้านเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์ ทำให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมดิจิทัล (Digital Society) ได้เร็วขึ้น และมีประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบาย เพื่อใช้เป็นแนวทางกำหนดนโยบายในการกระตุ้นเศรษฐกิจของประเทศ และปรับปรุงข้อผิดพลาดสำหรับโครงการอื่นๆ ต่อไปในอนาคต

Received: 2022-11-25 Revised: 2022-12-10 Accepted: 2022-12-11

¹ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Students of the Doctor of Philosophy Program in Public Administration Phibunsongkhram Rajabhat University.E-mail: Waanjeed555@gmail.com

² นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Students of the Doctor of Philosophy Program in Public Administration Phibunsongkhram Rajabhat University.E-mail: phisthyaphisnuphrhm@gmail.com

³ นักศึกษาหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Students of the Doctor of Philosophy Program in Public Administration Phibunsongkhram Rajabhat University.E-mail: Kieng_47@hotmail.com

⁴ อาจารย์ประจำหลักสูตรปรัชญาดุษฎีบัณฑิตสาขาวิชารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Lecturer of the Doctor of Philosophy Program in Public Administration Phibunsongkhram Rajabhat University. E-mail: kampanart_wk@yahoo.com

คำสำคัญ (Keywords): นโยบาย; กระตุ้นเศรษฐกิจ; คนละครึ่ง

Abstract

The current academic article aimed 1. to discover the success of economic stimulus policy in the second phase of the 50:50 co-payment scheme, and 2. to recommend the guidelines of economic stimulus policy development for the 50:50 co-payment scheme. According to the document and literature reviews from textbooks, articles, research studies, news and other relevant information, the success of the 50:50 co-payment scheme was attributed to government communications, benefits, resources, operations, fairness, service accessibility, convenience, transparency, and technology use. The development guidelines were divided into three categories: 1. Participant rights and registration: giving all qualified citizens the rights to participate in the scheme without registration, training the registered citizens on the technology use, and developing easier-to-use applications; 2. Equality: providing registration services for people through responsible state agencies rather than registering through applications, and using an ID card to confirm the rights of buyers of goods and services; and 3. Fraud prevention: imposing punishment measures preventing corruptions from the merchants and citizens. The 50:50 co-payment scheme was a project that helped increase economic spending and produced tangible effects; nevertheless, the government should have other projects to promote the economy as well.

Summarily, this academic article, raised people's awareness and interest, as well as informed them about the benefits and importance of possessing technological abilities. Furthermore, this article aided Thailand's speedier transition to a digital society, and was valuable for policymakers to utilize as a guideline for developing policies to promote the country's economy and improving mistakes for future initiatives.

Keywords: policy; economic stimulus; 50:50 co-payment

บทนำ (Introduction)

ปลายปีพุทธศักราช 2562 เกิดการแพร่ระบาดเชื้อไวรัสโควิด -19 (Covid 19) และแพร่ระบาดหนักในช่วงไตรมาสแรกของปี 2563 วิกฤตการณ์การแพร่ระบาดของโรคโควิด-19 (Covid 19) ส่งผลให้ภาวะเศรษฐกิจโลกมีการชะลอตัว รวมทั้งภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทย เศรษฐกิจกับประเทศคู่ค้าลดลงนักท่องเที่ยวลดลง รัฐบาลจึงมีความจำเป็นต้องดำเนินนโยบายเพื่อสนับสนุนการฟื้นฟูเศรษฐกิจ โดยการกระตุ้นและรักษาระดับการบริโภคภายในประเทศ ซึ่งต้องอาศัยประชากรในประเทศเป็นแรงขับเคลื่อนในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ รัฐบาลได้กำหนดนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจหลายโครงการ ได้แก่ 1) โครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ 2) โครงการชิมช้อปใช้ 3) โครงการคนละครึ่ง 4) โครงการช้อปดีมีคืน 5) โครงการเราไม่ทิ้งกัน 6) โครงการเราเที่ยวด้วยกัน 7) โครงการเราชนะ 8) โครงการ ม.33 เรารักกัน

โครงการคนละครึ่ง เป้าหมายคือ ลดภาระค่าใช้จ่ายให้แก่ประชาชนเพิ่มรายได้ให้แก่ผู้ประกอบการรายย่อย โดยเฉพาะกลุ่มหาบเร่ แผงลอย โดยรัฐบาลจะให้เงินสนับสนุนค่าอาหารเครื่องดื่ม หรือสินค้าทั่วไป ยกเว้นฉลากกินแบ่งรัฐบาล เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ บุหรี่ และบริการต่างๆ แก่ประชาชนผ่านระบบการชำระเงิน

อิเล็กทรอนิกส์โดยภาครัฐ (G-Wallet) บนแอปพลิเคชัน(Application) “เปาตัง” ร้อยละ 50 ไม่เกิน 150 บาท ต่อคนต่อวัน ตลอดระยะเวลาโครงการ (วิภาดา วรณวิเศษ, 2564) โครงการคนละครึ่ง เป็นโครงการที่เสียส่วนใหญ่ให้ความนิยม นั้นเพราะสิทธิของผู้ที่จะเข้าร่วมโครงการได้ในกลุ่มผู้ขาย จะต้องเป็นร้านค้าขนาดเล็กที่อยู่ตามชุมชน ตลาดนัด แผงลอย หาบเร่ เงื่อนไขข้อนี้เป็นเสมือนหัวใจหลักที่ทำให้โครงการนี้ประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ในแง่ความนิยม ประชาชนระดับกลางถึงล่าง สามารถเข้าถึงและใช้สิทธิได้ (อัญดา หลงหมาด และคณะ, 2564)

ดังนั้น นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง มีองค์ประกอบใดบ้างที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติ จะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบายที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายอื่นๆในลักษณะที่คล้ายกันในอนาคตได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดนโยบายที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน ชุมชน สังคมและประเทศชาติ อย่างเป็นรูปธรรม

เนื้อหา (Content)

นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เป็นหนึ่งในมาตรการเยียวยาและมาตรการกระตุ้นทางเศรษฐกิจของรัฐบาลที่ได้ออกมาโดยมีเป้าหมายเพื่อลดภาระค่าใช้จ่ายประชาชนและเพิ่มรายได้ให้กับผู้ประกอบการรายย่อย ลักษณะของโครงการคนละครึ่งเป็นการร่วมจ่าย (Co-payment) กลุ่มเป้าหมายของโครงการจึงเป็นผู้ที่พอจะมีรายได้เพื่อมาร่วมจ่ายกับรัฐ ซึ่งเป็นการสร้างอุปสงค์ที่แท้จริงและเป็นการกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศ บรรเทาภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชน ส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อยรวมถึงผู้ผลิตตลอดห่วงโซ่อุปทาน ให้มีรายได้เพิ่มขึ้นและช่วยเพิ่มสภาพคล่องทางการเงิน เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ โครงการคนละครึ่ง มีรายละเอียดดังนี้ โครงการคนละครึ่งในระยะที่ 1 แจกเงิน 3,000 บาทต่อคนตลอดระยะเวลาโครงการให้ประชาชนทั่วไป จำนวน 10 ล้านคน แต่ภาครัฐจะร่วมจ่ายร้อยละ 50 แต่ไม่เกิน 150 บาทต่อคนต่อวัน เพื่อซื้ออาหาร เครื่องดื่มและสินค้าทั่วไป (ยกเว้นลอตเตอรี่ เครื่องดื่มแอลกอฮอล์) กับร้านค้าที่ลงทะเบียนร่วมโครงการเท่านั้น ไม่รวมร้านสะดวกซื้อที่เป็นแฟรนไชส์ (Franchise) วงเงินรวม 30,000 ล้านบาท ซึ่งการร่วมจ่ายคนละครึ่งนี้จะช่วยลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และจะช่วยเติมกำลังการซื้อของประชาชน เพื่อให้มีการใช้จ่ายหมุนเวียนไปถึงผู้ประกอบการรายย่อยได้อย่างต่อเนื่องเป็นเงิน 60,000 ล้านบาท โดยผู้ได้รับสิทธิจะได้รับเงินผ่าน g-Wallet แอปพลิเคชัน(Application) “เปาตัง” (เอกภาพ คงมาลัย และคณะ, 2565: 65-79) เฟสแรก มีประชาชนทยอยลงทะเบียนใช้สิทธิจนครบเต็มจำนวน หลังจากที่มีการทวงการคลังเปิดให้ประชาชนใช้จ่ายมาตั้งแต่วันที่ 23 ตุลาคมที่ผ่านมาจนถึงวันที่ 11 ธันวาคม 2563 มียอดใช้จ่ายรวมกว่า 42,044 ล้านบาท และมีร้านค้าเข้าร่วมโครงการกว่า 968,000 ร้านค้า และพบว่า “โครงการคนละครึ่ง” ได้รับความนิยมเข้าร่วมมากที่สุด คิดเป็นร้อยละ 50.18 ความนิยมและกระแสนี้ตัวจากผู้ประกอบการขนาดเล็กและผู้บริโภค ส่งผลให้กระทรวงการคลังประกาศเปิดโครงการคนละครึ่งเฟสสอง ในวันที่ 16 ธันวาคม 2563 อีก 5 ล้านสิทธิซึ่งจะได้วงเงินใช้จ่าย 3,500 บาทต่อคนต่อวัน ตลอดระยะเวลา 3 เดือน เริ่มตั้งแต่ 1 มกราคม ถึง 31 มีนาคม 2564 ขณะที่ผู้ได้รับสิทธิในเฟสแรกจะได้วงเงินเพิ่ม 500 บาทเท่ากับโครงการเฟสสอง ซึ่งหากพบว่ามีการทุจริต การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทยจะขึ้นแบล็คลิสต์ (Blacklist) และตัดสิทธิไม่ให้ผู้ประกอบการเหล่านี้เข้าร่วมมาตรการรัฐทั้งหมดทุกโครงการในอนาคต และเรียกเงินคืนให้รัฐ พร้อมทั้งดำเนินคดีด้านกฎหมายทั้งทางแพ่งและอาญา และลงโทษขั้นสูงสุดเนื่องจากถือเป็นการทุจริตเงินรัฐ (ผู้จัดการ, 2563) จากประสิทธิผลการให้บริการ “โครงการคนละครึ่ง” ของ

ภาครัฐได้รับการตอบรับจากประชาชนจำนวนมากรัฐบาลจึงได้กำหนด โครงการคนละครึ่งเฟสสาม ทางกระทรวงการคลังได้มีการแบ่งรอบการโอนเงินให้ประชาชนที่ได้รับสิทธิ จำนวน 3,000 บาท เป็น 2 รอบ ซึ่งการโอนเงินก็ยังคงโอนเข้าแอปพลิเคชัน(Application) “เป๋าตัง” และให้ผู้มีสิทธิใช้จ่ายผ่านแอปพลิเคชันตามเดิม โดยมีรายละเอียดการโอน ดังนี้ งวดแรกมีการโอนเงินเข้าแอปพลิเคชันเป๋าตังไปแล้ว เมื่อวันที่ 1 กรกฎาคม 2564 จำนวน 1,500 บาท และจะโอนเงินเพิ่มเติม 1,500 บาท ในวันที่ 1 ตุลาคม 2564 รวมทั้งสิ้น 3,000 บาท ประชาชนที่ลงทะเบียนหลังวันที่ 1 ตุลาคม 2564 จะได้รับเงิน ณ วันที่ลงทะเบียนและยืนยันตัวแล้วทันที 3,000 บาท สำหรับระยะเวลาโครงการคนละครึ่งเฟส 3 ผู้มีสิทธิสามารถใช้จ่ายได้ตั้งแต่วันที่ 1 กรกฎาคม 2564 จนถึงวันที่ 31 ธันวาคม 2564 แต่หนึ่งความพิเศษของคนละครึ่งเฟส 3 คือ ผู้มีสิทธิที่ยังมีเงินคงเหลือจากงวดแรก สามารถนำเงินมาทาบกับเงินรอบ 2 เพื่อใช้จ่ายจนถึงสิ้นปีได้ โดยไม่ถูกตัด (โปรโมชัน ออนไลน์, 2565) โครงการคนละครึ่งเฟส 4 ผู้มีสิทธิทั้งหมด 29,000,000 สิทธิ ให้ประชาชนทั่วไปลงทะเบียน "คนละครึ่งเฟส 4" เพื่อรับสิทธิ์ร่วมจ่าย 1,200 บาท ในวันที่ 10 กุมภาพันธ์ 2565 รัฐบาลช่วยสนับสนุนวงเงินค่าอาหาร เครื่องดื่ม สินค้าทั่วไป บริการนวดสปา ทำผม ทำเล็บ และบริการขนส่งสาธารณะ ยกเว้นสลากกินแบ่ง เครื่องดื่มแอลกอฮอล์ ยาสูบ และสินค้าหรือบริการ ที่กระทรวงการคลังกำหนดจากภาครัฐในอัตราร้อยละ 50 ทั้งนี้ไม่เกิน 150 บาทต่อคนต่อวันและไม่เกิน 1,200 บาทต่อคน ตลอดระยะเวลาโครงการตั้งแต่เดือนกุมภาพันธ์ 2565 - 30 เมษายน 2565 (ไทยรัฐออนไลน์, 2565) โครงการคนละครึ่งเฟส 5 ผู้มีสิทธิทั้งหมด 26,500,000 สิทธิ ระยะเวลาใช้จ่ายโครงการ 1 กันยายน 2565 - 31 ตุลาคม 2565 เพื่อกระตุ้นการจับจ่ายใช้สอยภายในประเทศ บรรเทาภาระค่าใช้จ่ายให้ประชาชน และช่วยเพิ่มสภาพคล่องให้ร้านค้ารายย่อย เป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศในองค์กรรวม สิทธิรัฐช่วย 50% ไม่เกินวันละ 150 บาท หรือสูงสุดไม่เกิน 800 บาท ตลอดโครงการ ผู้ที่เคยใช้สิทธิ คนละครึ่งเฟส 4 สามารถกดยืนยันสิทธิวันที่ 19 สิงหาคม 2565 เวลา 06.00 น.เป็นต้นไป และเริ่มใช้จ่ายได้ตั้งแต่ 1 กันยายน 2565 - 31 ตุลาคม 2565 ผู้ที่ไม่เคยใช้สิทธิ คนละครึ่งเฟส 4 เริ่มลงทะเบียน คนละครึ่งเฟส 5 วันที่ 19 สิงหาคม 2565 ตั้งแต่เวลา 06.00 น. เป็นต้นไป และเริ่มใช้จ่ายได้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน 2565 - 31 ตุลาคม 2565 เพื่อรักษาสีสิทธิโครงการคนละครึ่ง เฟส 5 ประชาชนผู้ที่เคยใช้สิทธิคนละครึ่งเฟส 4 ต้องใช้จ่ายครั้งแรกภายในวันที่ 14 กันยายน 2565 เวลา 22.59 น. (คนละครึ่ง, 2565: ออนไลน์)

สรุป การดำเนินโครงการคนละครึ่ง ตั้งแต่ เฟส 1 ถึง เฟส 5 ใช้เงินไปแล้วถึง 234,500 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือค่าครองชีพประชาชนในช่วงโควิด-19 และเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ จนมาถึงล่าสุดช่วยแบ่งเบาค่าครองชีพจากราคาสินค้าปรับเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน (เดลินิวส์ ออนไลน์, 2565) สามารถดูรายละเอียดแต่ละเฟสได้ ดังนี้ โครงการคนละครึ่งเฟส 1 ใช้กรอบวงเงิน 30,000 ล้านบาท เปิดให้ประชาชนเข้ามาลงทะเบียนรับสิทธิ 10 ล้านคน รับเงิน 3,000 บาท เริ่มเดือน ตุลาคม-ธันวาคม 2563 โครงการคนละครึ่งเฟส 2 ใช้กรอบวงเงิน 22,500 ล้านบาท รับสิทธิ 15 ล้านคน โดยแบ่งเป็นกลุ่มเดิมจากคนละครึ่ง เฟสแรก รับเงิน 500 บาท และเปิดลงทะเบียนสำหรับประชาชนรายใหม่ที่ยังไม่เคยเข้าร่วมโครงการอีก 5 ล้านคน รับเงิน 3,500 บาท เริ่มเดือน มกราคม-มีนาคม 2564 โครงการคนละครึ่งเฟส 3 ใช้กรอบวงเงิน 93,000 ล้านบาท รับสิทธิ 31 ล้านคน รับเงิน 3,000 บาท เริ่มเดือน กรกฎาคม-ธันวาคม 2564 หลังจากนั้นเดือน พฤศจิกายน 2564 คณะรัฐมนตรี (ครม.) ได้อนุมัติวงเงินเพิ่มเติมให้อีก 1,500 บาท เริ่มเดือน พฤศจิกายน-ธันวาคม 2564 กรอบวงเงินรวม 42,000 ล้านบาท ครอบคลุมกลุ่มเป้าหมาย 28 ล้านคน โครงการคนละครึ่งเฟส 4 ใช้กรอบวงเงิน 34,800 ล้านบาท รับสิทธิ 29 ล้านคน รับเงิน 1,200 บาท เริ่มเดือน กุมภาพันธ์-เมษายน 2565 โครงการคนละครึ่งเฟส 5 ใช้กรอบวงเงิน 21,200 ล้านบาท จำนวนกลุ่มเป้าหมายที่รับสิทธิ

26.5 ล้านคน มีการจ่ายเงิน 1 รอบ รวมคนละ 800 บาทต่อคน สามารถเริ่มใช้ได้ตั้งแต่วันที่ 1 กันยายน-31 ตุลาคม 2565 ปัจจุบันโครงการคนละครึ่ง เฟส 1-5 รัฐบาลอนุมัติพระราชกำหนดให้อำนาจกระทรวงการคลังกู้เงินเพื่อแก้ไขปัญหาเศรษฐกิจและสังคมจากการระบาดระลอกใหม่ของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 รวม 2 ฉบับ กรอวงเงิน 1.5 ล้านล้านบาท เป็นเงินทั้งสิ้น 234,500 ล้านบาท เพื่อช่วยเหลือค่าครองชีพประชาชนในช่วงโควิด-19 และเป็นการกระตุ้นการใช้จ่ายในประเทศ จนมาถึงล่าสุดช่วยแบ่งเบาค่าครองชีพจากราคาสินค้าปรับเพิ่มขึ้นในปัจจุบัน

มาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศต่างๆ หลายประเทศเริ่มเดินหน้าให้ประชาชนกลับมาใช้ชีวิตปกติเพื่อเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของเศรษฐกิจ จึงมีการกำหนดทิศทางการฟื้นฟูเศรษฐกิจเพื่อให้ยังแข่งขันได้ในบริบทของโลกใหม่ และฟื้นฟูศักยภาพในการเติบโตของเศรษฐกิจได้อย่างยั่งยืน เพื่อเยียวยาผลกระทบจากการแพร่ระบาดเชื้อไวรัส Covid -19 ในช่วงที่ผ่านมา หลายประเทศตระหนักถึงความสำคัญของการเร่งฟื้นฟูเศรษฐกิจ และเริ่มดำเนินการแม้การระบาดยังไม่สิ้นสุดลง ไม่ว่าจะเป็น ประเทศสหรัฐอเมริกา สหภาพยุโรป ประเทศญี่ปุ่น ประเทศจีน สำหรับสหรัฐอเมริกา ดำเนินมาตรการเยียวยาและฟื้นฟูเศรษฐกิจควบคู่กันในแผนเดียว คือ "Build Back Better" ซึ่งถือว่าเป็นแผนกระตุ้นเศรษฐกิจที่มีขนาดใหญ่และอายุยาวที่สุดในประวัติศาสตร์ของประเทศ คือกว่า 6 ล้านล้านดอลลาร์สหรัฐ (ราว 28% ของ GDP) เพื่อเยียวยารายได้ของแรงงานในระยะสั้น และเพิ่มศักยภาพในการแข่งขันของเศรษฐกิจในช่วง 8-10 ปีข้างหน้า สหภาพยุโรป ดำเนินมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยยึดแนวทางใกล้เคียงกับสหรัฐฯ แต่ทำในลักษณะการจัดตั้งกองทุนเพื่อช่วยเหลือธุรกิจท่องเที่ยวแบบเฉพาะเจาะจง และฟื้นฟูเศรษฐกิจโดยรวม โดยในส่วนแรก มีการจัดตั้ง National Tourism Fund ด้วยวงเงิน 2 พันล้านยูโร เพื่อเข้าซื้อโรงแรมหรือหุ้นของธุรกิจโรงแรม โดยให้ผู้ประกอบการธุรกิจยังสามารถดำเนินธุรกิจต่อไปได้และอาจให้สิทธิ์ผู้ประกอบการธุรกิจซื้อกลับได้ภายในระยะเวลาหนึ่ง ประเทศญี่ปุ่นได้ดำเนินมาตรการตามแนวทาง Five Pillars ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การเยียวยาไปจนถึงการฟื้นฟู และการลดความเสี่ยงในห่วงโซ่การผลิตของภาคอุตสาหกรรมซึ่งเป็นแรงขับเคลื่อนสำคัญของประเทศ โดยแนวทาง Five Pillars แบ่งเป็นแนวทางรับมือกับโรคระบาด (Pillar 1 - 2) และพัฒนาเศรษฐกิจ (Pillar 3 - 5) ประเทศจีนนั้นไม่ได้มีการปรับมาตรการฟื้นฟูเศรษฐกิจเพื่อรับมือกับผลกระทบของโควิด 19 เป็นการเฉพาะ ส่วนหนึ่งอาจเพราะสามารถควบคุมการแพร่ระบาดได้อย่างรวดเร็ว จึงไม่เกิดผลกระทบที่ต้องได้รับการเยียวยาเร่งด่วน กลุ่มประเทศกำลังพัฒนา เช่น ประเทศเกาหลีใต้ มีแผน "The Korean New Deal" เพื่อกำหนดแนวทางพัฒนาและฟื้นฟูเศรษฐกิจจากโครงสร้างที่เปลี่ยนแปลงไปหลังโควิด 19 โดยเน้นสนับสนุนโครงสร้างพื้นฐานสำหรับเศรษฐกิจดิจิทัลและสิ่งแวดล้อม และประเทศฟิลิปปินส์ที่ได้มีการออกกฎหมาย Corporate Recovery and Tax Incentives for Enterprises Act โดยมุ่งเน้นการปฏิรูปเศรษฐกิจและระบบภาษี เพื่อดึงดูดการลงทุนจากต่างประเทศ ได้แก่ อุตสาหกรรมที่สร้างมูลค่าเพิ่มในระดับสูง อุตสาหกรรมบุกเบิกใหม่ และการสนับสนุนการลงทุนในชนบท (ธนาคารแห่งประเทศไทย, 2565) นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจในต่างประเทศ ที่สอดคล้องกับนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ของประเทศไทย ดังตารางที่ 1

ประเทศ	มาตรการ
สหรัฐ	Build Back Better American Rescue Plan (ARP) American Job Plan (AJP) American Families Plan (AFP)

ประเทศ	มาตรการ
สหภาพยุโรป	กองทุนฟื้นฟูเศรษฐกิจ (EU Recovery Fund)
ญี่ปุ่น	แนวทางพัฒนาเศรษฐกิจ Five Pillars Pillar 1-2 แนวทางรับมือกับโรคระบาด Pillar 3 พื้นฟูกิจกรรมทางเศรษฐกิจ Pillar 4 เสริมสร้างโครงสร้างเศรษฐกิจให้มีความยืดหยุ่น Pillar 5 เตรียมพร้อมสู่การเปลี่ยนแปลงในอนาคต
จีน	นโยบายพัฒนาเศรษฐกิจต่อเนื่องจากช่วงก่อนหน้า
เกาหลีใต้	The Korean New Deal
ฟิลิปปินส์	Corporate Recovery and Tax Incentives for Enterprises Act (CREATE Act)
ไทย	มาตรการเยียวยา และมาตรการกระตุ้นทางเศรษฐกิจ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง”

หลังจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 ทุกประเทศต่างก็มีทิศทางเดียวกันในการฟื้นฟูเศรษฐกิจ ไม่ว่าจะเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว หรือประเทศที่กำลังพัฒนา เพราะการพัฒนาประเทศส่วนหนึ่งต้องขับเคลื่อนด้วยเศรษฐกิจ สำหรับประเทศไทย แม้มีนโยบายเน้นไปที่การเยียวยารายได้และกระตุ้นเศรษฐกิจในระยะสั้น แต่ก็ทำให้เม็ดเงินหมุนเวียนภายในประเทศ และเป็นการกระตุ้นให้ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอยได้เร็วขึ้น และมากขึ้น

การศึกษาค้นคว้าจาก หนังสือ บทความ งานวิจัย ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง เรื่องนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ กรณีศึกษาโครงการคนละครึ่ง มีองค์ประกอบที่ก่อให้เกิดความสำเร็จในการนำนโยบายไปปฏิบัติจะได้เป็นประโยชน์ต่อผู้กำหนดนโยบายที่จะได้ใช้เป็นแนวทางในการพัฒนานโยบายอื่นๆในลักษณะที่คล้ายกันในอนาคต ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และกำหนดนโยบายที่ตอบสนองความต้องการที่แท้จริงของประชาชน ก่อให้เกิดประโยชน์ต่อประชาชน ชุมชน สังคมและประเทศชาติ อย่างเป็นรูปธรรม ความสำเร็จของโครงการเกิดจาก 1.ด้านการสื่อสารของรัฐบาล ประชาชนได้ศึกษานโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ก่อนที่จะตัดสินใจเข้าร่วมโครงการ ได้ทราบถึงเงื่อนไขการใช้สิทธิของประชาชน ระยะเวลาการสมัคร และการใช้งานแอปพลิเคชัน (Application) คุณสมบัติของการเข้าร่วมโครงการ เช่น ผู้เข้าร่วมโครงการคนละครึ่งเฟส 5 จะต้องไม่เป็นผู้มีบัตรสวัสดิการแห่งรัฐ ไม่เป็นผู้ได้รับสิทธิโครงการเพิ่มกำลังซื้อให้แก่ผู้ที่ต้องการความช่วยเหลือเป็นพิเศษ (ผ่านบัตรประชาชน) 2. ด้านผลประโยชน์ ประชาชนทราบถึงประโยชน์ที่จะได้รับจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ในส่วนของประชาชนผู้ใช้บริการ ประชาชนจะเลือกใช้บริการร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการคนละครึ่ง มากกว่าร้านค้าที่ไม่เข้าร่วมโครงการ ในส่วนของประชาชนผู้ให้บริการร้านค้าปลีก ผู้ประกอบการรายย่อย หาบเร่ แผงลอย ที่เข้าร่วมโครงการมีรายได้เพิ่มมากขึ้น 3.ด้านทรัพยากร นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ถึงแม้จะเกิดความเหลื่อมล้ำในสังคมอยู่บ้างแต่ก็สร้างประโยชน์และคุณค่าให้กับประชาชนได้หลายล้านคน เป็นนโยบายที่ประชาชนได้รับผลประโยชน์จากนโยบายที่แท้จริง นโยบายถูกกำหนดขึ้นและนำมาปฏิบัติเป็นรูปธรรมอย่างชัดเจน 4. ด้านการปฏิบัติ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ก่อให้เกิดความสะดวกในการชำระค่าสินค้าและบริการ โดยผ่านแอปพลิเคชัน

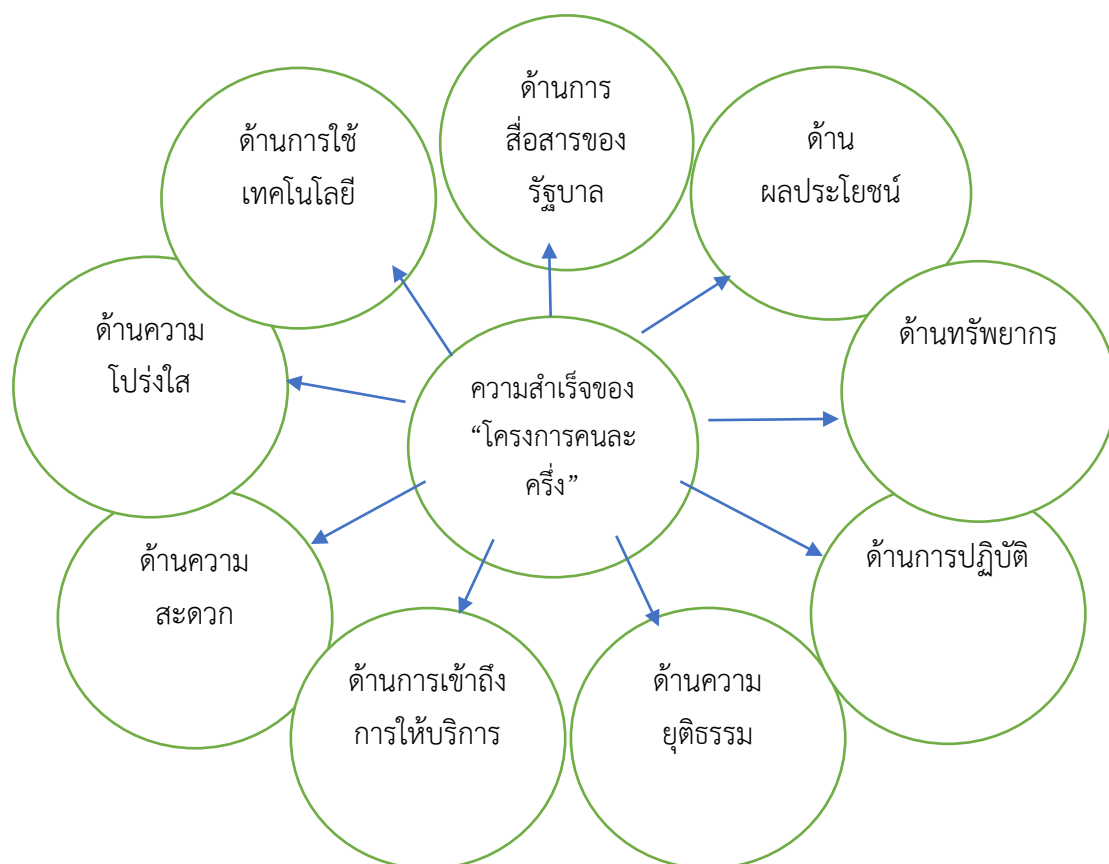
“เป่าตัง” ประชาชนต้องโอนเงินเข้าแอปพลิเคชัน ซึ่งเหมาะสมกับสถานการณ์การแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (Covid-19) ที่ลดการสัมผัสทางธนบัตร และใช้ช่องทางเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์แทน 5. ด้านความยุติธรรม นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เห็นได้อย่างเป็นรูปธรรมในด้านความยุติธรรมของนโยบาย จ่ายค่าสินค้าและบริการให้กับประชาชนที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการฯ ในวงเงินปริมาณที่เท่าๆกัน ไม่ว่าจะเป็นรายเก่า หรือรายใหม่ มีการกำหนดระยะเวลาการใช้สิทธิตามวัน เวลา ที่กำหนดอย่างชัดเจน 6. ด้านการเข้าถึงการให้บริการ นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เหมาะสมสำหรับประชาชนที่มีสมาร์ทโฟน สามารถเข้าร่วมโครงการได้ โดยโหลดแอปพลิเคชันเป่าตังค์ สมัครเข้าร่วมโครงการและทำตามเงื่อนไขที่กำหนด 7. ด้านความสะดวก นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เป็นโครงการที่ให้ความสะดวกในการให้บริการประชาชน โดยประชาชนที่ต้องการซื้อสินค้าและบริการ เติมน้ำมันเข้าแอปพลิเคชันเป่าตังค์ สแกนจ่ายสินค้าและบริการ กับร้านค้าที่เข้าร่วมโครงการได้ 8. ด้านความโปร่งใส นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” ให้บริการกับประชาชนทุกเพศ วัย ที่มีคุณสมบัติเป็นไปตามเงื่อนไขที่กำหนด แต่ก็มีข้อจำกัดอยู่ว่า ผู้ที่จะได้รับบริการจากนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” จะต้องเป็นประชาชนที่เข้าถึงเทคโนโลยีใช้สมาร์ทโฟน ถึงจะรับบริการได้ 9. การใช้เทคโนโลยี นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เป็นนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจหลังการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัสโควิด 19 (Covid-19) ส่งเสริมให้ประชาชนทุกเพศ ทุกวัย ได้ใช้ทักษะด้านเทคโนโลยีอิเล็กทรอนิกส์เพิ่มมากขึ้น ส่งผลให้ประเทศไทยเข้าสู่สังคมในยุคสมัยที่ไร้เงินสดได้เร็วขึ้น

แนวทางการพัฒนา นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” รัฐบาลให้ประชาชนที่มีคุณสมบัติตามเงื่อนไขที่รัฐบาลกำหนด จำกัดจำนวนสิทธิของผู้เข้าร่วมโครงการ และลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชัน (Application) ตามวัน เวลาที่กำหนดส่งผลให้ประชาชนที่ไม่มีสมาร์ทโฟนไม่สามารถลงทะเบียนได้ แนวทางการพัฒนา 1. ให้สิทธิแก่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติครบถ้วนได้เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องลงทะเบียน 2. ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีกับประชาชนที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ 3. พัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่าย เพื่อให้เกิดความเสมอภาคกันสำหรับประชาชนที่ไม่มีสมาร์ทโฟน แนวทางการพัฒนา 1. ให้บริการประชาชนในการลงทะเบียนผ่านหน่วยงานที่รับผิดชอบแทนการลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชัน 2. ใช้บัตรประชาชนในการยืนยันสิทธิของผู้ซื้อสินค้าและบริการ เพื่อป้องกันการทุจริตรัฐบาลต้องกำหนดให้มีมาตรการลงโทษสำหรับร้านค้า ประชาชน ที่มีการทุจริต

โครงการคนละครึ่งเป็นโครงการที่ได้รับความนิยมจากประชาชนเนื่องจากเป็นโครงการที่เพิ่มกำลังซื้อ ลดค่าใช้จ่าย ลดภาระของประชาชน และส่งผลให้ผู้ประกอบการรายย่อย ร้านค้าปลีก หาบเร่ แผงลอย รวมไปถึงผู้ผลิตมีรายได้เพิ่มขึ้น เม็ดเงินหมุนเวียนในเศรษฐกิจฐานรากทั้งยังกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัวได้เร็วขึ้น

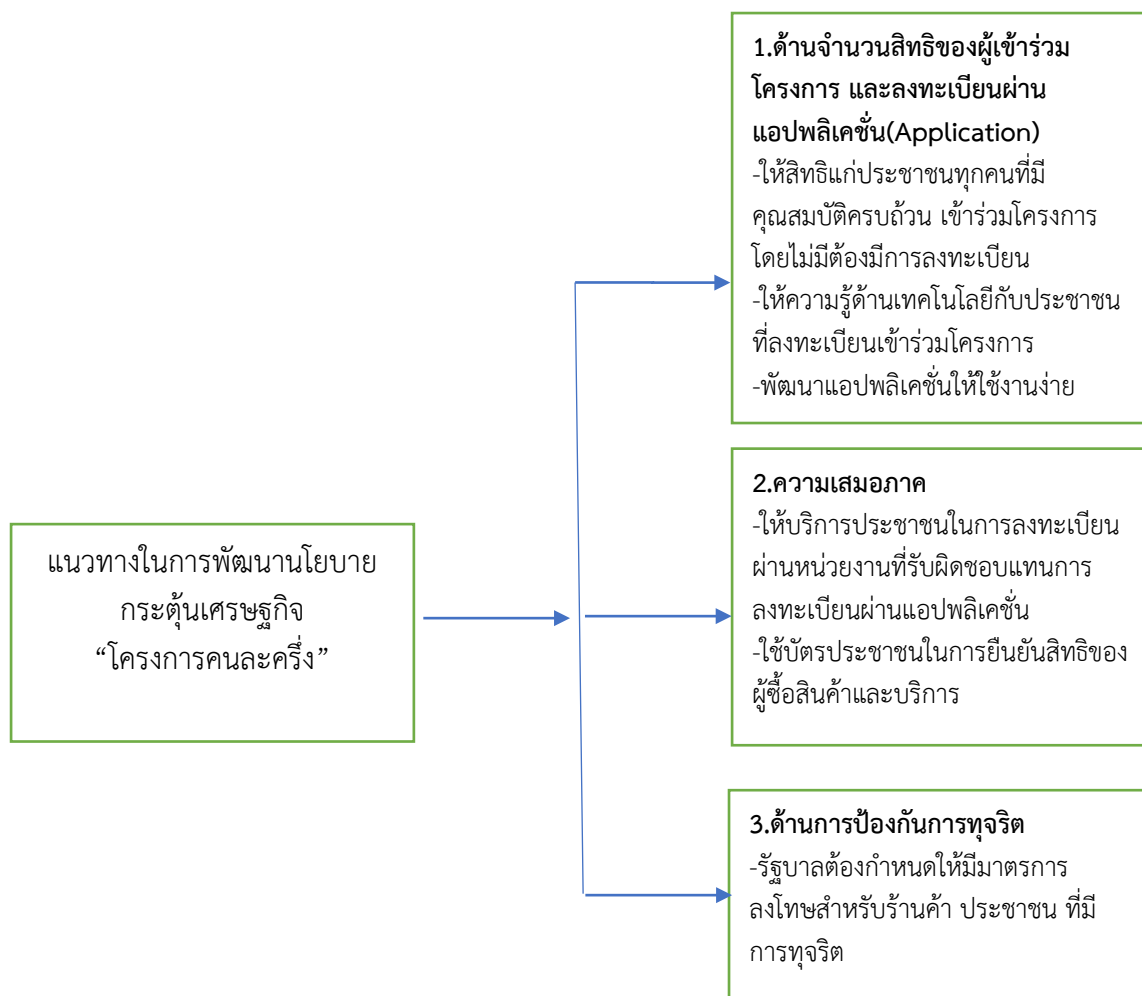
บทสรุป (Conclusion)

จากการศึกษา ค้นคว้าจาก หนังสือ บทความ งานวิจัย ข่าวสารที่เกี่ยวข้อง ทำให้ทราบว่าความสำเร็จของนโยบายคนละครึ่งเกิดจาก ด้านการสื่อสารของรัฐบาล ด้านผลประโยชน์ ด้านทรัพยากร ด้านการปฏิบัติงาน ด้านความยุติธรรม ด้านการเข้าถึงการให้บริการ ด้านความสะดวก ด้านความโปร่งใส และด้านการใช้เทคโนโลยี ผู้เขียนขอสรุปเป็นแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 1 ความสำเร็จของโครงการคนละครึ่ง

แนวทางการพัฒนา นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” แบ่งออกเป็น 3 ด้าน ได้แก่ 1.ด้านจำนวนสิทธิของผู้เข้าร่วมโครงการ และการลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชัน(Application) แนวทางการพัฒนา ให้สิทธิแก่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติครบถ้วนได้เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องลงทะเบียน ให้ความรู้ด้านเทคโนโลยีกับประชาชนที่ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ และพัฒนาแอปพลิเคชันให้ใช้งานง่ายขึ้น 2.ด้านความเสมอภาค แนวทางการพัฒนา รัฐบาลควรให้บริการประชาชนในการลงทะเบียนผ่านหน่วยงานที่รับผิดชอบแทนการลงทะเบียนผ่านแอปพลิเคชัน และใช้บัตรประชาชนในการยืนยันสิทธิของผู้ซื้อสินค้าและบริการ 3.ด้านการป้องกันการทุจริต แนวทางการพัฒนา รัฐบาลต้องกำหนดให้มีมาตรการลงโทษสำหรับร้านค้า ประชาชน ที่มีการทุจริต ผู้เขียนขอสรุปเป็นแผนภาพ ดังนี้



แผนภาพที่ 2 แนวทางในการพัฒนา “โครงการคนละครึ่ง”

ผลกระทบของนโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง”

ผลกระทบเชิงบวก

1. ทำให้เกิดการบริโภคทันที เพราะมีระยะเวลากำหนด ทำให้เศรษฐกิจฟื้นตัว เงินหมุนเวียนภายในประเทศ ซึ่งแตกต่างจากเงินที่เติมผ่านบัตรเครดิตการแห่งรัฐ
2. เกิดการกระจายรายได้ไปสู่ร้านค้าขนาดเล็ก แผงลอย โชห่วย เพราะบริษัท ห้างร้าน ขนาดใหญ่ไม่สามารถลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการได้
3. การที่รัฐอุดหนุนค่าใช้จ่าย “ครึ่งหนึ่ง” เท่ากับเติมเงินเข้ากระเป๋าผู้ซื้อและผู้ขายในเวลาเดียวกัน ทำให้ประชาชนมีกำลังซื้อสินค้า และบริการมากขึ้น ช่วยลดภาระของประชาชนได้
4. ประชาชนได้เพิ่มทักษะในการใช้เทคโนโลยี เป็นนวัตกรรมการค้าขายที่แปลกใหม่ขึ้น
5. เนื่องจากการแพร่ระบาดของเชื้อไวรัส Covid-19 โครงการคนละครึ่ง ช่วยลดการสัมผัส การซื้อ การขายโดยไม่ใช้เงินสด จากผู้ซื้อหรือผู้รับบริการ กับผู้ขายหรือผู้ให้บริการได้
6. มีความโปร่งใส ลดการทุจริต ตัดปัญหาการโกงเงินของระบบราชการ และส่งเงินถึงประชาชนร้านค้ารายย่อยได้โดยตรง

ผลกระทบเชิงลบ

1. การจำกัดสิทธิของประชาชน ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคมผู้กำหนดนโยบาย ควรให้สิทธิแก่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติครบถ้วน เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องมีการลงทะเบียน เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในสังคม
2. ผู้สูงอายุหรือคนรุ่นเก่าที่ไม่มีมือถือสมาร์ทโฟน และที่ไม่ได้รับสวัสดิการบัตรคนจน สวัสดิการอื่นๆจะไม่สามารถเข้าถึงโครงการนี้ได้
3. ประชาชนที่เข้าร่วมโครงการต้องมีความรู้ด้านเทคโนโลยีและมีสมาร์ทโฟน และบางพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดาร สัญญาณอินเทอร์เน็ตเข้าไม่ถึง
4. โครงการคนละครึ่ง ไม่สามารถตอบสนองความต้องการของประชาชนได้ครอบคลุมทั้งหมด คือ ไม่สามารถใช้เติมน้ำมัน เติมแก๊ส หรือชำระค่าไฟฟ้า ค่าน้ำประปาได้และเด็กต่ำกว่า 18 ปี ไม่ได้รับสิทธิประโยชน์โครงการนี้

องค์ความรู้ที่ได้รับ (Knowledge)

1. นโยบายกระตุ้นเศรษฐกิจ “โครงการคนละครึ่ง” เป็นโครงการที่เสียส่วนใหญ่ให้ความนิยม และมีผลดีจากการดำเนินนโยบายมากกว่าผลเสีย จนทำให้รัฐบาลมีการปรับปรุงนโยบาย และดำเนินนโยบายอย่างต่อเนื่องจนถึงปัจจุบัน จากโครงการคนละครึ่ง เฟสที่ 1 ในเดือนตุลาคม-ธันวาคม 2563 และเฟสที่ 2 ในเดือนมกราคม-มีนาคม 2564 มียอดใช้จ่ายในประเทศสูงถึง 1 แสนล้านบาท ทำให้ต่อมาในเดือน มิถุนายน 2564 รัฐบาลมีมติอนุมัติโครงการคนละครึ่ง เฟส 3 เดือนกรกฎาคม-ธันวาคม 2564, เฟส 4 ในเดือนกุมภาพันธ์-เมษายน 2565 จนมาสู่เฟสที่ 5 ในเดือนกันยายน-ตุลาคม 2565 โครงการคนละครึ่งบรรลุตามวัตถุประสงค์ สามารถลดภาระค่าใช้จ่ายของประชาชน และเป็นการสนับสนุนเศรษฐกิจฐานรากและฟื้นฟูเศรษฐกิจของประเทศ
2. เป็นโครงการที่กระตุ้นการใช้จ่ายทางเศรษฐกิจได้ผลเป็นรูปธรรม ในระยะเวลาสั้นๆ และเฉพาะกลุ่มรัฐบาลควรมีโครงการกระตุ้นเศรษฐกิจด้านอื่นๆด้วย เช่น ด้านเกษตรกรรม ด้านอุตสาหกรรม การจ้างงาน เป็นต้น
3. ทำให้เกิดความเหลื่อมล้ำทางสังคม หากมีโครงการลักษณะนี้อีกในอนาคต ผู้กำหนดนโยบาย ควรให้สิทธิแก่ประชาชนทุกคนที่มีคุณสมบัติครบถ้วน เข้าร่วมโครงการโดยไม่ต้องมีการลงทะเบียน เพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกันในสังคม เนื่องจากบริบททางด้านพื้นที่ของประชาชนแตกต่างกัน บางพื้นที่ห่างไกล ทุรกันดาร สัญญาณอินเทอร์เน็ตเข้าไม่ถึง หากมองกลับกันวัตถุประสงค์ของโครงการคนละครึ่งเป็นโครงการเพื่อกระตุ้นเศรษฐกิจให้ฟื้นตัว จึงมีโครงการสำหรับผู้ที่มีความพร้อมได้ลงทะเบียนเข้าร่วมโครงการ เพื่อกระตุ้นส่งเสริมให้ประชาชนออกมาจับจ่ายใช้สอยหลังจากสถานการณ์โควิด-19
4. รัฐบาลควรกำหนดนโยบายการจ่ายเงินในรูปแบบอื่น มากกว่าการจ่ายเงินผ่านแอปพลิเคชัน เนื่องจากยังมีประชาชนจำนวนมากที่ไม่มีสมาร์ทโฟน และใช้เทคโนโลยีไม่เป็น ทำให้ไม่สามารถเข้าร่วมโครงการในลักษณะนี้ได้
5. ประชาชนได้เห็นประโยชน์จากการใช้เทคโนโลยี ทำให้ประชาชนเริ่มใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันมากขึ้น มีทักษะการใช้เทคโนโลยีมากขึ้น ส่งผลให้สังคมไทยเข้าสู่การเป็นสังคมดิจิทัล (Digital Society) ได้เร็วขึ้น

6. รัฐบาลควรมีมาตรการสำหรับ ผู้ประกอบการ และประชาชน ที่มีการทุจริต ดัดจริตไม่ให้ผู้ประกอบการ และประชาชน เหล่านั้น เข้าร่วมทุกโครงการของรัฐในอนาคต และเรียกเงินคืนพร้อมทั้งดำเนินคดีตามกฎหมาย

เอกสารอ้างอิง (References)

- คนละครึ่ง. (2565). **คนละครึ่งเฟส 5**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: www.คนละครึ่ง.com สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2565.
- เดลินิวส์ ออนไลน์. (2565). **คนละครึ่งรวมทุกเฟส**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://www.dailynews.co.th/news/1294126/?fbclid=IwAR3HNDYgAgDVkLc6Jjwzp48wTmSIKn2Brz6cAkvKv0qJod2vWVgOI2pNisQ> สืบค้นเมื่อ 28 ตุลาคม 2565.
- ไทยรัฐออนไลน์. (2565). **คนละครึ่งเฟส 4**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.thairath.co.th/business/economics/2311952?fbclid=IwAR3TyOPZnk1z_Wf0plXqXLXstReAgWI5h4n2Hc0lxn8m6Nfl0sAy3ew9PZ8 สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2565.
- ธนาคารแห่งประเทศไทย. (2565). **จากเหี่ยวหายสู่ฟื้นฟู..มาตรการรับมือวิกฤตโควิด 19 ในต่างประเทศ**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: https://www.bot.or.th/broadcast/BOTMagazine/2564/BOT3_64/index.html#page=50 สืบค้นเมื่อ 21 พฤศจิกายน 2565.
- โปรโมชั่น ออนไลน์. (2565). **คนละครึ่งเฟส 3**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://promotions.co.th/breakingnews/khonlakhung-phase-3-when-can-i-use-it.html> สืบค้นเมื่อ 21 ตุลาคม 2565.
- ผู้จัดการ. (2563). **คนละครึ่ง โครงการจากรัฐ กระตุ้นเศรษฐกิจถึงฐานราก** [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://gotomanager.com/content/112086/> สืบค้นเมื่อ 26 ตุลาคม 2565.
- วิกานดา วรรณวิเศษ. (2564). **มาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ : โครงการคนละครึ่ง**. กลุ่มงานวิจัยและข้อมูลสำนักวิชาการ. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <https://online.fliphtml5.com/pyepm/akuf/>. สืบค้นเมื่อ 27 ตุลาคม 2565.
- อัญดา หลงหมาด และคณะ. (2564). **ปัจจัยที่ส่งผลต่อความสำเร็จของนโยบายโครงการคนละครึ่งของประชาชนชาวไทยในภาคใต้**. นครปฐม: มหาวิทยาลัยราชภัฏนครปฐม.
- เอกภาพ คงมัลย์ และคณะ. (2565). **ความคาดหวังของผู้ใช้บริการโครงการคนละครึ่งผ่านแอปพลิเคชัน เป๋าตัง**. วารสารบันทึกแสงโคมคำ. 7(1): 65-79.



นโยบายผู้สูงอายุกับการส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี

Elderly Policy for Promoting a Good Quality of Life

ศักดิ์ชัย แก้วเอี่ยม¹ พระครูใบฎีกาสราวุฒิ เกตุเมฆ² พรชัย จิตสรณยุกุล³ โชติ บดีรัฐ⁴

Sakchai Kaewiem, PhakrubaidikaSarawut Ketmek,

Pornchai Jitsarunyukul, Chot Bodeerat

บทคัดย่อ (Abstract)

ปัจจุบันสังคมไทยเข้าสู่สถานการณ์สังคมผู้สูงอายุอย่างสมบูรณ์เนื่องด้วยจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยยะสำคัญทางสังคมกล่าวคือ การเป็นสังคมที่ผู้สูงอายุที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป มีจำนวนมากกว่าวัยทำงานที่ถือว่าเป็นประชากรกลุ่มหลักในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสังคม ดังนั้น จึงเป็นหน้าที่ของรัฐบาลที่จะต้องให้ความสำคัญกับนโยบายของผู้สูงอายุทั้งในระยะสั้น และระยะยาวเพื่อเป็นกรอบในการกำหนดยุทธศาสตร์ของผู้สูงอายุทั้งในปัจจุบันและในอนาคต เพื่อส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดีโดยอาศัยกลไกสวัสดิการที่รัฐบาลจัดสรรให้เหมาะสม ผ่านเครือข่ายหน่วยงานภาครัฐที่เกี่ยวข้อง ให้องค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นทุกหน่วยงานมีความเข้าใจในการดำเนินการด้านผู้สูงอายุเพื่อให้เป็นไปในทิศทางเดียวกันอย่างมีประสิทธิภาพสูงสุด

ดังนั้น ประชากรทุกเพศทุกวัยจะต้องตระหนักถึงความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมและรับมือกับการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นทั้งทางด้านร่างกายจิตใจ และสังคม ดังนั้น เมื่อผู้สูงอายุในสังคมมีความรู้ความสามารถ และศักยภาพ ความพร้อมที่จะช่วยกันขับเคลื่อนเศรษฐกิจและสังคมก็จะสามารถกระทำได้อย่างมีประสิทธิภาพมากขึ้น ทั้งนี้การเตรียมความพร้อมเข้าสู่ผู้สูงอายุที่มีคุณภาพนั้นจะประกอบด้วย 4 ดี ได้แก่ 1) คิดดี 2) ปัญญาดี 3) สุขภาพดี และ 4) สังคมดี

คำสำคัญ (Keywords) : นโยบายผู้สูงอายุ; ผู้สูงอายุมีคุณภาพชีวิตที่ดี

Received: 2022-11-23 Revised: 2022-12-08 Accepted: 2022-12-10

¹ นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: sakchai_ka@thailandpost.co.th.

² นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: 7089007@gmail.com.

³ นักศึกษาปริญญาเอก ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Ph.D. student Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: pronchai_pornchai17@gmail.com

⁴ อาจารย์ที่ปรึกษาและอาจารย์ประจำหลักสูตร ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขารัฐประศาสนศาสตร์มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม Advisor and Course Instructor for Doctor of Philosophy Public Administration Pibulsongkram Rajabhat University. E-mail: chotbodeerat@psru.ac.th

Abstract

Nowadays, Thai society has being aging completely due to the increasing number of the elderly population. The number of elderly people aged 60 years and over is greater than those in working age, as the main population driving the society's economy; therefore, it is the duty of the government to give importance to the elderly policy in the short term, and long-term to serve as a framework for determining strategies both now and in the future, promoting the elderly's good quality of life through the welfare mechanisms. The government with its agency networks appropriately allocated them, and had to monitor their developments in the most efficient actions.

All genders and ages must be aware of the importance of preparation and management with changes in physical and mental conditions, and societies. When the elderly in society have knowledge, ability and potential, they are ready to help each other. Therefore, the quality preparation for the elderly will consist of four good qualities: 1) good thinking, 2) good wisdom, 3) good health, and 4) good society.

Keywords: elderly policy; elderly people with a good quality of life.

บทนำ (Introduction)

ประเทศไทยกำลังเข้าสู่สภาวะการณ์การเปลี่ยนแปลงทางโครงสร้างทางสังคมในมิติของช่วงชั้นอายุ (Generation) และในช่วงหลายปีที่ผ่านมาพบว่าอัตราประชากรของผู้สูงอายุเพิ่มขึ้นเป็นจำนวนมากอย่างต่อเนื่อง โดยสถานการณ์ดังกล่าวได้ส่งผลกระทบต่อสังคมไทยอย่างชัดเจนในหลากหลายมิติ ทั้งผลกระทบทางด้านเศรษฐกิจ ได้แก่ อัตราการจ้างงานที่ไม่สอดคล้องกับตลาดแรงงานหรือฐานทรัพยากรบุคคลของประเทศ ก่อให้เกิดปัญหารายได้ของรัฐกับการจัดสรรงบประมาณที่ไม่สมดุล ผลกระทบทางด้านสังคม ได้แก่ ความรู้สึกหรือท่าทีของคนวัยอื่นในสังคมที่มีต่อผู้สูงอายุ การเพิ่มสวัสดิการทางด้านการดูแล และลดความเหลื่อมล้ำทางการให้บริการจากภาครัฐของผู้สูงวัยในสังคมไทย เป็นต้น จากการที่กำลังก้าวเข้าสู่สังคมผู้สูงวัย ภาครัฐจึงต้องมีการเตรียมการเพื่อรองรับปัญหาที่จะเกิดขึ้น เพื่อให้การขับเคลื่อนประเทศสามารถดำเนินการไปได้อย่างมีประสิทธิภาพ

“สังคมผู้สูงอายุ” คือสังคมที่มีสัดส่วนของผู้สูงอายุหรือประชากรที่มีอายุ 60 ปีขึ้นไป ได้มีจำนวนเพิ่มสูงขึ้นเรื่อย ๆ ขณะที่สัดส่วนของอัตราการเกิดและประชากรในวัยทำงานลดน้อยลง โดยประชากรที่มีอายุ 65 ปีขึ้นไป ร้อยละ 10 หรือมากกว่า 7 ล้านคนแล้ว และมีการคาดการณ์ไว้ว่าในปี พ.ศ. 2564 สัดส่วนของจำนวนผู้สูงอายุจะเพิ่มขึ้นไปถึงร้อยละ 20-30 เปอร์เซนต์ แสดงว่าประชากรทุก ๆ 100 คน เราจะพบจำนวนผู้สูงอายุ 30 คน ซึ่งมีโอกาสจะประสบปัญหาสุขภาพและโรคเรื้อรังต่าง ๆ ด้วย อย่างไรก็ตามตามความจริงแล้วคนส่วนใหญ่ในสังคมยังเข้าใจว่าการรับมือกับเรื่องนี้กลับเป็นเพียงการจัดการกับเรื่องสุขภาพของผู้สูงอายุ แต่ไม่ได้ให้ความสำคัญเริ่มต้นตั้งแต่ในวัยทำงาน จึงเป็นสถานการณ์ที่สังคมทุกภาคส่วนจะต้องให้ความสำคัญกับสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทย (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2564 : ออนไลน์)

เนื้อหา (Content)

ยุทธศาสตร์ชาติและแผนแม่บทที่เกี่ยวข้องกับนโยบายผู้สูงอายุ

1. แผนยุทธศาสตร์ชาติ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) เพื่อให้ประเทศไทยยกระดับการพัฒนาให้บรรลุตามวิสัยทัศน์ “ประเทศมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน และเป็นประเทศที่พัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” และเป้าหมายการพัฒนาประเทศข้างต้น จึงมีความจำเป็นต้องกำหนดยุทธศาสตร์การพัฒนาประเทศระยะยาว จำนวน 6 ยุทธศาสตร์ โดยมียุทธศาสตร์ที่เกี่ยวข้องกับการขับเคลื่อนงานด้านผู้สูงอายุ จำนวน 2 ยุทธศาสตร์ อันได้แก่

1.1 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์ มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญเพื่อพัฒนาคนในทุกมิติและในทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ โดยคนไทยมีความพร้อมทั้งกายใจ สติปัญญา มีพัฒนาการที่รอบด้านและมีสุขภาวะที่ดีในทุกช่วงวัยมีจิตสาธารณะ รับผิดชอบต่อสังคมและผู้อื่น เป็นพลเมืองที่ดีของชาติ มีหลักคิดที่ถูกต้อง มีทักษะที่จำเป็นในศตวรรษที่ 21 มีทักษะสื่อสารภาษาอังกฤษ และภาษาที่สาม และอนุรักษ์ภาษาท้องถิ่น มีนิสัยรักการเรียนรู้และการพัฒนาตนเองอย่างต่อเนื่องตลอดชีวิตสู่การเป็นคนไทยที่มีทักษะสูง เป็นนักคิด ผู้ประกอบการ เกษตรกรยุคใหม่และอื่นๆ โดยมีสัมมาชีพตามความถนัดของตนเอง

1.2 ยุทธศาสตร์ชาติด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม มีเป้าหมายการพัฒนาที่สำคัญที่ให้ความสำคัญกับการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชน ท้องถิ่น มาร่วมขับเคลื่อนโดยการสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนในการร่วมคิดร่วมทำเพื่อส่วนรวม การกระจายอำนาจและความรับผิดชอบไปสู่กลไกบริหารราชการแผ่นดินในระดับท้องถิ่น การเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการจัดการตนเอง และการเตรียมความพร้อมของประชาชนไทยทั้งในมิติสุขภาพ เศรษฐกิจ สังคม และสภาพแวดล้อมให้เป็นประชากรที่มีคุณภาพ สามารถพึ่งตนเองและทำประโยชน์แก่ครอบครัว ชุมชน และสังคมให้นานที่สุด โดยรัฐให้หลักประกันการเข้าถึงบริการและสวัสดิการที่มีคุณภาพอย่างเป็นธรรมและทั่วถึง (กรมกิจการผู้สูงอายุ, 2561: 19)

2. แผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ. 2561-2580 ถือเป็นส่วนสำคัญในการถ่ายทอดเป้าหมายและประเด็นยุทธศาสตร์ของยุทธศาสตร์ชาติลงสู่แผนระดับต่างๆ ต่อไป ซึ่งได้คำนึงถึงประเด็นร่วมหรือประเด็นตัดข้ามยุทธศาสตร์และการประสานเชื่อมโยงเป้าหมายของแต่ละแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติให้มีความสอดคล้องไปในทิศทางเดียวกัน โดยแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติจะประกอบด้วย สถานการณ์และแนวโน้มที่เกี่ยวข้องของแผนแม่บทเป้าหมายและตัวชี้วัดในการดำเนินการซึ่งแบ่งช่วงเวลาออกเป็น 4 ช่วง ช่วงละ 5 ปี รวมทั้งกำหนดแนวทางการพัฒนา และแผนงาน/โครงการที่สำคัญของแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ เพื่อเป็นกรอบในการดำเนินการของหน่วยงานที่เกี่ยวข้องให้บรรลุเป้าหมายการพัฒนาประเทศที่กำหนดไว้ในยุทธศาสตร์ชาติว่า “ประเทศชาติมั่นคง ประชาชนมีความสุข เศรษฐกิจพัฒนาอย่างต่อเนื่อง สังคมเป็นธรรม ฐานทรัพยากรธรรมชาติยั่งยืน โดยยกระดับศักยภาพของประเทศของประเทศไทยในหลากหลายมิติ พัฒนาคนในทุกมิติและทุกช่วงวัยให้เป็นคนดี เก่ง และมีคุณภาพ สร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม สร้างการเติบโตบนคุณภาพชีวิตที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม และมีภาครัฐของประชาชนเพื่อประชาชนและประโยชน์ส่วนรวม”

ซึ่งประเด็นแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติที่มีความเกี่ยวข้องกับประเด็นด้านผู้สูงอายุมี 4 ประเด็น ดังนี้

ประเด็นที่ 11 การพัฒนาศักยภาพคนตลอดช่วงชีวิต

ยุทธศาสตร์ชาติได้กำหนดเป้าหมายการขับเคลื่อนการพัฒนาให้ประเทศเจริญก้าวหน้าไปในอนาคต ซึ่งทรัพยากรมนุษย์เป็นปัจจัยขับเคลื่อนสำคัญในการยกระดับการพัฒนาประเทศ ในทุกมิติไปสู่เป้าหมายการเป็นประเทศที่พัฒนาแล้วที่ขับเคลื่อนโดยภูมิปัญญา และนวัตกรรมในอีก 20 ปีข้างหน้า อีกทั้งการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่มีสัดส่วนประชากรวัยแรงงานและวัยเด็กที่ลดลงและประชากรสูงอายุที่เพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องจะเป็นปัจจัยเสี่ยงสำคัญที่จะทำให้การพัฒนาประเทศในมิติต่างๆ มีความท้าทายเพิ่มมากขึ้นทั้งในส่วนของเสถียรภาพทางการเงินของประเทศในการจัดสวัสดิการเพื่อดูแลผู้สูงอายุที่เพิ่มสูงขึ้น การลงทุนและการออม การเจริญเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศ ความมั่นคงทางสังคม การบริหารจัดการทรัพยากรธรรมชาติอย่างยั่งยืนซึ่งจะเป็นประเด็นท้าทายต่อการขับเคลื่อนประเทศไปสู่การเป็นประเทศพัฒนาแล้ว (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562: 46)

ประเด็นที่ 13 การเสริมสร้างให้คนไทยมีสุขภาวะที่ดี

ยุทธศาสตร์ชาติให้ความสำคัญกับการพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ให้มีความพร้อมทั้งด้านร่างกาย จิตใจ และสภาวะ ประกอบกับการเป็นสังคมสูงวัย จึงจำเป็นต้องมีการพัฒนาทักษะและระบบรองรับการพัฒนาที่มีคุณภาพ มาตรฐาน รวมถึงการส่งเสริมการพัฒนาและการใช้เทคโนโลยีการแพทย์ใหม่ๆ เพื่อเพิ่มคุณภาพชีวิตให้กับคนไทย และสร้างความมั่นคงให้กับระบบสาธารณสุขของไทย ในการส่งเสริมและดูแลสุขภาพและรักษาผู้ป่วยทั้งทางด้านร่างกายและจิตใจ โดยสถานการณ์ด้านสุขภาวะของคนไทยยังมีความท้าทายในหลายประการ โดยในช่วงที่ผ่านมาคนไทยมีแนวโน้มเป็นโรคไม่ติดต่อซึ่งเป็นสาเหตุหลักของการเสียชีวิตเนื่องจากมีพฤติกรรมเสี่ยงทางสุขภาพที่ไม่เหมาะสม การขาดการออกกำลังกายอย่างต่อเนื่อง สภาพการทำงานที่ส่งผลต่อวิถีชีวิต ระดับการศึกษา มลพิษในสิ่งแวดล้อม เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการเสียชีวิตจากอุบัติเหตุทางถนนของคนไทยที่มีอัตราสูงถึง 32.7 คนต่อประชากรแสนคน หรือเป็นอันดับ 9 ของโลกในปี พ.ศ. 2559 (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562: 54)

ประเด็นที่ 15 พลังทางสังคม

การเสริมสร้างพลังงานทางสังคมจะเป็นปัจจัยแห่งความสำเร็จที่สำคัญที่จะเป็นกลไกช่วยให้การดำเนินการตามยุทธศาสตร์ชาติในด้านต่างๆ สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการดึงเอาพลังของภาคส่วนต่างๆ ทั้งภาคเอกชน ประชาสังคม ชุมชนท้องถิ่นมาร่วมขับเคลื่อน การสนับสนุนการรวมตัวของประชาชนเพื่อเสริมสร้างความเข้มแข็งของชุมชนในการมีส่วนร่วมแก้ไขปัญหาในเชิงลึกที่แท้จริง เพื่อให้คนไทยมีวิถีการดำเนินชีวิตและจิตสำนึกร่วมในการสร้างสังคมที่น่าอยู่ เพื่อเป็นการพัฒนาประเทศมีส่วนร่วมจากชุมชนและสังคม และนำไปสู่การบรรลุวิสัยทัศน์ “ประเทศไทยมีความมั่นคง มั่งคั่ง ยั่งยืน เป็นประเทศพัฒนาแล้ว ด้วยการพัฒนาตามหลักปรัชญาของเศรษฐกิจพอเพียง” ได้อย่างไม่ทิ้งใครไว้ข้างหลัง (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562: 59)

ประเด็นที่ 17 ความเสมอภาคและหลักประกันทางสังคม

การพัฒนาประเทศในระยะ 20 ปีข้างหน้าจำเป็นต้องให้ความสำคัญกับการสร้างความเป็นธรรม และหลักประกันทางสังคมที่เป็นธรรมอย่างบูรณาการและเป็นระบบ ซึ่งจะเป็นรากฐานสำคัญในการพัฒนาตามยุทธศาสตร์ชาติในด้านต่างๆ ให้สามารถบรรลุวัตถุประสงค์ได้ตามเป้าหมาย โดยเฉพาะด้านการสร้างโอกาสและความเสมอภาคทางสังคม โดยการสร้างหลักประกันทางสังคมที่ครอบคลุมและเหมาะสมกับคนทุกช่วงวัยทุกเพศสภาพ และทุกกลุ่มโดยเฉพาะกลุ่มด้อยโอกาสและกลุ่มเปราะบาง รวมทั้งการปิดช่องว่างการคุ้มครอง

ทางสังคมอื่นๆ สร้างความเป็นธรรมและลดความเหลื่อมล้ำในทุกมิติ และป้องกันปัญหาความเหลื่อมล้ำและความไม่เสมอภาคที่คาดว่าจะทวีความรุนแรงเพิ่มมากขึ้นจากกระแสโลกาภิวัตน์ และการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างต่างๆ ทั้งจากในและต่างประเทศ รวมทั้งพัฒนาและเสริมสร้างศักยภาพทรัพยากรมนุษย์โดยการสร้างหลักประกันทางสังคมที่สอดคล้องกับความจำเป็น พื้นฐานในการดำรงชีวิตโดยเฉพาะอย่างยิ่งผู้สูงอายุใน (สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ, 2562: 65)

มาตรการขับเคลื่อนสังคมสูงวัยคนไทยยั่งยืน 4 มิติ

คือ การเตรียมรองรับสังคมผู้สูงอายุในประเทศไทยทั้งระบบในทุกมิติ ได้แก่ ด้านเศรษฐกิจ ด้านสภาพแวดล้อม ด้านสุขภาพ และด้านสังคม โดยอาศัยเทคโนโลยีและนวัตกรรมสนับสนุนการขับเคลื่อน ตั้งแต่การเตรียมความพร้อมให้กับประชากรมีความพร้อมก่อนเข้าสู่วัยสูงอายุอย่างมีคุณภาพ ควบคู่ไปกับการส่งเสริมสนับสนุนให้ผู้สูงอายุคงความพลัดพลัง (Active Ageing) ยาวนานที่สุด สามารถใช้ชีวิตช่วงอายุวัยผู้สูงอายุอย่างมีคุณภาพในทุกมิติ ร่วมกับพลังในการขับเคลื่อนการพัฒนาเศรษฐกิจและสังคมของประเทศให้เจริญก้าวหน้ายิ่งขึ้นไป

1. มิติด้านเศรษฐกิจ

1.1 การสร้างหลักประกันรายได้ยามสูงวัย

1.1.1 การบูรณาการระบบบำนาญ

1.1.2 การส่งเสริมและสนับสนุนประชากรวัยทำงานกลุ่มที่เป็น “ลูกจ้าง” ในระบบ และ “ไม่ใช่ลูกจ้าง (อาชีพอิสระ)” ในการเตรียมความพร้อม

1.1.3 การสนับสนุนและสร้างระบบการออมทั้งแบบถ้วนหน้าและสมัครใจผ่านกลไกต่างๆ เพื่อรองรับความต้องการในวัยชรา

1.2 การส่งเสริมการทำงานในยามสูงวัย

1.2.1 การขยายอายุการทำงาน

1.2.2 การสนับสนุนการเพิ่มพูนทักษะและอาชีพทางเลือกในวัยทำงานเพื่อใช้ประโยชน์ในยามสูงวัย

1.3 การกระจายแหล่งการจ้างงานให้อยู่ใกล้ชุมชนชนบท

1.4 การจูงใจให้คนต่างชาติที่มีคุณภาพและต้องการทำงานในประเทศไทยอย่างถาวรได้มีโอกาสทำงานและพำนักในประเทศไทย

2. มิติด้านสภาพแวดล้อม โดยอาศัยการปรับแก้กฎกระทรวง จำนวน 3 ฉบับ ดังนี้

2.1 กฎกระทรวงกำหนดสิ่งอำนวยความสะดวกในอาคารสำหรับผู้พิการ หรือทุพพลภาพ และคนชรา พ.ศ. 2548

2.2 กฎกระทรวงกำหนดลักษณะ หรือการจัดให้มีอุปกรณ์ สิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการในอาคาร สถานที่ หรือบริการสาธารณะอื่น เพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ พ.ศ. 2555

2.3 กฎกระทรวง กำหนดลักษณะ หรือการจัดให้มีอุปกรณ์สิ่งอำนวยความสะดวก หรือบริการในอาคาร สถานที่ ยานพาหนะ และบริการขนส่ง เพื่อให้คนพิการสามารถเข้าถึงและใช้ประโยชน์ได้ พ.ศ. 2556

3. มิติด้านสุขภาพ

3.1 บูรณาการศูนย์พัฒนาคุณภาพชีวิตระดับตำบลเพื่อทำหน้าที่เป็นหน่วยปฏิบัติการ (Operation Unit) ในการบูรณาการกิจกรรมและทรัพยากร

3.2 การยกระดับผู้บริบาลอาชีพ Formal (Paid) Care Give

3.3 การจัดให้มีศูนย์ฟื้นฟูสุขภาพทุกอำเภอควบคู่กับบริการฟื้นฟูสมรรถภาพทางการแพทย์ผู้ป่วยระยะกลาง (Intermediate Care)

4. มิติด้านสังคม

4.1 เพิ่มบทบาทองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่นในการพัฒนาระบบรองรับสังคมสูงวัยคนไทยอายุยืน

4.2 การสร้างการมีส่วนร่วมของภาคส่วนต่างๆ “บวร วชร” (บ้าน วัด โรงเรียน วิสาหกิจ ชุมชน โรงพยาบาล) ในการรองรับสังคมสูงวัยในชุมชน

4.3 การกำหนดให้มี “ผู้พิทักษ์สิทธิผู้สูงอายุ”

4.4 การส่งเสริมผู้ที่มีความพร้อมให้มีบุตรและชะลอการตั้งครรภ์ของผู้ที่ไม่พร้อม

การส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีคุณภาพในชีวิต

การนิยามความหมายของคำว่าผู้สูงอายุถือเป็นการสร้าง “อัตลักษณ์ทางสังคม” (Social Identity) ซึ่งเป็นการกำหนดให้ลักษณะทางกายภาพทางสังคมที่ไม่สอดคล้องกับ “อัตลักษณ์ผู้สูงอายุ” เพราะการที่สังคมกำหนดและมีมุมมองว่าการที่บุคคลที่มีอายุ 60 ปีบริบูรณ์ จะทำให้บุคคลนั้นกลายเป็นผู้สูงอายุที่ต้องเปลี่ยนบทบาทจากผู้ขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสังคม มาเป็นกลุ่มคนที่ต้องเข้าสู่ภาวะพึ่งพิงจากสังคม โดยสังคมได้กำหนดอัตลักษณ์ของความสูงอายุไว้แล้ว หากแต่ในความเป็นจริง ผู้สูงอายุวัยต้น คือ ผู้ที่มีอายุ 60-69 ปี และผู้สูงอายุวัยกลาง คือผู้ที่มีอายุ 70-79 ปี ยังเป็นกลุ่มที่มีศักยภาพและความสามารถในการช่วยเหลือตนเองและช่วยเหลือผู้อื่นได้อย่างสมบูรณ์ เนื่องจากผู้สูงอายุทั้ง 2 กลุ่มนี้ยังสามารถที่จะใช้กำลัง พร้อมทั้งความรู้และประสบการณ์ที่ตนเองที่มีมาสร้างประโยชน์ให้กับตนเองและสังคมได้ ในการนำศักยภาพและความสามารถออกมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อสังคม รวมทั้งกระบวนการคิดและการเรียนรู้ยังคงมีความสมบูรณ์ถึงแม้ว่าบางครั้งอาจจะเกิดความล่าช้าในการประมวลข้อมูลต่างๆ แต่โดยรวมแล้วยังคงเป็นกลุ่มผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ มีความสามารถเป็นกำลังช่วยขับเคลื่อนเศรษฐกิจของสังคมได้

แนวคิดผู้สูงอายุที่ยังคุณประโยชน์ (Productive Aging) ในการที่จะเป็นผู้สูงอายุที่มีศักยภาพ มีความสามารถ มีทักษะความรู้ และนำประสบการณ์ในชีวิตมาทำให้เกิดประโยชน์ต่อตนเอง และสังคม โดยผลจากการได้ปฏิบัติเหล่านี้อาจจะได้รับหรือไม่ได้รับค่าตอบแทน หากแต่สิ่งที่ผู้สูงอายุจะได้คือ สุขภาพกาย และจิตใจ ส่งผลให้ผู้สูงอายุมีพลัง (Power) ดูแลตนเอง (Self-Care) สามารถพึ่งพาตนเองได้ (Self-Reliance) และนำศักยภาพที่มีอยู่ในตัวผู้สูงอายุมาใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อผู้อื่น และต่อสังคม ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดของคุณภาพชีวิตที่ผู้สูงอายุต้องพบเจอกับสิ่งแวดล้อมรอบด้านที่ผู้สูงอายุผู้นั้นจะมีคุณภาพในชีวิตที่ดีได้นั้นต้องอาศัยทั้งกาย จิต ปัญญา สังคม เป็นองค์ประกอบหลักของชีวิต พร้อมทั้งความพร้อมในการเรียนรู้สังคมที่มีการเปลี่ยนแปลงอยู่ตลอดเวลา ซึ่งการจะเป็นบุคคล “สูงวัย” อย่างมีคุณภาพนั้นมีความจำเป็นและสำคัญอย่างยิ่งที่จะต้องปรับเปลี่ยน ทั้งมุมมอง ทักษะคติ หรือกระทั่งการตีความหมายตนเองตามการกำหนดความหมายทางสังคม ซึ่งผู้สูงวัยที่มีคุณภาพประกอบด้วย 4 ดี ดังนี้ (จุฑารัตน์ แสงทอง, 2560: 11)

1. คิดดี คือ การพิจารณาและปรับเปลี่ยนทัศนคติการมองตนเองควรมองที่คุณค่าศักยภาพที่ตนมี รวมถึงความรู้ความสามารถของตนเองมากกว่าสังขารร่างกายภายนอก การมีความเชื่อมั่นในตนเองเป็นสิ่งที่สำคัญอย่างยิ่ง เพราะว่าเมื่อตนเองมีความศรัทธาและเชื่อมั่นในตนเองแล้ว ก็จะสามารถทำให้คนในสังคมเชื่อมั่นเหมือนกับที่ตนเองเชื่อมั่นได้ ดังนั้นก่อนที่จะปรับเปลี่ยนความคิดคนในสังคมนั้น สิ่งสำคัญที่สุดคือผู้สูงอายุจะต้องปรับเปลี่ยนความคิด ความเชื่อมั่น ทักษะคติ และมุมมองที่มีต่อตนเองเสียก่อน

2. ปัญญาดี ผู้สูงอายุถือว่าเป็นผู้ผ่านประสบการณ์มาตลอดเกินครึ่งหนึ่งของชีวิต ด้วยการผ่านประสบการณ์ที่หลากหลายและมักจะถ่ายทอดเรื่องราวดีๆ ให้แก่บุคคลอื่นอยู่เสมอ การก้าวผ่านแต่ละเหตุการณ์ที่ผ่านมาแต่ละยุคสมัยของผู้สูงอายุทำให้ประสบกับการเปลี่ยนแปลงไปพร้อมกับการปรับตัวเพื่อรองรับสังคมใหม่ วัฒนธรรมใหม่ และความก้าวหน้าในรูปแบบใหม่ โดยสิ่งเหล่านี้เป็นเรื่องปกติธรรมดาที่เมื่อความก้าวหน้าเกิดขึ้นในสังคมที่เปลี่ยนแปลง เพื่อการใช้ชีวิตต่อไปในสังคมอย่างมีความสุข ผู้สูงอายุต้องเป็นผู้ที่เปิดโลกทัศน์ต่อมุมมองใหม่ เรียนรู้เพิ่มเติมในนวัตกรรมและเทคโนโลยีใหม่ๆ ที่เกิดขึ้นในสังคม เช่น การติดต่อสื่อสารรูปแบบใหม่ผ่านโทรศัพท์เคลื่อนที่ การใช้อินเทอร์เน็ต สังคมออนไลน์ เป็นต้น เทคโนโลยีเหล่านี้ล้วนเป็นนวัตกรรมที่เกิดขึ้นใหม่ในสังคมยุคปัจจุบัน ซึ่งไม่มีอยู่ในช่วงอายุเกิดของผู้สูงอายุหากแต่อยู่ในช่วงปลายชีวิตของผู้สูงอายุอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ เมื่อเป็นเช่นนี้ผู้สูงอายุต้องกล้าที่จะเรียนรู้ และพัฒนาตนเองให้ก้าวทันเทคโนโลยีในปัจจุบันให้ทันอย่างรู้เท่าทัน การเรียนรู้ที่ไม่อยู่นิ่งของผู้สูงอายุถือเป็นการเปิดโอกาสสู่การพัฒนาตนเองให้สมกับเป็น “ผู้สูงอายุแนวใหม่” นั่นเอง

3. สุขภาพดี กลุ่มวัยผู้สูงอายุเป็นวัยที่เสี่ยงต่อการเป็นโรคต่างๆ ได้ง่าย เช่น กลุ่มโรคเรื้อรัง ได้แก่ โรคหัวใจ โรคความดัน โรคเบาหวาน โรคไต โรคอ้วน โรคกระดูกและข้อเข่าเสื่อม หรือกลุ่มโรคอื่นๆ ที่ไม่ใช่กลุ่มโรคเรื้อรัง ได้แก่ โรคทางสมอง โรคทางสายตา และโรคซึมเศร้า ฯลฯ โรคต่างๆ เหล่านี้มักจะมาควบคู่กับวัยผู้สูงอายุ เมื่อไปโรคใดโรคหนึ่งก็ต้องมีความเสี่ยงสูงที่จะเป็นโรคอื่นๆ แทรกซ้อนตามมา ดังนั้น ทั้งผู้สูงอายุและผู้ที่กำลังเข้าสู่วัยผู้สูงอายุจะต้องให้ความสำคัญในเรื่องของการเตรียมความพร้อมเข้าสู่วัยผู้สูงอายุ โดยที่จะต้องเตรียมความพร้อมในทุกด้านทั้ง ด้านการเงิน ด้านความมั่นคงในชีวิต และด้านสุขภาพ โดยเฉพาะเรื่องสุขภาพ ต้องมีการดูแลสุขภาพระยะยาว เพราะหากได้มาซึ่งสุขภาพที่ดี แข็งแรง ไร้โรคร้ายนั้นไม่สามารถที่จะออกกำลังกายได้เพียงชั่วครู่ชั่วคราว แต่ต้องออกกำลังกายสะสมไปตลอดชีวิต จึงจะทำให้ร่างกายของคนเราในช่วงวัยสูงอายุไม่ต้องประสบกับปัญหาโรคร้ายรุมเร้ามากมาย รวมทั้งการรู้จักการออมเงินเพื่อรองรับการเข้าสู่วัยสูงอายุ เพื่อความมั่นคงในการใช้ชีวิตในบั้นปลายอย่างมีความสุข หากแต่การมีโรคร้ายก็ต้องนำเงินออมมาเป็นค่ารักษาพยาบาลรักษา ซึ่งจะทำให้การวางแผนการออมไม่ประสบความสำเร็จที่ตั้งเป้าหมายไว้ได้

4. สังคมดี ในอดีตการเข้าสู่วัยผู้สูงอายุไม่มีความจำเป็นในการเตรียมความพร้อมที่ต่างจากปัจจุบัน เนื่องจากสังคมไทยในอดีตเป็นระบบครอบครัวและระบบเครือญาติที่ให้ความสำคัญในการดูแลผู้มีพระคุณในครอบครัว โดยเฉพาะพ่อแม่ไม่มีการทอดทิ้งให้ดูแลตนเอง เชื่อในเรื่องบาปบุญคุณโทษ ความกตัญญูกตเวที ขณะที่สังคมไทยในปัจจุบันนี้ถึงแม้ว่าจะยังคงมีแนวคิดในเรื่องบาปบุญคุณโทษ หรือบาปหนักเมื่อทอดทิ้งหรือไม่เลี้ยงดูพ่อแม่ แต่ด้วยความเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นกับสังคมไทยทั้งภาระหน้าที่การทำงาน ค่าครองชีพที่มาสอดคล้องกับรายได้ที่ต้องใช้จ่ายกันในครอบครัว และความเลื่อมทางจิตใจของคนในสังคมปัจจุบันที่สวนทางกับความเจริญของสังคม มีการทอดทิ้งพ่อแม่ให้อยู่กันโดยลำพังให้เห็นอยู่เนือง ๆ หากแต่สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันที่เป็นสังคมแห่งการเปิดโอกาสในการเรียนรู้สิ่งใหม่ ๆ ปรับเปลี่ยนสิ่งเดิม ๆ เพื่อสร้างความเจริญก้าวหน้าให้กับสังคม ทั้งนี้สังคมปัจจุบันมีจำนวนประชากรผู้สูงอายุเพิ่มขึ้น เนื่องด้วยปัจจัยในการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างด้านประชากร ดังนั้น สังคมจะละทิ้งความสำคัญกลุ่มวัยผู้สูงอายุไม่ได้ เพราะเมื่อจำนวนผู้สูงอายุมีสัดส่วนเพิ่มมากขึ้น สังคมก็ต้องเปิดโอกาสและสร้างพื้นที่ให้แก่กลุ่มผู้สูงอายุด้วยเช่นกัน เพื่อให้เป็นพื้นที่ในการแสดงพลัง ความสามารถ และศักยภาพในตนเองให้เกิดประโยชน์ต่อตนเองและสังคม เช่น การจัดตั้งกลุ่มอาชีพในชุมชน การสร้างกิจกรรมโรงเรียนผู้สูงอายุขององค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น การทำจิตอาสาในชุมชน การขยายอายุการทำงานสำหรับบุคคลวัยเกษียณ เป็นต้น การเปิดโอกาสเรื่องต่างๆ เหล่านี้จะช่วย

สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุได้เกิดความตระหนักในการพัฒนาคุณภาพชีวิตของตนเองให้เกิดประโยชน์สูงสุดกับสังคมและครอบครัว ส่วนสังคมก็สนับสนุนส่งเสริมให้ผู้สูงอายุมีพื้นที่และโอกาสในการสร้างคุณค่าให้กับตนเองได้

บทสรุป (Conclusion)

การที่สังคมไทยกำลังเข้าสู่สังคมผู้สูงอายุโดยสมบูรณ์แบบนั้นอาจถือได้ว่าเป็นข้อดีที่จะทำให้สังคมตื่นรู้และให้ความสำคัญกับการเตรียมความพร้อมในการที่จะเป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพในสังคม ไม่เป็นภาระและอาศัยการพึ่งพิงจากภาครัฐเพียงอย่างเดียว หากแต่ภาครัฐเองก็มีส่วนสำคัญอย่างยิ่งในการขับเคลื่อนสังคมผู้สูงอายุ โดยอาศัยการกำหนดนโยบายผู้สูงอายุเป็นเครื่องมือหลักในการดำเนินกิจกรรมทางสังคมต่างๆ เพื่อให้ทั้งหน่วยงานภาครัฐ ข้าราชการฝ่ายปฏิบัติหน้าที่ รวมถึงภาคประชาชนที่จะได้เข้าใจในแนวทางการดำเนินการของการกำหนดนโยบาย การปฏิบัติงานอย่างมีประสิทธิภาพและเป็นไปแนวทางเดียวกันของทุกหน่วยงาน ไม่เกิดการทับซ้อนสับสน หรือการปล่อยปละละเลยต่อหน้าที่ รวมทั้งความรับรู้และเข้าใจในสิทธิพึงมีในการรับสวัสดิการของรัฐ การรับรู้การมีส่วนร่วมในการดูแลซึ่งกันและกันของคนทุกเพศทุกวัย เพื่อให้สังคมไทยเดินหน้าต่อไปอย่างก้าวหน้าเข้มแข็งและมีประสิทธิภาพ โดยไม่ทิ้งใครหรือคนกลุ่มใดไว้ข้างหลัง และยังเป็นการรักษาสนับสนุนบุคลากรที่มีคุณภาพ มีสุขภาพร่างกาย ตลอดจนจิตใจที่ดี มาช่วยทำงานและทดแทนกำลังคนในวัยทำงานที่ลดลงต่อไปได้

องค์ความรู้ที่ได้รับ (Knowledge)

การส่งเสริมผู้สูงอายุให้มีคุณภาพชีวิตที่ดี จำเป็นจะต้องอาศัยปัจจัยหลัก 2 ปัจจัยควบคู่กัน ได้แก่

1. ปัจจัยด้านนโยบายผู้สูงอายุ และการจัดสวัสดิการของภาครัฐที่เหมาะสมกับความจำเป็นขั้นพื้นฐานที่ผู้สูงอายุพึงจะได้รับ ทั้งการได้รับการรักษาทางการแพทย์ รายได้ที่สามารถเพียงพอต่อการดำเนินชีวิตประจำวัน เพื่อไม่เป็นการทอดทิ้งใครไว้ในสังคม
2. ปัจจัยด้านการสร้างคุณภาพชีวิตผู้สูงอายุ ทำให้ผู้สูงอายุสามารถดูแล ตนเองได้ ไม่เป็นภาระต่อครอบครัวและสังคม ทำให้ผู้สูงอายุเห็นคุณค่าในตนเอง ยังสามารถทำงานหรือทำกิจกรรมต่างๆ ต่อสังคม ไม่ใช่เป็นผู้สูงอายุที่ด้อยคุณภาพ ซึ่งหากมีจำนวนมากจะทำให้สังคมมีปัญหาเป็นวงกว้าง และจะเป็นปัญหาระยะยาวได้

โดยปัจจัยทั้ง 2 ปัจจัยจะต้องดำเนินควบคู่กันไปไม่สามารถขาดปัจจัยอย่างหนึ่งอย่างใดไปได้ หากในระยะสั้นสังคมไม่สามารถแก้ปัญหาที่จำนวนอัตราของประชากรที่ไม่สมดุลกันได้ ทั้งอัตราการเกิดกับอัตราการเสียชีวิต และอัตราของวัยทำงานกับอัตราของวัยผู้สูงอายุ วิธีการให้ความสำคัญกับนโยบายผู้สูงอายุที่เหมาะสมและสมเหตุสมผล กับการให้ความสำคัญกับการส่งเสริมการมีคุณภาพชีวิตที่ดีของผู้สูงอายุ รวมทั้งการเตรียมความพร้อมให้กับผู้ที่จะเข้าสู่วัยผู้สูงอายุเพื่อให้เป็นผู้สูงอายุที่มีคุณภาพชีวิตที่ดี จะเป็นการป้องกันและแก้ปัญหาสถานะสังคมผู้สูงอายุที่ล้มเหลวได้ในอนาคต

เอกสารอ้างอิง (References)

- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2561). ยุทธศาสตร์กรมกิจการผู้สูงอายุ 20 ปี ประจำปี พ.ศ. 2561-2580. พิมพ์ครั้งที่ 1. กรุงเทพฯ: โรงพิมพ์สามลดา.
- กรมกิจการผู้สูงอายุ. (2564). **สังคมผู้สูงอายุในปัจจุบันและเศรษฐกิจในประเทศไทย**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <https://www.dop.go.th/th/know/15/926> สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2565
- จุฑารัตน์ แสงทอง. (2560). สังคมผู้สูงอายุ (อย่างสมบูรณ์): ภาวะสูงวัยอย่างมีคุณภาพ. **วารสารภูมิแล**. 38(1): 6-28.
- สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2562). **สรุปสาระสำคัญแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ พ.ศ.2561-2580**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา : <http://nscr.nesdb.go.th/wp-content/uploads/2019/12/สรุปแผนแม่บทภายใต้ยุทธศาสตร์ชาติ.pdf> สืบค้นเมื่อวันที่ 6 พฤศจิกายน 2565



แนวทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศ Guidelines for Elevating the Educational Equality of Thailand towards Excellence

พานูวัฒน์ จรูญสนองกิจ¹ ชวัลวิทย์ เกตุรัตน์² นวรัตน์ ไชชมภู³
Panuwat Jaroonsanongkit, Chawanwit Ketrat, Navarat Waichompu

บทคัดย่อ (Abstract)

คุณภาพการศึกษานั้นมีปัจจัยในการขับเคลื่อนที่หลากหลายและมีความแตกต่างกันตามบริบทของสถานศึกษา แต่มีจุดมุ่งหมายเดียวกัน คือ การยกระดับคุณภาพการศึกษา บทความวิชาการนี้นำกรอบแนวคิดรูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศของประเทศสิงคโปร์ ประเทศออสเตรีย และประเทศฮ่องกง มาวิเคราะห์และสังเคราะห์เพื่อสร้างแนวทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศ โดยมีเนื้อหาตามประเด็นดังนี้ 1) เป้าหมายความเป็นเลิศของสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 2) บทบาทและคุณลักษณะของผู้บริหารในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ 3) คุณลักษณะของครูในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ และ 4) แนวทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศ โดยเนื้อหาแต่ละประเด็นมีความเชื่อมโยงซึ่งกันและกัน สามารถนำไปใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนการศึกษาสู่ความเป็นเลิศ

คำสำคัญ (Keywords) : คุณภาพการศึกษา; การยกระดับสู่ความเป็นเลิศ; ประเทศไทย

Abstract

The quality of education is driven by many factors and differs in the school contexts their goal is to elevate the quality of education. This academic paper used the excellent frameworks of the schools in Singapore, Austria, and Hong Kong: analyzing and synthesizing them for the guidelines in the education quality elevation in Thailand towards the excellence. The contents were categorized as the following issues: 1) goals of excellence for educational institutions in the 21st century; 2) roles and characteristics of administrators in elevating educational institutions to excellence; 3) characteristics of teachers in elevating educational institutions to excellence; and 4) guidelines for elevating the quality of education in Thailand

Received: 2022-10-28 Revised: 2022-11-20 Accepted: 2022-11-21

¹ นักศึกษาลัทธิศึกษาศาสตร์ดุสิตบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ Ph.D. Student in Education Program, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University. E-mail: novemberton@gmail.com

² ครู โรงเรียนวัดเพ็งประดิษฐาราม สำนักงานเขตพื้นที่การศึกษาประถมศึกษาสุราษฎร์ธานี เขต 3 Teacher at Wat Peng Pradittharam School, Suratthani Primary Education Service Area Office 3. E-mail: Earthchawan@gmail.com

³ อาจารย์หลักสูตรศึกษาศาสตรดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา มหาวิทยาลัยหาดใหญ่ Instructor of Doctor of Education Program, Faculty of Education and Liberal Arts, Hatyai University. E-mail: Navaratying@hotmail.com

towards excellence. The contents of each issue were relevant for the driving guideline of the excellent education.

Keywords: educational quality; elevation towards excellence; Thailand

บทนำ (Introduction)

การจัดการศึกษาและการจัดการเรียนการสอนของไทยพึงยึดตามปฏิญญาว่าด้วยการจัดการศึกษาของ UNESCO ประกอบด้วย 1) *การเรียนรู้เพื่อรู้ (Learning to know)* ซึ่งเป็นการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนากระบวนการคิด รวมถึงวิธีการแสวงหาความรู้ เพื่อให้ผู้เรียนสามารถเรียนรู้และพัฒนาตนเองได้ตลอดชีวิต การเรียนรู้ลักษณะดังกล่าวมักปรากฏในรูปแบบการฝึกสติ สมาธิ ความจำ ความคิด ผสมผสานกับสภาพจริงและประสบการณ์ในการปฏิบัติ 2) *การเรียนรู้เพื่อปฏิบัติได้ (Learning to do)* เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาความสามารถ ความชำนาญ รวมทั้งสมรรถนะทางด้านวิชาชีพ เพื่อให้สามารถปฏิบัติงานเป็นหมู่คณะ รวมถึงการประยุกต์องค์ความรู้สู่การปฏิบัติงานและอาชีพได้อย่างเหมาะสม ทั้งนี้กระบวนการเรียนรู้นี้จะเป็นการบูรณาการระหว่างความรู้ภาคทฤษฎี การฝึกปฏิบัติควบคู่ไปกับการสร้างประสบการณ์ทางสังคม 3) *การเรียนรู้ที่จะอยู่ร่วมกัน (Learning to live together)* เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งให้ผู้เรียนดำรงชีวิตอยู่ร่วมกับผู้อื่นอย่างมีความสุข มีความเคารพสิทธิ ศักดิ์ศรี รวมถึงเข้าใจความหลากหลายในสังคมพหุวัฒนธรรม และ 4) *การเรียนรู้เพื่อชีวิต (Learning to be)* เป็นการเรียนรู้ที่มุ่งพัฒนาผู้เรียนทั้งด้านจิตใจ ร่างกาย และสติปัญญา เพื่อพัฒนาความเป็นมนุษย์ที่สมบูรณ์ มีความรับผิดชอบต่อสังคมและสิ่งแวดล้อม ให้มีความสำคัญกับจินตนาการ ความคิดสร้างสรรค์ ภาษา วัฒนธรรม บุคลิกภาพ รวมถึงการเข้าใจตนเองและผู้อื่น (อดุลย์ วังศรีคุณ, 2557: 4-5)

การพัฒนาการศึกษาไทย ซึ่งจัดทำโดยสำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษากระทรวงศึกษาธิการ ครอบคลุมทั้งหมด 6 ประเด็น ได้แก่ บริบทของการจัดการศึกษา โอกาสทางการศึกษา คุณภาพของการศึกษา ประสิทธิภาพการจัดการเรียนการสอน ประสิทธิภาพการบริหารจัดการสถานศึกษา และประสิทธิภาพการใช้จ่ายงบประมาณ สามารถสรุปเพื่อใช้เป็นแนวทางในการขับเคลื่อนดังนี้ (สุคนธ์ สิ้นธพานนท์, 2561: 13-14) 1) ทรัพยากรต่าง ๆ ที่อยู่ในระบบการศึกษาจำเป็นต้องมีการทบทวนอยู่เสมอเพื่อให้เกิดประสิทธิภาพและใช้ประโยชน์ได้อย่างสูงสุด 2) จำนวนประชากรวัยเรียนระดับมัธยมศึกษาตอนต้นที่ไม่ได้รับการศึกษาในระบบประมาณร้อยละ 11.7 รวมถึงประชากรวัยแรงงานมีการศึกษาต่ำกว่าระดับมัธยมศึกษาตอนต้น 3) เป้าหมายสาขา และคุณภาพของกระบวนการจัดการศึกษาต้องมีการวิเคราะห์ทบทวน เนื่องจากคุณภาพด้านวิชาการ คุณลักษณะ รวมถึงทักษะการใช้แรงงาน ยังไม่ตอบสนองต่อความต้องการของสังคม 4) การบริหารจัดการทรัพยากรและการเงินเพื่อการศึกษาของรัฐ ไม่ส่งเสริมและสนับสนุนให้เกิดการพัฒนาผู้เรียน และ 5) สมรรถนะด้านการศึกษาของไทยเมื่อเทียบกับสากลนั้น ยังมีจุดที่ควรได้รับการแก้ไขและพัฒนา

จากผลการวิเคราะห์การพัฒนาการศึกษาไทยดังกล่าว จะเห็นได้ว่าระบบการศึกษาของไทยยังมีจุดที่ควรได้รับการแก้ไขและพัฒนา บทความนี้จะมุ่งนำเสนอแนวคิดในการยกระดับสถานศึกษาไทยอันเป็นหน่วยย่อยและเป็นรากฐานสำคัญในระบบการศึกษา โดยสังเคราะห์องค์ประกอบความเป็นเลิศจากตัวอย่างสถานศึกษาในประเทศชั้นนำ 3 ประเทศ ได้แก่ สิงคโปร์ ออสเตรเลีย และฮ่องกง เพื่อใช้กำหนดเป็นเป้าหมายและจุดที่ควรให้ความสำคัญในการยกระดับ นอกจากนี้ยังมีการนำเสนอบทบาทของผู้มีส่วนเกี่ยวข้องหลักในการยกระดับโดยเฉพาะผู้บริหารและครู

เนื้อหา (Content)

เป้าหมายความเป็นเลิศของสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21

ความท้าทายที่เป็นพลวัตของโลกศตวรรษที่ 21 ทั้งในส่วนที่เป็นแรงกดดันภายนอกได้แก่ การเปลี่ยนแปลงของบริบทเศรษฐกิจและสังคมโลก อันเนื่องจากการปฏิวัติดิจิทัล (Digital Revolution) การเปลี่ยนแปลงสู่อุตสาหกรรม 4.0 (The Fourth Industrial Revolution) การดำเนินงานเพื่อบรรลุเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืนขององค์การสหประชาชาติ 2573 (Sustainable Development Goals : SDGs 2030) ที่ประเทศไทยได้ให้สัตยาบัน รวมทั้ง ผลกระทบของการเป็นประชาคมอาเซียน และความต้องการกำลังคนที่มีทักษะในศตวรรษที่ 21 ประกอบกับแรงกดดันจากภายในประเทศจากการเปลี่ยนแปลงโครงสร้างประชากรที่ส่งผลให้ ประเทศไทยเข้าสู่สังคมสูงวัยอย่างสมบูรณ์ในอนาคตอันใกล้ การติดกับดักประเทศที่มีรายได้ปานกลาง ทักษะคนมีความเชื่อ ค่านิยม วัฒนธรรม และพฤติกรรมของประชากรที่ปรับเปลี่ยนไปตามกระแสโลกาภิวัตน์ การเติบโตทางเศรษฐกิจของประเทศที่ส่งผลให้ทรัพยากรธรรมชาติถูกทำลายและเสื่อมโทรมอย่างรวดเร็ว รวมทั้ง ระบบการศึกษาที่ยังมีปัญหาหลายประการ นับตั้งแต่ปัญหาคุณภาพ ของคนไทยทุกช่วงวัย ปัญหาคุณภาพและมาตรฐานการจัดการศึกษาในทุกระดับ จุดอ่อนของระบบ การศึกษาและการพัฒนาบุคลากรด้านวิทยาศาสตร์ ภาษาอังกฤษ เทคโนโลยีและการบริหาร จัดการศึกษาของสถานศึกษาที่ยังไม่เหมาะสม ขาดความคล่องตัว ยังมีความเหลื่อมล้ำในด้านโอกาส และความเสมอภาคทางการศึกษา รวมทั้งปัญหาด้านคุณธรรม จริยธรรม และการขาดความตระหนักถึงความสำคัญของการมีวินัย ความซื่อสัตย์สุจริต และการมีจิตสาธารณะของคนไทยส่วนใหญ่ ส่งผลกระทบต่อระบบการศึกษา ที่ต้องปรับเปลี่ยนให้สนองและรองรับความท้าทายดังกล่าว จึงมีความจำเป็นที่ประเทศไทยต้องปฏิรูปการศึกษา เพื่อให้ระบบการศึกษาเป็นกลไกหลักของการขับเคลื่อนประเทศ ภายใต้รัฐธรรมนูญแห่งราชอาณาจักรไทยฉบับใหม่ กรอบยุทธศาสตร์ชาติ ระยะ 20 ปี (พ.ศ. 2561-2580) และกรอบทิศทางของแผนพัฒนาเศรษฐกิจและสังคม แห่งชาติฉบับที่ 12 (พ.ศ. 2560-2564) เพื่อให้สามารถนำพาประเทศไปสู่ความมั่นคง มั่งคั่ง และยั่งยืนในอีก 20 ปีข้างหน้า สิ่งเหล่านี้ล้วนเกี่ยวข้องกับเป้าหมายความเป็นเลิศของสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 ซึ่งมีอิทธิพลต่อการเปลี่ยนแปลงด้านการศึกษาที่สะท้อนคุณภาพของผู้เรียนและคุณภาพของสถานศึกษา (สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ, 2560: 2-10)

ดังนั้น คุณภาพของสถานศึกษา จึงเป็นสิ่งที่แสดงถึง ระดับคุณลักษณะขององค์ประกอบต่าง ๆ ในโรงเรียนตามความคาดหวังของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ซึ่งสามารถเรียกอีกอย่างหนึ่งว่า “มาตรฐาน” หากโรงเรียนใด มีระดับคุณภาพที่เกินกว่ามาตรฐาน แสดงว่าโรงเรียนนั้น ๆ มีลักษณะของความเป็นเลิศ (Excellence) กล่าวคือ มีความโดดเด่นหรือมีประสิทธิภาพในการจัดการศึกษาได้ดีกว่าเมื่อเปรียบเทียบกับโรงเรียนในระดับเดียวกัน ทั้งนี้เพื่อความเป็นสากลและสอดคล้องกับบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกในศตวรรษที่ 21 ผู้เขียนจึงนำเสนอผลการวิเคราะห์และถอดบทเรียนสถานศึกษาที่มีความเป็นเลิศจากประเทศชั้นนำด้านการศึกษาต่อไปนี้

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศสิงคโปร์ (School Excellence Model : SEM)

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศสิงคโปร์ (SEM) คือ รูปแบบการประเมินตนเองซึ่งเกิดจากการบูรณาการ 3 รางวัลความเป็นเลิศ ได้แก่ รางวัลคุณภาพของยุโรป รางวัลคุณภาพประเทศสิงคโปร์ และรางวัลคุณภาพประเทศสหรัฐอเมริกา โดยมีจุดประสงค์เพื่อพัฒนาคุณภาพ รวมถึงพัฒนาการวัดประเมินผลให้มีมาตรฐานเช่นเดียวกับยุโรปและอเมริกา นอกจากนี้ในกระบวนการจัดการศึกษายังให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำ

ของผู้บริหารโรงเรียน การสรรหาบุคลากร การกำหนดนักเรียนของนักเรียนองค์กรวม ทั้งนี้ รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศสิงคโปร์ (School Excellence Model : SEM) ถูกขับเคลื่อนโดยผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง ได้แก่ ผู้บริการครู และบุคลากรทางการศึกษาซึ่งให้ความสำคัญกับ 9 ปัจจัย ดังนี้ (สมกิต บุญยะโพธิ์, 2555: 27-28)

1. ด้านภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชน หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีภาวะผู้นำคำนึงด้านการจัดการเรียนการสอน การวัดผลประเมินผลของนักเรียนมุ่งสู่ความเป็นเลิศทางการศึกษาโดยการมีส่วนร่วมของชุมชนและสังคม
2. ด้านการวางแผนกลยุทธ์ของผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องร่วมกันกำหนดโครงสร้าง การวางแผนกลยุทธ์ และการกำหนดเป้าหมายการจัดการศึกษาอย่างชัดเจน โปร่งใส พร้อมทั้งเปิดโอกาสให้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกมีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางอีกด้วย
3. ด้านการจัดการบุคลากรให้มีความพร้อมต่อการพัฒนาโรงเรียน หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความรู้ มีความพร้อมในการพัฒนาโรงเรียนสู่ความเป็นเลิศ
4. ด้านการบริหารทรัพยากรทางการศึกษา หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องให้การสนับสนุนด้านทรัพยากร วัสดุ อุปกรณ์ในการจัดการศึกษาทั้งภายในและภายนอกโรงเรียนอย่างเพียงพอ
5. ด้านเป้าหมายนักเรียนและการออกแบบกระบวนการเรียนรู้ หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องออกแบบ กระบวนการจัดการศึกษา การนำไปใช้ การบริหารจัดการศึกษาและระบบการทำงานของครูและบุคลากรตลอดจนด้านคุณภาพของนักเรียนสู่ความเป็นเลิศ
6. ด้านการบริหารและผลการปฏิบัติงานของผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง
7. ด้านผลลัพธ์ของบุคลากร หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องมีความตระหนักและมุ่งให้เกิดประสิทธิภาพของนักเรียนสู่ความเป็นเลิศ
8. ด้านการมีส่วนร่วมและสังคม หมายถึง ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องต้องตระหนักในความสำคัญของชุมชนรวมถึงต้องมีการเปิดโอกาสให้ผู้ปกครองได้เข้ามามีส่วนร่วมในการกำหนดทิศทางของสถานศึกษา
9. ด้านผลการประเมินการปฏิบัติงานผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง

จากการศึกษารูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศสิงคโปร์ดังกล่าว สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศสิงคโปร์ (School Excellence Model : SEM) มีการดำเนินการโดยเริ่มจาก การวางแผน ซึ่งเป็นการกำหนดแนวทางการบริหารเชิงนโยบาย อาทิ การวางแผนกลยุทธ์ การกำหนดเป้าหมายของการศึกษา การวางแผนการใช้ทรัพยากรทั้งภายในและภายนอก ต่อมาจึงกำหนดบทบาทหน้าที่ของผู้มีส่วนร่วม โดยให้ความสำคัญกับภาวะผู้นำและความมุ่งมั่นในการจัดการศึกษาสู่ความเป็นเลิศของผู้บริหาร นอกจากนี้ยังมีการส่งเสริมพัฒนา ครู และบุคลากรทางการศึกษาให้มีความรู้และความพร้อมในการขับเคลื่อนสถานศึกษาตามแผนที่วางไว้ ซึ่งในท้ายที่สุดจึงจะเข้าสู่กระบวนการ การประเมินผล โดยเน้นหลักการมีส่วนร่วมประกอบด้วย ผู้บริหาร ครู บุคลากรทางการศึกษา ผู้ปกครอง ชุมชน และผู้มีส่วนได้ส่วนเสียภายนอกอีกด้วย

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศออสเตรเลีย (Australian Excellence Award : AEA)

ความเป็นมาของรูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศออสเตรเลียเริ่มต้นในปี ค.ศ. 1983 ซึ่งมาจากการศึกษาและรวบรวมข้อมูลจากองค์กรธุรกิจที่ประสบความสำเร็จอย่างต่อเนื่องเป็นเวลากว่า 15 ปี เข้ากระบวนการวิเคราะห์ สังเคราะห์ ภายหลังจึงสรุปเป็นเกณฑ์มาตรฐานในการสร้างความสำเร็จให้กับองค์กร ทั้งนี้แนวคิดเกณฑ์มาตรฐาน Australian Excellence Award : AEA ถูกออกแบบและปรับปรุงทุกปี โดยคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญที่มาจากองค์กรบริหาร จนกระทั่งในปี ค.ศ. 2003 ได้มีการปรับปรุงกรอบแนวคิด

เพื่อให้เข้ากับยุคสมัยและแนวคิดการจัดการสมัยใหม่ ภายหลังจึงมีการประกาศใช้เป็นเกณฑ์ดังกล่าวเพื่อคัดเลือกรับรางวัลความเป็นเลิศแห่งชาติของประเทศออสเตรเลีย รวมถึงมีการปรับใช้กับสถานศึกษาโดยเทียบเคียงจาก 5 องค์ประกอบ ดังนี้ (อมลธดา พุทธินันท์, 2561: 34-35)

1. ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ประกอบด้วย ทิศทางกลยุทธ์ วัฒนธรรมองค์กร การวางแผน การพัฒนา และการปรับใช้ของผลลัพธ์
 2. ความรู้และสารสนเทศขององค์กร ประกอบด้วย การเก็บข้อมูลและแปลงข้อมูลไปสู่สารสนเทศ การบูรณาการ การใช้ความรู้ในการตัดสินใจ รวมถึงการสร้างและการจัดการความรู้
 3. การมุ่งเน้นผู้ให้บริการและตลาดรองรับผลผลิตของสถานศึกษา ประกอบด้วย ความรู้เกี่ยวกับผู้ให้บริการและตลาด การจัดการความสัมพันธ์ การรับรู้และตระหนักถึงคุณค่าของผู้ให้บริการสถานศึกษา
 4. นวัตกรรม โดยมุ่งเน้นการจัดการและการปรับปรุงนวัตกรรมที่ก่อให้เกิดคุณภาพต่อผู้มีส่วนเกี่ยวข้องในการจัดการศึกษา
 5. คุณภาพของผลผลิตในการจัดการศึกษา พิจารณาจากตัวชี้วัด ผลสำเร็จ รวมถึงความยั่งยืน
- ทั้งนี้ภายหลังจากสถานศึกษานำหลักการดังกล่าวสู่กระบวนการปฏิบัติ จะมีการแต่งตั้งคณะกรรมการผู้เชี่ยวชาญสำหรับประเมินสถานศึกษา เรียกว่า การประเมินแบบ ADRI ซึ่งครอบคลุม 4 ด้าน ได้แก่ 1) ด้านการเข้าถึง (approach) 2) การแปลไปสู่การปฏิบัติ (deploy) 3) ผลลัพธ์ (result) และ 4) การปรับปรุง (improvement)

จากการศึกษารูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศออสเตรเลีย (Australian Excellence Award : AEA) สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศออสเตรเลียให้ความสำคัญกับ 5 องค์ประกอบ คือ **ภาวะผู้นำของผู้บริหาร ความรู้และสารสนเทศขององค์กร ผู้ให้บริการและตลาดรองรับผลผลิตของสถานศึกษา นวัตกรรม และคุณภาพของผลผลิตในการจัดการศึกษา** โดยประเมินด้วยรูปแบบ ADRI เพื่อตอบคำถามและนำไปสู่การเผยแพร่ต่อสาธารณะชนว่า องค์กรมีการวางแผนและการจัดโครงสร้างอย่างไร ? การนำแผนและโครงสร้างต่าง ๆ ไปสู่การปฏิบัติมีวิธีการเป็นอย่างไร ? การวัดวิเคราะห์ผลลัพธ์และการเรียนรู้จากประสบการณ์ที่ผ่านมาเป็นอย่างไร ?

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศฮ่องกง (The outstanding Teachers and School Award : HK)

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศฮ่องกง เป็นแผนงานหนึ่งในแผนการปฏิรูปคุณภาพการศึกษาซึ่งกระทำปีละครั้ง โดยมีวัตถุประสงค์ เพื่อเป็นการยกย่องและส่งเสริมโรงเรียนที่มีผลงานเป็นเลิศ เพื่อส่งเสริมและเผยแพร่วิธีปฏิบัติทางการศึกษาของโรงเรียนที่มีความเป็นเลิศ และเพื่อสร้างสรรควัฒนธรรมคุณภาพการศึกษาในโรงเรียนของฮ่องกงเพื่อมุ่งสู่ความเป็นเลิศภายในสภาพแวดล้อมและเงื่อนไขของแต่ละโรงเรียน ทั้งนี้รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศฮ่องกง ประกอบด้วย 4 ด้าน สรุปดังนี้ (สมกิต บุญยะโพธิ์, 2555: 30-34)

1. ด้านการจัดการและการจัดองค์กร ประกอบด้วย การกำหนดพันธกิจ วิสัยทัศน์ และแผนการพัฒนาสถานศึกษาที่ส่งเสริมจริยธรรมและศีลธรรม สติปัญญา อารมณ์ ร่างกาย สังคม และสุนทรียภาพของนักเรียน นอกจากนี้ยังประกอบด้วย การประเมินคุณภาพ และการจัดสรรทรัพยากรในการดำเนินงานเพื่อส่งเสริมการเรียนรู้ของนักเรียนด้านการเรียนการสอน
2. ด้านการเรียนการสอน ประกอบด้วย การกำหนดหลักสูตรที่มีเป้าหมายชัดเจน มีความกว้าง ความลึก ความสมดุล มีประโยชน์มีความต่อเนื่องและเป็นกลุ่มก้อน นอกจากนี้การกำหนดการเรียนการสอน

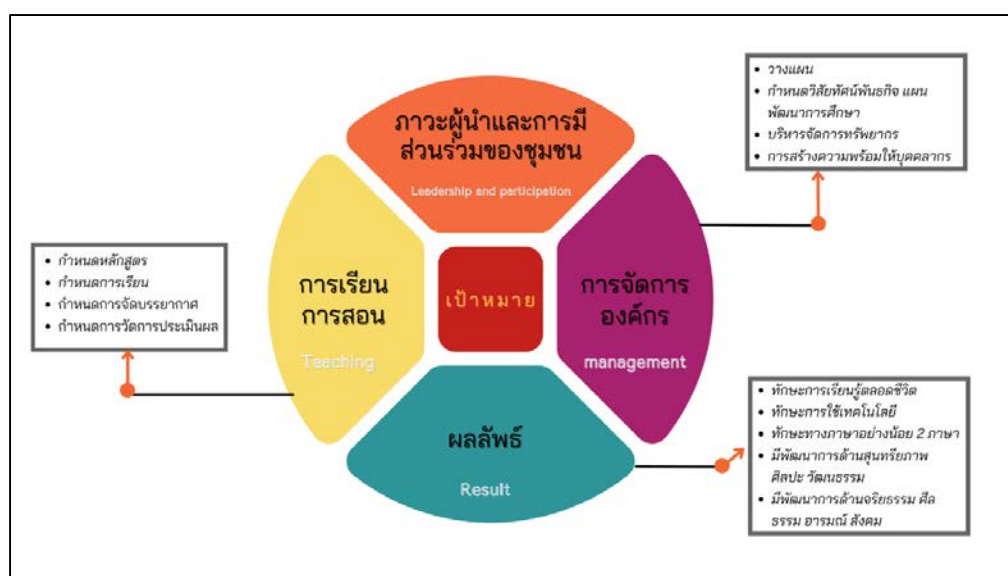
และการจัดบรรยากาศในชั้น เพื่อพัฒนาความรู้ พัฒนาความคิดระดับสูง พัฒนาความคิดสร้างสรรค์ พัฒนาทักษะการเรียนรู้ ทักษะคตินักเรียน รวมไปถึง การวัดและประเมินผล

3. ด้านการสนับสนุนจุดมุ่งหมายของนักเรียนและสถานศึกษา ประกอบด้วย การเอาใจใส่และให้ความดูแลนักเรียน ได้แก่ วินัย การแนะแนว และการให้คำปรึกษาประสิทธิภาพ การพัฒนาบุคลากร สังคม และวัฒนธรรม ได้แก่ กิจกรรมเสริมหลักสูตร โปรแกรมเสริมหลักสูตร การสนับสนุนนักเรียนที่มีความต้องการพิเศษ ได้แก่ โปรแกรมสนับสนุนการเรียนรู้ บริการดูแลรักษา การเชื่อมโยงกับผู้ปกครองและชุมชน ได้แก่ ความร่วมมือระหว่างบ้านกับสถานศึกษา การมีส่วนร่วมในกิจกรรมของชุมชน รวมไปถึงบรรยากาศของสถานศึกษา

4. ด้านผลสัมฤทธิ์และระดับการพัฒนาของนักเรียน พิจารณาจากความสามารถของสถานศึกษาในการกำหนดเป้าหมายที่ทำได้ในสภาวะแวดล้อมของตน โดยให้ความสำคัญกับคุณลักษณะของผู้เรียนดังต่อไปนี้ (1) การพัฒนาด้านจริยธรรมและศีลธรรม (2) การพัฒนาทางด้านสติปัญญา (3) การพัฒนาภาษา โดยรู้หนังสือ 2 ภาษา และมีทักษะการพูด 3 ภาษา (4) ทักษะการเรียนรู้ตลอดชีวิต (5) มีความสามารถและแรงจูงใจในการนำทักษะในด้านเทคโนโลยีไปปฏิบัติ (6) การพัฒนาทางด้านอารมณ์ (7) ความตระหนักด้านสุขภาพเชิงบวก (8) การพัฒนาทางด้านสังคม (9) การพัฒนาด้านสุนทรียภาพ และ (10) การมีส่วนร่วมในกิจกรรมทางวัฒนธรรมและศิลปะ

จากการศึกษา รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศฮ่องกง (The outstanding Teachers and School Award : HK) สามารถสรุปได้ว่า รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศประเทศฮ่องกงมุ่งเน้นให้นักเรียนมีการพัฒนาและเกิดทักษะพื้นฐานในการดำรงชีวิต ทั้งนี้ รางวัลความเป็นเลิศดังกล่าว มีเกณฑ์การให้รางวัลโดยแบ่งตามงานของสถานศึกษา ประกอบด้วย **ด้านการจัดการและการจัดองค์กร ด้านการเรียนการสอน ด้านการสนับสนุนจุดมุ่งหมายของนักเรียนและสถานศึกษา รวมถึงด้านผลสัมฤทธิ์และระดับการพัฒนาของนักเรียน**

รูปแบบโรงเรียนเป็นเลิศจากประเทศชั้นนำด้านการศึกษาทั้ง 3 ประเทศ ดังกล่าว ผู้เขียนเห็นว่ามีจุดร่วมที่สอดคล้องกัน รวมถึงได้วิเคราะห์ สังเคราะห์เพื่อกำหนดเป็นโครงสร้างขององค์ประกอบต่าง ๆ ดังนี้



ภาพที่ 1 แสดงเป้าหมายหรือจุดที่ควรให้ความสำคัญในการยกระดับสถานศึกษา

ที่มา : ภาณุวัฒน์ จรูญสนองกิจ, ขวัญวิทย์ เกตุรัตน์ และนวรรตน์ ไวมงู (2565)

บทบาทและคุณลักษณะของผู้บริหารในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ

บทบาทผู้บริหารสถานศึกษา มีนักวิชาการหลายท่านให้ความเห็นตรงกันว่า ความสำเร็จหรือความล้มเหลวทางการศึกษานั้น ขึ้นอยู่กับผู้บริหารส่วนหนึ่ง โดยสมกิต บุญยะโพธิ์ (2555: 321) กล่าวว่า ผู้บริหารโรงเรียนมีบทบาทสำคัญในการเป็นผู้เชื่อมโยงกับครู เพื่อนำนโยบายไปสู่การปฏิบัติได้อย่างมีคุณภาพ มีบทบาทในการควบคุม กำกับ ดำเนินงาน และรับผิดชอบต่อผลสำเร็จของโรงเรียน สร้างความพึงพอใจให้แก่ครูในการปฏิบัติงาน นอกจากนี้ Maxine (อ้างถึงในอมรรัตน์ เตชะนอก, 2563: 370-372) ได้นำเสนอบทบาทหรือคุณลักษณะของผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 ไว้ 15 ข้อ ดังนี้

1. นักสร้างสรรค์ (Creative) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการผลักดันและหาวิธีจัดการอย่างต่อเนื่องให้บุคลากรในโรงเรียนสร้างสรรค์งานอย่างมีคุณภาพและมาตรฐานมากโดยยึดผลประโยชน์ของนักเรียนเป็นที่ตั้ง

2. นักการสื่อสาร (Communicator) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการสื่อสารแบ่งปันข้อมูลโดยใช้สื่อที่หลากหลาย รวมถึงเป็นผู้ฟังที่ดี

3. นักคิดวิเคราะห์ (Critical Thinker) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องให้ความสำคัญกับการแสดงออกด้านความคิดของบุคลากรในโรงเรียน โดยนำมาวิเคราะห์จัดลำดับความสำคัญ เพื่อพยากรณ์ถึงผลกระทบด้านต่าง ๆ ที่มีต่อโรงเรียนและนักเรียนในระยะยาว

4. สร้างชุมชน (Builds Community) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องประสานและเชื่อมโยงกลุ่มคนโดยใช้วิธีการที่เหมาะสมเพื่อส่งเสริมให้เกิดการเรียนรู้และพัฒนาตนเอง รวมถึงเปิดโอกาสให้ผู้อื่นเห็นความเป็นผู้นำของตนอีกด้วย

5. การมีวิสัยทัศน์ (Visionary) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีวิสัยทัศน์หรือแนวทางในการพัฒนาโรงเรียนเพื่อผลิตนักเรียนไปสู่อนาคตที่ต้องการโดยอยู่บนพื้นฐานของความเป็นจริง รวมถึงสามารถแบ่งปันวิสัยทัศน์ไปพัฒนา ชุมชนได้อย่างมีประสิทธิภาพร่วมกันได้ด้วย

6. การสร้างความร่วมมือและการติดต่อ (Collaboration and Connection) ผู้บริหารต้องแสวงหาแบ่งปันข้อมูล และความรู้อย่างเปิดเผยชัดเจน มีการค้นหาความเข้าใจและปฏิบัติอย่างเข้าใจกับคนอื่น มีการติดต่อกับโลกภายนอกผ่านทางบล็อกและสื่อทางสังคม และต้องสร้างการร่วมมือกับผู้อื่น

7. สร้างพลังเชิงบวก (Positive Energy) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องสร้างหลักการทั้ง เชิงบวก เชิงรุก รวมถึงมีวิธีในการดูแลเอาใจใส่นักเรียน บุคลากร และผู้ปกครอง โดยการพบปะพูดคุย เพื่อให้พวกเขาเหล่านั้นรับรู้ถึงคุณค่าของตนเองที่มีต่อสถานศึกษา นอกจากนี้การกระทำในลักษณะดังกล่าวจะเป็นการพัฒนาความสัมพันธ์ที่แท้จริงให้เกิดขึ้นอีกด้วย

8. ความเชื่อมั่น (Confidence) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความมั่นใจ (confidence) เข้าถึงได้ง่าย (approachable) มีความโดดเด่น (be visible) นอกจากนี้ยังต้องมีความกล้าเผชิญกับสถานการณ์ยากลำบาก มีความมั่นใจในการรักษาขวัญกำลังใจของบุคลากร รวมถึงมีความเชื่อมั่นในชุมชนโรงเรียน

9. ความมุ่งมั่นและความพากเพียร (Commitment and Persistence) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องแสดงออกซึ่งความมุ่งมั่นทุ่มเทอย่างจริงจัง เพื่อผลักดันให้กับครูและนักเรียนเกิดความมุ่งมั่นทุ่มเท รวมถึงไม่ยอมแพ้ต่ออุปสรรคที่เกิดขึ้น เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามเป้าหมายการพัฒนาที่กำหนดไว้

10. ความเต็มใจที่จะเรียนรู้ (Willingness to Learn) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีการเรียนรู้อยู่เสมอเพื่อเสริมสร้างศักยภาพของผู้บริหารและสังคมของโรงเรียนให้สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงในศตวรรษที่ 21 ดังนั้น ผู้บริหารจึงต้องเป็นผู้เรียนรู้ตลอดชีวิต (Be a Lifelong Learner)

11. นักประกอบการ คิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม (Entrepreneurial, Creative and Innovative) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องมีความสามารถในการคิดนอกกรอบอย่างสร้างสรรค์ รวมถึงมีทักษะในการคิดเชิงนวัตกรรมเพื่อบริหารจัดการกับความซับซ้อนทางสังคมในศตวรรษที่ 21 รวมถึงต้องพัฒนา โรงเรียนให้เป็นอย่างองค์การประกอบการ

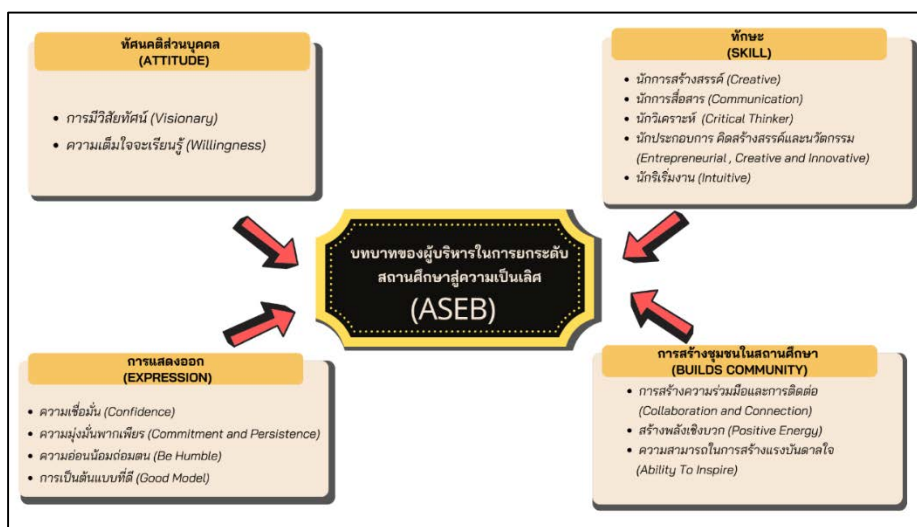
12. นักริเริ่มงาน (Intuitive) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องเรียนรู้และเชื่อมั่นในสัญชาตญาณของตนเอง โดยบางครั้งผู้บริหารสามารถแก้ปัญหาได้สำเร็จอย่างไม่คาดฝันซึ่งเป็นผลมาจากความสามารถการเป็นนักคิด นักริเริ่มสร้างสรรค์ รวมถึงการสังหรณ์ใจ (intuitively) อันเกิดขึ้นจากความชาญฉลาด

13. ความสามารถในการสร้างแรงบันดาลใจ (Ability to Inspire) ผู้บริหารสถานศึกษาควรสร้างกระตือรือร้นและความคิดเชิงบวกให้กับบุคลากรในสถานศึกษา เพื่อร่วมกันกำหนดทิศทางของสถานศึกษาในอนาคต

14. การอ่อนน้อม (Be Humble) ผู้บริหารสถานศึกษาต้องกระทำตนเป็นแบบอย่างในการอ่อนน้อมถ่อมตน ซึ่งแสดงออกโดยการมีสัมมาคารวะ การรู้จักบุคคลในชุมชน การเปิดโอกาสกับครู และชุมชนเข้ามามีส่วนร่วม

15. ต้นแบบที่ดี (good Model) ผู้บริหารสถานศึกษาที่ดีต้องส่งเสริมให้บุคลากรและนักเรียนมีทักษะในศตวรรษที่ 21 โดยการปฏิบัติตนเป็นต้นแบบที่ดี รวมถึงเรียนรู้ ฝึกฝนบุคลากร ให้มีความคิดสร้างสรรค์ มีการทำงานร่วมกัน มีการสื่อสารที่ดี มีการคิดวิเคราะห์ มีการใช้เทคโนโลยีอย่างมีประสิทธิภาพ ปฏิบัติการสร้างสร้งสรรค์นวัตกรรม รวมถึงการจัดสภาพแวดล้อมที่ปลอดภัยสำหรับการเรียนรู้และความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้น

กล่าวโดยสรุป ผู้บริหารสถานศึกษายุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 ต้องมีบทบาทหรือคุณลักษณะสำคัญ *ประการแรก ทศนคติส่วนบุคคล (Attitude)* โดยผู้บริหารต้องมีวิสัยทัศน์ และเต็มใจที่จะเรียนรู้เพื่อก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง *ประการที่สอง ทักษะ (Skill)* ผู้บริหารต้องนำความรู้ที่ได้มาปรับปรุงตนเองให้มีทักษะเป็นนักสร้างสรรค์ นักสื่อสาร นักวิเคราะห์ นักริเริ่มงาน รวมถึงนักประกอบการคิดสร้างสรรค์และนวัตกรรม *ประการที่สาม การแสดงออก (Expression)* ผู้บริหารสถานศึกษาต้องปฏิบัติตนเป็นต้นแบบที่ดีอย่างอ่อนน้อมถ่อมตน มีการแสดงออกถึงความมุ่งมั่น ความพากเพียร รวมถึงมีความเชื่อมั่นในบุคลากรภายใต้บังคับบัญชา *ประการที่สี่ การสร้างชุมชน (community building)* ผู้บริหารต้องมีทักษะในการสร้างแรงบันดาลใจ สร้างพลังบวก สร้างความร่วมมือ รวมถึง สร้างการติดต่อเชื่อมโยงเพื่อให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรในสถานศึกษา ทั้งนี้ จากการกล่าวโดยสรุปข้างต้นสามารถนำเสนอตามภาพที่ 2 ดังนี้



ภาพที่ 2 แสดงบทบาทของผู้บริหารในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ
ที่มา : ภาณุวัฒน์ จรูญสนองกิจ, ชวลวิทย์ เกตุรัตน์ และนรินทร์ ไวมัญญ (2565)

คุณลักษณะของครูในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ

การศึกษาในศตวรรษที่ 21 เป็นการพัฒนาศักยภาพมนุษย์ให้เป็นบุคคลคุณภาพที่ทำงานโดยใช้ความรู้ (Knowledge worker) รวมถึงผลิตบุคคลที่มีทักษะในการแสวงหาความรู้ด้วยตนเอง (Learning person) ดังนั้นเพื่อการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21 ครูผู้สอนจึงควรมีบทบาทและคุณลักษณะ ดังนี้ (พระครูสุตวรธรรมกิจ และพระมหาพงศ์พราหมณ์ สุธีโร, 2563: 27-29, ประสาท เนื่องเฉลิม, 2563: 22, กระทรวงศึกษาธิการ, 2556)

1. ทัศนคติส่วนบุคคล (Attitude) ประกอบด้วยทัศนคติ ดังนี้ 1) มีการจัดการเรียนรู้บนพื้นฐานแนวคิด “ผู้เรียนเป็นศูนย์กลางของการเรียนรู้” 2) รู้จักปรับตัว มีความยืดหยุ่น ในการพัฒนาตนเองสู่ความเป็นมืออาชีพ 3) มีศีลธรรม คุณธรรม และดำรงตนอยู่ในจรรยาบรรณวิชาชีพ และ 4) ให้ความสำคัญกับการช่วยเหลือบุคลากรร่วมวิชาชีพและชุมชนรอบสถานศึกษา

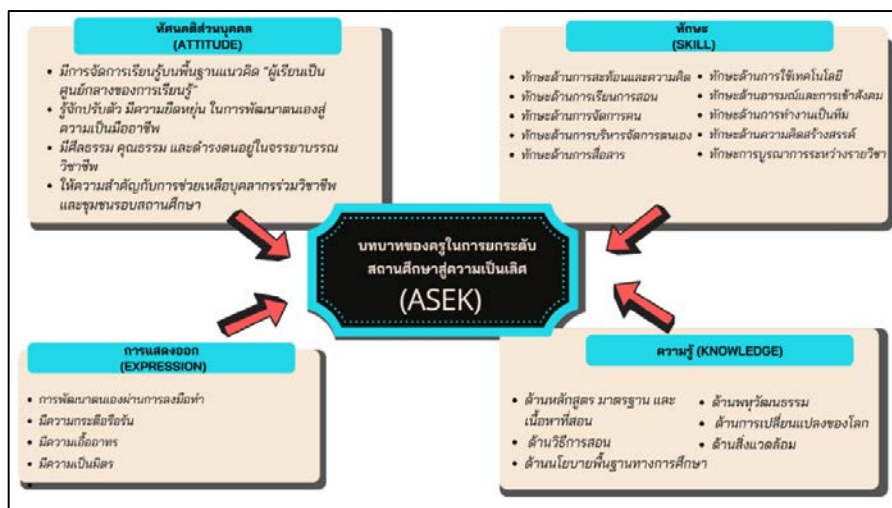
2. ทักษะ (Skill) ประกอบด้วยทักษะ ดังนี้ 1) ทักษะด้านการสะท้อนและความคิด 2) ทักษะด้านการเรียนการสอน 3) ทักษะด้านการจัดการคน 4) ทักษะด้านการบริหารจัดการตนเอง 5) ทักษะด้านการสื่อสาร 6) ทักษะด้านการใช้เทคโนโลยี 7) ทักษะด้านอารมณ์และการเข้าสังคม 8) ทักษะด้านการทำงานเป็นทีม 9) ทักษะด้านความคิดสร้างสรรค์ และ 10) ทักษะการบูรณาการระหว่างรายวิชา

3. การแสดงออก (Expression) ประกอบด้วยการแสดงออก ดังนี้ 1) การพัฒนาตนเองผ่านการลงมือทำ 2) มีความกระตือรือร้น 3) มีความเอื้ออาทร และ 4) ความเป็นมิตร

4. ความรู้ (Knowledge) ประกอบด้วยความรู้ ดังนี้ 1) ด้านหลักสูตร มาตรฐาน และเนื้อหาที่สอน 2) ด้านวิธีการสอน 3) ด้านนโยบายพื้นฐานทางการศึกษา 4) ด้านพฤติกรรมธรรม 5) ด้านการเปลี่ยนแปลงของโลก และ 6) ด้านสิ่งแวดล้อม

กล่าวโดยสรุป บทบาทและคุณลักษณะของครูในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศควรเริ่มจากการมีทัศนคติที่ดีที่ถูกต้องซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสังคมวิชาชีพทั้งในและนอกสถานศึกษา มีการแสดงออกอย่างเหมาะสม รวมถึงเป็นผู้มีทักษะความรู้พื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตและพัฒนา

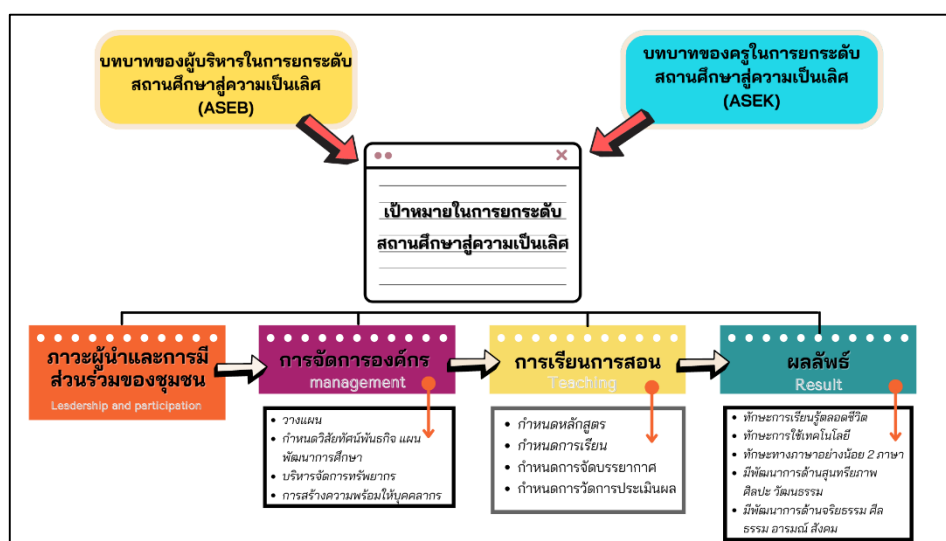
ทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมปัจจุบัน โดยบทบาทและคุณลักษณะของครูดังกล่าวสามารถนำเสนอ ดังภาพที่ 3



ภาพที่ 3 แสดงคุณลักษณะของครูในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ
ที่มา : ภาณุวัฒน์ จรุงสนองกิจ, ชวลิตย์ เกตุรัตน์ และนวรรตน์ ไชยมง (2565)

แนวทางการยกระดับโรงเรียนไทยให้เป็นเลิศ

จากการศึกษารูปแบบความเป็นเลิศของโรงเรียนจากทั้ง 3 ประเทศข้างต้น ทำให้ผู้เขียนมีความเห็นว่า ควรยกระดับการศึกษาไทยให้มีความก้าวหน้าทัดเทียม เพื่อเป็นการเพิ่มประสิทธิภาพของสถานศึกษาในการผลิตทรัพยากรมนุษย์ที่มีคุณภาพแก่ประเทศชาติ ซึ่งแนวทางในการยกระดับดังกล่าวผู้เขียนเห็นว่าควรกำหนด **เป้าหมาย** ซึ่งให้ความสำคัญกับองค์ประกอบ 4 ประการ ได้แก่ การสร้างภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชน การจัดการองค์กร การเรียนการสอน และผลลัพธ์ ทั้งนี้ **ผู้บริหารสถานศึกษา**ยุคใหม่ในศตวรรษที่ 21 ต้องมีวิสัยทัศน์ และเต็มใจที่จะเรียนรู้เพื่อก้าวให้ทันต่อการเปลี่ยนแปลง มีทักษะเป็นนักสร้างสรรค์ นักสื่อสาร นักวิเคราะห์ นักริเริ่มงาน แสดงออกถึงความมุ่งมั่น ความพากเพียร รวมถึง สร้างการติดต่อเชื่อมโยง เพื่อให้เกิดชุมชนแห่งการเรียนรู้ของบุคลากรในสถานศึกษา รวมถึง **ครู** ควรมีทัศนคติที่ดีที่ถูกต้องซึ่งจะนำไปสู่การพัฒนาสังคมวิชาชีพทั้งในและนอกสถานศึกษา มีการแสดงออกอย่างเหมาะสม รวมถึงเป็นผู้มีทักษะความรู้พื้นฐานในศตวรรษที่ 21 ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญในการผลิตและพัฒนาทรัพยากรมนุษย์ที่สามารถดำรงชีวิตอยู่ได้ในสังคมปัจจุบัน ในการนำเสนอแนวทางยกระดับโรงเรียนไทยให้เป็นเลิศ ผู้เขียนนำเสนอ ดังภาพที่ 4 ต่อไปนี้



ภาพที่ 4 แสดงแนวทางการยกระดับโรงเรียนไทยให้เป็นเลิศ

ที่มา : ภาณุวัฒน์ จรุงสนองกิจ, ขวัญวิทย์ เกตุรัตน์ และนวรรตน์ ไชยมงู (2565)

บทสรุป (Conclusion)

เป้าหมายความเป็นเลิศของสถานศึกษาในศตวรรษที่ 21 มีจุดที่ควรให้ความสำคัญโดยกำหนดเป็นเป้าหมายในการยกระดับทั้งหมด 4 ประเด็น ได้แก่ ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชน (Leadership and participation) การจัดการองค์กร (Management) การเรียนการสอน (Teaching) ผลลัพธ์ (Result) นอกจากนี้ ยังมีปัจจัยด้านคุณลักษณะและบทบาทของครูและผู้บริหาร ซึ่งเป็นส่วนสำคัญอีกอย่างหนึ่งในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ โดยผู้บริหารและครูต้องมีทักษะในศตวรรษที่ 21 รวมถึงมีทัศนคติ มีความรู้ และมีการแสดงออกที่เหมาะสม ซึ่งทั้งหมดที่กล่าวมานี้เป็นเพียงส่วนหนึ่งที่ช่วยให้สถานศึกษาเกิดการพัฒนาคุณภาพในด้านต่าง ๆ ประกอบด้วย **ด้านนักเรียน ด้านครู ด้านการจัดการศึกษา ด้านการบริหารหลักสูตร และด้านการบริหารแบบมีส่วนร่วม** อย่างไรก็ตามผู้เขียนเห็นว่าการยกระดับสถานศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 นั้นมีความจำเป็นอย่างยิ่งที่จะต้องกำหนดเป็นวาระแห่งชาติ ร่วมกับปัญหาอื่น ๆ อาทิ ปัญหาเชิงโครงสร้างระบบบริหาร ปัญหาหลักสูตรที่ไม่ได้มุ่งเน้นให้ผลิตพลเมืองตามความต้องการของตลาดโลก และปัญหาอื่น ๆ โดยหน่วยงานที่รับผิดชอบต้องมีการปรับปรุงแก้ไข หลังจากนั้นจึงวางแผนดำเนินการโดยมีการสอดประสานกันในทุกภาคส่วน มีการติดตาม ตรวจสอบการดำเนินงานเป็นระยะ โดยเริ่มจากการยกระดับสถานศึกษาให้เป็นเลิศไปสู่ทิศทางที่ต้องการ

องค์ความรู้ที่ได้รับ (Knowledge)

แนวทางการยกระดับคุณภาพการศึกษาของไทยสู่ความเป็นเลิศนั้นประกอบด้วยปัจจัยสู่ความสำเร็จที่หลากหลายตามบริบทของสถานศึกษา โดยอาศัยการตั้งเป้าหมายหรือจุดที่ควรให้ความสำคัญในการยกระดับสถานศึกษา ได้แก่ 1) ภาวะผู้นำ และการมีส่วนร่วมของชุมชน 2) การจัดการและการจัดองค์กร 3) การเรียนการสอน และ 4) ผลลัพธ์ ภายใต้การขับเคลื่อนตามบทบาทของผู้บริหารในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ ได้แก่ 1) ทัศนคติส่วนบุคคล 2) ทักษะ 3) การแสดงออก และ 4) การสร้างชุมชนในสถานศึกษา

รวมกับบทบาทของครูในการยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศ ได้แก่ 1) ทักษะคนดีส่วนบุคคล 2) ทักษะ 3) การแสดงออก และ 4) ความรู้

ดังนั้น แนวทางเพื่อนำพาสถานศึกษามุ่งสู่การยกระดับสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศนั้น ควรเริ่มจากการขับเคลื่อนองค์ประกอบแต่ละด้าน ดังนี้ 1) บทบาทของผู้บริหาร 2) บทบาทของครู 3) ภาวะผู้นำและการมีส่วนร่วมของชุมชน 4) การจัดการและการจัดองค์กร 5) การเรียนการสอน และ 6) ผลลัพธ์ ซึ่งเป็นการขับเคลื่อนภายใต้ผู้มีส่วนได้ส่วนเสียที่ครอบคลุมเพื่อขับเคลื่อนสู่ความสำเร็จ

เอกสารอ้างอิง (References)

- กระทรวงศึกษาธิการ. (2556). **ศร.จีครูปรับบทบาทใหม่ทันกับเทคโนโลยีสอนเด็ก**. [ออนไลน์]. แหล่งที่มา: <http://www.moe.go.th>. สืบค้นเมื่อ 26 กุมภาพันธ์ 2565.
- ประสาธน์ เนืองเฉลิม. (2563). ครูในศตวรรษที่ 21. **มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 39(1): 15-24.
- พระครูสุตธรรมกิจ และพระมหาพงศ์ทราทิพย์ สุธีโร. (2563). การพัฒนาครูไทยสู่ศตวรรษที่ 21. **บัณฑิตสาเกตปริทรรศน์**. 5(2): 19-30.
- สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา กระทรวงศึกษาธิการ. (2560). **แผนการศึกษาแห่งชาติพ.ศ. 2560-2579**. กรุงเทพฯ: สำนักงานเลขาธิการสภาการศึกษา.
- สมกิต บุญยะโพธิ์. (2555). **รูปแบบการบริหารสถานศึกษาขั้นพื้นฐานสังกัดสำนักงานเขตพื้นที่การศึกษา ประถมศึกษาสู่ความเป็นเลิศ**. วิทยานิพนธ์ ปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต. มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- สุนันท์ สินธพานนท์. (2561). **นวัตกรรมการเรียนการสอน เพื่อการพัฒนาทักษะของผู้เรียนในศตวรรษที่ 21**. กรุงเทพฯ: เทคนิคพรินต์.
- อดุลย์ วังศรีคุณ. (2557). การศึกษาไทยในศตวรรษที่ 21 : ผลผลิตและแนวทางการพัฒนา. **มนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์**. 8(1): 1-17.
- อมรรัตน์ เตชะนอก. (2563). การบริหารสถานศึกษาสู่ความเป็นเลิศในศตวรรษที่ 21. **Modern Learning Development**. 5(6): 364-373.
- อมลรดา พุทธินันท์. (2561). **รูปแบบการบริหารงานวิชาการสู่ความเป็นเลิศของโรงเรียนสังกัดองค์กรปกครองส่วนท้องถิ่น**. ดุษฎีนิพนธ์ ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา. คณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยบูรพา.
- Ministry of Ministration. (2000). **The School Excellence Model: A Guide** Singapore: The School Appraisal Branch, Schools Division. Ministry of Ministration Singapore: Ministry of Ministration.

หลักเกณฑ์การเสนอบทความและคำแนะนำสำหรับผู้พิมพ์ เพื่อตีพิมพ์ในวารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์

นโยบายและขอบเขตการตีพิมพ์เผยแพร่

“วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์” เป็นวารสารสำหรับการเผยแพร่ผลงานวิชาการของคณาจารย์ นักวิชาการ นิสิต นักศึกษา ผู้สนใจทั่วไป และแขนงวิชาที่เกี่ยวข้องซึ่งเป็นผลงานในเชิงบูรณาการทางสังคมศาสตร์ หลักรัฐศาสตร์ รัฐประศาสนศาสตร์ บริหารธุรกิจ บริหารการศึกษา พระพุทธศาสนาและปรัชญา ตลอดจน บทวิเคราะห์ที่เสนอทางออกให้กับปัญหาที่อยู่ในความสนใจของสังคม

การพิจารณาและคัดเลือกบทความ

บทความแต่ละบทความจะได้รับพิจารณาจากคณะกรรมการกลั่นกรองบทความวารสาร (Peer Review) จากผู้ทรงคุณวุฒิ 2-3 ท่าน โดยบทความผู้พิมพ์ภายนอกได้รับการพิจารณาจากผู้ทรงคุณวุฒิภายนอกหน่วยงานที่จัดทำวารสาร และมีความเชี่ยวชาญตรงตามสาขาวิชาที่เกี่ยวข้อง และได้รับความเห็นชอบจากกองบรรณาธิการก่อนตีพิมพ์ ทั้งนี้ จะมีรูปแบบที่ผู้พิจารณาบทความไม่ทราบชื่อผู้พิมพ์บทความและผู้พิมพ์บทความไม่ทราบชื่อผู้พิจารณาบทความเช่นเดียวกัน (Double-Blind Peer Review)

ส่วนประเภทของบทความที่ลงตีพิมพ์ในวารสาร

วารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ ตีพิมพ์บทความประเภทต่างๆ ดังนี้

1. บทความวิจัย

รายงานผลงานวิจัยใหม่ที่มีองค์ความรู้อันเป็นประโยชน์ เป็นเรื่องที่อยู่ในความสนใจทันต่อเหตุการณ์และยุคสมัย ซึ่งไม่เคยตีพิมพ์ในวารสารใดๆ มาก่อน ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

- 1.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยภาษาอังกฤษ
- 1.2 ผู้พิมพ์ (Author) ชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 1.3 บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ
- 1.4 คำสำคัญ (Keywords) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำเป็นคำสำคัญของเนื้อหาครอบคลุมชื่อเรื่องที่ศึกษา เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นคำค้นหาข้อมูล
- 1.5 บทนำ (Introduction) เป็นส่วนของเนื้อหาที่อธิบายถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา และเหตุผลนำไปสู่การศึกษาวิจัย ทั้งนี้ ควรอ้างอิงเอกสารและงานวิจัยอื่นที่เกี่ยวข้องด้วยเพื่อให้มีน้ำหนักและเกิดความน่าเชื่อถือ
- 1.6 วัตถุประสงค์ของการวิจัย (Research Objectives) ระบุวัตถุประสงค์และเป้าหมายของการวิจัย
- 1.7 วิธีดำเนินการวิจัย (Research Methods) อธิบายถึง กระบวนการดำเนินการอย่างละเอียด และชัดเจน กล่าวถึง รายละเอียดของวิธีการศึกษา ประชากรและกลุ่มตัวอย่างในการศึกษา และวิธีการศึกษา เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย รวมทั้ง สถิติที่นำมาใช้วิเคราะห์ข้อมูล

1.8 ผลการวิจัย (Research Results) เสนอผลการวิจัยที่ตรงประเด็นตามลำดับขั้นของการวิจัย ควรจำแนกผลออกเป็นหมวดหมู่และสัมพันธ์กับวัตถุประสงค์ของการศึกษา โดยการบรรยายในเนื้อเรื่อง และแสดงรายละเอียดเพิ่มเติมด้วยภาพประกอบ ตาราง กราฟ หรือแผนภูมิตามความเหมาะสม

1.9 อภิปรายผลการวิจัย (Research Discussion) ผสมผสานเปรียบเทียบ และผลการวิจัยให้เข้ากับหลักทฤษฎี แนวคิด และงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง รวมทั้ง เชื่อมโยงผลการวิจัยให้สอดคล้องกับประเด็นปัญหา การวิจัย เพื่อให้มีความเข้าใจหรือเกิดความรู้ใหม่ที่เกี่ยวกับงานวิจัยนั้น รวมทั้ง ข้อดี ข้อเสียของวิธีการศึกษา เสนอแนะความคิดเห็นใหม่ๆ ปัญหาและอุปสรรคต่างๆ ที่ได้จากการศึกษาครั้งนี้ เพื่อเป็นแนวทางที่จะนำไปประยุกต์ให้เกิดประโยชน์

1.10 ข้อเสนอแนะการวิจัย (Research Suggestions) ระบุข้อเสนอแนะการนำผลการวิจัยไปใช้ และข้อเสนอแนะการวิจัยครั้งต่อไป

1.11 เอกสารอ้างอิง (References) เป็นการอ้างอิงเอกสารในเนื้อหาให้ใช้ระบบ APA (American Psychological Association Citation Style) ทั้งนี้ การอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ผู้พิมพ์ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย

2. บทความวิชาการ

หัวข้อและเนื้อหาควรชี้ประเด็นที่ต้องการนำเสนอให้ชัดเจนและมีลำดับเนื้อหาที่เหมาะสม เพื่อให้ผู้อ่านสามารถเข้าใจได้ชัดเจน รวมถึง ใช้ทฤษฎีวิเคราะห์และเสนอแนะประเด็นอย่างสมบูรณ์ ควรมีองค์ประกอบ ดังนี้

2.1 ชื่อเรื่อง (Title) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ โดยพิมพ์ชื่อเรื่องเป็นภาษาไทยและตามด้วยภาษาอังกฤษบรรทัดถัดมา

2.2 ผู้พิมพ์ (Author) ชื่อและนามสกุลทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.3 บทคัดย่อ (Abstract) ให้มีทั้ง ภาษาไทยและภาษาอังกฤษ

2.4 คำสำคัญ (Keywords) ให้มีทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษ ระบุคำเป็นคำสำคัญของเนื้อหา ครอบคลุมชื่อเรื่องที่ศึกษา เหมาะสมสำหรับนำไปใช้เป็นการค้นหาข้อมูล

2.5 บทนำ (Introduction) เป็นส่วนแนะนำและปูพื้นเรื่อง เพื่อให้ผู้อ่านทราบข้อมูลเบื้องต้นของเนื้อหา

2.6 เนื้อหา (Content) เนื้อหาบทความ มีการแบ่งประเด็นเรื่องย่อยๆ และการจัดเรียงลำดับเป็นไปตามรายละเอียดของเนื้อหา

2.7 บทสรุป (Conclusion) การสรุปเนื้อหาในบทความทั้งหมดออกมาอย่างชัดเจน กระชับ โดยมีการสรุปปิดท้ายเนื้อหาที่นำเสนอ

2.8 เอกสารอ้างอิง (References) เป็นการอ้างอิงเอกสารในเนื้อหาให้ใช้ระบบ APA (American Psychological Association Citation Style) ทั้งนี้ การอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ผู้พิมพ์ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย

การส่งบทความ

บทความที่จะตีพิมพ์ในวารสารการบริหารและสังคมศาสตร์ปริทรรศน์ต้องส่งบทความผ่านระบบออนไลน์ได้ที่ <https://so03.tci-thaijo.org/index.php/assr/index>

รูปแบบบทความและการตีพิมพ์เนื้อหาบทความ

1. การเตรียมต้นฉบับบทความ มีรายละเอียด ดังนี้

1.1 ขนาดต้นฉบับ ขนาดหน้ากระดาษ B5 โดยมีการตั้งค่าหน้ากระดาษ ความกว้าง 7.5 นิ้ว และความสูง 10.5 นิ้ว โดยเว้นระยะห่างระหว่างขอบกระดาษด้านบนและด้านซ้าย 1 นิ้ว ด้านขวาและด้านล่าง 0.5 นิ้ว

1.2 รูปแบบการพิมพ์ เนื้อหาในบทความส่วนแรก จัดเป็นแบบ 1 คอลัมน์ คือ ชื่อเรื่อง ชื่อผู้วิจัย บทคัดย่อ คำสำคัญ และเชิงอรรถ อยู่ส่วนหน้าแรก ส่วนที่สอง จัดเป็นแบบ 1 คอลัมน์ คือ เนื้อหาบทความที่อยู่ส่วนหน้าที่สองเป็นต้นไป

1.3 ใช้รูปแบบตัวอักษร TH Sarabun PSK พิมพ์ด้วยโปรแกรมไมโครซอฟต์เวิร์ด

1.4 หัวกระดาษ ประกอบด้วย เลขหน้า ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวธรรมดา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านขวาบน

1.5 ชื่อเรื่อง/ชื่อบทความภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 18 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษ

1.6 ชื่อผู้พิมพ์ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ ระบุเฉพาะชื่อและนามสกุล ไม่ต้องมีคำนำหน้า เว้น 2 เคาะระหว่างชื่อ และนามสกุล ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งกึ่งกลางหน้ากระดาษใต้ชื่อเรื่อง

1.7 เครื่องหมายเลข เขียนไว้บนนามสกุลผู้พิมพ์ เพื่อระบุสังกัดคณะ หน่วยงาน และอีเมลของผู้พิมพ์ เพื่อระบุเชิงอรรถ (Footnote) ไว้ด้านล่างกระดาษ

1.8 เชิงอรรถ (Footnote) ให้เขียนไว้ด้านล่างของส่วนหน้าแรกที่มีเครื่องหมายเลขกำกับไว้บนนามสกุลผู้พิมพ์ ให้ระบุสังกัดคณะ หน่วยงาน และอีเมลของผู้พิมพ์ ขนาดตัวอักษร 14 ชนิดตัวธรรมดา กรณีที่ผู้พิมพ์มีสถานภาพเป็นนักศึกษาให้ระบุหลักสูตรที่นักศึกษา กำลังศึกษาอยู่ เช่น หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต คณะสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยมหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย เป็นต้น ทั้งนี้ การระบุสังกัดคณะ หน่วยงานของผู้พิมพ์นั้น ผู้พิมพ์ต้องระบุทั้งภาษาไทยและภาษาอังกฤษด้วย

1.9 หัวข้อบทคัดย่อภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

1.10 เนื้อหาบทคัดย่อภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวธรรมดา ให้จัดเป็นแบบ 1 คอลัมน์ บรรทัดแรกเว้น 7 ตัวอักษรจากขอบกระดาษด้านซ้ายและพิมพ์ให้ชิดขอบทั้งสองด้าน ส่วนเนื้อหาบทความที่อยู่หน้าที่สองเป็นต้นไปให้จัดเป็นแบบ 1 คอลัมน์เช่นกัน ทั้งนี้ ควรมีความยาวไม่เกิน 300 คำ และลักษณะของบทคัดย่อควรประกอบไปด้วย วัตถุประสงค์ (Objective) วิธีการศึกษา (Methods) ผลการศึกษา (Results) และคุณค่าหรือการนำไปใช้ประโยชน์

1.11 หัวข้อคำสำคัญ/อังกฤษ ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย ระบุคำสำคัญที่นำไปใช้เป็นคำค้น คำสำคัญแต่ละคำค้นด้วยเครื่องหมายจุลภาค (;) ทั้งนี้ ควรมีคำสำคัญ 3-5 คำ โดยจัดเรียงคำสำคัญตามตัวอักษร

1.12 หัวข้อเรื่อง ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวหนา ตำแหน่งชิดขอบกระดาษด้านซ้าย

1.13 หัวข้อย่อ ย่อ ขนาดตัวอักษร 16 ชนิดตัวธรรมดา ระบุหมายเลขหน้าหัวข้อย่อโดยเรียงตามลำดับหมายเลข

1.14 จำนวนต้นฉบับ ควรมีความอยู่ระหว่าง 10-15 หน้า โดยนับรวมตาราง รูปภาพ แผนภูมิ และเอกสารอ้างอิง

1.15 การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา (In-text Citation) และการระบุแหล่งที่มา โดยมีรูปแบบการอ้างอิงแบบนามปี คือ การอ้างอิงเอกสารไว้ส่วนหน้าหรือส่วนหลังของข้อความนั้นๆ ให้ใช้ภาษาอังกฤษเท่านั้น ทั้งผู้นิพนธ์ที่เป็นชาวไทยและต่างประเทศ โดยระบุเฉพาะนามสกุลผู้นิพนธ์คั่นด้วยจุลภาค (,) ปีที่พิมพ์ (ค.ศ.) และเลขหน้า ตามรูปแบบ ดังนี้ Author/(Year of Publication: page) หรือ (Author./Year of Publication: page) เช่น Anuwat (2018: 18) หรือ (Brown, 1997: 18-22) เป็นต้น หากผู้นิพนธ์มีมากกว่า 3 คน ให้ใส่ชื่อคนที่ 1 แล้วตามด้วยคำว่า และคณะ หรือ et.al. (and others)

1.16 ตาราง รูปภาพ และแผนภูมิ กรณีเป็นตารางให้ชื่อตารางอยู่ด้านบน กรณีที่เป็นรูปภาพหรือแผนภูมิ ให้ระบุชื่อรูปภาพหรือแผนภูมิอยู่ด้านล่าง

ตารางที่ 1 รายละเอียดรูปแบบการเตรียมต้นฉบับบทความ

รายละเอียด	ขนาดอักษร	รูปแบบ	ชนิด
ชื่อเรื่อง (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	18	กึ่งกลาง	ตัวหนา
ชื่อผู้นิพนธ์ (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	16	กึ่งกลาง	ตัวหนา
หน่วยงานที่สังกัด (เชิงอรรถ : Footnote) (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	14	ชิดซ้าย	ตัวธรรมดา
บทคัดย่อ (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
คำสำคัญ (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
หัวข้อหลักตามรูปแบบบทความกำหนดไว้	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
หัวข้อย่อย	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
เนื้อหาตามรูปแบบบทความกำหนดไว้	16	ชิดซ้าย	ตัวธรรมดา
เอกสารอ้างอิง (ภาษาไทย/ภาษาอังกฤษ)	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
ตาราง			
ชื่อตาราง (ตารางที่ : จัดไว้บนตาราง)	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
รายละเอียดชื่อตาราง (พิมพ์ต่อจากชื่อตาราง)	16	ชิดซ้าย	ตัวธรรมดา
รูปภาพ/แผนภูมิ			
ชื่อรูปภาพ/แผนภูมิ (ภาพ/แผนภูมิที่ : จัดไว้ใต้รูปภาพ/แผนภูมิ)	16	ชิดซ้าย	ตัวหนา
รายละเอียดชื่อรูปภาพ/แผนภูมิ (พิมพ์ต่อจากชื่อรูปภาพ/แผนภูมิ)	16	ชิดซ้าย	ตัวธรรมดา

การอ้างอิงแทรกในเนื้อหา : ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบนามปี โดยใช้เป็นภาษาอังกฤษเท่านั้น
ทั้งผู้นิพนธ์ที่เป็นชาวไทยและต่างประเทศ

เอกสารอ้างอิง : ใช้รูปแบบการอ้างอิงแบบ APA (American Psychological Association Citation Style)
โดยการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทยหรือภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ผู้นิพนธ์
ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย

จำนวนต้นฉบับ : มีความยาวอยู่ระหว่าง 10 – 15 หน้า

2. การเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

2.1 การเขียนเอกสารอ้างอิงให้ใช้ตามรูปแบบของ APA (American Psychological Association Citation Style) โดยการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาไทย หรือภาษาต่างประเทศที่ไม่ใช่ภาษาอังกฤษ ผู้นิพนธ์ต้องแปลเป็นภาษาอังกฤษด้วย หากผู้นิพนธ์มีมากกว่า 3 คน ให้ใส่ชื่อคนที่ 1 แล้วตามด้วยคำว่า **และคณะ** หรือ **et.al. (and others)** โดยจัดเรียงตามพยัญชนะ สระ ตามรูปแบบการอ้างอิงตามลำดับก่อนหลังให้ถูกต้อง

2.2 การเรียงลำดับเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ (References) ให้เรียงตามลำดับอักษรของชื่อผู้นิพนธ์ โดยไม่ต้องมีตัวเลขกำกับ ให้เริ่มต้นด้วยรายชื่อเอกสารอ้างอิงภาษาไทยก่อน และต่อด้วยรายชื่อเอกสารอ้างอิงภาษาต่างประเทศ และชื่อผู้นิพนธ์ให้อ้างนามสกุลก่อน โดยเขียนตามรูปแบบเดียวกันกับการอ้างอิงเอกสารที่เป็นภาษาอังกฤษ

ตัวอย่างลำดับการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

เอกสารอ้างอิง (References)

การกีฬาแห่งประเทศไทย. (2558). **คู่มือผู้ฝึกสอนกีฬาแบดมินตัน**. กรุงเทพฯ: กองวิชาการ การกีฬาแห่งประเทศไทย.

อนุกวัตร กระสังข์. (2560). **พื้นฐานรัฐประศาสนศาสตร์**. พระนครศรีอยุธยา: โรงพิมพ์มหาจุฬาลงกรณราชวิทยาลัย.

Cook, Robert D. (1995). *Finite Element Modeling for Stress Analysis*. New York: John Wiley & sons.

3. รูปแบบการเขียนเอกสารอ้างอิงท้ายบทความ

หนังสือ (Book)

ชื่อ นามสกุลผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. ครั้งที่พิมพ์ (ถ้ามี). เมืองที่พิมพ์: สำนักพิมพ์.

Author.//(Year of Publication).//Title of Book.//Edition of Book.//Place of Publication.//Publisher Name.

รายงานทางวิชาการ

ชื่อ นามสกุลผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. เมืองที่พิมพ์: หน่วยงานที่เผยแพร่.

Author.//(Year of Publication).//Title.//Place of Publication.//Publisher Name.

วิทยานิพนธ์

ชื่อ นามสกุลผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อวิทยานิพนธ์. วิทยานิพนธ์ระดับ/(บัณฑิต, มหาบัณฑิต, ดุษฎีบัณฑิต). ชื่อสถานศึกษา.

Author.//(Year of Publication).//Title of Thesis.//Degree of Thesis.//Publisher Name.

รายงานการวิจัย

ชื่อ นามสกุลผู้นิพนธ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อเรื่อง. รายงานการวิจัย. เมืองที่พิมพ์: หน่วยงานที่เผยแพร่/สถานศึกษา.

Author.//(Year of Publication).//Title.//Research Report.//Place of Publication.//Publisher Name.

รายงานการประชุม

ชื่อ นามสกุลผู้พิมพ์. (ปีที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อรายงานการประชุม**. วัน เดือน ปี ที่จัด. เลขหน้า. สถานที่:
สำนักพิมพ์.

Author.//(Year of Publication).// Title of Article.//**In Title**.//Date of Publication.//page.//Place
of Publication.://Publisher Name.

วารสาร

ชื่อ นามสกุลผู้พิมพ์. (ปี/เดือน/วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อวารสาร**. ปีที่พิมพ์ (ฉบับที่พิมพ์): เลขหน้าแรก –
หน้าสุดท้าย.

Author.//(Date of Publication).// Title of Article.//**Name of Journal**.//Year(Volume).://page.

หนังสือพิมพ์

ชื่อ นามสกุลผู้พิมพ์. (ปี/เดือน/วันที่พิมพ์). ชื่อบทความ. **ชื่อหนังสือพิมพ์**. เลขหน้าแรก – หน้าสุดท้าย.

Author.//(Date of Publication).// Title of Article.//**Name of Newspaper**.//page.

สื่ออินเทอร์เน็ต

ชื่อ นามสกุลผู้เผยแพร่. (ปี). ชื่อเรื่อง. **ชื่อบทความ**. [ประเภทสื่อที่เข้าถึง]. แหล่งที่มา: แหล่งข้อมูลหรือที่อยู่
บนเว็บไซต์ วัน เดือน ปีที่สืบค้น.

Author.//(Year of Publication).// **Title of Article**.// [Online].//Available.://Name of website.//
Retrieved/Date of Publication.

การสัมภาษณ์

ผู้ให้สัมภาษณ์. (ปี/เดือน/วันที่). ตำแหน่ง (ถ้ามี). สัมภาษณ์.

Name of Interview.//(Date of Publication).//position.//Interview.